دار المنظومة
DAR ALMANDUMAH
الرواد في قواعد المعلومات العربية

العنوان:	الأساليب الإقناعية والأشكال الصحفية للخطاب الدينى فى الصحافة الأردنية اليومية : دراسة حالة
المصدر:	المجلة الأردنية في الدراسات الإسلامية
الناشر:	جامعة آل البيت
المؤلف الرئيسي:	أبو غزلة، محمد عقلة
المجلد/العدد:	مج10, ع4
محكمة:	نعم
التاريخ الميلادي:	2014
الصفحات:	373 - 393
رقم MD:	801992
نوع المحتوى:	بحوث ومقالات
قواعد المعلومات:	IslamicInfo
مواضيع:	الخطاب الدينى، الخطاب الدينى الإسلامى، الأسلوب الصحفى، الرسالة الإعلامية، الصحافة، الصحافة الأردنية اليومية
رابط:	http://search.mandumah.com/Record/801992

© 2021 دار المنظومة. جميع الحقوق محفوظة.
هذه المادة متاحة بناء على الإتفاق الموقع مع أصحاب حقوق النشر، علما أن جميع حقوق النشر محفوظة. يمكنك تحميل أو طباعة هذه المادة للاستخدام الشخصي فقط، ويمنع النسخ أو التحويل أو النشر عبر أي وسيلة (مثل مواقع الانترنت أو البريد الالكتروني) دون تصريح خطي من أصحاب حقوق النشر أو دار المنظومة.

الأساليب الإقناعية والأشكال الصحفية للخطاب الديني في الصحافة الأردنية اليومية "دراسة تحليلية"

د. محمد عقله أبو غزله*

تاريخ وصول البحث: ٢٠١١/٧/٢١م تاريخ قبول البحث: ٢٠١٢/٥/٣٠م

ملخص

تهدف هذه الدراسة إلى التعرف على الأساليب الإقناعية والأشكال الصحفية في الصحافة الأردنية اليومية، واستخدم الباحث لتحقيق هذه الغاية المنهج الوصفي، حيث أجريت الدراسة في إطار منهج المسح بالعينة للخطاب الديني المنشور بالصحف الأردنية اليومية وهي (الرأي، الدستور، الغد) والذي تتضمنه الصفحة الدينية التي تصدر بصورة أسبوعية (كل يوم جمعة)، وكانت أداة الدراسة هي تحليل المضمون. ومن النتائج التي تم التوصل إليها: **أولاً:** تبين في الأساليب الإقناعية المستخدمة لنشر مضامين الخطاب الديني، أن الأسلوب المختلط هو الأسلوب المفضل عند الصحف الثلاث. **ثانياً:** تبين أن شكل المقال هو الشكل الصحفي الأكثر والأوسع استخداماً في نشر وأهداف الخطاب الديني في الصحف اليومية الثلاث. **ثالثاً:** قلة الدراسات والبحوث المنشورة في الصفحات الدينية. **رابعاً:** ضعف التوظيف لشكل الفتاوى والحديث المباشر على الرغم من أهميتهما، فالملاحظ في وسائل الإعلام المرئي توظيفاً أكبر لهذين الشكلين، مما يدل على أهميتهما وقدرتهما على توصيل أفكارٍ ورؤى لجمهور القراء.

Abstract

The purpose of this study is to identify persuasive methods and journalistic arts used in the Jordanian daily newspapers. To that end, the researcher used the descriptive method using sample survey of religious discourse as published in Jordanian daily newspapers (al-Rai, Addoustour and al-Ghad) featured on the Religious Sheet periodically published every Friday morning. Content analysis was the instrument used in the study. Some of the results reached are: First among the persuasive methods most preferably used by the three newspapers to present religious discourse content was the mixed method. Second: the essay the widely used journalistic art in disseminating religious discourse content and objectives in the three newspapers. Third: dearth of studies introduced on the Religious Sheet. Fourth: ineffective use of the fatwa and direct speech, despite its importance. Notably, they are most often used by the visual media indicating their significance and capability to communicate ideas and views more effectively to the public.

الفصل الأول
الإطار العام والدراسات السابقة

مقدمة:

لما كان الخطاب الديني الإسلامي هو أحد أهم أدوات عملية التوعية الفكرية والثقافية للمجتمع الأردني لكون الغالبية الساحقة من الشعب الأردني يدينون بالإسلام، فإن التأثير المتوقع حصوله من قبل الصحافة- لكونها أقدم وسيلة إعلامية في الأردن- في جانب تشكيل وعي ديني إسلامي عند الجمهور المسلم بكافة فئاته العمرية والنوعية، مما يؤدي في المحصلة

* أستاذ مساعد، في جامعة الجوف- السعودية سابقاً. ومحاضر غير متفرغ في كلية الشريعة، جامعة اليرموك.

إلى إنتاج جيل مسلم عارف بأحكام الدين الإسلام ينطلق من فهم حقيقي، يبتعد فيه عن الغلو التطرف، ويجافي من خلاله الغوغائية واللامبالاة في التصرف تجاه القضايا والمستجدات.

لأجل هذا كان من الضرورة الإطلاع على ماهية المعالجات المتبعة من قبل المؤسسات الصحفية الأردنية تجاه الخطاب الديني، والوقوف على مواطن القوة والضعف فيها، وتقديم المقترحات في هذا الجانب بغية الرقي بالعملية الإعلامية إلى آفاق أرحب تخدم المتلقين في مقام تزويدهم بالمعارف الصحيحة، التي تساهم في صقل قدراتهم، وترشيد صحوتهم، وتوجيهها الوجهة المثلى.

مشكلة الدراسة وأسئلتها:

تتمحور مشكلة هذه الدراسة حول ماهية المعالجة الإعلامية للخطاب الديني الموجه للجماهير في الصحف الأردنية اليومية، وهل أن هذه المعالجة كافية لتوصيل مضامين الخطاب الديني للجماهير. وسيتم التوصل للإجابة عنها من خلال الإجابة عن الأسئلة التالية:

س١: ما الأساليب والوسائل المتبعة لتحقيق غايات الخطاب الديني المنشور في الصحف الأردنية اليومية، وهل توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى(٠.٠٥) حول هذه الأساليب والوسائل بين الصحف عينة الدراسة؟

س٢: ما الأشكال الصحفية المستخدمة في التغطية الإعلامية لمضامين الخطاب الديني، وهل توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى(٠.٠٥) حول هذه الأشكال بين الصحف عينة الدراسة؟

أهمية الدراسة:

من المعلوم أن من الشكل الصحفي من أهم العناصر المستخدمة في تقديم المادة الصحفية، حيث "تمثل عملية جذب انتباه القارئ إلى الصحيفة، الخطوة الأولى في عملية القراءة كلها، ويرتبط بنجاح هذه الخطوة أو فشلها، اقتراب الفرد من الصحيفة أو إهماله لها، .....ويلعب البناء الشكلي للصحيفة الدور الرئيس في عملية جذب انتباه القارئ إلى الصحيفة أو محتواها. لذلك يرتبط بالبناء الشكلي عدة وظائف يتصدرها، جذب انتباه القارئ إلى الصحيفة، بجانب وظائف أخرى تتمثل في تحقيق يسر القراءة، والمشاركة في تحديد شخصية الصحيفة[١].

١. التعرف على واقع الخطاب الديني في المؤسسات الصحفية الرسمية، من أجل التوصية بضرورة اعتماد آلية علمية ومهنية تقوم على وضع خطة إعلامية دينية، تقلل من العشوائية في الطرح، وتلغي الرتابة في أسلوب النشر أو مضامينه.
٢. تُساعد القائم بالاتصال على تحديد أولوياته من الأهداف والقضايا الدينية الهامة والمتعددة التي تساهم في رفع سوية الوعي الديني الإسلامي لدى أبناء المجتمع الأردني.
٣. تقديم مقترحات وتوصيات تساهم – بإذن الله تعالىَ في إثراء وتطوير واقع المعالجة الصحفية للخطاب الديني في الأردن، للمساهمة في توسيع رقعة الإفادة من هذه الوسيلة الهامة في التوجيه والإرشاد المجتمعيين.

أهداف الدراسة:

تهدف هذه الدراسة إلى الإجابة عن أسئلة الدراسة.

مصطلحات الدراسة:

الشكل الصحفي: مجموعة الخواص التي تجعل الشيء على ما عليه، إذ تتجمع الصفات الحسية وتعطينا كلها معاً شكل الشيء[٢].

الأسلوب الصحفي: هو طريقة الكتابة الفنية التي يتبعها المحرر الصحفي استناداً إلى فكر متميز ومن خلال قيامه بمسئوليات وظيفية[٣]. **أما الإقناع:** فهو عبارة عن اتصال مكتوب أو منطوق أو بصري يهدف بشكل محدد إلى التأثير على اتجاهات واعتقادات وسلوك المستقبل[٤]. أو هو جهد اتصالي مقصود ومخطط للتأثير في النواحي العقلية للآخرين في ظروف متاح فيها الاختيار، وتستخدم له كل الوسائل الممكنة بغرض تعديل معتقداتهم وقيمهم أو ميولهم[٥].

الخطاب الديني الإسلامي: يعرَّف **الخطاب بأنه:** تعبير عن الأفكار بالكلمات، أو محادثة بين طرفين أو أكثر، أو مناقشة رسمية أو معالجة مكتوبة لموضوع أو حوار أو كلام[٦]. بينما **الخطاب الديني الإسلامي:** كل ما ينشر حول الموضوعات الدينية في الصحافة الأردنية اليومية من خلال الفنون الصحفية الملائمة.

الرسالة الإعلامية: المحتوى المعرفي الذي يريد المرسل نقله إلى المستقبل. أو الهدف الذي تسعى عملية الاتصال إلى تحقيقه[٧]. وكذلك تُعرَّف بأنها مجموعة الأفكار والمفاهيم أو المهارات أو المبادئ أو القيم أو الاتجاهات التي يرغب المرسل في توجيهها لمن هم بحاجة إليها من الأفراد أو الجماعات لاشتراكهم فيها[٨].

أما المعالجة الإعلامية: يقصد بها طريقة المعالجة الصحفية لمعلومات أو بيانات حول حدث معين والآثار والتداعيات التي ترتبت على نشر هذه البيانات او المعلومات، وتشمل المعالجة الى جانب الأخبار والتقارير وباقي الفنون الصحفية من مقال وحديث وتحقيق وكاركاتير وبريد القراء وصور ورسوم وغيرها من الفنون الصحفية.[٩] وسيكون التركيز في هذه الدراسة على الخطاب الديني في الصحف الأردنية اليومية.

الدراسات السابقة:

نظراً لأهمية الدراسات السابقة في إعطاء صورة مسبقة عن موضوع الدراسة من حيث جدة الموضوع، والقيمة العلمية التي يمكن أن تقدمها، لذلك فقد أطلع الباحث على مجموعة من الدراسات التي أجريت في مضمار المعالجات الإعلامية للخطاب الديني في وسائل الإعلام المكتوبة (الصحفية)[١٠]، وقد قام بعرض مقتطفات منها مما له صلة وثيقة بموضوع الدراسة، والتزم في تصنيفها من حيث الموضوع، والفترة الزمنية، فرتبها ترتيباً زمنياً تنازلياً من الأحدث إلى الأقدم، وجعل الدراسات التي تتعلق بموضوع المعالجات الصحفية في المرتبة الأولى، وجاءت في المحصلة على النحو الآتي:

+ **دراسة طارق محمد الصعيدي (٢٠٠١م)[١١] بعنوان:** "**دور الصفحة الدينية بالصحف القومية في التثقيف الديني للمراهقين – دراسة مسحية** "، أجريت بهدف التعرف إلى الدور الذي تقوم به الصفحة الدينية بالصحف القومية في عملية التثقيف الديني للمراهقين، حيث أجريت الدراسة التحليلية على جميع الصفحات الدينية التي أصدرتها الصحف القومية (الأهرام الأخبار– الجمهورية) تحت اسم (فكر ديني، جريدة الجمعة، الدين للحياة)، والتي تصدرها أسبوعياً خلال الفترة ما بين ١٩٩٩/١٠/١ وحتى ٢٠٠٠/٩/٣١م، بالإضافة إلى الصفحات الدينية التي تصدرها نفس الصحف يومياً طوال شهر رمضان في ذلك العام. وأجريت الدراسة الميدانية على عينة طبقية متناسبة من المراهقين قوامها ٤٠٠ من تلاميذ المرحلة الثانوية العامة بمحافظة المنوفية بالريف والحضر، شملت كلا النوعين الذكور والإناث في المدارس الحكومية. وكان من **أهم نتائجها التي توصلت إليها الدراسة:** أولت الصفحات الدينية بالصحف القومية الاهتمام الأكبر بموضوعات النظم الإسلامية بأنواعها، يليها موضوعات السير والشخصيات والعبادات، موضوعات القيم والأخلاق، العلوم والمعارف والفنون والعمارة والقضايا العامة، موضوعات العقائد، موضوعات بلدان العالم الإسلامي، موضوعات مصادر الثقافة الدينية وأخيراً موضوعات الآداب والسلوكيات.

+ **دراسة محمد أحمد يونس (٢٠٠٠) [١٢]** بعنوان: "**الخطاب الديني الإسلامي في الصحف المصرية خلال الفترة ما بين ١٨٨٣م ١٩١٤م**" توصل فيها الباحث إلى وجود تأثير للخط الفكري – بين عامي ١٨٨٣و١٩١٤م والانتماء الحزبي

ونوع الصحيفة سواء كانت عامة أو متخصصة على خطابها الديني. كما توصلت الدراسة التحليلية إلى أن الخطاب الديني الإسلامي كشف عن احتياج الأمة إلى تجديد الفكر الديني، والإصلاح من خلال الاجتهاد، وإصلاح مؤسسة الأزهر والتوسع في إنشاء الجمعيات الخيرية الإسلامية كوسيلة من وسائل الإصلاح.

٣ **دراسة محمد منصور هيبة (١٩٩٦)** [١٣] بعنوان "**القضايا الإسلامية في الصحافة المصرية –دراسة تحليلية للصحف المصرية من ١٩٥٢+ ١٩٨١م**". وقد هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على معالجة العوامل المؤثرة في السياسات التحريرية للصحف المصرية عينة الدراسة وهي (الأهرام – روز اليوسف – الأحرار – الأهالي– الشعب)، وكيفية تأثر هذه السياسات التحريرية بالعلاقة بين النظام السياسي والتيار الإسلامي، بالإضافة إلى الكشف عن عوامل التميز في المعالجات الصحفية للصحف عينة الدراسة، إلى جانب بيان مدى انعكاس السياسة التحريرية على نوع المعالجة الصحفية لقضايا التيار الإسلامي. واعتمدت الدراسة على منهج المسح الإعلامي والمنهج المقارن والمنهج التاريخي، واستخدمت أداتي مسار البرهنة وتحليل الأطر المرجعية لإنجاز أهدافها. وقد توصلت إلى العديد من النتائج كان منها:...تمثل إشكالية العلاقة بين الصحافة والسلطة محوراً رئيساً في تحديد ملامح السياسة التحريرية للصحيفة؛ إزاء معالجة القضايا الإسلامية ولاسيما في الصحف القومية، ويمثل الإطار الفكري للأحزاب المصرية محوراً رئيساً في تحديد ملامح السياسة التحريرية للصحف الحزبية في معالجتها للقضايا الإسلامية، وكشفت الدراسة تأثير علاقة السلطة بالتيار الإسلامي في مصر الوفاق والصدام عبر فترة الدراسة.

٤ **دراسة محمد أحمد يونس (١٩٩٤)**[١٤] بعنوان: "**الصفحة الدينية في الصحف المصرية خلال الفترة ما بين (١٩٨٤: ١٩٨٩) دراسة تطبيقية على جريدتي الأهرام والوفد**"، تناولت هذه الدراسة الصفحة الدينية في جريدة الأهرام وجريدة الوفد، على مستويين متداخلين هما: الكشف والاستطلاع للمضمون الديني، والفنون الصحفية التحريرية والإخراجية، وسمات القائمين بالاتصال بالصفحات الدينية محل الدراسة (فكر ديني بالأهرام – أقرأ بالوفد) في الفترة ما بين (١٩٨٤+ ١٩٨٩). واستخدم الباحث أسلوب المسح الشامل في تحليل مضمون (٢٦٠) عدداً من الأهرام و(٢١٠) من الوفد، وأسلوب المسح بالعينة لاستقصاء القائمين بالاتصال (المحررين) بصحيفتي الدراسة. وخلصت الدراسة إلى العديد من النتائج منها تنوع القضايا والموضوعات الدينية التي تناولتها الصفحة الدينية، وتأثرت الصفحة بالانتماء السياسي للصحيفة في اختيارها وتناولها للموضوعات وأولوياتها. وبينت الدراسة عدم وجود جهاز تحريري ثابت للصفحة الدينية بالوفد، إضافة إلى ضعف اهتمام المحررين في كلتا الصحيفتين برفع مستواهم المهني في مجال الصحافة أو الدراسات الإسلامية.

٥ **دراسة أحمد عزت عبد الحميد (١٩٩٠)** [١٥] بعنوان "**المعالجة الصحفية للشئون الدينية في الصحافة المصرية – دراسة تحليلية للمضمون والقائم بالاتصال**" تعرضت هذه الدراسة للمواد الدينية المتفرقة بالصحف المصرية القومية (الأهرام الأخبار الجمهورية) والحزبية (الأحرار الوفد الشعب الأهالي مايو) خلال عام ١٩٨٥م. وهدفت إلى التعرف على كيفية معالجة الصحف القومية والحزبية في مصر لبعض القضايا الإسلامية وهي (الدعوة الإسلامية – تطبيق الشريعة الإسلامية – التيارات الدينية الإسلامية والمذهبية – نظام الأسرة في الإسلام) والتعرف إلى موقف الصحف من هذه القضايا ذات الاهتمام المشترك بين الصحف الحزبية والقومية، ومقارنة هذه المواد داخل إطار فترة البحث. واستخدمت هذه الدراسة منهج المسح الإعلامي، والمنهج المقارن، واستعانت الدراسة بأسلوب المقابلات الحرة مع المسئولين عن الشئون الدينية في الصحافة الدينية المصرية، وبعض علماء الدين والمفكرين، بالإضافة إلى استمارة القائم بالاتصال وأسلوب تحليل المضمون. وخلصت الدراسة إلى نتائج متنوعة منها: عدم كفاية ما ينشر من القضايا الدينية المثارة في الصحف المصرية، وضرورة أن تحظى هذه القضايا باهتمام أكبر من الصحف المصرية.

- **دراسة أحمد أحمد زارع (١٩٨٨)** [١٦] بعنوان: "**موقف الصحافة الحزبية من أهم القضايا الإسلامية في الفترة من ١٩٧٧ ـ ١٩٨٥م**"، قامت هذه الدراسة بتحليل مضمون المواد الدينية المتعلقة بقضايا الشريعة الإسلامية والتطرف والجماعات الإسلامية والعلمانية، وقانون الأحوال الشخصية وحجاب المرأة، وأجريت الدراسة على عينة من الصحف الحزبية العامة (مصر – الأحرار – الشعب – الأهالي – الوفد)، والصحف الحزبية الإسلامية (اللواء الإسلامي – النور)، وقامت بتحليل المواد الدينية الموزعة على مختلف الصفحات في الصحيفة، وبعض القضايا الدينية الإسلامية الأخرى. واستخدمت الدراسة منهج المسح الإعلامي، وأسلوب تحليل المضمون. وتوصلت إلى جملة من النتائج كان من أهمها: تأثر الصحف الحزبية الإسلامية والعامة في تعاملها مع القضايا التي ذكرتها الدراسة– بشكل رئيس ومباشر– بالاتجاهات الحزبية الخاصة بها، مع التعرض للرؤية الإسلامية التي تستند إلى النصوص القرآنية الواضحة، ونصوص السنة النبوية، وجملة الشواهد التاريخية. وكذلك وجود اختلاف وتباين في مواقف الصحف الحزبية الإسلامية والعامة تجاه القضية الواحدة، والعمل على تأويل النصوص بما يتفق مع منهجها وخططها في المعالجة. وكذلك وجود تذبذب في عرض المادة الدينية الإسلامية في الصحف الحزبية والعامة، ووجود اختلاف من حيث الموقع من الصفحة والصحيفة، وعدم الديمومة والاستمرارية في تقديمها في كل أعداد الصحف، على حد سواء إلا في شهر رمضان الكريم.
- **دراسة محمد منير حجاب (١٩٧٧)** [١٧] عنوان: "**موقف الصحف اليومية من قضايا الفكر الديني: دراسة تحليلية خلال الفترة من ١٩٦٥م وحتى ١٩٧٤م**"، تناولت المواد الدينية المتفرقة على صفحات الصحف القومية (الأخبار – الأهرام– الجمهورية). وهدفت الدراسة إلى إجراء مقارنات بينية لثلاثة المحاور: مقارنة المساحات التي تخصصها الصحف الثلاث للمواد الدينية بكل صفحة من الأولى وحتى الأخيرة، وكذلك مقارنة بين المساحات التي خصصتها الصحف عينة الدراسة للمواد الدينية؛ وبين المساحات التي خصصتها للمواد الرياضية. وقد اعتمد الباحث منهج المسح الإعلامي وأسلوب تحليل المضمون في إجراء الدراسة، وتوصلت إلى جملة من النتائج أهمها: موقف الصحف اليومية من حيث الاهتمام بالقضايا الدينية من فترة لأخرى، وبمقارنة نسبة المساحة التي تخصصها الصحف للفكر الديني إلى ما تخصصه للرياضة من مساحة تبين أنها تبلغ في الأخبار ٧٢% يليها في الجمهورية ٦٢% ثم الأهرام بنسبة ٥٤% من مساحة الرياضة، وأكدت الدراسة أيضاً أن سياسات الصحف الثلاث في إيراد أخبارها في الصفحة الأولى، أو إعطائها أهمية خلال فترة الدراسة يتوقف على أن صحيفة الجمهورية في المقدمة بالنسبة لعدد الموضوعات الدينية يليها الأخبار فالأهرام، وبالنسبة للمساحة كانت صحيفة الأخبار في المقام الأول، يليها الجمهورية ثم الأهرام. وكان من ضمن توصيات هذه الدراسة أن تخصص صفحات مستقلة للفكر الديني بالإضافة إلى ملحق ديني في المناسبات.

التعليق على الدراسات السابقة:

من المعلوم أن الدراسات السابقة لا بد لها أن تتشابه في جوانب وتختلف في أخرى، وأن يتم الاستفادة من نتائجها من خلال مقارنتها بنتائج الدراسة الحالية، لذا فقد أفادت في جوانب منها:

- المساهمة في التعرف على طبيعة المعالجة الصحفية لقضايا الخطاب الديني في البلاد العربية، كما في دراسة الصعيدي (٢٠٠١م)، إلا أنها حددت الفئة المقصودة بالدراسة فئة المراهقين، ودراستنا لم تتعرض لدراسة الأثر على فئة معينة من الجمهور.
- أما دراسة يونس (٢٠٠٠م) وهيبة (١٩٩٦م) وأحمد زارع (١٩٨٨م) حيث تناولت كل منها قضايا وأهداف الخطاب الديني، وكان الهدف منهما التعرف على نوع المعالجة وتأثر هذه المعالجة بالسياسة التحريرية للصحيفة

وموقفها من السلطة والإسلاميين وكذلك تأثير التوجهات الحزبية لهذه الصحف. وفي دراستنا لم نهدف للكشف عن السياسية التحريرية حول هذه المعالجة. ولكن جاءت الإفادة منها من جهة النتائج التي حصلت عليها فيما يخص طبيعة القضايا والأهداف سواء من حيث جوانب النقص أو الكمال.

٣ أما دراسة يونس (١٩٩٤م) وعبد الحميد (١٩٩٠) واللتين قامتا على نفس هدف دراستنا واستخدمتا نفس المنهج والأداة، وحصلتا على نتائج تم الإفادة منها، إلا أنهما يفترقان عن دراستنا من حيث جنسية الصحف فهي مصرية، والمجتمع المقصود بالخطاب وهو المجتمع المصري، وكذلك الفترة الزمنية وما تحمله من أحداث وتطورات.

٤ دراسة حجاب (١٩٧٧م) فقد اهتمت بمساحات النشر، ومقارنتها بين الصحف عينة الدراسة وبين الموضوعات في نفس الصحيفة. وهو ما لم تتطرق إليه دراستنا، ولكن تم الاستفادة من خلال التعرف على بعض الموضوعات والأهداف التي تضمنتها الدراسة.

وبناءً على هذا فإن إجراء الدراسة الحالية يعتبر عملاً تأصيلياً، ونظرة توصيفية لطبيعة المعالجة الإعلامية لقضايا الخطاب الديني في الصحافة الأردنية اليومية، لاسيما وأن الخطاب الديني (الصفحة الدينية) في الصحف الأردنية تنتظم في الصدور منذ ثلاثة عقود تقريباً، وهي مدة كافية لتعطي صورة واضحة عن طبيعة هذا الخطاب وسماته التي يحرص القائمون على إنتاجه على إبرازها والتعبير عنها، من خلال المستوى الذي وصلت إليه خلال هذه الفترة الزمنية.

الفصل الثاني
الطريقة والإجراءات

أولاً: منهجية الدراسة:

تُعدُّ هذه الدراسة من البحوث الوصفية التي تهدف إلى وصف الظاهرة بالتفصيل، وتجري الدراسة في إطار منهج المسح بالعينة للخطاب الديني المنشور بالصحف الأردنية اليومية وهي (الرأي، الدستور، الغد) والذي تتضمنه الصفحة الدينية التي تصدر بصورة أسبوعية (كل يوم جمعة).

ويعتبر منهج المسح من أنسب المناهج العلمية ملاءمة للدراسات الإعلامية وبحوث الصحافة خاصة، لأنه يستخدم في دراسة المشكلات العلمية في وضعها الراهن، ويتميز بأنه يسمح بدراسة عدد كبير من المتغيرات في وقت واحد وفي إطار جهود ونفقات مناسبة بعد جمع البيانات اللازمة والكافية عن الظاهرة من عناصرها، وذلك من خلال مجموعة من الإجراءات المنظمة التي تحدد نوع البيانات ومصدرها أو طرق الحصول عليها[١٨].

لذلك فقد اعتمدت هذه الدراسة على المنهج الوصفي، واستخدمت أداة تحليل المضمون، باعتباره تكنيكاً بحثياً للوصف الموضوعي المنظم الكمي للمحتوى الظاهر للاتصال، وتتميز هذه الأداة بأربع سمات رئيسة تتمثل بالانتظام والموضوعية والوصف والكمية. [١٩]

ثانياً: مجتمع الدراسة وعينتها:

يتكون مجتمع الدراسة من جميع أعداد الصحف اليومية الأردنية والتي هي (الرأي، الدستور، العربي اليوم، الغد، الديار، الأنباط، السبيل)، وقد تم اختيار عينة الدراسة من الصحف التي تصدر في الأردن بصفة دائمة والتي منها: (الرأي، والدستور، والغد) لعام ٢٠٠٩م.

وقد تم اختيار هذه الصحف للاعتبارات التالية:

- العامل الزمني: ويعني قدم زمن صدور الصحيفة، فهناك صحف حديثة وهناك صحف قديمة، والصحف القديمة عادة تكون أكثر انتشاراً ومقروئية وعراقة لذا فإن اختيار صحيفة الرأي وصحيفة الدستور وهما أقدم صحيفتين أردنيتين.
- التزامها بإصدار صفحة دينية بشكل دوري كل أسبوع مرة في يوم الجمعة، وبشكل يومي خلال شهر رمضان المبارك من كل عام. وهذا ينطبق على صحيفتي الرأي والدستور، ويضاف إليهما صحيفة الغد الأردنية التي على الرغم من حداثة عمرها الزمني إلا أنها ملتزمة بإصدار صفحة دينية أسبوعية، وكانت أقل الصحف في جانب عدم انتظام الصدور بالنسبة للصفحة الدينية.
- إنها الأكثر انتشارا وتوزيعا بين الجمهور.[٢٠]

وفيما يلي لمحة عن كل صحيفة من هذه الصحف:

- **الرأي**[٢١]: جاء إصدار صحيفة الرأي عن المؤسسة الصحفية الأردنية بقرار حكومي عام ١٩٧١م. وقد عينت الحكومة أمين أبو الشعر مديراً عاماً لها، وصدرت أولى أعدادها في ١٩٧١/٦/٢م. وقد اعتمدت في دخلها من الإعلانات وبلغت نسب توزيعها في نهاية الثمانينات إلى حوالي ٨٠ ٩٠ ألف نسخة، ونسبة مرتجعة حوالي ١٥%، ولا زالت حتى الآن توزع تقريباً هذه النسبة أي بحدود ٩٠ ألف نسخة[٢٢]وبالنسبة للصفحة الدينية فقد صدرت بصورة منتظمة بتاريخ ٢١شوال ١٤٠١هـ الموافق ٢١/آب/١٩٨١م. حيث صدرت لأول مرة تحت اسم (الرأي الديني) ثم تغيرت إلى (واحة الإيمان) [٢٣] وأشهر من تولوا تحريرها هم: (عبد الله حجازي، عبد الله النسور، عبد الله الرعود) [٢٤].

- **الدستور**[٢٥]، والتي صدرت إثر قرار الدمج عام ١٩٦٧ بين صحيفتي المنار وفلسطين، وكانت بداية تصدر عن الشركة الأردنية للصحافة والنشر، ولا زالت تصدر حتى الآن. وفي الثمانينات أصبحت توزع ما بين ٦٥ ٧٠ ألف نسخة بنسبة ارتجاع بلغ مقدارها ١٥ ٢٠%، أما الآن فقد زادت كمية التوزيع لتتراوح ما بين ٧٠ ٩٠ ألف نسخة يومياً[٢٦]. وقد اعتمدت في دخلها على الإعلانات بالدرجة الأولى. وبالنسبة للصفحة الدينية فقد صدرت أو صفحة دينية منتظمة بشكل أسبوعي وتحديداً في أيام الجمعة بتاريخ ٧شوال ١٤٠١هـ الموافق ٧/ ١٩٨١/٨م. وتحت اسم (في رحاب الله) وقد تغير الاسم الآن وهي تصدر تحت مسمى (فكر إسلامي). ولا زالت تصدر حتى الآن ويقوم بتحريرها حسين الرواشدة[٢٧].

- **صحيفة الغد الأردنية:**

من الصحف حديثة النشأة والمملوكة بالكامل للقطاع الخاص، صدرت بتاريخ ٢٠٠٤/٨/١م، عن الشركة الأردنية المتحدة للصحافة والنشر، ويبلغ عدد النسخ التي توزعها حالياً نحو ٥٠ ألف نسخة يومياً[٢٨]. وقد صدرت الصفحة الدينية فيها بتاريخ ١/أيلول من العام ٢٠٠٤م. وتولى تحريرها إبراهيم الغرايبة، ثم محمد أبو رمان، وجاءت تحت عنوان (دين ودنيا) [٢٩].

أما **عينة الدراسة** فقد فكون الصفحة الدينية في الصحف اليومية لا تصدر إلا في يوم الجمعة على مدار العام باستثناء شهر رمضان المبارك والذي تصدر فيه بصورة يومية وعلى مدار الشهر الكريم، فقد تم اختيار عينة من الصحف لتحليلها باستخدام أسلوب العينة العشوائية البسيطة، حيث بلغت أعداد الصحف الثلاث بحسب هذا الضابط (١٥٦)عدداً، وبعد تقسيم الأعداد إلى أربع مجموعات بحسب تواريخ أيام الجمعة الواردة في كل شهر، حيث قام الباحث بتقسيم كل شهر إلى أربعة أسابيع، وأجرى بعدها عملية اختيار عشوائي لأسبوع واحد من كل شهر (يوم الجمعة فقط) باعتبار أن الصفحة الدينية لا

تصدر إلا في يوم الجمعة وهي من صفحات الثوابت في الصحف الأردنية اليومية. وعليه يصبح مجموع الأعداد التي ستخضع للتحليل ١٢ عددا من كل جريدة : وبهذا نضرب ١٢*٣ =٣٦ عدداً التي ستحلل من الصحف الثلاث.

ويعتبر هذا العدد وفق الدراسات التي طبقت أسلوب تحليل المضمون كافياً، حيث أشار (ستمبل) إلى أن اختيار عينات تتألف من ٦ أعداد أو١٢ عددا أو ٢٤ عددا أو ٤٨ عددا يؤدي إلى الوصول إلى نتيجة تحليل إعداد سنة بطولها[٣٠]وعليه قام الباحث بتوحيد الفترة الزمنية للصحف الثلاث للتعرف على الكيفية التي تمت بها معالجة الخطاب الديني ولإجراء المقارنة بين النتائج التي يتم التوصل إليها للفترة نفسها إحصائياً.

ثالثاً: أداة الدراسة وفئات التحليل:

يعد تحليل المضمون من أكثر الأدوات استخداما في تحليل المواد الصحفية المنشورة في الصحف والمجلات للوصول إلى معرفة العقلية الكامنة وراء هذا الإنتاج الإعلامي والدعائي وهو " احد الأساليب البحثية التي تستخدم في وصف المحتوى الظاهر أو المضمون الصريح للمادة الإعلامية وصفا موضوعيا منتظماً كميا"[٣١].

ولغايات تحقيق أهداف الدراسة والإجابة عن أسئلتها قام الباحث باستخدام تحليل المضمون من خلال تصميم استمارة تشتمل على هاتين الفئتين مع تعريفاتهما الإجرائية، **(الأساليب الصحفية، والأشكال الصحفية)**، وهي على النحو الاتي:

أولاً: فئة الأساليب المتبعة لتحقيق غايات الخطاب الديني: وهي الوسائل والطرق التي تتبعها الصحيفة لإقناع جمهور القراء بالخطاب الديني الذي تعالجه. وقد تم تحديدها بعد تحليل عينة من الصحف والتي اقتصرت على ثلاثة أنواع رئيسة، لم تتعداها:

١. **الأسلوب العقلي:** وهو الأسلوب الذي يعتمد على عرض الأفكار مقرونة بالأدلة والبراهين العلمية، ولا يتعامل مع العواطف أو الوجدانيات في إطار العملية الإقناعية.
٢. **أسلوب الترغيب:** هو الأسلوب القائم على تقديم محفزات نفسية ومادية لجذب المستهدفين بالخطاب، من أجل تحبيبهم وإقناعهم بمضامينه.

   أما **أسلوب الترهيب** فلم نعثر على أي استخدام له بشكل مستقل في المواد التي تم تحليل مضمونها في الصفحات عينة الدراسة.
٣. **الأسلوب المختلط:** وهو الأسلوب الذي يجمع بين جميع الأساليب الأخرى، وهي: العقلي، العاطفي، الترغيب، الترهيب، بحيث تتداخل فيما بينها، وتصبح أداة مناسبة لتقديم المضمون والحث على التعاطي معه إيجاباً أو سلباً بحسب مقتضى الحال.

ثانياً: فئة الأشكال الصحفية: ويقصد بها الأنماط الصحفية المستخدمة في التغطية الإعلامية لقضايا الخطاب الديني. وتجيب هذه الفئة على سؤال كيف قيل؟ وقد تم تحديدها عن طريق تحليل عينة من الصحف محل الدراسة، هي على النحو الآتي:

١. **المقال:** ويعرف بأنه "قطعة من النثر، يتحدث بها الكاتب بنفسه ويحكي بها تجربة مارسها أو حادث وقع له أو خاطراً خطر له، في موضوع من الموضوعات"[٣٢].

٢ **الحديث الصحفي:** وهو "فن التحاور أو الاكتفاء بمصدر من المصادر بهدف الحصول على معلومات جديدة واقعية، أو بهدف معرفة وجهات النظر أو الآراء حول هذه الواقعة، أو بهدف إلقاء الضوء على شخصية معينة"(٣٣). ويكون عادة بين صحفي أو أكثر مع شخصية أو أكثر للحصول على معلومات واقعية حول قضية معينة.

٣ **القصة:** هي لون أدبي تروي حادثة معينة تتصل أجزاؤها بحيث يكون مجملها معنى كليا(34).

٤ **الفتاوى:** الإفتاء هو قيام المفتي بجواب المستفتي(٣٥). وهي ما تنشره الصحف من فتاوى تصدرها مجالس الإفتاء أو الهيئات العلمية المتخصصة في البلاد وخارجها، بهدف إطلاع الجمهور عليها.

٥ **نص قرآني مفسر وغير مفسر:** وهي الآية التي شرح معناها أو أوردت بدون شرح.

٦ **الحكمة والمثل:** وهي الأقوال السائرة التي يتناقلها الناس لعقد مما ثلة بين الأمرين وهو في أصله " والمثل عبارة عن قول في شيء يشبه قولا في شيء آخر بينهما مشابهة ليبين أحدهما الآخر ويصوره "(٣٦). وهي هنا تنشر في زاوية أو مكان معين بتعليق أو بدون تعليق.

٧ **السيرة الذاتية:** نثر يتناول حياة الكاتب نفسه أو غيره عن طريق السرد القصصي.

٨ **البحوث والدراسات:** وهي الدراسات العلمية التي يجريها أهل العلم والاختصاص في العلوم الشرعية والكونية مما له علاقة بمواضيع الخطاب الديني.

٩ **أشكال أخرى:** وهي الأشكال الأخرى التي لا تصنف في أي من الأشكال المذكورة.

ثالثاً: وحدة التحليل: استخدمت هذه الدراسة الوحدة الطبيعية للتحليل والمقصود بها "الوحدة الإعلامية المتكاملة التي يقوم الباحث بتحليلها وهي التي يستخدمها منتج المادة الإعلامية لتقديم هذه المادة لجمهور القراء "ومن أمثلتها القصة والمقال والتحقيق والقصة الإخبارية سواء في جريدة أو مجلة(٣٧).

وقد اعتمد الباحث على وحدة الموضوع بشكل متكامل من خلال الشكل الصحفي الذي قدم به، ولم يلجأ للتحليل كلمة كلمة أو جملة أو فقرة، وإنما تناول الموضوع كوحدة واحدة، وقام باستخراج القضية التي يريد أيصالها، والأهداف التي يريد تحقيقها.

رابعاً: المعالجة الإحصائية للبيانات:

تم معالجة البيانات وجدولتها باستخدام البرنامج الإحصائي SPSS ومن خلال الأساليب الإحصائية التالية:

١ التكرارات والنسب المئوية للجداول الوصفية

٢ اختبار مربع كاي **(Chi Squire)** لبيان الفروق من خلال التكرارات والنسب المئوية في أسئلة الدراسة الإحصائية.

٣ تطبيق معادلة "هولستي" Holisti لثبات الأداة.

الفصل الثالث
نتائج الدراسة ومناقشتها

يتناول هذا الفصل نتائج الدراسة التي قام بها الباحث من خلال تحليل المضمون، وسيتم عرض نتائجها وفقاً لأسئلة الدراسة.

أولاً: فئة الأساليب والوسائل الإقناعية المتبعة لتحقيق غايات الخطاب الديني في الصحافة الأردنية اليومية.

والسؤال الذي ستجيب الدراسة في هذا الجزء هو:

ما الأساليب والوسائل المتبعة لتحقيق غايات الخطاب الديني المنشور في الصحف الأردنية اليومية، وهل توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى(٠.٠٥) حول هذه الأساليب والوسائل في الصحف عينة الدراسة؟
وقد تم استخراج التوزيعات التكرارية والنسب المئوية للإجابة عن هذا السؤال، وهو ما توضحه الجداول:

جدول رقم (١): التوزيعات التكرارية والنسب للأساليب الصحفية
(الإقناعية) المتبعة لتحقيق غايات وأهداف الخطاب الديني بحسب صحيفة الرأي

الأساليب الصحفية	التكرار	النسبة%
عقلية	١٧	٢٣.٣
ترغيب	٨	١١
مختلط	٤٨	٦٥.٨
المجموع	٧٣	١٠٠

تبين من الجدول أعلاه حصول أسلوب الإقناع من نوع (مختلط) على نسبة بلغت (٦٥.٨%)، وهي نسبة مرتفعة جداً إذا ما قيست بالأسلوبين الآخرين، حيث حصل الأسلوب العقلي على (٢٣.٣%) وأسلوب الترغيب على نسبة (١١%). والمرجح أن سياسة التحرير تلجأ إلى استخدام الأسلوب المختلط أكثر من غيره، وذلك لتبيان مجتمع الصحيفة من حيث الثقافة والتكوين العلمي، فلو ركزت الصحيفة على الأسلوب العقلي المدعم بالحجج والبراهين والأدلة، والقائم على المناقشة والحوار..إلخ، فإن مثل هذا النهج قد يؤدي إلى عزوف شريحة من القراء عن مطالعة هذه الصفحة بداع ارتفاع المنسوب الثقافي للمادة المقدمة فيها، وكذلك لو نشرت المادة بالاعتماد على أسلوب الترغيب في كافة موادها، أو كانت له الصدارة بين بقية الأساليب، ولوجدنا أن الصحيفة تخالف الأعراف التربوية والعلمية في طرحها، حيث إن من المعهود أن يقترن الترغيب بالترهيب، حتى تكتمل أطراف المعادلة.

وعلى هذا فإن ارتفاع نسبة الأسلوب المختلط والذي هو مزيج من العقلي والترغيب والترهيب، يُعد متماشياً مع طبيعة الجمهور الصحفي وملائماً للغة الصحافة التي هي في أصلها لغة مقاربة، يفهمها الجمهور بكافة أطيافه ومستوياته الثقافية.

جدول رقم (٢): التوزيعات التكرارية والنسب للأساليب الصحفية
(الإقناعية) المتبعة لتحقيق غايات وأهداف الخطاب الديني بحسب صحيفة الدستور

الأساليب الصحفية	التكرار	النسبة%
عقلية	٢٦	٣٢.١
ترغيب	٠	٠
مختلط	٥٥	٦٧.٩
المجموع	٨١	١٠٠

يتبين من هذا الجدول حصول الأسلوب العقلي في صحيفة الدستور على نسبة هي أعلى من قرينتها الرأي حيث بلغت (٣٢.١%) بينما وجدنا أسلوب الترغيب لم يحظ بأي توظيف في عينة الدراسة التي تم تحليلها، بينما حاز الأسلوب المختلط على نسبة مرتفعة زادت عما حصلت عليه صحيفة الرأي حيث بلغت في الدستور (٦٧.٩%)، وهذا يؤكد ما تم توضيحه في التعليق على الجدول رقم (١).

جدول رقم (٣): التوزيعات التكرارية والنسب للأساليب الصحفية
(الإقناعية) المتبعة لتحقيق غايات وأهداف الخطاب الديني بحسب صحيفة الغد

الأساليب الصحفية	التكرار	النسبة%
عقلية	٥	١١.٦
ترغيب	٠	٠
مختلط	٣٨	٨٨.٤
المجموع	٤٣	١٠٠

تبين من الجدول أعلاه حصول الأسلوب المختلط على نسبة مرتفعة جداً فاقت ما حصل على هذه الأسلوب في صحيفتي الرأي والدستور، حيث بلغت (٨٨.٤%) في حين لم يحصل الأسلوب العقلي إلا على (١١.٦%)، أما أسلوب الترغيب فلم يحظ بأي نتيجة في العينة التي تمت دراستها.

جدول رقم (٤): التوزيعات التكرارية والنسب للأساليب الصحفية
(الإقناعية) المتبعة لتحقيق غايات وأهداف الخطاب الديني موزعة على الصحف الثلاث

الأساليب الإقناعية	التكرار	النسبة%
عقلية	٤٨	٢٤.٤
ترغيب	٨	٤
مختلط	١٤١	٧١.٦
المجموع	١٩٧	١٠٠

من خلال هذا الجدول والذي يحوي النسب الكلية على مستوى الصحف الثلاث، فإن تصدر الأسلوب المختلط لنسبة مرتفعة بلغت (٧١.٦%)، وحصول الأسلوب العقلي على نسبة أقل منها بكثير بلغت (٢٤.٤%)، بينما لم يحصل أسلوب الترغيب إلا على (٤%) من إجمالي العينة. مما يبين أن الصحف تستخدم الأسلوب المختلط بنسبة كبيرة، لتتناسب وطبيعة الجمهور الصحفي في الأردن، فالأسلوب العقلي في الأغلب يتناسب مع القضايا العلمية والتخصصية، ويكون أكثر استخداماً إذا كانت الفئة المقصودة بالخطاب هي فئة عالية الثقافة، أو متخصصة في موضوع الخطاب، وكذلك أسلوب الترغيب الذي يُعد من الأساليب التربوية الهامة إلا أنه يضعف استخدامه بشكل منفرد، ويُحتاج إلى توظيفه في إطار متكامل مع بقية الأساليب حتى يتسنى للقائم بالاتصال تنويع أساليبه في خطابه حتى لا يشعر المخاطب بالنفور من الأسلوب الخطابي الواحد.

وهذا لا يعني بالكلية عدم استخدام الأسلوب الواحد، كاستخدام الأسلوب العقلي، أو أسلوب الترغيب بشكل منفرد، ولكن يعني عدم التركيز عليهما بنسبة كبيرة من مجمل الخطاب، بل يكون اللجوء إليهما في مواطن لا يصلح فيها غير أحدهما.لامية جعل من الواضح أن هذا الأسلوب هو الأقوى في مخاطبة الجماهير لإقناعهم بمضامين الخطاب الديني، وذلك لوجود المستويات الثقافية المتعددة، وكذلك الأهداف المتعددة التي تنوي الصحيفة تحقيقها. وبالنظر للمضامين والقضايا التي تناولتها صحيفة الغد والتي تمركزت حول الجانب الاجتماعي والفكري والإعلام والدعوة ومجال العبادات ثم العقيدة، يجعل من الضرورة بمكان اللجوء إلى الأسلوب المختلط والذي يجمع عدداً من الأساليب في قالب واحد[٣٨].

ولبيان فيما إذا كان هناك فروق ذات إحصائية حول هذه المضامين في الصحف الأردنية اليومية، تم استخدام اختبار **مربع كاي** والجدول رقم (٥) يبين ذلك.

جدول (٥)

الفروق في الأساليب الإقناعية تبعاً لمتغير الصحيفة

الأساليب الإقناعية	قيمة مربع كاي	درجات الحرية	الدلالة الإحصائية
العقلي	٤.٤٦٠	٢	*.٠٤٠
الترغيب	١٤.١٦٤	٢	*.٠٠١
مختلط	٧.٧١٦	٢	*.٠٢١

*** دلالة إحصائية عند مستوى (٠.٠٥).**

يتبين من الجدول أعلاه وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى (٠.٠٥) تعزى لنوع الجريدة في أساليب الإقناع (**الأسلوب العقلي، وأسلوب الترغيب، الأسلوب المختلط**)، ولكافة الصحف الثلاث. وبمراجعة النسب المئوية التي حصلت عليها كل أسلوب من هذه الأساليب فقد تبين ما يلي:

أولاً: وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى (٠.٠٥) بين صحيفة الدستور والغد، وكانت الفروق لصالح صحيفة الدستور في الأسلوب العقلي. حيث بدا واضحاً بلوغ نسبة استخدامها له بنسبة (٣٢.١%) في مقابل (١١.٦%) في صحيفة الغد، والتفسير الذي يوضح هذه الدلالة هو معدل المضامين المتخصصة التي قدمتها صحيفة الدستور في مقابل صحيفة الغد، وكذلك فإن صحيفة الرأي استخدمت الأسلوب العقلي بنسبة عالية بلغت (٢٣.٣%) إلا أنها كانت نقطة وسط بين الصحيفتين فلم تشاركهما في الدلالة الإحصائية المبينة في الجدول أعلاه.

ثانياً: وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى (٠.٠٥) بين صحيفة الرأي من جهة وصحيفتي الدستور والغد من جهة ثانية لصالح صحيفة الرأي في أسلوب الترغيب. وقد تفردت به صحيفة الرأي، ولم تسجل أية صحيفة من الصحيفتين الأخريين استخداماً له، لذلك كانت الدلالة الإحصائية لصالح صحيفة الرأي بالكلية، بالرغم من تدني النسبة العامة المساهمة في المجموع العام حيث لم تزد على (٤%).

ثالثاً: وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى (٠.٠٥) بين صحيفة الغد من جهة وصحيفتي الرأي والدستور من جهة ثانية لصالح صحيفة الغد في الأسلوب المختلط. وعلى الرغم من حصول صحيفتي الرأي والدستور على نسبة عالية ناهزت (٦٦%) تقريباً إلا أن تركيز صحيفة الغد عليه في رسائلها الإعلامية.

ولغاية المقارنة بين هذه النتائج ونتائج الدراسات السابقة فلم يعثر الباحث على دراسة تتعلق بموضوع الدراسة الحالية تتفق أو تختلف معه في هذه النتائج.

ثانياً: فئة الأشكال الصحفية المستخدمة في المعالجة الإعلامية لمضامين الخطاب الديني في الصحف الأردنية الثلاث:

والسؤال الذي يتعلق بهذا الجانب هو: **ما الأشكال الصحفية المستخدمة في المعالجة الإعلامية لمضامين الخطاب الديني، وهل توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى(٠.٠٥) حول هذه الأشكال في الصحف عينة الدراسة؟** وقد تم استخراج التوزيعات التكرارية والنسب المئوية للإجابة عن هذا السؤال، وهو ما يوضحه الجدول رقم (٦):

جدول رقم (٦): التوزيعات التكرارية والنسب المئوية للأشكال الصحفية المستخدمة في المعالجة الإعلامية لمضامين الخطاب الديني في الصحافة الأردنية في صحيفة الرأي

الأشكال الصحفية	التكرار	النسبة%
المقال	٢٤	٣٢.٩
أشكال أخرى	١٦	٢١.٩
نص قرآني مفسر وغير مفسر	١٠	١٥.١
الحكمة والمثل	٨	١١
الدراسات والأبحاث	٧	٩.٦
السيرة الذاتية	٣	٤.١
قصة	٣	٤.١
الحديث الصحفي	١	١.٤
الفتاوى	١	١.٤
المجموع	٧٣	١٠٠

تبين من الجدول أعلاه حصول شكل المقال على أعلى نسبة استخدام في صحيفة الرأي، حيث بلغت نسبته (٣٢.٢%) وليس هذا بالغريب فإن المقال هو من أوسع الأشكال الصحفية استخداماً وذلك لما يتيحه من مميزات مثل أنه يعبر في أغلب الحالات عن مواقف، ويفسر الظواهر والأحداث والقضايا ويحللها، ويشرحها ويكشف عن خلفياتها، ويطرح الحلول في بعضها، وكذلك يتغذى من المعلومات والآراء والاستشهادات وتطور الأحداث حتى بعدها التاريخي. ويكون أسلوب المقال عميقاً بعيداً عن التراكيب اللغوية الاستهلاكية المتداولة.

لذا فهو مادة عالية الفائدة، تجتذب قراءً من ذوي الثقافة العالية والمتوسطة، ولميزة أخرى هي أن كاتب المقالة هو صحفي متمرس وذا تجربة محترمة، يحددها بعض المهنيين بخمس سنوات عمل في فن التحرير اليومي (الخبر، التقرير) والتعليق، حتى يكتب المقال، وهناك من يرى أكثر من ذلك، وهناك المقالات الصحفية التي يكتبها متخصصون في مجال تتفق معهم الجريدة بشكل مؤقت أو دائم.

بينما حاز على المرتبة الثانية شكل (أخرى) وهي التي لم تذكر في القوالب والأشكال السالفة الذكر وقد بلغت نسبتها (٢١.٩%)، وهي نسبة مرتفعة إذا ما قيست ببقية النسب الأخرى غير المقالة، كون هذا الشكل يحمل تنوعاً يتيح لإدارة التحرير عرض أشكالٍ متنوعة تضفي نوعاً من الترويح على القراء.

أما المرتبة الثالثة فكانت لشكل نص قرآني مفسر وغير مفسر، وهي نسبة متوازنة تعطي إطلالة للقارئ على نصوص الكتاب الكريم، فتعرض نصاً قرآنياً مفسراً أو غير مفسر، فإن اختيار هذا النص يعزز الرسالة الإعلامية التي تقدمها الصحيفة في ذلك اليوم أو الأسبوع.

أما المرتبة الرابعة فقد حازها شكل الحكمة والمثل على النسبة التي تليها (١١%)، وهي نسبة عالية وكان الواجب أن تولى أشكال أخرى هذه النسبة، حيث إن الحكمة أو المثل تستخدم لتعزيز قيمة أو للاستشهاد على فكرة ما، بينما نجد أن شكل الدراسات والأبحاث قد حصل على نسبة (٩.٦%)، وهي نسبة قليلة بالنظر لأهمية هذا الشكل ودوره التعليمي والثقافي. بينما حصلت الأشكال الأخرى على نسب قليلة تراوحت ما بين ٤.١ ـ ٤.١%. وهي نسب متوازنة فيما يتعلق بالقصة والسيرة الذاتية، حيث إن القصة أو السيرة تقومان بدور متقارب يساهم في زرع قيم أو تعزيزها لدى الجمهور.

أما بقية الأشكال كالفتاوى فنسبتها نسبة قليلة جداً، فعندما نجد في صحيفة الرأي أن هناك موضوعاً واحداً عن الفتوى من بين ٧٣ مادة عرضتها، يدل على قلة الاهتمام بهذا الشكل، على الرغم من أهميته، والحاجة الملحة إليه، وهو يعبر عن جانب قصور في التخطيط للصفحة الدينية.

وكذلك الحال بالنسبة للحديث الصحفي، فالنسبة التي حصل عليها نسبة قليلة لا تتوافق مع مكانته التي تُعد مقاربة للمقال أو مشابهة له، لذا فإن على محرري الصحف الاهتمام بهذا الشكل بصورة كافية وملائمة لمكانته بين الأشكال والقوالب الصحفية.

أما الحكمة والمثل فقد حازت على نسبة تتناسب وطبيعة دورها في الحياة، فكانت نسبة التوظيف في الدستور أكثر توازناً بالنسبة لهذا الشكل من صحيفة الرأي التي منحته (١١%) من حجم توظيفها.

أما الدراسات والأبحاث فقد انخفضت نسبة توظيفها إلى (٢.٥%) جاءت أقل من أهميتها بكثير، في حين وجدناها في صحيفة الرأي أكثر توظيفاً واهتماماً.

جدول رقم (٧): التوزيعات التكرارية والنسب المئوية للأشكال الصحفية المستخدمة في المعالجة الإعلامية لمضامين الخطاب الديني في الصحافة الأردنية في صحيفة الدستور

الأشكال الصحفية	التكرار	النسبة%
المقال	٥٢	٦٤.٢
نص قرآني مفسر وغير مفسر	٩	١١.١
السيرة الذاتية	٩	١١.١
الحديث الصحفي	٧	٨.٦
الحكمة والمثل	٢	٢.٥
الدراسات والأبحاث	٢	٢.٥
الفتاوى	٠	٠
قصة	٠	٠
أشكال أخرى	٠	٠
المجموع	٨١	١٠٠

أما في صحيفة الدستور، فقد تبين من جدول التكرارات والنسب المبينة أعلاه أن المقال الصحفي بقي متقدماً على بقية الأشكال الأخرى، إلا أن النسبة التي حصل عليها ناهزت الثلثين تقريباً حيث بلغت (٦٤.٢%) وهي نسبة مرتفعة جداً، تؤثر سلباً على نسب توظيف بقية الأشكال الأخرى، وكذلك فقد حصل شكل النص القرآني المفسر وغير المفسر على نسبة أقل من النسبة التي حصل عليها في صحيفة الرأي، وهذا بسبب زيادة التركيز على شكل المقال، أما السيرة الذاتية فقد حصلت على نسبة أعلى من النسبة التي حصلت عليها في صحيفة الرأي حيث بلغت (١١.١%)، وجاء الحديث الصحفي بنسبة أقل منها لكنها أعلى من التي حصلت عليها في صحيفة الرأي (٨.٦%) وهذا مؤشر إيجابي لصالح صحيفة الدستور في أنها أعطت هذين الشكلين اهتماماً أكثر، لما لهما من أثر في جذب اهتمام القراء، وتقديم مادة متنوعة تثري الجمهور، وتزيح عنهم الملل المتوقع من التركيز على قالب واحد من القوالب الصحفية.

أما شكل الفتاوى فعلى الرغم من أهميته إلا أن لم يتم العثور على أي توظيف لهذا الشكل في عينة الدراسة التي

تم تحليلها، ويُعد هذا نقصاً في رؤية القائمين على الصفحة الدينية في صحيفة الدستور. وكذلك شكل القصة والأشكال الأخرى.

جدول رقم (٨): التوزيعات التكرارية والنسب المئوية للأشكال الصحفية المستخدمة في المعالجة الإعلامية لمضامين الخطاب الديني في الصحافة الأردنية في صحيفة الغد

الأشكال الصحفية	التكرار	النسبة%
المقال	٣٩	٩٠.٧
الفتاوى	٢	٤.٧
نص قرآني مفسر وغير مفسر	١	٢.٣
الدراسات والأبحاث	١	٢.٣
أشكال أخرى	٠	٠
الحديث الصحفي	٠	٠
الحكمة والمثل	٠	٠
السيرة الذاتية	٠	٠
قصة	٠	٠
المجموع	٤٣	١٠٠

من خلال هذا الجدول تبين أن شكل المقال حصل على أعلى نسبة توظيف على الإطلاق سواءً في صحيفة الغد خاصة أو على مستوى الصحف الثلاث مجتمعة، وهذا وإن كان يدلل على أهمية هذا الشكل وتميزه كما ذكرنا في التعليق على نتائج صحيفة الرأي في الجدول رقم (٦)، إلا أن هذه النسبة تدل على عدم التنوع في الأشكال والقوالب الصحفية التي تثري القارئ من جهة، وتنفي عنه الملل، وإذا نظرنا إلى الأشكال التي تم توظيفها نجدها قد حصلت على نسب قليلة جداً مثل الفتاوى والتي على الرغم من أهميتها لم تحصل على نسبة توظيف بلغت (٤.٧%)، ثم شكل نص قرآني مفسر وغير مفسر وشكل الدراسات والأبحاث اللذين حصلا على نسبة متدنية جداً بلغت (٢.٣%) لكل منهما.

بينما لم تحظ بقية الأشكال بأية نسبة توظيف، حيث جاءت نتيجة التحليل (٠%).

جدول رقم (٩): التوزيعات التكرارية والنسب المئوية للأشكال الصحفية المستخدمة في المعالجة الإعلامية لمضامين الخطاب الديني في الصحافة الأردنية في الصحف الثلاث

الأشكال الصحفية	التكرار	النسبة%
المقال	١١٥	٥٨.٤
نص قرآني مفسر وغير مفسر	٢٠	١٠.٦
أشكال أخرى	١٦	٨.١
السيرة الذاتية	١٢	٦.١
الحكمة والمثل	١٠	٥.١
الدراسات والأبحاث	١٠	٥.١
الحديث الصحفي	٨	٤.١
الفتاوى	٣	١.٥
قصة	٣	١.٥
المجموع	١٩٧	١٠٠

وبالنظر في جملة هذه النتائج فإنها تؤكد ما تم إيراده عند التعليق على الجداول السابقة والتي تخص الصحف منفردة، ولكنها مع ذلك فهي تعكس نفس القناعة السائدة عند محرري الصحف القائمة على توظيف شكل المقال بأعلى نسبة توظيف، بينما شكل النص حصل على نسبة أقل منها بكثير بلغت (١٠.٦%) وهي نسبة متوازنة مع دور هذا الشكل في التوظيف، لكن الأشكال الأخرى مثل السيرة الذاتية أو الدراسات والأبحاث أو الحكمة والمثل أو الحديث الصحفي والفتاوى والقصة والتي لم تحصل إلا على نسبة قليلة جداً، وما هذا إلا نتيجة طبيعية لعدم وجود استراتيجية ناظمة توجه عمل هذه الصفحات.

ولبيان فيما إذا كان هناك فروق ذات إحصائية حول هذه المضامين في الصحف الأردنية اليومية تم استخدام **اختبار مربع كاي (Chi-Square)** والجدول رقم (١٠) يبين ذلك.

جدول (١٠)

الفروق في الأشكال الصحفية للخطاب الديني تبعاً لمتغير الصحيفة

الشكل الصحفي	قيمة مربع كاي	درجات الحرية	الدلالة الإحصائية
مقال	٣٦.٥٥٨	٢	.٠٠٠*
حديث صحفي	٧.٥٤٠	٢	.٠٢٣*
قصة	.٥.١٧٥	٢	.٠٧٥
فتاوى	٤.٠٧٠	٢	.١٣١
نص قرآني مفسر وغير مفسر	٦.٩٣٥	٢	.٠٣١*
حكمة	٨.٦٨٥	٢	.٠١٣*
سيرة ذاتية	٦.٨٥٨	٢	.٠٣٢*
دراسات وأبحاث	٤.٩٠٣	٢	.٠٨٦
أخرى	٢٩.٥٨١	٢	.٠٠٠*

*** دلالة إحصائية عند مستوى (٠.٠٥).**

يتبين من الجدول أعلاه وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى (٠.٠٥) تعزى لنوع الجريدة في الأشكال الصحفية (**المقال، الحديث الصحفي، تفسير قرآن وحديث، حكمة، سيرة ذاتية، أخرى**). وقد تبين كذلك عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية تعزى لأثر نوع الصحيفة في الأشكال الصحفية للخطاب الديني، فقد جاءت قيم الدلالات الإحصائية لها أعلى من مستوى (٠.٠٥)، وكانت هذه الأشكال هي: (القصة، الفتاوى، الدراسات). وبمراجعة النسب المئوية التي حصلت عليها الأشكال الصحفية في مقابل الصحف فقد تبين ما يلي:

أولاً: وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى (**٠.٠٥**) بين صحيفة الغد من جهة والرأي والدستور من جهة ثانية على شكل (المقال) لصالح صحيفة الغد. فقد بلغت النسبة المئوية من المجموع الكلي (٩٠.٧%) وهذا يدلل على مدى اقتناع إدارة الصحيفة بجدوى هذا الشكل، وقدرته على عرض فكرة مترابطة، تتضمن مقدمة وأفكار، وعناصر متعددة، تؤدي في النهاية إلى توصيل الفكرة بصورة متكاملة وشمولية. ومن جهة أخرى يُعد مثل هذا النهج تقليص لحرية القارئ وتجميد لمتعة الانتقاء عنده وحرمانه من الترويح عن النفس بين الفينة والأخرى.

ثانياً: وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى (**٠.٠٥**) بين صحيفة الدستور والرأي على شكل (المقال) لصالح صحيفة الدستور. فقد حاز شكل المقال على نسبة عالية بلغت (٥٥.٦%) من المجموع الكلي وهي نسبة عالية جداً،

زادت عن النصف، إلا أنها تركت مجالاً لبقية الأشكال الأخرى لتساهم في عملية نشر مضامين الخطاب الديني بأسلوب متنوع ومتناغم في نفس الوقت. أما صحيفة الرأي والتي حاز فيها شكل المقال على نسبة متوازنة بلغت (٣٢.٩%)، وهي نسبة لم تجعل الدلالة الإحصائية في جانبها باعتبار التكرار والنسبة المئوية، لكن الذي يفهم من استخدامها لشكل المقال بما لا يزيد عن الثلث، يرجع إلى تنوع المضامين التي تقدمها، وبمراجعة جدول النسب المئوية يلاحظ وجود تنوع وتعدد في الأشكال الصحفية الأخرى، حيث لم يخلو من استخدام شكل من الأشكال المعتمدة في هذه الدراسة.

ثالثاً: وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى (٠.٠٥) بين صحيفة الرأي وصحيفة الدستور على شكل (نص قرآني مفسر وغير مفسر) لصالح صحيفة الرأي. لكون صحيفة الرأي هي الصحيفة التي انفردت بمثل هذا الشكل عن الصحف الأخرى.

رابعاً: وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى (٠.٠٥) بين صحيفة الرأي من جهة وصحيفتي الدستور والغد من جهة ثانية على شكل (الحكمة والمثل) لصالح صحيفة الرأي. فقد جاءت النسبة المئوية للرأي (١١%) مرتفعة قليلاً قياساً بنسبته في الدستور (٢.٥)، بينما انعدمت في صحيفة الغد بشكل نهائي. وتأتي هذه الدلالة تدعيماً لما تم الحديث عنه في البند الثاني من هذا التحليل، وخصوصاً حول التنوع والمتعدد للأشكال الصحفية التي استخدمتها الرأي بالمقارنة بمقابلاتها من الصحف الأخرى.

خامساً: وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى (٠.٠٥) بين صحيفتي الدستور والغد على شكل (السيرة الذاتية) لصالح صحيفة الدستور. فكون الدستور قد حصلت على نسبة مئوية بلغت (١١%) لهذا الشكل والغد لم تستعمل هذا النوع من الأشكال، فإن الدلالة كانت لصالحها، وكذلك فإن اعتماد هذا وما يرتبط به من تقديم مادة صحفية بشكل السيرة الذاتية، يتداخل مع منهج صحيفة الرأي في عملية التنويع والتعدد، إلا أن الرأي تبقى متقدمة في هذا المقام. حيث إن الرأي حصلت على نسبة مئوية بلغت (٤.١%) وهي نسبة ليست بالهينة إذا تم توظيفها في الإطار العام لهيكل الصفحة الدينية في كل أسبوع.

سادساً: وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى (٠.٠٥) بين صحيفتي الرأي من جهة وصحيفتي الدستور والغد من جهة ثانية على (الأشكال الأخرى) لصالح صحيفة الرأي. حيث إن الناظر في المساحة المخصصة للصفحة الدينية يجد أن صحيفة الرأي قد سجلت أكبر عدد من الموضوعات المنشورة على مستوى الصحف الثلاث في الصفحة الواحدة، وكذلك سجلت أكثر حرية في تعدد الأشكال الصحفية التي تمكن القارئ من انتقاء ما يريد منها، وزيادة على ذلك فقط استخدمت الرأي بصورة واضحة عدداً من الأشكال الصحفية التي أطلق عليها الباحث اسم (أشكال صحفية أخرى) ليضم تحتها أنواع متعددة بلغت نسبتها من مجموع ما اعتمدته الرأي في أشكالها (٢١.٩%)، وهذه نسبة ثرية جداً، وتعطي انطباعاً يوحي بالقدرة الفنية الفائقة لجهاز تحرير الصفحة الدينية من ناحية، وكذلك تعدد المواد والمضامين المقدمة عبر هذه الأشكال.

- **وبمقارنة نتائج هذه الفئة مع نتائج الدراسات السابقة:** تبين من الاطلاع على نتائج الدراسات السابقة وجود تعاكس في النتيجة، ففي حين تصدر المقال في هذه الدراسة قائمة الأشكال الصحفية، وجاءت بعده الأشكال الأخرى نجد في دراسة الصعيدي[٣٩]أن الأشكال الصحفية المساعدة مما يتعلق بالأشكال الدينية قد أخذت أولويات الاهتمام من حيث المساحة والتكرار، ويليها المقال ثم التحقيق ثم الحديث ثم الخبر ثم التقرير. أما في دراسة يونس[٤٠]التي احتل فيها المقال المرتبة الأولى من حيث المساحة، والمرتبة الثانية من حيث التكرار. وهذا يعطي أهمية بالغة لشكل المقال في الصحافة العربية، لما له من مميزات فهو يمكن القارئ من الإطلاع على مضمون متكامل، من خلال عرضه لقضية

تامة إلى حد ما، توفر له القدرة على عرض وجهة النظر وتقديم الحجج والبراهين المطلوبة واستخدام الاستمالات الإقناعية اللازمة.

الخاتمة وفيها النتائج والتوصيات:

بعدما قام الباحث بإجراء التحليلات الإحصائية على البيانات التي تم الحصول عليها من تحليل المضمون وفق أداة الدراسة، وقيامه بالتعليق على النتائج الدالة إحصائياً وغير الدالة في موضعها، كان لا بد أن يضع في نهاية هذا الفصل خلاصة تفرز النتائج النهائية التي توصل إليها في هذه الدراسة، ثم يتبعها بجملة من التوصيات التي يراها ضرورية، وعلى النحو الآتي:

النتائج:

أولاً: تبين في الأساليب الإقناعية المستخدمة لنشر مضامين الخطاب الديني، أن الأسلوب المختلط هو الأسلوب المفضل عند الصحف الثلاث. وهو ما يتوافق مع طبيعة المرسلة الإعلامية التي تقوم الصحافة بتوجيهها، كون الجمهور المستهدف هو خليط مستويات ثقافية، لا يمكن فصل مستوى عن آخر، إلا بتنويع أسلوب الإقناع المستخدم في الرسالة.

ثانياً: تبين أن الشكل الصحفي الأكثر والأوسع استخداماً في نشر وأهداف الخطاب الديني في الصحف اليومية الثلاث هو شكل المقال.

ثالثاً: قلة الدراسات والبحوث المنشورة في الصفحات الدينية، حتى إن النسبة جاءت قليلة مقارنة بنسبة المقال، حيث إن الدراسات والأبحاث لها دورٌ بالغ في تزويد القراء بنتائج مميزة لبحوث شرعية يستفيد منها القارئ في الإطلاع على مستجدات الإنتاج الفكري لعلماء الإسلام.

رابعاً: ضعف التوظيف لشكل الفتاوى والحديث المباشر على الرغم من أهميتهما، فالملاحظ في وسائل الإعلام المرئي توظيفاً أكبر لهذين الشكلين، مما يدل على أهميتهما وقدرتهما على توصيل أفكارٍ ورؤى لجمهور القراء.

التوصيات:

توصي الدراسة بما يلي:

١. إيلاء الأشكال الصحفية غير المقال مثل الحديث الصحفي، والفتاوى والدراسات والبحوث المنشورة أهمية أكبر من التي هي عليه الآن في الصحف، وذلك لأهميتها وقدرتها الإعلامية.

٢. بمزيد من التعاون وتوثيق الصلة ما بين إدارة تحرير الصفحات الدينية المسئولة عن الخطاب الديني الإسلامي في الصحافة الأردنية، وبين الجهات المسئولة في وزارة الأوقاف ودائرة الإفتاء العام في المملكة الأردنية الهاشمية، ضماناً للتواصل وتمكيناً لهم من الإطلاع على ما يستجد من أحكام وفتاوى شرعية في حينها، تسهيلاً لنشرها في موعدها، وتمكيناً لفئات الجمهور المهتمة والمعنية به من التنور والاستفادة.

٣. وجوب عقد اجتماعات دورية لمحرري الصفحات الدينية في الصحف الأردنية اليومية للتشاور حول طبيعة الأساليب الصحفية المستخدمة ونوعية الأشكال الصحفية الواجب توظيفها لنشر مضامين الخطاب الديني، وذلك من اجل تحقيق المزيد من التوازن والتكامل بين الأساليب الإقناعية وكذلك الأشكال والقوالب الصحفية المناسبة.

الهوامش:

(1) Stonecipher, Harry W., Nicholls, Edward c and Anderson Douglas A; op.cit. **Editorial and persuasive Writing, Opinion Functions of the news media**, New Youk: Hasting Hous publishers, 1979. P. 151.

(٢) محمد منير حجاب، **المعجم الإعلامي**، دار الفجر للنشر والتوزيع، ٢٠٠٤م. حرف الشين، ص٣١٣.

(٣) حجاب، **المعجم الإعلامي**، حرف الألف، ص٥٦.

(٤) محمد جمال الفار، **المعجم الإعلامي**، دار أسامة، دار المشرق الثقافي، عمان/الأردن، ٢٠٠٦م. ص٣٦.

(٥) حجاب، **المعجم الإعلامي**، حرف الألف، ص٦٩.

(٦) حجاب، **المعجم الإعلامي**، حرف الهاء. ص٢٣٩.

(٧) محمد جمال الفار، **المعجم الإعلامي**، دار أسامة، دار المشرق الثقافي، عمان/الأردن، ٢٠٠٦م. ص١٨٨.

(٨) جمال محمد أبو شنب، نظريات الاتصال والإعلام، دار المعرفة الجامعية، مصر، ٢٠٠٩. ص١٥.

(٩) حنان جنيد، ١١٥، ٢٠٠٣.

(١٠)قام الباحث بالإطلاع على عدد كبير من الدراسات في هذا الجانب بلغت أكثر من عشرين دراسة، وقام بإدراج ما يتعلق منها بالخطاب الديني في الصحافة العربية، أما فيما يتعلق بالخطاب الديني في الصحافة الأردنية فلم يتوصل الباحث إلى أي دراسة أجريت في هذا الجانب، وقد قام الباحث بمراجعة فهارس الكتب والمصادر والرسائل الجامعية والمجلات المحكمة في الجامعات الأردنية والجامعات العربية، ولم يعثر إلا على هذا القدر من الدراسات ذات العلاقة.

(١١) طارق محمد الصعيدي، **دور الصفحات الدينية بالصحف القومية في التثقيف الديني للمراهقين: دراسة مسحية**، رسالة ماجستير غير منشورة، قسم الإعلام وثقافة الطفل، معهد الدراسات العليا للطفولة، جامعة عين شمس، القاهرة، ٢٠٠١م.

(١٢) محمد أحمد يونس، **الخطاب الديني في الصحف المصرية، خلال الفترة ما بين ٨٨٣+ ١٩١٤م**، رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، ٢٠٠٠م

(١٣) محمد منصور هيبة، القضايا **الإسلامية في الصحافة المصرية، دراسة تحليلية للصحف المصرية (٩٥٢+ ١٩٨١)**، رسالة دكتوراه، قسم الصحافة، كلية الإعلام – جامعة القاهرة، ١٩٩٦م.

(١٤) محمد احمد يونس، **الصفحة الدينية في الصحف المصرية خلال الفترة ما بين (٩٨٤+ ١٩٨٩) دراسة تطبيقية على جريدتي الأهرام والوفد**"، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، ١٩٩٤م.

(١٥) أحمد عزت عبد الحميد، **المعالجة الصحفية للشئون الدينية في الصحافة المصرية – دراسة تحليلية للمضمون والقائم بالاتصال**، رسالة ماجستير، غير منشورة، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، قسم الصحافة، ١٩٩٠م.

(١٦) أحمد أحمد زارع، **موقف الصحافة الحزبية من أهم القضايا الإسلامية في الفترة من ٩٧٧+ ١٩٨٥م**، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة الأزهر، كلية اللغة العربية – قسم الصحافة، ١٩٨٨م.

(١٧) محمد منير حجاب، **موقف الصحف اليومية من قضايا الفكر الديني: دراسة تحليلية خلال الفترة من ١٩٦٥م وحتى ١٩٧٤م**، رسالة دكتوراه غير منشورة، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، قسم الصحافة، ١٩٧٧م.

(١٨) محمد عبد الحميد، **بحوث الصحافة**، عالم الكتب، القاهرة، ١٩٩٢م. ص٩٣، ٩٤.

(١٩) محمد الوفائي، **مناهج البحث في الدراسات الاجتماعية والإعلامية**، مكتبة الأنجلو المصرية، القاهرة، ١٩٨٩م. ص١٤٩.

(٢٠) انظر: عصام الموسى، **تطور الصحافة الأردنية: ٩٢٠+ ١٩٩٧م**، الجمعية العلمية الملكية، عمان، ١٩٩٨م. ص٣٥.

(٢١) انظر: عصام الموسى، **تطور الصحافة الأردنية**، ص٤٧+ ١٥٠. وانظر: محمد أبو صوفة، الصحافة في الأردن: قراءة أولية (٩٢٠+ ١٩٩٦م)، مكتبة المحتسب، عمان، ١٩٩٦. ص٨٩. وانظر: وزارة الإعلام الأردنية، **الصحافة الأردنية**، الدار العربية للموسوعات، عمان، ١٩٨٠م. ص٣٧.

(٢٢) انظر: عصام الموسى، **تطور الصحافة الأردني، ص٤٧+ ١٥٠.**

(٢٣) انظر: صحيفة الرأي، العدد الصادر في ٢١/آب ١٩٨١م. ارشيف الجامعة الأردنية.

(٢٤) مقابلة شخصية مع محرر الصفحة الدينية في جريدة الرأي الأردنية عبد الله الرعود، بتاريخ ٨/ ١١/ ٢٠٠٩م.

(٢٥) تطور عصام الموسى، **تطور الصحافة الأردنية**، ص٤٣+ ١٤٧، بتصرف.

(٢٦) أحمد بطاينة، "**استراتيجيات الإعلام والتعلم والاتصال في المجال الصحي**"، ص١٦٠٧، منشورات اليونسيف: المكتب الإقليمي للشرق الأوسط، وشمال إفريقيا، ١٩٩٥. ص١٦٠٧.

(٢٧) انظر: جريدة الدستور، العدد الصادر بتاريخ ٧/ ٨/ ١٩٨١م. ارشيف الجامعة الأردنية.

(٢٨) مقابلة شخصية مع فرح المصري، رئيسة قسم التسويق في صحيفة الغد اليومية الأردنية، أجريت في عمان في شهر آذار ٢٠٠٧. انظر: حنان الكسواني، **دور الصحافة الأردنية في التوعية الصحية**: دراسة في تحليل المضمون، رسالة ماجستير، غير منشورة، جامعة الشرق الأوسط، عمان، الأردن، ٢٠٠٨.

(٢٩) مقابلة شخصية محرر الصفحة الدينية في صحيفة الغد الأردنية، د.محمد أبو رمان، بتاريخ ١٨/١١/ ٢٠٠٩م.

(30) Wimmer , Roger D ; Dominick, joseph R. **Mass media research introduction, California, Wads worth Publishing co1994. p214.**

(٣١) سمير حسين، **تحليل المضمون**، عالم الكتب، القاهرة، ١٩٨٣م. ص١٨.

(٣٢) نبيل حداد، **في الكتابة الصحفية**، ص٢١٨، دار الكندي، اربد، الأردن، ٢٠٠٢م.

(٣٣) محمد إبراهيم، **الإعلام التنموي والتعددية الحزبية**، دار الكتب العلمية للنشر والتوزيع، القاهرة، ٢٠٠٤م. ج١/٥٦.

(٣٤) انظر: أحمد بن علي العمير، **الصفحات الثقافية في الصحافة السعودية اليومية**، رسالة ماجستير، غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية، السعودية، ١٤٢٧هـ ١٤٢٨هـ. ص٣٤.

(٣٥) عبد الكريم زيدان، **أصول الدعوة**، ص١٦٠.

(٣٦) انظر: الراغب الأصفهاني، **المفردات**، حرف الميم، مادة (مثل)، ص٤٦٤.

(٣٧) سمير حسين، **تحليل المضمون**، ص٨١.

(٣٨) انظر: **المعالجة الإعلامية للخطاب الديني في الصحافة الأردنية اليومية، دراية تحليلية**، رسالة ماجستير غير منشورة، د.محمد عقلة أبو غزلة، جامعة الجنان، لبنان، ٢٠٠٩م. ص ٥٩+ ١١٧١.

(٣٩) انظر: دراسة الصعيدي، **دور الصفحة الدينية بالصحف القومية في التثقيف الديني للمراهقين**، (٢٠٠١م).

(٤٠) انظر: دراسة محمد أحمد يونس، **الصفحة الدينية في الصحف المصرية**، (١٩٩٤م).

ملحق رقم (١)

استمارة تحليل مضمون الصحف الأردنية الثلاث (الرأي، الدستور، الغد)

الصحيفة/ العدد	الأساليب الإقناعية (+ ٣)	الأشكال الصحفية (+ ١١)

ملحق رقم (٢)
كشاف تحليل المضمون

أولاً: فئة الأساليب الصحفية (الإقناعية) المتبعة لتحقيق غايات الخطاب الديني:

١: الأسلوب العقلي:

٢: أسلوب الترغيب:

٣: الإسلوب المختلط:

ثانياً: فئة الأشكال الصحفية:

١: المقال:

٢: الحديث الصحفي:

٣: القصة:

٤: الفتاوى:

٥: نص قرآني مفسر وغير مفسر.

٦: الحكمة والمثل:

٧: السيرة الذاتية:

٨: البحوث والدراسات:

٩: أشكال أخرى: