المواضيع الإسلامية في الصحافة الحلية

صحيفة الفيحاء انموذجاً للفترة من ٢٠/ ٤/ ٢٠٠٨ ـ ٢١/٤/ ٢٠٠٩

دراسة وصفية تحليلية

م.م .حاتم بديوي عبيد الشمري

مركز بابل للدراسات الحضارية والتاريخية

المقدمة :

نظرا للميزات التي تحظى بها الصحافة بين وسائل الإعلام من خلال ما تقوم به من وظائف وأهداف، وحسب نظرية التلقي والتنافر، المتعلق بطبيعة الجمهور المستقبل والتي تهتم بمعرفة ميل سلوك ما يتلاقاه من مضامين التي تتنافر مع معتقداته أو تتسق معها، كما تخضع هذه المضامين إلى عملية الانتقاء ، لذا أعطت النظرية الإعلامية الإسلامية المسؤولية الذاتية للقائمن بالاتصال بالتركيز على الضمير والنية، فالقائم بالاتصال مطالب باستعراض القيم التي تتفق مع المبادئ الإسلامية والاخلاقية ، فهو يعد شروحاته وتفسيراته ومقالاته وتحليلاته واخباره ومعلوماته لا وفق ميوله أو ميول المؤسسة الإعلامية التي يعمل فيها بل وفق الموضوعية الهادفة التي تسهم في تحقق الاستقرار والتوجيه والتعليم والمعرفة والتحصيل. وكل ذلك يؤدي إلى أبراز أهمية دور الإعلام في بناء المجتمعات الإسلامية المعاصرة .

لذا جاءت فكرة الباحث في التعرف على المواضيع الإسلامية المنشورة في الصحافة الحلية واهتمام القائمين عليها.

وقسم البحث إلى اربعة مباحث، في المبحث الاول هو الأطار المنهجي للبحث والذي تضمن أهمية البحث ومشكلته وهدفه ومنهجه واجراءات البحث ومجتمعه. إما المبحث الثاني فقد قسم إلى موضوعين الاول: تاريخ الصحافة الإسلامية بشكل عام في العراق ، والموضوع الثاني : تاريخ الصحافة الإسلامية في الحلة. والمبحث الثالث فقد خصص : للخطاب الإعلامي الإسلامي، وتناول فيه ثلاثة مواضيع ، الاول: الخطاب الإسلامي بصورة عامة والصحافة بصورة خاصة، أما الموضوع الثاني : فقد خصص عن مصادر الموضوعات الإسلامية ، والموضوع الثالث: كان عن خصائص وسمات الخطاب الإعلامي الإسلامي.

اما المبحث الرابع : فقد خصص للدراسة التحليلية للمواضيع الإسلامية المنشورة في صحيفة الفيحاء ضمن المدة التي خضعت للبحث، وفي نهاية البحث خرج الباحث ببعض النتائج

إضافة إلى المصادر التي اعتمد عليها في البحث.

المبحث الأول

الإطار المنهجي :

إذا كان هدف الصحفي أو الكاتب أن يحصل على استجابة أو تأثير فلا بد أن تكون له مقدرة اقناعية ودراسة عن طبيعة الجمهور المتلقي وتفضيلاته ، والمواضيع الإسلامية تتنوع موضوعاتها واصداراتها فأما أن تكون توجيهية أو ارشادية أو تعليمية أو تثقيفية... لكي تأخذ تأثيرها لدى المتلقي وحسب درجة ثقافته في تفسير المضمون الإعلامي الموجه له . لذا شهدت المواضيع الإسلامية المنشورة في الصحف تطورا كبيراً في كافة الأنواع الصحفية سواء كانت الخبرية أو المقالية وفي التقارير والعمود الصحفي والتحقيقات والدراسات والبحوث، فضلا عن استخدام الصور وشهد هذا التطور بعد سقوط النظام في ٢٠٠٣/٤/٩، إذْ كانت لا تشكل هذه المواضيع إلا نسبة بسيطة في النشر وهذه هي حرية التعبير عن الرأي الذي أخذت به هيئة الاعلام والاتصالات بعد ٢٠٠٣/٤/٩ وكما شهده عراقنا الاتحادي الديمقراطي المعاصر وصحافتها المستقلة والمؤيدة والمعارضة.

١.١ . أهمية البحث :

تعد دراسة المواضيع الدينية الإسلامية في الصحافة الحلية من المواضيع ذات الأهمية. وبعد ان شهدت الصحافة بصورة عامة نشاطا واضحا وملحوضا في حرية التعبير بعد ٢٠٠٣/٤/٩ مما اتاح فرصة للكتاب والباحثين والصحفيين وخاصة ذو الاتجاهات الدينية حرية واسعة لنشر افكارهم وأرائهم وابحاثهم في مختلف الوسائل الإعلامية مما نضج الخطاب الاعلامي الإسلامي النابع من متطلبات الواقع وضروراته الموضوعية واتجاهاته الواضحة التي لها دور مؤثر في مجتمع يتصف بتأثيرها إلى حد ما بكل ما هو مغيب وجديد سيما الخطاب الديني الذي شهد تغيب ممنهج ومبرمج لمدة ثلاث عقود خلال مدة حكم النظام السابق.

٢.١ . مشكلة البحث:

"يرى الباحثون ضرورة أن لا تنشأ فكرة البحث العلمي من فراغ حتى لا تنتهي إلى فراغ"[١]، لذا فإن مشكلة بحثنا هذا تكمن في السؤال الرئيسي الآتي : ماهي المواضيع الدينية الإعلامية المنشورة في صحيفة الفيحاء الحلية؟ وتتفرع من هذا التساؤل عدة تساؤلات فرعية هي:

١) أنواع الموضوعات الإسلامية التي تناولتها تلك الصحيفة؟

٢) انواع الفنون الصحفية التي عرضت فيها تلك المواضيع؟

٣) المصادر التي تم الاعتماد عليها في تحرير تلك المواضيع؟

٤) المناسبات التي كتبت فيها تلك المواضيع؟

٥) ما نوع الخطاب الإعلامي الإسلامي الموجهة؟

٦) الكشف عن القوالب الصحفية التي تم استخدامها في المواضيع الصحافية.

٣.١ هدف البحث :

تناول هذا البحث المواضيع الإسلامية في الصحافة الحلية (صحيفة الفيحاء نموذجاً) للكشف والأجابة على الأسئلة في مشكلة البحث وهي:

١) التعرف على أنواع المواضيع الإسلامية التي تناولتها الصحيفة.

٢) الكشف عن المصادر التي تم الاعتماد عليها في كتابة تلك المواضيع.

٣) التعرف على المناسبات التي كتبت فيها تلك المواضيع.

٤) التعرف على نوع الخطاب الإعلامي الإسلامي لتلك المواضيع .

١. ٤. منهج البحث

بما إن مشكلة البحث تحددت في المواضيع الإسلامية المنشورة في صحيفة (الفيحاء)، والهدف منها هو الوقوف على واقع وطبيعة تلك المواضيع التي تناولتها الصحيفة ومصادرها ووظائفها ، لذا فان هذا البحث عد من انواع البحوث الوصفية واتبعت فيه المنهج المسحي وأداة تحليل المضمون . لأن وظيفة البحوث الوصفية تقوم على وصف الظاهرة التي يدرسها المنهج المذكور من خلال جمع المعلومات وتبويبها كما فرضت مشكلة البحث واهدافه إلى استخدام المنهج الوصفي . لأنه يتيح أمكانية جمع المعلومات وتصنيفها بدقة والتوصل إلى اجابات علمية دقيقة عن التساؤلات في الدراسة عبر استخدام طريقة تحليل المضمون[٢] .

١. ٥ . إجراءات البحث :

استخدم الباحث أداة تحليل المضمون في المواضيع الإسلامية المنشورة في صحيفة (الفيحاء) وتم اجراء البحث وفق الآتي:

١) **عينة البحث** : تم اخذ عينة من مجتمع البحث وهي العينة القصدية ، إذ تم اختيار اعداد الجريدة الخاصة بموضوع البحث وعددها ٤٦ وتم فرز المواضيع الإسلامية وفق (الفئات

الرئيسية) وهي العلوم الإسلامية المتخصصة ، الثقافية، الاجتماعية، السياسية، الاقتصادية، الرياضية، الصحية .

- تم فرز الفنون الصحفية التي استخدمت في نشر المواضيع الإسلامية في الصحافة الحلية وهي (الاخبار ، البحوث و الدراسات ، التقارير ، التحقيقات ، العمود الصحفي ، المقال الصحفي ، المقابلة وتم استثناء الكاركتير والرسوم الصورية) . بالتبني وبدراسة وثبات عاليين حول موضوعات اثناء التحليل.
- تم تحديد اساليب الخطاب الإعلامي الإسلامي الموجه من خلال المواضيع المنشورة في الجريدة وهي (التوجيهي ، الارشادي، التربوي، التعليمي، التفكيري) .

٢) تحديد فئات البحث.

٣) جدولة فئات البحث.

٤) حساب تكرارات البحث.

٦.١. حدود البحث :

١. **الحدود الموضوعية:** شمل البحث المواضيع الإسلامية المنشورة في جريدة الفيحاء للمدة من ٢٠/٤/ ٢٠٠٨ ولغاية ٢١/٤/ ٢٠٠٩.

٢. **الحدود الزمانية:** تم تحديد الدراسة في بحثنا هذا من تاريخ ٢٠/٤/ ٢٠٠٨ ولغاية ٢١/ ٤/ ٢٠٠٩ أي من العدد (٢٠١) الصادر بتاريخ ٢٠/٤/ ٢٠٠٨ ولغاية العدد (٢٤٧) الصادر يوم ٢١/ ٤/ ٢٠٠٩.

٣. **الحدود المكانية:** تم اخذ صحيفة (الفيحاء) الصادر في محافظة بابل والتابعة لشبكة الإعلام العراقي، لأنها الصحيفة الوحيدة التي امتازت بالصدور المنتظم ومازالت مستمرة منذ عام ٢٠٠٣ وشهدت اهتماما ملحوظا في تغطية الموضوعات الإسلامية.

٧.١ مجتمع البحث

شمل البحث المواضيع الإسلامية المنشورة في جريدة الفيحاء للفترة من ٢٠/٤/ ٢٠٠٨ ولغاية ٢١/ ٤/ ٢٠٠٩ وضمن (٢٩) عددا نشرت على أبواب وصفحات الجريدة المختلفة من أصل (٤٦) عددا.

٨.١. التعاريف الخاصة بالبحث

أ. **المواضيع الإسلامية:** وهي المواضيع التي تركز على كل ما يتعلق بالمواضيع الاسلامية والديانة الاسلامية في مختلف الفنون الصحفية ولآغراض متنوعة ومتباينة منها اعلانية وارشادية وتوضيحية وتوجيهية .

ب. **الخطاب الإسلامي:** هو الخطاب الذي له شكلا ومضمونا يتعلق بكل شؤون الديانة ومجالاتها المختلفة بما فيها استخدام كافة الوسائل والاساليب ذات الانماط المشوقة لغرض التأثير في المتلقي بصورة مباشرة وغير مباشرة.

ت. **الإعلام الإسلامي:** هو عبارة عن نشر المعلومات ما يتعلق بالديانة الاسلامية عبر الوسائل الاتصالية المختلفة.[٣]

١. ٩ .الدراسات السابقة :

على الرغم من أهمية الإعلام الإسلامي في الصحافة إلا أن الباحث لم يعثر إلا على عدد قليل من الدراسات التي تناولت هذا الموضوع فقد اطلع 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/ ٢٠٠٩) . 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 آذ 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. ولم يركز على المواضيع الصحفية الإسلامية المنشورة في الصحافة العراقية آنذاك.

المبحث الثاني

٢. ١ تاريخ الصحافة الإسلامية في العراق :

تعد الصحافة الإسلامية أحد وسائل الإعلام المتخصص في المواضيع الإسلامية ، المتمثل باعلام الدعوة الإسلامية بعقيدتها وشريعتها وبوصفها آخر الديانات السماوية المرسلة إلى الناس جميعاً. ، وقد عرف تاريخ الصحافة الدينية في العراق بأول مجلة دينية غير إسلامية سميت (أكليل الورد) وهي مجلة شهرية صدرت عن الآباء الدومينكان عام ١٩٠٢ في مدينة الموصل وبحجم الثمن وبستت عشرة صفحة. [٤]

وبعد عقد من الزمان ونيف صدرت اول جريدة دينية في العراق عرفت بـ (صدى الإسلام) بتاريخ ٢١ صفر ١٣٣٦ الموافق ٢٣ تموز ١٩١٥ لصاحبها نور الدين بك والي بغداد وباللغتين العربية والتركية وتوقفت عن الصدور بتاريخ ٣/١١/ ١٩١٧ خلال فترة أحتلال القوات البريطانية لبغداد . أبان الحرب العالمية الأولى. أما عن أول جريدة دينية مسيحية فهي (جريدة النداء) لصاحبها الأب نؤيل أيوب الصادرة بتاريخ ٦/٣/ ١٩٥١في بغداد. [٥]

وقد اهتم عدد من الكتاب والباحثين والمؤرخين باعداد جدولة للصحف والمجلات الإسلامية والدينية الصادرة في العراق. منهم الباحث يونس السامرائي والمؤرخ عبد الرزاق الحسني والمؤرخ فائق بطي والمؤرخ حطاب جبار العبادي الذي وضع ببلوغرافيا شاملة للصحافة الدينية في العراق[٦].وهناك عدد من رسائل الماجستير واطاريح الدكتوراه التي كتبت عن تاريخ الصحافة الدينية في العراق . وإن هذه الحقبة الزمنية من تاريخ الصحافة العراقية من ١٨٦٩م ولغاية ٢٠٠٣م صدر أكثر من ٩٢ مطبوعاً إسلامياً بين جريدة ومجلة ونشرة ومن جهات مختلفة من العراق[٧].

٢. ٢ الصحافة الدينية الإسلامية في الحلة :

لم يذكر المؤرخون والباحثون الذين كتبوا عن تاريخ الحلة صدور صحيفة أو نشرة دينية صدرت خلال تلك المدة وبالرغم من إن مدينة الحلة قد احتضنت الكثير من العلماء والمفكرين فضلاً عن الحوزة العلمية والمدارس الدينية لأكثر من ٣٥٠ سنة، وأطلق عليها مدينة العلم والعلماء فضلا عن صدور بعض الكتيبات والكراسات والنشرات للقائمين على الشؤون الدينية لمدينة الحلة في العصر الحديث وحسب ما ذكرها كل من الدكتور كامل القيم والدكتور صباح المرزوك واللذين ركزا على الصحف والمجلات في القرن الماضي ومنذ تأسيس أول صحيفة في مدينة الحلة بتاريخ ١٧/٢/ ١٩٢٧ للأستاذ عبد الرزاق الحسني وهي صحف أدبية ثقافية وذكرت

فيها بعض المواضيع الدينية. ولم تكن في هذه الفترة أيضا صحف متخصصة بل صحف سياسية ثقافية عامة شملت المواضيع الأدبية والثقافية والاجتماعية والسياسية واخبار الحكام والموظفين والاخبار العامة.

٢. ٣ وظائف الصحافة الإسلامية :

تعد الصحافة الإسلامية من الصحافة المتخصصة ولها نفس وظائف الصحافة أو وسائل الاتصال الأخرى. مع وجود شيء من الاختلاف في نوع هذه الوظائف وهي وعلى النحو الآتي[٨]:

١. **الوظيفة الاخبارية**: وتكون بابعادها المختلفة فيها نقل الخبر والاهتمام بنشر الموضوعات الإسلامية من شرح وتفسير والتحليل بعيداً عن جو الاثارة وإعلام الجمهور بالأعياد والمناسبات الدينية.

٢. **الوظيفة الاجتماعية**: أي ترسيخ القيم والأخلاق والعادات التي تنبثق من القرآن الكريم والسنة النبوية والجمع المؤمن بالرسالة الإسلامية، بما فيها من تذكير وأرشاد ونقد وتوجيه والأمر بالمعروف والنهي عن المنكر.

٣. **الوظيفة العقائدية** : وتتكون من وظيفتين هما الوظيفة التعليمية والوظيفة الفكرية أي الرد على الاتهامات والافتراءات التي تنشر ضد الدين الإسلامي وخير مثال على ذلك هي الرسوم المسيئة للرسول الاعظم (ص)، أي تحصين المسلمين بالتعاليم الإسلامية والسنة النبوية والصالحين ممن اتبعوا سيرة أهل بيت الرسول (ص).

٤. **وظيفة التنمية**: المتمثلة بإيجاد المناخ الملائم لها والقائمة على ركائز الإسلام والإيمان والعلم والتعاون لغرض إزالة الجهل والنفاق والكذب.

٥. **الوظيفة الإنسانية**: وتتمثل في المواضيع الإعلامية الإسلامية لدعوة غير المسلمين لإخراجهم من الظلمات إلى النور.

٦. **الوظيفة الترفيهية**: تدخل الموضوعات الإسلامية في الصحف البهجة والسرور على النفوس وإزالة الهموم وافراح القلوب.

٧. **وظيفة تحصين الرأي العام**: تعتمد هذه الوظيفة على تحصين الرأي العام من الفساد والخلقي والسلوكي والوقوف ضد الشائعات والضلالات.

تستند هذه الوظائف في أداءها على بناء الأمة بناءاً سليماً وذلك برجوعها إلى نصوص

القرآن والسنة النبوية الشريفة.

٤.٢. مميزات الاعلام الاسلامي عن الاعلام المعاصر:

هناك عدة مميزات أو خصائص ميزت الاعلام الاسلامي عن الاغلام المعاصر وهي على النحو الأتي[٩]:

١) يعدَ 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 واله وسلم (من رأى منكم منكراً فليغيره بيده فان لم يقدر فبلسانه فان لم يقدر فبقلبه وذلك اضعف الايمان).

٢) الاعلام الاسلامي اعلاما هادف وموجه لتحقيق هدف واحد هو أعلاء كلمة الله والمؤمنين من المسلمين على أن يكونوا على يقظة من كل حركة أو كلمة أو موقف.

٣) الاعلام الاسلامي قائم على الاقناع لا على اساس الاكراه من أجل الوصول إلى الاقناع.

٤) تتسم الرسالة الاسلامية بالثبات حيث ان مصدرها هو رب العالمين بخلاف رسالات الاعلاميين الاخرى، لأن كافة القائمين بالاتصال هو نقل وتبليغ الرسالة دون أي اضافة أو تحريف.

٥) اعتمد الاعلام الاسلامي نظرية المثل والقدوة الحسنة ومن خلال المتابعة والتربية المستمرة للصفوة .

٦) اعتمد الاعلام الاسلامي الاسلوب الموضوعي القائم على التحليل والوضوح والتأمل واتخاذ كافة الوسائل التي تنمي ملكة التفكير لدى المتلقي.

كالمبحث الثالث

٣ – ١ الخطاب الإسلامي في الإعلام :

عرف محيي 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.[١٠] وقد بدأ الإعلام الإسلامي في صدر الإسلام أو منذ المبعث النبوي الشريف ونزول الوحي الالهي على نبينا محمد (ص) في الجزيرة العربية وفي خارجها. ووصف عبد اللطيف حمزة القرآن الكريم والحديث النبوي والخطب النبوية والأذان والغزوات والقصائد الشعرية والعلاقات الإنسانية ومواسم الحج والتجارة كلها تمثل وسائل

إعلام للرسالة الإسلامية المحمدية[١١].

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 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[١٢]. 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 وإن تعدد أنتاجه أو اخراجه من جماعة إسلامية أو مؤسسة دعوية رسمية أهلية فرداً يجمعهم الاستناد للدين وأصوله ومرجعيته لرؤاهم وطروحاتهم سواء كانت سياسية أو اجتماعية أو اقتصادية أو ثقافية. كما ينظر إلى الخطاب الإسلامي بوصفه وسيلة للتبليغ فيمزج الوسيلة مع المضمون في تحديد نوعية الخطاب. وهناك نوعان من الخطاب الأول الخطاب الاستبياني المعتدل والثاني الخطاب الاستبياني المتشدد[١٣]. 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 . ولكن عند دراسة الخطاب الدعوي الإسلامي بفرض دراسة خطاب القرآن الكريم ، والخطاب القرآني والسنة النبوية الشريفة في العمق والبعد والاعجاز[١٤].

٣-٢ مصادر المواضيع الإسلامية :

لا يمكن للكتاب أو الأديب أو الصحفي عندما يروم نشر موضوعاً إسلامياً في وسائل الإعلام، أنْ 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[١٥].

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

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

٣. **طلاقة الوجود:** إن الكلام الطيب للصحفي المسلم وبشاشته عند المقابلة أو عرض الموضوع في 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 هي[١٦]:

(١) **الكتب السماوية المقدسة** : القرآن الكريم وتفاسيره وشروحاته، والتوراة ، والانجيل وكتب العقائد الدينية.

(٢) **كتب الاحاديث النبوية الشريفة.**

(٣) **الكتب الدينية الإسلامية وغيرها.**

(٤) **علماء الدين ورجاله والمفكرون والكتاب والاساتذة المتخصصون ورجال العلم والمعرفة والباحثون** فضلاً عن ذوي العلاقة والاختصاص في مختلف المسؤوليات في المراكز الدينية الرسمية وغير الرسمية داخل البلاد وخارجها.

(٥) الملاحظة والمشاهدة.

(٦) وسائل الإعلام بضمنها المرئي والمسموع والمقروء.

(٧) المؤتمرات والندوات وحلقات العلم والمجالس على مختلف مستوياتها.

(٨) الدراسات والبحوث ومراكزها والرسائل والاطاريح العلمية الجامعية وغيرها.

(٩) شبكة المعلومات الدولية. (الانترنيت) وغيرها من الشبكات المتخصصة.

٣-٣ خصائص 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 لهامن دور أساسي في عملية الاتصال وأن هناك عدة سمات للخطاب الإسلامي الإعلامي [١٧]:

١) إثارة الحاجات الاتصالية للمتلقين ونشرها على إن يقوم الخطاب الإعلامي توصيل رسالة لإحداث التأثير المطلوب وبصيغ خطابية مختلفة.

٢) تعتمد رسالة الخطاب الإعلامي على المضامين والأشكال والرموز وبصيغ مختلفة تحمل براعة أسلوبية وجمالية تهدف لشد انتباه المتلقي.

٣) تعتمد الرسالة الخطابية على تفاعل بين منتج الخطاب والفاعل أو المخطط الذي يقوم باعادة انتاجه بما يحقق أهداف الرسالة الخطابية واداء وظائفها.

٤) تتكون الرسالة الخطابية من تشكيلات ونصوص دلالية لغوية وغير لغوية تعتمد على أساليب اتصالية لفظية وغير لفظية من خلال الاعتماد على الوسائل الإعلامية المختلفة.

٥) يتفاعل الخطاب الإعلامي الإسلامي مع غيره من الخطابات فهو يتضمن المؤثرات والمصادر والأصول التي لا تنغلق على نفسها بل يتفتح على غيرها من الخطاب.

٦) يعد الخطاب الإعلامي المعبر الرئيسي للإشكال والانواع الأخرى من الخطابات كالخطاب السياسي والدعائي والديني.

٧) يوصف الخطاب الإعلامي بالقصدية المباشرة في ايصال مضمونه الذي ينطوي على أهداف مختلفة.

من هذه الخصائص نستنتج أن القائم بالمخاطبة أو بتبليغ الرسالة الإسلامية يحمل صفات وخصائص منفردة ومتميزة ، كما يجب أن تستند الرسالة الإسلامية على القرآن الكريم والسنة النبوية الشريفة والعقائد والعبادات والشرائع والمعاملات الاسلامية التي خاطب الله بها البشر وأن يستثمر كل الوسائل الإعلامية (الاتصالية) لغرض تحقيق نجاح رسالته الإسلامية فضلا عن دراسة خصائص المتلقي أو المستهدف ومعرفة مستوياته الثقافية والاجتماعية ومخاطبته بالشكل الذي يؤثر فيه فالخطاب الإعلامي الإسلامي لابد ان يعرف ويدرك من يخاطب وكيف يخاطب ولماذا يخاطب ومتى يخاطب واين يخاطب[١٨].

المبحث الرابع

٤- ١ : الدراسة التحليلية

يعنى تحليل المضمون " بدراسة المادة الإعلامية المقدمة من خلال الوسيلة الإعلامية المعتمدة للكشف عن المعنى الذي تريد ايصاله إلى الجمهور ومخاطبته للوصول إلى درجة التأثير"[١٩]كما أن دراسة تحليل المضمون تستهدف الكشف عن جملة من المعطيات ومنها[٢٠]:

١) معرفة مدى اهتمام وسائل الإعلام بموضوعات معينة ومدى تركيز تلك الوسيلة على تلك الموضوعات.

٢) توضيح الاهمية النسبية التي تولها تلك الوسيلة. لأي موضوع إسلامي وفي أي وقت.

٣) توضيح الاتجاهات والقيم التي تحملها تلك الموضوعات التي من شأنها تبني أفكار وسياسات

معينة يحملها مضمون تلك الموضوعات.

إن طبيعة دراسة هذا البحث تتضمن الكشف عن واقع الموضوعات الإسلامية في صحيفة (الفيحاء) الحلية واتجاهاتها باعتماد أداة تحليل المضمون التي تعنى بمادة الاتصال، ودراسة أساليب الفنون الصحفية المعتمدة في الخطاب الإعلامي الإسلامي والاتجاهات الظاهرة في تلك الموضوعات الإسلامية التي نشرت في أعداد الصحيفة صحيفة (الفيحاء) الصادرة في محافظة بابل التابعة لشبكة الإعلام العراقية للفترة من ٢٠٠٨/٤/٢٠ ولغاية ٢٠٠٩/٤/٢١ والبالغة اعدادها (٢٩) عدداً، كما مبين في جدول (١) .

جدول رقم (١) يوضح أعداد جريدة الفيحاء الصادرة في محافظة بابل ورقم الصفحة وتاريخ النشر التي خضعت للبحث والتحليل.

	العدد	اليوم والتاريخ				رقم الصفحة
١.	٢٠٣	الاربعاء	/١٤	٥	٢٠٠٨	٢ و ٥
٢.	٢٠٥	الاربعاء	/٢١	٥	٢٠٠٨	٢
٣.	٢٠٧	الاربعاء	/١١	٦	٢٠٠٨	٣
٤.	٢٠٨	الاربعاء	/١٨	٦	٢٠٠٨	٨
٥.	٢١٠	الاربعاء	/٢	٧	٢٠٠٨	١ و٥
٦.	٢١١	الاربعاء	/٩	٧	٢٠٠٨	٢
٧.	٢١٢	الاربعاء	/١٦	٧	٢٠٠٨	٢
٨.	٢١٣	الاربعاء	/٢٢	٧	٢٠٠٨	٨
٩.	٢١٤	الاربعاء	/٦	٨	٢٠٠٨	٧
١٠.	٢١٥	الاربعاء	/١٣	٨	٢٠٠٨	٢ و٧
١١.	٢١٨	الاربعاء	/٣	٩	٢٠٠٨	١ و٧

	العدد	اليوم والتاريخ				رقم الصفحة
.١٢	٢١٩	الاربعاء	/١٠	٩	٢٠٠٨	٧
.١٣	٢٢٠	الاربعاء	/١٧	٩	٢٠٠٨	٨
.١٤	٢٢١	الاربعاء	/٢٤	٩	٢٠٠٨	٤ و ٥
.١٥	٢٢٢	الاربعاء	/٨	١٠	٢٠٠٨	١
.١٦	٢٢٨	الاربعاء	/١٨	١١	٢٠٠٨	١
.١٧	٢٢٩	الاربعاء	/٢٥	/١١	٢٠٠٨	١
.١٨	٢٣١	الاربعاء	/١٦	/١٢	٢٠٠٨	٦ و ١٠
.١٩	٢٣٣	الاربعاء	/٢٢	/١٢	٢٠٠٩	٥ و ٦
.٢٠	٢٣٤	الاربعاء	/١٢	/١	٢٠٠٩	١ و ٦ و ٩
.٢١	٢٣٥	الاربعاء	/٢٠	/١	٢٠٠٩	٦
.٢٢	٢٣٦	الاربعاء	/٢٧	/١	٢٠٠٩	٢ و ٩
.٢٣	٢٣٧	الاربعاء	/١٠	/٢	٢٠٠٩	١ و ٦ و ٧ و٨ و ١٠
.٢٤	٢٣٨	الاربعاء	/١٧	/٢	٢٠٠٩	١ و ٦ و ٧ و٨
.٢٥	٢٣٩	الاربعاء	/٢٤	/٢	٢٠٠٩	٦ و ٧ و٨
.٢٦	٢٤١	الاربعاء	/١٠	/٣	٢٠٠٩	١ و ٦ و ٧
.٢٧	٢٤٢	الاربعاء	/١٧	/٣	٢٠٠٩	٦

	العدد	اليوم والتاريخ			رقم الصفحة
.٢٨	٢٤٣	الاربعاء	/٢٤	/٣ /٢٠٠٩	٦ و ١٢
.٢٩	٢٤٧	الاربعاء	/٢١	/٤ /٢٠٠٩	٦ و ١٠ و ١١

جدول رقم (٢) الفئات الرئيسة للمواضيع الإسلامية المنشورة في جريدة الفيحاء

ت	الفئات الرئيسية	عدد التكرارات	النسبة
.١	مواضيع العلوم الاسلامية المتخصصة	٦٦	%٣٧.٧٨
.٢	المواضيع الثقافية الإسلامية	٣٨	%٢١.٣٤
.٣	المواضيع الاجتماعية الاسلامية	٢٧	%١٥.١٦
.٤	المواضيع السياسية الاسلامية	٢٥	%١٤.٠٤
.٥	المواضيع الاقتصادية الاسلامية	١٢	%٦.٧٤
.٦	المواضيع الرياضية الاسلامية	٦	%٣.٣٧
.٧	المواضيع الصحية الاسلامية	٤	%٢.٢٤
المجموع		١٧٨	%١٠٠

من خلال الجدول رقم (٢) تبين أن المواضيع الإسلامية جاءت بالمرتبة الاولى وقد بلغت نسبتها (٣٧.٧٨)% أما المواضيع الثقافية الإسلامية فقد حصلت المرتبة الثانية بنسبة ٢١.٣٤ ثم جاءت المواضيع الاجتماعية الإسلامية بالمرتبة الثالثة وبنسبة (١٥.١٦) % وجاءت بالمرتبة الرابعة المواضيع السياسية الإسلامية بنسبة (١٤.٠٤)% أما المرتبة الخامسة فقد كانت للمواضيع الإسلامية الاقتصادية وبنسبة (٦.٣٤)% أما المواضيع الرياضية فقد جاءت بالمرتبة السادسة وبنسبة(٣.٣٧)% وجاءت المواضيع الصحية الإسلامية بالمرتبة السادسة وبنسبة (٢.٢٤)% . هذا وقد بلغ عدد تكرارات المواضيع في الجدول اعلاه بـ ١٧٨ تكررا من المواضيع المنشورة في (٢٩) عددا من أعداد صحيفة الفيحاء الخاضعة للبحث.

جدول (٣) يمثل نوع الفن الصحفي المستخدم في كتابه شكل المواضيع الإسلامية المنشورة في جريدة الفيحاء

ت	نوع الفن الصحفي	عدد التكرارات	النسبة
.١	الاخبار	٧٠	%٣٩.٣٢
.٢	البحوث والدراسات	٤٥	%٢٥.٢٨
.٣	التقارير	٢٨	%١٥.٧٣
.٤	التحقيقات	٢٤	%١٣.٤٨
.٥	العمود الصحفي	٥	%٢.٨٠
.٦	المقال الصحفي	٣	%١.٦٨
.٧	المقابلة	٢	%١.١٢
المجموع		١٧٨	%١٠٠

تبين من جدول رقم (٣) بأنه يوضح شكل المواضيع الإسلامية وحسب الفن الصحفي المستخدم لدى الناشر فقد جاءت الاخبار بالمرتبة الأولى وبنسبة(٣٨.٣٢) %وجاءت بالمرتبة الثانية البحوث والدراسات بنسبة(٢٥.٢٨) %أما المرتبة الثالثة كانت للتقارير وبنسبة(١٥.٧٣)% أما المواضع الإسلامية على شكل تحقيقات فقد احتلت المرتبة الرابعة وبنسبة (١٣.٤٨)% . اما العمود الصحفي فقد احتل المرتبة الخامسة وبنسبة (٢.٨٠)%أما المرتبة السادسة فقد كانت من نصيب المقال الصحفي وكانت نسبة(١.١٨)% . كما أحتلت المقابلة المرتبة السابعة وبنسبة (١.١٢)% هذا وقد بلغ عدد التكرارات شكل القوالب الصحفية المنشورة في الجريدة بـ (١٧٨) تكراراً تمثل ٢٩ عدداً من اعداد الجريدة إن ارتفاع النسبة المئوية للاخبار قد ترجع إلى أهتمام الصحفيين بالتغطية الاخبارية للمناسبات الدينية كشهر محرم وذي الحجة وشهر رمضان وحصول البحوث والدراسات على المرتبة الثانية قد يفسر بمساهمة رجال الدين بكثافة في زيادة الوعي الديني وعدَ النشر الصحفي جزء من واجبهم الارشادي والتوجيهي.

أما جدول (٤) يمثل أساليب الخطاب الإعلامي الإسلامي الموجه إلى الجمهور والمنشور في جريدة الفيحاء وعلى النحو الآتي :

ت	نوع الخطاب الأسلامي	عدد التكرارات	النسبة
.١	توجيهي	٥٦	%٣١.٤
.٢	إرشادي	٣٩	%٢١.٩
.٣	تربوي	٣٢	%١٧.٩
.٤	تعليمي	٣١	%١٧.٤
.٥	تذكري	٢٦	%١٤.٦
المجموع		١٧٨	%١٠٠

يوضح الجدول (٤) أسلوب الخطاب الإسلامي المستخدم في كتابة المواضيع الإسلامية المنشورة في جريدة الفيحاء. فقد جاءت أساليب التوجيهية بالمرتبة الأولى وبنسبة (٣١.٤)% ثم جاء الاسلوب الارشادية بالمرتبة الثانية وبنسة (٢١.٩)% أما الاساليب ذات الشأن التربوي فقد جاءت بالمرتبة الثالثة وبنسبة (١٧.٩) %أما الاساليب التعليمية فقد جاءت بالمترتبة الرابعة وبنسبة (١٧.٤)% وجاءت بالمرتبة الخامسة الاساليب التذكرية وبنسبة (١٤.٦)%. تبين من ذلك ان أنواع الخطاب توزع على كافة الاساليب المنشورة ضمن ٢٩عددا من اعداد جريدة الفيحاء.

جدول (٥) يمثل الفئات الفرعية الخاصة بمواضيع العلوم الإسلامية المتخصصة المنشورة من جريدة الفيحاء

ت	الفئة الفرعية	عدد التكرارات	النسبة
.١	ابرز المناسبات الدينية	٢٠	%٣٠.٣٠
.٢	الاقتداء بسيرة اهل البيت (ع)	١٨	%٢٧.٢٧
.٣	تفسير النصوص القرآنية والاحاديث النبوية	١٥	%٢٢.٧٢

٤.	إبراز سيرة رجال الدين والعلماء الافاضل	٨	%١٢.١٢
٥.	التأكيد على المسائل الشريعة	٥	%٧.٥٧
المجموع		٦٦	%١٠٠

يبين من الجدول (٥) اعلاه ان الفئات الفرعية للمواضيع الإسلامية المتخصصة المنشورة في جريدة الفيحاء، فقد جاءت المناسبات الدينية بالمرتبة الاولى وبنسبة (٣٠.٣٠) % ، ولانها تعد من المواضيع الاسلامية المتخصصة المتخصصة خاصة في نشر المناسبات في الصحيفة للتوعية والتذكير، أما سيرة أهل البيت لم تتناسى الجريدة الاهتمام بنشر اعمال واحاديث أهل البيت وتجسيدها في الوقت الحاضر إذ بلغت نسبتها (٢٧.٢٧)% ، أما تفسيرات النصوص القرآنية والاحاديث النبوية فقد احتلت المرتبة الثالثة وبلغت نسبتها (٢٢.٧٢)%، وهذا يؤكد اهتمام القائمين على الصحيفة بنشر تفسيرات النصوص القرآنية والاحاديث النبوية في المناسبات الدينية كما أظهرت المرتبة الرابعة لابراز سيرة رجال الدين من العلماء في مجالات تخصصهم في الفكر الاسلامي والنسة النبوية الشريفة وبلغت نسبتهم (١٢.١٢)%، أما المرتبة الاخيرة للمواضيع الاسلامية المتخصصة التي تؤكد نشر المسائل الشرعية وتطبيقها في الحياة اليومية وتذكير المؤمن بذلك وبلغت نسبتها (٧.٥٧)%.

جدول (٦) يمثل الفئات الفرعية للمواضيع الثقافية الإسلامية المنشورة في جريدة الفيحاء

ت	الفئة الفرعية للموضوع الثقافي	عدد التكرارات	النسبة
١.	إبراز المواضيع الأدبية والثقافية	١١	%٢٨.٩٤
٢.	التأكيد على التسلية "المسابقات"	٩	%٢٣.٤٨
٣.	تشجيع الابتكارات العلمية	٨	%٢١.١٠
٤.	معالجة المواضع العامة	٦	%١٥.٧٨
٥.	نشر الاصدارات	٤	%١٠.٥٢
المجموع		٣٨	%١٠٠

لأن الثقافة التي محورها الإسلام بالاعتماد على مصادره وأصوله وعلومه المتعلقة به

والمنبعثة عنه والمتضمنة الاسس المختلفة للقناع والاثبات وتغيير والاتجاهات عن طريق توضيح مفاهيم الدين الاسلامي وتقرير قضاياه، وجدول رقم (٦) يبين الفئات الفرعية للمواضيع الثقافية الإسلامية فقد جاءت الاولى المواضيع الادبية والثقافية وبنسبة ٢٨.٩٤ %، إذ تم نشر المواضيع الادبية والثقافية الاسلامية (من شعر وقصص ونقد وأدب أسلامي) يبرز الحماس والحزن لدى المؤمن وهو متأثر بالقصص والاحاديث النبوية كما أكدت المواضيع الاسلامية على التسلية وخاصة المسابقات الاسلامية في شهر رمضان من خلال تجسيد تلك المناسبة بالمواضيع الاسلامية وبلغت نسبتها (٢٣.٤٨)%، اما المرتبة الثالثة اتسمت بتشجيع الابتكارات العلمية الاسلامية من خلال ماهو مفيد للبشرية وبلغت نسبته (٢١.١٠)%، أما المرتبة الرابعة فكانت لمعالجة المواضيع العامة الثقافية من ارشادات وتوجيهات اسلامية بلغت نسبتها (١٥.٧٨)% ، اما المرتبة الخامسة فخصصت لنشر الاصدارات الاسلامية من كتب ونشرات ثقافية بكل اللغات سواء بالداخل أو في الخارج وبلغت نسبتها (١٠.٥٢) %.

جدول (٧) يمثل الفئات الفرعية للمواضيع الاجتماعية الإسلامية المنشورة في جريدة الفيحاء

ت	الفئة الفرعية	عدد التكرارات	النسبة
.١	ترسيخ القيم والمبادئ الإسلامية العامة	٨	%٢٩.٦٢
.٢	توضيح موضوعات المرآة والطفل	٧	%٢٥.٩٢
.٣	التأكيد على التربية الأسرية الإسلامية	٧	%٢٥.٩٢
.٤	التأكيد على التعايش السلمي مع الاديان الأخرى ونبذ الطائفية	٥	%١٨.٥١
المجموع		٢٧	%١٠٠

بين جدول رقم (٧) الفئات الفرعية للمواضيع الاجتماعية الاسلامية المنشورة في جريدة الفيحاء وكالاتي فقد حصلت فئة ترسيخ القيم والمبادئ الإسلامية العامة بالمرتبة الأولى وبنسبة ٢٩.٦٢%، لأنها تستمد هذه القيم من المبادئ الاسلامية اي القرآن الكريم والسنة النبوية الشريفة والائمة الاطهار والعلماء الصالحين، وحصلت فئة موضوعات المرأة والطفل على نسبة (٢٥.٩٢) %ركزت حول مكانة المرأة في المجتمع الاسلامي ودورها في تنشئة الطفل وتربيته ورعايته السليمة النابعة من التعاليم الاسلامية، أما المرتبة الثالثة فقد حصلت على نسبة

(٢٥.٩٢)% أي ركزت على العلاقة الاسرية والتي أوصى بها الاسلام من احترام الوالدين والاخوة والجيران والروابط العامة في المجتمع الاسلامي والتعامل وفق ما جاءت به التعاليم الاسلامية أما الفئة الرابعة فكانت للتعايش السلمي بين الاديان الاخرى إذ حصلت على نسبة (١٨.٥١)% أي ركزت على ان الدين الاسلامي دين التسامح إذ اصبح المسلمون وبقية الاديان المتعايشة معه متساوين في الحقوق والواجبات لانهم مواطنون عاشوا على هذه الارض منذ امد طويل.

جدول (٨) يمثل الفئات الفرعية للموضوعات السياسية المنشورة عن جريدة الفيحاء

ت	الفئة الفرعية	عدد التكرارات	النسبة
١.	الدعوة احلال السلام والتنديد بالحرب والارهاب	٩	%٣٦
٢.	التأكيد على دعم الوحدة الوطنية ونبذ العنف	٦	%٢٤
٣.	الدعوة على المشاركة في الانتخابات	٦	%٢٤
٤.	الدعوة إلى حماية حقوق الإنسان	٤	%١٦
المجموع		٢٥	%١٠٠

يوضح جدول رقم (٨) الفئات الفرعية للموضوعات السياسية المنشورة ضمن المواضيع الإسلامية السياسية . فقد جاء بالمرتبة الأولى فئة احلال السلام والتنديد بالحرب والارهاب وبنسبة ٣٦% أي ان التعاليم الاسلامية حذرت من اراقة الدماء بدون جرم أو ارتكب كما جاء في القرآن والسنة النبوية الشريفة وهذا ما وجه به علماؤنا ومفكرينا في الوقت الحاضر ، أما المرتبة الثانية الموضوعات السياسية هي تأكيد على دعم الوحدة الوطنية وجاءت بنسبة (٢٤)% أي التحلي بحب الوطن والشعب والتعلق بالمبادئ الاسلامية من أجل وحدة المسلمين في مشارق الاض ومغاربها وكيف نحن بلد واحد لنا لغة واحدة ودين واحد فكلا للتفرقة والطائفية وكلا لكل من يروج لها، اما المرتبة الثالثة فقد جاءت للدعوة للمشاركة بالانتخابات العامة وحصلت على نسبة (٢٤)% ايضا لكي لا نفترق وندعو المحتل للانسحاب من عراقنا الحبيب وباسم الاسلام ندعو للمشاركة في الانتخابات تعزيزا لوحدتنا الوطنية ولديننا الاسلامي الحنيف ، اما الفئة الرابعة فهي الدعوة لحماية حقوق الانسان وقد حصلت على نسبة (١٦)% قبل وبعد ٢٠٠٣ تعرضت

حقوق الانسان إلى الانتهاك والكل يعلم ان الدين الاسلامي هو اول قانون إلهي حظي باحترام تلك الحقوق وكرم الانسان فضلا عن حقوقه الاخرى السياسية والثقافية والاجتماعية والاقتصادية.

أما جدول (٩) يمثل الفئات الفرعية للمواضيع الاقتصادية الإسلامية المنشورة في جريدة الفيحاء

ت	الفئة الفرعية	عدد التكرارات	النسبة
١.	الدعوة على عدم التجاوز على المال العام	٥	%٤١.٦٦
٢.	ابراز تاريخ الاقتصادي الإسلامي	٤	%٣٣.٣٣
٣.	بيان نشاط البنوك الإسلامية	٣	%٢٥
المجموع		١٢	%١٠٠

يوضح جدول (٩) الفئات الفرعية للمواضيع الاقتصادية المنشورة في جريدة الفيحاء فقد جاءت فئة حرمة الأموال العامة بالمرتبة الأولى وبنسبة (٤١.٦٦)% اظهرت الصحيفة ان التعاليم الاسلامية بصورة خاصة والقوانين الوضعية بصورة عامة حذرت من التجاوز على المال العام بعد ان ظهرت حالات التجاوز على الممتلكات العامة للشعب من اراضي ومدارس ودور الدولة وبناياتها والمال العام للدولة، وحصل التاريخ الاقتصادي الاسلامي على المرتبة الثانية بنسبة (٣٣.٣٣)% أي تأكيد ان الاسلام أكد الاقتصاد وعده الاداة في تقدم المجتمع وتنميته، أما المرتبة الثالثة فقد حصلت على نسبة (٢٥)% إذ أكدت فيها دور البنوك المصرفية الاسلامية في تنمية اقتصاد الفرد والمجتمع ودوره في الارتقاء بالمستوى المعاشي الذي يليق به من خلال تشغيل تلك الأموال في البنوك واستثمارها من قبل المجتمع .**جدول (١٠) تمثل الفئات الفرعية للمواضيع الرياضية الإسلامية المنشورة في جريدة الفيحاء**

ت	الفئة الفرعية	عدد التكرارات	النسبة
١.	إبراز القيم الاخلاقية لممارسة الرياضة في شهر رمضان	٣	%٥٠
٢.	تأكيد على رعاية المؤسسات الدينية للرياضيين	٢	%٣٣

٣.	بيان دور الرياضة والتدريب في الإسلام	١	%١٧
المجموع		٦	%١٠٠

بين جدول رقم (١٠) الفئات الفرعية للمواضيع الرياضية المنشورة ضمن المواضيع الإسلامية في جريدة الفيحاء فقد احتلت فئة الرياضة في شهر رمضان في المرتبة الأولى وبنسبة(٥٠)% أي ضرورة ممارسة الرياضة لابعاد الانسان عن الامراض وتقوية الاجسام فضلا عن التسلية وابعاده من المغريات الاخرى هذا من وجهة نظر الاسلامية أما المرتبة الثانية هي رعاية المؤسسات الدينية للرياضيين من قبل المكاتب الاسلامية وقد حصل على نسبة (٣٣)% من خلال دعمهم من الناحية المادية والمعنوية لغرض ادامة واستمرار تلك الممارسات وخاصة خلال شهر رمضان من خلال رعاية وتنظيم المسابقات الرياضية بكل انواعها ، أما المرتبة الثالثة فقد حصلت على نسبة (١٧)% من خلال تأكيد دور الرياضية والتدريب في إكمال بنية الانسان ومن خلال التعايش والوحدة بين ابناء المجتمع الواحد.

جدول (١١) يمثل الفئات الفرعية للمواضيع الصحية الإسلامية المنشورة في جريدة الفيحاء

ت	الفئة الفرعية	عدد التكرارات	النسبة
١.	التوعية الصحية في المناسبات الدينية	٢	%٥٠
٢.	إبراز دور الطب الأسلامي	١	%٢٥
٣.	الدعوة إلى التنظيم الغذائي لجسم الإنسان	١	%٢٥
المجموع		٤	%%١٠٠

ظهر في الجدول (١١) ان فئة التوعية الصحية في المناسبات الدينية بصورة خاصة وبقية الايام بصورة عامة اخذت المرتبة الاولى وبنسبة (٥٠) %من خلال الارشادات والتوجيهات سواء في شهر رمضان أو المناسبات الدينية وخاصة في مناسبات الزيارات الخاصة بالائمة الاطهار ومن خلال الالتزام بالتعليمات الصحية الصادرة من المؤسسات الصحية أو المرشدين القائمين على المؤسسات الدينية فضلاً عن النصائح التي تقدم إلى ربات البيوت باستخدام الطرق الصحية في استخدام الطبخ وغسل الاواني، أما الفئة الثانية فقد برزت فيها دور الطب في الاسلام من خلال الطب النبوي الشريف أو الايات القرانية والادعية وقد حصلت على نسبة (٢٥)% ، اما

المرتبة الثالثة وهي الدعوة إلى التنظيم الغذائي الخاص في بناء جسم الانسان من خلال عدم الافراط بالاكل لكي لا يتعرض الانسان إلى مضاعفات تؤدي إلى عدم القيام بأعماله اليومية وكسب معيشته ومعيشة عائلته وحصلت هذه الفئة على نسبة (٢٥)% ايضا.

نتائج البحث :

١. وجد من خلال البحث أن أغلب المواضيع الاسلامية كانت تنشر في الصحيفة على الصفحات رقم (٦) و(٧) و(٨) كما ورد في الجدول رقم (١) .

٢. غياب الصورة في أغلب المواضيع التي نشرت مما دعا الباحث إلى ابعاد الصورة في كتابة البحث .

٣. عرضت الجريدة ما نشر من مواضيع اسلامية ضمن عينة البحث البالغة (٢٩) عدداً وهي المواضيع الرئيسية الخاصة بالعلوم الاسلامية المتخصصة وحصلت على المرتبة الاولى وبنسبة (٣٧.٧٨)% لأنها خصصت في الوعظ والتذكير والارشاد والتوجيه، أما المرتبة الثانية في المواضيع الاسلامية الثقافية وحصلت على نسبة (٢١.٣٤)% أي ابراز المواضيع الادبية والثقافية أما المواضيع الاجتماعية الاسلامية فقد حصلت على المرتبة الثالثة وبنسبة (١٥.١٦) % أي ترسيخ القيم والمبادئ الاجتماعية من خلال التوعية الاسرية والتعايش السلمي والعلاقات الاجتماعية وخاصة المرأة والطفل، أما المواضيع السياسية الاسلامية فاحتلت المرتبة الرابعة (١٤.٠٤)% التي أكدت الوحدة الوطنية والتنديد بالارهاب ومحاربته، أما المرتبة الخامسة خصصت للمواضيع الاقتصادية الاسلامية وحصلت على نسبة (٦.٧٤)% من خلال الدعوة إلى عدم التجاوز على المال العام وبناء التاريخ الاقتصادي الاسلامي واستثمار اموال المسلمين لغرض رعاية الفقراء والايتام وبناء دور العلم ، أما المواضيع الرياضية الاسلامية فقد حصلت على المرتبة السادسة وبنسبة (٣.٣٧) % التي أكدت تنمية العقل البشري وجسم الانسان من خلال الرياضة ودورها في الصحة العامة أما المواضيع الصحية الاسلامية فحصلت على نسبة (٢.٢٤) % التي ركزت على التوعية الصحية في المناسبات الدينية فضلاً عن أبراز اهمية الطب في المجتمع والدعوة إلى التنظيم الغذاء في المجتمع الاسلامي.

٤. أما القوالب الصحفية التي نشرت في أغلب المواضيع الاسلامية وكما موضح في جدول رقم (٣) فكانت الاخبار الاسلامية المنشورة في الصحيفة حصلت على نسبة (٣٢.٣٢)% وهي المرتبة الاولى ، أما البحوث والدراسات الاسلامية فقد حصلت على

المرتبة الثانية وبنسبة (٢٥.٢٨) %أي ان أغلب المواضيع نشرت على شكل بحوث ودراسات في مختلف الاختصاصات الاسلامية، وحصلت التقارير على نسبة (١٥.٧٣) % أي ان معظم المواضيع الاسلامية المنشورة في الجريدة ظهرت على شكل تقارير من قبل المراسيم أو المندوبين أو من خلال وكالات الانباء، كما حصلت التحقيقات على نسبة (١٣.٤٨) %من المواضيع المنشورة وهي عن المناسبات الدينية او المزارات الشريفة أو عن الظواهر السلبية أو الايجابية المختلفة، كما ظهرت في العمود الصحفي في المرتبة الخامسة وبنسبة (٨٢)% من مجموع ما نشر من موضوعات وحصل المقال على نسبة (١.٦٨)% أي ان هناك كتّاب متخصصين أو غير متخصصين كتبوا بعض المقالات عن المناسبات الدينية او نقد الممارسات الاسلامية بعيدة عن التعاليم الدينية الاسلامية والسنة النبوية الشريفة، اما المقابلة الصحفية فقد حصلت على نسبة (١.١٢) %اظهرت بعض المقابلات الصحفية مع عدد من علماء الدين وائمة المساجد أو القائمين على المزارات الاسلامية.

٥. ظهر الخطاب الاسلامي المنشور في جريدة (الفيحاء) بصيغ مختلفة منها توجيهي وحصل على نسبة (٣١.٥٤)% من خلال نشر المواضيع وفق القوالب المنشورة على شكل او تحقيق ، أما المرتبة الثانية فهو ارشادي حصل على نسبة (٢١.٠٩)% من خلال الخطب والمواضع والارشادات التي نشرت في الجريدة، اما المرتبة الثالثة فهو تربوي وحصل على نسبة (١٧.٠٩)% من نشر المواضيع التربوية الخاصة لكل فئات المجتمع الاسلامي وحصل الخطاب الاسلامي التعليمي على نسبة (١٧.٠٤) %وذلك لنشر تعاليم المبادئ الاسلامية وسيرة أهل البيت وترسيخها في المجتمع، أما الخطاب الاسلامي التذكيري حصل على نسبة (٦.١٤)% من خلال نشر ما هو يذكر بالتعاليم الاسلامية وسيرة أهل البيت.

٦. إن معظم المواضيع المنشورة في جريدة (الفيحاء) وضمن والعينة خلال فترة البحث ظهرت لنا وظيفتين هما الاولى هي الارشاد والتوجيهه والتثقيف والتذكير بمعنى الاعلام والوظيفة الثانية هي تربوية وتتعلق التربية الاسلامية المأخوذة من القرآن والسنة النبوية الشريفة.

٧. عدم وجود اي جريدة او مجلة اسلامية متخصصة في مدينة الحلة بالرغم من ان التراث الاسلامي والعلمي والثقافي كان له أثر واضح على المجتمع الحلي بصورة خاصة والعراقي بصورة عامة، ما عدا بعض النشرات المتخصصة والصادرة عن

المكاتب التابعة للاحزاب الاسلامية في الوقت الحاضر.

الهوامش

(١) سمير محمد حسين: بحوث الإعلام الأسس والمبادئ، القاهرة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، ١٩٧٦، ص٣٧.

(٢) ينظر : سمير محمد حسين، بحوث الإعلام، الأسس والمبادئ ، مصدر سبق ذكره، ص١٦٤.

(٣) محمد منير حجاب: الاعلام الاسلامي ، القاهرة، دار الفجر للنشر والطباعة، ٢٠٠٢، ص١١٢.

(٤) عبد الرزاق الحسني: تاريخ الصحافة العراقية، ج١، ط٣، لبنان، ١٩٧١، ص٢٩.

(٥) حطاب جبار العبادي: الصحافة الدينية في العراق، ميسان، مطبعة الأخوين، ٢٠٠٤، ص٦٧.

(٦) فائق بطي: صحافة العراق تاريخها وكفاح ابطالها، بغداد، مطبعة الأديب، ١٩٦٨، ص١١.

(٧) عيسى عيال مجيد، صحافة الأقليات الدينية في العراق، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة بغداد، كلية الإعلام، ٢٠٠٨، ص٧٢.

(٨) هاشم احمد نغميش الزوبعي: الإعلام الإسلامي في التلفزيون، اطروحة دكتوراه غير منشورة، كلية الآداب، قسم الإعلام، جامعة بغداد، ٢٠٠١، ص٣٦.

(٩) احمد غلوش : الدعوة الاسلامية اصولها ووسائلها، ط١، القاهرة، دار الكتاب المصري، بلا سنة طبع، ص٧٣.

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

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

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

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

(١٤) المصدر السابق نفسه، ص٨٨.

(١٥) عيسى عيال مجيد: مصدر سبق ذكره، ص٦٨.

(١٦) رعد كامل الحيالي: الإعلام الإسلامي الواقع والحقيقي، بغداد، مطبعة الخلود، ١٩٩٤، ص٧.

(١٧) هاشم احمد نغيمش زوين: مصدر سبق ذكر، ص٥٧.

(١٨) محمد سيد محمد ساداتي: مدخل إلى الصحافة الإسلامية، ط١، عالم الكتاب للطباعة والنشر، الرياض، ١٩٩٨، ص٤٩.

(١٩) د. حميد جاعد: أساسيات البحث المنهجي، بغداد، شركة الحضارة، ٢٠٠٤، ص٩٤.

(٢٠) د.حميد جاعد: المصدر السابق، ص٩٥.

المصادر

أولا: الكتب

١. أحمد غلوش : الدعوة الاسلامية أصولها ووسائلها ، ط١، القاهرة، دار الكتاب المصري، د.ت.

٢. حطاب جبار العبادي: الصحافة الدينية في العراق، ميسان، مطبعة الاخوين، ٢٠٠٤م.

٣. حميد جاعد: اساسيات البحث المنهجي، بغداد، شركة الحضارة للطباعة، ٢٠٠٤م.

٤. رعد كامل حيالي: الإعلام الإسلامي الواقع والحقيقة، ط١، بغداد، مطبعة الخلود، ١٩٩٤.

٥. سمير محمد حسين: بحوث الإعلام الأسس والمبادئ، القاهرة، جامعة القاهرة، ١٩٧٦م.

٦. عبد الرزاق الحسني: تاريخ الصحافة العراقية، ج١، ط٣، لبنان، ١٩٧١م.

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

٨. فائق بطي: صحافة العراق تاريخها وكفاح ابطالها، بغداد، مطبعة الاديب، ١٩٦٨م.

٩. محمد سيد محمد ساداتي: مدخل إلى الصحافة الإسلامية، ط١، الرياض ، عالم الكتب، للطباعة والنشر، ١٩٩٨م.

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

١١. محيي الدين عبد الحليم: الإعلام الإسلامي وتطبيقاته العلمية، ط٢، القاهرة، مطبعة المدني، ١٩٨٤م.

ثانيا: الرسائل والاطاريح

١. عيسى عيال مجيد: صحافة الاقليات الدينية في العراق، رسالة ماجستير غير منشورة، قسم الصحافة، كلية الإعلام، جامعة بغداد، ٢٠٠٧م.

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

٣. هاشم احمد نغميش الزوبعي: الإعلام الإسلامي في التلفزيون، اطروحة دكتوراه غير منشورة ، قسم الإعلام، كلية الآداب، جامعة بغداد، ٢٠٠١م.

ثالثا: الجرائد

١. جريدة (الفيحاء) التابعة لشبكة الإعلام العراقي والتي تصدر في محافظة بابل كل يوم أربعاء للفترة من ٢٠/٤/ ٢٠٠٨ ولغاية ٢١/٤/ ٢٠٠٩م.