أساليب تطوير الخطاب الإسلامي في القنوات الفضائية الدينية المحلية من وجهة نظر الأساتذة الجامعيين أساتذة كليات العلوم الإسلامية والإعلام أنموذجا

المدرس المساعد
حيدر شلال متعب
جامعة كربلاء - قسم الإعلام والعلاقات

ملخص البحث

أصبح من المهم وجود خطاب اسلامي في الوقت الراهن بما يتلائم مع خصوصية المجتمع العراقي وان ممارسة الخطاب الاسلامي لاتكون قاصرة على اجهزة اعلامية متخصصة وانما كل اعلام الدول الاسلامية يجب ان يكون خطاباً اسلامياً يحمل التراث الديني ويعبر عنه بأسلوب جذاب ويستمد محتواه من الاسلام وشريعته السمحاء ومن القرأن الكريم

أن خطابنا الاسلامي الذي تبثه القنوات الفضائية الدينية يحتاج المزيد من الارتقاء والتطوير بما يتلائم مع خصوصية المجتمع لذلك فقد جاءت الدراسة لتسلط الضوء على اساليب تطوير هذا الخطاب المهم من وجهة نظرالاساتذة الجامعيين ، وبأستخدام المنهج الوصفي التحليلي بأعتباره أكفأ المناهج لتلبية أجراءات البحث

توصلت الدراسة الى مجموعة من النتائج كان أبرزها :-

- ان اهم ضوابط تطوير الخطاب الاسلامي حسب رأ ي المبحوثين هو (أنطلاق التطوير من القرأن الكريم والسنة النبوية ثم أجتهاد العلماء والمفكرين فيما بعد) وذلك بنسبة ٣٨،٧٥٪
- ان ابرز اوجه القصور التي يعاني منها الخطاب الاسلامي حسب وجهة نظر المبحوثين هو (عدم ابراز كل الامور الدينية ولشتى العقائد والمذاهب السائدة في المجتمع) وبنسبة ٣٧،٥٪
- ان الاسلوب الذي يمكن استخدامه في الخطاب الاسلامي والأكثر أقناعاً للجمهور حسب رأي المبحوثين هو الاسلوب التوجيهي وبنسبة ٢٥٪ ، ثم الاسلوب الارشادي بنسبة ٢٣،٧٥٪
- . اكدت النتائج على ان (الأبتعاد عن الخطاب الطائفي المتطرف) جاءت بالترتيب الاول من بين المضامين الساعية لتطوير الخطاب الاسلامي وبنسبة٣٥٪ ، يليها بفارق قليل (التأكيد على الجانب الاخلاقي المتعلق بالنبي (ص) وأهل بيته) بنسبة٣٣،٧٥٪
- أظهرت النتائج بأن أهم الاجراءات الخاصة بتطوير البرامج الدينية من وجهة نظر المبحوثين هي :-
- أعتماد كوادر من ذوي الاختصاص لاسيما فيما يخص الجوانب الفنية الدقيقة جاءت نسبتها ٣٦،٢٥٪

المقدمة

في عصر التطور التكنولوجي والانفتاح الأعلامي أصبح المشـــــاهد العراقي يواجه كم هائل من

التحديات التي تواجهه وعلى الاصعدة كافة فأصبحت الحاجة ملحة لوجود خطاب اسلامي متطور يقاوم الهجمة الغربية الشرسة وعلى الرغم من كثرة القنوات الفضائية الدينية العراقية لكن نلاحظ عدداً محدوداً جداً من القنوات التي تهتم بالشأن الاسلامي و بذالك يحتاج خطابها الاسلامي الى مزيد من التطوير وفق اسس علمية ورؤية واضحة وكذلك عرضه بقوالب معاصرة متميزة ومنوعة للأرتقاء به

ومن منطلق الحرص على المشاهد العراقي والوقوف على نوعية مايتعرض له من خطاب اسلامي وسبل تطويره فقد جاءت هذه الدراسة للتعرف على اهم اساليب تطوير الخطاب الاسلامي في القنوات الفضائية الدينية العراقية كافة من وجهة نظر الاساتذة الجامعيين بغية الارتقاء بهذا الخطاب المهم وقد قسم الباحث هذا البحث الى أربعة محاور جاء المحورالأول ليحدد الأطار المنهجي للبحث ، أما المحور الثاني فتضمن الخطاب مفهومه ومرتكزاته ،فيما تضمن المحور الثالث الخطاب الأسلامي الأعلامي خصائصه ومصادره ،والمحور الرابع تناول فيه الباحث الدراسة الميدانية للبحث ، وقد توصل الباحث الى عدد من النتائج

المحور الأول
الإطار المنهجي للبحث

١. مشكلة البحث

يرى الباحثون ضرورة ان لاتنشأ فكرة البحث العلمي من فراغ حتى لاتنتهي الى فراغ (١) لذا فأن مشكلة بحثنا هذا تكمن في السؤال الرئيسي الأتي (ماأساليب تطوير الخطاب الاسلامي في القنوات الفضائيةالدينيةالعراقية من وجهة نظر الاساتذة الجامعيين ؟)

لذلك فقد دعت الضرورة العلمية الى تناول الخطاب الاسلامي والتعرف على واقعه وضرورة معالجته والتوصل الى حلول واقعية واكثر فاعلية لاعادة شكله وصياغته على وفق أسس علمية وعملية تناسب حاجاته وواقعه للأ رتقاء أكثر بهذا الخطاب المهم والسعي الى التعرف على أهم اساليب تطوير الخطاب الاسلامي شكلاً ومضموناً من وجهة نظر كل من اساتذة كليات العلوم الاسلامية والاعلام انموذجاً

٢. أهداف البحث

يسعى البحث الى تحقيق هدف عام يتمثل في التعرف عن وجهات نظر الاساتذة الجامعيين في وضع أسس وضوابط تطوير الخطاب الاسلامي وقد تفرعت من ذلك جملة من الاهداف من ابرزها

أ. تقييم الخطاب الاسلامي الذي تبثه القنوات الفضائية والوقوف على اوجه القصور فيه واعطاء مقترحات لأجراءات وضوابط تطويره

ب . التعرف على نوع الخطاب الاسلامي الذي يفضله الجمهورالعراقي

ج. تحديد الاشكال البرامجية المناسبة للخطاب الاسلامي

د.الكشف عن أوجه القصور التي يعاني منها الخطاب الاسلامي في القنوات الدينية العراقية

٣. أهمية البحث

يستمد البحث اهميته من المشكلة التي يتصدى لها فمع دخولنا عصر التعددية الفكرية والاعلامية صار من الواجب تفحص الخطاب الاسلامي في القنوات الفضائية اذن ضرورة البحث تكمن بأهمية وجود خطاب اسلامي اعلامي بكل ابعاده الاتصالية في ظل متطلبات الواقع وضروراته والكم الهائل من المعلومات التي افرزتها تكنلوجيا المعلومات

ان دراسة مثل هذا النوع من الموضوعات يمكن ان يسهم بتوفير قاعدة معلوماتية حول اساليب تطوير الخطاب الاسلامي ويحقق فائدة للقائمين بالاتصال في القنوات الفضائية لتحسين ادائها بغية اصلاح المجتمع من الانحراف والحصول على وسائل التغيير والبناء فيه

٤. منهج البحث

ان هذا البحث هو احد انواع البحوث الوصفية حيث استخدم فيه الباحث المنهج الوصفي الذي يعد جهداً علمياً منظماًيهدف الى الحصول على البيانات ووصف الظاهرة ومعرفة جوانبها كافة

٥. عينة البحث

لتحقيق اهداف البحث تم اختيار عينة قصدية من الاساتذة الجامعيين الذين توزعت اختصاصاتهم بين العلوم الاسلامية والاعلام اذ تم اختيار (٨٠) استاذاً من الخبراء في مجال الخطاب الاعلامي الاسلامي وهي عينة عمدية غير احتمالية

٦. مجالات البحث

يتخذ البحث مجالات رئيسة هي :-

- المجال الزماني :- المتمثل بأجراء الدراسة الميدانية على المبحوثين بتوزيع استمارات استبيان في بداية عام ٢٠١٢
- المجال المكاني :- كل القنوات الفضائيةالدينية المحلية التي تبث مواد دينية الى جمهور محافظة كربلاء ومحافظة بغداد
- المجال البشري:- اساتذة الجامعات العراقية من ذوي الاختصاص بالاعلام والدراسات القرأنية والحديث النبوي الشريف

٧. الدراسات السابقة

على الرغم من أهمية الخطاب الإسلامي في وسائل الاعلام إلا أن الباحث لم يعثر إلا على عدد قليل من الدراسات التي تناولت هذا الموضوع فقد اطلع الباحث على عدد من الرسائل والاطاريح منها

رسالة الماجستير التي تقدم بها الطالب عيسى عيال مجيد إلى كلية الإعلام قسم الصحافة جامعة بغداد والموسومة بـ (صحافة الاقليات الدينية في العراق) خلال عامي ٢٠٠٢- ٢٠٠٣ ، تضمن البحث اربعة فصول بما فيها الأطار المنهجي البحث والفصل الثاني دراسة الأصول لهذه الاقليات فيما خصص الفصل الثالث الصحافة الدينية في العراق، والفصل الرابع الدراسة التحليلية ، فقد سلط الضوء في هذا البحث على اتجاهات الكتاب وتحديد دورهم في نشر الوعي الديني ثم بيان الانواع الصحفية وتشخيص الانشطة الدينية لهذه الاقليات مقارنة مع المضمون الصحفي قبل سقوط النظام في ٩/نيسان/ ٢٠٠٣) . ولم يتناول الباحث المواضيع الإسلامية في هذا البحث وإنما خصص البحث لمواضيع الاقليات الدينية في العراق فقط. إما الدراسة االثانية فهي عن الإعلام الإسلامي في تلفزيون العراق تقدم بها الطالب هاشم احمد إنغيمش إلى قسم الإعلام / كلية الآداب ، جامعة بغداد عام ٢٠٠١ حيث قسم البحث إلى خمسة فصول وهي : الاطار المنهجي للمبحث ومفهوم الإعلام الإسلامي والثالث الدعوة الإسلامية ، والرابع البرامج الإسلامية في تلفزيون العراق، والخامس خصص للدراسة الميدانية.

المحور الثاني / الخطاب مفهومه ومرتكزاته

- **مفهوم الخطاب**

إن مفهوم الخطاب كمصطلح عربي ، عرفته الثقافة العربية الاسلامية في (حقل الاصول) ذلك الحقل الواسع الذي يقوم على دراسات تتعلق بتأصيل علوم القرآن الكريم والحديث واللغة والكلام .. لذا فان لفظة(خطاب) التي هي مصدر خاطب أي (كلمه وحادثه ووجه اليه كلاما)(٢)

ويأتي مفهوم الخطاب على وفق الادبيات التي عنيت بدراسة الخطاب في اطار اللسانيات بالمعاني الثلاثة الاتية (٣) :-

الخطاب يعني الكلام .

الخطاب مرادف للملفوظ .

الخطاب الملفوظ اكبر من الجملة .

ويمكن الاشارة الى تعريف معجم المصطلحات الادبية المعاصرة للخطاب على انه (مجموع التعابير الخاصة التي تتحدد بوظائفها الاجتماعية ومشروعها الآيديولوجي)(٤)

هو أيضاً (شكل اتصالي يتضمن صياغة لغوية لنقل مضمون يتضمن افكار ومعتقدات واراء ..تتخذ صورا مختلفة من النصوص والجمل العبارات والكلمات والمصطلحات واللهجات والتعابير والاشكال والرموز والحركات .. تتفق مع غاية وهدف واتجاه المرسل والتأثير المطلوب احداثه أي انها عملية ايصال معنى الى الاخر) (٥).

والخطاب في نظر الجابري (هو مجموعة من النصوص)وله جانبان ، ما يقدمه الكاتب وهو (الخطاب) ، وما يقرأه أويفهمه القارئ وهو (التأويل)(٦)

حتى استخدم الخطاب على مختلف الازمنة في تحديد ماهية المجتمع وهويته (٧)

وهنالك عدة انماط من الخطاب يعبر عن طريقها عن هذه الوظائف (٨)

أ / الخطاب المباشر الذي يتسم مضمونه بالمباشرة وهو خطاب حواري يستغني عن التقنيات المجازية

ب/ الخطاب الضمني ويتعارض مع الخطاب المباشر ويهدف الى ايصال المعنى عن طريق رموز تأويلية غير مباشرة أويتميز بأمتلاكه قدرة حدسية وتوليد مستويات من التأويل الى ما لا نهاية

ج/الخطاب الايحائي ويتحدث عن موضوع معين قد يكون في بعض جوانبه مباشراً ولكنه يوحي بأفكار أخرى ، فهو لايهدف الى ايصال مضمونه عبر رموز مباشرة أو ضمنية (٩)

- **أهم مرتكزات الخطاب الدعوي الاسلامي. (١٠)**

١. الأنفتاح / أي انفتاح الخطاب على الناس كافة فلا ينغلق على فئة وينحصر على فئة دون غيرها ومن عالمية الرسالة الاسلامية تتشكل عالمية الخطاب

٢. التيسر ورفع الحرج / ويعني ان يتسم الخطاب بالتيسروالابتعاد عن التعسير لأن الاسلام دين اليسر ولا العسر وبالتالي لابد من رفع الحرج عن الناس والمشقة وان يسعى الخطاب في مقاصده لتحقيق هذه الاهداف ، قال تعالى ((يُرِيدُ اللَّهُ بِكُمُ الْيُسْرَ وَلا يُرِيدُ بِكُمُ الْعُسْرَ)) ٠(سورة البقرة – الاية (١٨٥)

٣. التدرج في التبليغ والتطبيق : التدرج سنة شرعية وطبيعية في الخلق. و يفرض على الخطاب التدرج في التبليغ والتطبيق . وهو منهج قامت عليه الدعوة الإسلامية واقتضتها الطبيعة البشرية ، لذا وجب الأخذ بها لتحقيق فاعليتها .. فلا بد من خطوات ومراحل المألوف وترافقها الحكمة والتبصر حتى يدرك الخطاب غاياته ومراميه ولا يكون محل نفور.

المحور الثالث
الخطاب الإعلامي الإسلامي :الخصائص والمصادر

- **الخطاب الإسلامي في الإعلام**

عرف محي الدين عبد الحليم الإعلام الإسلامي بأنه تزويد الجماهير بصفة عامة بحقائق الدين الإسلامي من خلال وسيلة إعلامية سواء كانت متخصصة أو عامة لغرض تكوين رأي عام صائب يعي الحقائق الدينية ويدركها ويتاثر بها (١٢) . وقد بدأ الإعلام الإسلامي في صدر الإسلام أو منذ المبعث النبوي الشريف ونزول الوحي الالهي على نبينا محمد (ﷺ) في الجزيرة العربية. أذ كان القرآن الكريم والحديث النبوي والخطب النبوية والأذان والغزوات والقصائد الشعرية والعلاقات الإنسانية ومواسم

الحج والتجارة كلها تمثل وسائل إعلام للرسالة الإسلامية المحمدية.(١٣)

وإن الإعلام الإسلامي يختلف عن الإعلام في العصر الحديث من حيث الوسائل والأساليب والوظائف وأن ما يميزه هو المضمون الذي يعبر عنه والاخلاقيات التي تحكمه. والخطاب الإسلامي هو جزء من ممارسة إنسانية معاصرة بعيدة عن الجمود والتخلف ومواكبة الركب الحضاري عن طريق الإيمان التام بالدين الإسلامي الحنيف ويقابله معرفة واسعة بعلم الاتصال ونظرياته ووسائله وأساليبه. والإعلام الإسلامي هو الإعلام العام للدولة المسلمة لأن الإسلام دين شامل لكل مفردات الحياة وينبغي أن يكون ذو مضامين إسلامية تعبر عن واقع المجتمعات الإسلامية ويخضع لضوابط الشريعة الإسلامية (١٤) . وإن تعدد أنتاجه أو اخراجه من جماعة إسلامية أو مؤسسة دعوية رسمية أهلية يجمعهم الاستناد للدين وأصوله ومرجعيته لرؤاهم وطروحاتهم سواء كانت سياسية أو اجتماعية أو اقتصادية أو ثقافية. كما ينظر إلى الخطاب الإسلامي كونه وسيلة للتبليغ فيمزج الوسيلة مع المضمون في تحديد نوعية الخطاب. وهناك نوعين من الخطاب الأول الخطاب الاسلامي المعتدل والثاني الخطاب الاستبياني المتشدد (١٥). بما أن الخطاب الإعلامي الإسلامي يحمل معاني ومقاصد ودلالات دعائية قائمة على الاقناع والتاثير في المتلقي من خلال تحويل الأفكار والقيم والاتجاهات إلى واقع يتجسد بممارسات سلوكية تتناغم وتنسجم وأهداف القائم بالاتصال (١٦).

- **. التمييزبين الاعلام الاسلامي و الاعلام المعاصر**

هناك عدة مميزات أو خصائص ميزت الاعلام الاسلامي عن الاعلام المعاصر وهي على النحو التالي(١١):

- يعد كل افراد المجتمع الاسلامي قائمين بالاتصال ومسؤولين عن تبلغ الدعوة الاسلامية كل حسب قدرته وعلمه من خلال مراقبة اي انحراف أو خروج عن القيم الاسلامية واتخاذ حديث الرسول صلى الله عليه وسلم (من رأى منكم منكراً فليغيره بيده فأن لم يقدر فبلسانه فأن لم يقدر فبقلبه وذلك اضعف الايمان).
- الاعلام الاسلامي اعلاما هادفآ وموجهآ لتحقيق هدف واحد هو أعلاء كلمة الله والمؤمنين من المسلمين على أن يكونوا على يقظة من كل حركة أو كلمة أو موقف.
- الاعلام الاسلامي قائم على الاقناع لا على اساس الاكراه من أجل الوصول إلى الاقناع.
- تتسم الرسالة الاسلامية بالثبات حيث ان مصدرها هو رب العالمين في حين تعتمد رسائل الاعلاميين على نقل وتبليغ الرسالة دون أي اضافة أو تحريف.
- اعتماد الاعلام الاسلامي نظرية المثل والقدوة الحسنة ومن خلال المتابعة والتربية المستمرة للصفوة .

- اعتمد الاعلام الاسلامي الاسلوب الموضوعي القائم على التحليل والوضوح والتأمل وأتخاذ كافة الوسائل التي تنمي ملكة التفكير لدى المتلقي.

- **وظائف وسمات الخطاب الإعلامي الإسلامي**

يتوقف نجاح وتأثير الخطاب الإعلامي على تحقيق ظروف لازمة وتهيئة وسائل الاتصال المناسبة وبحسب نوعية الجمهور مع الأخذ بنظر الاعتبار الظروف التي يمر بها المتلقي ووضعه النفسي والاجتماعي والحقائق وأمكانياته الفكرية والثقافية . فضلا عن لغة المخاطبة لما لها من دور أساسي في عملية الاتصال وأن هناك عدة وظائف للخطاب الإسلامي الإعلامي منها:- (١٧):

- أثارة الحاجات الاتصالية للمتلقين ونشرها على إن يقوم الخطاب الإعلامي على توصيل رسالة لاحداث التأثير المطلوب وبصيغ خطابية مختلفة.
- تعتمد رسالة الخطاب الإعلامي على المضامين والأشكال والرموز وبصيغ مختلفة تحمل براعة أسلوبية وجمالية تهدف لشد انتباه المتلقي.
- تعتمد الرسالة الخطابية على تفاعل بين منتج الخطاب والفاعل أو المخطط الذي يقوم باعادة انتاجه بما يحقق أهداف الرسالة الخطابية واداء وظائفها.
- تتكون الرسالة الخطابية من تشكيلات ونصوص دلالية لغوية وغير لغوية تعتمد على أساليب اتصالية لفظية وغير لفظية من خلال الاعتماد على الوسائل الإعلامية المختلفة.
- يتفاعل الخطاب الإعلامي الإسلامي مع غيره من الخطابات فهو يتضمن المؤثرات والمصادر.

ويوصف الخطاب الإعلامي بالقصدية المباشرة في ايصال مضمونه الذي ينطوي على أهداف مختلفة.

- **مصادر المواضيع الإسلامية**

لا يمكن للكاتب أو الأديب أو الصحفي عندما يروم نشر موضوعاً إسلامياً في وسائل الإعلام، فيكون الاعتماد يعتمد على المصادر الإسلامية لأنها تسنده في مقالاته أو في تقاريره أو عموده وحتى في نشراته وآخباره . فلابد من الاعتماد على كتب واحاديث العلماء والمفكرين. لأن المصدر يعزز الثقة بين الكاتب، والمتلقي وهناك عدة ضوابط لأدامة الصلة مع المصدر منها (١٨).

أن يكون حسن الخلق :أي الترابط ما بين الكاتب والمصدر لأنه يرى فيه كل خير وجميل.

الوفاء بالعهد: يعد من الأسس المهمة التي تسند العلاقة بين الصحفي المسلم ومصادره و ذلك بأتمانه على الاسرار والأخبار التي يرمون نشرها أو عدم نشرها.

طلاقة الوجود:أن الكلام الطيب للصحفي المسلم وبشاشته عند المقابلة أو عرض الموضوع في أحدى وسائل الإعلام، لها تأثير في جذب انتباه القارئ والتأثير به واقناعه.

أما عن أهم المصادر التي يرجع إليها الكتاب والصحفيين والباحثين في كتابة المواضيع الإسلامية سواء في الصحف أو المجلات الكتب او الندوات والمؤتمرات ووسائل الاعلام الاخرى هي:- (١٩):

- الكتب السماوية المقدسة:القرآن الكريم وتفاسيره وشروحاته وكتب العقائد الدينية.
- كتب الاحاديث النبوية الشريفة.
- الكتب الدينية الإسلامية وغيرها.
- علماء الدين ورجاله والمفكرين والكتاب والاساتذة المتخصصون ورجال العلم والمعرفة والباحثين فضلاً عن ذوي العلاقة والاختصاص في مختلف المسؤوليات في المراكز الدينية الرسمية وغير الرسمية داخل البلاد وخارجها.
- الملاحظة والمشاهدة.
- وسائل الإعلام بما فيها المرئية والمسموعة والمقروءة
- المؤتمرات والندوات وحلقات العلم والمجالس على مختلف مستوياتها.
- الدراسات والبحوث ومراكزها والرسائل والاطاريح العلمية الجامعية وغيرها.
- شبكة المعلومات الدولية. الانترنيت وغيرها من الشبكات المتخصصة.

المحور الرابع
الدراسة الميدانية

تفسير النتائج

في سياق تحليل البيانات المستقاه من اجابات المبحوثين من اساتذة كليات العلوم الاسلامية واساتذة الاعلام في الجامعات العراقية جرى تقسيم البيانات تلك الى مجموعة من المحاور يمكن عرضها على وفق الاتي

١. مدى المشاهدة للقنوات الفضائية الدينية بالنسبة للمبحوثين

توزعت اجابات المبحوثين بشان التساؤل المتعلق بمدى مشاهدة القنوات الفضائية المحلية الدينية على مستويات عدة وعلى وفق الاتي:-

- **دائماً /** المشاهدة المنتظمة المكثفة احتلت المرتبة الاولى بواقع (٥٠) مبحوثآ وبنسبة (٦٢،٥٪)
- **احياناً /** المشاهدة غير المنتظمة احتلت المرتبة الثانية بواقع (٢٦) مبحوثآ وبنسبة (٣٢،٥٪)
- **نادراً /** المشاهدة العرضية أو الصدفة احتلت المرتبة الثالثة بواقع (٤) مبحوثين وبنسبة (٥٪)

وكما موضح في الجدول رقم (١)

جدول رقم (١) يوضح مديات مشاهدة القنوات الفضائية الدينية المحلية للمبحوثين

المشاهدة للقنوات الفضائية الدينية	التكرار	النسبة
دائماً	٥٠	٦٢،٥٪
احياناً	٢٦	٣٢،٥٪
نادراً	٤	٥٪
لا أشاهدها	لايوجد	-------
المجموع	٨٠	١٠٠٪

٢. مدى الرضا عن الخطاب الاسلامي في الفضائيات الدينية المحلية

اوضحت النتائج ان حوالي (٤٠)مبحوثآ وبنسبة (٥٠٪) من المبحوثين يشعرون بالرضا بدرجة متوسطة عن الخطاب الاسلامي في القنوات الفضائية الدينية و (١٠) مبحوثين وبنسبة (١٢،٥٪) يشعرون بالرضا عن الخطاب الاسلامي وبدرجة كبيرة وذلك مقابل (٣٠) من المبحوثين غير راضين عن ذلك الخطاب وان اسبابهم هو تكرار الموضوعات المعروضة وعدم اضافة معلومات دينية مفيدة وكما موضح في الجدول رقم (٢)

جدول رقم (٢)يوضح مدى الرضا عن الخطاب الاسلامي حسب رأي المبحوثين

الرضا عن الخطاب الاسلامي	التكرار	النسبة
أشعر بالرضا الى حد ما	٤٠	٥٠٪
أشعر بالرضا الى حد كبير	١٠	١٢،٥٪
غير راضي عن ذلك الخطاب	٣٠	٣٧،٥٪
المجموع	٨٠	١٠٠٪

٣ـ الاشكال البرامجية المناسبة لتقديم الخطاب الاسلامي في القنوات الفضائيةالدينية

اشار افراد عينة البحث بأنهم يفضلون الجمع بين اكثر من شكل برامجي لتقديم الخطاب الاسلامي وكان عددهم (٢٢) مبحوثآ وبنسبة (٢٧،٥٪)

واشار (١٩) مبحوثآ وبنسبة (٢٣،٧٥٪)الى تفضيل شكل الحوار مع ضيوف متخصصين

واشار (١٧) مبحوثآ وبنسبة (٢١،٢٥٪) الى تفضيل الشكل الدرامي ،أما شكل الحديث المباشر والتحقيقات التلفزيونية فقد جاءت نسبتهم متساوية بواقع (١١) مبحوثآ وبنسبة (١٣،٧٥٪)لكل منهما وكما موضح في الجدول رقم (٣)

جدول رقم (٣) يوضح الاشكال البرامجية المفضلة لدى افراد عينة البحث

الشكل البرامجي المفضل	التكرار	النسبة
الجمع بين أكثر من شكل برامجي لتقديم الخطاب الاسلامي	٢٢	٢٧،٥٪
حوار مع ضيوف متخصصين	١٩	٢٣،٧٥٪
شكل درامي (أفلام ومسلسلات)	١٧	٢١،٢٥٪
حديث مباشر	١١	١٣،٧٥٪
تحقيقات تلفزيونية مفسرة	١١	١٣،٧٥٪
المجموع	٨٠	١٠٠٪

٤. ابرز اوجه القصور التي يعاني منها الخطاب الاسلامي

اشار غالبية أفراد عينة البحث بأن ابرز اوجه القصور التي يعاني منها الخطاب الاسلامي الحالي في القنوات الفضائية الدينية العراقية هو عدم ابراز كل الامور الدينية لشتى العقائد والمذاهب بالدرجى الاولى بواقع (٣٠) مبحوثآ وبنسبة (٣٧،٥٪) وقلة البرامج الدينية ذات الصلة بالقرأن الكريم واهل البيت (ع) بالدرجة الثانية بواقع (٢٧) مبحوثآ وبنسبة (٣٣،٧٥٪) وبالدرجة الثالثة هو عدم اعتماد الحرفية والمهنية بشكل جدي في اعداد البرامج والمواد الدينية الاخرى بواقع (٢٣) مبحوثآ وبنسبة (٢٨،٧٥٪)

وكما موضح في الجدول رقم (٤)

جدول رقم (٤) يوضح ابرز اوجه القصور في الخطاب الاسلامي الحالي في القنوات

اوجه القصور في الخطاب الاسلامي	التكرار	النسبة
عدم أبراز الامور الدينية ولشتى العقائد والمذاهب السائدة في المجتمع	٣٠	٪٣٧،٥
قلة البرامج الدينية ذات الصلة بالقران الكريم وأهل البيت (عليهم السلام)	٢٧	٪٣٣،٧٥
عدم أعتماد الحرفية والمهنية بشكل جدي في اعداد البرامج والمواد الدينية	٢٣	٪٢٨،٧٥
المجموع	٨٠	٪١٠٠

٥. موضوعات الخطاب الاسلامي المفضلة

توزعت اجابات المبحوثين بشأن التساؤل المتعلق (ماهي الموضوعات التي يفضلها المبحوثين في تطوير الخطاب الاسلامي) على وفق الاتي:-

ـ مواضيع العلوم الاسلامية المتخصصة

(التي تعنى بأبراز المناسبات الدينية والاقتداء بسيرة اهل البيت (عليهم السلام) وتفسير النصوص القرأنية والاحاديث النبوية والتأكيد على المسائل الشرعية وابراز سيرة رجال الدين والعلماء الافاضل) وقد حصلت على المرتبة الولى بواقع (١٨) مبحوثآ وبنسبة (٢٢،٥٪)

ـ المواضيع الثقافية الاسلامية

التي تعنى بالشعر والقصص والنقد والادب الاسلامي وعرض الاصدارات الاسلامية من كتب ونشرات ثقافية اسلامية بكل اللغات سواء بالداخل والخارج وقد حصلت على المرتبة الثاني بواقع (١٥) مبحوثآ وبنسبة (١٨،٧٥٪)

ـ المواضيع الاجتماعية الاسلامية

التي تعنى بترسيخ القيم والمبادئ الاسلامية العامة المستمدة من القرأن الكريم والسنة النبوية الشريفة والتأكيد على التربية الاسرية الاسلامية والتأكيد على مكانة المرأة في المجتمع الاسلامي ودورها في تنشئة الطفل وقد حصلت على المرتبة الثانية أيضآ بواقع (١٥) مبحوثآ وبنسبة (١٨،٧٥٪)

-المواضيع السياسية الاسلامية

التي تعنى بأحلال السلام والتنديد بالحرب والأرهاب والتأكيد على دعم الوحدة الوطنية ونبذ العنف والدعوة الى المشاركة في الانتخابات وحماية حقوق الانسان وقد حصلت على المرتبة الثالثة بواقع (١٣) مبحوثآ وبنسبة (١٦،٢٥٪)

-المواضيع الاقتصادية الاسلامية

اتي تعنى بالدعوة الى عدم التجاوز على المال العام وابراز تاريخ الاقتصاد الاسلامي وبيان نشاط البنوك الاسلامية والأرتقاء بالمستوى المعاشي للفرد والمجتمع وقد حصلت على المرتبة الرابع بواقع (١١) مبحوثآ وبنسبة (١٦،٢٥٪)

-المواضيح الصحية الاسلامية

التي تعنى بالتوعية الصحية في المناسبات الدينية سواء في شهر رمضان أو الخاصة بزيارة الائمة الاطهار وابراز دور الطب في الأسلام من خلال الطب النبوي الشريف أو الايات القرأنية الكريمة والدعوة الى التنظيم الغذائي الفاعل في بناء جسم الانسان السليم وقد حصلت على المرتبة الخامسة بواقع (٨) مبحوثآ وبنسبة(١٠٪) ، وكما موضح في الجدول رقم (٥)

جدول رقم (٥) يوضح الرأي حول افضلية موضوعات الخطاب الاسلامي الحالي

موضوعات الخطاب الاسلامي	التكرار	النسبة
مواضيع العلوم الاسلامية المتخصصة	١٨	٢٢،٥٪
الموضوعات الثقافية الاسلامية	١٥	١٨،٧٥٪
المواضيع الاسلامية الاجتماعية	١٥	١٨،٧٥٪
المواضيع السياسية الاسلامية	١٣	١٦،٢٥٪
المواضيع الاقتصادية الاسلامية	١١	١٣،٧٥٪
المواضيع الصحية الاسلامية	٨	١٠٪
المجموع	٨٠	١٠٠٪

٦. اهم ضوابط تطوير الخطاب الاسلامي

يشير الجدول رقم (٦) ان اهم ضوابط تطوير الخطاب الاسلامي الذي تبثه القنوات الدينية هو ان ينطلق فكر التطوير من القرأن الكريم والسنة النبوية أولاً ثم اجتهاد العلماء والمفكرين فيما بعد والتي حصلت على نسبة (٣٨،٧٥٪)

وان يراعي التطوير اعتماد الادلة والحجج المعتمدة عند الجميع عندما يتم التطرق لقضية فقهية أو عقائدية وقد حصل ذلك على نسبة (٣٣،٧٥٪)

وان يؤدي التطوير الى انشاء خطاب اسلامي عادلآ ومراعياً لأهداف الاسلام وبصورة محايدة دون المساس بالأخر وقد حصل ذلك على نسبة (٢٧،٥٪) وكما موضح في الجدول رقم (٦)

جدول رقم (٦) يوضح الرأي حول أهم ضوابط تطوير الخطاب الاسلامي

اهم ضوبط التطوير	التكرار	النسبة
أنطلاق التطوير من القرأن الكريم والسنة النبوية الشريفة ثم أجتهاد العلماء والمفكرين فيما بعد	٣١	٣٨،٧٥٪
أعتماد الادلة والحجج المعتمدة عند الجميع عند التطرق لقضية فقهية أو عقائدية	٢٧	٣٣،٧٥٪
أن يؤدي الى أنشاء خطاب أسلامي عادلآ مع مراعاة أهداف الاسلام دون المساس بالأخرين	٢٢	٢٧،٥٪
المجموع	٨٠	١٠٠٪

٧. الرأي حول اساليب الخطاب الاسلامي الموجهة الى الجمهور والاكثر اقناعاً

حصل الأسلوب التوجيهي على نسبة (٢٥٪) ثم حصل الاسلوب الأرشادي على نسبة (٢٣،٧٥٪) اما الاساليب ذات الشأن التربوي فقد حصلت على نسبة (٢٠٪) والأسلوب التعليمي حصل على نسبة (١٧،٥٪) وجاء الاسلوب التذكيري بنسبة (١٣،٧٥٪)

نستنتج من ذلك ان كل الاساليب مطلوبة وضرورية في الخطاب الاسلامي ولكنها توزعت حسب اراء الخبراء

وكما موضح في الجدول رقم (٧)

جدول رقم (٧) يوضح اسلوب الخطاب الاسلامي الاكثر اقناعاً للجمهور حسب رأي المبحوثين

اساليب الخطاب الاسلامي	التكرار	النسبة
الأسلوب التوجيهي	٢٠	٪٢٥
الاسلوب الارشادي	١٩	٪٢٣،٧٥
الاسلوب التربوي	١٦	٪٢٠
الاسلوب التعليمي	١٤	٪١٧،٥
الاسلوب التذكري	١١	٪١٣،٧٥
المجموع	٨٠	٪١٠٠

٨. القضايا التي يجب التركيز عليها في الخطاب الاسلامي

اظهرت النتائج المستخلصة من اجابات المبحوثين حول اهم القضايا التي يجب التركيز عليها في الخطاب الاسلامي هي التأكيد على قضية حب الوطن والأنتماء أليه والتأكيد على التسامح وقد حصلت هذه القضية على نسبة (٣٧،٥٪) وحصلت قضية تطبيق الاحكام الشرعية الصادرة من القرأن الكريم والسنة النبوية الشريفة على نسبة (٣٢،٥٪) ، أما قضية عرض المسائل العقائدية والفقهية بشكل موضوعي فحصلت على نسبة (٣٠٪) حسب اراء عينة البحث ، وكما موضح في الجدول رقم (٨)

جدول رقم (٨) يوضح الرأي بشأن القضايا التي يجب التركيز عليها

القضايا المفضلة لدى المبحوثين	التكرار	النسبة
قضية حب الوطن والانتماء أليه	٣٠	٪٣٧،٥
قضية تطبيق الاحكام الشرعية الصادرة من القرأن الكريم والسنة النبوية الشريفة	٢٦	٪٣٢،٥
قضية عرض المسائل الفقهية والعقائدية بشكل موضوعي	٢٤	٪٣٠
المجموع	٨٠	٪١٠٠

٩. الرأي بشأن اهم المضامين الساعية الى تطوير الخطاب الاسلامي في القنوات الفضائية

أشار (٢٨) مبحوثآ وبنسبة (٣٥٪) بأنهم يفضلون المضامين التي تبتعد عن الخطاب الطائفي المتطرف بينما أشار (٢٧) مبحوثآ وبنسبة (٣٣،٧٥٪) بأنهم يفضلون المضامين التي تأكد على الجانب الاخلاقي المتعلق بالنبي (ص) واهل بيته

وأشار (٢٥) مبحوثا وبنسبة (٣١،٢٥٪) بأنهم يفضلون المضامين التي تأكد على البناء العقائدي والانفتاح على فهم الأخر

وكما موضح ذلك في الجدول رقم (٩)

جدول رقم (٩) يوضح اهم المضامين الواجب تقديمها في الخطاب الاسلامي

المضامين الساعية لتطوير الخطاب الاسلامي	التكرار	النسبة
الابتعاد عن الخطاب الطائفي المتطرف	٢٨	٣٥٪
التأكيد على الجانب الاخلاقي المتعلق بالنبي (ﷺ)واهل بيته	٢٧	٣٣،٧٥٪
التأكيد على البناء العقائدي والأنفتاح على الاخر	٢٥	٣١،٢٥٪
المجموع	٨٠	١٠٠٪

١٠. أهم الاجراءات الخاصة بتطوير البرامج الدينية في القنوات الفضائية الدينية

أظهرت النتائج المستخلصة من اجابات المبحوثين بشأن الاجراءات الخاصة بتطوير البرامج الدينية الى ان غالبية المبحوثين أكدو على ان الاجراءات التطويرية تأتي على مستويات عدة

المستوى الاول / أعتماد كوادر من ذوي الاختصاص لا سيما فيما يخص الجوانب الفنية الدقيقة حيث حصل هذا الرأي على نسبة (٣٦،٢٥٪)

المستوى الثاني / توحيد الخطاب الاسلامي بين مجمل الفضائيات الدينية المحلية بغية الانفتاح على الغير ومناقشة الفكر الاخر وقد حصل هذا الرأي على نسبة (٣٢،٥٪)

الرأي الثالث / تقديم المقترحات والتواصل مع الجماهير المسلمة واخذ مشورة رجال العلم والفقهاء وقد حصل هذا الرأي على نسبة (٣١،٢٥٪)

وكما موضح في الجدول رقم (١٠)

جدول رقم (١٠) يوضح الاجراءات الخاصة بتطوير البرامج الدينية

الاجراءات الخاصة بتطوير البرامج الدينية	التكرار	النسبة
أعتماد كوادر من ذوي الاختصاص لا سيما فيما يخص الجوانب الفنية الدقيقة	٢٩	٣٦،٢٥٪
توحيد الخطاب الاسلامي بين مجمل الفضائيات الدينية ليؤدي الانفتاح على الغير ومناقشة الفكر الاخر	٢٦	٣٢،٥٪
تقديم المقترحات والتواصل مع الجماهير المسلمة واخذ مشورة رجال العلم والفقهاء	٢٥	٣١،٢٥٪
المجموع	٨٠	١٠٠٪

النتائج

١. اظهرت نتائج استمارات الاستبيان الى ان جميع افراد العينة يشاهدون القنوات الفضائية الدينية وبنسبة ١٠٠٪

٢. ارتفاع نسبة المشاهدة المنتظمة (المكثفة) للقنوات الفضائية الدينية المحلية بالنسبة للمبحوثين بالمقارنة مع مديات المشاهدة الاخرى فقد جاءت النسبة (٦٢،٥٪)

٣. اشار حوالي (٥٠٪) من المبحوثين بالرضا عن الخطاب الاسلامي وبدرجة متوسطة ، فيما اشار (١٢،٥٪) بالرضا عن الخطاب الاسلامي وبدرجة كبيرة ، مقابل نسبة ٣٧،٥٪ من المبحوثين اشاروا بعدم الرضا عن ذلك الخطاب بسبب تكرار الموضوعات المعروضة وعدم اضافة معلومات دينية مفيدة

٤. أظهرت النتائج أن الاشكال البرامجية المفضلة لدى المبحوثين لتقديم الخطاب الاسلامي هو(الجمع بين أكثر من شكل برامجي)لتحقيق رغبات الجمهور المتنوعة وبنسبة ٢٧،٥٪ ، وحصل شكل الحوار مع ضيوف متخصصين على نسبة ٢٣،٧٥٪ ، أما الشكل الدرامي الذي يتضمن الافلام والمسلسلات فقد حصل على ٢١،٢٥٪ ، فيما حصل شكل الحديث المباشر والتحقيقات التلفزيونية على نفس النسبة ١٣،٧٥ ٪

٥. ان ابرز اوجه القصور التي يعاني منها الخطاب الاسلامي حسب وجهة نظر المبحوثين هو (عدم ابراز كل الامور الدينية ولشتى العقائد والمذاهب السائدة في المجتمع) وبنسبة ٣٧،٥٪ ، يليه (قلة

البرامج الدينية ذات الصلة بالقرأن الكريم واهل البيت (ع)) وبنسبة ٣٣،٧٥٪ ، ثم (عدم أعتماد الحرفية والمهنية بشكل جدي في أعداد البرامج والمواد الدينية)وبنسبة ٢٨،٧٥٪

٦. أن تفضيل الخبراء لمواضيع العلوم الاسلامية المتخصصة جاءت بالمرتبة الاولى وبنسبة ٢٢،٥٪ ، والمرتبة الثانية للموضوعات الثقافية الاسلامية والمواضيع الاجتماعية الاسلامية وبنسبة ١٨،٧٥٪ لكل منهما والمرتبة الثالثة حصلت عليها المواضيع السياسية الاسلامية بنسبة ١٦،٢٥٪ ، أما المواضيع الاقتصادية الاسلامية فحصلت على المرتبة الرابعة وبنسبة ١٣،٧٥٪ ، وحصلت الموضوعات الصحية الاسلامية على المرتبة الاخيرة بنسبة ١٠٪

٧. اوضحت النتائج ان اهم ضوابط تطوير الخطاب الاسلامي حسب رأ ي المبحوثين هو (أنطلاق التطوير من القرأن الكريم والسنة النبوية ثم أجتهاد العلماء والمفكرين فيما بعد) وذلك بنسبة ٣٨،٧٥٪ ، يليها (أعتماد الادلة والحجج المعتمدة عند الجميع عند التطرق لقضية فقهية أو عقائدية) بنسبة ٣٣،٧٥٪ ، ثم (أن يؤدي التطوير الى أنشاء خطاب أعلامي عادل مع مراعاة اهداف الاسلام وبدون المساس بالأخرين) بنسبة ٢٧،٥٪

٨. ان الاسلوب الذي يمكن استخدامه في الخطاب الاسلامي والأكثر أقناعاً للجمهور حسب رأي المبحوثين هو الاسلوب التوجيهي وبنسبة ٢٥٪ ، ثم الاسلوب الارشادي بنسبة ٢٣،٧٥٪ ، والاسلوب التربوي بنسبة ٢٠٪ والاسلوب التعليمي بنسبة ١٧،٥٪ ، والاسلوب التذكري بنسبة ١٣،٧٥٪

٩ . ركز المبحوثين على اختيار قضية (حب الوطن والأنتماء أليه) في الخطاب الاسلامي بالدرجة الاولى وبنسبة ٣٧،٥٪ ، وقضية

(تطبيق الاحكام الشرعية الصادرة من القرأن الكريم والسنة النبوية الشريفة) وبنسبة ٣٢،٥٪ ، وقضية (عرض المسائل الفقهية والعقائدية بشكل موضوعي) بنسبة ٣٠٪

١٠. اكدت النتائج على ان (الأبتعاد عن الخطاب الطائفي المتطرف) جاءت بالترتيب الاول من بين المضامين الساعية لتطوير الخطاب الاسلامي ٣٥٪ ، يليها بفارق قليل (التأكيد على الجانب الاخلاقي المتعلق بالنبي (ص) وأهل بيته) ٣٣،٧٥٪ ، وجاءت المضامين التي(تأكد على البناء العقائد والانفتاح على الغير)في الترتيب الرابع وبنسبة ٣١،٢٥٪

١١. أظهرت النتائج بأن أهم الاجراءات الخاصة بتطوير البرامج الدينية من وجهة نظر المبحوثين هي :-

- أعتماد كوادر من ذوي الاختصاص لاسيما فيما يخص الجوانب الفنية الدقيقة جاءت نسبتها ٣٦،٢٥٪
- توحيد الخطاب الاسلامي بين مجمل الفضائيات ليؤدي الانفتاح على الغير ومناقشة الفكر الاخر جاءت النسبة ٣٢،٥٪

- تقديم المقترحات والتواصل مع الجماهير المسلمة وأخذ مشورة رجال العلم والفقهاء جاءت النسبة ٣١،٢٥٪

هوامش البحث

١.سميرمحمد حسين ،بحوث الاعلام الاسس والمبادئ ،كلية الاعلام – جامعة القاهرة ،١٩٧٦، ص٣٧

٢. معجم الوسيط : مجمع اللغة العربية / القاهرة ،دار المروج ، بيروت ، ١٩٩٠- مادة خطيب

٣. صفاء صنكور جبارة ، تحليل الخطاب في الدراسات الاعلامية ، دراسة في الاسس النظرية ، رسالة ماجستير غير منشورة ،جامعة بغداد – كلية الاداب ،١٩٩٦، ص١٢

٤. معجم المصطلحات الادبية المعاصرة ، دار الكتاب البناني ، بيروت ، الدار البيضاء ، ١٩٨٥،ص٨٣

٥.محمد حمود حسن ، الخطاب الاعلامي في الصحافة الاسلامية ،جامعة بغداد ، كلية الاعلام ، ٢٠٠٤، ص٢٢

٦. محمد عابد الجابري ، الخطاب العربي المعاصر ، بيروت ، مركز دراسات الوحدة العربية ،١٩٩٩، ص١١-١٢

٧. محمد فوزي ، ما الذي نريد قوله في الخطاب الاسلامي ، جريدة البصائر ، العدد(١٠) ، ٢٠٠٣، ص٣

٨. د. حميدة سميسم ، الخطاب الإسلامي العراقي بين النظرية والتطبيق ، المؤتمر القطري الاول للأعلام ،٢٠٠١، ص٦

٩. اروى خالد هاشم ، الخطاب الدعائي الإسرائيلي الموجه ضد العراق ، رسالة ماجستير غير منشورة ، جامعة بغداد ، كلية الآداب ، قسم الإعلام ، ١٩٩٤،ص١١٢

١٠. عبد الله الزبير عبد الرحمن ، من مرتكزات الخطاب الدعوي في التبليغ والتطبيق ، سلسلة كتاب الامة ، وزارة الاوقاف والشؤون الاسلامية ، قطر ، ١٩٩٧، ص١١٧

١١. احمد غلوش : الدعوة الإسلامية أصولها ووسائلها، ط١، القاهرة، دار الكتاب المصري، بلا سنة طبع، ص٧٣.

١٢. محي الدين عبد الحليم: الإعلام الإسلامي وتطبيقاته العلمية، ط٢، القاهرة، مطبعة السرين، ١٩٨٤، ص٩٤.

١٣. عبد اللطيف حمزة: الإعلام في صدر الإسلام، ط١، القاهرة، دار الفكر العربي، ١٩٧٨، ص٣٨.

١٤. محمد محمود متولي: الإعلام الإسلامي والرأي العام، مصر، شركة سعيد رأفت للطباعة، ١٩٨٨، ص٦٤.

١٥. محمد محمود حسن: الخطاب الإعلامي في الصحافة الإسلامية، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة بغداد، كلية الإعلام، ٢٠٠٤، ص٨٦.

١٦. محمد محمود حسن ، الخطاب الاسلامي في الصحافة الاسلامية ، مصدر سبق ذكره، ص٨٨.

١٧. هاشم احمد نغيمش: الاعلام الاسلامي في التلفزيون ، أطروحة دكتوراة غير منشورة ، كلية الاداب ، قسم الاعلام ، جامعة بغداد ، ٢٠٠١، ص٥٧.

١٨. عيسى عيال مجيد ، صحافة الاقليات الدينية في العراق ، رسالة ماجستير غير منشورة ، كلية الاعلام ، جامعة بغداد ، ص٦٨.

١٩. رعد كامل الحيالي: الإعلام الإسلامي الواقع والحقيقي، بغداد، مطبعة الخلود، ١٩٩٤، ص٧.