

الفتوى
في
الفتاوى الفضائية
المصرية
(دراسة في البعث والشفاعة)

حُقوقُ الطَّبْعِ مَحْفُوظَةٌ

الطبعة الأولى

١٤٣٢ هـ - ٢٠١١ م

ISBN 978-614-416-031-2

الكتب والدراسات التي تصدرها الدار
تعبر عن آراء واجتهادات أصحابها

دار ابن حزم

بيروت - لبنان - ص.ب : 14/6366

هاتف وفاكس : 701974 - 300227 (009611)

البريد الإلكتروني : ibnhazim@cyberia.net.lb

الموقع الإلكتروني : www.daribnhazm.com

کتابخانه مخصوصه اهل
شماره ثبت ۳۶۶۷۴
(۱۵)

الْفَتْوَى
فِي

الْقَنَوَاتِ الْقَضَائِيَّةِ
الْعَرَبِيَّةِ
(دراسة في البعوضِ والمشافقة)

تأليف
ناصر بن عبد الرحمن الحزالي

دار ابن خزيمة

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

أصل هذا الكتاب رسالة علمية نال بها المؤلف درجة
الماجستير في الإعلام بتقدير (ممتاز) من قسم
الإعلام بكلية الدعوة والإعلام بجامعة الإمام محمد بن
سعود الإسلامية بالرياض



إهداء

لوالدتي حفظها الله التي مهّدت لي طريق العلم
وحبّبتني فيه.

ولوالدي ﷺ رمز العطاء والتفاني.

ولزوجتي رفيقة دربي، نبع الحنان والرحمة.

ولأبنائي بدر ولينة عينتاي التي أبصر بهما، أسأل الله
أن ينبتهما نباتاً حسناً في طاعته لخدمة الإسلام
والمسلمين.





الحمد لله رب العالمين، والصلاة والسلام على نبينا محمد وعلى آله وصحبه وسلم تسليماً كثيراً إلى يوم الدين، وبعد:

تلعب الفتوى في القنوات الفضائية العربية دوراً مهماً في توجيه الرأي العام وتحريكه في المجتمعات العربية والإسلامية، ولم يعد دورها محصوراً في جوانب العبادات وما يتعلق بها، بل تعدى ذلك إلى أنها أصبحت لاعباً أساسياً ومحورياً في الخريطة الإعلامية اليوم بما تتضمنه من مناقشة لمختلف القضايا السياسية والاقتصادية والاجتماعية وقضايا الأقليات وغيرها، إضافة إلى مناقشتها لقضايا كان يصعب في السابق التطرق لها والحديث عنها، ولأهمية دورها الحيوي الذي بدأ ينمو، ولعظم أمر الفتوى في الوقت الحاضر مع الانفتاح الإعلامي الهائل الذي يشهده العالم، والتحول المتسارع التي بدأت تلقي بظلالها على البلدان العربية والإسلامية، جاء هذا الكتاب الذي هو في الأصل رسالة علمية تقدمتُ بها لقسم الإعلام بكلية الدعوة والإعلام بجامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية بالرياض، ونلت بها درجة الماجستير في الإعلام بتقدير (ممتاز).

وما شدني لدراسة هذا الموضوع ودفعني إليه هو جودة الموضوع وافتقار المكتبة العربية لدراسات علمية معمّقة تهتم بقضايا الفتوى في الفضائيات العربية بعد أن أصبحت برامج الإفتاء تحظى بعناية واهتمام كبير من قبل المشاهد العربي، إضافة إلى حاجة عدد من المؤسسات الرسمية والإعلامية لمثل هذه الدراسة للوقوف على جوانب مهمة تختص بطبيعة عملها، إذ تعد هذه الدراسة من أولى الدراسات العلمية التي تهتم بقضايا الفتوى في الفضائيات العربية وما يطرح فيها في الجامعات والمؤسسات الأكاديمية السعودية، الأمر الذي زاد من

اهتمامي أكثر بدراسة هذا الموضوع والتعمق فيه ودفعني للقيام بزيارة ومسح لأغلب المكتبات ودور النشر الكبرى في المملكة، إضافة للجامعات، لرصد ما لديها حول الموضوع، كما قمت في سبيل ذلك بزيارات علمية لبعض الدول العربية لجمع المصادر والمراجع التي تهتم بهذا الموضوع؛ كمملكة البحرين ودولة قطر ودولة الكويت ولبنان إضافة لجمهورية مصر العربية والتي زرت فيها عدد من الجامعات هناك؛ كجامعة الأزهر وجامعة القاهرة وجامعة عين شمس وغيرها، إضافة لزيارة كبرى المكتبات ودور النشر هناك.

ومن خلال تلك الزيارات تبين لي مدى حداثة الموضوع وقلة الدراسات العلمية حوله وعدم تناوله من قبل الباحثين بشكل مستقل ومععمق، وهو ما دعاني لعقد العزم ومضاعفة الجهد ومواصلة البحث والدراسة الذي استوجب بذله كي تخرج هذه الدراسة وترى النور لتعم فائدتها عموم الباحثين والقراء والمؤسسات المهمة بهذا الشأن.

لقد جاءت تقسيمات هذه الدراسة عزيزي القارئ في بابين رئيسين اهتم الأول منه بالإطار النظري للدراسة بهدف الوقوف والتعرف على طبيعة الفتوى وبرامج الإفتاء في القنوات الفضائية العربية، من خلال تسليط الضوء على الأهمية التي تحتلها البرامج الدينية في الفضائيات العربية على نحو عام، وبرامج الإفتاء والفتوى على نحو خاص في الوقت الحاضر، التي أصبحت تحتل مكانة متقدمة في اهتمامات المشاهد العربي، وكيف أن هذه النوعية من البرامج لها حضورها القوي والمؤثر في الساحة، خصوصاً في ظل المتغيرات المتسارعة التي تشهدها المجتمعات الإسلامية والعربية بوجه عام، وذلك من خلال طرحها ومناقشتها قضايا وموضوعات كان يصعب - في السابق - التطرق إليها، إضافة إلى رصد بعض الملاحظات المتعلقة بالمضمون الديني المعروض على شاشات الفضائيات العربية الحكومية والخاصة.

كما تم فيه التعريف بالمصطلحات الإجرائية للدراسة، وأهمية الدراسة، وأسباب اختيار الموضوع، وتم استعراض مجموعة من الدراسات السابقة ذات الصلة بموضوع البحث، وأبدت رأيي فيها من خلال جملة من الأمور في ثنايا هذا الكتاب.

وإضافة إلى ذلك تم الوقوف على تساؤلات الدراسة وما حوته.

وقد اشتمل الباب الأول من الدراسة على فصلين رئيسين جاء الأول منه مقسماً في مبحثين ليتناول بالتفصيل التطورات البحثية لنظرية الاستخدامات والإشباع، من خلال الحديث عن نظرية الاستخدامات والإشباع، مفهومها، ونشأتها، والفروض التي قامت عليها، ونماذجها، إضافة إلى عناصرها، وأبرز الانتقادات الموجهة لها وذلك في المبحث الأول من خلال أربعة مطالب.

ولتطور نظرية الاستخدامات والإشباع، وظهور تطبيقات بحثية حديثة في إطارها، فقد خصصت المبحث الثاني من الفصل الأول؛ للحديث عن أبرز هذه التطبيقات الحديثة لنظرية الاستخدامات والإشباع التي لخصتها في أربعة تطبيقات بحثية، أولاً: دمج نظرية الاستخدامات والإشباع مع نظريات أخرى، ثانياً: القيام بتطبيق النظرية في بيئة اتصالية جديدة، كالإنترنت، والهاتف النقال، أما ثالثاً: فكان يعنى بدراسة استخدامات برامج تلفزيونية متخصصة، ورابعاً: يعنى بدراسة استخدامات فئات من «الجمهور النوعي» لوسائل الإعلام، والإشباع المتحققة منها. ثم تطرقت في ختام الحديث عن التطبيقات البحثية الحديثة لنظرية الاستخدامات والإشباع عن الرؤية المستقبلية لبحوث نظرية الاستخدامات والإشباع.

أما الفصل الثاني فكان مخصصاً للحديث عن برامج الإفتاء في القنوات الفضائية العربية، وقد تم تقسيمه إلى ثلاثة مباحث:

استُهل المبحث الأول منه في البداية بإيضاح مفهوم البرامج الدينية التلفزيونية، ومعرفة أنواعها من حيث المضمون والشكل، وقد اجتهدت في تحديد أنواع البرامج الدينية التلفزيونية، من حيث مضمونها، وتحديد أبرز الأنماط التي تظهر بها من خلال الرصد والمتابعة المستمرة لهذه النوعية من البرامج.

أما المبحث الثاني فتناولت فيه طبيعة برامج الإفتاء: أهميتها، وأهدافها،

وتضمن ذلك تحديد مفهوم الإفتاء وحكمه وأبرز سمات ومعايير اختيار المفتي، والآداب التي ينبغي أن يتحلى بها، إضافة إلى الحديث عن طبيعة برامج الإفتاء ومجالاتها، ثم تطرقت بعد ذلك إلى الحديث عن أهمية الفتوى، وبرامج الإفتاء، وأسباب الاختلاف في الفتوى، إضافة إلى خطورة الاستهانة بها، ورصد أبرز المآخذ التي تقع في برامج الإفتاء عبر القنوات الفضائية العربية، ثم توضيح أبرز الأهداف التي تسعى إلى تحقيقها.

أما المبحث الثالث والأخير من الفصل الثاني فكان مخصصاً للحديث عن علاقة المعرفة الدينية باستخدام وسائل الإعلام من خلال تحديد مفهوم المعرفة الدينية ومعرفة أهميتها وآثارها، والمصادر التي تقوم عليها وأبرز المجالات المعنية بها، فيما عني الباب الثاني بالدراسة الميدانية.

وختاماً، فإني أحمد الله أولاً وآخرأ على نعمته عليّ بإتمام البحث، وأسأله سبحانه أن يجعله خالصاً لوجهه الكريم وينفع به ويتجاوز عن تقصيري، ويجعل فيه الفائدة لعموم المسلمين.

كما أتقدم بالشكر الجزيل لجامعتي جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية وكلية الدعوة والإعلام، وقسم الإعلام ومنسوبيه على ما حظيت به من اهتمام وعناية طيلة فترة إعداد الدراسة، والشكر كل الشكر لأستاذي الفاضل المشرف على الرسالة الدكتور مساعد المحيا الذي كانت لتوجيهاته وإرشاداته أبلغ الأثر وعظيم الفائدة في تقويم البحث، سائلاً المولى أن يكتب له الأجر.

كما أزجي الشكر للدكتور عبد الله التويم والدكتور خالد الحلوة اللذين أعطوني من وقتهم وأمدوني بالمعلومات المفيدة فجزاهم الله خيراً.

كما أشكر جميع من أسدى إلي مساعدة أو قدّم لي فائدة أو أرشدني لمعلومة، فلهم مني جميعاً جزيل الشكر والعرفان، داعياً الله أن يجزيهم خير الجزاء.

الباب الأول

تمهيد: مدخل للدراسة.

الفصل الأول: التطورات البحثية لنظرية الاستخدامات والإشباع.

الفصل الثاني: برامج الإفتاء في القنوات الفضائية العربية.

الحمد لله رب العالمين، والصلاة والسلام على أشرف
الأنبياء والمرسلين نبينا محمد، وعلى آله وصحبه وسلم تسليماً
كثيراً إلى يوم الدين، أما بعد:



مدخل للدراسة :

كان للقفزة الهائلة - التي شهدتها تكنولوجيا الأقمار الصناعية في مجال الاتصالات - آثارها في تطور الشبكات التلفزيونية، وسيطرة عنصر التخصص عليها، حيث ظهرت الشبكات الرياضية والتعليمية، وشبكات الأسرة والموسيقى والمنوعات، والشبكات الدينية والأفلام وغيرها من المضامين المختلفة.

ويُعدّ البث التلفزيوني عبر الأقمار الاصطناعية (السواتل) ظاهرة إعلامية مهمة، حيث يشهد العالم الآن ثورة هائلة في مجال نقل المعلومات والاتصالات، ويمثل التطور التكنولوجي سمة أساسية للبيئة الاتصالية في العصر الحديث، وفي ظل هذا التقدم التكنولوجي تضاعف عدد القنوات الفضائية بظهور التقنية الحديثة، فقد أصبح في الإمكان بث أعداد كبيرة من القنوات التلفزيونية، وفي عصر تكنولوجيا الاتصال الفضائي - الذي شهد تغيرات كبيرة في مجال الإعلام - برزت إلى الوجود فكرة القنوات التلفزيونية المتخصصة^(١).

ومن هذا المنطلق أصبحت القنوات الفضائية متاحة بدرجة كبيرة أمام المشاهدين، إذ أصبح في مقدورهم مشاهدة الأحداث المختلفة فور وقوعها، سواء كانت سياسية، أم ثقافية، أم أدبية، أم علمية، أم دينية، أم رياضية، وأصبح المتلقي هو الذي يحدد اعتماده على القنوات المختلفة المفضلة لديه، خصوصاً مع تعدد القنوات التلفزيونية الفضائية العربية والأجنبية، التي أصبحت

(١) سلوى إمام علي، تأثير مشاهدة الجمهور المصري للقنوات الفضائية على وسائل الاتصال، مؤتمر (الفضائيات العربية ومتغيرات العصر)، الأكاديمية الدولية لعلوم الإعلام، (القاهرة، الدار المصرية اللبنانية، الطبعة الأولى ٢٠٠٥م)، ص ٧٦.

تتنافس - بدرجة كبيرة - في الاستحواذ على اهتمام المشاهدين، وتُشكّل حقيقة واقعة ومؤثرة في حياتهم، ولم يعد في الإمكان تجاهلها وتجاهل آثارها في مشاهديها.

وقد نبغ اهتمام الدول العربية بفكرة الأقمار الصناعية وتوظيفها، لأغراض البث الإذاعي والتلفزيوني منذ عام ١٩٦٧م، حينما أوصى مؤتمر وزراء الإعلام العرب في تونس بضرورة استخدام التكنولوجيا الحديثة للأقمار الاصطناعية في تطوير الإعلام العربي إلى أن أطلق القمر العربي الأول عربسات في فبراير/شباط عام ١٩٨٥م إيذاناً بدخول العرب عصر الفضاء، وقد وضع صاروخ الفضاء آريان الأوروبي القمر في موقعة المداري ٢٦ درجة شرقاً، كما دخلت مصر الملكية الفضائية بإطلاقها القمر المصري نايل سات ١٠١ في مايو/أيار ١٩٩٨م^(١).

ومنذ ذلك التاريخ، بدأ انهمار سيل القنوات الفضائية العربية، سواء كانت ملكية خاصة، مثل: قنوات MBC, ART, ORBIT، الجزيرة، المستقبل، LBC، قناة المنار اللبنانية، قناة الأندلس العربية؛ أو القنوات الفضائية الحكومية، مثل: القنوات الفضائية المصرية، السعودية، التونسية، الكويتية، الأردنية، الإماراتية، المغربية، وبقية الدول العربية الأخرى.

ويبلغ عدد القنوات الفضائية العربية المجانية اليوم أكثر من ٤٧٤ قناة، تتنوع برامجها بين نشرات الأخبار، وبرامج دينية وثقافية ومنوعات ودراما وغناء وترفيه^(٢).

وقد تأثرت وسائل الإعلام العربية بالثورة التكنولوجية في مجال الأقمار

(١) سعد شعبان، القمر الصناعي المصري: النايل سات، (القاهرة، الهيئة المصرية العامة للكتاب، ١٩٩٨م)، ص ص ١٦٥ - ١٧١.

(٢) مجموعة المرشدين العرب، قنوات التلفزيون الفضائية في العالم العربي ٢٠٠٩م، المصدر موقع مجموعة المرشدين العرب على شبكة الإنترنت على العنوان التالي:

<http://www.arabadvisors.com/Arabic/Pressers/presser-110609.htm>.

الاصطناعية، فقد حدث ما أسماه شلايفر: الانفجار الإعلامي في الوطن العربي^(١).

ومما ساعد على انتشار بث هذه القنوات الفضائية داخل حدود الوطن العربي، اجتماعها في إقليم واحد، وتوحيدها في لغة البث، وهي اللغة العربية، وهو الأمر الذي تعامل معه خبراء الاتصال كعامل مؤثر في الاستقلالية الإعلامية والقدرة على تكوين سوق إعلامي عربي خاص بهم^(٢).

وتأتي البرامج الدينية وبرامج الإفتاء الشرعية في قائمة أولويات كثير من القنوات الفضائية العربية لاجتذاب المشاهد العربي، فكثير من القنوات الفضائية العربية - أياً كانت اهتماماتها وأهدافها - تحرص على تقديم برامج دينية تجيب عن أسئلة المشاهدين واستفساراتهم، وتوضح لهم أمور دينهم ودنياهم، كما تناقش في الوقت نفسه هموم الناس وقضاياهم في إطار الشريعة الإسلامية مستضيفة في ذلك مجموعة من العلماء والمفكرين وطلبة العلم في العالم الإسلامي.

ولعل مما يميز البرامج الدينية عبر القنوات التلفزيونية اشتغالها على قوالب متعددة ومضامين متنوعة، تسهم في نقل رؤية فكرية للحياة بكل أبعادها وتفاصيلها^(٣).

وهذا ما أتاح للناس إمكانية الحصول على تحقيق كثير من الإشباع لحاجاتهم الدينية. ومن هنا كانت الدراسات تؤكد وجود اهتمام واسع

Schleifer, A. Media Explosion in Arab World: The Pan-Arab Satellite Broadcasters. (١) available at:

http://www.tbsjournal.com/Archives/Fall98/Articles1/Pan-Arab_bcasters/pan-arab_bcasters.html.

Alterman, J. Transitional Media and Regionalism. (٢)

www.tbsjournal.com/html/pan-arabbroadcasters.

(٣) سيد ساداتي الشنقيطي، أسس تكامل المبادئ والغايات بين البرامج الدينية والبرامج الأخرى، بحث مقدم لندوة تطوير البرامج الدينية في تلفزيونات الخليج، الرياض، جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية ١٩٨٧م، ص ١٢.

وملحوظ بالمواد الدينية والفكرية لدى جمهور المشاهدين في بيئتنا العربية^(١).

وبرامج الإفتاء الشرعية تساعد على تنمية ثقافة المسلم وزيادة وعيه، وهي بذلك تقوم بدور اجتماعي مهم، لا سيما في ظل المتغيرات المتسارعة التي تشهدها المجتمعات الإسلامية، ولعل ما يفسر ذلك أنه - ومع مطلع التسعينيات الميلادية من القرن الماضي وبداية العقد الثاني من القرن الهجري الحالي، وما شهده العالم العربي من بروز القنوات الفضائية العربية - برزت وبشكل أكثر من ذي قبل - برامج الإفتاء المتخصصة التي أخذت تحظى باهتمام ومتابعة من قبل المتلقي العربي، الذي سئم مما تقدمه محطاته الحكومية من برامج ومواد بعيدة عن اهتماماته واحتياجاته، خصوصاً بعدما أصبحت برامج الإفتاء تطرح قضايا وموضوعات وأموراً كان يصعب في السابق التطرق إليها.

ويقع على عاتق برامج الإفتاء الشرعية وغيرها من البرامج الدينية مهمة كبيرة في مجال تجلية معالم الحضارة الإسلامية، وترسيخ معطياتها في نفوس الأفراد والجماعات، وتتمثل هذه المهمة في إسهام هذه البرامج - ووسائل الإعلام بصفة عامة - في تنشئة أفراد المجتمع وخصوصاً الأطفال والشباب على القيم والسلوكيات التي أقام الإسلام عليها نموذج الحضاري، لا سيما أن الجوانب الدينية تحظى باهتمام كبير من قبل أفراد المجتمع العربي^(٢).

ويرصد أحد الباحثين حجم الاهتمام بالبرامج الدينية في الفضائيات العربية الحكومية والخاصة من خلال مجموعة من النتائج أهمها^(٣):

(١) مساعد عبد الله المحيا، دوافع استخدام وسائل الاتصال الإلكتروني ومدى الإشباع الذي تحققه، رسالة دكتوراه غير منشورة، قسم الإعلام، جامعة الإمام محمد بن سعود، ١٩٩٤م.

(٢) المرجع السابق.

(٣) محمد أحمد هاشم، البرامج الدينية في القنوات الفضائية العربية: دراسة تحليلية، رسالة ماجستير غير منشورة، قسم الصحافة والإعلام كلية اللغة العربية، جامعة الأزهر، ٢٠٠٥م، ص ٥٩ - ٢٩٥ - ٢٩٦.

١ - أن هناك اهتماماً عاماً بالبرامج الدينية في القنوات الفضائية العربية الحكومية والخاصة، فلا توجد قناة فضائية عربية حكومية أو خاصة لا تهتم بعرض البرامج الدينية.

٢ - ارتفاع المدة الزمنية المخصصة للحلقة الواحدة من البرنامج الديني في القنوات الفضائية العربية الخاصة، ما بين (٤٠ إلى أقل من ٦٠ دقيقة) بنسبة بلغت ٦٦٪ من إجمالي عينة الدراسة.

٣ - عرض البرامج الدينية في الفضائيات الخاصة في فترات ذات كثافة مشاهدة عالية، مما يشير إلى أنها تتميز بنسبة مشاهدة ذات كثافة عالية.

٤ - اهتمام الفضائيات العربية الخاصة بإعادة بث البرامج الدينية الأمر الذي يوسع من زيادة الفرص أمام المزيد من الجماهير لمشاهدة هذه البرامج.

٥ - اهتمام القنوات الفضائية العربية الحكومية ببث البرامج الدينية، وحرصها على التنوع في زمن حلقات البرامج، مع توزيع البرامج الدينية على كل أيام الأسبوع، والتنوع في دورية بث هذه البرامج.

وبرامج الإفتاء الشرعية قامت بدور بارز ومهم على جميع الأصعدة: السياسية، والاقتصادية، والاجتماعية، والثقافية في المملكة العربية السعودية والعالم الإسلامي، فعلى الصعيد السياسي كان لهذه البرامج دور فاعل ومؤثر في توجيه الرأي العام، وترشيد حركته وفق أسس وقواعد شرعية مستمدة من الدين الحنيف، وعلى الصعيد الاقتصادي فقد شهدت المملكة والعالم الإسلامي بشكل عام نمواً اقتصادياً كبيراً، جعل الحاجة ماسة - أكثر من ذي قبل - إلى وجود رؤية شرعية ترشد هذه العملية الاقتصادية، فأنشأت البنوك والشركات الكبرى داخل المملكة لجناً متخصصة تعنى بإصدار الفتاوى في المسائل التجارية والمالية.

وعلى الصعيد الاجتماعي يبرز أثر برامج الإفتاء في تصحيح كثير من المفاهيم الخاطئة في المجتمع، وهذا يؤكد أن وسائل الاتصال الجماهيرية تُعدّ - اليوم - الجهاز المركزي الذي يوجه الفرد والمجتمع، ولذلك فإن صياغة

منهج للإعلام الإسلامي - يعمل على سد الفراغ الهائل في منظومات المنهج الإسلامي - يعد ضرورة ملحة حتى يمكن بلورة أنموذج جديد للإصلاح الإسلامي - يقوم على الشمول والتكامل والواقعية^(١).

وبرامج الإفتاء الشرعية وما تؤديه من دور في خدمة المجتمع والأفراد يقع على عاتقها مسؤولية اجتماعية كبيرة - وبخاصة في ظل الثورة التكنولوجية الفضائية، التي يعيشها العالم. وتعرض الجمهور في أي دولة لكثير من القنوات الفضائية مختلفة المضامين، ولوجود تيارات فكرية عالية، تفلسف الفوضى واللامسؤولية، والعبث، وظهور مظاهر هذه التيارات في وسائل الإعلام الدولية الفضائية المختلفة^(٢).

لذا فإنه ومن الطبيعي أن تتجه الدراسات إلى محاولة استكشاف العلاقة بين الجمهور وبرامج الإفتاء الشرعية، التي تقدمها تلك القنوات الفضائية، باعتبارها إحدى الأدوات الرئيسة في التثقيف والتعليم، وتوجيه الرأي العام والمجتمع، وركناً أصيلاً في جذب انتباه المشاهد والتأثير فيه.

وحيث إن برامج الإفتاء أصبحت صناعة لها جمهور، كان لا بد من الوقوف على هذا النمط الإعلامي بنوع من الدقة والتعمق العلمي، خصوصاً أنها أصبحت ظاهرة إعلامية تسترعي الانتباه، وجديرة بالعناية والاهتمام في ظل الانفتاح الإعلامي الهائل، والثورة الاتصالية الحديثة التي يشهدها العالم يوماً بعد آخر. وذلك في إطار نظرية الاستخدامات والإشباع التي تعد نقطة تحول في مجال الإعلام، والتي أظهرت أن رغبة الفرد في إشباع حاجات معينة من التعرض لوسائل الإعلام هو الأساس للعلاقة بين تعرض الفرد لوسائل الإعلام ومحتواها ومدى ما يحققه هذا التعرض من إشباع للحاجات

(١) عبد القادر طاش، دراسات إعلامية، (الرياض، دار الصافي للثقافة والنشر، ١٩٨٩م)، ص ٤٤.

(٢) محمد حسام الدين، المسؤولية الاجتماعية للصحافة، (القاهرة، الدار المصرية، ٢٠٠٣م)، ص ١٥.

المتعددة وتلبيتها، سواء أكانت نفسية، أم اجتماعية، أم غير ذلك^(١). كما يعد عنصر التعرض لوسائل الإعلام أحد أبرز العناصر الأساسية المكونة لنظرية الاستخدامات والإشباع.

أولاً: التعريفات الإجرائية:

فيما يأتي يعرض الباحث لمجموعة التعريفات الإجرائية للدراسة:

- يقصد الباحث بالتعرض:

هو مشاهدة الجمهور لمواد إعلامية معينة، عبر القنوات الفضائية العربية؛ بغية الحصول على ما يشبع حاجاته ورغباته، ويلبي طموحاته وتطلعاته من التعرض للوسيلة الإعلامية.

- القنوات الفضائية العربية:

هي تلك القنوات الفضائية الناطقة باللغة العربية، غير المشفرة، والمملوكة برأس مال عربي، سواء كان حكومياً أم خاصاً، والموجهة للمتلقي العربي حيثما كان، التي يمكن التقاط بثها من خلال القمرين العربيين عرب سات، ونايل سات.

- برامج الإفتاء المتخصصة:

هي تلك البرامج القائمة على استضافة صفوة من العلماء أو طلاب العلم في مجال الشريعة الإسلامية والفقه الإسلامي، التي تتناول المعرفة الدينية المتخصصة في قضايا العبادات والمعاملات، ويتولى فيها أحد العلماء أو طلاب العلم الإجابة عن أسئلة المشاهدين واستفساراتهم، كما يناقش مختلف القضايا المعاصرة التي تهم المجتمع الإسلامي من منظور فقهي.

- الجمهور السعودي:

جميع أفراد المجتمع السعودي فوق سن ١٥ عاماً، والمقيمون بمدينة الرياض في أثناء إجراء هذه الدراسة.

(١) محمد عبد الحميد، نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، (القاهرة، دار عالم الكتاب، ١٩٩٧م)، ص ٢٠٩.

ثانياً: أهمية الدراسة:

تتمثل أهمية الدراسة وأسباب اختيار الموضوع فيما يأتي:

- ١ - جدة موضوع هذه الدراسة، يُعدّ أحد الأسباب التي قادتني إلى الاهتمام بهذا الموضوع، خصوصاً أن المكتبة الإعلامية تفتقر إلى دراسة متخصصة في موضوع التعرض لبرامج الإفتاء في القنوات الفضائية العربية.
- ٢ - يتمتع التلفزيون - مقارنة بوسائل الاتصال الأخرى - بإمكانات كبيرة تتيح له الوصول إلى جماهير أوسع لا سيما بعد انتشار البث الفضائي، وهو ما أتاح للبرامج الدينية، وبرامج الإفتاء على نحو خاص، أن تحظى بمشاهدة واسعة، أوصلت كثيراً من المضامين الشرعية، واستجابت لإشباع كثير من الاحتياجات لدى جمهور هذه الوسيلة.
- ٣ - حداثة الأسلوب الذي تظهر به برامج الإفتاء الفضائية حالياً، فبعد أن كانت هذه البرامج تستخدم الرسائل البريدية للإجابة عن أسئلة الجمهور، وهو ما يتطلب كثيراً من الوقت، أصبحت هذه البرامج - اليوم - تتجه إلى التفاعل والتواصل المباشر مع أفراد الجمهور والاستماع إلى أسئلتهم على نحو مباشر، أو عبر موقع البرنامج على شبكة المعلومات (الإنترنت).
- ٤ - حاجة بعض المؤسسات الرسمية إلى مثل هذه الدراسات، كالمؤسسات المختصة بالإفتاء مثل اللجنة الدائمة للإفتاء، ووزارة الشؤون الإسلامية والأوقاف، وغيرها من المؤسسات ذات العلاقة، وذلك للتعامل مع ما يقدم من آراء عبر هذه البرامج، سواء كانت إيجابية أم سلبية، وسواء كان ذلك على الصعيد السياسي أم الاقتصادي، أم الاجتماعي، أم الثقافي.
- ٥ - تنامي الاهتمام ببرامج الإفتاء في الفضائيات العربية في المجتمع العربي والإسلامي، وحاجة الناس إلى التوعية الدينية الصحيحة فيما يشكل عليهم من أمور دينهم ودنياهم.
- ٦ - أمل أن يكون لنتائج هذه الدراسة ما يفيد عدة قطاعات، سواء كانت أكاديمية، أم حكومية، أم خاصة.

ثالثاً: الدراسات السابقة:

أتضح لي في إطار المراجعة العلمية للدراسات السابقة عدم وجود دراسة علمية محددة عن برامج الإفتاء المتخصصة في القنوات الفضائية العربية وجمهورها، وهو ما يؤكد الحاجة إلى دراسة هذا الموضوع دراسة علمية متعمقة، كما اتضح - من خلال المسح - أن هناك مجموعة من الدراسات التي أجريت على البرامج الدينية في القنوات الفضائية العربية، والتلفزيونات المحلية الأرضية، التي لها علاقة بجزئية، أو جزئيات، من موضوع هذه الدراسة استفدت منها بحمد الله تعالى^(١).

وسنستعرض فيما يأتي أهم تلك الدراسات، وأبرز النتائج التي أسفرت عنها:

درس محيي الدين عبد الحلیم^(٢) الدور الذي يمكن أن يؤديه الإعلام الديني في الراديو والتلفزيون في حياة المجتمع المصري، والأثر الذي يتركه في الرأي العام المحلي، وذلك كدراسة ميدانية على الريف المصري، وبلغ إجمالي المبحوثين ٦٠٠ مفردة، تم توزيعها على ثلاث قرى بالتساوي، من

(١) قام المؤلف في إطار زيارته العلمية لبعض الدول العربية بخصوص موضوع دراسته بزيارة كلية الإعلام بجامعة القاهرة وزيارة قسم الصحافة والإعلام بجامعة الأزهر، واطلع على مجموعة من الدراسات التي تناولت البرامج الدينية، ووجد في إطار مراجعته التراث العلمي دراسة علمية واحدة وحديثة في جامعة الأزهر تناولت البرامج الدينية في القنوات الفضائية العربية دراسة تحليلية، وهي عبارة عن رسالة ماجستير غير منشورة للباحث محمد أحمد هاشم عام ٢٠٠٥م، بعنوان: (البرامج الدينية في القنوات الفضائية العربية دراسة تحليلية)، واستفاد المؤلف من تلك الدراسات من خلال الرجوع إليها. كما قام المؤلف كذلك بزيارة قسم الإعلام الإسلامي بجامعة أم القرى للاطلاع على ما لديه بخصوص موضوعه. إضافة إلى ذلك قام المؤلف بترجمة مجموعة من الأبحاث والدراسات الأجنبية الحديثة الموجودة في بعض الجامعات الأمريكية والمعنية بنظرية الاستخدامات والإشباع والاتجاهات البحثية الحديثة التي طرأت عليها، ودراسات استخدام الجمهور للبرامج الدينية وإشباعاتها.

(٢) محيي الدين عبد الحلیم، الإعلام الديني وأثره في الرأي العام، رسالة دكتوراه منشورة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، ١٩٧٨م.

خلال اختيار العينة متعددة المراحل. وأظهرت نتائج الدراسة أن البرامج الدينية احتلت المركز الأول من بين برامج الإذاعة والتلفزيون المفضلة، وجاءت الاستزادة من المعرفة الدينية على رأس أسباب متابعة البرامج الدينية، وكشفت الدراسة أن البرامج الدينية في الراديو والتلفزيون تقوم بدور مؤثر وفاعل في دفع الناس إلى تأدية العبادات، وتحسين السلوك، والمعاملات، كما أنها تؤدي دوراً مهماً في مجال تثقيف الديني للمجتمع.

وللتعرف على حجم متابعة البرامج الدينية واتجاهات المستمعين والمشاهدين بشأنها، جاءت دراسة اتحاد الإذاعة والتلفزيون بمصر حول تقويم البرامج الدينية في الإذاعة والتلفزيون^(١) كدراسة ميدانية باستخدام صحيفة المقابلة مع عينة قوامها ١٠٠٠ مفردة من الذكور والإناث، فوق ١٦ سنة في بعض المدن والقرى المصرية. واتضح من الدراسة أن متابعة برامج القرآن الكريم وتفسيره جاءت بالمرتبة الأولى من حيث نسبة المشاهدة، بنسبة ٣٣,٥٪، تلتها برامج الإفتاء الشرعية بنسبة ٢٤,٤٪، وأوضحت الدراسة أن ٩٨٪ من متابعي البرامج الدينية يستفيدون من متابعتها بزيادة معلوماتهم الدينية، حول العبادات، وزيادة المعرفة بالقرآن الكريم، وفي مجال الأخلاق، والمعاملات، وتعلم الفرائض، ومعرفة الأحاديث النبوية ومعانيها السامية.

أما عن المضمون الذي تقدمه البرامج الدينية في الراديو والتلفزيون، فقد اهتمت دراسة عبد الستار عبد الإله عبد الرحمن^(٢) بدراسة القضايا التي تتناولها البرامج الدينية في الراديو والتلفزيون، وذلك للتعرف إلى نوعية القضايا التي تعرضها البرامج الدينية، واستخدمت الدراسة منهج المسح الإعلامي بأداة تحليل المضمون، إذ بلغت عينة الدراسة ١١٨١ حلقة برنامج ديني.

(١) اتحاد الإذاعة والتلفزيون بمصر، تقييم البرامج الدينية في الإذاعة والتلفزيون، مجلة الإعلام العربي دورية الدراسات الإعلامية العربية، السنة الثالثة، العدد الأول، ١٩٨٣ م.

(٢) عبد الستار عبد الإله عبد الرحمن، القضايا التي تتناولها البرامج الدينية في الراديو والتلفزيون، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، ١٩٩٥ م.

وخلصت إلى أن برنامج تفسير القرآن احتل المركز الأول من بين مختلف البرامج، وأن البرامج الدينية تركز في معالجتها لقضايا التنمية على الجوانب الروحية والأخلاقية أكثر من تركيزها في الجوانب البنيوية والمادية في التنمية، وقالت الدراسة: إن ظاهرة التطرف تحظى باهتمام بارز وحيز كبير في مضمون البرامج الدينية.

وحول تحليل البرامج الدينية في القنوات الفضائية العربية، جاءت دراسة محمد بن علي هندية^(١) لتجيب عن مجموعة من الأسئلة المهمة للتعرف إلى استخدامات الجمهور السعودي والعربي في المملكة العربية السعودية للبرامج الدينية، التي يتعرضون لها، والتعرف إلى المظاهر التي تكشف عن مدى التعرض والاهتمام من قبل الجمهور السعودي والعربي المشاهد لتلك البرامج الدينية.

اعتمدت الدراسة على منهج المسح الإعلامي بأداتي تحليل المضمون، والاستبيان بالتطبيق، على عينة من البرامج الدينية بأربع قنوات فضائية، و٦٠٠ مفردة من الجمهور السعودي والعربي في المملكة العربية السعودية.

وأظهرت نتائج الدراسة ازدياد مشاهدة البرامج الدينية لدى الجمهور السعودي والعربي من الذكور والإناث، وكشفت الدراسة أن برامج الفتاوى جاءت بالمرتبة الأولى من بين أنواع البرامج المفضلة لدى الإناث السعوديات، وفي المرتبة الأولى لدى الذكور والإناث العرب، وفي المرتبة الثالثة لدى الذكور السعوديين، وقالت الدراسة: إن أهم أسباب مشاهدة الجمهور السعودي والعربي للبرامج الدينية هي حاجتهم إلى زيادة الثقافة والمعرفة الدينية، ومعرفة الأحكام الشرعية.

أما دراسة محمد أحمد هاشم^(٢) التي سعت إلى التعرف إلى نوعية

(١) محمد بن علي هندية، البرامج الدينية في قنوات التلفزيون الفضائية العربية، رسالة دكتوراه غير منشورة، قسم الإعلام، جامعة الإمام محمد بن سعود، ١٤٢٣هـ.

(٢) محمد أحمد هاشم، البرامج الدينية في القنوات الفضائية العربية، دراسة تحليلية، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة الأزهر، قسم الصحافة والإعلام، كلية اللغة العربية، ٢٠٠٥م.

البرامج الدينية في القنوات الفضائية العربية، ودراسة المضمون الديني المعروف على شاشات الفضائيات العربية، والخطاب الديني والإعلامي - بعد ١١ سبتمبر/أيلول - فهي تُعدّ من الدراسات الحديثة في هذا المضمار، إذ اعتمدت الدراسة على منهج المسح الإعلامي، بأداة تحليل المضمون بالتطبيق على عينة من البرامج الدينية في الفضائيات العربية.

وتوصلت الدراسة إلى اهتمام البرامج الدينية في الفضائيات العربية الخاصة بالموضوعات السياسية بصفة عامة، وبالقضايا والأفكار التي تندرج تحت هذه الموضوعات، وفي مجال القضايا الاجتماعية توصلت الدراسة إلى تركيز اهتمام الخطاب الإعلامي في البرامج الدينية بالقضايا المختلفة للنظام الاجتماعي في الإسلام، وكشفت الدراسة أن المستوى اللغوي السائد في البرامج التي تقدمها الفضائيات العربية الحكومية هو فصحي العصر.

وقد أثارت دراسة عادل فهمي البيومي^(١) تساؤلاً حول مدى قدرة البرامج الدينية - التي يقدمها التلفزيون المصري - في عملية التثقيف الإسلامي، واعتمدت الدراسة على منهج الدراسات الارتباطية والمنهج الوصفي، مستخدمة أسلوب المسح، وأسلوب دراسة الحالة، وذلك بالتطبيق على القائم بالاتصال في البرامج الدينية، وعينة من البرامج الدينية للقناتين الأولى والثانية، والطلبة الجامعيين في مصر.

وتوصلت الدراسة إلى ضعف التأهيل المهني للقائم بالاتصال، وضعف مشاركته في تخطيط البرامج، وذكرت أن مضمون البرامج الدينية يتركز في الجانب النظري للثقافة الإسلامية، أكثر مما يتركز في الجوانب التطبيقية، مثل: النظام السياسي. وقد احتلت البرامج الدينية بالتلفزيون الترتيب الرابع بين مصادر التثقيف من حيث تعرض الطلبة الجامعيين لها بنسبة ٨١,١٪ من جملة العينة، وقال ٨٤,٣٪ من الطلبة: إن البرامج الدينية مصدر مهم للثقافة الإسلامية.

(١) عادل فهمي البيومي، البرامج الدينية في التلفزيون المصري ودورها في التثقيف الديني للشباب، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، ١٩٩١م.

أما دراسة محمود عبد العزيز فرحان^(١)، فقد سعت إلى وصف واقع البرامج الدينية في القناة الأولى في التلفزيون المحلي اليمني، والتعرف إلى آراء الجمهور اليمني تجاه البرامج الدينية. وكشفت الدراسة ارتفاع نسبة مشاهدة البرامج الدينية، فقد بلغت (٨٤٪) من إجمالي العينة. كما أوضحت الدراسة أن أفضل أنواع البرامج كانت برامج الفتاوى، التي جاءت بنسبة (٢١٪)، بعدها برامج الندوات الدينية بنسبة (٢٠٪)، وأظهرت النتائج رغبات الجمهور في مشاهدة أفضل أشكال البرامج الدينية، فقد جاءت الندوات بنسبة (٢٦٪)، ثم الحديث المباشر بنسبة (١٩٪)، وبينت الدراسة أيضاً أن (٤٢٪) من أفراد العينة يرون أن وقت إذاعة البرامج الدينية في التلفزيون اليمني المحلي غير مناسبة.

وجاءت دراسة نوال عمر^(٢) للتعرف إلى دور الإعلام الديني في وسائل الإعلام التلفزيونية والإذاعية في تغير قيم الأسرة، ومعرفة الجمهور المشاهد لتلك الوسائل، لتكشف القدرة التأثيرية العالية للتلفزيون في جذب المشاهد، إذ إنه احتل المرتبة الأولى في مشاهدة البرامج الدينية، ثم الإذاعة، ثم الصحف، فالأفلام. وقالت الدراسة: إن (٨٨٪) من الجمهور المستهدف موضع الدراسة قد وافق على البرامج الإذاعية التي عالجت قضية التعصب، وأكدت الدراسة أن (٧٤٪) يوافقون على أن البرامج الدينية قد عالجتها، مقابل (٢٦٪) لم يوافقوا على ذلك، وبينت الدراسة أنه كلما زاد سن المبحوثين زاد إقبالهم على مشاهدة البرامج الدينية.

أما دراسة رزق سعد عبد المعطي^(٣)، فقد اهتمت بدراسة استخدامات

(١) محمود عبد العزيز فرحان، البرامج الدينية في التلفزيون اليمني واقعها وسبل تطويرها، رسالة ماجستير غير منشورة، قسم الإعلام، جامعة الإمام محمد بن سعود، ١٩٩٧م.

(٢) نوال عمر، دور الإعلام الديني في تغير بعض القيم في الأسرة الريفية والحضرية، رسالة دكتوراه منشورة، كلية الآداب، جامعة الزقازيق، ١٩٨٤م.

(٣) رزق سعد عبد المعطي، استخدامات الإعلام الديني وإشباعاته في مصر، دراسة =

الإعلام الديني والإشباعات التي يحققها، وذلك بغرض معرفة دوافع استخدام الجمهور للمضمون الديني عبر الوسائل الإعلامية المختلفة، والإشباعات المتحققة لهم، وذلك في دراسة ميدانية على عينة من جمهور الريف المصري بلغت ٤٠٠ مفردة، وأوضحت النتائج ارتفاع معدل التعرض للمضمون الديني لأفراد العينة من خلال المسجد والإذاعة والتلفزيون والصحف كأهم وسائل وقنوات الإعلام الديني. كما كشفت النتائج عن أهم أسباب مشاهدة المحتوى الديني التي جاء على رأسها: تعلم أمور الدين، ومعرفة ما يدور حول المرء من قضايا ومشكلات المجتمع ومعالجتها بشكل موضوعي ومن منظور ديني.

في حين أجرى سامي عبد العظيم العوضي^(١) دراسته حول استخدامات الشباب الجامعي لقنوات الاتصال الشخصي والجماهيري في الحصول على المعلومات الدينية، وذلك بهدف التعرف على أنماط استخدام طلاب الجامعات لقنوات الاتصال الشخصي ووسائل الاتصال الجماهيري، وتعرضهم لها، ودوافعهم لمتابعتها، والإشباعات المتحققة لهم من تلك المتابعة، إذ تم تطبيق الدراسة على عينة قوامها ٤٥٠ مفردة من طلاب جامعات القاهرة والأزهر والزقازيق، وخلصت النتائج إلى أن التلفزيون كان في مقدمة الوسائل الإعلامية من حيث حرص المبحوثين على متابعة ما يطرح فيه ومشاهدته من أمور دينية وعقدية تفيد المشاهد، تلته بعد ذلك وسائل الاتصال الأخرى من حيث الاهتمام بها.

وأما دراسة أبيلمان^(٢) التي اهتمت بمعرفة استخدام المراهقين للتلفزيون الديني والإشباعات المتحققة من التعرض لبرامجه، فجاءت لتؤكد أن أغلبية

= ميدانية على عينة من جماهير المجتمع الريفي، مجلة البحوث الإعلامية، قسم الصحافة والإعلام، جامعة الأزهر، العدد السابع، ١٩٩٧م.

(١) سامي عبد العظيم العوضي، استخدامات الشباب الجامعي لقنوات الاتصال الشخصي والجماهيري في الحصول على المعلومات الدينية، رسالة دكتوراه غير منشورة، قسم الصحافة والإعلام، كلية اللغة العربية، جامعة الأزهر، ١٩٩٨م.

(٢) Abelman, R. (1987). Religious television uses and gratification. Journal of Broadcasting and electronic media. v.31, no.3, pp.309-321.

المراهقين من تلاميذ المدارس الثانوية يستخدمون البرامج الدينية ويتابعونها باستمرار، وذلك بدافع الحصول على المعلومات التي تفيدهم في عملية التفاعل الاجتماعي، وفي حل المشكلات التي تواجههم والتغلب عليها، والتخلص من الوحدة والملل.

وفي أمريكا قام الباحث كيم^(١) بدراسة استخدامات البرامج الدينية والإشباعات المتحققة منها وتحليلها وذلك من خلال استبيان ذاتي طبق على ١٨٨ مشاهداً للبرامج الدينية في التلفزيون بصورة منتظمة، بمقاطعة أيري في ولاية نيويورك، من عام ١٩٨٥م إلى ١٩٨٦م، وتم اختيار العينة بطريقة العينات المحتملة. واتضح من النتائج أن التفاعل الاجتماعي والمحافظة على المعتقدات الدينية كانت أقوى الدوافع لإقبال المشاهدين على البرامج الدينية التلفزيونية، كما أن مشاهدة البرامج الدينية في التلفزيون تعد أحد العوامل الرئيسة للمحافظة على المعتقدات الدينية لدى المبحوثين، إضافة إلى أن مشاهدتها تعد مصدراً للمعلومات المتعلقة بالدين.

وفي السويد أجرى الباحث بيترسون^(٢) استطلاعاً بريدياً شارك فيه ٩٤٦ شخصاً على امتداد السويد، وذلك بهدف معرفة استخدامات جمهور البرامج الدينية التي يبثها التلفزيون السويدي، والإشباعات التي تحققها لهم متابعة هذه البرامج، وتبين من النتائج أن البرامج الدينية المقدمة على شاشة التلفزيون تقدم القدر والفائدة نفسها من الإشباعات التي يتحصل عليها الجمهور عند ذهابهم إلى الكنيسة، كما أنها تمدهم بما يحتاجون إليه من أمور دينية وعقدية، وتعد مشاهدتها بالنسبة إليهم مماثلة من الناحية الوظيفية للذهاب إلى الكنيسة.

Kim, k. (1986). A uses and gratifications analysis of televangelism (religios TV, (١) religios broadcasting, media christianity). PhD. Thesis. state university of New York at Buffalo.

Pettersson, T. (1986). The audiences' uses and gratifications of TV worship services. (٢) Journal for the scientific study of religion. v.25, no.4, pp. 391- 409.

ودرس محمد غريب^(١) تعرض طلاب الجامعات لقناة اقرأ الفضائية، وعلاقته بإدراك القيم والموضوعات الدينية، وذلك كدراسة ميدانية في إطار نظرية الغرس الثقافي على عينة عشوائية من طلاب الجامعات قوامها ٤٠٠ مفردة، وتوصلت إلى أن ٧٧,٥٪ من أفراد العينة يشاهدون قناة اقرأ، وأن البرامج التي يفضلون متابعتها كانت في المقام الأول برامج الفقه والشريعة، تلتها برامج الإفتاء الشرعية في المرتبة الثانية، ثم برامج الأحاديث الدينية، وكشفت الدراسة أن أهم أسباب تعرض الجمهور لقناة اقرأ هي حرصهم على الحصول على المعلومات الدينية بشكل مبسط، من خلال ما تقدمه القناة، إضافة إلى الاستماع إلى النصائح والإرشادات، واكتساب قيم ومعتقدات جديدة، وتعلم السلوك الحسن من النماذج التي تعرضها القناة.

كما درس الباحث محمد غريب^(٢) كذلك دور البرامج الدينية بالقنوات الفضائية العربية في التثقيف الديني لدى طلاب الجامعات، دراسة ميدانية على ٤٠٠ مفردة من الطلاب من مختلف التخصصات في إطار نظرية الغرس الثقافي، وأظهرت الدراسة كثافة مشاهدة الطلاب للبرامج الدينية في الفضائيات العربية، فقد احتلت برامج الفقه والشريعة المرتبة الأولى من حيث نسبة المشاهدة، جاءت بعدها برامج الإفتاء، ثم برامج الأحاديث الدينية، وتصدرت القنوات الفضائية المصرية مصادر الحصول على المعلومات الدينية، وأثبتت الدراسة ارتباط إدراك الواقع من البرامج الدينية بكثافة مشاهدتها.

وكشفت دراسة محمود حسن إسماعيل^(٣) التي أجراها بهدف معرفة

(١) محمد غريب، تعرض طلاب الجامعات لقناة اقرأ الفضائية وعلاقته بإدراك القيم والموضوعات الدينية، دراسة ميدانية في إطار نظرية الغرس، مجلة دراسات الطفولة، معهد الدراسات العليا للطفولة، جامعة عين شمس، عدد يوليو/تموز ٢٠٠٣ م.

(٢) محمد غريب، دور البرامج الدينية بالقنوات الفضائية العربية في التثقيف الديني لدى طلاب الجامعات، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، المجلد السادس، العدد الثاني، يونيه - ديسمبر/حزيران - ك ١ ٢٠٠٥ م، ص ٣٩٥ - ٤٤٨.

(٣) محمود حسن إسماعيل، استخدامات المراهقين للقنوات الفضائية الدينية والإشباع المتحققة منها، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، المجلد الخامس، العدد الثاني، =

استخدامات المراهقين للقنوات الفضائية الدينية والإشباعات المتحققة منها، وذلك على عينة عمدية من المراهقين بلغت ٤٠٠ مفردة ممن تراوح أعمارهم بين (١٥ و ١٨) عاماً، وخلصت النتائج إلى بيان ارتفاع معدل مشاهدة القنوات الفضائية الدينية لدى المراهقين إذ بلغت نسبة كثافة المشاهدة (٣٣٪)، وذلك رغبة من المراهقين في متابعة البرامج الدينية التي تعرضها تلك القنوات، والإقبال عليها، واتضح أن أهم دوافع استخدام المراهقين للقنوات الدينية هو اكتساب المعلومات الدينية، ومعرفة أحكام الشريعة، والترويح عن النفس، إضافة إلى ما توفره متابعة البرامج التي تعرضها هذه القنوات من إشباعات تتمثل في زيادة المعرفة الدينية واكتساب القيم الإسلامية والاقتداء بنماذج القدوة الحسنة.

وعن دور القنوات الفضائية الإسلامية في إمداد الجمهور بالثقافة الدينية جاءت دراسة سهير صالح إبراهيم^(١) للتعرف إلى معدلات تعرض الجمهور للفضائيات الدينية الإسلامية ومعرفة دوافع وتأثيرات اعتماد الجمهور على هذه الفضائيات في الحصول على المعرفة الدينية الصحيحة، ومدى استفادتهم منها، وذلك في دراسة وصفية تهدف إلى رصد خصائص هذه الظاهرة، والتعرف إلى سماتها من خلال استخدام منهج المسح الميداني على عينة عشوائية من الجمهور العام، قوامها ٢٦٠ مفردة من الجمهور في محافظتي القاهرة والجيزة، وأوضحت نتائج الدراسة ارتفاع معدلات استفادة المبحوثين من القنوات الدينية، إذ بلغت (٦١,٢٪). وتمثلت أهم دوافع هذه الاستفادة في زيادة المعلومات الدينية، وتقوية صلة الإنسان بالله سبحانه، والحرص على متابعة برامج الإفتاء، والحصول منها على فتاوى دينية تهتم بشؤون الحياة ومستجداتها، كما تبين أن هذه الفضائيات تسعى إلى إبراز العقيدة الإسلامية

= يونيه - ديسمبر/حزيران - ١٤٢٠٠٤م، ص ص ٢٨٧ - ٣٢٨.

(١) سهير صالح إبراهيم، دور القنوات الفضائية الإسلامية في إمداد الجمهور بالثقافة الدينية، بحث مقدم للمؤتمر العلمي الثالث عشر (الإعلام والبناء الثقافي والاجتماعي للمواطن العربي)، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، ٨ - ١٠ مايو/أيار ٢٠٠٧م.

بشكلها الصحيح للجمهور، واتضح من الدراسة وجود علاقة ارتباطية بين معدلات تعرض المبحوثين للقنوات الفضائية الدينية، ودوافع وتأثيرات اعتمادهم عليها.

يتضح بعد استعراض الدراسات السابقة وأهم النتائج التي توصلت إليها جملة من الأمور المهمة منها:

■ أن كل هذه الدراسات على اختلاف أهدافها قد اهتمت بدراسة البرامج الدينية المقدمة في الإذاعات والتلفزيونات المحلية الأرضية، أو المحطات الفضائية العربية. . ولم توجد أي دراسة من هذه الدراسات أجريت على برامج الإفتاء الشرعية في الفضائيات العربية وجمهورها على وجه الخصوص، وإنما درست ضمن البرامج الدينية التي تقدمها الفضائيات العربية. . ويرى الباحث أن دراسة برامج الإفتاء التي تقدمها القنوات الفضائية العربية وجمهورها في الوقت الحاضر، يعد ضرورياً في ظل ما تمثله هذه النوعية من البرامج من أهمية كبيرة في حياة الناس، وما تؤديه من دور مجتمعي مؤثر، وهذا ما يتطلب دراستها دراسة متعمقة ومستقلة.

■ كما أن دراسة برامج الإفتاء الشرعية في القنوات الفضائية العربية وجمهورها، بالشكل الذي سعى إليه الباحث تتفق مع النظرة الشمولية التي يتمتع بها الدين الإسلامي. . والتي تهئ المجال وتجعله مفتوحاً أمام وسائل الإعلام الإسلامي بشتى أنواعها لتناول مختلف الموضوعات والقضايا في المجالات كافة: اجتماعية كانت، أو سياسية، أو اقتصادية، أو ثقافية، أو علمية، أو إعلامية. . إلخ.

ومع ذلك فإن هذه الدراسات التي تم استعراضها كانت بلا شك ذات نفع وفائدة كبيرة للمؤلف استفاد منها في تأسيس مشكلة الدراسة وتساؤلاتها، والإطار النظري، والإجراءات المنهجية، بما يعزز من أهمية الدراسة ويقويها.

رابعاً: مشكلة الدراسة وأهدافها:

على ضوء ما عرضه الباحث في أهمية الدراسة ومقدمتها، وما كشفت

عنه الدراسات السابقة، فإن الباحث سعى إلى دراسة جمهور برامج الإفتاء المتخصصة في القنوات الفضائية العربية.

وبالنظر إلى مشكلة البحث، يتضح أن الدراسة تسعى إلى تحقيق الأهداف الآتية:

- ١ - معرفة حجم استخدام الجمهور السعودي لبرامج الإفتاء في القنوات الفضائية العربية.
- ٢ - تحديد درجة تعرض الجمهور السعودي لبرامج الإفتاء المتخصصة في القنوات الفضائية العربية.
- ٣ - تحديد طبيعة استخدامات الجمهور السعودي لبرامج الإفتاء في القنوات الفضائية العربية.
- ٤ - معرفة دوافع استخدام الجمهور السعودي لبرامج الإفتاء.
- ٥ - الوصول إلى الإشباعات التي تحققها برامج الإفتاء في القنوات الفضائية العربية للجمهور السعودي.
- ٦ - تحديد العلاقة بين استخدامات الجمهور لبرامج الإفتاء وإشباعاتها.

خامساً: تساؤلات الدراسة:

تأسيساً على ما تقدم من أهمية هذه الدراسة، وأهمية برامج الإفتاء المتخصصة في القنوات الفضائية العربية، وما يمكن أن تحدثه من أثر في المتلقي، فقد طرحت هذه الدراسة عدة تساؤلات رئيسة أجابت عنها في غضون هذا البحث وهي:

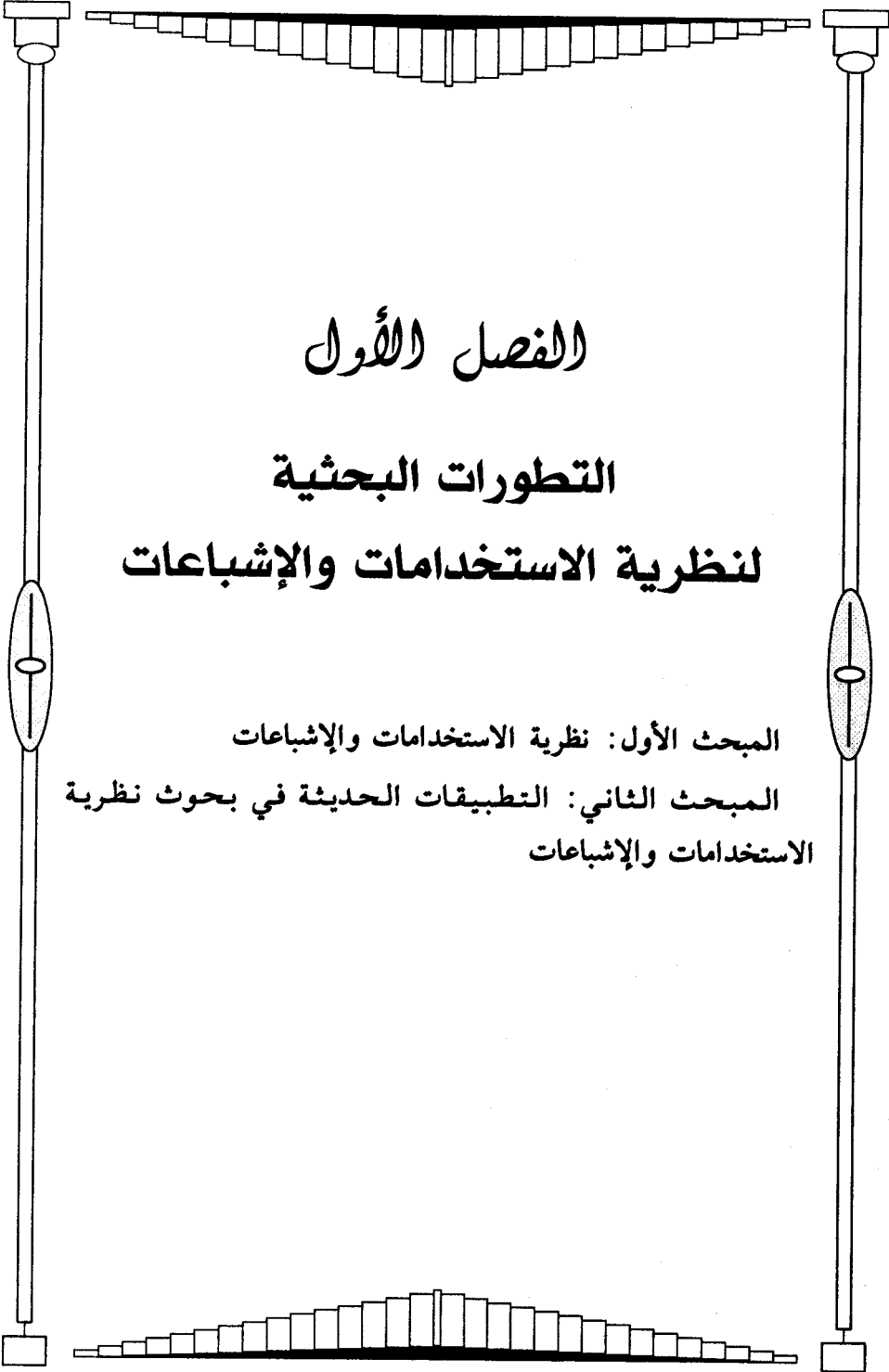
تساؤلات الجانب النظري:

- ما التطورات البحثية لنظرية الاستخدامات والإشباعات؟
- ما مفهوم البرامج الدينية، وما أنواعها، وأنماطها؟
- ما طبيعة برامج الإفتاء الشرعية في الفضائيات العربية وما أهميتها وأهدافها؟

■ ما علاقة المعرفة الدينية باستخدام وسائل الإعلام؟

تساؤلات الدراسة الميدانية:

- ١ - ما مدى تعرض الجمهور السعودي لبرامج الإفتاء في القنوات الفضائية العربية؟
 - ٢ - ما دوافع استخدام الجمهور السعودي عينة البحث لبرامج الإفتاء في القنوات الفضائية العربية؟
 - ٣ - ما طبيعة استخدامات الجمهور السعودي لبرامج الإفتاء في القنوات الفضائية العربية؟
 - ٤ - ما الإشباعات التي تحققها برامج الإفتاء في القنوات الفضائية العربية للجمهور السعودي؟
 - ٥ - ما العوامل المؤثرة في حجم استخدام الجمهور لبرامج الإفتاء ووصول مضامين تلك البرامج؟
 - ٦ - ما العلاقة بين استخدامات الجمهور لبرامج الإفتاء في القنوات الفضائية العربية وإشباعاتها؟
- والباحث سيرجئ الحديث عن منهج الدراسة وأداتها ومجتمعها وعينتها إلى الإجراءات المنهجية في الفصل الأول من الباب الثاني.



الفصل الأول

التطورات البحثية

لنظرية الاستخدامات والإشباع

المبحث الأول: نظرية الاستخدامات والإشباع
المبحث الثاني: التطبيقات الحديثة في بحوث نظرية
الاستخدامات والإشباع

المبحث الأول

نظرية الاستخدامات والإشباع

- المطلب الأول: نظرية الاستخدامات والإشباع المفهوم والنشأة.
- المطلب الثاني: فروض نظرية الاستخدامات والإشباع ونماذجها.
- المطلب الثالث: عناصر نظرية الاستخدامات والإشباع.
- المطلب الرابع: الانتقادات الموجهة لنظرية الاستخدامات والإشباع.



ينظر كثيرون إلى أن وسائل الإعلام تعد إحدى النوافذ الرئيسة التي يطل من خلالها الفرد والمجتمع على مجريات العالم وفعالياته وواقعه، بوصفها وسائل تنقل كثيراً من المضامين التي قد تعكس جوانب من العالم المحيط بهم، فالمادة الإخبارية تنقل ما يحدث في العالم خلال اليوم واللحظة، كما أن برامج التلفزيون تعكس كثيراً من قيم المجتمع وعاداته وأساليب معيشته، فعلى سبيل المثال يرى بعضهم أن الدراما تعكس جوانب من اهتمامات الناس وقضاياهم، كما أن الإعلانات قد تشير إلى جوانب من حاجاتهم ورغباتهم من السلع والخدمات، وتُعد وسائل الإعلام - وفق هذا المفهوم - بمنزلة النافذة التي يطل المجتمع من خلالها على الواقع^(١)، ويتفاعل معها، لذلك فهي عملية تفاعل مستمرة بين المتلقي ووسائل الإعلام.

وفي الآونة الأخيرة اتجهت كثير من الدراسات الإعلامية إلى استخدام نظرية الاستخدامات والإشباع بوصفها مدخلاً يوضح ويفسر - إلى حد كبير - الدور الحقيقي للمتلقي في العملية الاتصالية.

إذ جاء تأسيس نظرية الاستخدامات والإشباع كرد فعل لما كان يعرف بمفهوم القوة الكبيرة لوسائل الإعلام، الذي تبناه الباحثون في العقود الثلاثة الأولى من القرن الماضي، من خلال الإيمان بأن لوسائل الإعلام حضوراً كبيراً وتأثيراً قوياً في تشكيل الآراء والاتجاهات وأنماط السلوك المختلفة،

(١) مصطفى حمدي أحمد محمد، استخدامات المراهقين للتقنيات الفضائية والإشباع المتحققة، دراسة مسحية على عينة من المراهقين في المنيا والقاهرة، رسالة ماجستير غير منشورة، قسم الإعلام، جامعة المنيا، ٢٠٠٢م، ص ٤١.

وذلك بسبب النظر إلى جماهير وسائل الإعلام على أنها جماهير سلبية تتأثر بشكل مباشر بالمضامين التي تبثها وسائل الإعلام، فالجماهير بهذه النظرة هم أشبه ما يكون بذرات منفصلة من ملايين القراء والمستمعين والمشاهدين، وبذلك فهم مهياؤون باستمرار لاستقبال كثير من الرسائل والمضامين الإعلامية المختلفة، التي تشكل كل واحدة منها منبهاً قوياً يدفع المتلقي إلى الاستجابة بشكل أو بآخر، بما يحقق هدف القائم بالاتصال^(١).

ونشأت هذه النظرية في إطار نموذج التأثيرات المتوسطة لوسائل الاتصال، التي تهتم بدراسة الاتصال الجماهيري دراسة وظيفية منظمة، من خلال الاستخدام الوظيفي لوسائل الإعلام، وذلك بالنظر إلى ما يفعله الناس بوسائل الاتصال بدلاً من الاتجاه الذي كان سائداً الذي يبحث فيما تفعله وسائل الاتصال بالناس^(٢).

ويأتي هذا الفصل في مبحثين يتناول المبحث الأول منه التعريف بنظرية الاستخدامات والإشباع، ومفهومها، وبداية ظهورها، كما يناقش الفروض الأساسية والعناصر الرئيسة التي تقوم عليها، إضافة إلى أبرز الانتقادات الموجهة للنظرية، وأبرز الردود عليها.

أما المبحث الثاني فيسلط الضوء على أبرز التطبيقات البحثية الحديثة، التي ظهرت في بحوث نظرية الاستخدامات والإشباع، وأخيراً استشراف الرؤية المستقبلية لبحوث نظرية الاستخدامات والإشباع.

(١) حسن عماد مكاي، استخدامات التلفزيون وإشباعاته في سلطنة عُمان، مجلة بحوث الاتصال، العدد الثامن، ديسمبر/ك ١٩٩٢م، ص ٩٧.

(٢) مساعد المحيا، دوافع استخدام وسائل الاتصال الإلكتروني ومدى الإشباع الذي تحققه، مرجع سابق، ص ١٠٣.



نظرية الاستخدامات والإشباعات المفهوم والنشأة

أولاً: مفهوم نظرية الاستخدامات والإشباعات:

لا بد عند بداية الحديث عن نظرية «الاستخدامات والإشباعات» من تحرير مفهومين أساسيين تقوم عليهما النظرية، أولهما: الاستخدام، وثانيهما: الإشباع.

والمقصود بالاستخدام في اللغة: من استخدم استخداماً؛ أي: «اتخاذ الشخص خادماً، واستعمل الآلة لمصلحته»^(١). وورد في لسان العرب أن الاستخدام هو من «استخدمه فأخدمه؛ أي: استوهمه خادماً فوهمه له، ويقال: اختدمت فلاناً واستخدمته؛ أي: سألته أن يخدمني، والخادم واحد الخدم، غلاماً كان أو جارية»^(٢). كما جاء بنفس اللفظ في معجم متقن الطلاب^(٣)، وورد في بعض المعجمات اللغوية أن الاستخدام: «مصدر من استخدم استخداماً: اتخذه خادماً وسأله أن يخدمه، أو استوهمه خادماً»^(٤).

أما معنى الإشباعات لغة فهي مأخوذة من (شبع)، وبهذا تكون الشين

(١) الأداء القاموس العربي الشامل عربي/عربي، الطبعة الأولى، دار الراتب الجامعية، بيروت، ص ٣٤.

(٢) أبو الفضل جمال الدين محمد بن مكرم ابن منظور، لسان العرب، (بيروت، دار الكتب العلمية، ١٩٩٣م)، ص ٣٢٣.

(٣) متقن الطلاب معجم عصري عربي/عربي، (بيروت، دار الراتب، بدون تاريخ نشر)، ص ١٩.

(٤) جبران مسعود، الرائد معجم لغوي عصري، (بيروت، دار العلم للملايين)، ص ١٠٤.

والباء والعين أصل الكلمة، وتدل على: امتلاء في أكل وغيره^(١). وهي بمعنى «أكل ما يكفيه فهو شعبان، كما أنه يقال: شبع عقله بمعنى متن وقوي، فهو شبيع، ومشبع العقل، والشبع ضد الجوع، وثوب شبيع الغزل كثيره. كما يقال: امرأة شبعى الذراع؛ أي: ضخمتها، وشبعى الوشاح؛ أي: ضخمة البطن»^(٢). وورد في قاموس الأداء بمعنى: الممتلئ بطنه من الطعام، والمكتفي الذي ملء الأمر^(٣).

أما الاستخدامات والإشباعات في الاصطلاح الإعلامي، فلا يوجد هناك مفهوم محدد ودقيق يكون تعريفاً شاملاً وجامعاً لنظرية الاستخدامات والإشباعات^(٤)، إلا أننا سعيينا إلى تعريف الاستخدامات بأنها «اختيار الفرد للتعرض لوسائل الإعلام وما تبثه من مضامين مختلفة بدوافع معينة وبمستويات مختلفة من التعرض، رغبةً في إشباع احتياجاته الخاصة».

في حين قدم بعض الدارسين لهذه النظرية تعريفاً اصطلاحياً لمفهوم الإشباعات يمكن البناء عليه مستقبلاً، إذ حددوا مصطلح الإشباعات بأنه: «ما تحققه المادة المقدمة عبر وسيلة معينة من استجابة جزئية، أو كلية، لمتطلبات حاجات الفرد ودوافعه، الذي يستخدم هذه الوسيلة ويتعرض لتلك المادة»^(٥).

وعرّف علماء النفس الإشباع بأنه: «إرضاء الحاجة، وتحقيق المطلب الذي يلح عليه الدافع». ومن الجدير بالذكر أن إشباع الدافع قد لا يكون إشباعاً كاملاً ومباشراً. ففي كثير من الحالات يضطر الفرد إلى القبول بالإشباع

(١) أبو الحسن أحمد بن فارس بن زكريا، معجم مقاييس اللغة، تحقيق عبد السلام هارون، (القاهرة، مكتبة الخانجي، ١٩٨١م)، ٢٤١/٣.

(٢) أحمد رضا، معجم متن اللغة، (بيروت، دار مكتبة الحياة، ١٩٥٩م)، ٢٦٨/٣.

(٣) الأداء القاموس العربي الشامل عربي/عربي، مرجع سابق، ص ٣١٦.

(٤) محمد بن سعود البشر، نظريات التأثير الإعلامي، (الرياض، غيناء للنشر، ١٤٢٤هـ)، ص ٧٥.

(٥) مساعد المحيا، دوافع استخدام وسائل الاتصال الإلكتروني ومدى الإشباع الذي تحققه، مرجع سابق، ص ١٠١.

المنقوص، أو غير المباشر، أو هما معاً، تحت وطأة الظروف والقيود التي تفرضها البيئة المادية، أو المجتمع الإنساني، أو جوانب شخصيته المختلفة، وإمكاناتها، أو كل ذلك أو بعضه مجتمعاً^(١).

ثانياً: نشأة نظرية الاستخدامات والإشباع:

تهتم نظرية الاستخدامات والإشباع بدراسة الاتصال الجماهيري دراسة وظيفية منظمة، إذ كان لإدراك الباحثين والمتخصصين في حقل الاتصال الجماهيري للفروق الفردية والسمات والمتغيرات الاجتماعية بين الناس، وما تبعه من دراسة لأنماط السلوك المختلفة، والخاصة بوسائل الإعلام، الفضل في بداية ظهور مفهوم جديد يحدد العلاقة بين الجماهير ووسائل الإعلام، وكان ذلك بمنزلة تحول في الرؤية السائدة للجماهير، على أنها سلبية وغير فاعلة، إلى رؤيتها على أنها فاعلة وإيجابية في انتقائها لكثير من الرسائل والمضامين المفضلة لديها، التي تبثها وسائل الإعلام، خصوصاً وقد كانت النظريات المبكرة، مثل: نظرية «الرصاصة السحرية»، تنظر إلى الجماهير على أنها كائنات سلبية، ومنفصلة، وتتصرف بناء على نسق واحد^(٢).

فنظرية الاستخدامات والإشباع تمثل محاولة لتفسير الطريقة التي يتم بموجبها استخدام الأفراد لوسائل الإعلام، بوصفها مصدراً مهماً وحيوياً لإشباع حاجاتهم ومتطلباتهم، وفقاً لهذه النظرية فإن الجمهور نشط Active، وليس سلبياً Passive، وهو الذي يستخدم وسائل الإعلام في سبيل إشباع رغباته واحتياجاته، وليس العكس، وبذلك فالأفراد يتحكمون في حجم تعرضهم لوسائل الإعلام، وينتج عن ذلك السعي الحثيث والتنافس القوي بين وسائل الإعلام والمصادر الأخرى للاستحواذ على المتلقي، والسعي في إشباع

(١) فرج عبد القادر، أصول علم النفس الحديث، (القاهرة، عين للدراسات والبحوث الإنسانية والاجتماعية، ١٩٩٩م)، ص ١١٥.

(٢) حسن عماد مكاوي، ليلى حسين السيد، الاتصال ونظرياته المعاصرة، (القاهرة، الدار المصرية اللبنانية للكتاب، ١٩٩٨م)، ص ٢٣٩.

حاجات الأفراد، وتحقيق أهدافهم من التعرض لوسائل الاتصال^(١).

ويحسب لهذه النظرية في رأينا ما أحدثته من نقلة نوعية أثرت في مجال البحوث الإعلامية، وذلك بتوجيهها إلى الاهتمام بالجمهور المتلقي ودراسة متأنية، بدلاً من القائم بالاتصال.

بل إن نظرية الاستخدامات والإشباعات تحدد في الوقت نفسه تأثير وسائل الاتصال من خلال منظومة القيم الاجتماعية والثقافية والذاتية التي ينتمي إليها الأفراد، والتي تتحكم في عملية إدراكهم لواقعهم ومعايشتهم له^(٢).

وقد حظيت دراسات الاستخدام والإشباع باهتمام واسع منذ وقت مبكر من قبل الباحثين، فقد أجريت عدة دراسات بتطبيق نظرية الاستخدامات والإشباع على قراء الصحف اليومية والكتب والمجلات الدورية وعلى مستمعي الراديو ومتابعي أفلام السينما، وذلك للتعرف إلى أسباب استخداماتهم المختلفة لوسائل الإعلام والإشباعات التي تحققها لهم، والنتائج المترتبة عليها، ويؤكد (ويرنر وتانكر) أن هذا الاهتمام بهذه النوعية من الدراسات لم يكن حديثاً، وإنما بدأ في الثلاثينيات من القرن الماضي، ومنذ ذلك الحين حتى الآن استطاعت هذه البحوث - التي تم إجراؤها - توفير أكبر قدر ممكن من المعلومات حول استخدامات وسائل الإعلام والإشباعات التي تحققها للجمهور^(٣).

ولأن هذه النظرية تقوم في الأساس على أمرين مهمين، الأول: معرفة

(١) حنان جنيد، تكنولوجيا الاتصال التفاعلي (الإنترنت) وعلاقته بدرجة الوعي السياسي لدى طلاب الجامعات المصرية، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، العدد الثامن عشر، يناير - مارس/ك ٢٠٠٣م، ص ١٠.

(٢) هبة أمين شاهين، استخدامات الجمهور المصري للقنوات الفضائية العربية: دراسة تحليلية وميدانية، رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، ٢٠٠١م، ص ٢٤٣.

(٣) حسن عماد مكاوي، ليلى حسين السيد، الاتصال ونظرياته المعاصرة، مرجع سابق، ص ٢٤٠.

الوظائف والأدوار التي تقوم بها وسائل الإعلام من خلال معرفة المنتج والمحتوى الذي تبثه تلك الوسائل، وما يحمله في طياته من آراء، أو أفكار، أو أساليب مختلفة ومتنوعة، والأمر الآخر: الوقوف عن قرب على أسباب ودوافع الفرد من عملية التعرض إلى وسائل الإعلام، فإن معظم البحوث والدراسات التي أجريت في ذلك الوقت، كانت تركز في اختبار العلاقة بين الوظائف والأدوار التي أعيدت صياغتها في إطار منظومة الدوافع والحاجات، وبين تعرض الفرد وحجم ومقدار هذا التعرض، ومن ذلك دراسة «هيرزج» في عام ١٩٤٤م التي كانت تبحث في دراسة الأسباب للكشف عن هذه العلاقة، إذ استهدفت الكشف عن أنواع الإشباع التي يتحصل عليها مستمعو المسلسلات اليومية، من خلال اختبار محدد ودقيق يقوم على مبدأ إعادة ترتيب هذه الإشباعات وتقسيمها بشكل واضح، وإيجاد مقاييس محددة يسهل من خلالها معرفة الدوافع الحقيقية من وراء هذه المتابعة والاستماع. وكذلك دراسة «بيرلسون» التي أجراها عام ١٩٤٥م، عندما توقفت ثمانى صحف رئيسة عن الصدور لمدة تزيد على أسبوعين بسبب قيام بعض عمال التوزيع في نيويورك بإضراب عن القيام بعملهم، فقام بتوجيه سؤال للقراء حول هذه المشكلة لمعرفة ما افتقدوه في هذه المدة، ومدى تأثير غياب وسائل الإعلام فيهم، وما يعنيه اختفاء الصحف بالنسبة إليهم، وذلك بهدف معرفة أسباب ارتباط الأفراد بها، وما إذا كانت هناك أدوار تقوم بها تلك الصحف تجعل الأفراد أكثر قرباً وارتباطاً بها^(١).

«ووجد ماكويل في استعداده لعدد من هذه الدراسات، أن هناك قدرأ من الاتفاق بين مختلف الباحثين فيما يتعلق بطبيعة التعرض والإشباع في استخدام وسائل الإعلام ومستوياته، يظهر عند الأفراد فيما تحققه هذه الوسائل من حاجات مرتبطة بالظروف الاجتماعية والنفسية للأفراد، مثل: اكتساب الأخبار، والمعلومات عن البيئة المحيطة بالفرد، والاستعداد المسبق للهروب

(١) محمد عبد الحميد، نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، مرجع سابق، ص ٢١٠.

إلى عالم الخيال، ودعم السلوك والاتجاهات، وكذلك زيادة تقدير الذات، ثم قيام وسائل الإعلام في المساعدة على التفاعل الاجتماعي داخل المجتمع»^(١).

وكما استمر الاهتمام بهذه الدراسات في الأربعينيات في أعمال (لازرسفيلد)، و(بيرلسون)، تواصل الاهتمام كذلك في الخمسينيات في أعمال (ريليز)، و(فريديسون)، و(ماك كومبس)، وفي الستينيات في أعمال (شرام)، و(ليل)، و(باركر)^(٢).

وساعدت هذه الأفكار وما ترتب عليها من ممارسات بحثية على ظهور نظرية الاستخدامات والإشباع وتطورها، وهذه النظرية شهدت تطوراً ملحوظاً في وظيفتها، فقد كان النظر إليها على أنها تساعد على فهم علاقة الجمهور بوسائل الاتصال، أكثر مما تفعل وسائل الاتصال في الجمهور، ولكن التطورات البحثية الحديثة أرست أبعاداً أعمق لنظرية الاستخدامات والإشباع بحيث أصبحت تشرح عدة جوانب يمكن أن ينظر إليها على أنها شكل من أشكال تأثير وسائل الاتصال، وذلك عبر البحث في أسباب استخدام الجمهور لهذه الوسائل ونتائجه^(٣).

ومن وجهة نظرنا فإن التطورات المتسارعة التي تشهدها وسائل الإعلام حالياً، والتطورات المستقبلية، ستضيف أبعاداً أعمق فيما يتعلق بطبيعة تعرض الفرد لوسائل الإعلام، والحاجات المرتبطة باستخدامها، خصوصاً إذا ما أدركنا في هذا الإطار أن وسائل الاتصال وتقنياتها لم تعد محصورة في جهاز التلفزيون، أو الراديو، أو الصحيفة، بل تعدى ذلك إلى وجود لاعبين جدد في العملية الاتصالية، كالشبكة المعلوماتية، تلك الوسيلة الحديثة التي أتاحت

(١) محمد عبد الحميد، نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، مرجع سابق، ص ٢١١.

(٢) حسن عماد مكاي، ليلي حسين السيد، الاتصال ونظرياته المعاصرة، مرجع سابق، ص ٢٤٠.

(٣) حسن إبراهيم مكي، وبركات عبد العزيز محمد، المدخل إلى علم الاتصال، (الكويت، مطبعة ذات السلاسل، ١٩٩٥م)، ص ١٠٥.

للفرد مشاهدة جميع أخبار العالم، والتعرف إلى ما يجري فيه من أحداث ووقائع أولاً بأول، إضافة إلى ما توفره تلك الوسيلة الاتصالية الحديثة من عوامل التسلية والترفيه بشتى صورها وأشكالها، سواء من خلال مشاهدة برامج الرياضة، أو المسابقات، أو برامج الموسيقى والمسلسلات، أو من خلال المحادثة مع الأصدقاء، كل هذه العوامل وغيرها ستسهم في رأي الباحث في رسم ملامح العملية الاتصالية في المستقبل وتحديد أطرها.



فروض نظرية الاستخدامات والإشبيعات ونماذجها

أولاً: فروض نظرية الاستخدامات والإشبيعات:

تقوم نظرية الاستخدامات والإشبيعات على مجموعة من الفروض الأساسية، التي تشكل في مجملها الإطار العام للنظرية، والمنطلق الرئيس الذي تقوم عليه دراسات الاستخدام والإشباع منذ نشأتها حتى الآن، وتتلخص هذه الفروض في الآتي:

١ - جمهور المتلقين هو جمهور نشط، استخدامه لوسائل الإعلام هو استخدام موجه لتحقيق أهداف معينة، وللحصول على إشباع لاحتياجات محددة وليس أمراً تلقائياً^(١).

٢ - يمتلك أعضاء الجمهور المبادرة في تحديد العلاقة بين إشباع الحاجات، واختيار وسائل معينة يرى أنها تشبع حاجاته^(٢). وبذلك فهو أكثر قدرة على أن يكيف الوسيلة لتلاءم مع احتياجاته، لا أن يكون للوسيلة نفوذ قوي عليه^(٣).

٣ - تنافس وسائل الإعلام مع مصادر أخرى لإشباع الحاجات، مثل: الاتصال الشخصي، أو المؤسسات الأكاديمية، أو غيرها من المؤسسات، فالعلاقة بين الجمهور ووسائل الإعلام تتأثر بعدة عوامل

(١) محمد عبد الحميد، نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، مرجع سابق، ص ٢٢٢.

(٢) المرجع السابق، ص ٢٢٢.

(٣) مساعد المحيا، دوافع استخدام وسائل الاتصال الإلكتروني ومدى الإشباع الذي تحققه، مرجع سابق، ص ١١٣.

بيئية، تجعل الفرد يتجه إلى مصدر ما لإشباع حاجاته دون الآخر، وهذا ما عبر عنه «كلاير» بتأثيرات العوامل الوسيطة^(١). كما أن الحاجات التي تشبعها وسائل الإعلام تمثل جزءاً من الحاجات الإنسانية الأوسع، وتختلف درجة إشباعها من خلال وسائل الإعلام^(٢).

٤ - الجمهور هو وحده القادر على تحديد الصورة الحقيقية لاستخدامه وسائل الإعلام؛ لأنه هو الذي يحدد اهتماماته وحاجاته ودوافعه، ثم اختيار الوسائل التي تشبع حاجاته^(٣). وهو ما يعني أن الأفراد لديهم الوعي الذاتي لتقدير حاجاتهم، واهتماماتهم، ودوافعهم^(٤).

٥ - الأحكام حول قيمة العلاقة بين حاجات الجمهور واستخدامه لوسيلة أو محتوى معين، يجب أن يحددها الجمهور نفسه؛ لأن الناس قد تستخدم المحتوى نفسه بطرائق مختلفة إضافة إلى أن المحتوى يمكن أن يكون له نتائج مختلفة^(٥).

٦ - يكون الجمهور على علم بالفائدة التي تعود عليه، وبدوافعه واهتماماته، فهو يستطيع أن يمد الباحثين بصورة فعلية لاستخدامه وسائل الإعلام^(٦).

٧ - أن رغبات الجمهور المتلقي للوسائل الإعلامية متعددة، والإعلام لا يلبي إلا بعضاً منها^(٧).

ولعل الإسهام النظري لنظرية الاستخدامات والإشباع يتلخص في

(١) محمد عبد الحميد، نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، مرجع سابق، ص ٢٢٢.

(٢) بسيوني إبراهيم حمادة، وسائل الإعلام والسياسة، دراسة في ترتيب الأولويات، (القاهرة، مكتبة نهضة الشرق، ١٩٩٦م)، ص ٢٣٢.

(٣) محمد عبد الحميد، نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، مرجع سابق، ص ٢٢٢.

(٤) بسيوني إبراهيم حمادة، وسائل الإعلام والسياسة، دراسة في ترتيب الأولويات، مرجع سابق، ص ٢٣٢.

(٥) محمد عبد الحميد، نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، مرجع سابق، ص ٢٢٢.

(٦) محمود حسن إسماعيل، مبادئ علم الاتصال ونظريات التأثير، (القاهرة، الدار العالمية للنشر والتوزيع، ٢٠٠٣م)، ص ٢٥٤.

(٧) محمد سعود البشر، نظريات التأثير الإعلامي، مرجع سابق، ص ٧٨.

ضرورة المعرفة الجيدة للسياق الاجتماعي، الذي يعيش فيه الفرد، والعوامل المؤثرة فيه، وذلك لأن معرفة السياق الاجتماعي تساعد على فهم السلوك الاتصالي للجمهور تجاه وسائل الإعلام، فالجمهور لا يستخدم وسائل الإعلام بشكل عشوائي، وإنما بأسلوب انتقائي تحدده شخصية المستخدم، وملامح الظروف الاجتماعية التي يمر بها، لذا فإنه وفي ضوء هذه النظرية، من المناسب أن نسأل: ما تأثير الاتصال؟ ولكن السؤال هو: ما هي الاختلافات بين أعضاء الجمهور التي تجعل الرسالة تفسر بشكل مختلف؟^(١).

ومن هنا يتضح أن تلك الافتراضات السابقة تشير إلى أهمية السعي الحثيث إلى تطوير دراسات الاستخدام والإشباع في وسائل الاتصال، وذلك من خلال الاستفادة من جميع نتائج الدراسات والبحوث العملية؛ للخروج منها بإطار نظري موحد، يسهم بشكل بارز في التطوير واكتمال الأساس النظري لهذه النظرية^(٢).

ثانياً: نماذج لنظرية الاستخدامات والإشباع:

يوجد كثير من النماذج التفسيرية لنظرية الاستخدامات والإشباع، لعل من أبرزها ما يأتي:

١- نموذج كاتز وزملائه للاستخدامات والإشباع:

بناءً على نتائج كثير من الدراسات صاغ «كاتز وزملاؤه» نموذجاً يوضح العلاقة بين استخدام الأفراد لوسائل الإعلام، وما يمكن أن تشبعه من حاجات لدى هؤلاء الأفراد، مقارنة بالبدائل الوظيفية الأخرى، وذلك بالنظر إلى أن لدى كل فرد عدداً من العوامل والمتغيرات النفسية والاجتماعية، التي تولد لديه حاجات معينة تجعله يبدأ في رسم توقعاته واحتمالاته عن تلبية وسائل

(١) بسيوني إبراهيم حمادة، وسائل الإعلام والسياسة، دراسة في ترتيب الأولويات، مرجع سابق، ص ٢٣١.

(٢) مساعد المحيا، دوافع استخدام وسائل الاتصال الإلكتروني ومدى الإشباع الذي تحققه، مرجع سابق، ص ١١٤.

الإعلام لهذه الحاجات، وذلك مقارنة بوسائل ومصادر أخرى متاحة لإشباع حاجاته، ثم يقوم الفرد باتخاذ قراره في اختيار أي من وسائل الإعلام، أو المصادر الأخرى لتلبية هذه الاحتياجات^(١).

وهكذا يتضح أن قرار الفرد في إشباع حاجاته، وتلبية رغباته، هي التي تدفعه دائماً إلى مزيد من التعرض لوسائل الإعلام، كما أن المواقف الاجتماعية، والأحداث اليومية، والظروف المصاحبة لها، التي يمر بها الفرد تسهم في إقامة علاقة وثيقة بين وسائل الإعلام من جهة وإشباع حاجات الفرد من جهة أخرى، خصوصاً أن المواقف الاجتماعية قد تتسبب - أحياناً - في إثارة بؤر التوتر والصراع داخل المجتمع، وهذا ما يجعل الفرد يقوم بالاتجاه نحو استخدام وسائل الإعلام؛ لإيجاد الحلول، أو لمعرفة أكبر قدر من المعلومات عن المشكلات التي يعاني منها المجتمع. وتقوم المواقف الاجتماعية أيضاً بأداء دور بارز في تحديد الفرص المتاحة أمام الفرد، ويمكنها في الوقت نفسه أن تحد من تلك الفرص، التي قد تشبع حاجات معينة لدى الفرد، وإذا ما توافرت تلبية تلك الحاجات، أو تضاعف تحقيقها، فإن الفرد يلجأ إلى وسائل الإعلام التي تقدم فرصاً بديلة يمكن أن يستفيد منها، كما تنشأ عن العلاقة بين وسائل الإعلام والمواقف الاجتماعية المختلفة بشتى صورها وأشكالها ما يعرف بعملية تدعيم القيم والاتجاهات من خلال التعرض لوسائل الإعلام ومحتواها، إضافة إلى إمداد الفرد بكيفية التعامل مع هذه الوسائل، وبسلسلة من التوقعات المحتملة التي تساعد على رسم صورة واضحة بعلاقته بوسائل الإعلام وتطور هذه العلاقة في المستقبل^(٢).

ب - رؤية دينيس ماكويل:

اقترحت صيغة ماكويل لنظرية الاستخدامات والإشباع وضع تأكيدات أساسية بين الخلفية الاجتماعية والتجربة الاتصالية، وتوقعات الأفراد من

(١) محمد عبد الحميد، نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، مرجع سابق، ص ٢٢١.

(٢) المرجع السابق، ص ٢٢٣.

وسائل الاتصال، والتوقعات المسبقة واستخدامات الوسيلة، والإشباع المتوقعة والإشباع التي يحصل الأفراد عليها بالفعل نتيجة للاستخدام المستمر لوسائل الاتصال^(١).

ت - نموذج «روزنجرين» للاستخدامات والإشباع:

قام «روزنجرين» ببناء نموذج للاستخدامات والإشباع، يقوم على تحديد أهم الحاجات التي تقع في أعلى هرم «ماسلو»، والمتمثلة في مجموعة من الحاجات الأساسية مثل: الحاجة إلى الصداقة، والحب، والانتماء، وتحقيق الذات، ثم محاولة الكشف عن مدى ارتباط هذه الحاجات بنموذج الاستخدامات والإشباع من خلال مقارنتها بالحاجات الأساسية للفرد.

ويمكن تلخيص العلاقات البنائية في نموذج روزنجرين كالآتي^(٢):

١ - تتمثل البداية في وجود الحاجات الفردية التي تتفاعل مع الخصائص الفردية العامة والنفسية، وكذلك مع البناء الاجتماعي المحيط بالفرد بما فيه بناء وسائل الإعلام.

٢ - يترتب على ذلك ظهور مشكلات للفرد، وسواء كان شعوره بها قوياً، أو ضعيفاً، فإنه يبحث عن حل لها من بين البدائل المختلفة، ويظهر دور وسائل الإعلام والتلفزيون بصفة خاصة في إيجاد هذه الحلول، أو إشباع احتياجات الفرد وتحقيق أهدافه.

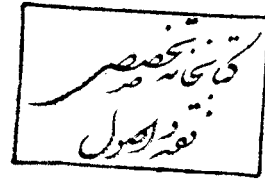
٣ - نتيجة لهذا السلوك تظهر أنماط مختلفة لاستخدام وسائل الإعلام، وكذلك أنماط سلوكية أخرى خلاف استخدام وسائل الإعلام؛ لتحقيق الإشباع أو حل المشكلات.

٤ - تؤدي الأنماط السلوكية المختلفة مع وسائل الإعلام أو غيرها إما إلى نماذج من الإشباع وإما عدم الإشباع.

(١) عبد الرحيم درويش، تعرض المراهقين للأفلام السينمائية والإشباع التي تحققها، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، ١٩٩٧م، ص ٧٩.

(٢) محمد عبد الحميد، نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، مرجع سابق، ص ٢٢٤.

٥ - وهذا من الممكن أن يتأثر أيضاً في الخصائص العامة، والنفسية، والعوامل البيئية، والاجتماعية المحيطة بالفرد، مثل بناء وسائل الإعلام، والبناء السياسي، والاقتصادي، والثقافي في المجتمع، وهذه في النهاية تمثل تأثيرات عملية الاستخدام والإشباع التي تعتمد على المتلقي بالدرجة الأولى.





عناصر نظرية الاستخدامات والإشباعات

تمثل العناصر الآتية مجموعة العناصر الأساسية لنظرية الاستخدامات والإشباعات وهي:

١ - افتراض الجمهور النشط:

كانت النظريات القديمة تنظر إلى الجمهور على أنه جمهور سلبي وغير قادر على معرفة حاجاته الحقيقية، ثم يعمل على إشباعها، ولكن هذه النظرة تبدلت وتغيرت مع مرور الوقت، وذلك عندما أدرك الباحثون في دراسات الاستخدام والإشباع أن الجمهور نشيط وفعال، وأن استخدامه لوسائل الإعلام ليس عشوائياً، وإنما يتم بطريقة انتقائية^(١). إضافة إلى قدرته على إدراك الخصائص المتباينة لوسائل الاتصال في تحقيق الإشباعات التي يبحث عنها^(٢). وقد قدمت كثير من الدراسات أدلة تدعم فكرة الجمهور النشط، حيث كشفت نتائجها على أن اختلاف دوافع استخدام الجمهور لوسائل الإعلام يرجع إلى أمرين مهمين، الأول: يرتبط بالإشباعات التي يبحث عنها الجمهور من جراء استخدامه لتلك الوسائل، والأمر الثاني: يرتبط بمدى قدرة القنوات الاتصالية على تحقيق هذه الإشباعات، من خلال ما تقدمه من أشكال ومحتويات إعلامية مختلفة للأفراد، وربما يرجع الفضل إلى العالم كاتز

(١) حسن عماد مكاي، ليلي حسين السيد، الاتصال ونظرياته المعاصرة، مرجع سابق، ص ٢٤٣.

(٢) مساعد المحيا، دوافع استخدام وسائل الاتصال الإلكتروني ومدى الإشباع الذي تحققه، مرجع سابق، ص ١١٥.

E.Katz في تحويل اتجاه أبحاث الاتصال من الاهتمام بما تفعله وسائل الإعلام بالناس، إلى الاهتمام بما يفعله الناس بتلك الوسائل^(١).

٢ - الأصول النفسية والاجتماعية لاستخدامات وسائل الإعلام:

يؤكد هذا العنصر الدور المؤثر الذي تقوم به العوامل الديمغرافية، والاجتماعية، والنفسية، في عملية تعرض الفرد لوسائل الإعلام، إذ قدمت كثير من الدراسات الدليل الكمي على دور ارتباط التعرض بالنوع، والعمر، والمهنة، والمستوى التعليمي، والاجتماعي، والاقتصادي، الذي يعيش فيه الفرد، فقد أجريت دراسة حول استخدام المراهقين لوسائل الإعلام والدمج الاجتماعي، اتضح من خلالها أن أعضاء الجمهور لا يتعاملون مع وسائل الاتصال لكونهم أفراداً معزولين عن واقعهم الاجتماعي، الذي يعيشون فيه، وإنما لكونهم أعضاء فاعلين ومؤثرين في مجتمعهم، وشركاء في بيئة ثقافية واحدة^(٢)، وبذلك يتضح أن العوامل الاجتماعية والبيئية والنفسية كلها تسهم مشتركة في تحديد استخدامات الأفراد لوسائل الاتصال الجماهيرية^(٣).

٣ - دوافع تعرض الجمهور لوسائل الإعلام:

يعد ربط دوافع تعرض الجمهور لوسائل الإعلام بالأطر التفسيرية أمراً مهماً، وذلك على أساس أن خبرات الجمهور وتجاربه، التي اكتسبها في تعامله مع وسائل الإعلام، هي خبرات فعالة وإيجابية، لنشاطه وفعاليته وقدرته على تحديد احتياجاته بدقة، وبذلك فإن ارتباطه بهدف أو شيء يسعى إليه من التعرض لوسائل الإعلام مثل الرسالة - الوسيلة - القائم بالاتصال، هو الذي

(١) حمدي حسن، الوظيفة الإخبارية لوسائل الإعلام، (القاهرة، دار الفكر العربي، ١٩٩١م)، ص ١٦.

(٢) حسن عماد مكاوي، ليلي حسين السيد، الاتصال ونظرياته المعاصرة، مرجع سابق، ص ٤٤.

(٣) مساعد المحيا، دوافع استخدام وسائل الاتصال الإلكتروني ومدى الإشباع الذي تحققه، مرجع سابق، ص ١١٩.

يجعله دائماً يسعى إلى التعرض لتحقيق هذا الهدف^(١). وتقسم دوافع تعرض الجمهور للمضامين الاتصالية بشكل عام إلى نوعين هما^(٢):

■ الدوافع الوظيفية:

وتعني اختيار الفرد نوعاً معيناً من المضمون، ولوسيلة اتصالية معينة؛ لإشباع حاجاته من المعلومات والمعرفة.

■ الدوافع الترفيهية:

وتستهدف تضيئة الوقت، والتنفيس، والاسترخاء، والهروب من الروتين اليومي والمشكلات. وفي هذا الإطار فإن على وسائل الإعلام ومن خلال ما تقدمه من عناصر التسلية والترفيه أن تهتم بتكوين الذوق العام، والارتقاء به كاهتمامها بتكوين الرأي العام^(٣).

٤ - التوقعات من وسائل الإعلام:

تنتج التوقعات التي عرّفها كاتز بالإشباعات التي يبحث عنها الجمهور^(٤) عن دوافع الجمهور للتعرض لوسائل الإعلام وذلك حسب العوامل والمتغيرات النفسية والاجتماعية التي يعيشها الأفراد، وتعد توقعات أفراد الجمهور بشأن خصائص وسائل الاتصال وسماتها ومحتواها، ومدى الإشباع الذي يمكن الحصول عليه منها، أحد المفاهيم الأساسية للجمهور النشط، القادر على تحديد احتياجاته ورغباته في دراسات الاستخدام والإشباع^(٥). كما تعد التوقعات سبباً في عملية التعرض لوسائل الإعلام، ولذا فإن لدى كل فرد عدداً

(١) حسن عماد مكاوي، ليلي حسين السيد، الاتصال ونظرياته المعاصرة، مرجع سابق، ص ٢٤٦.

(٢) المرجع السابق، ص ٢٤٦.

(٣) محمد عبد الحميد، نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، مرجع سابق، ص ٢١٣.

(٤) مساعد المحيا، دوافع استخدام وسائل الاتصال الإلكتروني ومدى الإشباع الذي تحقّقه، مرجع سابق، ص ١٢٦.

(٥) المرجع السابق، ص ١٢٦.

من العوامل الاجتماعية والنفسية التي تولد حاجات معينة للفرد، ومن خلال خبرة الفرد يبدأ في رسم توقعاته عن تلبية وسائل الإعلام لهذه الحاجات مقارنة بمصادر أخرى لإشباع هذه الحاجات^(١).

وتختلف توقعات الأفراد من وسائل الإعلام بناءً على عدد من المعطيات؛ كالفروق الفردية، والمتغيرات، واختلاف الثقافات، والبيئات التي ينشأ فيه الفرد، والعوامل المحيطة به. ويقدم عنصر التوقع من وسائل الإعلام فكرة المكافأة القائمة على تقديم وسائل الإعلام مكافأة للجمهور نظير استخدامهم تلك الوسائل، وهي مكافأة يمكن توقعها، أو التنبؤ بها بواسطة الجمهور، بناءً على تجاربه السابقة مع هذه الوسائل، فالجمهور يتصرف بناءً على احتمالات سابقة تم توقعها بأن حدثاً ما سيكون له نتائج محددة، ولذلك يبدأ الناس بتقويم تلك النتائج بدرجات متفاوتة، وحسب رؤية كل فرد داخل المجتمع^(٢). ولذلك فإن قيمة نظرية الاستخدامات والإشباع تتضح إذا ما عرفنا احتياجات الجمهور، التي يسعى إلى تحقيقها، عند ذلك يسهل على وسائل الإعلام تلبية هذه الرغبات^(٣).

٥ - التعرض لوسائل الإعلام:

أشارت عدة دراسات إلى وجود علاقات ارتباط بين البحث والإشباع، والتعرض لوسائل الإعلام، وينظر لزيادة تعرض الجمهور لوسائل الإعلام على نشاط هذا الجمهور، وفعاليتها، وتأثيره، وقدرته على اختيار المعلومات التي تلي احتياجاته، وتشبع رغباته. كما أن عملية التعرض

(١) محمد عبد الحميد، نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، مرجع سابق، ص ٢٢١.

(٢) دينس ماكويل وسفن ويندل، نماذج الاتصال في الدراسات الإعلامية، تعريب: حمزة أحمد بيت المال، (الرياض، مطابع الفرزدق، ١٤١٨هـ)، ص ٢٠٣ - ٢٠٤.

(٣) ميخائيل و. سينجليتري وجيرالد ستون، نظرية الاتصال والبحوث التطبيقية، ترجمة: عبد الله بن اهنية وسعد هادي القحطاني، (الرياض، مركز البحوث والدراسات الإدارية، معهد الإدارة العامة، ١٩٩٩م)، ص ١٤٣.

- كمظهر للسلوك الاتصالي الذي يقوم فيه الفرد - لا يعد بالضرورة استجابة مباشرة لمجرد وجود الوسيلة، أو بداية إذاعة البرنامج أو محتوى معين، ولكنه يتم بطريقة انتقائية تتأثر بالعوامل الوسيطة التي تحيط بعملية تعرض الجمهور لوسائل الإعلام^(١)، وذلك من خلال مبدأ التعرض الاختياري القائم على أن الإنسان هو الذي يقوم بعرض نفسه اختياريًا من دون أي ضغوط لمصدر المعلومات المتمثل بوسيلة الإعلام، التي تلبي رغباته، وتشبع احتياجاته، وتتفق وطريقته في التفكير^(٢). كما أن قيم الأفراد واهتماماتهم ومشكلاتهم ودورهم الاجتماعي تسيطر على عملية التعرض، وتؤدي دوراً مهماً في توجيه الناس، وحثهم إلى ما يرونه ويشاهدونه^(٣).

٦ - إشباعات وسائل الإعلام:

هناك نوعان من الإشباعات التي تحققها وسائل الإعلام وهما:

١ - إشباعات المحتوى:

وتنتج من التعرض لمحتوى وسائل الإعلام وتنقسم إلى نوعين:
- إشباعات توجيهية: تتمثل في مراقبة البيئة والحصول على المعلومات المتعلقة بمختلف مناسبات الحياة.

- وإشباعات اجتماعية: ويقصد بها ربط المعلومات التي يحصل عليها الفرد بشبكة علاقاته الاجتماعية، والاستفادة منها في حياته الاجتماعية والعملية.

ب - الإشباعات الاتصالية:

وتنتج من عملية الاتصال والارتباط بوسيلة محددة، ولا ترتبط مباشرة بخصائص الرسائل، وتنقسم إلى نوعين:

(١) محمد عبد الحميد، دراسة الجمهور في بحوث الإعلام، (القاهرة، عالم الكتب، ١٩٩٣)، ص ١١.

(٢) محمد عبد الله الحضيف، كيف تؤثر وسائل الإعلام دراسة في النظريات والأساليب، (الرياض، مكتبة العبيكان، ١٩٩٨م)، ص ٢٧.

(٣) محمد عبد الحميد، نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، مرجع سابق، ص ٢١١.

- إشباعات شبه توجيهية: وتتحقق من خلال تخفيف الإحساس بالتوتر، والابتعاد عن القلق والضغوط النفسية التي يعاني منها الفرد.

- وإشباعات شبه اجتماعية: وتتحقق من خلال المتابعة الدائمة لشخصيات وسائل الإعلام والانسجام معها، ومعرفة المعلومات المتعلقة بحياتها ونشاطها^(١).

ويشير «روزنجرين» إلى ضرورة اهتمام الباحثين بالتمييز بين هذين النوعين من الإشباعات، سواء في الدراسات النظرية، أو التطبيقية، إذ إن التداخل أو الخلط الذي ينشأ عن العجز في التمييز بينهما أوقع بعض البحوث الإعلامية المتعلقة بالاستخدام والإشباع في نتائج خاطئة، وتداخل في المفاهيم نتيجة لهذا الخلط^(٢).

(١) حسن عماد مكاي، ليلي حسين السيد، الاتصال ونظرياته المعاصرة، مرجع سابق، ص ٢٤٩.

(٢) حمدي حسن، الوظيفة الإخبارية لوسائل الإعلام، مرجع سابق، ص ٢٢.



الانتقادات الموجهة لنظرية الاستخدامات والإشباع

تواجه نظرية الاستخدامات والإشباع مجموعة من الانتقادات الموجهة لها، والمعنية بنقد بنائها النظري الذي قامت عليه، وتشمل هذه الانتقادات آراء مختلفة للمتخصصين في دراسات الاستخدام والإشباع والاتصال الجماهيري بشكل عام، بدءاً من تأسيس النظرية وظهورها، والمراحل المختلفة التي مرت بها حتى الوقت الحاضر، الذي شهدت فيها النظرية تطورات بحثية أسهمت وبشكل فاعل وإيجابي في إنضاجها برغم الانتقادات المتعددة الموجهة لها، وتتلخص هذه الانتقادات في الآتي:

١ - يرى عدد من الباحثين أن نظرية الاستخدامات والإشباع لا تزيد على كونها إستراتيجية لجمع المعلومات، من خلال التقارير الذاتية للحالة العقلية، التي يكون عليها الفرد وقت التعامل عند مرحلة جمع البيانات^(١).

٢ - أن نتائج بحوث الاستخدامات والإشباع ربما تتخذ ذريعة لإنتاج المحتوى الهابط^(٢).

٣ - عدم التحديد الواضح لمفهوم النشاط الذي تصف به جمهور المتلقين في علاقته بالاستخدامات والإشباع^(٣)، إذ إن النظرية لم تسع بوضوح إلى الكشف عن كيفية استقبال الأفراد وتفسيرهم لمضمون رسائل وسائل

(١) محمد عبد الحميد، نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، مرجع سابق، ص ٢٢٦.

(٢) المرجع السابق ص ٢٢٦.

(٣) المرجع السابق، ص ص ٢٢٦ - ٢٢٧.

الاتصال، ومدى ما تكشف عنه هذه التفسيرات من ربط بين الاحتياجات، والاستخدام والإشباع.

٤ - إن تطبيق هذه النظرية يطرح سؤالاً حول قياس الاستخدام، فهل يكفي الوقت الذي يقضيه الفرد في التعرض لوسائل الإعلام، أو محتواها في قياس كثافة التعرض أو الاستخدام^(١)؟

٥ - تعدد الحاجات النفسية والاجتماعية وصعوبة تحليلها^(٢).

٦ - على الرغم من أن هذه النظرية المبنية على البناء النفسي تتضمن فهماً كبيراً للخبرة الإنسانية، إلا أن الطرائق المستخدمة في البحث أدت إلى فهم سطحي وغير دقيق^(٣).

٧ - تفترض هذه النظرية أن استخدام وسائل الإعلام متعمد وهادف، لكنها أخفقت في تعميم هذا الافتراض، وهناك بعض الاستخدامات غير المتعمدة وغير الهادفة^(٤).

٨ - قياس طرائق إشباع الحاجات؛ وذلك لأن طبيعة مفهوم الإشباع نفسه تعتمد على الجمهور أكثر من اعتمادها على الباحث نفسه^(٥). وهذا ما يقدح في البناء النظري الذي قامت عليه النظرية، والذي أثاره عدد من الباحثين حول الثبات والصدقية في القياس المستخدم لمعرفة حاجات الجمهور، فكثير من دراسات هذه النظرية عمدت إلى قياس هذا العامل من خلال طرح الباحثين لحاجات مبنية على توقعاتهم، وليس على حقيقة هذه الحاجات بالنسبة إلى الجمهور، فالباحثون يطلبون من عينة البحث

(١) محمد عبد الحميد، نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، مرجع سابق، ص ٢٢٧.

(٢) بسيوني إبراهيم حمادة، وسائل الإعلام والسياسة، دراسة في ترتيب الأولويات، مرجع سابق، ص ٢٤٠.

(٣) المرجع السابق، ص ٢٤٠.

(٤) المرجع السابق، ص ٢٤٠.

(٥) المرجع السابق، ص ٢٤٠.

اختيار حاجات محددة من القائمة المذكورة في الاستبانة، وقليل منهم من يلجأ إلى طريقة الأسئلة المفتوحة، ويترك لعينة البحث كتابة الحاجات الحقيقية، وهذا ما يثير أسئلة كبيرة حول الثبات والصدق في أداة البحث، التي تؤثر على نتائجها، ومن ثم على البناء النظري للنظرية بشكل عام^(١).

٩ - أن هذه النظرية تتبنى مفاهيم تتسم بشيء من المرونة، مثل الدافع، والإشباع، والهدف، والوظيفة، وهذه المفاهيم ليس لها تعريفات محددة، وبذلك فمن الممكن أن تختلف النتائج التي نحصل عليها من تطبيق النظرية تبعاً لاختلاف التعريفات^(٢).

١٠ - تنظر البحوث التي تستند إلى نظرية الاستخدامات والإشباع إلى وظائف وسائل الاتصال من منظور فردي يستخدم الرسائل الاتصالية، في حين أن الرسالة الاتصالية قد تحقق وظائف لبعض الأفراد، وتحقق اختلالاً وظيفياً لبعضهم الآخر^(٣).

١١ - المنظرون لهذه النظرية يعتقدون أنها حققت لهم جانباً لم يسبق أن تحقق من قبل، وهو أن البحث في إطار هذه النظرية يسمح لدراسات الإشباع أن تبتعد عن دراسات الأثر، والحقيقة أن الدارسين لهذه النظرية لم يبتعدوا عن مفهوم الأثر، إذ إنهم لا يزالون يركزون محور دراستهم في عملية التفاعل بين الرسالة والجمهور^(٤).

(١) محمد بن سعود البشر، قصور النظرية في الدراسات الإعلامية، المجلة العربية للعلوم الإنسانية، العدد الثالث والثمانون، صيف ٢٠٠٣م، ص ١٠٣ - ١٠٤.

(٢) محمود حسن إسماعيل، مبادئ علم الاتصال ونظريات التأثير، مرجع سابق، ص ٢٥٧.

(٣) المرجع السابق، ص ٢٥٧.

(٤) عثمان العربي، نظرية الاستخدامات والإشباع في الاتصال الجماهيري رؤية نقدية، بحث مقدم إلى الحلقة الدراسية الثانية حول (المنهجية في العلوم الإنسانية)، كلية =

١٢ - أن هذه النظرية لا تعنى بإنتاج، أو تنظيم مؤسسات الاتصال، ولا العوامل الاجتماعية أو الثقافية المؤثرة في ذلك، ولا بقدرة هذه الوسائل ذات التقنية الجديدة على تشكيل التجارب والخبرات والثقافات، وإنما تهتم بمدى استخدام الأفراد لوسائل الاتصال ومحتوياتها لإشباع احتياجاتهم المتنوعة^(١).

١٣ - أن هذه النظرية تعد أحد النماذج التطبيقية لمفهوم الليبرالية الغربية، إذ تُشبه الفرد المستهلك لوسائل الاتصال بالفرد في النظرية الليبرالية، وما تمنحه من حرية غير منضبطة^(٢).

وعلى الرغم من كل هذه الانتقادات وغيرها، فإن صلاحية هذه النظرية في دراسة الاتصال الجماهيري لا تزال باقية وقائمة، إذ تحظى بأهمية واسعة وكبيرة لدى عدد من الباحثين في مجال دراسات الاتصال؛ لأنها تعد مجالاً رحباً لدراسة العلاقة التي تربط بين وسائل الاتصال والمجتمع، من خلال دراسة كيفية استخدام أفرادها لتلك الوسائل، وكذلك تقدم عدداً من المفاهيم التي يصعب التخلي عنها، إذ إنها تساعد كثيراً على وصف - وبالتالي - فهم طبيعة الأنشطة الأساسية التي تقوم بها وسائل الاتصال، وعلاقة ذلك بالعمليات الاجتماعية والبناء الاجتماعي.

كما أن هذه النظرية تتيح إمكانية الربط من خلالها بين النظريات الإعلامية التي تحكم طبيعة عمل مؤسسات الاتصال، والدراسات والملحوظات المستمدة من واقع ممارسة هذه المؤسسات لأدوارها داخل المجتمع وتجاه الجمهور^(٣).

«ولعل كثيراً من المتخصصين والمعنيين بدراسات الاستخدام والإشباع لا

= الآداب، جامعة الملك سعود، ٢ - ١٤١٢/١/٤هـ، بحث غير منشور، ص ٥.

(١) المرجع السابق، ص ٥.

(٢) المرجع السابق، ص ٥.

(٣) حمدي حسن، الوظيفة الإخبارية لوسائل الإعلام، مرجع سابق، ص ٣٤.

يزالون يرون أن التحدي الأكبر، الذي يواجه نظرية الاستخدامات والإشباع هو ربطها بالتأثير، خصوصاً أن مفهوم الإشباع يجب أن يتجاوز حدود التعرض إلى وسائل الإعلام فقط إلى توظيف كل العوامل المرتبطة بالاستخدام في اكتساب الفائدة، أو تحقيق العائد الذي يمكن أن يتوحد في إطار مفهومي الإشباع من جانب المتلقي، والتأثير من جانب وسائل الإعلام^(١).

ولذا فإن مؤيدي نظرية الاستخدامات والإشباع يقدمون عدداً من الرؤى التي تدافع عن النظرية وتبرز أهميتها، والحاجة إلى استخدامها، لعل من بين تلك الرؤى قولهم:

١ - تعتمد هذه النظرية على إيجابية الجمهور ونشاطه، بمعنى أن يقوم بالتعرض للتلفزيون بناء على تخطيط مسبق لتحقيق أهداف معينة سبق تحديدها؛ أي: إنه يتميز بانتقائيته للمضامين التي يتعرض إليها، وأثبتت ذلك كثير من الدراسات التي أجريت في إطار هذه النظرية^(٢).

٢ - أمكن من خلال أساليب القياس في الدراسات السابقة التغلب على غموض مفهوم الجمهور النشط، من خلال تقسيم إيجابية الجمهور إلى ثلاث مراحل، تتمثل في: الانتقاء قبل التعرض، والاهتمام في أثناء التعرض، وزيادة المعرفة، والنقاش بعد التعرض^(٣).

٣ - لا تزال صلاحية نظرية الاستخدامات والإشباع قائمة حيث تتيح هذه النظرية مجالاً لدراسة العلاقة بين وسائل الاتصال الجماهيري والمجتمع، وتساعد على وصف الأنشطة الأساسية التي تمارسها وسائل الاتصال من حيث صلتها بالعلاقات الاجتماعية والبناء الاجتماعي. كما تربط هذه

(١) محمد عبد الحميد، نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، مرجع سابق، ص ٢٢٨.

(٢) مصطفى حمدي أحمد محمد، استخدامات المراهقين للقنوات الفضائية والإشباع المتحققة، مرجع سابق، ص ٦٨.

(٣) Mesbah, H. (1991). Uses and Gratification of Television Viewing among Egyptian Adults. Unpublished Master Thesis. American University in Cairo. P.20.

النظرية بين النظريات التي تحكم عمل مؤسسات الاتصال الجماهيري والملاحظات المستمدة من واقع عمل هذه المؤسسات^(١).

٤ - إن طرائق القياس التي تتضمن قوائم الدوافع والإشباعات يضعها الباحثون بما يتيح للجمهور اختيار ما يلائم حاجاته المختلفة، والإشباعات التي يسعى إلى تحقيقها، وبذلك يمكن تلافي عدم قدرة الأفراد على التعبير عن دوافعهم وإشبعاتهم^(٢).

٥ - تعد هذه النظرية جزءاً من السعي المستمر في بحوث الإعلام بعيداً عن نماذج الاتصال البسيطة ذات التأثير المباشر (المثير والاستجابة) نحو محاولات أكثر تعقيداً أو تقدماً لفهم العلاقة بين القائم بالاتصال والجمهور ووضعها في إطار اجتماعي أوسع^(٣).

٦ - أنها نموذج غير وظيفي بطبعها، وأن مصادر التغيير قائمة سواء في سلوك الجمهور تجاه وسائل الاتصال، أو تنظيم محتوى هذه الوسائل^(٤).

٧ - من الطبيعي أن تختلف نتائج الدراسات في هذا المجال باختلاف المجتمعات، وذلك لخصوصية كل مجتمع، واختلاف ظروف أفراده النفسية والاجتماعية والاتصالية، لذا فالتعميم يمكن في إطار المجتمع الواحد، الذي مهما اختلفت ظروفه من منطقة إلى أخرى فإنه يجمعها طابع عام واحد^(٥).

٨ - تساهم بحوث الاستخدامات والإشباعات في تحقيق مزيد من الفهم لدور وسائل الإعلام في المجتمع، إذ تراعي هذه البحوث دور البديل الوظيفي

(١) حمدي حسن، الوظيفة الإخبارية لوسائل الإعلام، مرجع سابق، ص ٣٤.

(٢) المرجع السابق، ص ٣٤.

(٣) مصطفى حمدي أحمد محمد، استخدامات المراهقين للقنوات الفضائية والإشباعات المتحققة، مرجع سابق، ص ٦٨.

(٤) حمدي حسن، الوظيفة الإخبارية لوسائل الإعلام، مرجع سابق، ص ٣٤.

(٥) أشرف جلال حسن، دوافع استخدام الجمهور المصري للإعلام التلفزيوني وإشبعاته، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، ١٩٩٥م، ص ١٢٦.

للتعرض للوسائل مثل استكمال عملية التفاعل الشخصي وتدعيمها لإشباع الحاجات، كما أن هذه البحوث تستخدم نموذج السبب والأثر؛ لشرح معاني ودلالات السلوك الإنساني^(١).

٩ - قام الباحثون بتحديد المفاهيم والمتغيرات التي تتضمنها هذه النظرية، مثل: (المستوى الاجتماعي والاقتصادي، التعليم، الدخل، السن... إلخ)؛ لتسهيل قياسها وربطها بسلوك التعرض لوسائل الاتصال، وأنماط الإشباع التي تتحقق^(٢).

١٠ - تقوم الاتجاهات الجديدة للنظرية على دراسة الإشباع المطلوبة والإشباع المتحققة لأفراد الجمهور، والتمييز بينها وصولاً إلى تحديد هذه الفروق وتساعد على فهم أكبر للعلاقة بين الجمهور ووسائل الاتصال، ودوافع هذه الوسائل واستخداماتها^(٣).

(١) مصطفى حمدي أحمد محمد، استخدامات المراهقين للقنوات الفضائية والإشباع المتحققة، مرجع سابق، ص ٦٩.

(٢) المرجع السابق، ص ٦٩.

(٣) ريم إسماعيل عبود، استخدامات طالبات الجامعة في مصر وسوريا لشبكة الإنترنت والإشباع المتحققة، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، ٢٠٠٤م، ص ٥٠.

المبحث الثاني

التطبيقات الحديثة

في

بحوث نظرية الاستخدامات والإشباع

- **المطلب الأول:** دمج نظرية الاستخدامات والإشباع مع نظريات أخرى.
- **المطلب الثاني:** تطبيق النظرية في بيئة اتصالية جديدة كالإنترنت والهاتف النقال.
- **المطلب الثالث:** دراسة استخدامات برامج تلفزيونية متخصصة.
- **المطلب الرابع:** دراسة استخدامات فئات من «الجمهور النوعي» لوسائل الإعلام والإشباع المتحققة منها.
- **المطلب الخامس:** الرؤية المستقبلية لبحوث نظرية الاستخدامات والإشباع.



تمهيد



شهدت نظرية الاستخدامات والإشباعات تطوراً ملحوظاً في بداية القرن الحادي والعشرين، حتى الوقت الحاضر، مقارنة بما كانت عليه في عقد التسعينيات الميلادية من القرن الماضي، وذلك عندما ظهرت بوادر بروز تطبيقات حديثة للنظرية، لم تكن معروفة في السابق، وذلك في اتجاهات مختلفة ومجالات متعددة من البحث، وهو ما ساهم بدوره في إحداث نقلة نوعية جديدة وجهت أنظار الباحثين من جديد لدراسة هذه النظرية وإعادة تطبيقها. وكان لاستخدام النظرية وإمكاناتها في إجراء المزيد من الدراسات والبحوث الإعلامية الحديثة على وسائل وبيئات اتصالية جديدة دور مهم في المساهمة في إثراء النظرية واستقرارها.

فمع تطور وسائل الاتصال من إذاعة وتلفزيون وصحافة، وظهور أنماط ومستويات جديدة من الاستخدام، والتعرض لتلك الوسائل، والحاجة إلى دراستها من جديد، ظهرت إلى السطح وسائل اتصالية حديثة، أحدثت ثورة في عالم الاتصال والمعلومات، تمثلت في ظهور الإنترنت والهاتف النقال كأحد وسائل الاتصال الحديثة، التي أصبح لها شيوع واستخدام واسع النطاق من كل المستويات والأعمار، وهو ما جعل كثيراً من الباحثين يحاولون التعرف إلى هذه الوسائل واستخداماتها الجديدة، وما أحدثته من تغيرات في حياة الأفراد من خلال تطبيق نظرية الاستخدامات والإشباعات على دراسات الإنترنت والهاتف النقال، لكون هذه النظرية تعد أكثر ملائمة لدراسة تلك الوسائل الاتصالية الحديثة.

ومع بروز هذه التطبيقات الحديثة لوسائل الإعلام على النظرية، شهدت النظرية بداية مرحلة من الاستقرار والنضوج والانتشار الواسع

الاستخدام، لدى عدد من الباحثين والمهتمين في الدراسات الإعلامية، وهو ما أعاد إلى الأذهان القدرة التي تتمتع بها نظرية الاستخدامات والإشباع في إثراء البحوث الإعلامية والاتصالية الحديثة في شتى مجالاتها وصورها، والخروج منها بنتائج ومعلومات جديدة يمكن الاستفادة منها والبناء عليها مستقبلاً.

إضافةً إلى ذلك، فإن البحوث الحديثة لنظرية الاستخدامات والإشباع تتميز بدورها في إضافة مزيد من الشرح والفهم لدور وسائل الإعلام في عمليات الحراك الاجتماعي، وتقدم تلك البحوث إطاراً نظرياً يمكن الاستناد عليه لاستكشاف سلوك الأفراد تجاه وسائل الاتصال، من خلال ربط نشاط الجمهور وتفاعله تجاه وسائل الإعلام بالبناء والوظيفة، ثم تحاول هذه البحوث جاهدة دراسة طبيعة الاحتياجات والرغبات الإنسانية ومحاولة فهمها من خلال النظر إلى عملية التعرض لوسائل الاتصال، ثم إشباع تلك الاحتياجات من خلال نتائج الاستخدام، كما تستخدم بحوث الاستخدامات والإشباع في الوقت نفسه ما يعرف بـ نموذج السبب والأثر، وذلك لشرح معاني السلوك الإنساني ودلالاته^(١).

ويتضح مما سبق أنه يمكن القول: إنه وفي خلال العقدين الأخيرين من القرن الماضي، وبداية العقد الأول من القرن الحادي والعشرين، حتى وقتنا الحاضر دخلت بحوث الاستخدامات والإشباع مرحلة جديدة من التطور، وذلك لتدرك أوجه النقص فيها، وبرزت اتجاهات ومعالم بحثية حديثة بعثت الحياة من جديد في هذه النظرية، وفتحت المجال أمام الباحثين لاكتشاف المزيد عنها، من خلال تطبيقها في مجالات بحثية جديدة لم تكن أغلبها معروف في السابق، وأبرز هذه التطبيقات هي:

(١) ليلي حسين محمد، استخدامات الأسرة المصرية لوسائل الاتصال الإلكترونية ومدى الإشباع الذي تحققه، دراسة مسحية لعينة من أرباب وريات الأسر، رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، ١٩٩٣م، ص ١١٣.

التطبيق الأول:

وهو تطبيق يهتم بدمج نظرية الاستخدامات والإشباعات مع نظريات أخرى بغية الوصول إلى نتائج ومقاييس محددة، ويتمثل ذلك على سبيل المثال: بدمج نظرية الاستخدامات والإشباعات مع نظرية الغرس الثقافي، ونظرية الانتشار، إضافة إلى دمجها مع مفهوم الدوافع، ونموذج التعمق، ونموذج البحث عن المعلومة الاتصالية.

التطبيق الثاني:

وهذا التطبيق يهتم بتطبيق نظرية الاستخدامات والإشباعات في بيئة اتصالية جديدة لم تكن معروفة في السابق، ذلك من خلال تطبيقها على وسائل الاتصال الحديثة كالإنترنت والهاتف النقال.

التطبيق الثالث:

وهو يهتم بتطبيق النظرية عبر دراسات استخدامات البرامج التلفزيونية المتخصصة في القنوات الفضائية العربية، إذ يأتي الاهتمام بهذا الاتجاه لما أوجدته الطفرة الإعلامية الحالية من برامج متخصصة وموجهة إلى جماهير معينة، تطلّب معه دراسة أثر هذه البرامج وأنماط استخدامها لدى الجمهور، ودوافع متابعته لها.

التطبيق الرابع:

وهو يهتم بتطبيق النظرية عبر دراسات استخدامات فئات من الجمهور (الجمهور النوعي) لوسائل الإعلام، إذ برزت في العقدين الأخيرين دراسات وأبحاث تعنى بهذا الجانب، من خلال دراسة استخدامات جماهير معينة من المجتمع لوسائل الإعلام مثل: استخدامات الأطفال والمراهقين، وكذلك الطلاب وكبار السن وغيرهم، والتعرف إلى دوافعهم تجاه استخدام تلك الوسائل والإشباعات التي يتحصلون عليها.



دمج نظرية الاستخدامات والإشباعات مع نظريات أخرى

يمثل المزج في الدراسات والبحوث الإعلامية بين نظرية الاستخدامات والإشباعات والنظريات الإعلامية الأخرى تحولاً وتوجهاً جديداً، بدأ ينمو ويتوسع في بداية القرن الحادي والعشرين، وهذا يعطي مؤشرات ودلائل على أن نظرية الاستخدامات والإشباعات لا تزال جديرة بالدراسة والتعمق، وأن النتائج التي تخرج من مثل هذه التطبيقات الحديثة تمثل في جانب من جوانبها رداً على الانتقادات التي وجهت لهذه النظرية في بداياتها.

كما أن التطبيق البحثي لمزج نظرية الاستخدامات والإشباعات مع نظريات أخرى، وما يسفر عنه من نتائج جديدة، من شأنه أن يثري الإطار النظري لنظرية الاستخدامات والإشباعات، ويعزز من بنائها ويقويها، إضافة إلى أنها تتيح المجال من جديد للباحثين في الدراسات الاتصالية لسبر أغوار هذه النظرية، والتعرف إلى المداخل النظرية الأخرى التي تحويها نظرية الاستخدامات والإشباعات.

ولعل من أبرز المحاولات الحديثة في هذا الاتجاه ما قامت به الباحثة «أميمة محمد عمران» من المزج بين نظرية الاستخدامات والإشباعات ونظرية التماس المعرفة، التي تركز في سلوك الفرد المتلقي في بحثه عن المعلومات من مصادر الاتصال المختلفة، والتعرف إلى العوامل التي تؤثر في هذا السلوك، فالأفراد بحسب النظرية يختارون ويستخدمون مصادر معلوماتية تتوافق بشكل أساسي وأولي مع مهاراتهم وقدراتهم في البحث عن المعلومات ومصادرها، وذلك بهدف معرفة حجم استخدام الشباب الجامعي في صعيد

مصر للإنترنت، والتعرف إلى الاستخدامات المختلفة للإنترنت بين الشباب الجامعي، والكشف عن أسباب ودوافع استخداماتهم للمواقع الدينية الإسلامية على الإنترنت وأهم المضامين التي يحرصون على الاطلاع عليها، والوقوف على مدى ثقتهم بالمعلومات التي يتعرضون لها من تلك المواقع الإسلامية عبر هذه الوسيلة، والقيام برصد أهم الإشباعات المتحققة إثر تعرض المبحوثين للمواقع الدينية بالإنترنت، ثم الوصول إلى تحديد العلاقة بين معدل تعرض المبحوثين للمواقع الدينية بشبكة الإنترنت ودوافع التماسهم المعلومات الدينية^(١).

وعلى الرغم من أن هذه الدراسة أخذت منحى جديداً في دراسة استخدامات الجمهور لوسائل الاتصال الحديثة، من خلال تطبيق ما يعرف بنظرية التماس المعرفة، إلا أن الباحث وعلى الرغم من ذلك يرى أن هذه النظرية جزء لا يتجزأ من نظرية الاستخدامات والإشباعات، وأنها عنصر أساسي من عناصرها المكونة، ولكن بعض الباحثين، وفي سبيل سعيهم إلى الوصول إلى نتائج جديدة درّسها من منحى مغاير بغية المساهمة في إثراء النظرية وإضافة الجديد إليها.

كما قام «ديفيد» بالمزج بين نظرية الاستخدامات والإشباعات ونموذج الدوافع في تعلم المعلومات السياسية من الأخبار، فقد اقترح نموذجاً للدوافع مكوناً من طبقتين:

الطبقة الأولى: مؤلفة من الاحتياجات النفسية وظروف الحياة، أما **الطبقة الثانية:** فهي مؤلفة من الدوافع التي تعقب الأخبار العامة، والأخبار ذات الموضوعات المحددة.

(١) أميمة محمد محمد عمران، التعرض للمواقع الدينية بالإنترنت وعلاقته بمنظومة القيم لدى الشباب، دراسة ميدانية على عينة من الشباب الجامعي بالصعيد، بحث مقدم للمؤتمر العلمي الثالث عشر، (الإعلام والبناء الثقافي والاجتماعي للمواطن العربي)، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، ٨ - ١٠ مايو/أيار ٢٠٠٧م.

ذلك أن بعض الدراسات والأبحاث التي استكشفت الدوافع، تشير إلى أنه يمكن تقسيمها في أشكال متعددة، كما أن نظرية الاستخدامات والإشباعات تقرر صراحة بأن هنالك أسباباً مختلفة لإقبال الناس على متابعة وسائل الإعلام، أحدها البحث عن المعلومات، وبذلك فإن دراسة ديفيد تحاول تتبع تأثير العوامل الدافعة على متابعة الأخبار العامة والقضايا الخاصة، ومعرفة ما إذا كان هناك مقاييس شاملة عن التعرض لوسائل الإعلام والانتباه والرأي السياسي والإيمان بتلك القضايا^(١).

ويبرز في الاتجاه نفسه الدراسة التي قامت بها «إيرنهارت» لدراسة الدوافع السياسية، والتعمق عند استخدام التلفزيون والإنترنت، وذلك من خلال دراسة الاستخدامات والإشباعات في استخدام وسائل الإعلام ذات الدور الفعال والمصاحبة بأنماط معينة، واختبار نموذج التعمق في إعداد الرسالة المركزية والخارجية ذات الصلة بالرسائل السياسية في التلفزيون والإنترنت، وتحليل العلاقات بين استخدام وسائل الإعلام ذات الدور الفعال والمصاحبة بأنماط وإعداد الرسالة المركزية والخارجية، وكيف تنبأت بالمشاركة في الأنشطة السياسية والتعرض لوسائل الإعلام من خلال التصويت، ومناقشة القضايا، والتوقيع على العرائض والمطالب^(٢).

وحظي نموذج (البحث عن المعلومة) الاتصالي هو الآخر ضمن اهتمامات الباحثين في هذا التوجه، إذ أجرت «روزنبرغ» دراسة حول اختبار هذا النموذج، من خلال منظور نظرية الاستخدامات والإشباعات، للتحقق من دوافع البحث عن المعلومات في الإنترنت ومدى ارتباطها باستخدام وسائل الاتصال وقنواتها، ثم إيجاد مقاييس دقيقة لتحديد دوافع البحث عن المعلومات.

David, C. (2006). Learning Political information from the news: A closer look at (١) the role of motivation. PhD. Thesis. University of Pennsylvania.

Earnhardt, M. (2006). Examining political motives and elaboration when using (٢) television and Internet: Testing the multi-channel political motivation and elaboration model. PhD. Thesis. Kent state University.

وقد تم استخدام هذا النموذج للإجابة عن سؤال حول كيفية تأثير السوابق الاجتماعية والنفسية والظرفية على دوافع البحث عن المعلومات في الإنترنت، واختيار قنوات الاتصال، وتم اختيار دوافع الترفيه والفائدة والدعم، إضافة إلى دوافع البحث عن المعلومة، ودوافع أخرى خاصة لتشكيل مقياس خاص لمعرفة دوافع استخدام الإنترنت^(١).

وفي السياق ذاته أجريت دراسات وأبحاث حول اختيار الجمهور للقنوات عبر الأقمار الاصطناعية في المناطق الريفية في مقاطعة جاكسون في ولاية إلينوي، وذلك من خلال الدراسة التي قام بها، من خلال استخدام نظرية الانتشار ونظرية الاستخدامات والإشباع، بوصفها إطاراً لهذه الدراسة وتطبيقهما لمعرفة العوامل المرتبطة باختيار البث الفضائي المباشر، وخدمات برامج القنوات التلفزيونية المتعددة، إضافة إلى دراسة واختبار العلاقة بين المتغيرات، ومعرفة ما إذا كان هناك وجود لعوامل شخصية ذات تأثير جوهري في اختيار البث الفضائي المباشر^(٢).

في حين اتجهت دراسات وتطبيقات إعلامية أخرى، ضمن هذا التوجه الحديث للمزج بين نظرية الغرس الثقافي ونظرية الاستخدامات والإشباع، كما في دراسة هويرت وآخرون وذلك لفحص العلاقة بين الاهتمام البيئي، وخمسة أنواع من مشاهدة التلفزيون، والتصرفات الصديقة للبيئة. آخذة في الحسبان كل الآثار المباشرة والأشكال المختلفة للمشاهدة التلفزيونية، وما لها من أدوار تأملية محتملة في رسم العلاقة بين المواقف والتصرفات البيئية، خصوصاً أن هناك أبحاثاً تؤكد أن نشرات الأخبار التلفزيونية والبرامج الوثائقية

(١) Rothenberg, K. (2004). The communication information-seeking model: Examining information-seeking motivation and associated channel use. PhD. Thesis. Kent state University.

(٢) Ha, J. (2004). Audiences' choice of direct broadcast satellite service in a rural television market: Exploring adoption factors. PhD. Thesis. Southern Illinois. University at carbondale

التي تتحدث عن الطبيعة كانت لها آثار متوقعة في الاهتمام البيئي والمساهمة في زيادة التصرفات الصديقة للمحافظة على البيئة^(١).

وفي سبيل معرفة التفسيرات المحتملة لارتفاع معدل الطلاق في المجتمع الأمريكي، وما إذا كانت هناك عوامل، أو توقعات وصور مثالية تساهم وسائل الإعلام في إبرازها للشباب قبل دخول الحياة الزوجية، قامت «سيغرين ونابي» بتطبيق قواعد نظرية الغرس الثقافي ونظرية الاستخدامات والإشباعات للتحقق في العلاقة بين مشاهدة التلفزيون وتكوين توقعات مثالية للحياة الزوجية، والرغبة في الزواج، وهل كانت مشاهدة البرامج الرومانسية والأفلام العاطفية لها ارتباط إيجابي بالتوقعات المثالية للحياة الزوجية؟.

وكان الهدف من تطبيق نظرية الغرس ونظرية الاستخدامات والإشباعات هو الوقوف بشكل دقيق على الدلائل والمؤشرات، التي قد تشير إلى وجود تلك العلاقة بين التوقعات والرغبة في الزواج، وأثر وسائل الإعلام فيها^(٢).

وللوقوف على أبرز الاستخدامات لشبكة الإنترنت بين جمهور الشباب، قام كل من الباحثة هالة كمال، وآمال سعد، بالمزج بين نظرية الاستخدامات والإشباعات ونظرية الاعتماد على وسائل الإعلام؛ وذلك بهدف التعرف إلى استخدامات الشباب الجامعي للإنترنت والإشباعات المتحققة لهم من جراء استخدامهم لها، والدوافع التي جعلتهم يستخدمون هذه الوسيلة الاتصالية، ومعرفة هل كان الذكور أكثر استخداماً للإنترنت من الإناث، أم العكس؟^(٣).

(١) Holbert, R., Kwak, N. & Shah, D. (2003). Environmental Concern, Patterns of Television Viewing, and Proenvironmental Behaviors: Integrating Models of Media Consumption and Effects. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*. v.47, no.2, pp. 96-177.

(٢) Segrin, C. & Nabin, R. (2002). Does Television Viewing Cultivate Unrealistic Expectations About Marriage. *Journal of Communication*. v.52, no.2, pp.63-247.

(٣) هالة كمال، آمال سعد، استخدامات شبكة الإنترنت بين جمهور الشباب، دراسة تطبيقية على طلاب جامعة جنوب الوادي فرعي قنا وسوهاج، مجلة كلية الآداب، جامعة جنوب الوادي، العدد ١٢، ٢٠٠٢م، ص ٣٤٣ - ٣٨٦.

ودرس بعض الباحثين، مثل «السيد بخيت» استخدامات الإنترنت في مجال تعليم الصحافة، وذلك في سبيل التوصل إلى أبرز الاستخدامات التي يحرص الطلاب عليها، وقياس المعارف التي تقدمها هذه الاستخدامات المتعددة للإنترنت والدوافع التي تدفعهم لاستخدام الإنترنت، وذلك من خلال التطبيق والمزج بين نظرية الاستخدامات والإشباع التي تعد نقطة تحول في مجال الإعلام ونموذج نشر الأفكار المستحدثة^(١).

(١) السيد بخيت، استخدام الإنترنت كوسيلة تعليمية في مجال الصحافة، دراسة تجريبية على طلبة الصحافة بجامعة الإمارات، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، العدد الثامن، أغسطس - أكتوبر/آب - ت ١ ٢٠٠٠م، ص ص ٨٩ - ١٦٣.



تطبيق النظرية في بيئة اتصالية جديدة كالإنترنت والهاتف النقال

يرى بعض الباحثين أن انتشار وسائل الاتصال الجماهيري كالإنترنت أدى إلى بعث الحياة من جديد في نظرية الاستخدامات والإشباع، وهذا ما يجعل من الصعب على أية محاولة لدراسة الاتجاهات البحثية والنظرية في التأثيرات الاجتماعية لوسائل الاتصال الجماهيري في المستقبل أن تتجاهل هذه النظرية^(١).

وكان رايس وويليامز عام ١٩٨٤م قد أشارا إلى أن وسائل الإعلام الحديثة وما تحويه من إشباعات جديدة تعد أرضاً خصبة لاختبار عدد من النظريات والنماذج، والخروج منها بنتائج مهمة يمكن البناء عليها مستقبلاً، وتعد نظرية الاستخدامات والإشباع أحد المداخل النظرية المهمة في تحليل وسائل الإعلام الحديثة، وهو ما أكدته مقالات كل من نيوهاجن ورافيلي، وموريس، وأوجان في عام ١٩٩٦م، على ملأمة نظرية الاستخدامات والإشباع لبحث وسائل الإعلام الحديثة، ورأى نيوهاجن ورافيلي عام ١٩٩٦م، أن نظرية الاستخدامات والإشباع مفيدة وذات جدوى لدراسة الشبكة العالمية (Web) ومكوناتها، بما تتسم به من تحولية وتنوع هائل في محتواها^(٢).

(١) بسيوني إبراهيم حمادة، الاتجاهات العالمية الحديثة في بحوث التأثيرات الاجتماعية لوسائل الاتصال الجماهيري، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، العدد الثالث، يوليه - سبتمبر/ تموز - أيلول ٢٠٠٢م، ص ٣١٦.

(٢) علياء علي محمد عنتر، علاقة طلاب المرحلتين الإعدادية والثانوية بالإذاعة التعليمية =

ومن هذا المنطلق تأتي أهمية هذا التطبيق البحثي الجديد، المتمثل في تطبيق نظرية الاستخدامات والإشباع على دراسة الإنترنت والهاتف النقال، وذلك لحداثة هاتين الوسيلتين، وما يوفرانه من خدمة جديدة للمستخدم أدى بدوره إلى بروز مستويات جديدة من الإشباع للجمهور، الذي من المؤمل معه أن يفضي في المستقبل إلى نتائج جديدة تساهم في رسم ملامح الخريطة الاتصالية الحديثة، وتحديد العلاقة بين المتلقي والقائم بالاتصال.

ولعل من التطبيقات الحديثة في هذا الجانب الدراسة التي قام بها «هوانغ» حول دراسة محددات استخدام الرسائل الفورية (الماسنجر)، وسط طلاب الجامعات الأمريكية من منظور الاستخدامات والإشباع، ذلك أن الرسائل الفورية قد رسخت نفسها كواحدة من أكثر وسائل الاتصال شعبية، إلا أنه لا توجد في الوقت نفسه أبحاث تجريبية كافية عن كيفية استخدام هذه الخدمة وسط طلاب الجامعات، الذين يعدون الجيل الأول الذي فتح عينيه على خدمة الإنترنت، وذلك لاستكشاف مؤشرات استخدام الرسائل الفورية من خلال استخدام ثلاثة مفاهيم مهمة هي: الإشباع المطلوب، والإشباع المتحققة، والوجود الاجتماعي الذي يعني الإحساس بالعلاقة مع الآخرين عبر الإنترنت وكأنها علاقة اجتماعية حقيقية، وفحص اقتران هذه المتغيرات باستخدام الرسائل الفورية، ومعرفة هل كانت تلك الإشباعات تتأثر بالوجود الاجتماعي، أو لها تأثير مباشر في استخدام الرسائل الفورية، وبينت نتائج الدراسة أن طلاب الجامعات يستخدمون خدمة الرسائل الفورية، من أجل تحقيق منفعة اجتماعية وشخصية متبادلة، وأن الرسائل الفورية أدت هذا الدور، ونجحت في إشباع تلك الحاجات بالنسبة إليهم^(١).

= بمصر، دراسة ميدانية على عينة من الطلاب، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، ٢٠٠٥م، ص ١١٦.

Hwang, H. (2005). Predictors of IM use among united states college student: (١) Gratification sought, gratifications obtained and social presence. PhD. Thesis. Temple University.

واهتمت «عالية فؤاد المتروك» ضمن هذا التوجه البحثي الحديث لمعرفة هل كان الإنترنت يعد بديلاً للأخبار في بيئة وسائل الإعلام، التي تسيطر عليها الدولة، من خلال تطبيق نظرية الاستخدامات والإشباع؛ لتفسير دوافع المشاهدين في استخدام الإنترنت وقياس الاختلافات بين أخبار التلفزيون، وأخبار الإنترنت من حيث إدراك الحيادية والانحياز، وأياً يحظى بصدقية أكثر لدى الجمهور المستخدم، وانتهت الدراسة إلى أن الجمهور الكويتي يرى أن التلفزيون والصحف أكثر صدقية وحيادية من الإنترنت والإذاعة، فهم يعتمدون على التلفزيون والصحف أكثر من أي وسيلة إعلامية أخرى للحصول على الأخبار^(١).

في حين طبق «بارك» دراسته عبر البريد الإلكتروني للمقارنة بين اعتماد الطلاب الجامعيين الكوريين في أمريكا على الإنترنت ونظرائهم الأمريكيين، من خلال فحص استخدام تقنية الاتصالات الجديدة، مقارنة باستخدام وسائل الإعلام التقليدية؛ لمحاولة الوصول إلى المقاييس الحقيقية لحجم الإشباع التي يتحصلون عليها، والاعتماد على الإنترنت وقياس درجة الاختلاف في استخدام الشبكة العالمية، وأشارت الدراسة إلى أن أهم الإشباع التي يسعى الطلاب الكوريون إلى تحقيقها من خلال استخدام الإنترنت هو لقضاء وقت الفراغ، وتحميل المواد الترفيهية، والبحث عن المعلومات والاتصال الشخصي مع الآخرين^(٢).

كما أتاح الإنترنت إمكانية استخدامه في أغراض دينية متعددة، فقد أجرى هوفر وآخرون دراسة حول استخدام الإنترنت للأغراض الدينية في أمريكا، للتأكد من مدى استخدام الجمهور للإنترنت في أمور لها علاقة

Al-Matrouk, A.(2004). The use of the Internet as an alternative news source: An (١) examination of Kuwaiti traditional media and the Internet for news processing. PhD. Thesis. The University of Memphis.

Park, I. (2004). Internet usage of Korean and American students: A uses and (٢) gratifications approach. PhD. Thesis. The University of southern Mississippi.

بالدين، وهل كان نشاطهم الديني على الإنترنت قد ساهم في التزاماتهم تجاه مجتمعهم والجماعات الدينية التي ينتمون إليها؟ إضافة إلى معرفة الفئات العمرية الأكثر استخداماً لتلك الوسيلة، خصوصاً أن هناك دراسات تشير إلى أن نسبة استخدام الإنترنت لأغراض دينية وروحية في بعض البلدان وصل إلى ٦٤٪ كما هو الحال في أمريكا، وانتهت الدراسة إلى نتيجة فحواها أن المسيحيين الأمريكيين، الذين يتبعون الكنيسة الإنجيلية هم أكثر المستخدمين للإنترنت، والمتحمسين له بغرض الاستفادة منه؛ لأغراض دينية وروحية^(١).

ولأن الإنترنت أتاح المجال للاستفادة والاطلاع على كل ما يجري في العالم، بما في ذلك الاستزادة من المعلومات السياسية، والأحداث والقضايا المحلية والعالمية والدولية، ولكونه يعد نافذة يطل من خلالها الفرد على العالم، وذلك من خلال الخاصية التفاعلية التي يتمتع بها الإنترنت، برزت دراسات في هذا الاتجاه، منها: دراسة كاي وجونسون التي سعت إلى تطبيق نظرية الاستخدامات والإشباع كإحدى الأدوات الرئيسة لمعرفة العلاقة بين استخدام الإنترنت، والحصول على المعلومات السياسية، ومدى قدرة الإنترنت على إمداد الجماهير بما يريدونه من موضوعات سياسية، كما أن تطبيق النظرية كفيل بكشف الدوافع الرئيسة للاتصال بالمواقع السياسية، وتفسير العلاقة المتبادلة بين الدوافع ومقدار الاستخدام، ومدى تأثيرها في ثقة الجمهور بالحكومة، والاهتمام بالسياسة، واحتمالات التصويت^(٢).

وفي إطار تطبيق نظرية الاستخدامات والإشباع في بيئة اتصالية جديدة، بدأ في هذا الاتجاه قيام بعض الباحثين بدراسة استخدامات الهاتف النقال والإشباع المتحققة منه، ومن تلك الدراسات، الدراسة التي أجراها

(١) Hoover, S., Clark, L. & Rainae, L. (2004). 64% of wired Americans have used the Internet for spiritual or religious purposes. Faith Online. Washington.

(٢) Kaye, B. & Johnson, T. (2002). Online and in the know: uses and gratifications of the web for political information. Journal of Broadcasting & Electronic Media. v.46, no.1, pp 54-71.

«ليونغ ووي» على الهاتف النقال، لكونه أحد أهم وسائل الاتصال الحديثة في الوقت الحاضر، التي بدا لها تأثير واضح وانتشار واسع النطاق في حياة الناس، أصبح معه من الضروري دراسته دراسة علمية متعمقة؛ وذلك لمعرفة أهم استخدامات الهاتف النقال ومدى ارتباط دوافع استخدامه بالإمكانات والمزايا التي يوفرها، إضافة إلى معرفة العوامل الجوهرية المباشرة لاقتناء هذه الوسيلة، وبينت نتائج الدراسة أن من أهم دوافع استخدام الهاتف النقال المزايا العملية التي يتمتع بها، والتي يوفرها للمستخدم، كإمكانية التنقل به، وسرعة الاتصال، وهذا ما يتيح فرصة أكبر في إنجاز المهام والأعمال بشكل أسرع^(١).

ولعل من أبرز الدراسات العربية، التي عملت على تطبيق نظرية الاستخدامات والإشباع على الهاتف، دراسة محمد الحيزان حول استخدامات وسائل الاتصال الحديثة، ومن ضمنها الهاتف، وذلك بهدف معرفة أبرز الاستخدامات لدى الرجال والنساء لهذه الوسيلة، لكونها إحدى وسائل الاتصال الحديثة، إضافة إلى معرفة طبيعة هذا الاستخدام والدوافع الرئيسة من وراء استخدامه، وما يحققه للمستخدمين من إشباعات مختلفة، وأي الفئات أكثر استخداماً له، هل هم الرجال أم النساء؟^(٢).

وفي العالم العربي بدأ الاتجاه نحو دراسة استخدامات الإنترنت بوصفه وسيلة اتصال حديثة، تحظى بشعبية واسعة بين أوساط المجتمع العربي من مختلف الأعمار، إذ قام الباحث «محمود مزيد» بدراسة اتجاهات شباب الجامعات الليبية نحو شبكة الإنترنت، وذلك بغرض معرفة حجم استخدامهم لها، وأهم الدوافع والأسباب التي تجعلهم يقبلون على استخدام الإنترنت، والإشباعات التي تحققها لهم، وكشفت الدراسة أن أهم دوافع استخدام

(١) Leung, L. & Wei, R. (2000). More than just talk on the move: uses and gratification of the cellular phone. Journalism and Mass Communication Quarterly. v.77, no.2. pp. 20-308.

(٢) محمد عبد العزيز الحيزان، المصدر موقع مركز الأخبار، أمان على شبكة الإنترنت، www.amanjordan.org، ٢٠٠٢م.

الشباب للإنترنت كان بهدف الحصول على المعلومات، والتسلية والترفيه، واستقبال البريد الإلكتروني، ثم الحصول على الأخبار^(١).

كما قام الباحث «محمد يونس» بدراسة استخدامات طلبة جامعة الإمارات العربية المتحدة للإنترنت، بوصفها مصدراً للثقافة الإسلامية، من خلال تطبيق نظرية الاستخدامات والإشباع، وذلك بهدف التعرف على استخدامات طلبة جامعة الإمارات للإنترنت في مجال المعرفة الدينية، ومدى تأثير هذا الاستخدام في تكوين ثقافتهم الإسلامية ورفع مستواها، ومعرفة أهم دوافع الاستخدام، والإشباع المتحققة من تصفح المواقع الدينية على الإنترنت، وتوصلت الدراسة إلى نتيجة فحواها أن ٨٠,٢٪ من الطلبة يعتمدون على الإنترنت كمصدر للثقافة الإسلامية، وذلك بهدف إشباع رغبتهم في التزود من المعرفة الدينية، كما أن تصفح المواقع الدينية على الإنترنت يعد من أبرز الوسائل التي يعتمدون عليها في تكوين ثقافتهم الدينية^(٢).

كما قامت «ريم عبود» بدراسة استخدامات طالبات الجامعة في مصر وسورية لشبكة الإنترنت والإشباع المتحققة منها، وذلك في سبيل الوصول إلى معرفة أبرز الاستخدامات لهذه الفئة، وما تحققة تلك الوسيلة من إشباع مطلوب ومتحققة لديهم، ومعرفة العوامل والمتغيرات التي تؤثر في دوافع استخدام الإنترنت، وذلك من خلال تطبيق نظرية الاستخدامات والإشباع، التي تعد من أكثر النظريات ملائمة لهذا النوع من الدراسات في الوصول إلى نتائج أكثر دقة وموضوعية^(٣).

(١) محمود مزيد، اتجاهات شباب الجامعات الليبية نحو شبكة الإنترنت، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، المجلد السادس، يناير - يونيو ٢٠٠٥م، ص ٣٤٧ - ٤١٠.

(٢) محمد يونس، استخدامات طلبة جامعة الإمارات العربية المتحدة للإنترنت كمصدر للثقافة الإسلامية، دراسة ميدانية، مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة الإمارات العربية المتحدة، مجلد ٢١، العدد ١، إبريل/نيسان ٢٠٠٥م، ص ٤٦٣.

(٣) ريم إسماعيل عبود، استخدامات طالبات الجامعة في مصر وسورية لشبكة الإنترنت والإشباع المتحققة، مرجع سابق.

وفي إطار تطبيق نظرية الاستخدامات والإشباع في بيئة اتصالية جديدة، اهتم «محمد رضا أحمد» بدراسة استخدامات الشباب الجامعي للإنترنت، وعلاقته باتجاهاتهم نحو بعض المفاهيم السلوكية، وذلك بهدف التعرف إلى العلاقة بين استخدامات الشباب الكثيف للإنترنت، وبعض المفاهيم السلوكية المرتبطة بظروف الاستخدام، والدوافع الرئيسة التي تدفعهم لاستخدام الإنترنت، وما تحققه لهم هذه الوسيلة من إشباعات. وتوصلت الدراسة إلى أن ٥٦٪ من العينة يستخدمون الإنترنت استخداماً كثيفاً؛ وذلك بهدف التحرر من القيود الاجتماعية، إضافة إلى تحصيل المعرفة، والاتصال، والمراسلة، والهروب من مشكلات المجتمع وقضاياه، كما أكد ٩١٪ منهم أن الإنترنت تؤثر في قرارات حياتهم اليومية^(١).

في حين توسعت دراسات أخرى لتشمل الشباب العربي في كل من مصر والسعودية والإمارات والكويت والبحرين، إذ قام «سامي طايح» بدراسة شاملة وموسعة؛ وذلك في سبيل التعرف على استخدامات الشباب العربي للإنترنت، ومصادر المعلومات المستخدمة من قبلهم، إضافة إلى الفوائد التي يتحصلون عليها من جراء استخدام الإنترنت، ومعرفة الفوارق في استخدامهم لهذه الوسيلة بين الذكور والإناث، وكشفت نتائج الدراسة أن الذكور كانوا أكثر استخداماً للإنترنت من الإناث، كما كانت المعلومات أهم فائدة يحصل عليها الشباب من الإنترنت، إذ إنه يعد بالنسبة إليهم مصدراً كبيراً ومهماً للحصول على الأخبار والمعلومات العامة والمتخصصة، إضافة إلى التسلية، وقضاء وقت الفراغ، واحتلت المعلومات العلمية المركز الأول من حيث نوع المعلومات التي يحصلون عليها من الإنترنت، جاءت بعده المعلومات الاجتماعية والثقافية، ثم معلومات التسلية والترفيه، فالمعلومات الفنية^(٢).

(١) محمد رضا أحمد، استخدام الشباب الجامعي للإنترنت وعلاقته باتجاهاتهم نحو بعض المفاهيم السلوكية، مجلة البحوث الإعلامية، العدد ١٩، قسم الصحافة والإعلام، كلية اللغة العربية، جامعة الأزهر، ٢٠٠٣م.

(٢) سامي عبد الرؤوف طايح، استخدام الإنترنت في العالم العربي، المجلة المصرية

وفي العالم العربي كذلك تم إجراء دراسات ميدانية؛ بهدف الوصول إلى الدوافع الحقيقية وأنماط استخدام الشباب المصري للإنترنت وكثافته، كما في دراسة نجوى عبد السلام؛ وذلك لمعرفة العلاقة بين هذا الاستخدام وعدد من المتغيرات ذات العلاقة بدوافع استخدام الشباب لشبكة الإنترنت ومشكلاته، وأظهرت الدراسة أن الشباب يميلون إلى استخدام الإنترنت بكثافة عالية، بما يشير إلى أنها وسيلة اتصال ذات جاذبية تستحوذ على انتباه الفرد وتركيزه، وتخلق لدى مستخدميها حاجة متزايدة إلى استخدام الشبكة، وبينت النتائج أن إشباع الحاجات المعرفية المتمثلة في الحصول على المعلومات من أهم الدوافع التي تجعل الشباب يتصلون بالإنترنت^(١).

= لبحوث الرأي العام، العدد الرابع، أكتوبر - ديسمبر/ت ١ - ١٠ ٢٠٠٠م، صص ٣٣ - ٦٨.
(١) نجوى عبد السلام، أنماط ودوافع استخدام الشباب المصري لشبكة الإنترنت، دراسة استطلاعية، المؤتمر العلمي الرابع، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، من ٢٥ - ٢٧ مايو/أيار ١٩٩٨م، صص ٨٥ - ١١٩.



تطبيق النظرية عبر دراسات استخدامات البرامج التلفزيونية المتخصصة

تعد دراسة استخدامات البرامج التلفزيونية المتخصصة في إطار نظرية الاستخدامات والإشباع من التطبيقات التي يمكن إدراجها ضمن التطبيقات البحثية الحديثة، لا سيما بعد التطورات التي شهدتها تلك البرامج المتخصصة، إذ مع وجود دراسات عدة سابقة عملت في هذا الجانب، إلا أن الاهتمام الواضح لدى عدد من الباحثين - الذي بدأ يظهر حول هذا الاتجاه في ظل تنامي البرامج التلفزيونية وظهورها بأنماط مختلفة ومتنوعة وبشكل جذاب - جعل لها جمهورها الخاص، وهو ما يعطي مؤشراً على أن هذا التوجه البحثي بدأ يتبلور ويتطور تدريجياً، يوماً بعد يوم، وهو ما قد يكون توجهاً بحثياً جديداً في السنوات المقبلة، يمكن أن يحظى بمزيد من الدراسة والعناية.

ولعل من أحدث الدراسات في هذا الجانب، دراسة عربي عبد العزيز أحمد الطوخي، الذي اهتم فيها بدراسة علاقة الطفل المصري ببرامج الأطفال في القنوات الفضائية الدينية، من خلال الاعتماد على تطبيق نظرية الاستخدامات والإشباع، بهدف معرفة علاقة الأطفال ببرامجهم المقدمة في القنوات الفضائية الدينية، وكثافة هذا التعرض، وأهم دوافع استخدام الأطفال لهذه البرامج، والإشباع المتحققة لهم من مشاهدتها، وتحديد العلاقة بين دوافع تعرض الأطفال لبرامجهم في القنوات الفضائية الدينية والإشباع المتحققة لهم، وأظهرت الدراسة أن ٣٤,٧٪ من العينة يشاهدون برامج

الأطفال في القنوات الفضائية الدينية، وأن أهم أسباب مشاهدتهم هذه البرامج هو لزيادة معلوماتهم ومعارفهم الدينية، والاطلاع على نماذج من السلوك الإيجابي الحسن، واكتساب قيم دينية مفيدة تقدمها لهم تلك البرامج بطريقة ميسرة وسهلة^(١).

كما ركز «محمد علي الغامدي» في دراسته في استخدامات الجمهور السعودي للبرامج التلفزيونية المتخصصة، التي تعنى بالسياحة في المملكة العربية السعودية، وتعريفها بالأماكن والمناطق السياحية، والإمكانات المتوافرة فيها، التي يقدمها التلفزيون السعودي (القناة الأولى) والإشباع التي تحققها للمشاهد، ومعرفة الدوافع التي تجعل المشاهدين يتابعون هذه البرامج السياحية، وهل كان لها دور على المشاهدين تدفعهم إلى اتخاذ قرارهم بالسياحة الداخلية من عدمه؟ إضافة إلى معرفة آراء المشاهدين حول هذه البرامج، وهل تعد مصدراً مهماً للمعلومات السياحية، مقارنة بالمصادر الإعلامية الأخرى؟ إضافة إلى التعرف إلى الاحتياجات المعرفية المتحققة فعلياً والدور الذي تؤديه الدوافع الثقافية في دفع المشاهدين إلى التعرض لهذه البرامج، وتبين من الدراسة ضعف دور التلفزيون السعودي في الترويج للسياحة الداخلية، فقد رأى المشاهدون أنه أقل مصادر المعلومات السياحية أهمية، وأن تأثيره ضعيف في قراراتهم بالسياحة الداخلية^(٢).

أما «عماد الحمود» فقد ركز في دراسته على نمط آخر من البرامج، يتمثل في برامج المسابقات الثقافية في القنوات التلفزيونية الفضائية العربية،

(١) عربي عبد العزيز أحمد الطوخي، علاقة الطفل المصري ببرامج الأطفال في القنوات الفضائية الدينية، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، العدد الأول، يناير - يونيو ٢٠٠٦م، صص ٤٠٣ - ٤٥٠.

(٢) Al-Ghamdi, M. (2005). Saudi Arabian television (First Channel) touristic programs: Uses and gratifications and perceptions of the programs' effect by Saudi tourists who spend their summer vacations domestically. PhD. Thesis. The University of Kansas.

فدرس تعرض الجمهور السعودي لبرامج المسابقات الثقافية، والإشباعات المتحققة من مشاهدتها، وذلك بهدف معرفة الاستخدامات المتعددة للجمهور من جراء متابعتهم لهذه البرامج، وما تحققه لهم من إشباعات، إضافة إلى التعرف إلى الدوافع التي تجعلهم يقبلون على متابعتها، وحجم هذه المشاهدة. وكشفت النتائج أن ٨٢,٩٧٪ يتعرضون لبرامج المسابقات الثقافية في القنوات الفضائية العربية، وأن أهم دوافعهم للتعرض لهذه البرامج كان بهدف التعرف على المعلومات التي يعرفونها، إضافة إلى الرغبة في التعليم، والتثقيف، والتسلية، والترفيه^(١).

وفي هذا الاتجاه اهتم «محمد علي هندية» بدراسة البرامج الدينية واستخدامات الجمهور لها، وما تحققه من إشباعات، وذلك للتعرف إلى المظاهر التي تكشف عن مدى التعرض والاهتمام من قبل الجمهور للمشاهد لتلك البرامج الدينية، ومعرفة البرامج المفضلة من بينها، والوقوف على أسباب مشاهدة الجمهور لها، والحاجات التي تقوم بتلبيتها. وكشفت نتائج الدراسة ازدياد مشاهدة البرامج الدينية لدى الجمهور السعودي والعربي، وجاءت أهم أسباب مشاهدة الجمهور لهذه البرامج هو حاجتهم إلى زيادة المعرفة الدينية^(٢).

(١) عماد جاسم الحمود، تعرض الجمهور السعودي لبرامج المسابقات الثقافية في القنوات التلفزيونية الفضائية العربية، دراسة الاستخدامات والإشباعات على عينة من سكان مدينة الرياض، رسالة ماجستير غير منشورة، قسم الإعلام، جامعة الملك سعود، ٢٠٠٥م.

(٢) محمد بن علي هندية، البرامج الدينية في قنوات التلفزيون الفضائية، دراسة تحليلية ميدانية تقويمية على عينة من البرامج الدينية، رسالة دكتوراه غير منشورة، قسم الإعلام، جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية، ١٤٢٣هـ.

وفي هذا الإطار يأمل الباحث أن تكون دراسته حول التعرض لبرامج الإفتاء في القنوات الفضائية العربية وإشباعاتها التي تهدف إلى معرفة حجم استخدام الجمهور السعودي لهذه البرامج، وتحديد درجة تعرضه، وطبيعة استخداماته لها، ودوافعه لمشاهدتها، والإشباعات المتحققة من وراء متابعة برامج الإفتاء ضمن هذا التطبيق البحثي الحديث مستقبلاً، والذي يبحث في استخدامات برامج تلفزيونية متخصصة.

في حين سعت دراسة «علي ظافر الشهراني» إلى دراسة نوعية أخرى من البرامج التلفزيونية، المتمثلة في البرامج الحوارية، وذلك للتعرف إلى اتجاهات طلبة الجامعة نحو البرامج الحوارية المباشرة في القنوات الفضائية العربية، من منظور الاستخدامات والإشباع، في محاولة لمعرفة مدى متابعة الطلاب لهذا الشكل والمحتوى البرامجي غير المألوف في المحطات التلفزيونية المحلية، ودوافع المشاهدة، وعلاقته بالسماوات العامة للجمهور، ومدى جماهيرية هذه البرامج، بهدف فهم العوامل المرتبطة بمشاهدتها، والإشباع المتحققة من متابعة هذه البرامج من خلال تطبيق القواعد النظرية لنظرية الاستخدامات والإشباع التي تساعد على الكشف عن العلاقة بين المتغيرات والعوامل المرتبطة بها، وأظهرت الدراسة أن نسبة من يتابعون البرامج الحوارية من مجمل أفراد العينة تبلغ ٧٧,٧٪^(١).

أما دراسة «كمال بديع» فقد ركزت في دراسة استخدامات الشباب السوري للبرامج الثقافية في الراديو والتلفزيون، والإشباع المتحققة منها، من خلال تطبيق نظرية الاستخدامات والإشباع؛ بهدف الوقوف على أبرز الاستخدامات للشباب السوري لهذه النوعية من البرامج، ومعرفة أهم الأسباب والدوافع التي تجعلهم يقبلون على استخدام البرامج الثقافية، وما تحققة لهم من إشباع^(٢).

ودرس بعض الباحثين كما في دراسة «عادل مراد» أثر البرامج التلفزيونية الأجنبية على الشباب في المملكة العربية السعودية، ومدى الإشباع الذي تحققة هذه البرامج، وأي أنواع تلك البرامج الأجنبية يحظى بمتابعة عالية

(١) علي ظافر الشهراني، اتجاهات طلاب جامعة الملك سعود نحو البرامج الحوارية في القنوات الفضائية العربية، رسالة ماجستير غير منشورة، قسم الإعلام، جامعة الملك سعود، ٢٠٠٢م.

(٢) كمال بديع، استخدامات الشباب السوري للبرامج الثقافية في الراديو والتلفزيون والإشباع المتحققة منها، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، ١٩٩٨م.

من قبل الشباب، من خلال معرفة عدد الساعات التي يقضونها في المشاهدة، ومدى تأثيرهم بما تبثه هذه البرامج من مواد إعلامية مختلفة، وخلصت الدراسة إلى نتيجة فحواها أن ٧٠٪ من الشباب يفضلون مشاهدة البرامج الأجنبية، واحتلت برامج المتعة والمنوعات، والتسلية المرتبة الأولى، تلتها برامج العنف والرياضة^(١).

(١) عادل مراد، برامج التلفزيون الأجنبية ومصادرها، المجلة العربية للدراسات الدولية، السنة الخامسة، العدد الأول، ١٩٩٤م.



تطبيق النظرية عبر دراسات استخدامات فئات من «الجمهور النوعي» لوسائل الإعلام والإشباع المتحققة منها

تعدّ دراسة استخدامات الجمهور النوعي لوسائل الإعلام والإشباع المتحققة منها، من التطبيقات البحثية الحديثة، التي بدأت تنمو ويتزايد عدد الدارسين فيها، خصوصاً في الوقت الحاضر، الذي شهد تطوراً متسارعاً في وسائل الإعلام، ودخول الإعلام مرحلة العولمة وتكنولوجيا المعلومات الحديثة، الذي أدى إلى أن تسعى مؤسسات الإعلام في تلبية احتياجات الجمهور المختلفة، وإرضاء اهتماماته المتنوعة، لتضمن لنفسها موقعاً متميزاً في أذهان الجماهير ووجدانها، في ظل المنافسة المحترمة بينها.

وعلى الرغم من أن هذا النوع من التطبيق قد حظي بدراسات سابقة في عقد الثمانينيات والتسعينيات الميلادية من القرن الماضي، من قبل عدد من الباحثين، إلا أنه في ظل التغير الواضح والتطور الملحوظ الذي تشهده وسائل الإعلام يوماً بعد يوم، أصبح هذا المجال وهذا الحقل من الدراسات الاتصالية التي أغرت كثيراً من الباحثين لخوض غماره من جديد، وسبر أغواره للوصول إلى نتائج جديدة تساهم - في رأينا - في تعزيز هذا الاتجاه، وتقويمه مستقبلاً.

كما أن دراسة استخدامات فئات معينة من المجتمع لوسائل الإعلام مهم كذلك في الوصول إلى معرفة حجم الاستخدام الحقيقي لوسائل الاتصال واختلافه وتباينه من جمهور إلى آخر، إضافة إلى معرفة دوافع استخدام كل فئة

من فئات الجمهور النوعي لوسائل الإعلام، والإشباع التي يسعى إلى تحقيقها.

ولعل من تلك الدراسات الحديثة، التي عنت في هذا الجانب، دراسة لابي وفورنر حول مشتركى مجلة البيئة وطريقة بحثهم عن المعلومات الخاصة بالبيئة، من خلال تطبيق نظرية الاستخدامات والإشباع، التي تفترض أن الجمهور نشط، وله هدف يوجهه، إذ حاول القائمون على هذه الدراسة التأكد من تحديد مدى تحقيق مجلة (إي) البيئة حاجات المشتركين في المجلة للمعلومات البيئية، ومعرفة العلاقة بينه وبين إشاعة السلوك البيئي المسؤول من قبل المشتركين، بحكم تجانسهم نسبياً. وتبين من الدراسة أن مجلة (إي) تعد مصدراً مهماً لدى القراء للحصول على معلومات بيئية يعتمد عليها، كما أن مستوى سلوك القارئ تجاه البيئة يختلف بحسب أثر المجلة عليه^(١).

كما اتجهت دراسة «هشام محمد عبد الغفار محمد» إلى الاهتمام بدراسة استخدام فئة من فئات المجتمع لوسيلة من وسائل الإعلام، إذ قام بدراسة استخدام أئمة مساجد القاهرة للمضامين الدينية المتخصصة في الصحف المصرية، وذلك بهدف معرفة حجم استخدام أئمة المساجد للمضامين الدينية المتخصصة، ومعرفة دوافع قراءة المبحوثين لها، والإشباع المتحققة من قراءتهم لتلك المضامين الدينية المتخصصة المنشورة في الصحف المصرية، ثم تحديد درجة استفادتهم من استخدامها. واتضح من الدراسة أن أهم دوافع استخدام المبحوثين للمضامين الدينية المتخصصة في الصحف المصرية هو الإلمام بالقضايا والمشكلات والأحداث الجارية، إضافة إلى الاستمتاع بقراءة آراء وتفسيرات دينية جديدة، ومعرفة أخبار المسلمين^(٢).

(١) Labbe, C. & Fortner, R. (2001). Perceptions of the concerned reader: an analysis of the subscribers of E/the environmental magazine. The Journal of Environmental Education. v.32, no.3, pp. 6-41.

(٢) هشام محمد عبد الغفار محمد، استخدام أئمة مساجد القاهرة للمضامين الدينية المتخصصة في الصحف المصرية، بحث مقدم للمؤتمر العلمي الثاني عشر، (الإعلام =

وجاءت دراسة «عثمان فكري» لتكشف عن استخدامات جمهور نوعي متخصص لوسائل الإعلام، وذلك عبر معرفة استخدامات النخبة العلمية المصرية لوسائل الاتصال، من خلال تطبيق نظرية الاستخدامات والإشباع، للوقوف بدقة على أبرز استخدامات جمهور النخبة العلمية المصرية لوسائل الاتصال، ومعرفة الدوافع والأسباب وراء استخدامهم وسائل الاتصال، والإشباع التي تتحقق لهم من جراء استخدامهم وتعرضهم لها^(١).

كما درست «نجلاء عبد الحميد الجمال» دوافع استخدام الصفوة الثقافية للوسائل الإعلامية المتخصصة، والإشباع المتحققة لهم، وذلك بهدف الكشف عن الدوافع التي تقف وراء استخدامات هذه الفئة من المجتمع لوسائل الإعلام المتخصصة، وما يحققه لهم هذا الاستخدام من أنواع الإشباع التي يرغبون في تحقيقها^(٢).

في حين اتجهت دراسة «سلام أحمد عبده» إلى دراسة جمهور نوعي آخر، والمتمثل في أعضاء النقابات المهنية؛ وذلك بهدف معرفة دوافع استخدام أعضاء النقابات المهنية للمجلات التي تصدرها النقابات التي ينتمون إليها، والإشباع التي يحققونها من هذا الاستخدام وفقاً لنظرية الاستخدامات والإشباع، وتوضيح العلاقة بين هذه الدوافع والإشباع، والكشف عن هل كانت هناك علاقة بين بعض المتغيرات مثل النوع، والعمر، ومستوى الدخل، وبين مستوى التعرض، ودرجة الاعتماد على المجلات النقابية ودوافع استخدامها، والإشباع المتحققة من وراء هذا الاستخدام؟

= وتحديث المجتمعات العربية)، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، ٢ - ٤ مايو/أيار ٢٠٠٦م، الجزء الثاني، صص ٩١٩ - ٩٦٨.

(١) عثمان فكري، استخدامات النخبة العلمية المصرية لوسائل الاتصال، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، ٢٠٠٦م.

(٢) نجلاء عبد الحميد فهمي الجمال، دوافع استخدام الصفوة الثقافية للوسائل الإعلامية المتخصصة والإشباع المتحققة لهم، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، ٢٠٠٦م.

وتبين من الدراسة أن المجلات النقابية جاءت في الترتيب الثاني بين الوسائل التي يعتمد عليها أعضاء النقابات، وأن أهم دوافع استخدامهم للمجلات كانت لدوافع نفعية ومعرفية^(١).

وفي إطار اختبار نظرية الاستخدامات والإشباعات ومدى تحقق فروضها ميدانياً، حاولت «علياء عنتر» - من خلال دراستها - اختبار مدى تلبية الإذاعة التعليمية لاحتياجات الطلاب الفعلية، من خلال البرامج والمواد المقدمة في الإذاعة محل الدراسة؛ وذلك بهدف التعرف على دوافع استماع الطلاب للإذاعة، والإشباعات المتحققة منها، واختبار دور المتغيرات الوسيطة على استخدامات الطلاب للإذاعة التعليمية، والإشباعات المتحققة منها^(٢).

وسعت «عزة عبد العظيم محمد» في هذا الإطار إلى الوقوف على علاقة كبار السن بإذاعة الكبار المتخصصة، ومدى معرفتهم بها، ومتابعتهم لبرامجها؛ وذلك بهدف معرفة الدوافع التي يسعى كبار السن إلى تحقيقها من خلال متابعتهم لبرامج إذاعة الكبار وفقراتها، وخلصت الدراسة إلى أن إذاعة القرآن الكريم احتلت المرتبة الأولى، كأفضل المحطات الإذاعية لدى كبار السن، كما أن أهم دوافع استماعهم لهذه الإذاعة هو لمعرفة كثير من أمور الدين، والحصول على معلومات تساعد على حل المشكلات التي يعانونها^(٣).

كما أجريت دراسات في هذا الاتجاه حول استخدامات الطفل المصري لمطبوعات مهرجان القراءة للجميع، والإشباعات المتحققة منها، ومن تلك

(١) سلام أحمد عبده، استخدامات أعضاء النقابات المهنية للمجلات النقابية والإشباعات المتحققة منها، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، العدد الثاني والعشرون، يناير - يونيو/ ٢٠٠٤م، ص ٢٢٤.

(٢) علياء علي محمد عنتر، علاقة طلاب المرحلتين الإعدادية والثانوية بالإذاعة التعليمية بمصر، مرجع سابق.

(٣) عزة عبد العظيم محمد، علاقة كبار السن بإذاعة الكبار المتخصصة، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، العدد الحادي والعشرون، أكتوبر - ديسمبر/ ١ - ١٠ ٢٠٠٣م، ص ٤٤٦ - ٤٤٧.

الدراسات الدراسة التي أجراها «عربي عبد العزيز الطوخي»؛ وذلك بهدف التعرف على مدى مشاركة الأطفال لمهرجان القراءة للجميع وحجمها ودوافعها، وأهم الأماكن التي يشارك فيها، وأهم المطبوعات والمعلومات التي يفضلونها في مطبوعات المهرجان، والإشباع المتحققة للأطفال من مشاركتهم في مهرجان القراءة للجميع، منطلقة في اختبار فروض الدراسة من الإطار النظري لنظرية الاستخدامات والإشباع، وأظهرت نتائج الدراسة ارتفاع معدل مشاركة الأطفال في مهرجان القراءة للجميع. وكانت الدراسة قد انتهت إلى أن أهم دوافع استخدام الأطفال لمهرجان القراءة للجميع هو للتسلية، والترفيه، وقضاء وقت الفراغ، والتخلص من الملل^(١).

واهتم «محمود حسن إسماعيل» بدراسة استخدامات فئة المراهقين للقنوات الفضائية الدينية، والإشباع المتحققة منها، وذلك بهدف رصد أهم دوافع استخدام المراهقين للقنوات الفضائية الدينية، وأهم الإشباع المتحققة لهم من مشاهدتهم لتلك القنوات، ثم تحديد العلاقة بين دوافع مشاهدة المراهقين للقنوات الدينية، والإشباع المتحققة لهم. وتبين من النتائج أن أهم الإشباع المتحققة للمراهقين هي زيادة المعرفة بالأمور الدينية، يليها الترويح والمتعة، واكتساب قيم دينية، وتمثلت أهم دوافع الاستخدام في اكتساب المعلومات والمعارف الدينية^(٢).

وفي سبيل تعميق الإطار النظري لنظرية الاستخدامات والإشباع، قام «مصطفى حمدي» كذلك بتطبيق القواعد النظرية التي تقوم عليها النظرية على فئة المراهقين، وذلك بدراسة استخداماتهم للقنوات الفضائية والإشباع المتحققة، للتعرف إلى دوافع استخدام المراهقين للقنوات الفضائية، ونوعية

(١) عربي عبد العزيز أحمد الطوخي، استخدامات الطفل المصري لمطبوعات مهرجان القراءة للجميع والإشباع المتحققة، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، العدد المزدوج، يناير - ديسمبر/ك ٢ - ك ١ ٢٠٠٣م، ص ٣٢٩.

(٢) محمود حسن إسماعيل، استخدامات المراهقين للقنوات الفضائية الدينية والإشباع المتحققة منها، مرجع سابق، صص ٢٨٧ - ٣٢٨.

الإشباعات المتحققة من مشاهدتها، ومعرفة العلاقات الارتباطية بين المتغيرات الديمغرافية وحجم التعرض، ودوافع التعرض للفضائيات والإشباعات الناتجة منها، والتعرف في الوقت نفسه على الفروق في دوافع استخدام المراهقين للقنوات الفضائية، ومدى علاقة اختلاف البيئة على تلك الدوافع. وأظهرت النتائج أن من أهم أسباب مشاهدة القنوات الفضائية، هو الاستماع للأغاني، ومشاهدة برامج المنوعات والأفلام والمسلسلات؛ وذلك بهدف التسلية وتمضية الوقت^(١).

وفي الاتجاه ذاته قامت «فتحية مرابط» بإجراء أول اختبار ميداني لنظرية الاستخدامات والإشباعات في الجزائر، من خلال عمل دراسة حول استخدامات طلاب جامعة الجزائر للقنوات الفرنسية وما تحققه من إشباعات، وذلك بهدف معرفة الدوافع الرئيسة لاستخدام القنوات الفرنسية والإشباعات التي تحققها، من خلال تحليل مستويات الاستخدام الكمي والنوعي للقنوات الفرنسية، وتحليل دوافع الاستخدام والعوامل المؤثرة عليه وعلى تشكيل الدوافع في الوقت نفسه، إضافة إلى اختبار علاقة المتغيرات الديمغرافية بمعدلات استخدام الشباب الجزائري للقنوات الفرنسية، وأشارت الدراسة إلى أن ٤٧٪ يتعرضون للقنوات الفضائية الفرنسية، وهدفهم في ذلك هو التسلية وملء وقت الفراغ^(٢).

وبالعودة إلى الوراء قليلاً، نجد أن بداية عقد التسعينات الميلادية من القرن الماضي حتى أواخره شهد توجهاً متزايداً في تطبيق نظرية الاستخدامات والإشباعات على جماهير وفئات نوعية معينة من المجتمع، كما هو الحال في دراسة «محمد الحديدي» التي طبقت النظرية على مجالات الأطفال؛ بهدف

(١) مصطفى حمدي أحمد محمد، استخدامات المراهقين للقنوات الفضائية والإشباعات المتحققة، مرجع سابق، ص ٧.

(٢) فتحية مرابط، استخدامات طلاب جامعة الجزائر للقنوات الفرنسية وما تحققه من إشباعات، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، ٢٠٠١م، ص ٧.

التعرف إلى عادات قراءة الأطفال المصريين لمجلات الأطفال وأنماطها والدوافع والإشباع المتحققة من قراءة تلك المجلات، إضافة إلى معرفة اتجاههم نحوها، والنشاط القرائي المرتبط باستخدام هذه المجلات، وذلك اعتماداً على دراسة جمهور الأطفال بوصفه جمهوراً نشيطاً له اهتماماته الخاصة، وتبين أن محتوى مجلات الأطفال لا يتنوع في إشباعاته بدرجة كافية لإشباع حاجات الأطفال^(١).

كما درس «بكر إبراهيم» في إطار تطبيق النظرية واختبار فروضه اتجاهات مشاهدي إعلانات التلفزيون السعودي، وعلاقة مشاهدة الإعلانات التلفزيونية في سلوك المشاهد السعودي الشرائي، وتبين من نتائج البحث أن ٦٧,٦٪ من أفراد العينة يشاهدون الإعلانات، كما بينت نتائج الدراسة أن أغلبية أفراد العينة يفضلون الإعلانات التي تقدم بلهجة سعودية^(٢).

وفي إطار دراسة استخدامات وسائل الإعلام في العالم العربي، قام «زامل أبو زناده» و«حمزة بيت المال» بدراسة استخدامات الفيديو كوسيلة من وسائل الاتصال الحديثة، وما لها من دور على الأطفال في المملكة العربية السعودية، وذلك بهدف تقديم رؤية تحليلية لما تفرزه تلك الاستخدامات من خلال معرفة معدلات استخدام الأطفال لأجهزة الفيديو ونوعية البرامج والأوقات الأكثر تفضيلاً، وأنماط الاستخدام الشائعة بين الأطفال، وذلك لفهم جميع العوامل التي يمكن أن تؤدي دوراً في تنشئة الطفل، وتساهم في تكوينه مستقبلاً، وأفادت الدراسة أن ٣١٪ من الأطفال يستخدمون الفيديو؛ وذلك بهدف شغل أوقات الفراغ^(٣).

(١) محمد أحمد فضل أحمد الحديدي، استخدامات مجلات الأطفال وإشباعاتها، دراسة ميدانية على عينة من أطفال الريف والحضر، رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، ١٩٩٩م.

(٢) بكر محمد إبراهيم، اتجاهات مشاهدي إعلانات التلفزيون السعودي، المجلة التونسية لعلوم الاتصال، العدد ٣١، ١٩٩٧م، ص ٢٢٨.

(٣) زامل عباس أبو زناده وحمزة أحمد بيت المال، الفيديو: استخداماته وآثاره على =

ويتضح مما سبق أن نظرية الاستخدامات والإشباعات ما تزال تتمتع بالحيوية والتجدد الدائم، وأنها تعد منطلقاً لكثير من الباحثين في شتى مجالات العمل الإعلامي، كما أن هذه النظرية - وعبر المراحل المختلفة التي مرت بها وما تبعها من تعدد لاستخداماتها وتطبيقاتها - أصبحت قادرة على استيعاب تطبيقات بحثية حديثة ساهمت في إثراء إطارها النظري، وعززت من بنائها المعرفي ومهدت الطريق للباحثين من جديد لسبر أغوار هذا النظرية، ولعل اهتمام كثير من الباحثين في حقل الدراسات والبحوث الإعلامية في المزج بين نظرية الاستخدامات والإشباعات والنظريات الإعلامية الأخرى يمثل أحد المنعطفات البحثية الجديدة التي بدأت تنمو وتتوسع في بدايات القرن الحادي والعشرين، وهذا يعطي مؤشرات ودلائل إيجابية على قوة هذه النظرية وجدارتها بالدراسة والتعمق، وذلك من خلال دراسات باحثين من أمثال كلاريسا ديفيد، الذي اهتم بدمج نظرية الاستخدامات والإشباعات بنموذج الدوافع في تعلم المعلومات السياسية من الأخبار.

وخلصت دراسته إلى أن الدوافع إضافة إلى تأثيرها في التعرض والانتباه إلى الأخبار، لها تأثيرات غير مباشرة في معرفة القضايا السياسية، وكذلك دراسة ماري بيث ايرنهارت التي اهتمت أيضاً بالمزج بين نظرية الاستخدامات والإشباعات ونموذج التعمق في دراسة الدوافع السياسية عند استخدام التلفزيون والإنترنت، وانتهى إلى نتيجة فحواها أن الذين استخدموا التلفزيون والإنترنت من الجمهور في الحصول على الاحتياجات السياسية، كانوا أكثر إشباعاً من الذين استخدموا وسيلة اتصال واحدة فقط للحصول على تلك الاحتياجات، إضافة إلى دراسة كاثرين بيرى روزنبرغ التي عملت على اختبار نموذج (البحث عن المعلومة الاتصالي)، من منظور نظرية الاستخدامات

= الأبطال في المملكة العربية السعودية. مجلة بحوث الاتصال، العدد السادس، ديسمبر/ك ١٩٩١م، ص ١٠١.

والإشبيعات للتحقق من دوافع البحث عن المعلومات في الإنترنت ومدى ارتباطها باستخدام وسائل الاتصال.

وأكدت نتائجها تأثير السوابق الاجتماعية والنفسية والظرية على دوافع البحث عن المعلومات، واختيار قنوات الاتصال، وغيرها من الدراسات التي سارت في هذا التطبيق البحثي الجديد؛ كدراسة جو يونغ ها، التي قامت على أساس المزج بين نظرية الاستخدامات والإشبيعات ونظرية الانتشار، وتبين من خلالها أن من اختاروا البث الفضائي المباشر هم من أصحاب الدخل العالي، وأن لديهم حاجة ماسة لمحتوى برامج معينة كبرامج الأفلام والبرامج الرياضية، ودراسة هويرت، وآر لانس، وكوك، ونوجين، التي مزجت بين نظرية الاستخدامات والإشبيعات ونظرية الغرس الثقافي، وأظهرت أن متابعة نشرات الأخبار والبرامج الوثائقية على الطبيعة، كان لها آثار متوقعة في الاهتمام البيئي، كما ساهمت في زيادة التصرفات الصديقة للمحافظة على البيئة، أن كل هذه الدراسات وغيرها تدلل وبوضوح على تطور نظرية الاستخدامات والإشبيعات، وقدرتها على استيعاب معطيات العلم الحديث ومتطلباته.

ومما يدل ذلك على حيوية هذه النظرية أنها أتاحت للباحثين إمكانية الاستفادة منها، واختبارها وتطبيقها في بيئات اتصالية جديدة، كالإنترنت والهاتف النقال، اللذين يعدان من وسائل الاتصال الحديثة التي أفرزتها ثورة الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات في الوقت الحاضر، إذ لم تعد تطبيقات نظرية الاستخدامات والإشبيعات محصورة في وسائل اتصالية معينة، بل تجاوزت ذلك إلى وسائل وتقنيات اتصال حديثة، الذي من المؤمل معه أن يفضي في المستقبل إلى إمداد الباحثين والمهتمين في حقل الدراسات الإعلامية والاتصالية وغيرها من العلوم الإنسانية بنتائج ومعلومات جديدة، تساهم في رسم ملامح الخريطة الاتصالية الحديثة، خصوصاً إذا ما علمنا أن هاتين الوسيلتين قد أدتا إلى بروز مستويات جديدة من الإشباع، لما يوفرانه من خدمة جديدة للمستخدم، وهذا ما حدا بعدد من الباحثين من أمثال سونغ هوانغ،

الذي أوضحت نتائج دراسته أن طلاب الجامعات يستخدمون خدمة الرسائل الفورية من أجل تحقيق منفعة اجتماعية وشخصية متبادلة، وأن تلك الرسائل الفورية قامت بهذا الدور وأشبعت رغبتهم فيه.

إضافة إلى عالية المتروك التي انتهت دراستها إلى أن الجمهور الكويتي يرى أن التلفزيون والصحف أكثر صدقية وحيادية من الإنترنت والإذاعة. وكذلك وإينكون الذي أشارت دراسته إلى أن أهم الإشباعات التي يسعى الطلاب الكوريون إلى تحقيقها من خلال استخدام الإنترنت هو لقضاء وقت الفراغ، وتحميل المواد الترفيهية. ودراسة بارك وستيوارت أم هوفر، ولين شوفيلد، التي أوضحت أن المسيحيين الأمريكيين، الذين يتبعون الكنيسة الإنجيلية هم أكثر المستخدمين للإنترنت والمتحمسين له؛ بغرض الاستفادة منه لأغراض دينية وروحية.

إضافة إلى ليونغ، ولويس التي بينت نتائج دراستهما أن من أهم دوافع استخدام الهاتف النقال هو المزايا العملية التي يتمتع بها، والتي يوفرها للمستخدم، ودراسة زايز بابشراسيا التي انتهت إلى الكشف عن وجود أربعة دوافع لاستخدام الإنترنت تمثلت في الاستخدام لأجل الاتصال الشخصي، وقضاء وقت الفراغ، والبحث عن المعلومات، والترفيه.

إضافة إلى دراسة ريم عبود وغيرهم من الباحثين هو الذي حدا بهم أن يتجهوا إلى دراسة هاتين الوسيلتين دراسة علمية متعمقة من خلال تطبيق نظرية الاستخدامات والإشباعات على هاتين الوسيلتين؛ لمعرفة دوافع استخدام الأفراد لهما، والإشباعات المتحققة من جراء استخدام الإنترنت والهاتف النقال.

ومما يعزز القول كذلك بصلاحية هذه النظرية واستقرارها ظهور مجالات وتطبيقات بحثية جديدة بدأت تبلور وتنضج في الوقت الحاضر، من خلال تطبيقها لنظرية الاستخدامات والإشباعات من أبرزها: الاتجاه نحو تطبيقها في دراسة استخدامات برامج تلفزيونية متخصصة كما في دراسات كل

من محمد الغامدي، الذي ركز فيها على دراسة استخدامات الجمهور للبرامج التلفزيونية المتخصصة، التي تعنى بالسياحة والتعريف بالأمكن السياحية في المملكة العربية السعودية، ودوافع الجمهور تجاه متابعة هذه البرامج والإشباعات المتحققة منها، التي انتهت إلى نتيجة فحواها ضعف دور التلفزيون السعودي في الترويج للسياحة الداخلية.

وكذلك دراسة محمد هندية التي اهتمت بدراسة استخدامات الجمهور للبرامج الدينية ودوافع استخدامها، والإشباعات المتحققة من متابعتها، وتبين من خلالها ازدياد مشاهدة البرامج الدينية لدى الجمهور السعودي والعربي، إضافة إلى دراسة علي الشهراني التي قامت على أساس معرفة استخدامات الجمهور للبرامج الحوارية المقدمة في الفضائيات العربية والإشباعات التي تحققها لهم من جراء متابعتها، واتضح منها أن نسبة من يتابعون البرامج الحوارية من مجمل أفراد العينة تبلغ ٧٧,٧٪، وكذلك دراسة عادل مرداد التي اهتمت بدراسة الإشباعات التي تحققها متابعة البرامج الأجنبية لدى فئة الشباب، وكشفت أن ٧٠٪ من الشباب يفضلون مشاهدة البرامج الأجنبية، وغيرها من الدراسات في هذا المجال.

كما حظيت دراسة استخدامات فئات من الجمهور النوعي لوسائل الإعلام والإشباعات المتحققة منها، هي الأخرى باهتمام الباحثين بعد أن ثبت لديهم أن نظرية الاستخدامات والإشباعات تعد من أفضل النظريات ملائمة لمثل هذا التوجه البحثي الجديد، الذي بدأ يظهر ويتبلور أكثر من ذي قبل في ظل التطور المتسارع والتنافس المحموم بين وسائل الإعلام، وهذا ما أدى بدوره إلى أن تسعى مؤسسات الإعلام في تلبية احتياجات الجمهور المختلفة وإرضاء اهتماماته المتنوعة، لتضمن لنفسها موقعاً متميزاً في أذهان الجماهير ووجدانها، في ظل المنافسة المحتدمة بينها.

فبرزت إلى الوجود دراسات اهتمت بهذا التطبيق البحثي، ودرست استخدامات فئات معينة من الجمهور النوعي لوسائل الإعلام، مثل دراسة لابي، وكولين بي، وفوتر التي كان لها أثرها الواضح في تقويم السلوك البيئي

المسؤول لدى الأفراد، إذ قامت بدراسة استخدامات جمهور مشتركى مجلة بيئية متخصصة تعنى بالمحافظة على البيئة وتنمية الوعي البيئي لدى الأفراد، وذلك بهدف التعرف إلى طريقة بحثهم عن المعلومات الخاصة بالبيئة، والتعرف على دوافع استخدام الجمهور لها والإشباعات التي تحققها لهم. وتبين من خلالها أن مجلة (إي) تعد مصدراً مهماً لدى القراء للحصول على معلومات بيئية يعتمد عليها.

كما برزت دراسات أخرى في هذا التطبيق البحثي اهتمت بمعرفة دوافع استخدام أعضاء النقابات المهنية للمجلات المهنية التي تصدرها النقابات والإشباعات المتحققة منها كما في دراسة سلام أحمد التي انتهت إلى نتيجة فحواها أن المجلات النقابية جاءت في الترتيب الثاني بين الوسائل التي يعتمد عليها أعضاء النقابات، إضافة إلى قيام علماء عنتر - وضمن هذا التوجه البحثي - بإجراء اختبار لنظرية الاستخدامات والإشباعات، ومدى تحقق فروضها، وذلك بهدف معرفة مدى تلبية الإذاعة التعليمية لاحتياجات جمهور الطلاب والإشباعات التي تحققها لهم.

وكذلك دراسة عزة عبد العظيم التي ركزت فيها على معرفة الدوافع التي يسعى كبار السن إلى تحقيقها من خلال استخدامهم للإذاعة وبرامجها وفقراتها المتنوعة. وتبين من الدراسة أن إذاعة القرآن الكريم احتلت المرتبة الأولى كأفضل المحطات الإذاعية لدى كبار السن. كما ذهب جملة من الباحثين كذلك إلى الاهتمام بدراسة استخدامات فئات مهمة من المجتمع كالأطفال، والمراهقين، وطلاب الجامعات، بهدف معرفة طبيعة استخداماتهم لوسائل الإعلام المختلفة. إذ أجرى عربي الطوخي دراسته حول استخدامات الطفل المصري لمطبوعات مهرجان القراءة للجميع والإشباعات المتحققة منها. وأظهرت نتائج الدراسة ارتفاع معدل مشاركة الأطفال في مهرجان القراءة للجميع.

وفي سبيل تعميق الإطار النظري لنظرية الاستخدامات والإشباعات قام مصطفى حمدي وضمن هذا التوجه البحثي الجديد بتطبيق القواعد النظرية التي

تقوم عليها النظرية على فئة المراهقين لمعرفة استخداماتهم للقنوات الفضائية والإشباعات المتحققة من مشاهدتها، واتضح من خلال الدراسة أن من أهم أسباب مشاهدة القنوات الفضائية هو الاستماع إلى الأغاني، ومشاهدة برامج المنوعات، والأفلام، والمسلسلات. كما سعت فتحية مرابط إلى إجراء أول اختبار ميداني لنظرية الاستخدامات والإشباعات في الجزائر من خلال التعرف إلى استخدامات طلاب الجامعة للقنوات الفرنسية وما تحققه من إشباعات، وكشفت أن ٤٧٪ من طلاب الجامعة يتعرضون للقنوات الفضائية الفرنسية وهدفهم في ذلك هو التسلية، وملء وقت الفراغ، إضافة إلى غيرها من الدراسات المتعددة في هذا الاتجاه.

ونخلص مما سبق إلى أن هذه التطبيقات البحثية الحديثة والدراسات النظرية المعمقة لنظرية الاستخدامات والإشباعات وما أسفرت عنه من نتائج ومعلومات جديدة، تعطي الباحث والدارس في علوم الاتصال وتقنياته الدلائل والمؤشرات الواضحة على عمق هذا النظرية وتجزدها وقابليتها للاستيعاب، والتطور المستمر الذي لا يتوقف. وتحت الباحثين في الوقت نفسه إلى مزيد من الدراسة والنظر، إذ من المؤمل في المستقبل أن تتبلور مثل هذه الاتجاهات البحثية الحديثة وتعطي ثمارها العلمية المفيدة للعاملين في مجال الإعلام والاتصال بوجه خاص، وللمهتمين بالدراسات الإنسانية بوجه عام.



الرؤية المستقبلية لبحوث نظرية الاستخدامات والإشباعات

أضحى العمل على تطوير نظرية الاستخدامات والإشباعات، وتحديث أساليبها، وطرائقها وتحديث إجراءاتها، واستيعابها للمفاهيم الجديدة، التي أتت بها ثورة الاتصال والمعلومات في بداية القرن الحالي أمراً ضرورياً لضمان استمرارها وصلاحياتها للبحث والتطبيق، كما أن التطوير الدائم والمستمر لنظرية الاستخدامات والإشباعات يمكننا من التنبؤ لما يمكن أن تحظى به وسائل الإعلام، أو تقوم به وهو ما يمكن أن يزيد ويرفع نسب التأكد من صحة إجابات المبحوثين ودقتها، ومعرفة الإشباعات المتحققة فعلاً نتيجة استخدامهم وسائل الإعلام، فقد أصبحت الحاجة إلى إجراء المزيد من البحوث والدراسات لاختبار قوة الأفراد ونشاطهم تجاه وسائل الإعلام وتأثيرها فيهم أمراً ملحاً في ظل ما يشهده العالم من تقدم متسارع لوسائل الاتصال وتقنياته، وتنامي دورها الملحوظ في المجتمعات.

وفي ضوء ما سبق يمكن استشراف الرؤية المستقبلية لبحوث نظرية الاستخدامات والإشباعات، وتحديد ملامحها من خلال جملة من الأمور وهي كما يأتي:

■ أن التطور في وسائل الاتصال ينبغي أن يصاحبه تطور في مفاهيم النظرية وإجراءاتها المنهجية، وموضوعاتها البحثية؛ لأن التطور يضمن الاستمرار، خصوصاً أن الفجوة تتزايد بين حالة التغير في طبيعة وسائل الاتصال الجماهيري وبيئتها، وحالة الثبات في مناهج البحث ونظرياته

المصاحبة لها^(١).

■ ينبغي أن تستوعب النماذج المعاصرة مفاهيم مثل: التفاعلية، وتجزئة الجمهور، والمضامين الاتصالية عبر الإنترنت، والتزامية، وعلى الباحثين أيضاً أن يكونوا قادرين على بحث الجوانب الكيفية والشخصية للاتصال عبر الإنترنت، وفقاً لمنهج عام وشامل وكلي^(٢).

ومع كل ذلك تشهد المجالات العلمية بوجود اجتهادات فردية تسعى لتطوير النظريات والمناهج التقليدية وتطويرها لتنسجم مع الواقع الاتصالي المتغير^(٣).

■ الربط بين مضمون وسائل الإعلام واستخدامات الجمهور لوسائل الإعلام والإشباع المتحققة منها، بما يمكن من التنبؤ بالتأثيرات المتوقعة لوسائل الإعلام على الجمهور من جهة، والتأكد من صحة إجابات المبحوثين عن استخداماتهم وإشباعاتهم المتحققة من جهة أخرى.

■ القيام بعدد من البحوث بناءً على افتراض قوة الأفراد ونشاطهم وقوة وسائل الإعلام وتأثيرها من خلال دراسة استخدامات الأفراد لوسائل الإعلام، والتأثيرات الناتجة من هذا الاستخدام على الأفراد. وذلك من خلال تطبيق نموذجي الاستخدامات والتأثيرات، والاستخدامات والاعتماد^(٤).

■ إجراء مزيد من الدراسات التي تطبق نظرية الاستخدامات والإشباع على البرامج الدينية المعروضة في القنوات الفضائية العربية، حيث إنها من المجالات التي ما زالت تحتاج إلى مزيد من الدراسة، والبحث في ظل تزايد

(١) بسيوني إبراهيم حمادة، الاتجاهات العالمية الحديثة في بحوث التأثيرات الاجتماعية لوسائل الاتصال الجماهيري، مرجع سابق، ص ٣١٥.

(٢) المرجع السابق، ص ٣١٧.

(٣) المرجع السابق، ص ٣٢٤.

(٤) علياء علي محمد عنتر، علاقة طلاب المرحلتين الإعدادية والثانوية بالإذاعة التعليمية بمصر، مرجع سابق، ص ١٢٢.

الطلب على هذه النوعية من البرامج، وظهور قنوات متخصصة تعنى بتقديم المواد والبرامج الدينية، خصوصاً أنها أصبحت برامج لها جمهورها وشعبيتها في العالم العربي، وتحظى بمتابعة كبيرة من قبل المشاهدين كما دل على ذلك عدد من الدراسات والأبحاث التي أجريت في هذا الشأن.

الفصل الثاني

برامج الإفتاء

في القنوات الفضائية العربية

المبحث الأول: مفهوم البرامج الدينية في الفضائيات العربية
أنواعها وأنماطها.

المبحث الثاني: طبيعة برامج الإفتاء في الفضائيات العربية
أهميتها وأهدافها.

المبحث الثالث: علاقة المعرفة الدينية باستخدام وسائل
الإعلام.

المبحث الأول

مفهوم البرامج الدينية أنواعها وأنماطها

- المطلب الأول: مفهوم البرامج الدينية التلفزيونية.
- المطلب الثاني: أنواع البرامج الدينية التلفزيونية من حيث المضمون.
- المطلب الثالث: أنماط البرامج الدينية التلفزيونية.



تمثل الفتوى في المجتمع الإسلامي إحدى الحاجات المهمة والضرورية لدى الفرد والمجتمع، إذ تعد ركيزة أساسية في إرشاد الفرد إلى الطريق القويم في أمور دينه ودنياه، وتعليمه الجوانب الشرعية من منبعها الصافي الكتاب والسنة، وما سار عليه سلف الأمة من الصحابة والتابعين والعلماء الراسخين، وتمثل الفتوى عبر القرون المتعاقبة في الإسلام منارة هدى، فيها يستطيع الفرد المسلم الوقوف على الأحكام الشرعية فيما يتعلق من أمور العبادات والمعاملات بمختلف أشكالها، إضافة إلى معرفة الثواب والعقاب، وما يترتب على جميع الأعمال التي يقوم بها المسلم في حياته الدنيوية ومآلها في الآخرة.

وفي الوقت الحاضر أصبح للإفتاء أهمية بالغة وكبيرة لما تشهده المجتمعات العربية والإسلامية من نمو وتقدم في شتى مناحي الحياة، وبروز تعقيدات جديدة أفرزتها عوامل التقدم التكنولوجي والاقتصادي والثقافي... إلخ، الأمر الذي جعل الناس أكثر التصاقاً والتفاتاً إلى معرفة الفتوى لاستجلاء الأحكام الشرعية عن بعض القضايا المعاصرة التي تمر بها الأمة الإسلامية من محن وحروب أو كوارث، أو أزمات سياسية أو اقتصادية أو اجتماعية وغيرها لا تزال تلقي بظلالها على جميع الدول.

كما أصبح الفرد المسلم بحاجة إلى الرأي الصحيح والراجح حول بعض المسائل التي استجدت عليه وبخاصة في قضايا المعاملات والبيع والشراء؛ كقضايا الأسهم والمساهمات العقارية ومختلف أنواع المعاملات التجارية التي لم تكن معروفة في السابق، إضافة إلى حرص المؤمن الدائم للتزود بمعرفة الأحكام الشرعية المتعلقة بالمواسم الإيمانية؛ كشهر رمضان المبارك، أو الحج،

أو غير ذلك من الأيام والأعمال الفاضلة الأخرى التي تتخلل حياة المسلم .

ولعل مما يؤكد عظم أمر الفتوى وأهميتها للمجتمعات الإسلامية جمعا هو احتضان المملكة العربية السعودية للمؤتمر العالمي الأول (الفتوى وضوابطها) في مكة المكرمة في العشرين من محرم ١٤٣٠هـ السابع عشر من يناير/ك ٢٠٠٩م برعاية خادم الحرمين الشريفين الملك عبد الله بن عبد العزيز الذي أوصى فيه بضرورة استشعار أهمية الفتوى وتأهيل المتصدين لها وضرورة تحمل وسائل الإعلام مسؤوليتها بعدم فتح الباب على مصراعيه لغير العلماء الثقات المؤهلين حينما قال : «إن تأهيل العلماء والمفتين مطلب ضروري، فالتصدي للفتوى له شروطه التي يجب أن تتوفر في أهلها وعلى وسائل الإعلام أن لا تفتح الباب على مصراعيه للإفتاء لغير العلماء الثقات العارفين بشرع الله وواقع أمتهم، ولا شك أن دوركم أساسياً في توعية الأمة ومحاربة الفكر الضال»^(١)، وهذا مما يؤكد الدور المهم الذي تقوم به وسائل الإعلام في مجال الإفتاء وتأثيرها في المجتمعات .

لذا فقد أصبح لبرامج الإفتاء الشرعية في القنوات الفضائية العربية اليوم أهمية بوصفها تسعى لتوجيه مشاهديها وترشدهم بما ينفعهم في حياتهم وآخرتهم، فهي تحظى باهتمام واسع وكبير لدى جماهير عريضة في الوطن العربي والإسلامي كما أكدت ذلك كثير من الدراسات التي أجريت على استخدامات القنوات الفضائية العربية والبرامج الدينية بشكل عام، وهو ما جعل كثيراً من تلك المحطات الفضائية لا تستغني عن بث مثل هذه البرامج الجماهيرية ذات الاهتمام الواسع والعريض .

وتأتي هذه الأهمية التي تحظى بها برامج الإفتاء الشرعية بشكل خاص من أهمية البرامج الدينية، وما تمثله من حاجة ماسة لدى الناس تدعوهم لمعرفة ما يفيدهم من أمور دينهم ودنياهم ومعرفة ما يجب عليهم من حقوق وواجبات تجاه أنفسهم وبعضهم وتجاه ربهم جل شأنه، فالبرامج الدينية

(١) جريدة الرياض، العدد ١٤٨٢٢، ٢٥ محرم ١٤٣٠هـ .

التلفزيونية اليوم بما تقدمه من مواد ومضامين دينية تؤدي دوراً مهماً في تعميق الصلة بالله، وتقوية علاقة العبد بربه وخالقه سبحانه، فهي الأصل والنجاة للعبد في الدارين وبها تستقيم أموره ويصلح حاله، فمتى ما عرف المسلم أمور دينه وتفقه بها زاد علمه وتمسكه بدينه الذي يجد فيه معالجة لجميع المشكلات والقضايا المعاصرة التي يحتاج فيها إلى الرؤية الشرعية التي تصوب له المسار وتساعد على اتخاذ القرار.

وإذا كانت الحاجة إلى البرامج الدينية التلفزيونية في المجتمعات الإسلامية وثم برامج الفتوى تزداد يوماً بعد يوم، وفقاً لما تمت الإشارة إليه من ظهور قضايا ومشكلات جديدة أفرزتها معطيات العصر الحديث بما حملته معها من تقدم تقني وتكنولوجي متسارع ألقى بظلاله على جميع أنحاء العالم، بما في ذلك البلدان الإسلامية، فإن ثمة عوامل أخرى أصبحت تسهم بشكل عام في زيادة الحاجة إلى البرامج الدينية في العالم الإسلامي لعل من أبرزها^(١):

١ - زيادة نسبة الأمية في المجتمعات الإسلامية مما يقلل الاعتماد على الكتاب أو الصحيفة، وزيادة الحاجة إلى التلقي من غير الوسائل المقروءة.

٢ - زيادة تكلفة الكتب، وسهولة تلقي المعلومة من خلال المشاهدة.

٣ - يسر الحصول على المعلومة دون الحاجة للخروج من المنزل أو بذل جهد علمي كبير، إذ أن ما تتيحه مشاهدة هذه البرامج من تحقيق لإشباعات معينة يجعل البعض يميل إليها ويختار مشاهدتها.

كما أن مما يبرز أهمية هذا النمط من البرامج أن بعض الدراسات الميدانية أظهرت أن من بين أهم دوافع استخدام وسائل الاتصال الإلكترونية لدى الجمهور^(٢):

(١) خالد علي حسن أبو الخير، برامج الأحاديث الدينية التلفازية: إعدادها وتقديمها إخراجها، (الرياض، دار المجتمع، ١٤٠٩هـ)، ص ١٧.

(٢) مساعد المحيا، دوافع استخدام وسائل الاتصال الإلكتروني ومدى الإشباع الذي تحققه، مرجع سابق، ص ١٩١.

١ - دوافع لمعرفة الأحكام الشرعية.

٢ - دوافع البحث عن النصيح والتوجيه والإرشاد.

٣ - دوافع التفاعل مع قضايا المجتمع ومشكلاته.

٤ - دوافع التعرف إلى بديع صنع الله وتوثيق الصلة به سبحانه.

إن التلفزيون بما فيه من إمكانيات تقنية عالية أتاحت له توفير المتعة والتشويق للمشاهد للبرامج الدينية التلفزيونية، من خلال استخدام الصورة والصوت واللون وتوظيفها معاً، بما يخدم العمل التلفزيوني، ويؤتي التأثير المطلوب في المشاهدين في شتى أنحاء العالم العربي والإسلامي.

كما أن التلفزيون أصبح ضرورة لا غنى لكثير من الناس عنه، فبه يستطيع الفرد أن يتواصل مع محيطه الاجتماعي الذي يعيش فيه ومع العالم الخارجي من حوله، من خلال المتابعة الدائمة والمستمرة للأحداث المختلفة والوقائع المهمة لحظة وقوعها، إضافة إلى أن هذه الوسيلة أصبحت تعد اليوم أداة مهمة من أدوات التثقيف والتعليم في المجتمعات، بما تملكه من قدرة على التأثير والإبهار وشغل معظم أوقات المشاهدين.

وتؤكد أهمية التلفزيون خصوصاً إذا ما علمنا في هذا الإطار أن الإنسان يحصل على ٩٨٪ من معرفته عن طريق حاستي السمع والبصر، ومن هذه النسبة يحصل الفرد على ٩٠٪ تقريباً عن طريق الإبصار وحده، و٨٪ عن طريق السمع وبذلك تتأكد أهميته وتأثيره في حياة الناس، فلقد أصبح حقيقة واقعة وملموسة في حياتهم، وهو ما جعل بعض خبراء الإعلام والاتصال يرون أن تأثير التلفزيون على الحياة قد تجاوز في قدرته وفاعليته ما أبدعته الحضارة من أسس التقدم والنمو، لمساهمته الفاعلة في نشر الثقافة وتعميم المعرفة وتبادل المعلومات والخبرات المختلفة والمتنوعة، في شتى مجالات العلوم والفنون، وبين شتى البيئات من خلال جهاز سمعي وبصري تجاوز حدود الزمان والمكان^(١)، وهو ما

(١) عبد الرزاق محمد الدليمي، عولمة التلفزيون، (الأردن، دار جرير للنشر والتوزيع،

٢٠٠٥م)، ص ٢٧.

تأكده وتشير إليه كثير من الدراسات الميدانية المطبقة في البيئة العربية التي تظهر جميعها ارتفاع استخدام التلفزيون التي تجاوز في بعضها إلى نسبة (٩٠٪)^(١).

وإذا كانت الدعوة الفردية والجمعية تمثل نوعين من الاتصال الشخصي والاتصال الجمعي، فإن البرامج الدينية المذاعة عبر التلفزيون تمثل الاتصال الجماهيري بأوسع صوره وأشكاله والذي يتم عن طريقه استخدام وسائل الإعلام المسموعة والمرئية التي تخدم الهدف وتؤدي الغرض، سيما وأنها من الوسائل المؤثرة التي يمكن استثمارها في مجال الدعوة إلى الله^(٢)، إضافة إلى ما تتميز به اللغة التلفزيونية الحالية ببلاغتها الجديدة التي تعد العامل المشترك الذي يجعل من البرنامج الديني ناجحاً ومؤثراً وجذاباً في أوساط جمهور المشاهدين والمتابعين له^(٣).

إن البرامج التلفزيونية الدينية اليوم وعلى نحو خاص البرامج التي تقوم على الفهم الصحيح لكتاب الله وسُنَّة رسوله ﷺ وفهم سلف الأمة الصالح أصبحت تؤدي رسالة عظيمة في خدمة الإسلام وبيان محاسنه من خلال تأثيرها في الرأي العام في المجتمعات العربية والإسلامية، ووصولها إلى مختلف فئات المجتمع الصغير والكبير، والأمي والمتعلم، والمتدين وغير المتدين^(٤).

ولذا فقد أصبحت البرامج الدينية التي تبثها القنوات الفضائية العربية نافذة واسعة يطل من خلالها أصحاب الفضيلة العلماء والدعاة وأهل

(١) عبد الله الغامدي، (سفن آي) تطرح جهاز التلفزيون التفاعلي في المملكة كأول محطة في العالم العربي، جريدة الشرق الأوسط، العدد ٨٨٢٩، تاريخ ٣٠/١/٢٠٠٣ م.

(٢) إبراهيم إمام، تكنولوجيا التعليم وتطبيقاته في البرامج الدينية، بحث مقدم لندوة تطوير البرامج الدينية في تلفزيونات دول الخليج، جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية، ١٤٠٧هـ، ص ٥.

(٣) إبراهيم إمام، نحو بلاغة تلفزيونية في البرامج الدينية، سلسلة بحوث ودراسات تلفزيونية، (الرياض، جهاز تلفزيون الخليج، ١٤٠٣هـ)، ص ٣.

(٤) سعيد عبد الله حارب، دور البرامج الدينية في مواجهة الإلحاد والانحراف، بحث مقدم لندوة تطوير البرامج الدينية في تلفزيونات دول الخليج، جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية، ١٤٠٧هـ، ص ٨ - ٩.

الاختصاص الشرعي على الجماهير العريضة من المشاهدين المنتشرين في أرجاء الكرة الأرضية، ليتواصلوا معهم وليجيبوا عن أسئلتهم واستفساراتهم، ويوضحوا لهم مختلف الأمور والقضايا المهمة، إضافة إلى اهتمام هذه البرامج بتناول القضايا والمسائل والمشكلات ومتابعتها، التي تقع وتطراً للتحديات والأقليات المسلمة المقيمة في البلدان الغربية وهو ما يستلزم منهم معرفة الرأي الشرعي فيه من خلال تقديم مجموعة من البرامج التي تعنى بهذا الشأن، في مقدمتها برامج الإفتاء والبرامج الحوارية التي يحرص المشاهد العربي على متابعتها^(١).

ولذا فإنه من الطبيعي أن تسهم البرامج الدينية في تنمية الشعور الديني لدى المسلمين وتزكيته، من خلال ما تقدمه من موضوعات وقضايا متنوعة تدفعهم إلى متابعتها والعناية بفهم ما يطرح فيها^(٢).

ولم يعد استخدام البرامج التلفزيونية الدينية اليوم محصوراً فقط في المجتمعات العربية والإسلامية، وإنما تشير المعلومات إلى أن المجتمعات الغربية أضحت تشهد إقبالاً متزايداً وحاجة ماسة إلى هذه البرامج الدينية، فقد أشارت إحدى الدراسات العلمية الأمريكية التي اهتمت بتحليل استخدامات الجمهور الأمريكي للبرامج الدينية في التلفزيون والإشباع المتحققة من مشاهدتها، إلى أن أحد أهم الدوافع التي جعلت المشاهدين يقبلون على مشاهدة البرامج الدينية في التلفزيون هو المحافظة على المعتقدات الدينية والبحث عن المعلومات والاستزادة منها والتفاعل الاجتماعي والفائدة الشخصية للمشاهد، ودافع التعزيز^(٣).

كما أظهرت نتائج دراسة علمية أخرى أجريت في السويد، وعملت

(١) عبد القادر طاش، الإعلام الإسلامي في القنوات الفضائية العربية، (جدة، دار الأندلس الخضراء للنشر والتوزيع، ١٤٢٤هـ)، ص ٣٣.

(٢) إبراهيم إمام، كيف نجعل البرامج الدينية في التلفزيون أكثر تشويقاً، المجلة العربية، العدد ٧١، ذو الحجة ١٤٠٣هـ، ص ٣٠.

Kim, k. op.cit.

(٣)

لأجل معرفة استخدامات مشاهدي البرامج الدينية التلفزيونية والإشباعات التي يحققونها من مشاهدة تلك البرامج، أن مشاهدة البرامج الدينية المقدمة على شاشة التلفزيون تساعد وتساهم في إعطائهم القدر نفسه من الفائدة التي يتحصلون عليها عند ذهابهم إلى الكنيسة، فهي بالنسبة إليهم تعد مماثلة من الناحية الوظيفية للذهاب إلى الكنيسة، إذ تمدهم بما يحتاجون إليه من أمور دينية وعقدية يودون معرفتها^(١).

كما توصلت دراسة أجنبية أخرى استخدمت نظرية الاستخدامات والإشباعات كإطار نظري انطلقت منه، واهتمت بمعرفة أسباب مشاهدة الناس للبرامج الدينية التلفزيونية إلى نتيجة فحواها أن هنالك اتفاقاً عاماً على أن حجم المشاهدين للبرامج الدينية في التلفزيون يتزايد بشكل مستمر، مع زيادة كمية البرامج الدينية في التلفزيون، وزيادة توافرها، وأن مشاهدة هذه البرامج تدفع المشاهدين إلى المحافظة على المعتقدات والقيم الدينية وترسيخها في نفوسهم، وحثهم على المواظبة على أداء العبادات^(٢).

وفي هذا الصدد يقول بيلي غراهام أحد رجال الكنيسة المهتمين بالبرامج الدينية التلفزيونية في معرض حديثه عن أهمية البرامج الدينية في التلفزيون: «أستطيع في ليلة واحدة من خلال التلفزيون وعظ عدد من الناس قد يكون أكثر مما وعظهم القديس بول في كل حياته»، وهذا يدل على أهمية البرامج الدينية التلفزيونية، ودورها في تثقيف والتعليم، لما لها من قرب وتأثير في نفوس المشاهدين، ويتفق معه في هذا الرأي بات روبرتسون رجل الكنيسة الآخر من شبكة الإذاعة المسيحية بالقول: إن البرامج الدينية التلفزيونية تقوم بدور مهم في تثقيف الجمهور وتعليمهم، وتقديم كثير من الفوائد لهم^(٣).

Pettersson, T. op.cit.

Abelman, R. (1987). Why Do People Watch ReligiousTV?: A Use and Gratifications Approach. Review of Religious Research. v.29, no.2.

Abelman, R. & Neuendorf, K. (1987). Themes and Topics in Religious Television Programming. Review of Religious Research. v.29, no.2.

ويؤكد أحد التقارير الصادرة من واشنطن أن عدد القنوات الدينية المسيحية في أمريكا في ازدياد مستمر وأنها تستخدم على نحو كبير، والحال هذا ينطبق كذلك على القنوات الدينية الإسلامية المتخصصة، التي تبث من أمريكا، فهي تشهد تزايداً مستمراً، وتلقى رواجاً كبيراً بين المسلمين وغير المسلمين، لتعريفهم بالإسلام وتعاليمه وما جاءت به الحضارة الإسلامية من قيم العدالة والتسامح مع كل الثقافات والشعوب^(١).

وإذا كانت البرامج الدينية في البيئة الغربية تجد هذا الاهتمام، على الرغم من أن المجتمعات فيها تعيش حالة من الفصل بين الدين والدولة، فإن من المهم أن تعنى محطات التلفزيون العربية بهذا النمط من البرامج ولا سيما البرامج الموجهة إلى المجتمعات والأقليات الإسلامية، لكي تقوم بدورها ويتحقق لها النجاح والاستمرار، لذا فإن على القائمين والمسؤولين في المحطات والقنوات الفضائية العربية مراعاة عدة جوانب مهمة لعل من أهمها:

١ - إضافة عنصر التشويق والجذب في عرض البرامج الدينية التلفزيونية وتقديمها بما لا يتعارض مع تعاليم الشرع، ولا يؤثر في قوة هذه البرامج، من خلال استخدام التقنيات الحديثة وتوظيفها مع عناصر الحركة والصوت والصورة، بما يخدم العمل التلفزيوني في البرنامج ويساهم في انتشاره، والابتعاد عن تطبيق القوالب الفنية القديمة التي تفتقر إلى عناصر الجذب والتشويق.

٢ - الاهتمام بطرح القضايا والموضوعات والمسائل التي تهم المشاهد وتتناول حاجاته ودوافعه، إذ لا يمكن أن تنجح البرامج الدينية التلفزيونية في أداء دورها والتأثير في المشاهد، إذا كانت في منأى عن الاهتمام بهوموم وقضاياها، التي يرغب في طرحها ومناقشتها ومعالجتها.

٣ - ترسيخ المنهج الشرعي الصحيح في نفوس المسلمين، والعناية بتصحيح

(١) فيصل عباس، القنوات الدينية في أميركا تنافس الترفيه والأخبار... تلفزيونياً وإذاعياً، جريدة الشرق الأوسط، العدد ١٠٤٢٤.

المفاهيم والآراء الخاطئة أو المغلوطة عن الدين، ونشر تعاليمه بشكل صحيح في ضوء ما جاء في الكتاب والسنة النبوية المطهرة، من خلال شرحها بأسلوب شيق وممتع للمشاهد.

٤ - استثمار البرامج الدينية التلفزيونية في بيان سماحة الدين، ودعوة غير المسلمين إلى الدخول في الإسلام، من خلال عرض الأدلة والمواقف والقصص التي تبين عناية الدين بغير المسلمين، واهتمامه بهم، وضمان حقوقهم.

٥ - إبراز خصائص الحضارة الإسلامية وما قدمته للإنسانية من عناصر التقدم والبناء في شتى مجالات العلوم والمعارف.

٦ - حسن العناية والاهتمام في اختيار الضيوف في هذه البرامج الجماهيرية العريضة، فلا بد أن يختار لها ضيوف من خيرة علماء الأمة وذوي الخبرة والممارسة في التعامل مع العمل التلفزيوني والظهور على الشاشة، وما يتطلبه ذلك من حسن الأداء على التلفزيون، والتفاعل مع المشاهد.

٧ - الاهتمام بتأهيل الكوادر الإعلامية المتخصصة في مجال إعداد البرامج الدينية في التلفزيون وإنتاجها وإخراجها وتقديمها، بحيث يكون هناك أشخاص مؤهلون لإدارة مثل هذه البرامج، والنهوض بمستواها وتطويرها بشكل مستمر.

٨ - أخذ وجهات نظر المختصين وأهل الاختصاص بما تقدمه البرامج الدينية من حيث الشكل والمضمون، وإشراك جمهور المشاهدين في ذلك بأخذ آرائهم واقتراحاتهم، فهم الشريحة المستهدفة ومن خلالهم يمكن معرفة ما يريدونه، وما يدور في أذهانهم والتعرف إلى مكامن الخطأ وتلافيها.

٩ - الاستمرار في تقييم البرامج الدينية التلفزيونية بصفة دورية، وهذا يساهم في تطويرها وتحسين أدائها.

إن مراعاة هذه الجوانب وغيرها من قبل المسؤولين والقائمين على المحطات الفضائية العربية سيساهم في تطوير البرامج الدينية، وتحسين

مضمونها، وطريقة عرضها وتقديمها، ذلك أن المضمون الجيد للبرامج الدينية إذا ما أحسن استخدامه، وأحسن التخطيط له وإعداده وفق إستراتيجية واضحة، سيساهم بلا شك في خدمة الدعوة إلى الله تعالى وإظهارها لجميع الناس على اختلاف أشكالهم وثقافتهم، وهو ما تحتاج إليه الأمة الإسلامية اليوم، لمواجهة محاولات تشكيكها بدينها وزعزعة ثوابتها العقدية والفكرية التي تعد صمام الأمان بالنسبة إليها.

لذا فإن هذا الفصل يأتي ليسلط الضوء أكثر وبشكل مفصل على موضوع برامج الإفتاء والبرامج الدينية المتخصصة في القنوات الفضائية العربية وذلك من خلال ثلاثة مباحث رئيسة، يشمل المبحث الأول منها على مفهوم البرامج الدينية أنواعها وأنماطها، ويشمل المبحث الثاني على طبيعة برامج الإفتاء في الفضائيات العربية أهميتها وأهدافها، أما المبحث الثالث والأخير فيقف على حقيقة العلاقة بين المعرفة الدينية واستخدام وسائل الإعلام.



مفهوم البرامج الدينية التلفزيونية في الفضائيات العربية

عند الحديث عن مفهوم البرامج الدينية التلفزيونية في الفضائيات العربية وتعريفها، لا بد من الإشارة إلى أمر في غاية الأهمية، وهو أننا عندما نعرّف البرامج الدينية ونذكر مفهومها، فإننا لا نفصلها عن البرامج التلفزيونية الأخرى، وإنما نعرفها من باب تخصصها بالمحتوى والمضمون الذي تقدمه للمشاهد، وذلك لتحديدتها بشكل دقيق يساعد على إحداث نوع من التنسيق والتكامل بين البرامج التلفزيونية، وإلا فإن الأصل والواجب في جميع البرامج التلفزيونية التي تقدمها المحطات الفضائية في العالم العربي والإسلامي أن تلتزم المعايير الشرعية والقيم الإسلامية التي ينبغي التزامها بها فيما تبثه على اختلاف تخصصاتها ومضامينها، سواء كانت برامج اجتماعية أو اقتصادية أو سياسية أو غيرها من أنواع البرامج التلفزيونية. وذلك لأن الدين الإسلامي هو الأصل والأساس في حياة المسلم، ولا يمكن بأي حال من الأحوال فصله عن شؤون دنياه، فالدين شامل ومستوعب لجميع متغيرات العصر وتأثيراته، كما أنه صالح لكل زمان ومكان مهما تغيرت الظروف وتبدلت الأحوال.

ولا بد قبل البدء بذكر مفهوم البرامج الدينية التلفزيونية في الفضائيات العربية من معرفة المقصود بالبرنامج التلفزيوني وتعريفه، فالبرنامج التلفزيوني هو عبارة عن فكرة يتم تجسيدها ومعالجتها تلفزيونياً باستخدام التلفزيون بوصفه وسيلة تشمل كثيراً من إمكانات الوسائل الإعلامية الأخرى، وتعتمد أساساً على الصورة المرئية، سواء كانت مباشرة أو مسجلة على شرائط، بتكوين وتشكيل يتخذ قالباً واضحاً ليعالج جميع جوانبها خلال مدة زمنية محددة،

وتهدف البرامج التلفزيونية - على اختلاف مضمونها وأشكالها - إلى الإعلام،
والتثقيف، والتعليم، والتوجيه، والتسلية، والترفيه، والإعلان^(١).

ويمكن تعريف البرنامج التلفزيوني كذلك بأنه «هو المادة التلفزيونية التي
تُبث على جهاز التلفاز بشكل دوري محدد في البداية والنهاية من خلال مدة
زمنية معينة ويلتزم فيه بالمهنية المعمول بها في صناعة التلفاز».

وفيما يتعلق بمفهوم البرامج الدينية التلفزيونية، فقد وردت عدة تعريفات
وآراء حول مفهوم البرامج الدينية ووصفها، ولعل من أبرز تلك التعريفات التي
ذكرها بعض الباحثين والمهتمين بالبرامج الدينية هو تعريفهم البرامج الدينية
بأنها: «كل نشاط إعلامي مرئي ومسجل وحي، متخصص في الدين الإسلامي
وقضاياها، ومهتم بجوانب الحياة كافة، عبر برنامج مخصص لتلك
الأغراض»^(٢).

وهناك من عرّفها بأنها: «النشاط الإعلامي المتخصص في علوم الدين
في إطار الإعلام العام الملتزم بالإسلام»^(٣).

وذهب بعضهم إلى تعريفها بأنها: «البرامج التي تتناول موضوعات تبصّر
المشاهدين بأمور دينهم، وتربط المفاهيم الدينية بمشكلات الحياة، وتعتمد
على المناقشة الحرة المفتوحة بين رد على استفسار، أو بيان لحكمة، أو
توضيح لحكم شرعي، أو تفسير لحديث نبوي»^(٤).

وحَدّد بعض الباحثين مفهوم البرامج الدينية التلفزيونية بأنها: «شكل

(١) محمد معوض، المدخل إلى فنون العمل التلفزيوني، (القاهرة، دار الفكر العربي،
بدون تاريخ نشر)، ص ١١٥.

(٢) محمد بن علي هندية، البرامج الدينية في قنوات التلفزيون الفضائية العربية، مرجع
سابق، ص ٢.

(٣) سيد ساداتي الشنقيطي، البرامج الإعلامية بين الواقع والأمل، (الرياض، دار عالم
الكتب، ١٤٠٧هـ)، ص ٨.

(٤) سامي عبد العظيم العوضي، اتجاهات خطيب المسجد حول مضمون البرامج
التلفزيونية، مرجع سابق، ص ١٣٢.

تلفزيوني يقدم من خلاله القائم بالاتصال المعلومات الدينية، وله دورية يذاع بناءً عليها، وله مساحة زمنية محددة بين البرامج والمواد الأخرى»^(١).

وعرفها آخرون بأنها: «كل برنامج يتناول جانباً من جوانب حياة الإنسان، ولا يخرج عن الإطار الديني الذي يرمى القيم والمبادئ والحقوق الاجتماعية والدينية والأخلاقية»^(٢).

وهناك من رأى البرامج الدينية التلفزيونية على أنها: «ما يعده التلفزيون ويقدمه من الموضوعات المتعلقة بالدين الإسلامي بصفة مباشرة؛ كتفسير القرآن الكريم، والأحاديث الشريفة، والمواعظ، والندوات الإسلامية، والمحاضرات، والتمثيلات، والمسلسلات ذات الطابع الديني البحت، والمجلات الدينية، وغير ذلك مما يتعلق بتقديم معلومات شرعية، أو ثقافية إسلامية (مباشرة)»^(٣).

ووصف بعض الإعلاميين البرامج الدينية التلفزيونية بأنها: «البرامج التي تسعى إلى تغطية الوقائع والمناسبات الدينية، إضافة إلى تقديم الفقرات والبرامج التي تعالج القضايا الدينية، ومن الممكن أن تكون هذه البرامج تثقيفية وإرشادية، أو أن تكون نقلاً لحدث، أو مناسبة دينية كصلاة الجمعة أو صلاة العيد»^(٤).

وتعرف الدكتورة نوال عمر البرامج الدينية في التلفزيون بأنها: «فن

(١) عادل فهمي البيومي، البرامج الدينية في التلفزيون المصري ودورها في التثقيف الديني للشباب، مرجع سابق، ص ٧.

(٢) محمد حمود النهاري، البرامج الدينية في الإذاعة اليمنية، بحث السنة النهائية لمرحلة الماجستير غير منشور، المعهد العالي للدعوة الإسلامية، قسم الإعلام، جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية، ١٤٠٥هـ، ص ٥٧.

(٣) محمود عبد العزيز فرحان، البرامج الدينية في التلفزيون اليمني واقعها وسبل تطويرها، مرجع سابق، ص ١٧.

(٤) عاصف حميدي، العمل الإذاعي والتلفزيوني: مفاتيح النجاح وأسرار الإبداع، (أبو ظبي، ٢٠٠٤م)، ص ١٦٧.

التعريف للإنسان بربه على أسس علمية صحيحة، وبأساليب متعددة، وبأشكال مختلفة، تنتج عند الإنسان الطاعة لله ولرسوله، والغاية من ذلك أن يكون صادق الحكم على القيم الإنسانية، ولا يمكن أن يتحقق التعريف بالله إلا من خلال القيم والمبادئ والمثل التي جاء بها القرآن الكريم^(١).

وعرفها آخرون بأنها: «ذلك النوع من الإعلام المتخصص، الذي يتخذ من الفكر الإسلامي ومصادره الأساسية منهجاً للعمل، ويستخدم وسيلة البث الفضائي المرئي المسموع إنطلاقاً لخدمة الإسلام وقضاياه، وأسلوباً للتخاطب مع الأفراد والجماعات في دول العالم بصفة عامة والدول الإسلامية بصفة خاصة»^(٢).

ونخلص بعد استعراض تلك التعريفات، ومعرفة نظرة كل واحدة منها إلى هذه النوعية من البرامج إلى وضع تعريف خاص يحدد مفهوم البرامج الدينية التلفزيونية بأنها: «البرامج التي تعنى بتقديم المعرفة النوعية المتخصصة في مختلف الجوانب الشرعية، العقدية والفقهية وغيرها من مجالات العلوم الشرعية، التي يحتاج إليها المسلم، ومناقشة مختلف القضايا والمشكلات المعاصرة برؤية إسلامية تستند إلى الكتاب والسنة ومصادر التشريع الإسلامي، من خلال استضافة عدد من العلماء وطلاب العلم المتخصصين بعلوم الشريعة ومشكلات العصر وقضاياه، وذلك عبر التلفزيون سواء قدمت بشكل مباشر أو غير مباشر».

(١) نوال محمد عمر، دور الإعلام الديني في تغيير بعض القيم في الأسرة الريفية والحضرية، مرجع سابق، ص ١٠٦.

(٢) محمد أحمد هاشم، البرامج الدينية في القنوات الفضائية العربية، دراسة تحليلية، مرجع سابق، ص ٥٨.



أنواع البرامج الدينية التلفزيونية في الفضائيات العربية من حيث المضمون

تتعدد أنواع البرامج الدينية التلفزيونية في الفضائيات العربية من حيث المضمون، وتقدم من خلال سلسلة برامجية تحوي مضامين متنوعة، وتوجه إلى شرائح وفئات اجتماعية مختلفة ومتفاوتة من حيث العمر والمستوى التعليمي والاقتصادي؛ لتلبي احتياجات ومتطلبات المشاهدين في الوطن العربي والإسلامي.

وسأعرض هنا لأبرز أنواع البرامج الدينية التلفزيونية من حيث المضمون والمقدمة عبر المحطات والقنوات الفضائية العربية، التي استطعت - ومن خلال جهد علمي ومتابعة مستمرة ودقيقة - أن أقوم برصد أنماط البرامج التي تقدمها القنوات الفضائية العربية، وانتهيت إلى أنها تنحصر في البرامج الآتية:

- ١ - برامج تلاوات القرآن الكريم.
- ٢ - برامج تعليم قراءة القرآن الكريم.
- ٣ - برامج تفسير القرآن الكريم وبيان حكمه ومعانيه.
- ٤ - برامج في الإعجاز القرآني.
- ٥ - برامج الأحاديث النبوية.
- ٦ - برامج في تعليم علوم الحديث النبوي المختلفة وتدريسها.
- ٧ - برامج في علم العقيدة والتوحيد.
- ٨ - برامج فقهية.
- ٩ - برامج في السيرة النبوية وتاريخ الصحابة والتابعين.

- ١٠ - برامج تهتم بأعلام الإسلام والشخصيات المؤثرة في تاريخ الأمة.
- ١١ - برامج تقدم وتناقش قضايا إسلامية معاصرة.
- ١٢ - برامج إيمانية عامة.
- ١٣ - برامج اجتماعية تقدم من خلال رؤية شرعية تعنى بطرح القضايا والمشكلات الاجتماعية التي تعانيها الأسرة المسلمة.
- ١٤ - برامج نسائية متخصصة تقدم من زاوية دينية، تطرح قضايا المرأة المسلمة وما يستجد عليها من أمور في دينها ودنياها.
- ١٥ - برامج تربوية ونفسية، تقدم عبر معايير وضوابط شرعية تهتم بمعالجة قضايا التربية والسلوك والقضايا النفسية وإيجاد الحلول لها.
- ١٦ - برامج تعريفية بما أبدعته الحضارة الإسلامية من تقدم وتطور.
- ١٧ - برامج علمية تثقيفية وتوعوية.
- ١٨ - برامج الأطفال.

١ - برامج تلاوات القرآن الكريم:

هي برامج تعنى فقط بتقديم تلاوات القرآن الكريم للمشاهدين، بأصوات مشاهير القراء في العالم العربي والإسلامي بقراءة مرتلة ومجودة، وعلى مدار الساعة، سواء كان ذلك بالنسبة إلى القنوات الفضائية المتخصصة ببث برامج القرآن الكريم، أم عند افتتاح البث واختتامه، أم كانت فواصل دينية معينة، كما في أغلب المحطات التلفزيونية العربية «كالقناة الأولى في التلفزيون السعودي» وغيره.

٢ - برامج تعليم قراءة القرآن الكريم:

هي برامج تهتم بتعليم قراءة القرآن الكريم وتجويده ومعرفة الأحكام المتعلقة بالتلاوة؛ كالنطق السليم، وأحكام النون الساكنة والتنوين، والمدود، والتفخيم، والترقيق، ومخارج الحروف، وذلك من خلال استضافة أحد العلماء المتخصصين بالتلاوة ليقوم بتعليم قراءة القرآن الكريم عبر التلفزيون

للمشاهدين في المنازل، فيقوم بقراءة مقطع من القرآن الكريم بقراءة مجودة ومتقنة، ثم تقوم مجموعة من الطلاب الموجودين داخل الاستديو بإعادة قراءة ما قرأ الشيخ، ليقوم هو بالتصحيح لهم وبيان أحكام التجويد ومخارج الحروف وما يتعلق بالتلاوة، ثم يتلقى اتصالات المشاهدين للاستماع إلى تلاواتهم وتصحيحها وبيان ما فيها من أخطاء.

٣ - برامج تفسير القرآن الكريم وبيان حكمه ومعانيه:

هي برامج متخصصة تقدم تفسيراً لآيات القرآن الكريم من خلال الوقوف عندها، ومعرفة معانيها، وما ورد فيها من أحاديث صحيحة في فضلها، ومعرفة مكان نزولها ووقت النزول وأسبابه، وذلك باستضافة علماء متخصصين في علم التفسير، لتفسير الآيات القرآنية والوقائع المرتبطة بها، والظروف التي نزلت بها، وبيان أقوال المفسرين وآرائهم حولها. إضافة إلى معرفة الحكم واستنباطه التي يحويها القرآن الكريم، ودلالاتها وبيان عظمة هذا الكتاب العزيز ومنزلته في نفوس أبناء الأمة الإسلامية، ووجوب التمسك بما جاء به والمحافظة عليه، حيث إنه النور والنبراس الذي يضيء الدرب لهذه الأمة.

٤ - برامج في الإعجاز القرآني:

هي برامج تهتم ببيان إعجاز القرآن وكشفها للناس، وكيف أن القرآن اشتمل على جوانب إعجازية لا تزال البشرية تكتشف كثيراً منها يوماً بعد آخر، هذه البرامج وما تشتمل عليه تسهم في جعل المسلم يتمسك بهذا الكتاب العزيز، ويعمل بتعاليمه. وهي برامج تعنى بإظهار جوانب الإعجاز العلمي والبياني والبلاغي في القرآن الكريم، وتبيين الحقائق وإظهاره وربط ذلك كله بأسباب النزول.

٥ - برامج الأحاديث النبوية:

هي برامج تقدم قراءة للأحاديث النبوية الصحيحة من أقوال المصطفى ﷺ، معروضة على شاشة التلفزيون من خلال قراءتها بواسطة معلق

داخلي، وتبث برامج قراءة الأحاديث النبوية في أكثر المحطات الفضائية العربية، بعضها يبث فواصل دينية بعد الأذان وقبل الإقامة، أو بعد الصلوات، وبعضها يبث على مدار اليوم حيث تعنى ببث أحاديث المصطفى ﷺ على مدار الساعة مع بيان معانيها بشكل مختصر والتعريف برواة الأحاديث، وهو ما تقدمه على سبيل المثال «القناة الأولى في التلفزيون السعودي» وكذلك «القناة الأولى في التلفزيون الكويتي» من قراءة لأحاديث المصطفى ﷺ بعد الأذان وقبل الإقامة بشكل يومي.

٦ - برامج في تعليم علوم الحديث النبوي المختلفة وتدريسها:

هي برامج تعنى بتعليم علوم متصلة بعلم الحديث النبوي الشريف وتدريسها؛ كعلم مصطلح الحديث والجرح والتعديل، ومعرفة مراتب الأحاديث وصحتها، ويقوم بتقديم هذه البرامج نخبة من أهل الاختصاص في علوم الحديث ورجاله، وذلك عبر التلفزيون، من خلال الشرح والتعليق لمجموعة من الطلاب الموجودين داخل الاستديو، وكذلك للمشاهدين وطلاب المنازل من خلال المشاركة في الاتصال والاستفسار عن طريق الهاتف المخصص للبرنامج، أو عن طريق البريد الإلكتروني للبرنامج.

٧ - برامج في علم العقيدة والتوحيد:

هي برامج تقدم دروساً علمية متخصصة في علم العقيدة والتوحيد وتعليم الناس ما يتعلق بصلتهم بربهم وطاعة نبيهم، وكشف كل الشبهات التي تتصل بالدين من التبرك بالقبور، ودعاء غير الله والتعلق بهم وغيرها من الأعمال الشركية التي يقوم بها بعض الجاهلين بأحكام الإسلام، وذلك من خلال تصحيح المفاهيم المغلوطة لدى الناس، وبيان أمور الدين والعقيدة وما يجب على العباد فعله، ويتولى تقديم هذه البرامج والإشراف عليها، مجموعة من العلماء وطلبة العلم المتخصصين في علم العقيدة والتوحيد من أساتذة الجامعات والمشايخ المعروفين بدروسهم في المساجد من خلال حلقات العلم التي يعقدونها.

وهذه البرامج المتخصصة في العقيدة والتوحيد تعنى في حلقاتها بموضوع في العقيدة والتوحيد وبيان بعض الشبهات، التي دخلت على معتقدات المسلمين مما يمس العقيدة الإسلامية وثوابتها، مع بيان بعض البدع والخرافات التي انتشرت بين الناس في الوقت الحاضر والتحذير منها وتوضيح رأي الشرع فيها، إضافة إلى اهتمامها بأسماء الله الحسنى وصفاته جل وعلا مع شرحها للمشاهد بطريقة مشوقة حتى يسهل فهمها وحفظها.

٨ - برامج فقهية :

وهي برامج تهتم بتدريس علم الفقه وما يتعلق به من مسائل فقهية في قضايا العبادات والمعاملات، من خلال دراسة بعض الكتب القيمة في هذا الشأن كشرح كتب منار السبيل وغيره من الكتب القيمة والمفيدة، ويقوم بتقديم تلك الدروس العلمية مجموعة من العلماء المتبحرين في علم الفقه وأصوله، من خلال الشرح والتعليق على الأحاديث والمسائل الفقهية وما يتعلق بها من أحكام وآراء حولها.

٩ - برامج في السيرة النبوية وتاريخ الصحابة والتابعين :

هي برامج تهتم بتقديم السيرة العطرة للمصطفى ﷺ، مولده وحياته وأبرز المراحل التي مر بها في سنوات الدعوة، وكيف واجه الصعوبات التي لحقت به من جراء إصراره على تبليغ الرسالة، وكيف تم له التمكين بعد ذلك، وانتشار الإسلام الذي عم أرجاء الأرض، كما تقدم تلك البرامج أمثلة على تعامل النبي ﷺ مع خصوم الدعوة، والمعارضين لها، وكيف ضرب أروع الأمثلة في التعامل بالحسنى، وكيف أثر ذلك في دخول الناس أشتاتاً في دين الله.

كما تقدم تلك البرامج سيرة صحابة رسول الله ﷺ والتابعين لهم، وكيف صبروا على الدعوة وناصروها، ونماذج من حياتهم وتعاملهم بعضهم مع بعض ومع أهل الذمة، وأخلاقهم الرفيعة التي كانوا يتحلون بها، وتقديمها إلى الناس على شكل برامج تحكي قصصاً ومواقف مشرفة؛ ليقتدوا بها ويسيروا على نهجها وخطاها.

١٠ - برامج تهتم بأعلام الإسلام والشخصيات المؤثرة في تاريخ الأمة :

هي برامج تهتم بالحديث عن أعلام الإسلام والشخصيات المؤثرة فيه التي أسهمت في بناء نهضة الأمة من القادة والعلماء ومن لهم شأن في ذلك، سواء من السابقين أو المعاصرين، من خلال الحديث عن حياتهم ومعرفة سيرتهم وأعمالهم الجليلة التي قاموا بها خدمة لأمتهم ورفعاً لراية دينهم، والمواقف والتضحيات التي قدموها، والوقوف على ما لهم من تراث علمي وأدبي قدموه من خلال مسيرة حياتهم من مؤلفات، أو كتب، وغيرها.

١١ - برامج تقدم قضايا إسلامية معاصرة وتناقشها :

هي برامج تعنى بطرح القضايا الإسلامية المعاصرة، التي يعيشها المسلم في الوقت الراهن، والتي تشغل بال كثيرين من أبناء الأمة، وتتطلب دراية فاحصة وبعد نظر لمعرفة التغيرات المتعددة التي طرأت على المجتمعات العربية والإسلامية، وتقديم رؤية دينية وتحليلية واضحة لمختلف القضايا المعاصرة ومناقشتها من كل جوانبها، وتوجيه الناس وإرشادهم لما يفيدهم ويصلح أمورهم في الدنيا والآخرة وما يجب عليهم معرفته والعمل به، بأسلوب جذاب من خلال استضافة مجموعة من العلماء والدعاة والمفكرين الذين لهم إسهامات بارزة في هذا المضمار.

١٢ - برامج إيمانية عامة :

هي برامج تعنى بتعريف المسلم بربه وقدرته على مخلوقاته، من خلال التعرف إلى أسماء الله وشرحها، ومعرفة دلالاتها بشكل يشجع أبناء الأمة وشبابها على العطاء والمثابرة في شتى مجالات العمل؛ لتنمية مجتمعاتهم والارتقاء بها، كما يحث على ذلك الدين الإسلامي، وذلك من خلال ربط أسماء الله بما أبدعه سبحانه في مختلف مجالات العلوم لتسخيرها للإنسان ليستعملها في عمارة الأرض وتنميتها بما يحقق الفائدة له في دينه ودنياءه، ويقوي الإيمان ويعمقه لدى الفرد ويزيد الشعور بالاعتزاز والقوة بالله ﷻ.

وهي برامج تهتم بربط الناس بكتاب الله ﷻ ومعالجة قضايا المجتمع بلغة واضحة ومباشرة، من خلال تفسير الآيات القرآنية وإنزالها على قضايا الناس الاجتماعية بصورة جميلة، مع الاستشهاد بالقصص واللطائف التي تنمي الشعور الإيماني لدى الفرد، وذلك سعيًا لترسيخ الفضائل الإيمانية ومحاسن الأخلاق ونشرها في البيت والأسرة والمجتمع، إضافة إلى أهمية المسارعة في الخيرات والمسابقة في الطاعات لشحن النفوس روحياً وإيمانياً.

١٣ - برامج اجتماعية:

هي برامج تعنى بطرح القضايا والمشكلات الاجتماعية، التي تعانيها الأسرة المسلمة، ومعالجتها بأسلوب ديني مبني على الفهم الصحيح لكتاب الله وسنة رسوله ﷺ الذي يراعي التوازن في كل الأمور.

تجيب هذه البرامج عن أسئلة المشاهدين واستفساراتهم، وتقدم الحلول المقترحة لمعالجة المشكلات الاجتماعية المطروحة من مفهوم شرعي، وتتناول العلاقات الزوجية بين الزوجين، وتوضح ما تقوم عليه الحياة الزوجية الصحيحة من مودة ورحمة وتعاطف وتراحم، والاستفادة من تجارب الآخرين في الحياة الزوجية.

وهناك برامج اجتماعية أخرى تعنى بطرح قضايا الشباب المسلم المعاصرة، كما تهدف بأسلوب ممتع ومشوق إلى إظهار نعم الله تعالى، وتقديم بعض الأنماط الجديدة للحياة الإسلامية السعيدة من خلال الترفيه الهادف وعبر أفكار يقدمها ويناقشها مجموعة من الشباب.

١٤ - برامج نسائية متخصصة:

هي برامج تعنى بطرح قضايا المرأة وتربية الأبناء وما يستجد على المرأة المسلمة من أمور في دينها ودنياها، وفي تربيتها لأبنائها، وذلك لفتح نافذة للمرأة لمعالجة مشكلاتها وطرح قضاياها على بساط البحث، بما يساعدها على تخطي تلك المشكلات من خلال تقديم رؤية صحيحة لكيفية التعامل مع

المشكلات التي قد تواجهها المرأة بأسلوب سهل ومبسط يتناسب مع مختلف فئات النساء في العالم العربي والإسلامي.

كما تناقش بعض هذه البرامج قضايا المرأة في بيتها وقضاياها العائلية من خلال مقابلة مجموعة من الحالات بحضور متخصصين يدلون بآرائهم حول تلك القضايا، وكذلك مناقشة اهتمامات المرأة المسلمة وحياتها اليومية والعملية والأسرية والوسائل التي تحقق سعادتها ونجاحها من خلال استضافة عدد من المختصين في قضايا المرأة.

١٥ - برامج تربية ونفسية:

هي برامج تهتم بالتربية والتعليم ومعالجة قضايا السلوك والقضايا النفسية لدى الفرد، وتهدف إلى تقديم حلول ومعالجات لتلك القضايا والمشكلات وفق رؤية إسلامية صحيحة، كما أن هذه البرامج تعالج مجموعة من القضايا النفسية والأمور ذات العلاقة بتطوير الأداء الذاتي للأفراد، من خلال استضافة ذوي الخبرة والاختصاص في مجال علم النفس والتطوير التربوي والذاتي وكذلك مناقشة قضايا نفسية وسلوكية موجودة في المجتمع كما أن هناك برامج موجهة للآباء والأمهات تقوم فكرتها على الاهتمام بالطريقة المثلى لتربية الأبناء تربية إسلامية قويمه من خلال التعرف إلى أنسب الطرائق والوسائل لتحقيق هذا الهدف وكذلك معرفة الأساليب المختلفة للتربية الصحيحة مع الوقوف على الأخطاء التربوية التي قد يقع فيها الآباء والأمهات، وذلك من أجل العمل على تنشئة جيل صالح من خلال تربيته تربية سليمة.

١٦ - برامج تعريفية بما أبدعته الحضارة الإسلامية من تقدم وتطور:

هي برامج تهدف إلى تسليط الضوء على ما أبدعته الحضارة الإسلامية من تقدم في مجال العمارة وفن البناء، وعرض نماذج على ذلك التقدم من خلال عرض المساجد والمدن الإسلامية الموجودة في مختلف مدن العالم، وهذه البرامج تهتم بالعمارة الإسلامية وفنونها، وأبرز المساجد الإسلامية القديمة، وما تحويه من زخارف وأشكال هندسية رائعة، تدلل على أن العمارة

الإسلامية فن قائم بذاته، وله جذوره التاريخية، وأن اهتمام المسلمين به كان منذ قرون.

١٧ - برامج علمية تثقيفية وتوعوية:

هي برامج تهتم بتقديم التوعية والتثقيف الصحيح القائم على الهدى الإسلامي، وذلك فيما يتعلق بالعلاقات الزوجية بين الأزواج، من خلال تقديم الحلول للمشكلات المتعلقة بالحياة الزوجية، وتعريف الأزواج ومن هم مقبلون على هذه الخطوة بالثقافة الزوجية الصحيحة، وتصحيح بعض المفاهيم المغلوطة في شأنها حتى يكون المسلم على بصيرة، ويأخذ الأمور من منبعها الصافي، ولا يتجه إلى ما تبثه وسائل الإعلام الأجنبية التي تسعى إلى تحطيم القيم والمثل التي رعى الإسلام عليها أبناءه؛ لأن هذا الدين لم يترك شاردة ولا واردة إلا وبَيَّنَّها ووضَّحها ووضع أسسها وقواعدها، ومنها تلك القضية وما يتصل بها.

وهذه البرامج تعنى بزيادة وعي الأزواج والوالدين والمربين العاملين في مجال التربية والتعليم، في كيفية تثقيف الأبناء بالمعلومات الصحيحة، وغير المغلوطة، أو المشوهة فيما يتعلق بالعلاقة الزوجية، من خلال ربطه بأسلوب توجيهي وعلمي وتربوي يجيب عن أسئلتهم ويرشدهم إلى الحياة السعيدة في المستقبل بإذن الله، وذلك باستضافة مجموعة من المختصين في هذا الشأن، ومحاورتهم بطريقة علمية، مع مراعاة الحياء والخصوصية الاجتماعية للمجتمعات العربية والإسلامية.

كما أن هناك برامج تثقيفية وتوعوية، تستهدف رفع نسبة الوعي لدى المسلم في بعض الموضوعات والقضايا الشرعية، التي تمس حياته بشكل مباشر، حيث يتم طرح موضوعات مهمة كموضوع الرقية الشرعية، والكيفية الصحيحة لها، وكيف يتعلم المسلم أن يرقى نفسه بنفسه من دون الذهاب إلى أحد، وتعريفه بالمحاذير الشرعية التي يجب عليه تجنبها، والابتعاد عنها، حتى لا يقع في المحذور.

١٨ - برامج الأطفال :

المقصود هنا نمط البرامج الدينية الموجهة للطفل لتعليمه مبادئ الإسلام وأركانه، وبر الوالدين وفعل الطاعات وقراءة الأذكار وغيرها من الأمور الدينية، وغرسها في نفوس الأطفال بطريقة سهلة ومحبة لهم، من خلال عرضها بأسلوب وقالب شائق وممتع للطفل، حيث تحتوي على رسوم كرتونية متحركة وجذابة تشد انتباهه وتجعله متلهفاً لتعلم المزيد. مراعية في ذلك حساسية هذا العمر وتقدير ما يتفق مع مبادئ الدين الحنيف، إضافة إلى الاهتمام بغرس العادات الحسنة والصفات والسلوكيات الطيبة في نفوس الأطفال وتعويدهم عليها، من خلال استضافة أطفال للحوار معهم ومناقشتهم بحضور جمهور من الأطفال، وذلك لتنمية ثقافة الطفل من خلال تعويده على القراءة وترغيبه بها، وتشجيعه على بناء شخصيته ثقافياً وفكرياً.



أشكال البرامج الدينية التلفزيونية في الفضائيات العربية

تأخذ البرامج الدينية في الفضائيات العربية أشكالاً متعددة، وأنماطاً متنوعة في طريقة عرضها وتقديمها، إذ تعددت آراء الباحثين حول تصنيفها وتقسيماتها، وسنعرض من خلال هذا المطلب لأبرز الأشكال التلفزيونية المستخدمة في عرض المواد والبرامج الدينية وتقديمها في القنوات الفضائية العربية، التي يمكن استخدامها في إضافة أي مضمون ديني عليها لتقديمه إلى المشاهد، وأبرز هذه الأشكال ما يأتي:

- ١ - التلاوات.
- ٢ - الأحاديث الدينية التوجيهية المباشرة.
- ٣ - الإفتاء الشرعي المتخصص.
- ٤ - الندوات.
- ٥ - المقابلات والحوار.
- ٦ - الدروس العلمية.
- ٧ - المنوعات كالمجلات التلفزيونية.
- ٨ - مواد نقل شعائر الصلوات والخطب.
- ٩ - مواد نقل الأحداث الإسلامية والمؤتمرات.
- ١٠ - التمثيليات والمسلسلات.
- ١١ - الأفلام السينمائية.

١٢ - المسرحيات .

١٣ - التحقيقات التلفزيونية .

١٤ - المسابقات .

١٥ - القوالب الإنشادية .

١٦ - المواد الوثائقية والتقارير .

١ - التلاوات :

هي برامج تعنى بتقديم تلاوات القرآن الكريم بأصوات مشاهير القراء في العالم العربي والإسلامي، تقوم ببثها معظم المحطات التلفزيونية الفضائية العربية، أياً كانت اهتماماتها وأهدافها، وتقدم تلك التلاوات عادة عند افتتاح البث التلفزيوني في بداية كل يوم وعند الختام، ومع ازدياد الطلب على هذه النوعية من البرامج ظهرت قنوات متخصصة تهتم بتقديم تلاوات متخصصة للقرآن الكريم بالقراءات المشهورة والمتواترة عن الرسول ﷺ، بأصوات مشاهير القراء في العالم الإسلامي، وذلك بتجويدها وتفسير معاني القرآن الكريم، إضافة إلى الشروح البسيطة والميسرة لما يحويه كلام الله وتبيان القصص والعبر الموجودة فيه، وعادة ما يكون الشكل العام لهذه البرامج هو عبارة عن مواد مسجلة من التلاوات القرآنية المتنوعة بأصوات مختلف القراء ومعدة للبث مسبقاً بحيث تعرض بصوت القارئ فقط من دون ظهوره على شاشة التلفزيون، مع وضع الآيات القرآنية التي يقرأها على شاشة التلفزيون، في حين تتبع بعض المحطات التلفزيونية طريقة أخرى في عرض برامج التلاوات، وذلك من خلال إظهار القارئ على التلفزيون وهو يرتل القرآن من داخل استديو مغلق ومعد لهذا الغرض .

٢ - الأحاديث الدينية التوجيهية المباشرة :

هي نقل موضوع معين، أو فكرة مركزة وغير متشعبة من شخص متخصص في علوم الشريعة، أو أحد فروعها إلى جمهور المشاهدين عبر

التلفزيون، على نحو توجيهي ومباشر من دون الحاجة إلى وجود مذيع، وذلك بإحدى طريقتين، إما بحفظها وإلقائها، وإما التحدث بها مستعيناً ببعض الملاحظات التي قد يكون كتبها ليستعين بها في أثناء حديثه، وقد يكون حديثه أحياناً مرتجلاً من دون الحاجة إلى اتباع طريقة معينة^(١). وبرامج الأحاديث التوجيهية المباشرة بهذه الخاصية هي أشبه ما يكون بالمحادثة الشخصية بين المتحدث والجمهور، وهو ما يميزها من أشكال الاتصال الجماهيرية الأخرى كالحوار أو الندوات التي يشارك فيها شخص واحد أو عدة أشخاص^(٢). وتسجل برامج الأحاديث الدينية عادة داخل استديو التصوير، أو في مكان مغلق يجلس فيه المتحدث على كرسي وطاولة مخصصة لهذا الغرض توضع أمامه، وقد يتطلب منه أحياناً في أثناء التصوير الالتفات وتغيير الوجهة من جهة إلى أخرى؛ لإبعاد الملل الذي قد يصيب المشاهد وجذب انتباهه، وتقوم بالتقاط هذه الأوضاع المختلفة للمتحدث داخل الاستديو أكثر من كاميرا تصوير مثبتة في زوايا متعددة من المكان. ويهتم المتحدث في برامج الأحاديث الدينية المباشرة من خلال ما يطرحه من موضوعات دينية أو اجتماعية في إطار الدين، بتحليل الروابط بين الجزئيات الظاهرية في الموضوع، والخروج منها بالحكم المستفادة، وذلك وصولاً إلى مزيد من الإدراك والوضوح الذي يساعد في تعديل مسارات سلوك المسلم لتحقيق التطبيق السليم لهذا الدين وإشاعته في حياة الناس وفي معاملاتهم^(٣). وبرامج الأحاديث الدينية التوجيهية المباشرة قد توجه إلى عموم الناس، أو إلى فئة معينة من فئات المجتمع كالشباب، أو كبار

(١) خالد علي حسن أبو الخير، برامج الأحاديث الدينية التلفازية: إعدادها وتقديمها لإخراجها، مرجع سابق، صص ١٧ - ١٨.

(٢) كرم شلبي، فن الكتابة للراديو والتلفزيون، (جدة، دار الشروق للنشر والتوزيع، ١٩٨٧م)، ص ٩٧.

(٣) يحيى بسيوني مصطفى، إمكانية استخدام تقنيات التلفزيون في إنتاج البرامج الدينية، بحث مقدم لندوة تطوير البرامج الدينية في تلفزيونات الخليج، الرياض، جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية، ١٩٨٧م، ص ٢.

السن، أو الأمين، أو غيرهم، وفي كل الحالات فإن برامج الأحاديث المباشرة تقدم حصيلة من المعلومات والمعاني والأفكار التي قد تتضمن أحياناً مقترحات وآراء، أو وجهات نظر حول الموضوع، أو القضية المطروحة^(١).

وتُقدم برامج الأحاديث الدينية التوجيهية المباشرة بقالين هما^(٢):

القلب الأول:

قلب الحديث: ويعتمد هذا القلب على المتحدث في إبراز فكرته من دون استعمال وسائل إيضاح أو غيرها، ويكون الحديث عادة عن موضوعات شرعية أو فكرية أو ثقافية أو اجتماعية، يصعب وصفها من خلال وسائل إعلام أو أفلام أو غيرها من وسائل الإيضاح، ولا يحتاج هذا النوع من الحديث إلى وجود مذيع أو مقدم يتولى إدارة الحديث.

القلب الثاني:

قلب الوصف أو الشرح: ويقوم على أساس عرض الموضوعات المختلفة باستخدام وسائل الإيضاح؛ كالخرائط والأفلام والشرائح، ويختلف عن قلب الحديث في أن كلام المتحدث يتضمن شرحاً تفصيلياً لشيء معين، ويتفق هذا القلب مع قلب الحديث في أنه يعتمد على شخص واحد، يوجه كلامه إلى المشاهدين، من دون الحاجة إلى وجود مذيع أو مقدم برامج.

ويجب على المتحدث في الحديث الديني المباشر أن يراعي مجموعة من الأمور من أهمها، أن يكون الموضوع الذي يطرحه متعلقاً باهتمام أكبر عدد من المشاهدين ويشير انتباههم إضافة إلى تركيزه على جانب واحد من جوانب الموضوع من دون الخوض في نقاط متعددة حتى يسهل على المشاهد فهم الحديث واستيعابه^(٣).

(١) كرم شلبي، فن الكتابة للراديو والتلفزيون، مرجع سابق، ص ٩٧.

(٢) خالد علي حسن أبو الخير، برامج الأحاديث الدينية التلفازية: إعدادها وتقديمها وإخراجها، مرجع سابق، ص ٢٣.

(٣) خالد علي حسن أبو الخير، برامج الأحاديث الدينية التلفازية: إعدادها وتقديمها =

ويتناول الحديث الديني المباشر مجموعة من الموضوعات من أبرزها^(١):

- موضوعات في العقيدة الإسلامية.
- موضوعات تشرح العبادات وأحكامها.
- موضوعات تشرح المعاملات بين الناس ورأي الشريعة في ذلك.
- موضوعات تشرح الأخلاق والسلوك الاجتماعي في الإسلام.
- موضوعات الثقافة والفكر الإسلامي.
- المشكلات الاجتماعية ونظرة الشريعة لها.
- الغزو الفكري الشرقي والغربي والرد على أباطيله وشبهاته.
- القضايا العالمية؛ كالمجاعة والحرب والسلام ونظرة الإسلام لها.
- موضوعات التربية وحقوق الأبناء.
- موضوعات عن الأسرة.
- موضوعات في السيرة والتاريخ.

٣ - برامج الإفتاء الشرعية المتخصصة:

هي تلك البرامج القائمة على استضافة صفوة من العلماء أو طلاب العلم في مجال الشريعة الإسلامية والفقهاء الإسلامي، التي تتناول المعرفة الدينية المتخصصة في قضايا العبادات والمعاملات، ويتولى فيها أحد العلماء أو طلاب العلم الإجابة عن أسئلة المشاهدين واستفساراتهم، كما يناقش مختلف القضايا المعاصرة التي تهم المجتمع الإسلامي من منظور فقهي، ويتم تصوير هذه البرامج داخل استديو مجهز بمجموعة من الكاميرات في إرجاء متفرقة من المكان؛ لتعكس حديث الضيف وتنقله للمشاهد، ويؤدي مقدم البرنامج في برامج الإفتاء دوراً مهماً في نقل أسئلة المشاهدين ومداخلاتهم وأسئلتهم

= إخراجها، مرجع سابق، صص ٢٥ - ٢٦.

(١) المرجع السابق، صص ٢٤ - ٢٥.

واستفساراتهم التي ترد عبر هاتف البرنامج، أو البريد الإلكتروني، أو الفاكس المخصص لهذا الغرض، وتوضيحها للمفتي حتى يتسنى له الإجابة عنها بشكل واضح ومن دون لبس، وعادة ما يستضاف في كل حلقة جديدة من البرنامج ضيف واحد فقط.

ومن أمثلة برامج الإفتاء المعروضة في القنوات الفضائية العربية وهي كثيرة، برنامج «فتاوى على الهواء» الذي تعرضه القناة السعودية الأولى ويتم فيه استضافة مفتي عام المملكة العربية السعودية وعدد من أصحاب الفضيلة من هيئة كبار العلماء للإجابة عن أسئلة المشاهدين واستفساراتهم.

٤ - الندوات:

هي البرامج التي يجتمع فيها شخصان أو مجموعة من الأشخاص المتخصصين؛ لبحث موضوع معين، أو فكرة محددة، وتناوله من جميع جوانبه المختلفة، سواء اتفقت وجهات نظر المتحدثين وآراؤهم حول الموضوع، أو اختلفت^(١). ويجتمع المتحدثون والمشاركون في برامج الندوات في بعض الأحيان داخل استديو معد ومجهز عادة بطاولة كبيرة تجمعهم ويتحلقون حولها، أو في بعض الأوقات يجلسون على كراسي متقابلة ومتقاربة من دون طاولة وذلك على منصة الاستديو التي تكون عادة مرتفعة عن الأرض قليلاً، ويتم في هذه البرامج إشراك جمهور المشاهدين خارج الاستديو أو مكان تصوير الندوة، من خلال استقبال أسئلتهم ومداخلاتهم وتعليقاتهم. وفي الندوات الدينية تتم دعوة أكثر من عالم أو داعية أو مفكر من المعروفين بقدرتهم وكفاءتهم ورسوخهم في العلم الشرعي أو الرؤية الفكرية الصحيحة؛ ليقوموا في بحث بعض المسائل والقضايا العقدية أو التعبديّة أو السلوكية أو أي قضايا مستجدة في الساحة الإسلامية تهم الناس ثم مناقشتها ومعرفة ما خفي من مسائل وجوانب جدير أن تتم إثارتها أو التذكير بها، إضافة إلى

(١) كرم شليبي، المذيع وفن تقديم البرامج في الراديو والتلفزيون، (جدة، دار الشروق للنشر والتوزيع، ١٩٨٦م)، ص ٢٧١.

إكساب الأمة مفاهيم إسلامية خاصة عن بعض القضايا المعاصرة التي تواجه الأفراد والجماعات، وبيان مقومات الفرد المسلم وإمكاناته التي يمكن الاستفادة منها في سبيل إعلاء شأن الإسلام وأهله^(١).

وهناك عدة أشكال تقدم من خلالها برامج الندوات من أبرزها^(٢):

١ - **المائدة المستديرة:** وهو تعبير يشير إلى اجتماع المشاركين في الندوة حول طاولة مستديرة داخل الاستديو يتبادلون الرأي ووجهات النظر في الموضوع المطروح من خلال أسئلة يوجهها إليهم مدير الندوة.

٢ - **المناظرة:** هي المناقشة الثنائية عادة حول موضوع يمثل طرفان من الأطراف، يحمل كل منهما رؤية ووجهة نظر مختلفة، وقد يلتقي الطرفان وجهاً لوجه داخل الاستديو، أو يكون كل منهما في مكتبه أو في بلده، ويرى الآخر على شاشة التلفزيون عبر الأقمار الصناعية.

٣ - **الندوات الجماهيرية:** والمقصود بها ذلك النوع من برامج المناقشات والندوات التي يحضرها جمهور من المشاهدين أو المستمعين، الذين يكون حضورهم أحياناً لمجرد الحضور ومتابعة الحوار والمناقشات فقط، أو المشاركة من خلال توجيه الأسئلة، أو طلب التعليق وإبداء الرأي حول ما يقال، أو إضافة إلى ما قيل أحياناً أخرى.

ولعل من الأمور المهمة التي يجب أن تراعى في برامج الندوات هو اختيار موضوع الندوة، بحيث يهم أكبر عدد من المشاهدين، وينال اهتمامهم، إضافة إلى معرفة مدى قابلية الموضوع للنقاش من زوايا مختلفة وآراء متعددة، وذلك قبل طرحه للنقاش، كما يلزم في برامج الندوات التدقيق في اختيار المشاركين بعناية فائقة بحيث يكونوا من ذوي الخبرة والاختصاص في مجالهم

(١) يحيى بسيوني مصطفى، إمكانية استخدام تقنيات التلفزيون في إنتاج البرامج الدينية، مرجع سابق، ص ٢.

(٢) كرم شلبي، المذيع وفن تقديم البرامج في الراديو والتلفزيون، مرجع سابق، صص ٢٧٣ - ٢٧٤.

وممن لديهم القدرة على التعبير عن آرائهم بكل وضوح^(١).

وتتطلب برامج الندوات وقتاً كافياً حتى يستطيع المتحدثون طرح الموضوع ومعالجته من جوانبه المتعددة.

٥ - المقابلات والحوار:

هي البرامج التي يلتقي فيها المذيع مع شخصية من الشخصيات؛ ليجري معها حواراً حول موضوع من الموضوعات، أو للحديث عن تجربته، أو خبرته، أو آرائه، من خلال توجيه الأسئلة إلى الضيف المتحدث، وأخذ الإجابة عنها^(٢).

وتتميز برامج الحوارات والمقابلات بالجاذبية والتلقائية نظراً للأسلوب المتميز والمحجب الذي تظهر فيه، والذي يلقي قبولاً لدى عدد كبير من جمهور المتلقين، إضافة لتعدد الشخصيات المستضافة فيها، وما يمكن أن تثيره من أسئلة تهم شريحة كبيرة من المشاهدين^(٣).

ويتم عمل بعض هذه البرامج وإخراجها في داخل الاستديو، الذي غالباً ما يكون مجهزاً بجميع التجهيزات اللازمة لمثل هذه النوعية من البرامج من طاولة خاصة وكراسي ووسائل إيضاح إذا تطلب الأمر، ويتم في هذه البرامج استضافة شخص واحد أو أكثر، والحديث معه وسؤاله عن موضوع الحلقة المخصص من خلال مقدم البرنامج، الذي يكون دوره الأساسي والمحوري توجيه دفة الحوار والمقابلة نحو مزيد من التشويق والإثارة، حتى يستمتع المشاهد بالمتابعة، ثم يتم استقبال آراء المشاهدين ومداخلاتهم وأسئلتهم عبر هواتف البرنامج، أو بريده الإلكتروني، أو عبر الفاكس الخاص به، وقد تصور

(١) كرم شلبي، المذيع وفن تقديم البرامج في الراديو والتلفزيون، مرجع سابق، صص ٢٧٤ - ٢٧٧.

(٢) المرجع السابق، ص ٢٤٣.

(٣) كرم شلبي، الخبر الإذاعي: فنونه وخصائصه في الراديو والتلفزيون، (جدة، دار الشروق للنشر والتوزيع، ١٩٨٥م)، ص ١٤٣.

هذه البرامج خارج الاستديو المخصص لها، وذلك حسب طبيعتها وموضوعها، سواء في مكان عام ومفتوح، أو في مكان وجود الضيف في منزله، أو مكتبه، أو أي مكان آخر.

ولبرامج المقابلة أنواع من أبرزها^(١):

- ١ - حوار المعلومات: ويستهدف الحصول على بيانات، أو معلومات معينة حول أحد الموضوعات، أو الأحداث، وهذا النوع يقتصر على استضافة الأشخاص المتخصصين ذوي الصلة بالموضوع المطروح.
 - ٢ - حوار الرأي: وهو الحوار الذي يستهدف عرض آراء، أو مواقف لأشخاص إزاء موضوع معين، أو قضية عامة، وذلك بهدف الوقوف على الاتجاه العام وتشكيل رأي عام حول قضية معينة.
 - ٣ - حوار الشخصية: يقوم هذا النوع من أنواع الحوار أساساً على الشخصية التي يتم استضافتها، ومدى إثارتها لاهتمام المشاهدين وانتباههم، بحيث تكون شخصية مشهورة في مجالها وتخصصها، ولها حضورها الاجتماعي أو الثقافي أو غيره من مجالات الاهتمام والعمل المختلفة.
- ويعد هذا النوع من أكثر الأنواع جذباً للمشاهد؛ لأنه يظل في حالة تقرب وحرص دائم على معرفة المزيد عن حياة الشخصية المستضافة؛ والمراحل التي مرت بها والصعوبات التي واجهتها، وكيف استطاعت التغلب عليها وتحقيق النجاح.

٦ - الدروس العلمية:

هي برامج علمية متخصصة، تقدم فيها مواد ودروس علمية متخصصة في شتى مجالات الشريعة الإسلامية، بحيث تقدم على هيئة درس في قاعة دراسية، أو مسجد، لكنه يصور أحياناً داخل استديو لتناسب فقراته مع إمكانات التصوير المتاحة داخل الاستديو، فهناك دروس متخصصة في تعليم

(١) كرم شلي، المذيع وفن تقديم البرامج في الراديو والتلفزيون، مرجع سابق، ص ٢٤٦.

تلاوة القرآن الكريم وعلومه والأحكام المتعلقة به وتجويده، ودروس في علم التفسير وبيان الآيات القرآنية وما انطوت عليه، ودروس في علم الحديث النبوي الشريف وعلومه المختلفة؛ كعلم المصطلح، والجرح والتعديل، وغيرها، إضافة إلى دروس في علم الفقه الإسلامي وقضايا العبادات والمعاملات والمسائل المتعلقة بها، ودروس في علم الفرائض والمواريث وتقسيمها، وآلية حسابها، وكذلك دروس متخصصة في مجال العقيدة والمذاهب المعاصرة، وما يدخل فيها من تفرعات تهتم المتخصصين في هذا العلم، وغيرها من الدروس العلمية المتخصصة.

ويشرف على هذه الدروس العلمية وتقديمها مجموعة من العلماء وطلبة العلم المتخصصين في مجالاتهم، الذين لهم باع طويل في تدريس هذه العلوم وتوضيحها للناس.

٧ - المنوعات كالمجلات التلفزيونية:

تعد برامج المنوعات التلفزيونية من البرامج التي تغطي مجالات واسعة من العمل الإعلامي، وتقوم هذه البرامج على دمج عدد من الأشكال البرمجية التلفزيونية معاً في برنامج تلفزيوني واحد، من خلال مجموعة مترابطة من الفقرات المتنوعة في الشكل وفي المضمون، التي تشكل في معظمها وحدة متجانسة تسعى إلى جذب انتباه المشاهد، وأخذ اهتمامه من خلال الفقرات الخفيفة والمترابطة، التي تشمل الترفيه والمتعة والإعلام والثقيف بمختلف مجالاته سواء دينياً، أو اجتماعياً، أو اقتصادياً، وغيرها من المجالات^(١).

وعلى ذلك فشكل المجلة التلفزيونية - أيّاً كان اسم البرنامج الذي تحمله - يعد من البرامج التي تشتمل على موضوعات وفقرات متعددة، دينية كانت أو ثقافية، أو اجتماعية، أو ترفيهية، وغيرها، مع الاهتمام بالوسائل

(١) محمد معوض إبراهيم وبركات عبد العزيز، إنتاج البرامج الإذاعية والتلفزيونية، (الكويت، دار ذات السلاسل، ١٩٩٨م)، ص ٤٢٧.

الفنية والاعتماد على الفنون التلفزيونية، وتضم المجلة التلفزيونية في أجزاء منها مجموعة من أشكال العمل التلفزيوني مثل التقرير/ الاستطلاع، أو النقل الخارجي، أو الحوار، أو الندوة، أو الأفلام، وغيرها، وذلك وفقاً لطبيعة الموضوعات التي تتعرض لها وتطرحها ضمن فقراتها^(١).

٨ - مواد نقل شعائر الصلوات والخطب:

هي مواد تعنى بنقل شعائر الصلوات الخمس من بيت الله الحرام من مكة المكرمة، ومن المسجد النبوي بالمدينة المنورة، بشكل يومي إضافة إلى نقل خطب الجمعة وخطبتي عيد الفطر وعيد الأضحى المباركين من الحرمين الشريفين، وذلك حتى يتسنى للمسلمين الاستمتاع برؤية الصلوات من داخل المسجد الحرام ومن المسجد النبوي، والاستفادة من خطب الجمعة بما يعزز لديهم الانتماء لهذا الدين ويقوي روابط اللحمة بينهم، ويجعلهم في شوق دائم ومتطلع إلى زيارة الأراضي المقدسة. وفي هذا الشكل البرامجي عادة ما يكون التصوير فيه من أرض الحدث والميدان، أو من خلال غرف واستوديوهات داخلية خاصة تنقل الحدث حياً على الهواء وبشكل مباشر في معظم الأوقات، إلى كل المحطات التلفزيونية بواسطة كاميرات موجودة ومثبتة في أنحاء وزوايا متفرقة من مكان الحدث، ويكون هناك معلّق داخلي في بعض الأحيان يقوم بالتعليق على الحدث وقراءة بعض من الآيات والأدعية والأذكار الواردة.

وتعد خطبة الجمعة من أبرز وسائل الإعلام الديني في الماضي والحاضر؛ لما تمثله من رمزية كبيرة لدى المسلمين، إضافة إلى كونها تعد أهم عوامل نجاح العمل الإعلامي الديني الذي مارسه المسلمون على مر العصور، منذ أن بعث الله نبيه محمداً ﷺ، لذا فإن خطبة الجمعة تعد بحق منبراً إعلامياً له تأثيره على عموم المسلمين لكونها تخاطب جماهير متعددة، وأصنافاً مختلفة

(١) سهير جاد عبد العزيز شرف، البرامج التلفزيونية والإعلام الثقافي، (القاهرة، ١٩٨٧م)، صص ٢١٦ - ٢١٧.

وثقافات متنوعة، وهذا يستدعي من الخطيب أن يكون حديثه سهلاً ميسراً ومتناسباً مع جميع الفئات، ومستشهداً ببعض القصص والأمثلة والأحاديث التي تربط المسلمين بدينهم من خلال التعبير الصادق عما يشعرون به، وعما يبحثون عنه؛ ليكون في هذا إجابة لما في نفوسهم وصدورهم من تساؤلات أو قضايا تشغلهم وهو ما كان يفعله الرسول الكريم، من خلال ربط المسلمين بواقعهم ومعالجة قضاياهم ومشكلاتهم، وما يطرأ عليهم من أمور دينهم ودنياهم، وتبيان الحلال والحرام حتى يكونوا على بصيرة وهدى^(١).

٩ - مواد نقل الأحداث الإسلامية والمؤتمرات :

هذه النوعية من المواد تهتم بنقل الأحداث والمناسبات الدينية المهمة من أبرزها: نقل مناسك فريضة الحج كل عام، ونفرة الحجيج وحركتهم في مشاعر منى ومزدلفة وعرفة، وقضاء يوم التروية، والاستماع إلى خطبة يوم عرفة من مسجد نمرة، وقضاء أيام التشريق، إضافة إلى رمي الجمرات، ونحر الهدي، وغيرها من مناسك الحج المختلفة، إذ تقوم هذه البرامج بتغطية هذه الأحداث حتى يتسنى للمشاهد رؤية هذه المناظر الإيمانية التي تعبر عن لحمة المسلمين وتعاضدهم وتكاتفهم.

إضافة إلى ذلك تقوم هذه البرامج بنقل المؤتمرات والندوات الإسلامية المهمة مثل مؤتمرات قادة دول العالم الإسلامي، ومؤتمر قادة الدول العربية في القمة العربية، ومؤتمر قادة دول مجلس التعاون لدول الخليج العربية، إضافة إلى مؤتمرات على مستوى الوزراء، ومسؤولي المنظمات الإسلامية مثل رابطة العالم الإسلامي والندوة العالمية للشباب الإسلامي، وغيرها من المنظمات الإسلامية العاملة في مجال الدعوة الإسلامية والعمل الخيري. وغالباً ما يطبق هذا الشكل البرامجي من أرض الحدث مباشرة من خلال مجموعة من المقدمين والمراسلين التلفزيونيين، الذين ينقلون تلك المناسبات

(١) نوال محمد عمر، دور الإعلام الديني في تغيير بعض القيم في الأسرة الريفية والحضرية، مرجع سابق، صص ١٠١ - ١٠٩.

والأحداث المهمة التي تصحبهم فيها كاميرات محمولة أو مثبتة في بعض الأحيان في أرجاء متفرقة من المكان، كما يتم في هذه البرامج عمل بعض المقابلات واللقاءات والاستطلاعات الميدانية على هامش التغطية.

١٠ - التمثيليات والمسلسلات:

تعد المواد الدرامية الدينية من وسائل التوجيه والإقناع الجيدة، وذات التأثير الفعال في المجتمع المسلم إذا أحسن استخدامها وطريقة عرضها، والأعمال الدرامية الدينية متنوعة القصص والحبكة والمضمون، فمنها ما يهتم بمعالجة موضوع ديني معين، بشكل متميز لشرح مبادئ الدين والدعوة إلى التمسك بتعاليمه، وتبثت المفاهيم الدينية، وترسيخها في نفوس المسلمين، والتصدي للحملات المعادية والحملات التشكيكية التي تحاول النيل من الإسلام وأهله، والطعن في رموزه، وذلك من خلال عرض تعاليم الدين وأساسه في أسلوب وشكل جذاب، يلقي قبولاً لدى المشاهدين ويلفت انتباههم، شريطة أن لا تتحول التمثيلية الدينية إلى وعظ مباشر، يمل معها الجمهور ويتحول إلى غيرها، وبذلك يضيع الهدف المبتغى من ورائها، ولا يتحقق المراد منها، كما تشمل التمثيلية الدينية مجالات أخرى خصبة وواسعة يمكن أن تقدمها، فهي تشمل القصص القرآنية، والسيرة النبوية الشريفة، وتاريخ الإسلام والمسلمين، وسيرة الخلفاء الراشدين والصحابة والتابعين، وكذلك العلماء والدعاة من سلف الأمة الذين كان لهم دور بارز في سبيل خدمة الإسلام، إضافة إلى الشخصيات البارزة في تاريخ الإسلام، لذا فإن الأعمال الدرامية الدينية الناجحة هي التي تعد وسيلة إقناع ناجحة^(١). لا سيما عندما تشتمل على قيم أخلاقية مستنبطة من الكتاب والسنة ليمثلها الجمهور المشاهد ويقتيدي بها، وأن تكون الشخصيات التي تقدمها شخصيات فاضلة تقدم القدوة الحسنة في أفعالها، وحركاتها وجميع تصرفاتها، من أجل أن

(١) عبد المجيد شكري، الدراما الإذاعية وفن كتابة وإخراج التمثيلية الإذاعية: دراسة نظرية ونماذج تطبيقية، (القاهرة، دار الفكر العربي، ٢٠٠٠م)، صص ٧٤ - ٧٥.

يتقمص أدوارها النشء ويتأثرون بها وبما قدمته لأمتهم ويقلدونها^(١).

والتمثيلات التلفزيونية بشكل عام تحاول تلمس بعض موضوعاتها من الحياة ذاتها، بما تحويه من جوانب مختلفة من حياة الإنسان واهتماماته ومشكلاته الاجتماعية والسياسية والاقتصادية، وتقديم تفسير لها بغية الوصول إلى إيجاد صيغ وحلول جذرية لمعالجتها^(٢). وتختلف المدة التي تستغرقها التمثيلات التلفزيونية فمنها ما يكون تمثيلات قصيرة لا تتجاوز مدتها ربع ساعة، ومنها ما تكون متوسطة تتراوح مدتها من ربع ساعة إلى ثلاث أرباع الساعة، ومنها ما يكون طويلاً ويستغرق ساعة ونصف^(٣).

أما المسلسلات التلفزيونية: فهي عبارة عن مجموعة حلقات تمثيلية متتابعة يستمر عرضها على عدة حلقات، وتصل الواحدة منها إلى ثلاث عشرة حلقة أو أكثر، تعرض في تسلسل مستمر وترابط في الحبكة والأحداث، وتنتهي كل حلقة منها بسؤال مجهول ويحتاج إلى إجابة، أو بقمة درامية أو أزمة مثيرة يتم توضيحها وتقديم حلها في الحلقة التالية، وذلك بهدف ربط المشاهد مع أحداث المسلسل، وجذب انتباهه حتى يكون متشوقاً لرؤية الحلقة التالية، ومعرفة ما ستصل إليه الأحداث، وما ستنتهي إليه الأزمة الدرامية؛ لتحقيق أعظم قدر من التأثير في جمهور المشاهدين^(٤).

ومن أمثلة المسلسلات التلفزيونية الدينية التي تحوي جزءاً من تاريخ الأمة وأزهى عصورها مسلسل «محمد رسول الله» الذي يتحدث عن حياة

(١) يحيى بسيوني مصطفى، البدائل الإسلامية لمجالات الترويح المعاصرة، (الإسكندرية، دار المعرفة الجامعية، ١٩٩٠م)، ص ٣٠١.

(٢) محمود فهمي، الفن الإذاعي والتلفزيوني، (القاهرة، مكتبة الأنجلو المصرية، ١٩٨٢م)، ص ٣٩.

(٣) محمد معوض إبراهيم وبركات عبد العزيز، إنتاج البرامج الإذاعية والتلفزيونية، مرجع سابق، ص ٤٩٨.

(٤) المرجع السابق، ص ٤٩٨.

المصطفى ﷺ والمراحل المختلفة التي مر بها وما واجه الرسول ﷺ من صعوبات في أثناء دعوته منذ بدايتها، إضافة إلى وقوف الصحابة معه ونصرتهم له، إضافة إلى مسلسل «الوعد الحق» وجاء في ٣٠ حلقة، وتدور أحداثه حول الأحوال التي كانت عليها جزيرة العرب قبل الإسلام، وما فيها من صراعات وفتن وشرك بالله وعبادة للأوثان، وكيف تبدل هذا الوضع بعد بدء الدعوة الإسلامية وظهور دين الله، وكيف صمد المسلمون أمام مقاومة الكفار لهذا الدين، وتعذيبهم كل من يدخل الإسلام إلى أن استطاعوا بفضل الله تعالى بعد كل هذا أن يُعلوا راية الإسلام، وينشروه في كل مكان.

ومثل هذا المسلسلات الدينية والتاريخية منها على سبيل المثال: مسلسل «الإمام القزويني ابن ماجه» وهو مسلسل يلقي الضوء على حياة الإمام الفقيه محمد بن ماجه، أحد كبار رواة الحديث الشريف، ومراحل تحصيله العلم ونبوغه في علم الحديث والتفسير، وانتقاله من بلد إلى آخر في سبيل تحصيل تلك الغاية. كما يلقي الضوء على الحياة الاجتماعية والثقافية في ذلك الوقت، إضافة إلى مسلسل «أبو حنيفة النعمان» الذي يحكي كذلك قصة الإمام أبو حنيفة وحياته، ومسلسل «الإمام الترمذي» الذي يتطرق إلى حياة الإمام الترمذي وكيف قضى حياته في جمع الأحاديث الصحيحة، وكيف أنه كان ينتقل بين الأمصار الإسلامية لجمع الروايات، والتأكد من صحتها، والتخلص من الموضوع منها، إضافة إلى ذلك يتناول المسلسل جهاد الإمام الترمذي ودفاعه عن الدين الإسلامي، وتصديه لمؤامرات المجوس، ولقاءاته مع الإمامين البخاري ومسلم.

ومن المسلسلات الدينية مسلسل «الإمام سفيان الثوري» الذي تدور أحداثه حول الإمام الثوري ومراحل طلبه للعلم وحبه له، إضافة إلى مواقفه مع الخليفة أبو جعفر المنصور وابنه المهدي، ومن المسلسلات كذلك مسلسل «ابن تيمية شيخ الإسلام» ويحكي سيرة شيخ الإسلام ابن تيمية رحمه الله وخدمته لأئمة ودينه، ووقوفه وتصديه للفرق المنحرفة والرد عليها، إضافة إلى مسلسل «الفتح المبين» الذي تدور أحداثه حول الفتوحات الإسلامية في المشرق والمغرب، بدءاً من سنة ٢٠ للهجرة بعد أن أتم عمرو بن العاص فتح مصر في عهد الخليفة عمر بن

الخطاب والتوسع الإسلامي الذي شهدته الدولة الإسلامية في ذلك الوقت، وهذا ما كان له أثر كبير في انتشار الدعوة إلى الله في أنحاء متفرقة من العالم.

ومن المسلسلات الدينية كذلك مسلسل «عمر بن عبد العزيز»، ومسلسل «هارون الرشيد»، وهي مسلسلات تاريخية ودينية في الوقت نفسه لاحتوائها على القصص والمواقف القيمة، التي تحكي تمسك هذا الجيل بتعاليم الدين، وصلاحيته لكل زمان ومكان، وكيف أن التزام هذا الدين جلب الخير لهذه الأمة عبر الفتوحات العظيمة، التي سطرها قادة الجهاد وعظماء الإسلام، وكذلك مسلسل «صلاح الدين الأيوبي» والذي عرضته قناة اقرأ الفضائية، ويتحدث عن شخصية هذا القائد والمجاهد المسلم الذي وقف في وجه المد الصليبي، ورد الحملات الصليبية على بلاد المسلمين.

ومن المسلسلات كذلك مسلسل «رجال القضاء» الذي كان يعرضه التلفزيون السعودي في بداية عقد الثمانينات الميلادية من القرن الماضي، الذي كان يبرز في كل حلقة من حلقاته شخصية قضائية من قضاة المسلمين في عصر التابعين والسلف الصالح، وأبرز المواقف المهمة التي مرت بها هذه الشخصية في حياتها في أثناء تولي مهنة القضاء، وما تعرضت له من صعوبات.

١١ - الأفلام السينمائية:

هي شكل من أشكال الدراما يتم تصويرها عبر كاميرات سينمائية، وقد يتم عرضها في دور عرض سينمائية أو تحويلها لتلفزيونياً، وتقدم من خلالها قصة أو رواية لأحداث ووقائع، أو تحكي بطولات وأمجاد لشخصية أو مكان ما، بطريقة مشوقة وجذابة من خلال الإمكانيات المتوفرة فيه.

فالفيلم الديني بما يحويه من قصص الجهاد والرسالات التي حملها الرسل والأنبياء، والمواقف التي مرّوا بها في سبيل إعلاء دين الله، إذا ما استثمرت ووظفت التوظيف الأمثل فإنها بلا شك سوف تؤدي إلى التأثير الفعال والإيجابي لدى المشاهدين حيث يرون القدوة والمثل الحسن، كما يمكنها أن تساهم في تصحيح بعض المفاهيم الخاطئة التي انتشرت عن

الإسلام، فلقد كان لبعض الأفلام الدينية تأثير في اعتناق بعض الأجانب للإسلام، وهو ما يؤكد أهمية وضرورة العناية بها كي تكون وسيلة من وسائل الدعوة إلى الله على بصيرة^(١).

وكل هذا مرهون في نظر الباحث بالالتزام بالضوابط الشرعية التي حددها الشرع الحنيف في إنتاج وعرض مثل هذه الأفلام السينمائية الدينية.

١٢ - المسرحيات:

وهي عبارة عن موضوع أو فكرة درامية معينة أيًا كان شكلها أو مضمونها، سواء أكانت قصة أو رواية أو حدث مهم، تحكي واقعاً من الحياة الإنسانية أو من التراث الإنساني يتم تجسيدها على خشبة المسرح من خلال مجموعة من المقاطع والمشاهد التمثيلية المتصلة مع بعضها البعض في وحدة متجانسة ومتراطة يقوم بتنفيذها مجموعة من الممثلين يتم توزيع الأدوار بينهم، ليكونوا هم شخصيات المسرحية. «ومن خلال تلك الشخصيات وعلاقاتها ومعايشتها للحدث المسرحي ينشأ صراع ما بين تلك الشخصيات، هذا الصراع هو ما يميز الحدث المسرحي بما فيه من توتر ودلالات، ويضفي على هذه الشخصيات وجوداً مسرحياً متميزاً عن مثيلاتها في الحياة الواقعية»^(٢).

١٣ - برامج التحقيقات التلفزيونية:

التحقيق التلفزيوني هو عبارة عن تغطية تحريرية مصورة لخبر أو حدث معين يقوم به أحد المذيعين أو المحررين، بتناول موضوع أو مشكلة مهمة تهم الناس، وذلك بكشف الأسباب والظواهر القريبة أو البعيدة التي أدت إلى حدوثه، وربطها بعضها ببعض وتفسيرها للخروج بنتائجها الحالية، وما يترتب

(١) نوال محمد عمر، دور الإعلام الديني في تغير بعض القيم في الأسر الريفية والحضرية، مرجع سابق، ص ١٠٤.

(٢) عبد المجيد شكري، الدراما الإذاعية وفن كتابة وإخراج التمثيلية الإذاعية: دراسة نظرية ونماذج تطبيقية، مرجع سابق، ص ٢١. (بتصرف).

عليها في المستقبل، مستعيناً في ذلك بآراء المتخصصين الذين لديهم دراية عن قرب بالقضية المطروحة، وخبرة وفهم لأبعادها ودلالاتها، مع جواز طرح مقدم التحقيق أو محرره لرأيه أو وجهة نظره أو وجهة نظر الوسيلة التي يعمل بها حيال الموضوع المطروح، وبذلك فإن التحقيق التلفزيوني يعد أكثر من مجرد قصة أو تقرير^(١). وإنما هو نقل للأحداث والقضايا والموضوعات ومعالجتها بشمولية أكثر لتقديم رؤية واضحة في نهايتها يمكن البناء عليها مستقبلاً، أو اتخاذ إجراءات تصحيحية أو تقويمية حيالها.

وللتحقيق التلفزيوني أنواع مختلفة من أبرزها^(٢):

١ - تحقيق المشكلات: وهو يتناول جوانب ومظاهر مهمة للمشكلات المعاصرة خصوصاً تلك التي تتضمن جوانب خافية عن أعين الجماهير، على سبيل المثال قضايا في مجال التعليم، أو في مجال الخدمات الصحية، أو في مجال المواصلات، أو الإسكان، أو السلع والمواد الاستهلاكية، حتى في مجال الثقافة وما يتعلق بها من قضايا الفكر والأدب، وغيرها من الموضوعات المهمة والمتجددة.

٢ - تحقيق الإنجازات: ويهدف هذا النوع من التحقيقات إلى تسليط الضوء على الإنجازات الناجحة التي تحققت سواء في المشروعات الخدمية، أو الإنتاجية، أو في المجالات الدعوية؛ كخدمة الإسلام والمسلمين في أنحاء العالم، سواء كان ذلك على المستوى الحكومي أو على المستوى الشعبي، وتعريف الجماهير بالقائمين على هذه الإنجازات وتقديمهم إلى المجتمع، مثال ذلك تحقيق تلفزيوني عرضته القناة السعودية الأولى، وقناة الإخبارية عن «حصول خادم الحرمين الشريفين الملك عبد الله بن عبد العزيز آل سعود على جائزة الملك فيصل العالمية لخدمة الإسلام».

(١) محمد معوض إبراهيم وبركات عبد العزيز، إنتاج البرامج الإذاعية والتلفزيونية، مرجع سابق، ص ٢٨٠.

(٢) المرجع السابق، صص ٢٩١ - ٢٩٤.

٣ - تحقيق الشخصية: وهو يهتم بالحديث عن شخصية مشهورة وتهتم الرأي العام من خلال التعرف إلى الجوانب المختلفة لحياة هذه الشخصية، والأدوار والمجالات التي قامت بها على مختلف الأصعدة، وطريقة عيشها وما لا يعرفه المشاهدون عنها، مثال ذلك التحقيق التلفزيوني الذي بثته قناة العربية الفضائية تحت عنوان «الملك عبد الله» الذي تطرق إلى مختلف الجوانب المهمة في شخصية الملك عبد الله بن عبد العزيز والأدوار التي قام بها بصفته قائداً عربياً ومسلماً ورئيس دولة من أهم الرؤساء في العالم.

٤ - تحقيق المكان: وهو يقوم على وصف مكان معين وإلقاء الضوء على جوانبه المختلفة وتاريخه وأهميته ومكوناته، وإبراز قيمته ونواحي تميزه. ويصلح عمل هذا النوع من التحقيقات على الأماكن التاريخية والمعالم الأثرية، وعلى المناطق السياحية.

٥ - تحقيق الاستفتاء: وهذا النوع من التحقيق يستهدف معرفة آراء الناس في قضية أو مشكلة مهمة تؤثر في حياتهم سواء في الحاضر أو في المستقبل؛ لخلق رأي عام حولها.

١٤ - المسابقات:

يقوم هذا الشكل البرنامجي على عنصر المشاركة بين المشاهد والشاشة الصغيرة وذلك من خلال أسلوبيين:

الأسلوب الأول: هو إشراك جمهور المشاهدين في المنازل بالإجابة عن الأسئلة المطروحة في البرنامج، وذلك عن طريق اتصالهم بهاتف البرنامج المخصص لاستقبال مكالماتهم، وتلقي إجاباتهم من خلال مقدم البرنامج الذي يقوم بتوجيه الأسئلة إلى المتصلين.

أما الأسلوب الثاني فهو: المسابقة التي تتم داخل الاستديو بحضور المتسابقين وجمهور من المشجعين في بعض الأحيان، الذين يصفون نوعاً من الحماس على الجو العام للمسابقة، وقد تشمل المسابقة على الأسلوبين في

آن واحد من خلال إجراء المسابقة داخل الاستديو بين المتسابقين وإشراك جمهور المنازل في المسابقة، ويؤدي مقدم برامج المسابقات في أحيان كثيرة دور الحكم بين المتسابقين، بتوجيه الأسئلة لهم، وإجراء القرعة، إضافة إلى دوره المهم في ربط فقرات البرنامج حتى تكون وحدة متكاملة ومتجانسة^(١).

وتشهد برامج المسابقات إقبالاً كبيراً بين جمهور المشاهدين وذلك لعنصر الإثارة والحماس الذي تتميز به، إضافة إلى أنها تعد نوعاً من أنواع اختبار ثقافة الإنسان ومدى معرفته واطلاعه على مختلف العلوم والفنون والمعارف الإنسانية المختلفة، سواء أكانت في مجال الثقافة والفكر، أم في مجال العلوم الطبيعية الحديثة التي أنعم الله بها على البشرية.

وبرامج المسابقات الدينية عادة ما تشتمل على أسئلة ومعلومات عن مختلف العلوم والمعارف، إضافة إلى العلوم الشرعية التي تعد المحور الأساس في المسابقات الدينية، ويكثر انتشار هذا النمط من البرامج ومتابعته في شهر رمضان أكثر من غيره، إذ تهتم أغلب المحطات والقنوات الفضائية التلفزيونية على أن يكون حاضراً ضمن قائمة برامجها المقدمة إلى الجمهور؛ لكثرة الإقبال عليه من الجمهور.

١٥ - القوالب الإنشادية:

وهي مواد تهتم بدعوة الناس إلى توثيق الصلة بالله والاعتماد عليه وحب نبيه والتأسي به، والذب عن الإسلام والعمل على رفعته، والحرص على أداء العبادات، وبر الوالدين وصلة الرحم، والدعوة إلى الخصال الكريمة، بطريقة مشوقة وأسلوب جذاب يحبه الكثيرون ويستمتعون بسماعه وترديده.

ويعد هذا الشكل من المواد البرمجية من الأشكال التي تساعد على الرقي بمستوى التذوق الجمالي لدى الجمهور.

(١) سهير جاد وعبد العزيز شرف، البرامج التلفزيونية والإعلام الثقافي، مرجع سابق، ص ٢١٥.

١٦ - المواد الوثائقية والتقارير :

يعتمد هذا الشكل البرامجي على نقل الأحداث وتسجيلها من مواقعها بالصوت والصورة، سواء أكان هذا النقل حياً على الهواء مباشرة أم مسجلاً، وذلك من خلال تقديم صورة صوتية عن حدث معين، أو إنجاز معين، أو الحديث عن معلم حضاري أو حياة شعب من الشعوب، أو أي نشاط بشري آخر.

ويتسم البرنامج التقريري بالموضوعية الكاملة؛ وذلك لأن المذيع يتنقل فيه بنفسه إلى موقع الحدث؛ لنقل صور صوتية عنه، وتسجيل انطباعاته ومرئياته عن ما شاهده وسمعه^(١).

وإضافة إلى ما ذكر فإن هذا الشكل البرامجي يعنى كذلك في جانب من جوانبه بنقل الحقائق المسجلة بأسلوب شيق وجذاب من الحياة ومن الطبيعة بطريقة تحليلية مفسرة، تثير اهتمام المشاهد وتلفت انتباهه، من خلال استخدام أساليب العرض المختلفة وطرائقه، من أفلام ناطقة أو صامتة أو مؤثرات صوتية ومقابلات وتعليق وتقديم مشاهد درامية وغيرها من أساليب العرض المشوقة المستخدمة في مثل هذه البرامج^(٢).

كما تعد تلك البرامج من البرامج المهمة التي تستطيع إبراز عظمة الخالق وبديع صنعه في الكائنات والمخلوقات، من إنسان ونبات وجماد وأرض وسماء وبحار وجبال، من خلال الدعوة إلى التأمل في صنع الخالق ﷻ؛ كعرض أطوار نمو الكائنات الحية، كالإنسان في رحم أمه، وكذا الحيوانات والنباتات ومراحل تشكلها، وسلوك الحيوانات وطريقة عيشها، وتسيير البراكين وقذف حممها، إضافة إلى تشكل الأعاصير وقوتها، وكيفية تكوين السحاب

(١) عبد المجيد شكري، الدراما الإذاعية وفن كتابة وإخراج التمثيلية الإذاعية: دراسة نظرية ونماذج تطبيقية، مرجع سابق، صص ٩٣ - ٩٤.

(٢) سهير جاد وعبد العزيز شرف، البرامج التلفزيونية والإعلام الثقافي، مرجع سابق، صص ٢١٥.

وسقوط الأمطار وخروج البذور والنبات من الأرض، وهو ما لا تستطيع العين المجردة رؤيته وملاحظته، وهو ما يعمق الصلة بالله ويزيد من الإيمان به ويقوي الاعتقاد لدى المسلم بربه، ويبين قدرة الله جل شأنه في مخلوقاته وتدبير أمورها.

كما يمكن استخدام برامج المواد الوثائقية والتقارير في تعليم الناس وتثقيفهم وزيادة وعيهم بأمور دينهم، من خلال عمل برامج خاصة تعنى بتعليم أداء العبادات بصورة صحيحة وعلى أكمل وجه؛ كعمل برامج خاصة مثلاً عن أداء مناسك الحج والعمرة ومختلف أنواع العبادات.

المبحث الثاني

طبيعة برامج الإفتاء

في الفضائيات العربية أهميتها وأهدافها

- المطلب الأول: طبيعة برامج الإفتاء التلفزيونية في الفضائيات العربية.
- المطلب الثاني: أهمية برامج الإفتاء التلفزيونية في الفضائيات العربية.
- المطلب الثالث: أهداف برامج الإفتاء التلفزيونية في الفضائيات العربية.



طبيعة برامج الإفتاء التلفزيونية

أولاً: مفهوم الإفتاء:

يعرّف العلماء مفهوم الإفتاء في اللغة: «بأنه الإبانة، يقال: أفتاه في الأمر إذا أبانه له. وأفتى الرجل في سؤاله إذا أجابه فيه. وتقول: أفتيت فلاناً رؤيا رآها إذا عبرتها له، فالإفتاء إذن لا يكون إلا عن سؤال سائل»^(١)، ومن ذلك قوله تعالى: ﴿يَسْتَفْتُونَكَ قُلِ اللَّهُ يُفْتِيكُمْ فِي الْكَلَالَةِ﴾ [النساء: ١٧٦].

أما الإفتاء في الاصطلاح: فهو عند الفقهاء بمعنى «الإخبار بحكم الله تعالى عن دليل شرعي»^(٢). وزاد بعض العلماء على هذا التعريف بأن «الإفتاء هو الإخبار بحكم الله تعالى باجتهاد، عن دليل شرعي، لمن سأل عنه، في أمر نازل»^(٣).

وليس بالضرورة أن تكون الفتوى في الأمور النازلة بل قد يحتاجها المسلم في مختلف أمور حياته سواء كانت في النوازل أو في غيرها، وفي ضوء ذلك يمكن تعريف الفتوى على أنها: «بيان الحكم الشرعي للمستفتي فيما سأل عنه».

(١) محمد سليمان عبد الله الأشقر، الفتيا ومناهج الإفتاء، (الكويت، الدار السلفية، ١٤٠٨هـ)، ص ١٢.

(٢) أحمد بن حمدان الحراني الحنبلي، صفة الفتوى وآداب المفتي والمستفتي، (بيروت، المكتب الإسلامي، ١٣٨٠هـ)، ص ٤.

(٣) محمد سليمان عبد الله الأشقر، الفتيا ومناهج الإفتاء، مرجع سابق، ص ١٣.

ثانياً: حكم الإفتاء:

لقد أوجب الله تعالى على أهل العلم والدراية في الدين أن يرشدوا الناس ويبينوا لهم أمور دينهم ودنياهم، ويوجهونهم إلى صراط الله المستقيم كما قال تعالى: ﴿وَإِذْ أَخَذَ اللَّهُ مِيثَاقَ الَّذِينَ أُوتُوا الْكِتَابَ لَتُبَيِّنُنَّهُ لِلنَّاسِ وَلَا تَكْتُمُونَهُ فَنَبَذُوهُ وَرَاءَ ظُهُورِهِمْ وَأَشْرَوْا بِهِ ثَمَنًا قَلِيلًا فَبُيِّنَ مَا يَشْتَرُونَ﴾ [آل عمران: ١٨٧]، وقوله سبحانه: ﴿إِنَّ الَّذِينَ يَكْتُمُونَ مَا أَنزَلْنَا مِنَ الْكِتَابِ وَالْهُدَىٰ مِنْ بَعْدِ مَا بَيَّنَّاهُ لِلنَّاسِ فِي الْكِتَابِ أُولَٰئِكَ يَلْعَنُهُمُ اللَّهُ وَيَلْعَنُهُمُ اللَّعِينُونَ﴾ [البقرة: ١٥٩].

والأصل في حكم الإفتاء: أنه فرض كفاية على العالم إذا قام به غيره، أما إن لم يقم به غيره من المؤهلين للإفتاء، وليس في البلد غيره، فحين إذن يصبح الإفتاء عليه واجباً ويتعين عليه إفتاء الناس، وعلى الأمة ممثلة في ولي أمرها تولية من فيهم الكفاية لهذه المهمة^(١). فهي مهمة عظيمة وجليلة لا يجب توليتها إلا لمن كان لديه الكفاءة والدربة والمراس، والمعرفة التامة بأحوال الناس وعاداتهم وسلوكهم وأنماط حياتهم.

ويستحب لمن أنعم الله عليه بنعمة العلم الشرعي والفقه في الدين أن يرفق بطالبه ويحسن إليهم ما أمكنه ذلك، ولا يكتهم علماً تعلمه قد يفيدهم، بل يفيض عليهم بما أفاض الله عليه من علم ودراية وحكمة وحسن تدبر، ويستوصي بهم خيراً، فهم وصية رسول الله ﷺ. فقد روى ابن ماجه بإسناده عن أبي سعيد الخدري عن رسول الله ﷺ قال: «سيأتيكم أقوام يطلبون العلم، فإذا رأيتموهم فقولوا لهم: مرحباً مرحباً بوصية رسول الله ﷺ واقتنؤهم»، قلت للحكم: ما «اقتنؤهم؟»، قال: «عَلِّمُوهُمْ»^(٢).

ولكي يكون المفتي كذلك، فلا بد أن يبذل الجهد والوقت الكافي في تقديم المضامين الدينية والأحكام الشرعية وشرح تطبيقاتها بأسلوب سهل

(١) محمد سليمان عبد الله الأشقر، الفتيا ومناهج الإفتاء، مرجع سابق، ص ٢٣ - ٢٤.

(٢) سنن ابن ماجه، باب الوصاة بطلبية العلم، رقم (٢٤٧)، ج ١، (اسطنبول، دار الدعوة، ١٩٩٢م)، صص ٩٠ - ٩١.

وميسر حتى يسهل على الناس فهمها واستيعابها ومن ثم تطبيقها بشكل صحيح وسليم^(١).

ثالثاً: المفتي سماته ومعايير اختياره، والآداب التي ينبغي أن يتحلّى بها:

يمكن تعريف المفتي وسماته من خلال ما بيّنه العلماء، فقد عرّف ابن القيم رحمته الله المفتي بأنه «الموقّع عن رب الأرض والسموات»^(٢). وذكر الدكتور عبد الحميد ميهوب المفتي بقوله: «المفتي هو الذي يتبعه العامة ويقلّدونه في فتواه ويعد ملاذ الخلائق ومرجعهم في معرفة تفاصيل الحلال والحرام، بما فتح الله عليه بوقوفه على علل الأحكام ومناطها وأسبابها وشروطها، ويعلمه بقواعد الفقه الكلية، ووجه رجوع الفروع إلى أصولها بعد وقوفه على كيفية استخراجها من الأصول وكيفية تفريعها وابتنائها»^(٣).

يقول الإمام ابن القيم مبيّناً مكانة المفتي ومسؤوليته: «وإذا كان منصب التوقيع عن الملوك بالمحل الذي لا ينكر فضله، ولا يجهل قدره، وهو من أعلى المراتب السنيات، فكيف بمنصب التوقيع عن رب الأرض والسموات؟ فحقيق بمن أقيم في هذا المنصب أن يُعد له عدته، وأن يتأهب له أهبته، وأن يعلم قدر المقام الذي أقيم فيه، ولا يكون في صدره حرج من قول الحق والصدع به، فإن الله ناصر وهادي، وكيف وهو المنصب الذي تولاه بنفسه رب الأرباب فقال تعالى: ﴿وَسْتَغْفِرُكَ فِي النِّسَاءِ قُلِ اللَّهُ يُفْتِيكُمْ فِيهِنَّ وَمَا يُتْلَى عَلَيْكُمْ فِي الْكِتَابِ﴾ [النساء: ١٢٧]، وكفى بما تولاه الله تعالى بنفسه شرفاً وجلالة، كما يقول رحمته الله في كتابه: ﴿يَسْتَغْفِرُكَ قُلِ اللَّهُ يُفْتِيكُمْ فِي الْكَلَلَةِ﴾ [النساء: ١٧٦]، وليعلم المفتي عمن ينوب في فتواه وليوقن أنه مسئول غداً

(١) محمد أحمد هاشم، البرامج الدينية في القنوات الفضائية العربية: دراسة تحليلية، مرجع سابق، ص ١٦٤.

(٢) ابن القيم، إعلام الموقعين عن رب العالمين، (لبنان، دار الجيل)، ج ١، ص ١٠.

(٣) عبد الحميد ميهوب عويس، أحكام الإفتاء والاستفتاء، (القاهرة، دار الكتاب الجامعي، ١٤٠٤هـ)، ص ٧ - ٨.

وموقوف بين يدي الله»^(١)، ويبين ﷺ حاجة الناس إلى المفتي وضرورته لهم فيقول: «فقهاء الإسلام، ومن دارت الفتيا على أقوالهم بين الأنام، الذين خصوا باستنباط الأحكام، وعنوا بضبط قواعد الحلال والحرام، فهم بمنزلة النجوم في السماء، بهم يهتدي الحيران في الظلماء، وحاجة الناس إليهم أعظم من حاجتهم إلى الطعام والشراب»^(٢).

١- معايير اختيار المفتي:

هناك مجموعة من المعايير الأساسية في عملية اختيار المفتي، لعل من أبرزها^(٣):

- ١ - يشترط أن يكون المفتي بالغاً، فالبالغ هو الذي يعتمد قوله.
- ٢ - أن يكون عالماً باللغة، فإن الشريعة الإسلامية عربية، وإنما يفهم أصولها من الكتاب والسنة من يعرف اللغة العربية. ولا يشترط أن يكون متخصصاً في اللغة ومتعمقاً فيها، وإنما المهم هنا ما يعين على فهم النصوص الشرعية فهماً صحيحاً لا سيما أن ما يتعلق بمأخذ الشريعة من اللغة محصور مضبوط.
- ٣ - أن يكون عالماً بالقرآن، فإنه أصل الأحكام ومنبع تفاصيل الإسلام.
- ٤ - أن يكون على علم بالسنة، فيستطيع أن يميز بين الصحيح والسقيم، والمقبول والمطعون والمردود.
- ٥ - أن يكون على علم بعلم أصول الفقه، فهو الأصل والعمدة في هذا المجال، وبمقدار استيعاب مسائله وقواعده يستبين مراتب الأدلة والحجج، ويستطيع الترجيح بين الأدلة أو الجمع بينها، وكيفية استنباط الأحكام منها.
- ٦ - أن يكون على علم بالناسخ والمنسوخ وبالتواريخ المتعلقة بكل منهما، التي يجب معرفتها.

(١) ابن القيم، إعلام الموقعين عن رب العالمين، مرجع سابق، ج ١، صص ١٠ - ١١.

(٢) المرجع السابق، ص ٩.

(٣) عبد الحميد ميهوب عويس، أحكام الإفتاء والاستفتاء، مرجع سابق، صص ٨ - ١٣.

٧ - أن يكون على علم تام بالفقه، وذلك بمعرفة الأحكام الثابتة المستقرة الممهدة، فيكون على علم بالأحكام المتفق عليها، والمختلف فيها، وهو ما يقتضي من المفتي أن يكون على علم بمواقع الإجماع، حتى لا يفتي بما يخالف الإجماع، قال الإمام مالك رحمته الله: «لا تجوز الفتيا إلا لمن علم ما اختلف الناس فيه»، وقال يحيى بن سلام: «لا ينبغي لمن لا يعرف الاختلاف أن يفتي».

٨ - يشترط في المفتي أن يكون عدلاً؛ لأن الفاسق وإن أدرك فلا يصلح قوله.

٩ - ومن المعايير جودة القريحة واليقظة وكثرة الإصابة، فلا تصلح فتيا الغبي والمغفل ولا من كثر غلطه، يقول الإمام الشافعي رحمته الله: «لا يحل لأحد أن يفتي في دين الله، إلا رجلاً عارفاً بكتاب الله، بصيراً بحديث رسول الله، بصيراً باللغة الفصحى والشعر الجيد وما يحتاج إليه منهما في فهم الكتاب والسنة، ويكون مع هذا مشرفاً على اختلاف أهل الأمصار، وتكون له قريحة وقادة، فإذا كان هكذا فله أن يفتي في الحلال والحرام، وإذا لم يكن هكذا فليس له أن يفتي»^(١).

١٠ - أن يكون على معرفة بالناس كما ذكر ذلك الإمام ابن القيم بقوله: «معرفة الناس أصل عظيم يحتاج إليه المفتي والحاكم، فإن لم يكن فقيهاً فيه، فقيهاً في الأمر والنهي ثم يطبق أحدهما على الآخر، وإلا كان ما يفسد أكثر مما يصلح، فإنه إذا لم يكن فقيهاً في الأمر، له معرفة بالناس، تصور له الظالم بصورة المظلوم وعكسه، والمحق بصورة المبطل وعكسه، وراج عليه المكر والخداع والاحتيال، وتصور له الزنديق في صورة الصديق، والكاذب في صورة الصادق، ولبس كل مبطل ثوب زور تحتها الإثم والكذب والفجور، وهو لجهله بالناس وأحوالهم وعوائدهم وعرفياتهم لا يميز هذا من هذا، بل ينبغي له أن يكون فقيهاً في معرفة مكر الناس وخداعهم، واحتيالهم وعوائدهم

(١) محمد سليمان عبد الله الأشقر، الفتيا ومناهج الإفتاء، مرجع سابق، صص ٤٢ - ٤٣.

وعرفياتهم، فإن الفتوى تتغير بتغير الزمان والمكان، والعوائد والأحوال، وذلك كله من دين الله»^(١).

ب - الآداب التي ينبغي أن يتحلى بها المفتي:

إن المفتي بموقعه عند المسلمين يعد قدوة وصورة مشرقة بما يحمله من علم وهدى يحتاج إليه الناس، لذا فإن من الواجب على من أنعم الله عليه بهذه المهمة العظيمة أن ينهض بها ويكون على قدر المسؤولية ويصون نفسه عن صفائر الأمور وسفاسفها، من خلال التحلي بمجموعة من الآداب التي تساعده وتعينه على أداء ما أؤتمن عليه من تبليغ العلم وإرشاد الناس وتوجيههم، ولعل من أبرز الآداب التي ينبغي على المفتي التحلي بها:

١ - ينبغي على المفتي أن يحسن سيرته، ويجعل أعماله موافقة للشرعية، ويضبط أقواله بميزان الشرع، فإنه بمنصبه من البيان عن الله يكون قدوة للناس في ما يقول وفيما يفعل^(٢).

لذا فعليه أن يبادر بنفسه أولاً، ويحرص على تطبيق أحكام الدين في أقواله وأعماله وجميع شؤونه؛ حتى تحصل له المصادقية الكبيرة في نفوس الناس، والتأثير المنشود الذي يسعى إلى تحقيقه، فتعم الفائدة ويحصل النفع، وهو الأمر الذي يؤكد كثر من الباحثين في الدراسات الحديثة في هذا المجال^(٣).

٢ - ينبغي للمفتي أن يصلح سريره، ويستحضر النيات الصالحة، من الخلافة عن رسول الله ﷺ في البيان، والوفاء بعهد الله^(٤).

(١) ابن القيم، إعلام الموقعين عن رب العالمين، مرجع سابق، ج ٤، صص ٢٠٤ - ٢٠٥.

(٢) محمد سليمان عبد الله الأشقر، الفتيا ومناهج الإفتاء، المرجع سابق، ص ٩٠.

(٣) سهير صالح إبراهيم، دور القنوات الفضائية الإسلامية في إمداد الجمهور بالثقافة الإسلامية، مرجع سابق، صص ٢٤ - ٢٧.

(٤) محمد سليمان عبد الله الأشقر، الفتيا ومناهج الإفتاء، مرجع سابق، ص ٩٢.

٣ - على العلماء أن يبينوا الحق للناس ولا يكتموا، وإحياء العمل بكتاب الله وسنة نبيه، وإصلاح أحوال الأمة بأحكام الله^(١).

٤ - ينبغي أن يكون المفتي عاملاً بما يفتي به من الخير، لئلا يخالف قوله فعله، فيدخل في مقت الله، كما قال تعالى: ﴿كَبُرَ مَقْتًا عِنْدَ اللَّهِ أَنْ تَقُولُوا مَا لَا تَفْعَلُونَ﴾ [الصف: ٣]. فإن كان المفتي عاملاً بما يفتي به كانت فتياه صالحة صادقة، إذ يتطابق قوله وفعله، ويشهد كل منهما للآخر ويصدق^(٢).

٥ - ومما ينبغي للمفتي مراعاته أن لا يفتي حال انشغال قلبه بغضب، أو رهبة، أو إرهاب، أو شهوة، أو طمع في مصلحة، أو غرض يناله من قبل المستفتي، مما يخرج عن الاعتدال، ولا يفتي كذلك إذا كان في شدة الحزن أو شدة الفرح ونحوهما^(٣).

٦ - كما ينبغي للمفتي أن لا يفتي في المعاملات شخصاً قريباً ممن لا تصح شهادته له، لئلا يكون إفتاؤه بما هو في مصلحة قريبه، ولا يفتي عدواً إن كان الجواب في غير مصلحته؛ لأن عداوته قد تحمله على أن يسيء في المفتي القول^(٤).

٧ - وأيضاً مما ينبغي على المفتي أن يكتم أسرار المستفتين ولا يفشيها، وذلك لقول النبي ﷺ فيما رواه عنه أبو هريرة: «المستشار مؤتمن»^(٥). وذلك أن المستفتي يحتاج إلى معرفة حكم الشريعة في أمر فعله، أو يريد أن يفعله، وقد يضطره ذلك للبحر للمفتي ببعض أسرارها، ولولا الاستفتاء لم يبح بها^(٦).

(١) محمد سليمان عبد الله الأشقر، الفتيا ومناهج الإفتاء، مرجع سابق، ص ٩٢.

(٢) المرجع السابق، ص ٩٣.

(٣) المرجع السابق، ص ٩٤.

(٤) المرجع السابق، ص ٩٥.

(٥) الإمام أبي داود، صحيح سنن المصطفى ﷺ، كتاب الأدب، باب في المشورة، ج ٢، (بيروت، دار الكتاب العربي، بدون تاريخ نشر)، ص ٣٣٣.

(٦) محمد سليمان عبد الله الأشقر، الفتيا ومناهج الإفتاء، مرجع سابق، ص ٩٦.

٨ - كما ينبغي للمفتي أن يحمل الناس على الوسط بين الشدة والرخصة، وهو ما يليق بجمهور الناس، فلا يذهب بهم مذهب الشدة، ولا يميل بهم إلى طرف التفريط والتسهيل^(١)، فإن التوسط هو منهج الرسول ﷺ وصحابته الكرام من بعده، فقد قال عليه الصلاة والسلام لمعاذ بن جبل لما أطال بالناس في الصلاة: «أفتان أنت يا معاذ»^(٢). ومما يدل كذلك على أهمية مراعاة هذا الجانب ما أكدته الدراسات الحديثة في هذا المجال، التي أظهرت أن أفضل أساليب تقديم المضمون الديني إلى الناس هو الترغيب في الدين باللين، والدعوة الحسنى من دون إفراط أو تفريط^(٣).

٩ - ومما ينبغي للمفتي أن يحرص عليه الاهتمام بحسن ملبسه، بحيث يتقيد في ذلك بالتوجيهات الشرعية، مع مراعاة النظافة، وستر العورة، واجتناب لبس الحرير وغيره، فإن تأثير المظهر في عامة الناس لا ينكر^(٤).

١٠ - وعلى المفتي أن يتوجه إلى الله ويدعوه أن يسدد قوله، ويلهمه الصواب، ويصره بالحق، فلا يكله إلى نفسه، ولا يتركه يغتر بعلمه^(٥).

رابعاً: المستفتي وآداب الاستفتاء:

تعريف المستفتي: «هو كل من لم يبلغ درجة المُفتي، فهو فيما يسأل عنه من الأحكام الشرعية مُسْتَفْتٍ مُقْلِدٌ من يُفْتِيه»^(٦).

(١) عبد الحميد ميهوب عويس، أحكام الإفتاء والاستفتاء، مرجع سابق، ص ١١٢ - ١١٣.

(٢) مسند الإمام أحمد، مسند جابر بن عبد الله الأنصاري، رقم (١٤٢٣٩)، (الأردن، بيت الأفكار الدولية، ٢٠٠٣م)، ص ٩٧٣.

(٣) سهير صالح إبراهيم، دور القنوات الفضائية الإسلامية في إمداد الجمهور بالثقافة الإسلامية، مرجع سابق، ص ١٩.

(٤) محمد سليمان عبد الله الأشقر، الفتيا ومناهج الإفتاء، المرجع سابق، ص ٩٠ - ٩١.

(٥) المرجع السابق، ص ٩٥.

(٦) عثمان بن الصلاح الشهرزوري، أدب الفتوى وشروط المفتي وصفة المستفتي =

لذا فالمستفتي هو من يسأل عن حكم شرعي في أي مسألة من المسائل يريد الإجابة عليها من خلال سؤال مفتي مجتهد وفقهه، ونظراً لوجود اختلاف وتباين في مستوى ودرجة الاجتهاد من فرد لآخر، فقد يكون المرء أحياناً مفتياً في مسألة معينة مستفتياً في أخرى، وذلك بحسب علمه وفهمه وتعمقه في مجال معين.

يقول شيخ الإسلام ابن تيمية رحمته الله: «والاجتهاد ليس هو أمراً واحداً لا يقبل التجزؤ والانقسام بل قد يكون الرجل مُجتهداً في فَنٍّ أو باب أو مسألة دون فَنٍّ وباب ومسألة، وكل أحدٍ بحسب وسعِهِ»^(١).

إذن فالاجتهاد حالة تقبل التجزؤ والانقسام، إذ يكون الرجل مجتهداً ومفتياً في نوع من العلم مقلداً في آخر^(٢) كل بحسب علمه وفهمه وإدراكه.

وعلى المستفتي أن يعرف بعض الأمور الواجب عليه معرفتها لعل من أهمها:

أولاً: إذا نزلت بالمستفتي نازلة أو أراد معرفة حكم شرعي في مسألة من المسائل، فإن عليه أن يستفتي ويسأل من وثق وعُرف بعلمه وصلاحه وعدالته وورعه حتى لو بحث عنه، وذلك احتياطاً لدينه واحترازاً لنفسه من الوقوع في المحذور.

إذ لا يجوز للمستفتي سؤال كل من انتصب للعلم والتدريس أو غيره من مناصب العلم لمجرد هذا السبب، إلا من تواتر بين الناس أو استفاض فيهم كونه أهلاً للفتوى^(٣)، عند ذلك جاز للمستفتي استفتاءه.

«قال ابن سيرين: إن هذا العلم دين فليَنظر أحدكم عمن يأخذه. وقال

= وأحكامه وكيفية الفتوى والاستفتاء، (القاهرة، مكتبة الخانجي، ١٩٩٢م)، ص ١٣٥.
(١) خالد حمد الخريف، الفتوى بغير علم وأثرها في الأمة، (الرياض، مكتبة الرشد، ١٤٢٩هـ)، ص ٥٨.

(٢) حسين محمد الملاح، الفتوى نشأتها وتطورها - أصولها وتطبيقاتها، (بيروت، المكتبة العصرية، ٢٠٠١م)، ص ٦٠٠.

(٣) عثمان بن الصلاح الشهرزوري، أدب الفتوى وشروط المفتي وصفة المستفتي وأحكامه وكيفية الفتوى والاستفتاء، مرجع سابق، ص ١٣٥.

يزيد بن هارون: إن العالم حجتك بينك وبين الله تعالى، فانظر من تجعل حجتك بين يدي الله تعالى»^(١).

وهناك بعض الدلائل والعلامات التي يمكن للمستفتي أن يعرف من خلالها أهلية من يستفتيه من أهمها^(٢):

- ١ - أن يراه منتصباً للفتوى بمشهد من أعيان العلماء.
- ٢ - أن يرى إجماع الناس على سؤاله وأخذهم عنه.
- ٣ - أن يتواتر بين الناس أو يستفيض عندهم كونه أهلاً للفتوى.
- ٤ - أن يبدو منه ويظهر عليه سمات الدين والخير والستر.
- ٥ - أن يخبره عدل أو عدلان بأنه أهل للفتوى.

لذا فعلى المستفتي أن يراعي هذا الجانب ويتحرى الدقة في أمور دينه فلا يسأل إلا من وثق وعُرف بعلمه وصلاحه وعدالته وورعه، وشهد له العلماء بذلك، فهذا هو الأولى له والأسلم لدينه.

ثانياً: إذا أراد المستفتي أن يسأل وتعدّد المفتون عنده، «فإن العلماء اتفقوا في البداية على أنه إذا لم يكن في البلد إلا مفت واحد فإنه يجب على العامي سؤاله والرجوع إليه والأخذ بقوله.

واتفقوا كذلك على أنه إذا تعدد من يصلح للإفتاء واستووا في الفضل والعلم، فإنه يخير في سؤال واحد منهم»^(٣).

«أما إذا تعدد من يصلح للإفتاء واختلفوا في الفضل والعلم، فهل يخير في سؤال واحد منهم أو يلزمه أن يجتهد في أعيان المفتين، فللعلماء في ذلك قولين:

(١) أحمد بن علي بن ثابت الخطيب البغدادي، الفقيه والمتفقه، (بيروت، دار الكتب العلمية، ١٩٨٠م)، ج ٢، ص ١٧٨.

(٢) عبد العزيز بن عبد الله الراجحي، التقليد والإفتاء والاستفتاء أحكامها، شروطها، أدلتها، (الرياض، ١٤١٣هـ)، ص ١٢١.

(٣) خالد حمد الخريف، الفتوى بغير علم وأثرها في الأمة، مرجع سابق، ص ٦٣.

القول الأول: أن العامي مخير في سؤال من شاء من العلماء سواء تساوا في الفضل والعلم أو تفاضلوا.

القول الثاني: أن العامي يلزمه الاجتهاد في أعيان المفتين فيبحث عن الأورع والأدين والأعلم فيسأله دون غيره؛ لأن في ذلك احتياطاً لدينه، قياساً على ما لو مرض إنسان وعنده طبيبان فإنه يذهب إلى أحدهما حفظاً لصحته واحتياطاً لها، فالاحتياط للدين أولى^(١).

وقد رجح بعض العلماء القول الأول^(٢)، ورجح آخرون القول الثاني^(٣).

ثالثاً: قد يسأل المستفتي مفتين اثنين في مسألة ويختلف جواب كل منهما، مع اختلافهما في الفضل، فبأي القولين يأخذ^(٤)؟ «اختلف العلماء في هذه المسألة على قولين:

القول الأول: أنه يلزمه الأخذ بقول الأفضل الأعلم والأورع والأدين بعد الاجتهاد في البحث في أعيان المفتين، لأن في ذلك احتياطاً لدينه.

القول الثاني: أنه يتخير في الأخذ بقول من شاء منهما؛ لأن المفضل من أهل الاجتهاد، وزيادة الفضل لا تؤثر.

والراجح والله أعلم هو القول الأول، بأن المستفتي يلزمه الأخذ بقول الأفضل الأعلم والأدين^(٥).

رابعاً: قد يسأل المستفتي مفتين اثنين في مسألة ويختلف جواب كل

(١) عبد العزيز بن عبد الله الراجحي، التقليد والإفتاء والاستفتاء أحكامها، شروطها، أدلتها، مرجع سابق، صص ١٢٤ - ١٢٥.

(٢) المرجع السابق، ص ١٢٥.

(٣) خالد حمد الخريف، الفتوى بغير علم وأثرها في الأمة، مرجع سابق، ص ٦٤.

(٤) الفرق بين هذه المسألة والمسألة التي قبلها، أن هذه المسألة تأتي بعد وقوع السؤال وبعد وقوع الفتوى، أما التي قبلها فتكون قبل السؤال.

(٥) عبد العزيز بن عبد الله الراجحي، التقليد والإفتاء والاستفتاء أحكامها، شروطها، أدلتها، مرجع سابق، صص ١٢٥ - ١٢٨.

منهما، مع تساويهما في الفضل فبأي القولين يأخذ، للعلماء في هذه المسألة ثلاثة أقوال:

القول الأول: أن المستفتي له أن يأخذ بقول من شاء لأنه ليس من أهل الاجتهاد^(١).

القول الثاني: أن المستفتي يأخذ بالقول الأشد لأنه الأحوط^(٢).

القول الثالث: أن المستفتي يأخذ بأخف القولين وأيسر الأمرين^(٣).

والراجع والله أعلم هو القول الأول أن المستفتي له أن يأخذ بقول من شاء منهما^(٤).

خامساً: لا بد أن يطمئن قلب المستفتي قبل الأخذ بالفتوى والعمل بها، إذ لا يجوز أن يعمل المستفتي بالفتوى بمجرد صدورها من المفتي إذا لم يطمئن نفسه أو حاك في صدره شيء من قبولها وتردد بالعمل بها، إذ أن المستفتي يجب عليه أن يستفتي نفسه أولاً لأن في ذلك سلامة لنفسه واحتياطاً لدينه من الوقوع في الزلل والخطأ؛ لأن فتوى المفتي لن تخلصه أمام الله تعالى حيث سيسأل عن ذلك إذا كان يعلم أن الأمر في الباطن بخلاف ما أفناه المفتي^(٥).

سادساً: يجب على المستفتي أن يعلم أنه لا يجوز له تتبع الرخص، وهو: «أن يختار من كل مذهب ما هو أهون عليه، فكلما وجد رخصة في مذهب عمل بها، ولا يعمل بغيرها في ذلك المذهب، فهذا يفسق بتتبع

(١) خالد حمد الخريف، الفتوى بغير علم وأثرها في الأمة، مرجع سابق، ص ٦٦.

(٢) عبد العزيز بن عبد الله الراجحي، التقليد والإفتاء والاستفتاء أحكامها، شروطها، أدلتها، مرجع سابق، ص ١٢٩.

(٣) خالد حمد الخريف، الفتوى بغير علم وأثرها في الأمة، مرجع سابق، ص ٦٦.

(٤) عبد العزيز بن عبد الله الراجحي، التقليد والإفتاء والاستفتاء أحكامها، شروطها، أدلتها، مرجع سابق، ص ١٣٠.

(٥) أحمد علي طه ريان، ضوابط الاجتهاد والفتوى، (القاهرة، دار الوفاء للطباعة والنشر والتوزيع، ١٩٩٥م)، ص ٩٥.

الرخص؛ لأنه لا يقول بإباحة جميع الرخص أحد من علماء المسلمين؛ لأن القائل بالرخصة في هذا المذهب لا يقول بالرخصة الأخرى التي في غيره»^(١).

ولتتبع الرخص مفسد متعددة لعل من أهمها^(٢):

- ١ - أنه يؤدي إلى الانسلاخ من الدين بترك اتباع الدليل إلى اتباع الخلاف.
- ٢ - الاستهانة بالدين، إذ يصير بهذا الاعتبار سيالاً لا ينضبط.
- ٣ - ترك ما هو معلوم بالدليل إلى ما ليس بمعلوم به.
- ٤ - أن تتبع الرخص ميل إلى أهواء النفوس، والشرع جاء بالنهي عن اتباع الهوى.

آداب ينبغي للمستفتي أن يتحلى بها:

هناك مجموعة من الآداب التي ينبغي على المستفتي أن يتحلى بها تجاه المفتي لعل من أبرزها:

- ١ - يجب على المستفتي أن يعرف لأهل العلم فضلهم ومنزلتهم، فيجلهم ويحترمهم ويعرف قدرهم ويتواضع أمامهم، ويلتزم بالآداب الإسلامية معهم، فهم ورثة الأنبياء وخيار الأمة.
- ٢ - أن يتجنب المراء والجدال والسؤال عما لا يقع وما لا ينفع في الدين، كما يكره التعنت في السؤال إلى حد التكلف والتعمق الذي لا فائدة منه، أو أن يظهر من السؤال معارضة للكتاب والسنة بالرأي، كما يكره أن يسأل لأجل التعنت والإفحام وطلبة الغلبة في الخصام، أو يسأله ما تحفظ في كذا وكذا، أو يقول له: أفتاني فلان أو غيرك بكذا وكذا^(٣).

(١) حسين محمد الملاح، الفتوى نشأتها وتطورها - أصولها وتطبيقاتها، مرجع سابق، ص ٦٢٨.

(٢) عبد العزيز بن عبد الله الراجحي، التقليد والإفتاء والاستفتاء أحكامها، شروطها، أدلتها، مرجع سابق، ص ١٣٨ - ١٣٩.

(٣) حسين محمد الملاح، الفتوى نشأتها وتطورها - أصولها وتطبيقاتها، مرجع سابق، ص ٦٣٥ - ٦٣٦.

٣ - على المستفتي أن يتخير الوقت المناسب للاستفتاء، فلا يستفتيه إن رآه في همّ عرض له، أو أمر يحول بينه وبين عقله، ويصده عن استيفاء فكره، فإذا زال ذلك العارض، وعاد المفتي إلى المألوف من سكون القلب، وطيب النفس، فحيثُ يسأله^(١).

٤ - يجب أن نعلم أن المفتي بشر وبالتالي فهو معرض للخطأ والنسيان الذي قد يعتري أي إنسان، لذا فالواجب أن لا ينتقص من حق العالم إذا أخطأ أو نسي وأن لا يستغل ذلك لأجل اللمز فيه أو سبه، وإنما الواجب أن يعرف فضله وفضل العلم الذي يحمله، وأما الرد على الخطأ فيترك لذوي العلم لبيانه مع المحافظة على الأدب وبيان الحق كما أوجبه ديننا الحنيف.

خامساً: طبيعة برامج الإفتاء في الفضائيات العربية ومجالاتها:

١ - طبيعة برامج الإفتاء:

إن طبيعة برامج الإفتاء في القنوات الفضائية العربية تقوم في الأساس على استضافة صفوة من العلماء وطلاب العلم المتخصصين في مجال الشريعة الإسلامية والفقه الإسلامي، يقومون بتقديم المعرفة الدينية المتخصصة في قضايا العبادات والمعاملات، والإجابة عن أسئلة المشاهدين واستفساراتهم، ومناقشة مختلف القضايا المعاصرة التي تهم المجتمع الإسلامي برؤية شرعية مستندة إلى الكتاب والسنة وإجماع العلماء.

لذا فإن برامج الإفتاء هي برامج مخصصة في الأساس في القنوات الفضائية العربية لغرض الإفتاء، ولا تدخل من ضمنها بعض البرامج الدينية التي تبثها القنوات الفضائية التي تأتي بنمط مشابه لبرامج الإفتاء التي قد يستضاف فيها بعض العلماء أو طلاب العلم للحديث عن موضوع معين،

(١) أحمد بن علي بن ثابت الخطيب البغدادي، الفقيه والمتفقه، مرجع سابق، ج ٢، ص ١٧٩.

ويحصل في البرنامج - أحياناً - أن تأتي اتصالات وأسئلة من قبل الجمهور يسأل فيها عن بعض المسائل والأحكام الشرعية، التي لا تدخل ضمن طبيعة موضوع أو هدف البرنامج، والتي قد يجاب عنها أحياناً فتأتي فيها الفتوى بشكل عرضي، فهذه البرامج وإن احتوت - في بعض الأحيان - على إجابات وفتاوى لأسئلة المتصلين عن بعض المسائل الشرعية إلا أنها لا تعد من برامج الإفتاء؛ لأن طبيعتها وأهدافها تختلف عن برامج الإفتاء المخصصة لهذا الغرض، التي يكون كل وقتها مخصصاً للفتوى، ولا تأتي الفتوى فيها بشكل عرضي.

ب - مجالات الإفتاء:

مجالات الإفتاء تكون كما حددها العلماء في الأحكام الاعتقادية، وفي الأحكام الأصولية، وكذلك في الأحكام الفرعية التكليفية. فالإفتاء يكون في كل ما هو مطلوب من الله سبحانه على عباده المؤمنين، أو في فيما وضعه لهم جل شأنه. ذلك أن مهمة الإفتاء مهمة عظيمة ومسؤولية كبيرة، بما تحمله من وجوب الإخبار والتبليغ بأحكام الشريعة وتطبيقها.

فأما الإفتاء في الأحكام الأصولية فيكون كالإفتاء بوجوب الكف عند كل نهى، ووجوب طاعة الأمر حسب الطاقة، وإفتاء الولي أن أحكام التكليف لا تلزم الصبي، وأن عمل الخلفاء الراشدين سنة وغيرها من مسائل الأصول^(١).

وأما الإفتاء في المسائل الاعتقادية فيفصل فيه بما فصل فيه الشارع ويجمل فيه بما أجمل فيه الشارع.

وأما الإفتاء في الأحكام التكليفية فيكون كالإفتاء في أحكام العبادات والمعاملات، ففي العبادات كالإفتاء في أحكام الصلاة وواجباتها وأركانها، وأحكام الوضوء وما يتعلق بالطهارة، والزكاة ومشروعيتها ومكانتها وما يترتب عليها من حقوق وواجبات تجاه الغير، وبيان أصناف المستحقين لها، ووجوب

(١) محمد سليمان عبد الله الأشقر، الفتيا ومناهج الإفتاء، مرجع سابق، ص ٣٥ - ٣٧.

صوم رمضان ووقته وأحكامه، وحكم من أفطر فيه، إضافة إلى الإفتاء في الحج وما يجب فيه، وبيان شروطه وفضله، ومواقيت الحج، وكيفية الإحرام ومحظوراته وما يتعلق به من أحكام الهدي والأضحية، وغير ذلك من أحكام العبادات الأخرى^(١).

وأما الإفتاء في أحكام المعاملات، فكالإفتاء في أحكام البيوع وبيان شروطه والبيوع المنهي عنها، وأحكام القرض والرهن والضمان والحوالة والوكالة، إضافة إلى الإفتاء في أحكام الشراكة وبيان أنواع الشركات، وأحكام الوصايا، والموارث وما يترتب عليها وبيان الورثة، وأحكام النكاح وشروطه والخطبة والمحرمات في النكاح، والإفتاء في أحكام الطلاق وما يترتب عليه والعدة، إضافة إلى الإفتاء في النذور وكفارة اليمين^(٢). إضافة إلى قضايا الأسهم والمعاملات البنكية والمالية المتعددة، وقضايا المساهمات العقارية، وغيرها من أمور وقضايا مستجدة تطرأ على المجتمعات الإسلامية في وقتنا الحاضر، وتحتاج إلى الإفتاء فيها، وبيان حكمها وما يترتب عليها.

(١) صالح بن فوزان الفوزان، الملخص الفقهي، ج ١، (الدمام، دار ابن الجوزي، ١٩٩٩م)، صص ٣٣١ - ٣٣٤.

(٢) المرجع السابق، ج ٢، صص ٥٣٣ - ٥٣٨.



أهمية برامج الإفتاء التلفزيونية في الفضائيات العربية

أولاً: أهمية الفتوى وبرامج الإفتاء وأسباب الاختلاف في الفتوى:

تأتي أهمية برامج الإفتاء في القنوات الفضائية ودورها المهم في المجتمع، من أهمية الفتوى وحاجة الناس لها في كل زمان ومكان، فمهمة الفتوى مهمة عظيمة وجليلة تكفل الله سبحانه بعنايتها ورعايتها وأسندها إلى ذاته سبحانه كما سبقت الإشارة إلى ذلك، حيث قال جل شأنه: ﴿قُلِ اللَّهُ يُفْتِيكُمْ فِي الْكَلَالَةِ﴾ [النساء: ١٧٦]، وقال سبحانه: ﴿قُلِ اللَّهُ يُفْتِيكُمْ فِيهِنَّ﴾ [النساء: ١٢٧].

وجعل الله له خلفاء في الأرض يأمرون بشرعه ويطبقون أحكامه ويفتون في دينه، فكان أول من حمل هذه المهمة العظيمة مهمة الإفتاء هو رسول الله ﷺ، فأصبح بمنزلة الموقع عن رب العالمين، فقام بها خير قيام من بيان وتبصرة ودعوة إلى الله بين خلقه، يقول الإمام ابن القيم رحمه الله: «وأول من قام بهذا المنصب الشريف سيد المرسلين وإمام المتقين، وخاتم النبيين، عبد الله ورسوله، وأمينه على وحيه، وسفيره بينه وبين عباده، فكان يفتي عن الله بوحيه المبين، وكان كما قال له أحكم الحاكمين: ﴿قُلْ مَا أَسْأَلُكُمْ عَلَيْهِ مِنْ أَجْرٍ وَمَا أَنَا مِنَ الْمُكَلَّفِينَ﴾ [ص: ٨٦]، فكانت فتاويه ﷺ جوامع الأحكام، ومشملة على فصل الخطاب، وهي في وجوب اتباعها وتحكيمها والتحاكم إليها ثانية الكتاب، وليس لأحد من المسلمين العدول عنها ما وجد إليها سبيلاً، وقد أمر الله عباده بالرد إليها حيث يقول: ﴿فَإِنْ نَزَعْتُمْ فِي شَيْءٍ فَرُدُّوهُ إِلَى اللَّهِ وَالرَّسُولِ إِنْ كُنْتُمْ تُؤْمِنُونَ بِاللَّهِ وَالْيَوْمِ الْآخِرِ ذَلِكَ خَيْرٌ

وَأَحْسَنُ تَأْوِيلًا» [النساء: ٥٩]^(١)، وجاء من بعده صحابته رضوان الله عليهم أجمعين فورثوا المهمة في بلاغ الناس وإخبارهم وبيان الحق لهم فيما يشكل عليهم من أمور دينهم ودنياهم، ونهض من بعدهم السلف الصالح من التابعين وتابع التابعين والعلماء الراسخين فأقاموا مجالس العلم وحلق الذكر والفتوى فعلموا الناس ووجهوهم ونفع الله بهم خلقاً كثيراً، وعم خيرهم أرجاء الأرض، وما زال إلى يومنا الحاضر، قال الله تعالى في كتابه العزيز مبيناً أهمية سؤال أهل العلم: ﴿فَسْأَلُوا أَهْلَ الذِّكْرِ إِنْ كُنْتُمْ لَا تَعْلَمُونَ﴾ [النحل: ٤٣].

والفتوى تستمد أهميتها من دورها الحيوي والأساسي في حياة الناس، ذلك أن إقامة شعائر الدين، وتحقيق أحكام الشرع والامتثال لها، وطاعة الله واجتناب ما نهى عنه، يعتمد في الأساس على مدى صحة الفتوى وصوابها، فالناس يحتاجون دائماً إلى من يعرفهم بالشرع، ويدلهم عليه، ويبين لهم حلاله وحرامه وبدائله المشروعة المباحة، وهذا لا يتيسر إلا بوجود العلماء الربانيين العارفين في الدين المتفقهين فيه^(٢).

ولذا فإن المجتمع الإسلامي بحاجة ماسة إلى من يقوم فيه بمهمة الإفتاء من العلماء الربانيين، وإلى من يتصدى لها بحيث يجيب عن أسئلة الناس واستفتاءاتهم، ويبين لهم ويعلمهم أحكام الله في عباداتهم ومعاملاتهم وسائر شؤون حياتهم، ومن دون أن يحصل ذلك بالقدر الكافي فإن ثمة مشكلات كبيرة ستنشأ داخل هذا المجتمع، إذ سيذهب الناس إلى جهال فيفتونهم بغير علم ولا هدى، فيسيحون لهم الحرام ويحرّمون عليهم الحلال، ويحصل بذلك الخلط الكثير فلا يعلم الناس أين يذهبون وبمن يأخذون، فيقع التخطي في الدين ويخوض في الشريعة ويفتي فيها من ليس أهلاً لها، فيقعون في المعاصي والآثام ويرتكبون المحاذير الشرعية من حيث لا

(١) ابن القيم، إعلام الموقعين عن رب العالمين، مرجع سابق، ج ١، ص ١١.

(٢) لجنة الحمصي، تاريخ الفتوى في الإسلام وأحكامها الشرعية، (دمشق، دار الرشيد، ١٤١٧هـ)، ص ٣٩.

يشعرون وهم يحسبون أنهم يحسنون صنعا، ولذا فإن مكانة هؤلاء الذين يتصدون للفتوى في الأمة والمجتمع كبيرة وعظيمة، قال تعالى: ﴿فَلَوْلَا نَفَرَ مِن كُلِّ فِرْقَةٍ مِّنْهُمْ طَائِفَةٌ لِّيَتَفَقَّهُوا فِي الدِّينِ وَلِيُنذِرُوا قَوْمَهُمْ إِذَا رَجَعُوا إِلَيْهِمْ لَعَلَّهُمْ يَحْذَرُونَ﴾ [التوبة: ١٢٢].

وإذا كان الناس بحاجة إلى كل ما ينفعهم في دنياهم من أمور الطب والتقنية والعلم الحديث، وكل ما توصلت إليه البشرية من جوانب حضارية ومادية، فإنهم كذلك بأمس الحاجة في كل وقت إلى الإفتاء وإلى المعرفة الدينية الصحيحة القائمة على كتاب الله، وسُنَّة نبيه، ومنهج السلف الصالح رضوان الله عليهم.

والواقع أن برامج الإفتاء بما تحتويه من مضامين دينية متنوعة في شتى مجالات العلوم الشرعية تساعد المسلم على زيادة وعيه بدينه، وتعميق صلته بربه وخالقه، وتنمية ثقافته الدينية بأسلوب جذاب وممتع يتسم بالبساطة والتنوع. كما أنها تساهم في الوقت ذاته مساهمة فاعلة وإيجابية في إعداده إعداداً صحيحاً وسليماً وفق رؤية منهجية إسلامية واضحة^(١). وهي كما يصفها أحد المتخصصين بالعلوم الشرعية: «بأنها أصبحت في الآونة الأخيرة صاحبة القدر المعلى، والأوسع انتشاراً، والأكثر قبولاً لما فيها من مميزات كثيرة، فهي تكفي المستفتي عناء الانتظار والارتقاب، كما تتيح له في الوقت نفسه أن يختار بنفسه العالم الذي يريد أن يطرح عليه أسئلته»^(٢)، وهو ما جعل القنوات الفضائية العربية تتنافس على بث مثل هذه البرامج الإعلامية التي تلقى قبولاً وانتشاراً واسعاً في العالم العربي والإسلامي، إذ يشير بعضهم إلى أن برامج

(١) صالح السيد عراقي، أساليب تطوير الخطاب الديني في القنوات الفضائية العربية، دراسة على عينة من الخبراء والقائمين بالاتصال في تلك القنوات، بحث مقدم ضمن المؤتمر العلمي السنوي الثاني عشر «الإعلام وتحديث المجتمعات العربية»، ٢ - ٤ مايو/أيار ٢٠٠٦م، ص ١٢١٩.

(٢) فريد عبد العزيز الزامل السليم، الفتوى والاستفتاء في البرامج الإعلامية المباشرة، (الرياض، مكتبة الرشد، ١٤٢٦هـ)، صص ١٢ - ١٣.

الإفتاء هي أكثر البرامج التلفزيونية قبولاً وإقبالاً^(١).

فقد توصلت كثير من الدراسات - التي أجريت في مجال مشاهدة الفضائيات العربية، والبرامج المفضلة لدى الجمهور - إلى أن المواد والبرامج الدينية، ومن أبرزها برامج الإفتاء، من أهم البرامج والأكثر مشاهدة ومتابعة في الفضائيات العربية، إذ إنها تأتي في مقدمة أولويات البرامج الأكثر تفضيلاً لدى المشاهد العربي^(٢). ويؤكد ذلك مدير عام قناة اقرأ الفضائية جاسم المطوع الذي يرى أن برامج الإفتاء أصبحت ذات سرعة عالية في الانتشار بين المشاهدين والمتلقين، فهي موجودة في مختلف الفضائيات، وأن الإقبال والمتابعة لها أصبح كبيراً لدى عموم المسلمين^(٣).

لذا فإنه ومن المنطلق ذاته فعلى وسائل الإعلام العربية وبرامج الإفتاء فيها استغلال ذلك الانتشار الواسع والناجح الملحوظ في العمل على «تحقيق الخصوصية الثقافية لمجتمعاتنا العربية المسلمة عبر استراتيجيات واضحة تكفل قدراً من الإيجابية الفاعلة والمؤثرة في ظل العولمة الحالية التي تؤذن بدوبان كثير من الخصوصيات الثقافية للمجتمعات العالمية، وهيمنة ثقافة عالمية واحدة»^(٤)، من خلال تقديم المعرفة الدينية الصحيحة التي تسهم وبشكل فاعل في النهوض بمجتمعاتنا الإسلامية نحو التقدم والرفق الفكري والحضاري الذي يعد الأساس في بناء الإنسان وتطور حياته.

ولهذا فإن ثمة من يرى أن برامج الإفتاء المباشرة في القنوات الفضائية

(١) سلمان بن فهد العودة، الفتوى المعاصرة، المصدر: موقع الإسلام اليوم على شبكة الإنترنت www.islamtoday.net، ١٤٢٧/٨/٢٤هـ.

(٢) محمد أحمد هاشم، البرامج الدينية في القنوات الفضائية العربية، دراسة تحليلية، مرجع سابق، ص ٥٩.

(٣) الفتوى أعم من الحكم، دولة الكويت، المصدر: موقع البوابة الإسلامية - الموقع الرسمي لوزارة الأوقاف والشئون الإسلامية على شبكة الإنترنت.

(٤) مساعد بن عبد الله المحيا، حارس البوابة في وسائلنا الإعلامية.. والممارسة الانتقائية، مجلة الدعوة، العدد ١٧٢٠، ٢٤ شعبان ١٤٢٠هـ، ص ١٩.

العربية قد جاءت بنفع عظيم للناس، فقد أتاحت الفرصة للعلماء لكي يستفيد الناس بعلمهم وفهمهم، فهي أحد متغيرات العصر الحديث ومنجزاته، لذا ينبغي استغلالها والانتفاع بها، كما يجب على العلماء أن يبادروا إلى المشاركة فيها وأن لا يتركوا المجال لغيرهم من العابثين وغير المتخصصين الذين لا يملكون آلة الإفتاء، ولا تتوافر فيهم شروطه ليدخلوا في هذه البرامج^(١). خصوصاً من المفتين الجدد الذين يعيشون عصر الانفتاح الإعلامي بكل وسائله، والذين يرون في الظهور على شاشات الفضائيات فرصة لهم للشهرة وتحقيق مكاسب سريعة، فلا يتحرجون من طرح فتاوى غريبة تزرع الفتنة وتثير البلبلة في صفوف المجتمع المسلم، وهمهم الأول لفت الأنظار إليهم^(٢).

إن عدم إدراك واستشعار خطورة أمر التصدي للإفتاء في القنوات الفضائية العربية من قبل العاملين في هذا المجال والتأهيل الجيد له قبل الظهور على شاشات التلفزيون سيحدث بلا شك خللاً واضحاً وقصوراً في فهم كثير من المضامين الشرعية وتطبيقاتها العملية، ما يؤثر سلباً على المشاهد العربي ويجعله غير قادر على تمييز الصحيح من غيره.

وحتى نضمن عدم حصول الفوضى في الفتاوى المباشرة المقدمة عبر هذه البرامج فلا بد أولاً من الاتفاق على وضع ميثاق عام بشأن مهمة الإفتاء ينظم حركتها ويرشدها بما ينسجم مع أهمية هذا العمل الجليل ودوره في توحيد الأمة، إضافة إلى التحديد الدقيق والواضح للمصطلحات والتعريفات الشرعية وأوجه دلالاتها؛ لإزالة اللبس الحاصل بشأنها لدى بعض الناس^(٣). وأن يختار لهذه البرامج العلماء الأكفاء الذين لديهم القدرة على فهم الواقع

(١) سلمان بن فهد العودة، الفتوى المباشرة، (جريدة الجزيرة، العدد ١٢٧٠٨، ١/٧/١٤٢٨هـ).

(٢) أيمن حامد، الفتاوى الغربية من المسؤول عنها؟، جريدة الشرق الأوسط، العدد ١٠٤١٨، تاريخ ٦/٧/٢٠٠٧م.

(٣) فهد بن سعد الجهنني، الفتوى وأثرها في حماية المعتقد وتحقيق الوسطية، سلسلة بحوث علمية محكمة رقم ٢١، (الدام، دار ابن الجوزي، ١٤٢٨هـ)، ص ٧١.

وقراءة العصر ومتغيراته، إضافة إلى ما يجب أن يتمتعوا به من علم وفقه وإدراك^(١).

ذلك أن المفتي يعد أهم عناصر النجاح التي يقوم عليها برنامج الإفتاء، فإذا لم تتوافر فيه المؤهلات المطلوبة للقيام بهذه المسؤولية من فقه في الدين، وعلم بأحوال الناس والمجتمع، إضافة إلى كسب ثقة الجمهور ودخول قلوبهم، فلن يحقق البرنامج الهدف المرجو منه، ومن جانب آخر فإن مقدم برنامج الإفتاء يعد ممن يقع على عاتقه مسؤولية كبيرة في هذا الشأن، فهو حلقة الوصل بين المفتي والمشاهدين، وبذلك فهو المسؤول عن إدارة دفة الحوار وفي طرح الأسئلة وترتيبها حسب الأولوية أو استبعاد ما يراه هو أو المفتي من الأسئلة التي تقل فائدتها أو تثير المشكلات، إضافة إلى القضايا التي تبعد البرنامج عن إطاره العام، كما أن على مقدم البرنامج مسؤولية في اختيار الضيوف الذين يصلحون لهذه البرامج واستقطابهم له، فليس كل عالم أو طالب علم يصلح لأن يخرج على التلفزيون ويتحدث إلى الناس من خلاله؛ لأن بعضاً منهم قد يفتقد الحس الإعلامي، وكيفية التعامل مع الكاميرا والاستديو، ومن المهم مع هذا كله أن يكون مقدم البرنامج من ذوي العلم الشرعي، ومن المتخصصين فيه حتى يكون على فهم ودراية عميقة بما يطرح من موضوعات وقضايا متنوعة، إضافة إلى أن يكون ممن يمتلكون النضج والإدراك وتقدير المصالح العليا للبلاد والبعد عن العاطفة في المواقف؛ لأن هذا أدعى إلى قبول البرنامج ونجاحه لدى المشاهدين على مدى طويل.

ذلك أن مزيداً من العناية بهذه البرامج من خلال اختيار الكفاءات الجيدة المتخصصة والتميزة في الإعداد والتقديم وحتى الإخراج، واختيار الموضوعات الأكثر حاجة وأهمية ومواءمة، واختيار المقدمين والمشاركين الذين يجمعون بين الفهم العام والكافي في العلوم الشرعية والقضايا التي

(١) يوسف القرضاوي، الإعلام وفوضى الفتاوى، برنامج الشريعة والحياة، المصدر:

يحتاج إليها الناس، إضافة إلى تمتعهم بالقبول لدى الجمهور سيجعل لهذه البرامج قبولاً واسعاً، وستحظى بإقبال كبير لدى قطاع عريض من المجتمع الإسلامي^(١).

ولكي تقوم برامج الإفتاء التلفزيونية بدورها في خدمة المجتمعات الإسلامية فلا بد من اتخاذ مجموعة من الخطوات لعل من أبرزها^(٢):

١ - اختيار المفتين من ذوي الخبرة والكفاية والمصداقية، للإفتاء من خلال الفضائيات^(٣).

٢ - دعوة معدي ومقدمي برامج الإفتاء، إلى ضرورة الاستعانة بعلماء الشرع الموثوقين والمتخصصين بالفكر الإسلامي وقضايا ومساائل المتعددة للإشراف على برامجهم، وعدم فتح الباب أمام غير المؤهلين للعبث بها تحقيقاً للتعاون المثمر بين الجهات العلمية والجهات الإعلامية^(٤).

٣ - حث المفتين في برامج الإفتاء الفضائية على تدعيم فتاواهم بقرارات المرجعيات الشرعية المعتمدة.

٤ - حث المجامع الفقهية ومؤسسات الإفتاء بأنواعها على الاستفادة من وسائل الإعلام الحديثة في نشر الفتوى.

٥ - تأسيس جهاز إشرافي ورقابي خاص بالإفتاء مكون من ممثلي وسائل الإعلام وممثلين عن المجامع الفقهية يهتم بـ:

أ - تحديد معايير وضوابط الإفتاء.

(١) مساعد بن عبد الله المحيا، القنوات الفضائية ميدان رحب يغيب عنه الدعاة، مجلة الدعوة، العدد ١٧٢٣، ٢٤ ذو القعدة ١٤٢٠هـ، ص ١٩.

(٢) مؤتمر منهجية الإفتاء في عالم مفتوح.. الواقع المائل، والأمل المرتجى، (الكويت، المركز العالمي للوسطية، ٩ - ١١/٥/١٤٢٨هـ)، المصدر: على شبكة الإنترنت

www.islamacademy.net.

(٣) سهير صالح إبراهيم، دور القنوات الفضائية الإسلامية في إمداد الجمهور بالثقافة الدينية، مرجع سابق، ص ٤٣.

(٤) المرجع سابق، ص ٤٤.

ب - إبراز الآثار الإيجابية للفتوى المباشرة على الفضائيات لسكان البلاد التي
ينعدم فيها الفقهاء.

ت - متابعة الفتاوى الصادرة عن القنوات الفضائية ومراجعتها.

ث - الدعوة إلى عقد مؤتمرات وندوات تتعلق بمجال الإفتاء يشارك فيها
المفتون وأصحاب المحطات الفضائية، للوقوف على منهجية محددة
للإفتاء عبر القنوات الفضائية والالتزام بها.

ويجب أن ندرك في الوقت نفسه أن الفتاوى في برامج الإفتاء وميدان
الإفتاء بشكل عام يقع فيها اختلاف بين العلماء في كل زمان ومكان، كما أن
الفتاوى تتغير وتتبدل بحسب وجود موجبات تغييرها، وليس هذا بغريب
فالاختلاف يبقى رحمة للمؤمنين وغير مذموم إذا كان في حدود مقتضى الأدلة
الشرعية، واختلاف العلماء في الفتوى عندما يكون نتاج بحث واجتهاد ورأي
وفكر عميقين للوصول إلى الحكم الشرعي، فإنه يبقى محموداً ومقبولاً.

«كما أن اختلاف الفتاوى سُنَّة طبيعية لحفظ التوازن، وللتوسعة على
الأمة، ومراعاة حاجاتها، وطبائع المفتين تختلف بين اللين والشدّة، كما أن
بيئاتهم وخلفياتهم المعرفية وظروفهم وأعرافهم وتقاليدهم تتفاوت، ومن ثم فإن
هناك من المفتين من اعتاد على بيئته فأصبحت رؤيته وفتواه ترتبط بهذه البيئة؛
وبما أن كل بلد إسلامي له وضع مختلف من الجو والثقافة والتربية، أو من
حيث قربها من المحافظة أو بعدها، فإن من الطبيعي أن تختلف هذه الفتاوى
خصوصاً أن ثمة أثراً واضحاً للمذاهب الفقهية في طبيعة الفتوى، وهي مذاهب
نشأت في عواصم إسلامية مختلفة من أهل العراق وأهل الشام وأهل الحجاز
بين أهل الحديث وأهل الرأي، وكل ذلك تراث زاخر يفتح باباً رحباً لتقديم
الفتوى المعاصرة بشكل يتحدث بلغة عالمية تليق بهذا الاتصال السريع الذي
ينقل كل شيء من دون مشورة أو إذن»^(١).

(١) سلمان بن فهد العودة، الفتوى المعاصرة، مرجع سابق.

ويعود سبب الاختلاف في الفتوى بين العلماء إلى عدة أسباب لعل من أبرزها:

السبب الأول: أن يكون الدليل لم يبلغ المخالف الذي أخطأ في حكمه:

ومن ذلك ما ثبت في صحيح البخاري عندما سافر عمر بن الخطاب إلى الشام، وسمع في أثناء الطريق إليها أن فيها وباء الطاعون، فوقف وأخذ يستشير الصحابة واختلفوا على رأيين.. وكان الأرجح القول بالرجوع، وفي أثناء المشاورة جاء عبد الرحمن بن عوف وكان غائباً في حاجة له، فقال: إن عندي من ذلك علماً، سمعت عن رسول الله ﷺ يقول: «إذا سمعتم به بأرض فلا تقدموا عليها، وإذا وقع بأرض وأنتم بها فلا تخرجوا فراراً منه»^(١)، فيتبين من ذلك أن هذا الحكم كان خافياً على كبار الصحابة حتى أخبرهم به عبد الرحمن بن عوف^(٢). ويعد هذا السبب الغالب والرئيس في وقوع الاختلاف بين الفقهاء في فروع الشريعة؛ وذلك لأن الإحاطة بحديث الرسول ﷺ لم تكن لأحد من الأئمة سلفاً ولا خلفاً؛ وذلك لأن أصحاب رسول الله ﷺ لم يكونوا على درجة واحدة في رواية سنة رسول الله ﷺ مع أنهم لا يكادون يفارقون الرسول ﷺ إلا قليلاً، ومع هذا فإنهم كانوا على درجات متفاوتة حتى إن بعضهم لم يرو سوى حديث أو حديثين^(٣).

قال شيخ الإسلام ابن تيمية رحمه الله تعالى: «فمن اعتقد أن كل حديث صحيح قد بلغ كل واحد من الأئمة أو إماماً معيناً، فهو مخطئ خطأ فاحشاً قبيحاً، ولا يقولن قائل: إن الأحاديث قد دونت وجمعت فخفاؤها والحال هذه بعيدة؛ لأن الدواوين المشهورة في السنن، إنما جمعت بعد انقراض

(١) صحيح البخاري، كتاب الطب، رقم (٥٧٢٩)، ج ٤، (بيروت، دار الكتب العلمية، ١٩٩٢م)، صص ٢٧ - ٢٨.

(٢) محمد بن صالح العثيمين، الخلاف بين العلماء أسبابه وموقفنا منه، (الرياض، مدار الوطن، ١٤٢٨هـ)، صص ٩ - ١١.

(٣) أحمد محمد عمر الأنصاري، آثار اختلاف الفقهاء في الشريعة، (الرياض، مكتبة الرشد ١٤١٦هـ)، ص ٢٥.

الأئمة المتبوعين رحمهم الله، ومع هذا فلا يجوز أن يدعى انحصار حديث رسول الله ﷺ في دواوين معينة..»^(١).

السبب الثاني: اختلاف القراءات القرآنية:

إن اختلاف القراءات القرآنية المتواترة أو الشاذة كان من الأسباب التي أدت بالأئمة إلى الاختلاف في بعض فروع الشريعة، حيث أخذ بعض الفقهاء بقراءة من القراءات واختاروا حكماً معيناً عليها، يقابله أخذ غيرهم من الفقهاء بقراءة أخرى يغيّر منطوقها منطوق تلك القراءة، كما أن من الأئمة من يرى الأخذ بالقراءة الشاذة ويبني عليها أحكاماً قد تخالف الأحكام التي يصل إليها من لا يرى القراءة الشاذة حجة شرعية^(٢).

السبب الثالث: أن يكون الحديث قد بلغ الرجل ولكنه لم يثق بناقله، ورأى أنه مخالف لما هو أقوى منه، فأخذ بما يراه أقوى منه.

وذلك كفعل عمر رضي الله عنه في خبر فاطمة بنت قيس عندما طلقها زوجها ثلاث تطليقات، وأرسل إليها بشعر نفقة لها مدة العدة، ولكنها أبت أن تأخذه؛ لأن النبي ﷺ أخبرها: أنه لا نفقة لها ولا سكنى؛ لأنها بانّت من زوجها، فقد كان عمر يرى أن لها النفقة والسكنى وكان يقول: أنترك قول ربنا لقول امرأة لا ندري أذكرت أم نسيت؟ وهذا معناه أنه لم يطمئن إلى هذا الدليل، فبالرغم من فضله وعلمه رضي الله عنه فقد خفيت عنه هذه السنّة^(٣).

السبب الرابع: أن يكون الحديث بلغه ولكنه نسيه:

إذ من الطبيعي أن ينسى المرء شيئاً مما سمعه أو قرأه، وليس ذلك بعيب

(١) الشيخ تقي الدين أحمد ابن تيمية، رفع الملام عن الأئمة الأعلام، (بغداد، مكتبة القدس)، ص ١١ - ١٢.

(٢) أحمد محمد عمر الأنصاري، أثار اختلاف الفقهاء في الشريعة، مرجع سابق، ص ٢٠ - ٣٦.

(٣) محمد بن صالح العثيمين، الخلاف بين العلماء أسبابه وموقفنا منه، مرجع سابق، ص ١٣ - ١٤.

ما لم يصبح ظاهرة لديه، وكم من صحابي أو تابعي أو عالم نسي حديثاً أو آية، وقد حصل هذا لعمار بن ياسر وعمر بن الخطاب رضي الله عنهما عندما أرسلهما الرسول ﷺ في حاجة، فأجنبنا جميعاً فقام عمار وتمرغ في التراب كما تمرغ الدابة، لأجل أن يشمل جميع بدنه؛ لأنه كان يرى أن طهارة التراب كطهارة الماء، وقام وصلى، أما عمر رضي الله عنه فلم يصل.. وذكرنا ذلك للرسول ﷺ فأرشدتهما إلى الصواب، وقال: «إنما كان يكفيك هكذا»^(١) فضرب النبي ﷺ بكفيه الأرض ونفخ فيهما، ثم مسح بهما وجهه وكفيه. ولكن عمر دعا عمار رضي الله عنه ذات يوم وقال له: ما هذا الحديث الذي تحدث به؟ فأخبره عمار وقال: أما تذكر حينما بعثنا رسول الله في حاجة فأجنبنا، فأما أنت فلم تصل، وأما أنا فتمرغيت في الصعيد. فعمر رضي الله عنه لم يذكر هذا الحديث فذكره به عمار بن ياسر رضي الله عنهما أجمعين^(٢).

السبب الخامس: أن يكون بلغه الدليل وفهم منه خلاف المراد:

وهو ما حصل للصحابة رضي الله عنهم عندما أمرهم الرسول ﷺ بالخروج لبني قريظة، وقال لهم: «لا يصلين أحد العصر إلا في بني قريظة»^(٣)، فاختلفوا فيما بينهم، فمنهم من فهم أن المراد هو المبادرة بالخروج حتى لا يأتي وقت العصر إلا وهم في بني قريظة، فلما حان وقت العصر وهم في الطريق صلوا، ولم يؤخروها إلى أن يخرج وقتها. ومنهم من فهم: أن المراد أن لا يصلوا إلا إذا وصلوا بني قريظة فأخروها حتى وصلوا بني قريظة فأخرجوها عن وقتها^(٤). وهذا الاختلاف في فهم النص وتفسيره مرده إلى أحد أمرين هما: النص نفسه، إذ من المعروف أن في اللغة العربية ألفاظاً صريحة في

(١) صحيح البخاري، كتاب التيمم، رقم (٣٣٨)، ج ١، مرجع سابق، ص ١١٠.

(٢) محمد بن صالح العثيمين، الخلاف بين العلماء أسبابه وموقفنا منه، مرجع سابق، صص ١٥ - ١٦.

(٣) صحيح البخاري، كتاب المغازي، رقم (٤١١٩)، ج ٣، مرجع سابق، صص ٦٠ - ٦١.

(٤) محمد بن صالح العثيمين، الخلاف بين العلماء أسبابه وموقفنا منه، مرجع سابق، صص ١٨ - ٢١.

دالاتها وهناك ألفاظ أخرى تحتل معاني وعدة دلالات لا يمكن معرفتها بالقرائن، وفي اللغة العربية أيضاً ألفاظ مشتركة وأخرى مجملة، فإذا اشتمل النص الشرعي على كلمة مشتركة فإنه لا بد من الاختلاف في تعيين المراد من هذه الكلمة، وأما الأمر الآخر فهو الذي يعود فيه الاختلاف إلى المجتهد نفسه وطبيعة فهمه، وهذا الاختلاف طبيعي وواضح، إذ المعلوم أن من طبيعة العقل البشري التفاوت في العقول والأفهام، لذا فإن الأئمة رحمهم الله قد يتفقون في وصول الحديث إليهم أو ثبوته عندهم بحسب قواعد كل منهم، غير أنهم مع هذا قد يختلفون في فهم النص وتفسيره، وفي استنباط الحكم منه تبعاً لذلك الفهم^(١).

السبب السادس: ثبوت النص أو عدم ثبوته:

إن مما لا شك فيه أن ثبوت النص الشرعي أو عدم ثبوته من أهم الأسباب التي أدت إلى الاختلاف في فروع الشريعة؛ لأن النص الشرعي هو المرجع الأول للمجتهدين، وعليه مدار استنباط الأحكام الشرعية، فإذا صح ثبوته، وصحت دلالاته، وسلم من المعارض كان عليه الاعتماد في الحكم، لا يخالف في هذا أحد، فما من إمام إلا وقد ثبت عنه القول في مسائل خالف فيها أحاديث صحت عند غيره، ولم تصح عنده، أو عمل بأحاديث صحت عنده ولم تصح عند غيره^(٢). وهذا مما يدل على اختلاف قناعتهم في ثبوت بعض الأحاديث النبوية وعدمه؛ أي: صحة الحديث المروي أو ضعفه، فبعضهم يراه صحيحاً، وبعضهم يراه ضعيفاً (أي: مشكوكاً في ثبوته) فلا يؤخذ به^(٣). ومن أمثلة ذلك قول الإمام أبي يوسف رحمته الله وهو يخالف إمام مذهبه أبا حنيفة في حكم بيع الوقف ويقول بلزومه كما قال الجمهور حيث يقول: «لو بلغ أبا حنيفة هذا الحديث لقال به، ورجع عن بيع الوقف». وقد وقع هذا في

(١) أحمد محمد عمر الأنصاري، آثار اختلاف الفقهاء في الشريعة، مرجع سابق، ص ٣١.

(٢) المرجع السابق، ص ٢٨.

(٣) مصطفى أحمد الزرقا، الفقه الإسلامي ومدارسه، (دمشق، دار القلم، ١٤١٦هـ)،

عصور مختلفة، ولم ير العلماء المحققون في هذا شيئاً ينكر^(١).

السبب السابع: أن يكون قد بلغه الحديث لكنه منسوخ، ولم يعلم بالناسخ:

وذلك أن يكون الحديث صحيحاً والمراد منه مفهوماً ولكنه منسوخ، والعالم لا يعلم بنسخه، فحينئذٍ له العذر؛ لأن الأصل عدم النسخ حتى يعلم بالناسخ^(٢).

السبب الثامن: ما ينشأ بسبب الرأي فيما لا نص فيه:

فقد كان الصحابة رضوان الله عليهم إذا جدت لهم قضية بحثوا حكمها في كتاب الله، فإن لم يجدوا ففي سنة رسول الله ﷺ، فإن لم يجدوا اجتهدوا رأيهم^(٣).

ومن ذلك اختلاف ابن عباس رضي الله عنهما وكثير من الصحابة بشأن أن الجد يسقط جميع الإخوة والأخوات في الموارث. بينما يرى زيد بن ثابت وفريق من الصحابة رضوان الله عليهم أجمعين توريث الإخوة مع الجد ولا يحجبهم به^(٤).

السبب التاسع: أن يعتقد أنه معارض بما هو أقوى منه نص أو إجماع: تعارض دلالات بعض النصوص واختلاف أنظار العلماء في التوفيق بينها^(٥). بمعنى أنه يصل الدليل إلى المستدل، ولكنه يرى أنه معارض بما هو أقوى منه، من نص أو إجماع، وهذا كثير في خلاف الأئمة^(٦).

(١) أحمد محمد عمر الأنصاري، آثار اختلاف الفقهاء في الشريعة، مرجع سابق، ص ٢٨.

(٢) محمد بن صالح العثيمين، الخلاف بين العلماء أسبابه وموقفنا منه، مرجع السابق، ص ٢٢.

(٣) عبد الله عبد المحسن التركي، أسباب اختلاف الفقهاء، (القاهرة، مطبعة السعادة، ١٣٩٤هـ)، ص ٢١.

(٤) صالح بن عبد الله بن حميد، أدب الخلاف، (مكة المكرمة، جامعة أم القرى، ١٤١١هـ)، ص ٢٣.

(٥) مصطفى أحمد الزرقا، الفقه الإسلامي ومدارسه، مرجع سابق، ص ٤٤.

(٦) محمد بن صالح العثيمين، الخلاف بين العلماء أسبابه وموقفنا منه، مرجع سابق، ص ٢٣ - ٢٤.

السبب العاشر: الاختلاف في طرق الجمع والترجيح بين النصوص المتعارضة:

في الحقيقة لا تعارض بين الأدلة؛ لأنها كلها آتية من مصدر واحد هو الله، سواء كانت الأدلة من الكتاب أم من السنة: ﴿وَلَوْ كَانَ مِنْ عِنْدِ اللَّهِ لَوْجَدُوا فِيهِ اخْتِلَافًا كَثِيرًا﴾ [النساء: ٨٢]، ويقول تعالى: ﴿وَمَا يَنْطِقُ عَنِ الْهَوَىٰ (٣) إِنْ هُوَ إِلَّا وَحْيٌ يُوحَىٰ﴾ [النجم: ٣، ٤]، غير أنه قد تكتنف النصوص عوامل، فتظهر وقد حدث بينها من التعارض ما يجعل المجتهد يقف أمامها مرجحاً بعضها على بعض، بحسب ما يظهر له من أدلة أخرى، وذلك حينما يصعب عليه الجمع بين تلك الأدلة، وباب الجمع والترجيح، باب دقيق يتجلى فيه تفاوت الأفهام، وعمق الأنظار، إذ قد يهتدي فيه المجتهد إلى مأخذ لم يلحظه غيره، أو يقنع بوجهة لا يوافقه عليها الآخرون^(١).

السبب الحادي عشر: الاختلاف في القواعد الأصولية وبعض مصادر الاستنباط:

وهذا السبب يعد من أهم الأسباب التي أدت إلى الاختلاف في فروع الشريعة الإسلامية. فالقواعد الأصولية هي تلك الأسس والمناهج التي يضعها المجتهد نصب عينيه عند الشروع في الاستنباط، ليشيد عليها صرح مذهبه، ويكون ما يتوصل إليه نتيجة وثمره لهذه القواعد. ولقد أدى اختلاف تلك القواعد فيما بين فقيه وآخر إلى خروج بعض الفقهاء بنتائج مغايرة لتلك التي حصل عليها غيرهم؛ نتيجة لأخذه بقواعد أصولية مختلفة عن القواعد التي أخذ بها الفقيه الآخر^(٢).

وكما أن الفتوى يقع فيها الاختلاف، فإنها كذلك تتبدل وتتغير بحسب موجبات تغيرها وتبدلها، وقد أورد الإمام ابن القيم رحمه الله تعالى فصلاً

(١) أحمد محمد عمر الأنصاري، أثار اختلاف الفقهاء في الشريعة، مرجع سابق، ص ٣٣ - ٣٤.

(٢) المرجع سابق، ص ٣٦.

مستقلاً في الحديث عن موجبات تغير الفتوى إذ قال: «إن الشريعة مبناها وأساسها على الحكم ومصالح العباد في المعاش والمعاد، وهي عدل كلها، ورحمة كلها، ومصالح كلها، وحكمة كلها، فكل مسألة خرجت عن العدل إلى الجور، وعن الرحمة إلى ضدها، وعن المصلحة إلى المفسدة، وعن الحكمة إلى العبث، فليست من الشريعة، وإن أدخلت فيها بالتأويل، فالشريعة عدل الله بين عباده، ورحمته بين خلقه، وظله في أرضه، وحكمته الدالة عليه وعلى صدق رسول الله ﷺ أتم دلالة وأصدقها»^(١).

وهناك موجبات أربعة لتغير الفتوى نص عليها العلماء الأقدمون وهي: تغير الزمان، وتغير المكان، وتغير الحال، وتغير العرف، وزاد الشيخ يوسف القرضاوي ست موجبات أخرى لتغير الفتوى في العصر الحديث تتمثل في: تغير المعلومات، وتغير الحاجات، وتغير القدرات، وتغير الإمكانيات، إضافة إلى تغير الظروف والأوضاع الاجتماعية والسياسية والاقتصادية، وكذلك تغير الرأي والفكر^(٢).

ومع هذا كله فلا يصح أن نُعمل البعد الزماني والمكاني في الثوابت والأحكام اليقينية القطعية، فهذا ما لا يحل في شرع الله ودينه، فالتذرع بقضايا العصر وتطورات الزمان فيما يمس الثوابت لا يصح أن نقبله بحال من الأحوال^(٣).

لذا فإن موجبات تغير الفتوى تخضع لمجموعة من الضوابط والمعايير لعل من أهمها ما يلي^(٤):

- (١) ابن القيم، إعلام الموقعين عن رب العالمين، (لبنان، دار الجيل)، ج ٣، ص ١.
- (٢) يوسف القرضاوي، موجبات تغير الفتوى، برنامج الشريعة والحياة، المصدر: شبكة قناة الجزيرة على الإنترنت www.aljazeera.net، ٢٠٠٧م/٦/٣، ص ٥.
- (٣) وهبة الزحيلي، اختلاف الفتاوى وتضاربها، برنامج الشريعة والحياة، المصدر: شبكة قناة الجزيرة على الإنترنت www.aljazeera.net، ٢٠٠٥م/١/٩، ص ٧.
- (٤) مؤتمر منهجية الإفتاء في عالم مفتوح.. الواقع المائل، والأمل المرتجى، مرجع سابق، صص ٦ - ٧.

١ - أن الفتاوى القابلة للتغير هي الفتاوى المبنية على الأعراف، أو الأدلة الاجتهادية الفرعية، أو المصالح المتغيرة، أو الضرورات، أو الحاجات القائمة مقام الضرورات ونحوها.

٢ - أن الفتاوى القائمة على الضرورات يجب أن تنضبط بالتالي:
أ - أن تكون الفتوى القائمة على الضرورة فيما يخص الأمة صادرة عن اجتهاد جماعي، من دون أن ينفرد بها آحاد الفقهاء والمفتين، إلا أن تكون الضرورة مما لا يُختلف فيها.

ب - أن يستعان في تقدير الضرورات والحاجات الملحة في الأمور العلمية المتخصصة، كالاقتصاد والطب وغيرهما، بأهل الاختصاص، وذلك تمهيداً لإفادة الفقهاء منها في استنباط الحكم الشرعي لها.

ت - أن يقوم بتقدير الضرورة في الأمور العادية والمسائل الشخصية أصحابها، بعد الرجوع للمفتين، وذلك لأن اختلاف الأشخاص والظروف والأحوال والبيئات هو من الأمور المسلمة.

ث - ألا تعمم الفتوى الخاصة المبنية على أساس الضرورة على جميع الأحوال والأزمان والأشخاص، إذ إن الضرورة تقدر بقدرها.

ج - التشديد على أن فتوى الضرورة حالة استثنائية، تنتهي بمجرد انتهاء موجبها، ووجوب السعي إلى إيجاد بديل عنها، قدر المستطاع.

٣ - على المفتي أن يراجع اجتهاداته، وأن يواكب تطورات المعلومات السريعة، سواء أكانت المعلومات شرعية أم حياتية، ليحقق المقاصد الشرعية والمصالح المَرعِيَّة.

٤ - مراحل آلية الإفتاء في المستجدات، تكون وفق ما يلي:

- أ - التوضيح الدقيق للمسألة من قبل خبراء متخصصين.
- ب - عقد ندوات متخصصة تشبع المسألة بحثاً.
- ت - رفع تقرير لجهات الإفتاء المتخصصة يبين الاتجاهات والجوانب للنازلة المستجدة، لتقوم هي بتقرير الحكم.

ثانياً: خطورة الاستهانة بالفتوى ووقوع بعض المآخذ في برامج الإفتاء عبر القنوات الفضائية:

إن أمر الفتوى عظيم وخطرها جسيم، وقد حذر الله ﷻ من الاستهانة أو القول على الله بغير علم فقال سبحانه: ﴿قُلْ إِنَّمَا حَرَّمَ رَبِّيَ الْفَوَاحِشَ مَا ظَهَرَ مِنْهَا وَمَا بَطَنَ وَالْإِثْمَ وَالْآثِمَ وَالْبَغْيَ بِغَيْرِ الْحَقِّ وَأَنْ تُشْرِكُوا بِاللَّهِ مَا لَمْ يُنَزَّلْ بِهِ سُلْطَانًا وَأَنْ تَقُولُوا عَلَى اللَّهِ مَا لَا تَعْمَلُونَ﴾ [الأعراف: ٣٣] وقال تعالى: ﴿وَلَا تَقْفُ مَا لَيْسَ لَكَ بِهِ عِلْمٌ﴾ [الإسراء: ٣٦].

فحذر سبحانه من تساهل بأمر الفتوى، فجعل يفتي بغير علم ولا هدى ولا بصيرة فضل وأضل، كما حذر المصطفى ﷺ من الكذب عليه، والقول عنه بغير ما قاله وذلك فيما رواه أبو هريرة قال: قال رسول الله ﷺ: «من يقل علي ما لم أقل فليتبوأ مقعده من النار»^(١).

وقد روي عن أمير المؤمنين عمر بن الخطاب رضي الله عنه في بيان عظم أمر الفتوى وخطرها قوله: «أجرؤكم على الفتيا أجرؤكم على النار»^(٢).

«وقال بعض السلف: ليتق أحدكم أن يقول: أحل الله كذا، وحرم كذا، فيقول الله له: كذبت، لم أحل كذا، ولم أحرم كذا، فلا ينبغي أن يقول لما لا يعلم ورود الوحي المبين بتحليله وتحريمه أحله الله وحرمه الله لمجرد التقليد أو التأويل»^(٣).

وقد كان الصحابة والتابعون ومن جاء بعدهم من السلف الصالح يتهيئون من الفتوى ويخافون من هذه المهمة العظيمة، وكثيراً ما كانوا يستشيرون غيرهم حتى يتبينوا الصواب قبل أن يفتوا في المسألة، أو يحيلونها في أحيان أخرى إلى غيرهم، ومن ذلك «ما نقله الإمام أحمد قال: حدثنا جرير عن عطاء بن

(١) صحيح البخاري، كتاب العلم، رقم (١٠٩)، ج ١، مرجع سابق، ص ٤٤.

(٢) يوسف القرضاوي، الفتوى بين الانضباط والتسيب، (بيروت، المكتب الإسلامي، ١٤١٥هـ)، ص ١٨.

(٣) المرجع سابق، ص ٣٩.

السائب عن عبد الرحمن بن أبي ليلى قال: أدركت عشرين ومائة من الأنصار من أصحاب رسول الله ﷺ ما منهم رجل يُسأل عن شيء إلا ود أن أخاه كفاه، ولا يحدث حديثاً إلا ود أن أخاه كفاه»^(١).

«وعن عطاء بن السائب التابعي قال: أدركت أقواماً يسأل أحدهم عن الشيء فيتكلم وهو يردد.

ونقل عن الشعبي والحسن وأبي الحصين التابعين، قالوا: إن أحكم ليفتي في المسألة، ولو وردت على عمر بن الخطاب رضي الله عنه لجمع لها أهل بدر.

ونقل الهيثم بن جميل ما رآه من الإمام مالك قال: شهدت مالكا سئل عن ثمان وأربعين مسألة، فقال في ثنتين وثلاثين منها: لا أدري.

وكان الإمام مالك رضي الله عنه يقول: من أجاب في مسألة فينبغي قبل الجواب أن يعرض نفسه على الجنة والنار، وكيف خلاصه ثم يجيب.

وروي عنه رحمه الله تعالى قوله: ما أفيتت حتى شهد لي سبعون أني أهل لذلك.

وقد كان الإمام أبو حنيفة يقول: لولا الفرق من الله تعالى أن يضيع العلم، ما أفيتت، يكون لهم المَهْنَةُ وعليَّ الوزر»^(٢).

ولم يكن الجيل الأول من المفتين من صحابة رسول الله ﷺ يستنكفون من إحالة السائل إلى من هو أعلم منهم بموضوع الفتوى عندما لا يكون لديهم علم أو دراية بالمسألة، وذلك لمعرفة التامة بخطورة الفتوى، وأثرها العظيم في الأمة: «فقد سُئِلَت أم المؤمنين عائشة رضي الله عنها، عن المسح على الخفين، فقالت للسائل: سل علياً، فإنه أعلم مني بهذا، وقد كان يسافر مع النبي ﷺ»^(٣).

(١) يوسف القرضاوي، الفتوى بين الانضباط والتسيب، مرجع السابق، ص ٣٤.

(٢) أبو زكريا يحيى بن شرف النووي الدمشقي، آداب الفتوى والمفتي والمستفتي، (سوريا، دار الفكر)، ص ١٥ - ١٨.

(٣) يوسف القرضاوي، الفتوى بين الانضباط والتسيب، مرجع سابق، ص ٤١.

إن هذه الصور من حياة صحابة رسول الله ومن جاء بعدهم من التابعين وتابع التابعين وغيرهم من السلف الصالح في القرون الأولى، تدل دلالة واضحة على أنهم كانوا يعرفون للفتوى قدرها وحرمتها، وأنهم كانوا يأخذونها على محمل الجد والخوف من الله فيما يقولونه في دين الله، مع ما كانوا يتمتعون به من ورع وهدى وتقى وطول ملازمة للرسول ﷺ واتباع لسُنَّته، فلقد كانت مهمة الإفتاء عندهم مهمة عظيمة يهابون منها ويحذرون من التساهل فيها، لما فيها من جرأة على الله ﷻ، كما أنها من الأمور التي تؤثر في حياة الناس وسلوكهم وطريقة عيشهم ومعاملتهم تجاه ربهم وتجاه بعضهم بعضاً.

لقد كانت الفتوى في الماضي وما زالت حتى الآن تقوم بواجب مهم ومؤثر في الرأي العام الإسلامي؛ لما تحمله في طياتها من أهمية كبيرة وبالغة، فالناس متعطشون في كل وقت وفي كل زمان - لا سيما في الوقت الحاضر في ظل ما تشهده المجتمعات الإسلامية من نمو وتقدم في شتى المجالات، وفي ظل التعقيدات التي جلبتها الحياة الحديثة - لمعرفة حكم الشرع في كثير من القضايا والمستجدات التي طرأت على حياة المسلم.

ومع دخول الإعلام عنصراً رئيساً في عملية إيصال الفتوى وانتشارها، وبخاصة بعد انتشار المحطات الإذاعية ثم القنوات الفضائية التلفزيونية، ثم الإنترنت وتعدد وانتشار استخدامه، مع ذلك كله ازدادت خطورة الفتوى وأثرها، إذ لم يعد انتشارها محدوداً في نطاق معين، أو منطقة جغرافية معينة، بل تجاوز ذلك إلى الوصول إلى جميع بلدان العالم في اللحظة نفسها والتو، وأصبح على المفتي في هذا الوقت الذي يخاطب ملايين الناس أن يراعي هذه الخاصية ويأخذها في حسبانها؛ لأن التساهل في الفتوى والاستعجال في إصدارها عبر وسائل الإعلام من دون ترو وبُعد نظر وإعمال لمستجدات الأمور ومتغيراتها، قد يضر بمصالح الأمة وبمقداراتها، ويدخلها في سجالات وصراعات وفرقة لا فائدة منها، ويذبذب ثقة الناس بعلماء الدين ويضعف هيبتهم، وهو ما يؤدي مع مرور الوقت إلى فقدان مؤسسات الفتوى وعملية الإفتاء بشكل عام قدرتها على توجيه الناس وإرشادهم وتثقيفهم.

لقد أصبح على المفتي في هذا العصر أن يدرك أن مهمته خطيرة وشأنها عظيم، فهي مرتبطة بمصالح الناس وحياتهم، فأى كلمة تخرج منه تطير في الآفاق ومن الصعب استدراكها أو تصحيحها بعدما وصلت وتناقلها الناس، خصوصاً مع وجود عمليات الحفظ وتبادل المعلومات عبر الإنترنت من خلال اليوتيوب، أو عبر الهواتف المحمولة من خلال رسائل الـ SMS ومن خلال البلوتوث (Bluetooth)، لذا فإن عليه الانتباه والحرص والمثابرة على ما ينفع الناس في دينهم ودنياهم، وعدم التخرج من أن يتوقف في الفتوى ويقول لا أدري ولا أعلم في حال عدم العلم بالقضية أو المسألة المطروحة؛ لأن في هذا حماية للمجتمع وصيانة له من الوقوع في الزلل والمحرمات أو الفقرة والانقسام.

وقد دفعت كثرة خروج بعض المفتين في الآونة الأخيرة في برامج الإفتاء المباشرة عبر المحطات الفضائية، وإصدارهم فتاوى غريبة وغير مألوفة، إلى إثارة الבלبله بين أوساط المجتمع، مما حدا ببعض البلدان العربية والإسلامية كمصر إلى محاولة وقف عملية التدهور والانفلات الحاصل في مجال الإفتاء عبر القنوات الفضائية، والسعي إلى ضبط عملية الإفتاء والفتوى من العبث والتدهور ودخول من ليس بأهل لها، وذلك بمحاولة استصدار قانون يجرم من يصدر فتاوى شرعية من دون تصريح رسمي^(١).

وفي هذا الإطار فإنه لا بد من الإشارة إلى أن هناك بعضاً من المآخذ التي تقع في برامج الإفتاء المباشرة عبر القنوات الفضائية العربية، التي قد تحدث نوعاً من الخلل وعدم الوضوح في الرؤية الصحيحة بالنسبة للمشاهد العربي، وهذا ما يولد لديه الشعور - أحياناً - بعدم الثقة والرضا بما يطرح أو يقدم عبر هذه البرامج، ولعل من أبرز هذه المآخذ ما يلي:

١ - التعجل في إصدار الفتوى: وتعني أن يبادر المفتي بالجواب بمجرد

(١) علي جمعة، تجريم إصدار فتاوى من دون تصريح رسمي في مصر، برنامج الشريعة والحياة، المصدر: شبكة قناة الجزيرة على الإنترنت www.aljazeera.net، ص ١.

الانتهاء من السؤال من غير ترو، وفي هذا خلل كبير وتساهل عظيم، فكثير من المسائل تحتاج إلى استحضار الدليل وكلام العلماء واختلافهم فيها، وربما كانت المسألة من المسائل المستجدة التي تحتاج إلى تفصيل واستحضار أقوال العلماء في مسائل مشابهة لها، مما يحتاج معه إلى مزيد تأمل وتفكير ومراجعة^(١)، وهذا لا يمكن في الإفتاء عبر القنوات الفضائية والتي عادة ما تكون سريعة بحكم طبيعة برنامج الإفتاء المباشر؛ لأن طبيعة عمل وسائل الإعلام تقتضي السرعة، وهو ما يتنافى مع مبدأ السرعة في الإفتاء القائم على الأناة والتروي وعدم التعجل في إصدار الحكم^(٢). فاختصار مراحل إصدار الفتوى وإصدار الحكم الشرعي مباشرة من دون نظر وتمعن فيه نوع من الخلل الذي يضر بمهمة الإفتاء العظيمة.

٢ - إن خطأ المفتي في الفضائيات كبير وصعب الاستدراك: حيث إن الإفتاء في الوسائل الإعلامية مباشرة وفي مكان يراه جملة كبيرة من الناس، يدفع من لديه سؤال ومن ليس لديه سؤال إلى الاتصال والسؤال، والمفتي مهما كان لديه من الذكاء والفطنة فإنه يخطئ، فهو عندما يسأل في مسألة يتزاحم في أذنه بالإضافة إلى الجواب عنها أشياء كثيرة منها المخرج - الذي يرتبط معه بسماعة هاتفية في أغلب الأوقات - والمصورون الموجودون في الاستديو، الذين يتحركون جيئة وذهاباً مما يؤثر في ذهن المفتي، إضافة إلى كثرة المتصلين وتعدد الأسئلة في وقت متقارب قد يربك المفتي وينسيه ما يود

(١) لعل مما يؤكد الحاجة إلى ذلك أن عدداً من المرجعيات المهمة في الفتوى كانوا كثيراً ما يطلبون مراجعة مسألة ما برغم أنها من المسائل التي قد يتعجل فيها غيرهم، فسماحة الشيخ عبد العزيز بن باز رَضِيَ اللهُ عَنْهُ كان برغم سعة علمه واطلاعه يطلب أثناء عرض بعض الأسئلة عليه في برنامج (نور على الدرب) الذي يقدم عبر إذاعة المملكة العربية السعودية كان يطلب أن يراجع المسألة مرة أخرى، بل كان يقول في بعض المسائل: لا أعلم... وغيره من العلماء كانوا وما زالوا يصنعون ذلك.

(٢) خالد بن عبد الله المزيني، الفتيا المعاصرة، دراسة تأصيلية تطبيقية على ضوء السياسة الشرعية، رسالة دكتوراه غير منشورة، قسم السياسة الشرعية، المعهد العالي للقضاء، جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية، ١٤٢٧هـ، ص ٧٩١.

قوله، وكذا إلحاح المقدم عليه أن الوقت قصير والمتصلين كثير فنرجو الاختصار في الإجابة، فكل هذه المؤثرات، تعيق المفتي أن يصل إلى كبد الحق، وتجعل الفتوى أقرب إلى الخطأ منها إلى الصواب، ومع كل هذه المؤثرات وكثرة السائلين واشتباه المسائل والاستعجال في الفتوى قد يقع في بعض الأخطاء التي يصعب تداركها، ثم إن خطأ هذا صعب الاستدراك، فإذا انتهت الحلقة ربما يجد نفسه أخطأ كثيراً في الإجابة، لذا فإن عليه أن يستحضر الخوف من الله ويتقيه ويرجع عن خطئه ويعترف به سواء في نفس الحلقة في برنامج الإفتاء أو في حلقة أخرى، وأن لا يكون هذا المفتي ممن يعز عليه أن يتراجع أمام الناس فيكون ممن تأخذه العزة بالإثم، ويأبى أن يرجع إلى الحق، ويظن أن رجوعه إلى الحق يعد انتقاصاً لقدره، وتقليلاً لشأنه، فيجد لفتواه المخارج والمداخل حتى يستسيغها ضميره ويستكين لها قلبه، ولا شك أنه بهذا العمل يكون آثماً ومضلاً لمن استفته وسمع بفتواه واعتقد صوابها^(١)، لذا فالواجب عليه أن يرجع عن ما أفتى به وذلك لأن ملايين الناس يشاهدونه ويستمعون إليه، لأن هذا الأمر في غاية الخطورة^(٢). ذلك أنه إذا انتشرت هذه الفتاوى فستؤدي إلى زرع البلبلة والشقاق في جسد الأمة^(٣)، وربما يكون إن تعمد ذلك داخلاً في معنى حديث المصطفى ﷺ: «إن الله لا يقبض العلم انتزاعاً ينتزعه من العباد، ولكن يقبض العلم بقبض العلماء حتى إذا لم يبق عالماً اتخذ الناس رؤساء جهالاً فسئلوا فأفتوا بغير علم فضلوا وأضلوا»^(٤).

٣ - عدم التحضير الجيد للظهور على التلفزيون: إن مما يلاحظ على بعض المفتين في القنوات الفضائية العربية، وخصوصاً المبتدئين منهم بالظهور على وسائل الإعلام، أو الذين يظهرون أول مرة، أنه يأتي إلى استيديو

(١) خالد سعود الرشود، المحاذير الشرعية في الفتاوى الفضائية، مرجع سابق، ص ٣٣ - ٣٤.

(٢) يوسف القرضاوي، الإعلام وفوضى الفتاوى، مرجع سابق، ص ٦.

(٣) أيمن حامد، الفتاوى الغريبة من المسؤول عنها؟، مرجع سابق، ص ٢.

(٤) صحيح البخاري، كتاب العلم، رقم (١٠٠)، ج ١، مرجع سابق، ص ٤١.

التصوير وهو لم يدرب نفسه قبل الخروج على الهواء مباشرة أمام الجمهور على الهدوء العام والتروي الذي يجب أن يظهر على نفسيته وحركات جسده، التي يراها المشاهد قبل كل شيء فيقتنع بما يطرحه أو لا يقتنع به.

٤ - الكيد له في السؤال من حيث لا يدري: لأن المفتي الذي يظهر على الفضائيات يتصل به ويسأله أناس متعددو الأنواع والأقطار والمشارب، وحيث إن بعض هؤلاء لا يسألون طلباً لمعرفة الحق، أو تتبعاً للدليل، أو رغبة في العلم، وإنما هدفه جر المفتي إلى الإفتاء بما يوافق هواه، أو يصانع مذهبه، أو يحقق له غرضاً في نفسه، لذلك فالواجب على المفتي في هذه الحالة أن يستفصل في السؤال ويفصل في الإجابة ويوضحه بعبارة نافية للتأويل^(١). كما أن عليه أن يكون متيقظاً لحيل الناس ودسائسهم فإن لبعضهم مهارة في الحيل وقلب الكلام وتصوير الباطل على أنه حق^(٢).

٥ - التساهل في الفتوى: إن من التساهل أن بعض المفتين لا يثبت، ويسرع بالفتوى قبل استيفاء حقها من النظر والفكر، بل قد يبلغ التساهل في الفتوى لدرجة أن يكون سبباً لكسب الرزق وجمع المال، وطلب رضا الناس، فهو يحاول بقدر ما استطاع أن يجد الأجوبة التي ترضي السائل وتوافق هواه. ومن التساهل أيضاً ما يفعله بعض المفتين إذا خفي عليه حكم مسألة، أو عسر عليه فهمها، أو لم يعرف دليلها أن يقول بحرمتها استناداً إلى جانب الاحتياط في الشرع، اعتقاداً منه أن المنع من الشيء أولى من إجازته، وهذا نقص في الفهم، إذ إن تحريم الحلال كتحليل الحرام، ولا فرق بينهما، بل قد يكون أعظم^(٣)، قال جل شأنه: ﴿قُلْ أَرَأَيْتُمْ مَا أَنْزَلَ اللَّهُ لَكُمْ مِنْ رِزْقٍ فَجَعَلْتُمْ مِنْهُ حَرَامًا وَحَلَالًا قُلْ ءَللَّهُ أَذِنَ لَكُمْ أَمْ عَلَى اللَّهِ تَفَتَرُونَ﴾ [يونس: ٥٩]

(١) خالد سعود الرشود، المحاذير الشرعية في الفتاوى الفضائية، مرجع سابق، صص ٣٧ - ٣٩.

(٢) خالد حمد الخريف، الفتوى بغير علم وأثرها في الأمة، مرجع سابق، ص ٥٢.

(٣) خالد سعود الرشود، المحاذير الشرعية في الفتاوى الفضائية، مرجع سابق، صص ٤٤ - ٤٧.

قال الإمام النووي رَحِمَهُ اللهُ: «يحرم التساهل في الفتوى، ومن عرف به حرم استفتاؤه، فمن التساهل: أن لا يتثبت، ويسرع بالفتوى قبل استيفاء حقها من النظر والفكر»^(١)، وتعد هذه المشكلة من أبرز المشاكل في عصرنا إذ يكثر في هذا المجال دخول من ليس أهلاً للإفتاء وهي مشكلة كبيرة لا بد من التصدي لها ومعالجة آثارها^(٢).

٦ - المفتي يفتي في كل شيء ويتخرج من قول لا أدري: إذ يندر إذا سئل أحد المفتين في الفضائيات أن يقول في الجواب الذي لا يعلمه، أو غير متأكد منه: لا أدري؛ لأن هذا في ظنه منقصة له وتقليل من شأنه، وحط من قدره مما يتناقض مع بروزه على الشاشات^(٣). وربما يسأل المفتي عن حكم قضية نازلة أو مسألة مستجدة لا يعرف حكمها فيفتي بحرمتها قبل أن ينظر فيها ويدرسها، وذلك من باب الأخذ بالأحوط وهذا خطأ.

لذا فالواجب على المفتي أن لا يخجل من قول كلمة: لا أدري إذا لم يكن يعرف حكم المسألة، إذ أن علماء الأمة العظام لا يتهيبون من هذه الكلمة وهذا هو الأصل في مثل هذه الحالة^(٤).

٧ - عدم التمهيد لما قد يطرح من أحكام ربما تكون مستغربة عند بعض المشاهدين ولم تألفها النفوس فلا يقبلونها: إن بعض المفتين في القنوات الفضائية العربية يتعجلون في إصدار فتوى حول قضية تعد مثار جدل كبير لدى المجتمع من دون التمهيد لها مما يسبب نوعاً من الارتباك لدى جمهور المشاهدين، وقد يصبح المفتي في هذه الحالة مجالاً للحديث فيه لدى المجتمع، وربما يقود ذلك إلى أوصاف لا تليق، لذا فإن التمهيد في إصدار

(١) أبو زكريا يحيى بن شرف النووي الدمشقي، آداب الفتوى والمفتي والمستفتي، مرجع سابق، ص ٣٧.

(٢) يوسف القرضاوي، الإعلام وفوضى الفتاوى، مرجع سابق، ص ٤.

(٣) خالد سعود الرشود، المحاذير الشرعية في الفتاوى الفضائية، مرجع سابق، ص ٥٤.

(٤) عبادة نوح، مؤتمر «الإفتاء في عالم مفتوح»، مجلة المجتمع، العدد ١٧٥٤، ١٦ جمادى الأولى ١٤٢٨هـ، ص ٦.

الفتوى والتوطئة لها بمقدمات مناسبة تدل عليها، والتدرج في طرحها يعد أمراً محموداً في مثل تلك الحالات.

وقد تضمن القرآن الكريم أمثلة على ذلك تدل على التمهيد للحكم والتوطئة له حتى تستسيغه النفوس فلا تنفر منه، منها: قصة نسخ القبلة وتغيير اتجاهها، فقد كان هذا الأمر في بدايته شديد الوطء على النفوس^(١). فمهد الله سبحانه قبلها بعدة تمهيدات منها: إخباره بأن له المشرق والمغرب، وأن المسلم حيث ولى وجهه فثم وجه الله: قال تعالى: ﴿وَلِلَّهِ الْمَشْرِقُ وَالْمَغْرِبُ فَأَيْنَمَا تُولَّوْا فَثَمَّ وَجْهُ اللَّهِ﴾ [البقرة: ١١٥].

٨ - عدم تمتع المفتي بثقافة واطلاع جيد بقضايا عالمه الإسلامي: ذلك أن بعض المفتين في القنوات الفضائية العربية حصر نفسه واهتماماته ورؤيته في محيط مجتمعه المحلي أو حتى الإقليمي، بينما لم يثقف نفسه بالاطلاع على مختلف القضايا والموضوعات المستجدة في عالمه الإسلامي وشؤون الأقليات الإسلامية والعالم بشكل عام، مما يجعل فتواه التي تطير عبر الآفاق فتوى معبرة عن واقع مجتمعه أو إقليمه ومفتقرة إلى شمولية النظرة وسعة الأفق، لذا فإن إمام المفتي في القنوات الفضائية ومتابعته المستمرة لما يقع من قضايا وموضوعات أو أحداث في عالمه الإسلامي والعالم بشكل أجمع، يجعله قادراً على إنزال الحكم وإصدار الفتوى الصحيحة والواضحة التي تنفع المسلمين وتعينهم على اتباع الطريق المستقيم.

٩ - الفتوى الفضائية لا تعرف الحدود الجغرافية: على المفتي أن يراعي اختلاف الناس في مذاهبهم وأعرافهم ومشاربهم واختلاف مجتمعاتهم التي يعيشون فيها، فما يناسب مجتمعاً لا يناسب آخر لذا فإن الفتوى الفضائية تنتقل عبر الآفاق بسرعة لتصل لجميع الناس فيتناقلوها فيما بينهم، لذا فإن على المفتي الذي تصدى لمهمة الإفتاء في القنوات الفضائية، الاهتمام بمعرفة

(١) عبد العزيز بن عبد الله الراجحي، التقليد والإفتاء والاستفتاء أحكامها، شروطها، أدلتها، مرجع سابق، ص ١٩٤.

الأحوال المختلفة للمتصلين وأخذها في الحسبان عند إصدار الحكم الشرعي في المسألة المطروحة حتى لا يحصل الخلل ويقع المتصل في المحذور ويعسر عليه فهم الفتوى وتطبيقها.

١٠ - عدم التطابق في ذهن المشاهدين بين السؤال والجواب في فهم الجواب لسؤال مختلف غير الذي أجاب عنه المفتي: وعدم التطابق أمر ملاحظ، فتجد في كثير من الأحيان أن السؤال يراد به شيء ويأتي الجواب عن شيء آخر مختلف عن السؤال، وأحياناً يأتي السؤال واضحاً والجواب واضحاً كذلك، ومع ذلك يحدث اللبس لدى المشاهدين لاختلاف الناس في العلم والفهم والعرف، إضافة إلى اختلاف اللهجات واختلاف الألسنة، ذلك أن القناة الفضائية يشاهدها أناس من مختلف الأماكن والأقطار، ويختلفون في لهجاتهم ولغاتهم، وكثير من المستفتين قد يخونه اللفظ في ذكر ما يريد أن يسأل عنه، ولا يعلم هو أو المفتي بخطئه في اللفظ، والجواب يترتب على اللفظ^(١). ذلك أن هناك بعض من الألفاظ المشتركة في اللغة العربية تدل على معنيين مختلفين، إضافة إلى وجود ألفاظ غير منضبطة يتداولها الناس في الحياة اليومية، وليس لها معنى محدد لا في اللغة ولا في العرف، بل يختلف الناس في تفسيرها، لذا فإن على المفتي أن يستفصل من السائل ويتبين منه المقصود بذلك اللفظ، ومن ثم يضبطه بميزان الشرع، فيصحح ما وافق الشرع، ويكشف ما خالفه^(٢). أو ربما يكون عدم إيضاح السؤال من قبل المستفتي أحياناً لغاية سيئة يراد منها إيقاع المفتي في الخطأ أو الترويج إلى فكر أو مذهب منحرف أو صرف الناس إلى قضايا معينة لكسب تعاطفهم^(٣).

١١ - عدم التزام اللغة العربية الفصيحة: ذلك أن بعض المفتين في القنوات الفضائية العربية، ربما تسامح في أسلوب حديثه، وأخذ يتحدث

(١) خالد سعود الرشود، المحاذير الشرعية في الفتاوى الفضائية، مرجع سابق، ص ٧٢ - ٧٧.

(٢) خالد بن عبد الله المزيني، الفتاوى المعاصرة، دراسة تأصيلية تطبيقية على ضوء السياسة الشرعية، مرجع سابق، ص ٨٥٢ - ٨٥٣.

(٣) خالد سعود الرشود، المحاذير الشرعية في الفتاوى الفضائية، مرجع سابق، ص ٧٤.

باللهجة العامية الدارجة في بلده أو إقليمه، التي لا يفهمها أهل بلاد أخرى، لذا فالواجب عليه أن يتحدث باللغة العربية السهلة والمفهومة وهي اللغة الدارجة حالياً في كثير من وسائل الإعلام، من دون استخدام الألفاظ التي يصعب على الجمهور فهمها بحيث تكون جامعة بين الفصاحة والسهولة^(١).

ولذا يتضح مما سبق أن هناك مسؤولية كبيرة تقع على عاتق ولاية الأمر والعلماء الكبار الثقات في البلدان الإسلامية لحماية مجتمعاتهم من الوقوع في براثن فتاوى أشخاص غير مؤهلين وغير جديرين بهذه المهمة، من خلال تنبيه الناس وحثهم إلى سؤال أهل العلم المتخصصين، الذين لهم باع كبير في طلب العلم الشرعي وتعليمه، كما أن على العلماء وهم يدركون ذلك بلا شك أن يكونوا أكثر اطلاعاً على مجريات وأحوال مجتمعاتهم، ومعايشين همومهم وقضاياهم حتى لا يتركوا هذا المجال عرضة لدخول من ليس بأهل له.

وعلى وسائل الإعلام المختلفة، وبخاصة المحطات الفضائية في هذا الاتجاه مسؤولية كبيرة وعظيمة في اختيار من يصلح لهذه المهمة، وبالتالي ينبغي أن تحرص على دعوة العلماء المخلصين من ذوي العلم والاختصاص ومن العارفين بأحوال الناس وأوضاعهم حتى يفيدوا المجتمع ويستفيد الناس من علمهم وفقهم.

كما أن على الأفراد أيضاً أن يهتموا بمعرفة من هو أهل للفتوى من ذوي العلم والدراية والاختصاص ومن المعروفين المؤهلين والموثوق بعلمهم واختياره وسؤاله حتى تكون فتاواهم سليمة ومطابقة لشرع الله وسنة رسوله ﷺ وحتى لا يقعوا في أي محذور شرعي.

ونخلص إلى أن برامج الإفتاء الشرعية المعاصرة في القنوات الفضائية العربية اليوم تعد أداة رئيسة من أدوات التثقيف والتعليم في الوقت الحاضر، كما أنها تمثل جزءاً مهماً من اهتمامات الناس، وعنصراً فاعلاً ومؤثراً في

(١) خالد بن عبد الله المزيني، الفتيا المعاصرة، دراسة تأصيلية تطبيقية على ضوء السياسة الشرعية، مرجع سابق، ص ٨٥٤.

منظومة حياتهم اليومية، وهي تساهم في الوقت نفسه في تقويم سلوكيات الأفراد، وتصحيح اتجاهاتهم الفكرية والثقافية نحو الوجهة الشرعية الصحيحة التي جاء بها الدين الحنيف.



أهداف برامج الإفتاء التلفزيونية في القنوات الفضائية العربية

إن برامج الإفتاء الشرعية في الفضائيات العربية تقوم بمسؤولية عظيمة ومهمة في المجتمع من خلال ما تقدمه من معرفة دينية شاملة وصحيحة، فهي تقوم بدور الموجه والمرشد للمسلم فيما يهمه من أمور دينه ودنياه، وبرامج الإفتاء الشرعية - ومن منطلق دورها الريادي في المجتمعات الإسلامية تهدف إلى تحقيق جملة من الأهداف التي تسعى لها، والتي تعد في حقيقتها ثمرة رؤية عدد من المهتمين بهذه البرامج لعل من أبرزها:

١ - تقوية صلة الإنسان بربه وخالقه ﷻ^(١). من خلال غرس التعاليم والمفاهيم الإسلامية وتطبيقاتها العملية الشاملة لجميع مناحي الحياة وشؤونها في نفوس الناس، وإعداد المسلم إعداداً جيداً وصحيحاً وفق منهجية إسلامية واضحة وسليمة تدله على الحق وترشده إليه وتجنبه الباطل وتبعده عنه.

٢ - توعية المسلمين وتوجيههم وإرشادهم بأمور دينهم ودنياهم بناءً على النهج السليم القائم على الكتاب والسنة النبوية المطهرة، والإجابة عن ما يشكل عليهم من مسائل وقضايا شرعية وحياتية مختلفة يحتاج فيها المسلم إلى رأي الشرع وحكمه.

٣ - تقديم المعلومات الدينية والحقائق العلمية المرتبطة بها وشرحها

(١) سهير صالح إبراهيم، دور القنوات الفضائية الإسلامية في إمداد الجمهور بالثقافة الدينية، مرجع سابق، ص ٤٣.

وتقديمها إلى الناس بأسلوب سهل وميسر حتى يسهل عليهم فهمها واستيعابها^(١).

٤ - السرعة في الوصول إلى العلماء، بدلاً من الذهاب إليهم، وإتاحة الفرصة للفرد بسؤال من يريده ويختاره ويطمئن إليه من العلماء وطلبة العلم حول مختلف الأمور والقضايا التي تشكل عليه، وكفاية الناس الانتظار أو التأخر في الرد على أسئلتهم كما هو شأن البرامج الإذاعية والمواد الصحفية التي كانت تعتمد على البريد.

٥ - إبراز سماحة الدين الإسلامي ويسره وقدرته وشموله^(٢) على مواكبة المتغيرات الحاصلة في شتى مجالات العلوم والتخصصات، من خلال بيان الرأي الصحيح المبني على الفهم السليم لنصوص الكتاب والسنة، في بعض المسائل والنوازل الجديدة على المجتمع، وإيجاد الحلول الكفيلة بضمان مصلحة المسلمين والأمة.

٦ - ربط الدين بواقع حياة الناس وما يعايشونه بما جاء في كتاب الله وسنة رسوله ﷺ.

٧ - معالجة الموضوعات والقضايا الروحية التي تزيد من ارتباط المسلمين بالإسلام، والنهوض بمستواهم الوجداني والفكري والحضاري، ومحو الأمية الدينية لديهم^(٣).

٨ - دعوة الناس إلى الرجوع إلى الدين، والتمسك بما جاء في الكتاب والسنة، وبما أجمع عليه علماء الأمة؛ لأن في هذا نجاتهم في الدنيا والآخرة.

(١) محمد أحمد هاشم، البرامج الدينية في القنوات الفضائية العربية، دراسة تحليلية، مرجع سابق، ص ١٦٤.

(٢) عبد الستار عبد الله عبد الرحمن، القضايا التي تتناولها البرامج الدينية في الراديو والتلفزيون، دراسة مقارنة، مرجع سابق، ص ٢٠.

(٣) محمود عبد العزيز فرحان، البرامج الدينية في التلفزيون اليمني واقعها وسبل تطويرها، مرجع سابق، ص ٢٤ - ٢٥.

٩ - نشر الثقافة الإسلامية الأصيلة والصحيحة بين المسلمين، وحثهم على الاعتزاز بها وبما جاءت به من تقدم للبشرية جمعاء^(١).

١٠ - تقديم مآثر الدين الإسلامي الحنيف من خلال أعمال وأقوال المصطفى ﷺ وتطبيقاته العملية، وكيفية اقتداء الصحابة والسلف الصالح بها والسير عليها، وحث المسلمين على الأخذ بها^(٢).

١١ - إبراز ونشر العقيدة الإسلامية بشكل صحيح^(٣)، وتدعيم أهمية العلم بالدين وتعلم أحكامه وضوابطه، ودحض الشبهات والأباطيل أو الخزعبلات والخرافات التي تحاك وتقدم إلى الناس على أنها من الدين، التي قد تمس أصلاً من أصول العقيدة والتوحيد، وتزعزع إيمان الفرد بربه وبدينه^(٤).

١٢ - إظهار العلماء الربانيين العارفين بأحكام الدين وأصوله وفروعه، وتقديمهم إلى الناس وتعريفهم بهم، حتى لا يلجأ الناس إلى دعاة الضلال فيفتونهم بغير علم ولا هدى ولا كتاب منير.

١٣ - تعريف الأقليات المسلمة في البلدان الغربية بالأحكام الشرعية الضرورية، التي يحتاجون إليها بشكل صحيح، وبيان العقيدة الصحيحة لهم.

١٤ - دعوة غير المسلمين إلى الإسلام من خلال ما تتضمنه برامج الإفتاء من تعريف بدين الله وأحكامه وسنته ومحاسنه وفضله على البشرية، لإخراجهم

(١) عبد الستار عبد الله عبد الرحمن، القضايا التي تتناولها البرامج الدينية في الراديو والتلفزيون، دراسة مقارنة، مرجع سابق، ص ٢٠.

(٢) محمد بن علي هندية، البرامج الدينية في قنوات التلفزيون الفضائية العربية، دراسة تحليلية ميدانية تقويمية على عينة من البرامج الدينية والجمهور السعودي والعربي، مرجع سابق، ص ٨٠.

(٣) سهير صالح إبراهيم، دور القنوات الفضائية الإسلامية في إمداد الجمهور بالثقافة الإسلامية، مرجع سابق، ص ٢٥.

(٤) سعيد عبد الله حارب، دور البرامج الدينية في مواجهة الإلحاد والانحراف، بحث مقدم لندوة تطوير البرامج الدينية في تلفزيونات الخليج، مرجع سابق، ص ٣٢.

من الظلمات إلى النور، وأنه دين يتميز بالعالمية وصلاحه لكل البشرية.

١٥ - طرح القضايا والموضوعات الحساسة التي تقع في العالم الإسلامي والتي تهتم الأمة الإسلامية وتناولها ومعالجتها بأسلوب رباني ونبوي حكيم، من خلال إعمال الفكر والرأي فيما استجد من أمور ومتغيرات جديدة، وإبداء الحكم الشرعي فيها.

١٦ - بيان سماحة الإسلام ويسر تعاليمه، وإيضاح ما يحمله أصحاب الفكر الضال من أخطاء، وما تقوده أعمالهم من أضرار على العباد والبلاد، والكشف عن مناهج أولئك وأساليبهم في التفرير بعدد من شباب الأمة.

١٧ - تصحيح بعض المفاهيم والأفكار المغلوطة عن الإسلام والمنسوبة إليه^(١)، سواء جاءت من أبناء المسلمين أو من غيرهم، التي ألصقتها به أعداء الدين من المتربصين والحاquدين، والرد عليها وبيان الرأي الصحيح للدين حيالها^(٢).

١٨ - مواجهة تيارات التطرف والإلحاد التي بدأت تغزو بلدان العالم العربي والإسلامي^(٣)، وتوعية الناس ببيان شرع الله لهم، وسُنَّة نبيه محمد ﷺ، وما كان عليه سلف هذه الأمة من الاقتداء به، والبعد عن كل ما يخل بالدين، وصون المسلمين وحمايتهم بالرجوع إلى هذه الشريعة الغراء.

١٩ - حث المسلمين على التوحد والتعاون فيما بينهم وإشاعة روح المودة والمحبة في المجتمع، والوقوف صفاً واحداً لإعلاء شأن الدين الإسلامي والدفاع عنه، ودعوتهم لأن يكونوا دعاة خير وحق وحكمة.

(١) عبد الله بن عبد المحسن التركي، البيان الختامي لندوة الإسلام في الإعلام المعاصر التي عقدتها الأمانة العامة لرابطة العالم الإسلامي في مكة المكرمة ١٨/٨/١٤٢٢هـ، مجلة المنهل، العدد ٥٧٧، شوال/ذو القعدة ١٤٢٢هـ، ص ٩١.

(٢) حسن علي الأهدل، الإعلام الإسلامي في مواجهة التشويه، مجلة المنهل، العدد ٥٧٧، شوال/ذو القعدة ١٤٢٢هـ، ص ٤٢.

(٣) سعيد عبد الله حارب، دور البرامج الدينية في مواجهة الإلحاد والانحراف، بحث مقدم لندوة تطوير البرامج الدينية في تلفزيونات الخليج، مرجع سابق، ص ٤٠.

المبحث الثالث

علاقة المعرفة الدينية باستخدام وسائل الإعلام

- المطلب الأول: مفهوم المعرفة الدينية ومصادرها ومجالاتها.
- المطلب الثاني: علاقة المعرفة الدينية باستخدام وسائل الإعلام.



مفهوم المعرفة الدينية ومصادرها ومجالاتها

أولاً: مفهوم المعرفة الدينية وأهميتها وآثارها:

١ - مفهوم المعرفة الدينية:

مفهوم المعرفة في اللغة: «المعرفة من العرفان بمعنى العلم، يقال: عرفه الأم: أعلمه إياه، ورجل عروف: عارف يعرف الأمور، والعريف والعارف: بمعنى عليم وعالم، وعرفه بيته: أعلمه بمكانه، وقد تعارف القوم أي: عرّف بعضهم بعضاً، والتعريف: هو الإعلام، قال ﷺ: ﴿وَإِذْ أَسْرَأَ النَّبِيُّ إِلَى بَعْضِ أَزْوَاجِهِ حَدِيثًا فَلَمَّا نَبَّأَتْ بِهِ وَأَظْهَرَهُ اللَّهُ عَلَيْهِ عَرَفَ بَعْضُهُ وَأَعْرَضَ عَنْ بَعْضٍ﴾ [التحریم: ٣] أي: عرّف حفصة بعض الحديث وترك بعضاً، والمعروف ضد المنكر، والعرف ضد المنكر»^(١). وورد في القاموس المحيط «عرّفه: علمه، وأمر عارف: أي: معروف، والمعروف ضد المنكر»^(٢).

المعرفة الدينية اصطلاحاً:

يرى بعض الباحثين أن المعرفة الدينية هي: «المعرفة التي تؤخذ من كتاب الله، القرآن الكريم، وسنة رسوله محمد ﷺ، وأقوال السلف والخلف وأفعالهم التي تبنى على نصوص القرآن والسنة، أو لا تتعارض معهما»^(٣).

(١) أبو الفضل جمال الدين محمد بن مكرم ابن منظور، لسان العرب، (بيروت، دار صادر، ١٩٩٠م)، ج ٩، صص ٢٣٦ - ٢٣٩.

(٢) مجد الدين محمد بن يعقوب الفيروزآبادي، القاموس المحيط، (بيروت، مؤسسة الرسالة، ١٩٩٣م)، ص ١٠٨٠.

(٣) عادل فهمي البيومي، البرامج الدينية في التلفزيون المصري ودورها في التنقيف الديني =

في حين يعرف باحثون آخرون المعرفة الدينية بأنها: «المعرفة القائمة على الإدراك الحقيقي، المطابق للواقع، والمبني على الأدلة الشرعية لحقائق الدين من عقائد وعبادات ومعاملات وأخلاق وما يلزم ذلك من إدراك لأوامر الله ونواهيه، وما يترتب عليها من ثواب وعقاب»^(١).

ويخلص الباحث إلى تعريف خاص بالمعرفة الدينية بأنها: «المعرفة العلمية والتطبيقية التي يحتاج إليها المسلم في حياته، والمبنية على هدي من كتاب الله وسُنَّة رسوله ﷺ، وما سار عليه سلف هذه الأمة من الصحابة والتابعين وتابعيهم إلى يوم الدين، وذلك باقتفاء آثارهم، ومعرفة أقوالهم، واتباع هدي المصطفى صلوات الله وسلامه عليه في جميع شؤون الحياة من عبادات ومعاملات، وسلوك طريق الحق المستمد من المعرفة الصحيحة الصادقة القائمة على البيان والتوضيح بصحيح الأعمال من فاسدها وما يترتب عليها من الثواب والعقاب ومآلها في الدنيا والآخرة».

٢ - أهمية المعرفة الدينية:

تعد المعرفة الدينية من الأمور المهمة في حياة المسلمين أفراداً وجماعات، فلا يمكن لأي فرد أن يعرف الحقوق والواجبات التي تجب عليه تجاه ربه وتجاه المخلوقات بعضها لبعض إلا بالمعرفة الدينية الصحيحة، المبنية على كتاب الله وسُنَّة نبيه ﷺ، ولقد حث الإسلام على التزود من المعرفة، والنهل من معينها الصافي، كما أعطى الأجر والمثوبة لمن تعلمها وعمل بموجبها، قال تعالى: ﴿يَرْفَعُ اللَّهُ الَّذِينَ ءَامَنُوا مِنكُمْ وَالَّذِينَ أُوتُوا الْعِلْمَ دَرَجَاتٍ وَاللَّهُ بِمَا تَعْمَلُونَ خَبِيرٌ﴾ [المجادلة: ١١].

وقال ﷺ في شأن العلم والمعرفة فيما رواه عنه معاوية بن أبي سفيان

= للشباب، مرجع سابق، ص ٧٨.

(١) محمد أحمد محمد الأسمرى، العلاقة بين التعرض للصحافة السعودية والمعرفة الدينية، دراسة ميدانية مقارنة على عينة من الصحافة والجمهور في المجتمع السعودي، رسالة دكتوراه غير منشورة، قسم الإعلام، جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية، ١٤٢٤هـ، ص ٦٩.

قال: سمعت رسول الله ﷺ يقول: «من يرد الله به خيراً، يفقهه في الدين»^(١)، وقال أيضاً مبيناً عظم أجر طلب المعرفة الدينية والتزود منها: «من سلك طريقاً يلتمس فيه علماً، سهل الله له طريقاً إلى الجنة»^(٢).

إن هذه الأحاديث وغيرها تدلل بوضوح كيف كان اهتمام المسلمين بطلب العلم والمعرفة الدينية الصحيحة، والنهل من معينها الصافي سيما وأنها فلاح وخير للعبد في الدارين، ونجاة له يوم القيامة. قال معاذ بن جبل رضي الله عنه مبيناً أهمية المعرفة الدينية وطلبها: «تعلموا العلم فإن تعلمه لله خشية، وطلبه عبادة، ومذاكرته تسبيح، والبحث عنه جهاد، وتعليمه لمن لا يعلمه صدقة، وبذله لأهله قربة؛ لأنه مَعَالِمُ الحلال والحرام... إلخ»^(٣). وقال الإمام أحمد بن حنبل: «حاجة الإنسان إلى العلم أكثر من حاجته إلى الطعام والشراب»^(٤).

ولقد أصبح عامة المسلمين اليوم بأمس الحاجة وأكثر من ذي قبل إلى المعرفة الدينية الصحيحة، حتى يتعلموا أمور دينهم ودنياهم، خصوصاً في ظل المتغيرات والتطورات المتسارعة التي يشهدها العالم يوماً بعد يوم والتي تلقي بظلالها على المجتمعات الإسلامية، وتترك في جانب من جوانبها بعضاً من الآثار السلبية فيها، التي لا يمكن مواجهتها إلا بالمعرفة والإدراك الحقيقي لمجريات الأمور وتطورها. إن حاجة المسلم اليوم إلى العلم هي بالفعل أكثر من حاجته إلى الطعام والشراب، ذلك أن العلم والمعرفة الصحيحة هو الذي يؤدي به إلى الطريق القويم، الذي يستطيع من خلاله تحصيل ما يريد من منافع الدنيا والآخرة. ومن المعروف أنه كلما تأخر الزمان وابتعد الناس عن آثار الرسالة الإسلامية الخالدة حدثت الفتن، وفشا الجهل، وانتشرت الخرافات،

(١) صحيح البخاري، كتاب العلم، رقم (٧١)، ج ١، مرجع سابق، ص ٣١.

(٢) سنن ابن ماجه، باب فضل العلماء والحث على طلب العلم، رقم (٢٢٣)، ج ١، (دار إحياء التراث العربي، ١٩٧٥م)، ص ٨١.

(٣) الإمام زكي الدين عبد العظيم بن عبد القوي المنذري، الترغيب والترهيب من الحديث الشريف، كتاب العلم، (بيروت، دار ابن حزم، ٢٠٠١م)، ص ٢٦.

(٤) يوسف القرضاوي، الرسول والعلم، (بيروت، مؤسسة الرسالة، ١٤٠٤هـ)، ص ١٢.

وبدا الدين غريباً بين أهله، وبات الناس يعتقدون أن الدين هو ما كان عليه آبائهم، وأصبح هناك أناس همهم إضلال الناس وصددهم عن الحق، بعد أن توافرت لهم من وسائل الدعاية وسبل توصيلها ما لم تتوافر لأسلافهم السابقين من دعاة التضليل والإفساد، فأصبحت الأبواب مفتوحة أمامهم لصد الناس عن المعرفة الدينية الصحيحة، فوقعت طوائف من الناس في الفسق والمحذور لا بسبب جحود أو تمرد على الدين، وإنما بسبب الجهل بالأحكام وعدم صفاء البصيرة، وبسبب وجود هذه الأسباب مجتمعة في عصرنا الحاضر تصبح الدعوة الرشيدة في تعلم الدين من أفضل الواجبات وأحمد المساعي^(١).

وكما أن المعرفة الدينية الصحيحة مهمة وضرورية لعامة الناس من المسلمين، فهي من باب أولى مهمة للعلماء والدعاة المصلحين الذين تقع على عاتقهم مسؤولية تبليغ الدين للناس، وحثهم إلى التمسك به، والابتعاد عن ما سواه من خلال توجيههم وإرشادهم بما يفيدهم ويدلهم على طريق الخير والفلاح، وتذكير الناس بهدي النبي ﷺ ومآثر جيل العظماء من صحابة رسول الله ﷺ ومن تبعهم من السلف الصالح وكيف كانت همهم في طلب العلم والمعرفة والتزود منها باستمرار، فلقد كان النبي ﷺ يحث صحابته على طلب العلم والتزود منه، ويدعو لهم، وروي عنه أنه دعا لابن عباس رضي الله عنهما فقال: «اللهم علمه الكتاب»^(٢). وقال ﷺ: «إن الملائكة لتضع أجنحتها رضا لطالب العلم، وإن طالب العلم يستغفر له من في السماء والأرض، حتى الحيتان في الماء، وإن فضل العالم على العابد كفضل القمر على سائر الكواكب... إلخ»^(٣). وروى عنه حذيفة بن اليمان قوله ﷺ: «فضل العلم خير من فضل العبادة»^(٤).

(١) صالح بن غانم السدلان، الأنشطة الدعوية في المملكة العربية السعودية، (الرياض، دار بلنسية، ١٤١٧هـ)، صص ٨٧ - ٨٨.

(٢) صحيح البخاري، كتاب العلم، رقم (٧٥)، ج ١، مرجع سابق، ص ٣٣.

(٣) سنن ابن ماجه، باب فضل العلماء والحث على طلب العلم، رقم (٢٢٣)، ج ١، مرجع سابق، ص ٨١.

(٤) يوسف القرضاوي، الرسول والعلم، مرجع سابق، ص ٢٥.

ومن فضل العلم أنه لا ينقطع بانقطاع الحياة، ولا يموت بموت أصحابه وإنما فائدته مستمرة في الدنيا وخيره باق في الآخرة، يقول عمر بن الخطاب: «أيها الناس، عليكم بطلب العلم، فإن الله رداء محبة، فمن طلب باباً من العلم، رده الله بردائه ذاك»^(١). ويقول الإمام علي بن أبي طالب عليه السلام لكميل بن زياد مبيناً له منزلة العلم: «العلم خير من المال، العلم يحرسك، وأنت تحرس المال، والعلم يزكو على الإنفاق، والمال تنقصه النفقة، والعلم حاكم والمال محكوم»^(٢). وقال الإمام الثوري: «ليس بعد الفرائض أفضل من العلم»^(٣).

وقد توفر للعلماء والدعاة في هذا العصر من وسائل نشر المعرفة الدينية وعوامل تبليغها للناس شيء كثير، لعل من أهمها برامج الإفتاء الشرعية التي تعرض في أغلب المحطات الفضائية التلفزيونية العربية، والتي تحرص معظم التلفزيونات العربية على تقديمها للمشاهد، فهي في الحقيقة فتحت نافذة واسعة أمام الناس لتلقي العلم والمعرفة من لدن علماء راسخين في العلم الشرعي، وأتاحت المجال أمام العلماء والدعاة المصلحين للمساهمة في تثقيف أكبر عدد ممكن من المسلمين في شتى بقاع الأرض، لما تتميز به وسائل الإعلام من سرعة في الإيصال، وقوة في التأثير في الجماهير، وهذا ما سهل الاتصال المباشر بالعلماء وجعل طريق الحصول على المعلومة والتعلم أكثر يسراً، فأصبح بإمكان الشخص أن يسأل عن أي شيء يشكل عليه من أمور دينه ودنياه، وأن يناقش مع العلماء مختلف القضايا، سواء أكانت في مجال العبادات أم المعاملات، إضافة إلى التزود من العلم الشرعي، والوقوف على مناط الأحكام، وما يجب على المسلم معرفته من الدين بالضرورة حتى تستقيم أموره وتصلح أحواله.

(١) يوسف القرضاوي، الرسول والعلم، صص ١٠ - ١١.

(٢) المرجع السابق، صص ٢٦ - ٢٧.

(٣) المرجع السابق، ص ٢٧.

٣ - آثار المعرفة الدينية:

بَيَّن كثير من العلماء في الماضي والحاضر عدداً من الآثار والفوائد التي يجنيها المسلم في حياته من جراء حرصه على التزود من المعرفة الدينية الصحيحة والمداومة على طلبها، لعل من أبرز هذه الآثار ما يأتي^(١):

١ - المعرفة الدينية سبب الإيمان:

إن العلم في الإسلام يهدي إلى الإيمان، فالعقيدة في الإسلام تقوم على العلم والمعرفة الدينية الصحيحة لا على التسليم الأعمى، يقول رب العزة والجلال: ﴿أَفَلَا يَتَذَكَّرُونَ أَلَمْ يَكُنْ عَلَيْنَا أَنْزَلْنَا الْقُرْآنَ وَلَوْ كَانَ مِنْ عِنْدِ غَيْرِ اللَّهِ لَوَجَدُوا فِيهِ اخْتِلَافًا كَثِيرًا﴾ [النساء: ٨٢]. والمتأمل في كتاب الله يدرك أن العلم داعية إلى الإيمان، ودليلاً إليه، قال تعالى: ﴿وَلْيَعْلَمَنَّ الَّذِينَ أُوتُوا الْعِلْمَ أَنَّهُ الْحَقُّ مِنْ رَبِّكَ فَيُؤْمِنُوا بِهِ فَتُخْبِتَ لَهُ قُلُوبُهُمْ﴾ [الحج: ٥٤].

فالعلم يتبعه الإيمان تبعية ترتب، ليعلموا فيؤمنوا، والإيمان تتبعه حركة القلوب من الإخبات والخشوع لله تعالى، وهكذا يثمر العلم الإيمان، ويثمر الإيمان الإخبات والتواضع لله رب العالمين.

ولذا فالإنسان بحاجة ماسة إلى المعرفة الدينية التي تنمي الإيمان، وتحيي الضمائر، وتغرس الفضائل، وتقي الإنسان شح نفسه، وطغيان غرائزه على عقله، وهواه على ضميره.

٢ - المعرفة الدينية سبب العمل الصحيح:

الأصل في المعرفة الدينية الصحيحة أن تقود صاحبها إلى العمل الصحيح كما تدله على الإيمان، وقد ترجم الإمام البخاري في جامعه الصحيح: «باب العلم قبل القول والعمل»، وقال ابن المنير: أراد الله به أن العلم شرط صحة القول والعمل، فلا يعتبران إلا به فهو متقدم عليهما،

(١) يوسف القرضاوي، الرسول والعلم، صص ١٤ - ١٥.

ومصحح للنية المصححة للعمل، فبه المصنف (البخاري) على ذلك، حتى لا يسبق إلى الذهن - من قولهم: إن العلم لا ينفع إلا بالعمل - تهوين أمر العلم، والتساهل في طلبه^(١).

وقال جل ذكره: ﴿إِنَّمَا يَخْشَى اللَّهَ مِنْ عِبَادِهِ الْعُلَمَاءُ﴾ [فاطر: ٢٨]؛ أي: إنما يخاف الله ﷻ ويقدره حق قدره، من عرفه، وعلم عظيم قدرته، وسلطانه على خلقه، نتيجة التأمل في أسرار كونه وشرعه، وهم العلماء، وهذه الخشية هي التي تحفز على عمل الصالحات، واجتناب السيئات. قال النبي ﷺ: «من يرد الله به خيراً يفقهه في الدين»^(٢)، وذلك أن المسلم إذا فقه عمل، وأحسن ما عمل، وأدنى درجات الفقه كما يقول الإمام الغزالي: أن يعلم أن الآخرة خير من الدنيا، وهذه المعرفة إذا صدقت وغلبت عليه برئ بها من النفاق والرياء^(٣).

والمعرفة الدينية في مجال العمل تقود إلى أمرين مهمين:

١ - أن المعرفة الدينية تبين صحيح الأعمال من فاسدها.

فلا تستقيم عبادة يجهل صاحبها ما يجب لها من شروط، وما تقوم عليه من أركان، ولهذا قال النبي ﷺ للرجل الذي أساء صلاته ولم يؤد لها حقها من الطمأنينة: «ارجع فصل، فإنك لم تصل»^(٤)، وفي المعاملات وشؤون الحياة العامة شخصية وأسرية واجتماعية، يجب أن يكون المسلم فيها على بصيرة، وأن يعرف الصحيح فيها من الفاسد، والحلال من الحرام، حتى لا يقع في الحرام وهو لا يدري.

(١) الإمام أحمد بن علي بن حجر العسقلاني، فتح الباري بشرح صحيح البخاري، كتاب العلم، باب العلم قبل القول والعمل، ج ١، (القاهرة، دار مصر للطباعة، ٢٠٠١م)، ص ٢٣٤.

(٢) صحيح البخاري، كتاب العلم، رقم (٧١)، ج ١، مرجع سابق، ص ٣١.

(٣) الإمام أبو حامد الغزالي، إحياء علوم الدين، (بيروت، دار النور الإسلامية، ١٤٠٠هـ)، ج ١، ص ٥.

(٤) صحيح البخاري، كتاب الأذان، رقم (٧٥٧)، ج ١، مرجع سابق، ص ٢٢٨.

وقد كان السلف الصالح يوصون التاجر الذي يدخل السوق أن يتفقه في أحكام البيوع والتعامل، كما كانوا يوصون من يؤهل نفسه للسيادة والقيادة، أن يتزود من العلم بما يلزم لمنصبه، وما ينير له الطريق، لذا نقل عنهم قولهم: تفقهوا قبل أن تسودوا.

٢ - أن المعرفة الدينية تبين راجح الأعمال من مرجوحها.

والمعرفة الدينية الصحيحة تقود صاحبها إلى معرفة منازل الأشياء، ومراتب الأعمال، حتى يميز بين النفل والفرض، ويتبين المهم وغير المهم، ويعرف الأصول والفروع، فلا يقدم نافلة على فريضة، ولا يقدم غير المهم على المهم، ولا يضيع أصلاً من أجل فرع.

لذا فإن العبادة إذا أدت على غير علم، فهي كالبنيان على غير أساس، فالعلم والمعرفة الدينية هي التي توضح أركان العبادة، وشروطها، وآدابها الظاهرة، وأسرارها الباطنة، كما يستطيع أن يعرف المسلم ما يصححها وما يغلطها، وما يكملها أو ينقصها.

ثانياً: مصادر المعرفة الدينية:

تتمثل مصادر المعرفة الدينية عند المسلمين بمصدرين لا ثالث لهما هما: الكون والوحي، أو ما يطلق عليه خلق الله ووحى الله، فالحقائق كلها مهما كانت أنواعها، تعرف من خلال هذين المصدرين فإذا ادعى إنسان دعوى ليس عليها دليل من هذين المصدرين أحدهما أو كلاهما، كانت دعواه باطلة. قال تعالى: ﴿قُلْ أَرَأَيْتُمْ شُرَكَاءَكُمُ الَّذِينَ يَدْعُونَ مِنْ دُونِ اللَّهِ أَرُونِي مَاذَا خَلَقُوا مِنَ الْأَرْضِ أَمْ لَهُمْ شِرْكٌ فِي السَّمَوَاتِ أَمْ آتَيْنَهُمْ كِتَابًا فَهُمْ عَلَى بَيِّنَةٍ مِنْهُ بَلْ إِنَّهُمْ ظَالِمُونَ بَعْضُهُمْ بَعْضًا إِلَّا غُرُورًا﴾ [فاطر: ٤٠]. لقد كانت دعوى هؤلاء وعبادتهم من دون الله تتضمن الدعوى بأنهم أرباب وقادرون على فعل كل شيء، والرب بهذه الصفة لا بد وأن يكون خالقاً، والعلم والمعرفة بأنه خالق لا يكون إلا بمشاهدة ما خلقه في الكون، أو بوحي من الإله الذي ثبت أنه خالق. فإذا لم يكن لهذه الدعوى سند لا من خلق الكون المشهود، ولا من كلام الإله الخالق كانت

باطلة، فالتصور الإسلامي لمصادر المعرفة الدينية يختلف عن التصور المادي الإلحادي، الذي يجعل الكون وحده مصدراً للمعرفة، ولا يتصور منهجاً علمياً إلا المنهج الذي تعرف به حقائق هذا الكون. فالتصور الإسلامي يقيم الأدلة من هذا الكون المشهود بأن هنالك مصدراً ثانياً للمعرفة وهو الوحي الإلهي، المنزل من رب الأرض والسموات على من يصطفيه من خلقه^(١).

ويتحصل المسلم على مصادر المعرفة من خلال الوسائل التي وهبها الله له، التي يأتي في مقدمتها الحس والعقل، إذ إن الحقائق كلها مهما كانت أنواعها - تتحصل من خلال تلك الوسائل، قال تعالى: ﴿وَاللَّهُ أَخْرَجَكُمْ مِنْ بُطُونِ أُمَّهَاتِكُمْ لَا تَعْلَمُونَ شَيْئًا وَجَعَلَ لَكُمُ السَّمْعَ وَالْأَبْصَرَ وَالْأَفْئِدَةَ لَعَلَّكُمْ تَشْكُرُونَ﴾ [النحل: ٧٨]. لقد قررت الآية الكريمة أن الإنسان يولد جاهلاً، وأن الله تعالى يزوده بالسمع والبصر والعقل، فبينت أن الإنسان لا يمكن أن يكتسب معرفة - سواء كانت دينية أو دنيوية - إلا عن طريق الحس والعقل.

والحواس كما هو معلوم مرتبطة كلها بالدماغ ومن ثم بالعقل. فالعقل هو الذي يحول المادة الآتية عن طريق الحواس إلى أشياء لها معنى بالنسبة إلى الإنسان. ولذلك فالذي لا يعقل الكلام ولا يستفيد منه، فإن القرآن يشبهه بالحيوان الذي لا يسمع من الكلام إلا الأصوات. ولذا فإنه لا سبيل إلى معرفة ذلك بالحس وحده، بل لا بد أن ينضم إليه العقل فيقرر أولاً ما إذا كان الكلام متناقضاً أم مُتسقاً، وحقاً أم باطلاً^(٢).

لذا فإن هذه العملية أشبه ما تكون «بعملية تتعاون فيها وسائل الحس الظاهرة والباطنة، والآلات والأدوات التي تستخدمها الحواس، وموازين

(١) جعفر شيخ إدريس، الأجوبة الإسلامية عن الأسئلة الفلسفية، المصدر: موقع الشيخ جعفر شيخ إدريس على شبكة الإنترنت www.jaafaridris.com، فبراير - مارس/شباط - آذار ١٩٩٣م.

(٢) جعفر شيخ إدريس، الأجوبة الإسلامية عن الأسئلة الفلسفية، مرجع سابق.

العقل الفطرية والمكتسبة، ومعارف الإنسان السابقة»^(١).

وكما أن لمصادر المعرفة الدينية وسائل تتحقق بها، فإن لمصدر الوحي الإلهي مصادر استدلالية يمكن للمسلم الرجوع إليها والاحتكام لها، وتمثل هذه المصادر الاستدلالية في:

١ - الكتاب (القرآن الكريم): «هو الكتاب المنزل على رسول الله ﷺ، المكتوب في المصاحف، المنقول إلينا عنه نقلاً متواتراً بلا شبهة»^(٢). والقرآن الكريم حجة وبرهان على جميع البشر، ويستمد حجته أنه من عند الله تعالى، كما أنه الأصل في التشريع الإسلامي.

ولهذا الإجمال في نصوص القرآن مزية مهمة أخرى بالنسبة إلى أحكام المعاملات المدنية، والنظم السياسية والاجتماعية، فإنه يساعد على فهم تلك النصوص المجملة وتطبيقها بصور مختلفة يحتملها النص، فيكون باتساعه قابلاً لمجاراة المصالح الزمنية، وتنزيل حكمه على مقتضياتها بما لا يخرج عن أسس الشريعة ومقاصدها^(٣).

٢ - السُّنَّة النبوية: هي كل ما جاء عن الرسول ﷺ من قول، أو فعل، أو تقرير^(٤)، والسُّنَّة تلي القرآن الكريم في مصدريّة التشريع، من حيث إن بها بيان مجمله، وإيضاح مشكله، وتقييد مطلقه، وبيان ما لم يذكر فيه، ذلك أن الله أسند لرسوله ﷺ وظيفة البيان لمعاني القرآن الكريم، والشرح لأحكامه المجملة، قال الله تعالى: ﴿وَأَنزَلْنَا إِلَيْكَ الذِّكْرَ لِتُبَيِّنَ لِلنَّاسِ مَا نُزِّلَ إِلَيْهِمْ﴾ [النحل: ٤٤]، كما أن السُّنَّة مصدر تشريعي مستقل من جهة؛ لأنه قد يرد فيها

(١) عبد الرحمن حسن جبنكة الميداني، ضوابط المعرفة وأصول الاستدلال والمناظرة، (دمشق، دار القلم، ١٤٠١هـ)، ص ١٢٦.

(٢) عبد الكريم زيدان، نظرات في الشريعة الإسلامية، (بيروت، مؤسسة الرسالة، ١٤٢١هـ)، ص ٢٢٥.

(٣) مصطفى أحمد الزرقا، المدخل الفقهي العام، (دمشق، مطابع ألف باء - الأديب، ١٩٦٧)، ج ١، ص ٦١ - ٦٢.

(٤) المرجع السابق، ص ٦٣ - ٦٤.

من الأحكام ما لم يرد في القرآن؛ كميراث الجدة، فقد ثبت أن النبي ﷺ حكم بتوريث جدة المتوفى سدس المال، ولكن السُّنة من جهة أخرى يلحظ فيها معنى التبعية للقرآن؛ لأنها علاوة على كونها بياناً وإيضاحاً له لا تخرج عن مبادئ وقواعده العامة، حتى فيما تقرره من الأحكام التي لم يرد ذكرها في القرآن، فمرجع السُّنة في الحقيقة إلى نصوص القرآن وقواعده العامة. والسُّنة بصورة عامة ضرورية لفهم الكتاب، ولا يمكن أن يستغنى عنها في فهمه وتطبيقه. ولا يقبل من السُّنة في تشريع الأحكام الفقهية إلا ما كان صحيح الثبوت بشرائط معينة شديدة، وقد بذل علماء السُّنة جهوداً كبيرة لتمييز مراتب الأحاديث النبوية في الثبوت^(١).

٣ - الإجماع: هو اتفاق الفقهاء المجتهدين من الأمة الإسلامية في عصر من العصور على حكم شرعي بعد وفاة النبي ﷺ^(٢). ولا فرق بين أن يكون هؤلاء المتفقون من فقهاء صحابة الرسول ﷺ بعد وفاته، أو من الطبقات التي جاءت بعدهم^(٣). والإجماع حجة قوية في إثبات الأحكام الفقهية، ومصدر يلي السُّنة في الرتبة. ودليل اعتباره في هذه المكانة من مصدريّة التشريع مجموعة آيات وأحاديث تدل على اعتبار إجماع الكلمة من أهل العلم والرأي حجة، فمن تلك الأدلة على اعتبار الإجماع قول الله تبارك وتعالى: ﴿وَمَنْ يُشَاقِقِ الرَّسُولَ مِنْ بَعْدِ مَا بَيَّنَّ لَهُ الْهُدَىٰ وَيَتَّبِعْ غَيْرَ سَبِيلِ الْمُؤْمِنِينَ تُوَلِّهِ مَا تَوَلَّىٰ وَتُصْلِهِ جَهَنَّمَ ۖ وَسَاءَتْ مَصِيرًا﴾ [النساء: ١١٥]. وقوله ﷺ: «لا تجتمع أمتي على الضلالة»، وفي معناه أحاديث كثيرة، فبتضافرها بعضها مع بعض ومع الآيات القرآنية التي تأمر بلزوم الجماعة وعدم الانشقاق عنها، تؤلف دليلاً كافياً في حجية الإجماع في إثبات الأحكام، والإجماع في ذاته إذا انعقد على حكم لا بد أن يكون مستنداً إلى دليل فيه، إذ لا تجتمع كلمة علماء الأمة بلا دليل شرعي، كما أن اتفاق غير المجتهدين لا يعتد به؛ لأن المجتهد يشترط

(١) مصطفى أحمد الزرقا، المدخل الفقهي العام، مرجع سابق، صص ٦٣ - ٦٤.

(٢) عبد الكريم زيدان، نظرات في الشريعة الإسلامية، مرجع سابق، ص ٢٥١.

(٣) مصطفى أحمد الزرقا، الفقه الإسلامي ومدارسه، مرجع سابق، ص ٢٦.

فيه القدرة على استنباط الأحكام الشرعية من مصادرها المعتمدة، وهو ما قد لا يحصل لغيره من الناس^(١).

٤ - القياس: هو إلحاق أمر بآخر في الحكم الشرعي لاتحاد بينهما في العلة^(٢). أو هو بتعريف آخر: تسوية واقعة لم يرد نص بحكمها بواقعة أخرى، ورد النص بحكمها في الحكم المنصوص عليه لتساوي الواقعتين في علة الحكم^(٣). والقياس يأتي في المرتبة الرابعة بعد الكتاب والسنة والإجماع، من حيث حجته في إثبات الأحكام الفقهية، والقياس لا يشترط فيه اتفاق كلمة العلماء، بل كل مجتهد يقيس بنظره الخاص في كل حادثة لا نص عليها في الكتاب أو السنة ولا إجماع عليها. ولا يخفى أن نصوص القرآن والسنة محدودة متناهية، والحوادث الواقعة والمتوقعة غير متناهية، فلا سبيل إلى إعطاء الحوادث والمعاملات الجديدة منازلها وأحكامها في فقه الشريعة، إلا عن طريق الاجتهاد بالرأي الذي رأسه القياس، فالقياس أغزر المصادر الفقهية في إثبات الأحكام الفرعية للحوادث. وقد جاء في كتاب عمر بن الخطاب إلى أبي موسى الأشعري رضي الله عنه يرشده إلى أصول القضاء وطريقته المثلى: «الفهم الفهم فيما تلجلج في صدرك مما ليس في كتاب الله، ولا سنة النبي صلى الله عليه وسلم، ثم اعراف الأشباه والأمثال، فقس الأمور عند ذلك بنظائرها، واعمد إلى أقربها إلى الله، وأشبهها بالحق»^(٤).

ثالثاً: مجالات المعرفة الدينية:

تتعدد مجالات المعرفة الدينية وتتنوع، وهذا ما يتيح للإنسان فرصة الاختيار أو الجمع بين هذه المجالات، ومجالات المعرفة الدينية الإسلامية مرتبطة ارتباطاً وثيقاً بالدين الإسلامي ومصادره التشريعية الأساسية، المتمثلة

(١) مصطفى أحمد الزرقا، المدخل الفقهي العام، مرجع سابق، ص ٦٥.

(٢) المرجع السابق ص ٦٧.

(٣) عبد الكريم زيدان، نظرات في الشريعة الإسلامية، مرجع سابق، ص ٢٦٤.

(٤) مصطفى أحمد الزرقا، المدخل الفقهي العام، مرجع سابق، ص ٦٧ - ٦٨.

بالقرآن الكريم، والسُّنَّة النبوية المطهرة، وما سار عليه سلف هذه الأمة من عهد الصحابة وتابعيهم والقرون التي تلتها حتى وقتنا الحاضر، فهي معين لا ينضب، وثرء لا ينقطع، وهي تمد الإنسان وتقويه بسلاح العلم والمعرفة الصادقة بما يفيد في دنياه وآخرته، ولعل من أبرز هذه المجالات هي:

١ - **المجال الاعتقادي:** وهو المجال الذي ينصب فيه اهتمام الفرد على معرفة قضايا التوحيد، والاعتقاد، والإيمان بالله وحده لا شريك له سبحانه، وبربوبيته، وألوهيته، وأسمائه، وصفاته، وتعميقها في النفس، وترسيخ معاني الإيمان والطاعة لله رب العالمين.

٢ - **المجال الفقهي:** وهو المجال الذي يكون فيه الاهتمام بالتعرف إلى القضايا والمسائل الفقهية، وما يرتبط فيه من أحكام وتشريعات ربانية من كتاب الله وسُنَّة رسوله ﷺ، سواء أكانت في قضايا العبادات أم المعاملات، أم أي قضايا فقهية أخرى مستجدة ومعرفة ما يترتب عليها، إضافة إلى الوقوف على مناط الأحكام الشرعية في القضايا والمسائل الاقتصادية، ومعرفة أوجه الدلالة والتحليل والتحريم فيها، فيما يتعلق بحياة الناس ومعاملاتهم التجارية.

٣ - **المجال العلمي:** وهو المجال المختص بالاهتمام بالجانب العلمي الذي يتيح للفرد المسلم التعرف إلى بديع صنع الله وقدرته جل وعلا في مخلوقاته وفي الطبيعة والكون وما حواه العلم الحديث من مكتشفات علمية وتقنية تفيد البشرية وتكون معيناً ينهل منه أبناء الأمة الإسلامية ويستفيدوا من تعلمه، والاستزادة منه مستمدين العون من الله، ومنطلقين من كتابه وسُنَّة نبيه ﷺ، وما سار عليه سلف هذه الأمة.

٤ - **المجال الثقافي:** وهو الاهتمام بقضايا الفكر والثقافة والإبداع الإنساني المتنوع المنطلق من الوحي الإلهي الرباني الذي أتاح للإنسان آفاقاً واسعة ورحبة للتزود من العلم وشتى صنوف الثقافة والمعرفة الإنسانية المتنوعة.

٥ - **المجال السياسي:** وهو المجال الذي يهتم بتناول القضايا السياسية

المختلفة في إطار فقه السياسة الشرعية؛ كالاهتمام بالعلاقات الدولية بين الدول المسلمة والدول العالمية الأخرى، وعلاقة الحاكم بالمحكوم، وما يترتب على هذه العلاقة من حقوق وواجبات، وحماية حقوق الإنسان والحريات التي كفلها الإسلام، إضافة إلى الاهتمام بالمسؤوليات والمصالح العليا للأمة الإسلامية.



علاقة المعرفة الدينية باستخدام وسائل الإعلام

يعد الدين في المجتمع المسلم المقوم الرئيس والأهم ضمن مقومات النظام الثقافي والمعرفي وعناصره، ولذا فإن جوهره يبقى راسخاً في أذهان الأجيال على اختلاف عصورها، كما أنه يعد عاملاً أساسياً ومؤثراً في توجيه الرأي العام، وترشيد تصرفات الشعوب والجماعات والأفراد^(١).

وقد كان للدين الإسلامي دور بارز في حياة المسلمين منذ فجر الدعوة الإسلامية حتى يومنا هذا، حيث ظهر تأثيره في مختلف الشؤون الحياتية للناس، فأصبح تشريعاً ودستوراً ومنهاج حياة، لكون أن الدعوة الإسلامية لم تقتصر في اهتمامها على الشؤون العبادية فحسب، بل يصل تأثيرها إلى المجالات كافة وإلى الشؤون الروحية والحياتية وغيرها من الأمور المتعلقة بمصالح العباد^(٢).

والدين الإسلامي بهذه النظرة الشمولية يعد عنصراً أساسياً من عناصر تكوين الرأي العام في المجتمعات العربية والإسلامية، فالناس دائماً بحاجة ماسة إلى التزود بالمعرفة الدينية الصحيحة فيما يهمهم من أمور دينهم ودنياهم حتى تستقيم أمورهم، ويصلح حالهم، ويكونون على دراية تامة بما يفيدهم ويرشدتهم وينير لهم الطريق القويم لابتغاء مرضاة الله والتقرب إليه سبحانه.

(١) محمد منير حجاب، أساسيات الرأي العام، (القاهرة، دار الفجر، ١٩٩٨م)، ص ١٢٠.

(٢) هاني الرضا، ورامز عمار، الرأي العام والإعلام والدعاية، (بيروت، المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر والتوزيع، ١٩٩٨م)، ص ٦٥.

ويؤدي الإعلام دوراً مهماً ومؤثراً في نشر الدين والمعرفة الدينية بين الناس، فالإعلام كان ولا يزال يعد أداة المعرفة الدينية ودعامتها الرئيسة في توصيل المضامين ونشر المفاهيم^(١). ولكي تكون المعرفة الدينية صورة حية للمجتمع ينبغي أن يكون في طليعة ما تهتم به وسائل الإعلام أن تحول تلك المعرفة إلى واقع ملموس، وأن يصل إلى حياة الناس حتى يكون مصدراً لفكرهم وثقافتهم، وموجهاً أساسياً لسلوكهم وقيمهم وطريقة حياتهم^(٢).

لذا تزايد الوعي بأهمية الإعلام الديني مؤخراً، فخرجت كثير من الصحف والقنوات الفضائية المتخصصة في الإعلام الديني، وبرز من خلالها كثير من الدعاة والعلماء المصلحين، الذين قاموا بدور فاعل في نشر المعرفة الدينية بين الناس، ومحو الأمية الدينية الموجودة في بعض البلدان الإسلامية، وحث الناس إلى المشاركة في عملية إصلاح المجتمعات الإسلامية وتبصيرهم بتعاليم الدين الإسلامي ومفاهيمه الأساسية من خلال إثارة الحماس ورفع الهمم في النفوس^(٣).

وتبرز أهمية وسائل الإعلام الدينية المتخصصة في الوقت الحاضر وبخاصة التلفزيونية منها، في ظل المتغيرات المتلاحقة التي يعيشها العالم العربي والإسلامي حالياً، والتي من أهمها محاولة كثير من الوسائل الغربية زعزعة العقيدة الإسلامية في نفوس المسلمين، وتشكيكهم بثوابته ومسلماته، ومحاولة فرض ثقافة دينية بديلة عن الثقافة الإسلامية، وهو ما جعل من هذه القنوات الدينية المتخصصة مصدراً مهماً للتزود من المعرفة الدينية الصحيحة لدى كثيرين من العرب والمسلمين، على اختلاف أجناسهم وأعمارهم

(١) عاطف عدلي العبد، الإعلام الديني المرئي الأهداف المضمون والتعرض، ورقة بحث، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، ٢٠٠٤م، ص ٣.

(٢) فؤاد توفيق العاني، الصحافة الإسلامية ودورها في الدعوة، (بيروت، مؤسسة الرسالة، ١٩٩٣م)، ص ٢٧٦.

(٣) سهير صالح إبراهيم، دور القنوات الفضائية الإسلامية في إمداد الجمهور بالثقافة الدينية، مرجع سابق، ص ١.

ومستوياتهم التعليمية في شتى أنحاء العالم الإسلامي وخارجه .

ولعل ما يؤكد ذلك ما أثبتته كثير من الدراسات العلمية، التي وجدت أن القنوات الفضائية العربية تسهم بشكل كبير في زيادة مستوى الوعي الديني لدى الأفراد، وتزويدهم بما يحتاجون إليه من المعرفة الدينية، من تأدية صحيحة للعبادات، وتحسين للسلوك والمعاملات بين الناس، ومعرفة الأحكام، ورفع مستوى الثقيف الديني لديهم، وإمدادهم بالمعلومات الدينية الصحيحة، والخبرات التي تجعلهم قادرين على التعامل - ليس مع القضايا الدينية فقط - وإنما مع جميع القضايا التي تواجههم^(١)، إضافة إلى أنها تسهم في تدعيم بعض القيم الدينية لدى الجمهور، مثل: الإيمان بالله، واحترام قيمة العلم والمعرفة، وبر الوالدين، والاعتراف بالفضل، وإتقان العمل^(٢)، وتأكيد التزام الاقتداء بالرسول الكريم ﷺ والسير على نهجه^(٣)، وتقديمها إلى كل بيت عربي ومسلم بشكل شيق وميسر وفق منهج إلهي مستمد من كتاب الله وسُنَّة رسوله ﷺ، وما سار عليه سلف هذه الأمة من الصحابة والتابعين وتابعيهم إلى يوم الدين .

ومن هنا يتضح أن العلاقة بين المعرفة الدينية لدى الجمهور، واستخدام وسائل الإعلام، تعد علاقة ارتباطية وثيقة الصلة، ذلك «أن الأفراد يختارون ويستخدمون المصادر المعلوماتية التي تتوافق بشكل أساسي وأولي مع مهاراتهم وقدراتهم في البحث عن المعلومات ومصادرهما»^(٤). ووسائل الإعلام اليوم تعد مصدراً مهماً من مصادر الحصول على المعلومات الدينية، من خلال

(١) محيي الدين عبد الحليم، الإعلام الديني وأثره في الرأي العام، مرجع سابق، صص ٢٣٨ - ٢٦٨.

(٢) سهير صالح إبراهيم، دور القنوات الفضائية الإسلامية في إمداد الجمهور بالثقافة الدينية، مرجع سابق، ص ١.

(٣) عاطف عدلي العبد، الإعلام الديني المرئي الأهداف المضمون والتعرض، مرجع سابق، ص ٤.

(٤) أميمة محمد عمران، التعرض للمواقع الدينية بالإنترنت وعلاقته بمنظومة القيم لدى الشباب، مرجع سابق، ص ٣.

ما تقدمه من مواد وبرامج دينية متنوعة تسهم وبشكل فاعل في إكساب الأفراد المعلومات والمعارف الدينية، وتيسر لهم سبل الوصول والاتصال بالعلماء والدعاة وأهل الاختصاص من ذوي العلم الشرعي؛ للإجابة عن الأسئلة التي تهمهم، والاستزادة من العلم والمعرفة.

كما أنها تضطلع بأدوار ومهام رئيسة، تساهم في نشر المعرفة الدينية وتعميمها بين الناس لعل من أبرزها^(١):

١ - تيسير المفاهيم وتجسيد المعاني: يسهم الإعلام بما هو متاح له من وسائل اتصال جماهيرية واسعة التأثير، في تعريف الناس ما يجب أن يكون معلوماً لديهم من أمور الدين بالضرورة، ومسائل الفقه، وقواعد المعاملات والسلوك، من خلال تيسير المعلومات وتحريرها من المصطلحات العلمية والتعقيدات الفنية، وتسهيل صيغ التعبير وتنويعها؛ لتكون في متناول إدراك أفهام العامة والخاصة على السواء.

٢ - الإيضاح والتفصيل: لقد أصبحت وسائل الإعلام تقوم بدور مهم ومحوري في إيضاح المعلومات والحقائق وتفصيلها للناس، من خلال بيان طبيعة ما تحتويه تلك الحقائق والمعلومات، وإيضاح أسباب وقوع الأحداث وبواعثها من منظار العقيدة الصحيحة، الذي ينفي منها الخبث وينقيها من كل ما يلوث مفهوم القيم والأخلاق الإسلامية.

٣ - التثقيف: تقوم وسائل الإعلام بنشر الثقافة الإسلامية، وتعميق الحضارة، وإثراء العقل المسلم بالمعارف المختلفة من خلال صياغتها بطريقة عملية واقعية ومبسطة، ترتبط بمدارك الإنسان المعاصر ومشاهداته، لكي يسهل عليه استيعابها. كما أن وسائل الإعلام من خلال دورها التثقيفي تساهم في حماية المجتمعات الإسلامية من تأثير الثقافة الوافدة في قيمها وعقيدتها.

٤ - التعليم: أحرزت وسائل الإعلام من النجاح في نقل المعرفة والثقافة

(١) عبد الوهاب سليم الزيني، الإعلام في خدمة الدعوة للائتمان الإسلامي، (الرياض، مكتبة الخريجي، ١٩٨٤م)، صص ٣٧٠ - ٣٨١.

الإسلامية ما يعده بعضهم جامعة مفتوحة، شجع علماء الدين على استخدام وسائل الاتصال الإعلامية في تعليم الناس، وتثقيفهم، ورفع مستوى الوعي الديني لديهم.

٥ - التوجيه والإرشاد: يعد الإعلام بمنزلة الموجه والمرشد الذي يأخذ بيد الجماهير ويحمل المشعل ليسدد خطاها، ويوحد جهودها ويصححها على طريق الحق والعدل والخير والفضيلة، وفق العقيدة الإسلامية السمحة، التي تساعد على توجيه الرأي العام وبلورته، وترشيد حركته في مختلف المجالات الدينية والسياسية والاقتصادية والاجتماعية وغيرها.

٦ - الشرح والتفسير: ولأن قدرات الفرد في المجتمع الحديث، وجهده وطاقته الذهنية لا تمكنه من الوصول إلى مدلولات دقيقة لجميع المعارف وتكوين تصور كامل عنها، فقد أصبح من مسؤولية الإعلام الديني تقديم المعلومات والمعارف الدينية في صورة مبسطة وسهلة، تكون في متناول إدراك الإنسان المتعلم وغير المتعلم من خلال استخدام أساليب الشرح والتفسير العلمية المشوقة، في وحدة متسقة المضمون، سلسلة العبارة، واضحة المعاني والدلالة.

الباب الثاني

نتائج الدراسة ومناقشتها

الإجراءات المنهجية للدراسة.

الفصل الأول: نتائج الدراسة.

الفصل الثاني: مناقشة النتائج.

الفصل الأول

نتائج الدراسة

المبحث الأول: مدى تعرض الجمهور السعودي لبرامج الإفتاء في القنوات الفضائية العربية.

المبحث الثاني: دوافع استخدام الجمهور لبرامج الإفتاء في القنوات الفضائية العربية.

المبحث الثالث: طبيعة استخدامات الجمهور السعودي لبرامج الإفتاء في القنوات الفضائية العربية.

المبحث الرابع: الإشباعات التي تحققها برامج الإفتاء في القنوات الفضائية العربية.

المبحث الخامس: العوامل المؤثرة في حجم استخدام الجمهور لبرامج الإفتاء.

المبحث السادس: العلاقة بين استخدامات الجمهور السعودي لبرامج الإفتاء في القنوات الفضائية العربية وإشباعاتها.

کتابخانه محمد
نعمانی



الإجراءات المنهجية للدراسة



أجريت هذه الدراسة بهدف الإجابة عن ستة أسئلة رئيسة، تضمّن كل منها عدداً من الأسئلة الفرعية المهمة، وحيث إن الاستبانة تعد الأداة الرئيسة للإجابة عن هذه الأسئلة التي تمثل نتائجها، وما كشفت عنه من معلومات، إجابة علمية عن تساؤلات البحث الرئيسة، فقد حرص الباحث على إعدادها إعداداً جيداً، ساهم بتوفيق الله وفضله في عملية استخدامها ميدانياً في جمع البيانات والمعلومات على نحو شامل ومحقق الأهداف الرئيسة لهذه الدراسة، لذا فإن الباحث - وقبل أن يستعرض النتائج التي توصل إليها - سيعرض لبعض الجوانب والخطوات الإجرائية المتعلقة بمراحل إعداد هذه الاستبانة.

أولاً: منهج الدراسة وأداتها:

تُعَدّ هذه الدراسة من الدراسات الوصفية وفق المنهج الكمي، التي تستهدف جمع المعلومات اللازمة لإعطاء وصف لأبعاد، أو متغيرات الظاهرة المدروسة، وذلك من خلال تحديد ماهية الأشياء^(١).

وحيث إن هذه الدراسة هدفت إلى وصف طبيعة تعرّض الجمهور السعودي لبرامج الإفتاء المتخصصة في القنوات الفضائية العربية، ومظاهر ذلك التعرّض وحجمه، إضافة إلى تحديد ماهية الرضا والإشباع المتحققة من هذه البرامج؛ ولأن هذه الدراسة هي دراسة وصفية، فقد استخدم الباحث المنهج المسحي الذي يُعَدّ من أنسب المناهج العلمية ملائمة لهذه الدراسة،

(١) محمد الحيزان، البحوث الإعلامية، (الرياض، الطبعة الأولى، ١٩٩٨م)، ص ٢٠.

التي تهتم بوصف هذه الظاهرة، والتعرف إلى جمهور هذه البرامج، وأنماط سلوكه بصفة خاصة.

أداة الدراسة: اختار الباحث تأسيساً على هذا المنهج أداة الاستبانة التي تعد من أشهر وسائل جمع المعلومات شيوعاً واستخداماً في سائر البحوث النظرية^(١)، وتعد كذلك أكثر ملاءمة لهذه الدراسة التي هدفت إلى التعرف إلى طبيعة استخدام الجمهور السعودي لبرامج الإفتاء المتخصصة في القنوات الفضائية العربية.

واستخدم الباحث الأسلوب الإحصائي في الدراسة لحساب النسب والتكرارات؛ لتحديد الأوزان النسبية للمتغيرات، لا سيما أن هذه الدراسة استخدمت استمارة الاستبانة التي تتطلب ترميزاً خاصاً بعد جمعها من الميدان، ثم العمل على إدخالها في الحاسب الآلي؛ لاستخراج النتائج باستخدام برنامج spss الإحصائي.

ثانياً: مجتمع الدراسة والعينة:

بما أن هذه الدراسة سعت إلى التعرف إلى طبيعة استخدام الجمهور السعودي لبرامج الإفتاء المتخصصة في القنوات الفضائية العربية، فقد شمل مجتمع هذه الدراسة جميع أفراد المجتمع السعودي فوق سن ١٥ سنة المقيمين بمدينة الرياض، في أثناء إجراء هذه الدراسة، وقد تم تحديد هذا العمر؛ لأن الإنسان في هذه السن يصبح أكثر وعياً ونضجاً ودراية في الحياة؛ لأنه تخطى مرحلة الطفولة ودخل مرحلة الشباب، التي تتميز بالإدراك والوعي بمستجدات الحياة وتطوراتها.

ولأن حجم جمهور البحث يُعدّ كبيراً ومن المتعذر معه استطلاع آراء أفرادها كافة. فإن الباحث رأى أن يكون اختيار عينة هذه الدراسة من خلال استخدام أسلوب العينة العشوائية العنقودية؛ وذلك لأن هذه العينة تتميز

(١) محمد الحيزان، البحوث الإعلامية، مرجع سابق، ص ٨٤.

بملاءمتها لمجتمعات الدراسة ذات الكثافة العالية^(١)، وقد نظر الباحث في هذا السياق بالكيفية المثلى لاختيار العينة داخل أحياء مدينة الرياض، ووجد أن ثمة عدة خيارات في هذا الجانب، لعل من أبرزها ما عملت على ضوئه اللجنة العامة للانتخابات البلدية بمدينة الرياض، حيث اختارت تقسيم مدينة الرياض إلى سبع دوائر انتخابية تحوي كل دائرة انتخابية مجموعة من الأحياء تكون ضمن نطاقها.

وبعد النظر في التقسيمات المتعددة لاختيار العينة رأى الباحث أن هذا التقسيم يناسب طبيعة بحثه، وبناءً عليه قام باختيار ثلاثة أحياء من مدينة الرياض من خلال استخدام أسلوب العينة العشوائية، وذلك بواقع حي واحد لكل دائرتين انتخابيتين قريبتين، حيث تحوي كل دائرة انتخابية مجموعة من الأحياء تكون ضمن نطاقها، وذلك بما يمثل ست دوائر انتخابية، مع استبعاد الدائرة الانتخابية الخامسة دائرة الوسط التي تقع أغلب أحيائها في وسط الرياض، والتي كان الإقبال فيها على الانتخابات البلدية ضعيفاً حسب ما أثبتته نتائج لجنة الانتخابات البلدية بمدينة الرياض؛ لأن أغلب سكان هذه الأحياء هم من الوافدين من مختلف الجنسيات، وقد كانت الأحياء الثلاثة هي حي السويدي الذي يمثل الدائرتين الانتخابيتين الأولى والثانية، وحي النهضة والذي يمثل الدائرتين الثالثة والرابعة، وحي الرائد الذي يمثل الدائرتين السادسة والسابعة. وقد بلغ عدد أحياء مدينة الرياض في الدوائر الانتخابية السبع بحسب لجنة الانتخابات البلدية ١٤٣ حياً موزعاً حسب الدوائر السبع.

وعلى الرغم من أن حجم العينة المستهدفة لهذه الدراسة يبلغ ٧٥٠ مفردة، إلا أن الباحث عمد إلى توزيع ١٥٠٠ استبانة؛ لتجنب الإشكالات المتوقعة في العدد المسترجع، وقد قام بتقسيم الاستبانات الموزعة بالتساوي على الأحياء الثلاثة لمدينة الرياض، بواقع ٥٠٠ استبانة لكل حي وذلك للحصول على ٢٥٠ مفردة من كل حي من الأحياء الثلاثة بحيث تكون شاملة

(١) محمد الحيزان، البحوث الإعلامية، مرجع سابق، ص ٧٣.

لفئات المجتمع بمدينة الرياض على نحو نسبي، والتي يبلغ عدد السكان فيها من السعوديين - ذكوراً وإناثاً - ٣,٧٢٦,٥٢٣ وذلك حسب الإحصائية الأخيرة لعام ٢٠٠٤م^(١). ويرجع السبب في اختيار مدينة الرياض لكون مجتمع مدينة الرياض يتألف من مجموعات سكانية متعددة، تكاد تشمل جميع مناطق المملكة، وهذا ما يعطي هذه الدراسة فرصة للحصول على آراء مجموعات سكانية من مختلف المناطق.

وكانت برامج الإفتاء المختارة في القنوات الفضائية العربية على النحو الآتي:

البرنامج	القناة
فتاوى على الهواء	السعودية الأولى
وذكر	الإمارات الفضائية
الشرعة والحياة	الجزيرة الفضائية
وتواصلوا بالحق	الشارقة الفضائية
الحياة كلمة	MBC الفضائية
الطريق إلى الجنة	قطر الفضائية
في رحاب الشريعة	اقرأ الفضائية
الجواب الكافي	المجد الفضائية
فاسألوا أهل الذكر	دبي الفضائية
بين السائل والمجيب	الكويت الفضائية
سؤال أهل الذكر	عُمان الفضائية
اسألوا أهل الذكر	الأردن الفضائية
فتاوى المرأة	المصرية الفضائية
عم يتساءلون	دريم الفضائية

(١) الهيئة العليا لتطوير مدينة الرياض . www.arriyadh.com

البرنامج	القناة
الإفتاء	MBC الفضائية
دين ودينار	CNBC عربية
المال في الإسلام	CNBC عربية
مع الشيخ	الاقتصادية الفضائية

ويرجع اختيار هذه البرامج؛ لأنها تُعدّ الأبرز من بين برامج الإفتاء المتخصصة في القنوات الفضائية العربية، كما أن هذه القنوات هي الأكثر متابعة ومشاهدة وفقاً لما يشير إليه عدد من الدراسات التطبيقية والميدانية. إذ تؤكد كثير من تلك الدراسات الميدانية وجوداً ظاهراً وبارزاً في ارتفاع نسبة مشاهدة هذه القنوات الفضائية، وهو ما أظهرته دراسة علي العتيبي، التي أشارت إلى أن القنوات الفضائية المفضلة لدى الجمهور السعودي كانت قناة الشرق الأوسط mbc التي احتلت المرتبة الأولى بنسبة ٧٤,٩٪، ثم قناة الجزيرة بالمرتبة الثانية بـ ٥٦,٧٪، فقناة دبي بالمرتبة الثالثة بـ ٤٩,٥٪، ثم جاءت قناة التلفزيون السعودي الأولى بالمرتبة الرابعة بنسبة ٤٨,٤٪، وجاءت بعدها بالترتيب قناة الكويت، ثم الفضائية المصرية، وقناة الشارقة، إضافة إلى قنوات عُمان، والإمارات، وإقرأ، وقطر، والفضائية الأردنية، وقناة دريم^(١). وفي السياق ذاته أوضحت دراسة محمد هندية أن قنوات الجزيرة، والشرق الأوسط mbc، ودبي، والكويت، والشارقة تصدرت أول اهتمامات الجمهور السعودي من حيث المشاهدة والمتابعة^(٢). كما خلصت دراسة علي الشهراني كذلك إلى أن قنوات mbc، والجزيرة، ودبي قد احتلت المرتبة الأولى في نسبة المشاهدة والمتابعة للقنوات

(١) علي سعد العتيبي، استخدامات الجمهور للقنوات التلفزيونية الفضائية وإشباعاتها، رسالة دكتوراه غير منشورة، قسم الإعلام، جامعة الإمام محمد بن سعود، ٢٠٠٤م، ص ٤٨٢ - ٤٨٣.

(٢) محمد علي هندية، البرامج الدينية في قنوات التلفزيون الفضائية العربية، مرجع سابق، ص ٣١٥.

الفضائية^(١)، ومن خلال ما سبق يتضح أهمية هذه القنوات الفضائية وما تحظى به من اهتمام ونسبة مشاهدة عالية، وهذا ما جعلها موضع الاختيار في هذا البحث^(٢).

ثالثاً: مراحل إعداد الاستبانة وتوزيعها وإجراءات الصدق والثبات:

مرت مراحل إعداد استبانة الدراسة بمراحل متعددة، بدأت أولاً بمرحلة تحويل تساؤلات البحث الأساسية إلى أسئلة فرعية، متضمنة لها ومفصلة لجوانبها، وتمثل في مجموعها الإجابة عن الأسئلة الستة الرئيسة من خلال التعرف إلى مدى تعرض أفراد العينة لبرامج الإفتاء، ودوافع استخدامه لها، والكيفية التي يستخدم بها تلك البرامج، والإشباع التي تحققها له، ومن ثم الوقوف على أبرز العوامل المؤثرة في حجم استخدام أفراد العينة لبرامج الإفتاء في القنوات الفضائية العربية، وذلك بغية الوصول إلى معرفة العلاقة بين استخدامات أفراد العينة لبرامج الإفتاء في القنوات الفضائية العربية وإشباعاتها.

وبعد أن انتهى الباحث من صياغة هذه الأسئلة بشكلها الأولي، رتبها بما يتوافق مع التسلسل المنطقي لها، ثم قام بعد ذلك بعرضها على عدد من المتخصصين الأكاديميين في مجال علم الاتصال وعلم الاجتماع وفي مجال العلوم الشرعية^(٣) وذلك للتأكد من الصدق الظاهر لأداة الدراسة، وقد أفاد

(١) علي ظافر الشهراني، اتجاهات طلاب جامعة الملك سعود نحو البرامج الحوارية المباشرة في القنوات الفضائية العربية، رسالة ماجستير غير منشورة، قسم الإعلام، جامعة الملك سعود، ٢٠٠٢م، ص ٦٦.

(٢) علي سعد العتيبي، استخدامات الجمهور للقنوات التلفزيونية الفضائية وإشباعاتها، رسالة دكتوراه غير منشورة، قسم الإعلام، جامعة الإمام محمد بن سعود، ٢٠٠٤م، ص ٤٨٢ - ٤٨٣.

(٣) قام الباحث بعرض استبانته على عدد من الأساتذة المحكمين الذين تفضلوا بتحكيم الاستبانة، وذلك بزيارتهم في أماكنهم المختلفة سواء في مكاتبهم أو في منازلهم أو في الخارج، والجلوس معهم ومناقشتهم والاستفادة منهم، وقد استغرق الجلوس في بعض الأحيان مع بعضهم ثلاث ساعات ونصف الساعة متواصلة، استفاد الباحث =

الباحث كثيراً من ملحوظات الأساتذة في إجراء بعض التعديلات المهمة في الاستبانة، سيما في جانب اختصارها وحذف بعض الأسئلة منها وإضافة أسئلة أخرى ذات أهمية كبيرة ودلالة أكثر، ثم بعد أن أصبحت الاستبانة جاهزة بشكلها النهائي بعد إجراء التعديلات عليها، بدأ الباحث بتوزيعها وبمساعدة

= منها استفادة كبيرة ساهمت وبفضل الله في تقويم استبانته وإظهارها بالشكل الذي وصلت إليه، والباحث في هذا الإطار لا ينسى أن يتقدم بجزيل الشكر والعرفان للأساتذة المحكمين على ما أبدوه من اهتمام وعناية واضحة وملموسة بهذه الدراسة. وقد بلغ عدد المحكمين المتخصصين لهذه الاستبانة خمسة عشر أستاذاً من مختلف التخصصات الأكاديمية، وهم بحسب الترتيب الأبجدي:

- ١- أ.د. إبراهيم العبيدي الأستاذ بقسم الدراسات الاجتماعية بكلية الآداب بجامعة الملك سعود.
- ٢- د. بكر محمد إبراهيم أستاذ مشارك بقسم الإعلام بجامعة الملك سعود.
- ٣- د. حمزة بيت المال أستاذ مشارك بقسم الإعلام بجامعة الملك سعود.
- ٤- د. خالد عبد الله الحلوة أستاذ مساعد بقسم الإعلام بجامعة الملك سعود.
- ٥- د. سعد تركي الخثلان أستاذ مشارك بقسم الفقه بكلية الشريعة بجامعة الإمام.
- ٦- د. عبد الحافظ صلوي رئيس قسم الإعلام بجامعة الإمام.
- ٧- د. عبد الرحمن السند عميد عمادة التعليم عن بُعد وأستاذ مشارك بالمعهد العالي للقضاء بجامعة الإمام.
- ٨- د. عبد الله محمد التويم أستاذ مشارك بقسم الإعلام بجامعة الإمام.
- ٩- أ.د. عبد المحسن فهد السيف رئيس قسم الدراسات الاجتماعية بكلية الآداب بجامعة الملك سعود.
- ١٠- أ.د. عثمان محمد العربي أستاذ الإعلام بكلية الآداب بجامعة الملك سعود.
- ١١- أ.د. فهد عبد العزيز العسكر الأستاذ بقسم الإعلام بجامعة الإمام وعميد عمادة البحث العلمي.
- ١٢- أ.د. محمد سعود البشر الأستاذ بقسم الإعلام بجامعة الإمام.
- ١٣- د. محمد عبد الله الخرغان أستاذ مشارك بقسم الإعلام بجامعة الإمام.
- ١٤- د. محمد عبد العزيز الحيزان أستاذ مشارك بقسم الإعلام بجامعة الإمام.
- ١٥- د. يوسف الشيلي أستاذ مشارك بقسم الفقه بالمعهد العالي للقضاء بجامعة الإمام.

مجموعة من الأفراد في الأحياء الثلاثة من مدينة الرياض، التي وقع عليها الاختيار من خلال استخدام أسلوب العينة العشوائية، وذلك باختيار حي واحد لكل دائرتين انتخابيتين قريبتين، حيث تحوي كل دائرة انتخابية مجموعة من الأحياء تكون ضمن نطاقها وذلك بما يمثل ست دوائر انتخابية مع استبعاد الدائرة الانتخابية الخامسة (دائرة الوسط) التي تقع أغلب أحيائها في وسط الرياض، والتي كان الإقبال فيها على الانتخابات البلدية ضعيفاً حسب ما أثبتته نتائج لجنة الانتخابات البلدية بمدينة الرياض؛ لأن أغلب سكان هذه الأحياء هم من الوافدين من مختلف الجنسيات، وقد كانت الأحياء الثلاثة هي حي السويدي الذي يمثل الدائرتين الانتخابيتين الأولى والثانية، وحي النهضة الذي يمثل الدائرتين الثالثة والرابعة، وحي الرائد الذي يمثل الدائرتين السادسة والسابعة. وكان قد بلغ عدد أحياء مدينة الرياض في الدوائر الانتخابية السبع - بحسب لجنة الانتخابات البلدية - ١٤٣ حياً، موزعة حسب الدوائر السبع.

وقد بدء بتوزيع الاستبانة في تاريخ ١٤٢٨/١١/٤ هـ حيث تم توزيع ١٥٠٠ استبانة بواقع ٥٠٠ استبانة لكل حي من الأحياء الثلاثة وذلك للوصول إلى ٢٥٠ مبحوثاً من الذكور والإناث بالتساوي لكل حي وبالتالي الحصول على عدد العينة المطلوبة في هذه الدراسة التي تبلغ ٧٥٠ مفردة، وكان قد تم الانتهاء من جمعها بتاريخ ١٤٢٨/١١/٢٠ هـ، إذ عاد منها ٩٠٠ استبانة ثم بعد أن قام الباحث بفرزها تم استبعاد ١٥٠ استبانة، حيث كانت مما يشتمل على نقص في الإجابة، أو كانت زائدة على المطلوب ليكتمل عدد العينة ٧٥٠ مبحوثاً^(١).

وقد قام الباحث بإجراء اختبار الصدق، وذلك للتحقق من توفر عنصر الصدق في أداة القياس باستخدام معاملات ارتباط بيرسون، وذلك بالنسبة إلى

(١) استطاع الباحث الحصول على العدد المطلوب لعينته بتوفيق الله ﷻ، ثم لأنه كان يقوم بعملية التوزيع بنفسه وبمساعدة مشكورة من مجموعة من الأفراد الذين يسكنون ضمن الأحياء التي تقع ضمن نطاق عينته؛ ليتولوا معه عملية توزيع الاستبانات وجمعها ثم إعادتها إليه.

بعض الأسئلة التي يمكن تطبيق هذا الاختبار عليها، وأظهرت النتائج أن الإجابات المتعلقة بدوافع استخدام برامج الإفتاء، والإشباع التي تحققها تلك البرامج لأفراد عينة الدراسة بلغت درجة مرتفعة من الصدق إذ كانت دالة عند مستوى (٠,٠١).

وللتحقق كذلك من مدى ثبات الاستبانة ولضمان ثبات التحليل قام الباحث باستخدام معاملات ثبات المقياس «ألفا كرونباخ Alpha Cronbach» وذلك بالنسبة إلى بعض الأسئلة التي يمكن تطبيق هذا المقياس عليها. وباستخدام هذا المقياس بلغت قيمة الثبات درجات تدل على ثبات المقياس وصدقه الظاهري. إذ أظهرت النتائج أن الإجابات عن هذه الأسئلة تتسم بدرجة ثبات مرتفعة، وذلك بالنسبة إلى دوافع استخدام أفراد عينة الدراسة لبرامج الإفتاء في القنوات الفضائية العربية إذ بلغت درجة الثبات فيها (٠,٦٦)، في حين بلغت درجة الثبات بالنسبة إلى الإشباع التي تحققها برامج الإفتاء لأفراد عينة الدراسة (٠,٨١) وهي درجة ثبات عالية.

ثم بدأ الباحث بعد ذلك بإدخال البيانات والمعلومات في الحاسب الآلي بعد ترميزها. بعدها تم إجراء الاختبارات الإحصائية باستخدام البرنامج الإحصائي المعروف بـ (spss) الذي يعد من أكثر البرامج استخداماً في الدراسات الاجتماعية والإعلامية للتحليلات الإحصائية، وذلك لاستخراج البيانات الوصفية لتحديد النسب والتكرارات، إضافة إلى إيجاد العلاقة بين متغيرات الدراسة. وقد استخدم الباحث هذا البرنامج لمعالجة النتائج وتحليلها واستخراجها على النحو التالي:

١ - معامل ارتباط بيرسون لحساب صدق الاتساق الداخلي لبنود أدوات الدراسة.

٢ - معامل ثبات «ألفا كرونباخ» لحساب الثبات.

٣ - التكرارات والنسب المئوية لوصف عينة الدراسة وإجابة السؤال الأول.

٤ - المتوسطات الحسابية لترتيب بنود مجالات الدراسة.

- ٥ - اختبار مربع كاي (كا^٢) للوصول إلى العلاقة بين متغيرين رتيبين مثل :
(مدى المشاهدة ودرجة الإشباع).
- ٦ - اختبار مربع كاي (كا^٢) للتعرف إلى الاختلاف لمتغيرين اسميين مثل :
(مدى المشاهدة والجنس).
- ٧ - اختبارات T^(١) وهو لدلالة الفروق بين مجموعتين مستقلتين مثل : (الفروق في درجة الإشباع باختلاف الجنس (ذكر، أنثى)).
- ٨ - اختبار تحليل التباين الأحادي ف^(٢) وهو لدلالة الفروق بين أكثر من مجموعتين مستقلتين مثل : (الفروق في درجة الإشباع واختلاف المهنة (طالب، أعمال حرة، ربة بيت، موظف حكومي، موظف قطاع خاص)).
وبناء على ما سبق فسيتم عرض نتائج الدراسة وفقاً للأسئلة الأساسية التي تطرحها، بحيث يمثل كل سؤال أساسي مبحثاً مستقلاً إضافة إلى مبحث يحدد قبل عرض النتائج السمات العامة لأفراد عينة الدراسة.
وفيما يلي عرض للنتائج التي أسفرت عنها الدراسة وفق المباحث التالية:

(١) زكريا الشربيني، الإحصاء وتصميم التجارب في البحوث النفسية والتربوية والاجتماعية، (القاهرة، مكتبة الأنجلو المصرية، ١٩٩٥م)، ص ١٢٦.

(٢) المرجع سابق، ص ١٦٧.



السمات العامة لجمهور الدراسة



وصف العينة - المعلومات الشخصية:

لعل من المهم - قبل البدء بالإجابة عن تساؤلات البحث الرئيسة - الإشارة إلى الخصائص والسمات العامة التي يمكن من خلالها تحديد طبيعة أفراد عينة الدراسة، وتشمل هذه السمات ستة جوانب هي: الحي الذي يقيم فيه المبحوث، والجنس، والعمر، والحالة الاجتماعية، والمستوى التعليمي، والمهنة، وفيما يلي نتناول هذه السمات كلاً على حدة.

١- الحي الذي يقيم فيه المبحوث:

جدول رقم (١)
توزيع عينة الدراسة وفقاً للحي

الحي	العدد	النسبة
النهضة	٢٣٨	٣١,٧
الرائد	٣٥٣	٤٧,١
السويدي	١٥٩	٢١,٢
المجموع	٧٥٠	١٠٠,٠

يتضح من بيانات هذا الجدول رقم (١) أن هناك تفاوتاً في مستوى الإجابة عن تساؤلات البحث بين الأحياء الثلاثة، على الرغم من أن الباحث حرص على توزيع عدد الاستبانات بالتساوي بين تلك الأحياء فقد جاء حي الرائد بالمرتبة الأولى من حيث نسبة الاستجابة بـ ٤٧,١٪، إذ بلغ عدد الذين

أجابوا ٣٥٣ فرداً من كلا الجنسين، ومن مختلف الأعمار، جاء بعده مباشرة من حيث نسبة الاستجابة حي النهضة بنسبة ٣١,٧٪ إذ بلغ عددهم ٢٣٨، ثم جاء في المرتبة الثالثة حي السويدي بنسبة ٢١,٢٪ وبلغ عدد الذين أجابوا ١٥٩. ولعل هذا التباين في نسبة الاستجابة من حي إلى آخر يُظهر بشكل واضح مدى تفاعل الأفراد في الأحياء الثلاثة، وحرصهم على الإجابة بشكل سليم عن تساؤلات البحث.

ب - الجنس:

جدول رقم (٢)
توزيع عينة الدراسة وفقاً للجنس

الجنس	العدد	النسبة
ذكر	٤٤١	٥٨,٨
أنثى	٣٠٩	٤١,٢
المجموع	٧٥٠	١٠٠,٠

يتضح من بيانات هذا الجدول أن إجمالي عدد الذكور يزيد على عدد الإناث، إذ تبلغ نسبتهم ٥٨,٨٪ في حين أن نسبة الإناث ٤١,٢٪. وهذه الزيادة في نسبة الرجال تعكس مدى الاستجابة والتفاعل من الرجال مقارنة بالنساء، على الرغم من أن الباحث قد حرص على توزيع الاستبانات بنسب أكثر على العنصر النسائي بغية الحصول على العدد المطلوب من النساء ليكون هناك قدر من التساوي بين الجنسين، وبرغم ذلك فالباحث يجد أن هذه النسبة تمثل قدراً مقبولاً من المصادقية لا سيما أن ما يحصل عليه الباحث من استجابة في هذا الحجم وهذا المستوى داخل المجتمعات العربية يعد من الجوانب الإيجابية.

جدول رقم (٣)
توزيع عينة الدراسة وفقاً للعمر

العمر	العدد	النسبة
من ١٦ - ٢٠ سنة	٣٤٥	٤٦,٠
من ٢١ - ٣٠ سنة	٢٠٥	٢٧,٣
من ٣١ - ٤٠ سنة	١١٦	١٥,٥
من ٤١ - ٥٠ سنة	٥٨	٧,٧
أكثر من ٥٠ سنة	٢٦	٣,٥
المجموع	٧٥٠	١٠٠,٠

ومن خلال النظر في بيانات هذا الجدول يتضح مدى ارتفاع نسبة فئة الشباب من بين جميع فئات المبحوثين سيما من أولئك الذين تتراوح أعمارهم بين (١٦) و(٢٠) عاماً، إذ بلغ عددهم ٣٤٥ شاباً وشابة بنسبة ٤٦,٠٪، وهي فئة من المتوقع أن تحصل على هذه النسبة العالية نظراً إلى أن أغلبية هذه الفئة هي من أكثر فئات التعليم العادي، إضافة إلى نسبة مرتفعة من فئة التعليم الجامعي هم من هذه الفئة العمرية، جاءت بعدها في الترتيب الفئة العمرية من (٢١) إلى (٣٠) عاماً، إذ بلغ عددهم ٢٠٥ مبحوث بنسبة ٢٧,٣٪، وتتفق نتيجة ارتفاع نسبة الشباب في الفئتين السابقتين في هذه الدراسة مع دراسات محلية أخرى أجريت على الجمهور السعودي، وانتهت إلى النتيجة نفسها من حيث ارتفاع هذه الفئة العمرية في المملكة مثل دراسة مساعد المحيا حول دوافع استخدام وسائل الاتصال الإلكتروني^(١)، ودراسة علي العتيبي حول استخدامات الجمهور للقنوات الفضائية وإشباعاتها^(٢)، ثم تأتي الفئة بين (٣١)

(١) مساعد المحيا، دوافع استخدام وسائل الاتصال الإلكتروني ومدى الإشباع الذي تحققه، مرجع سابق، ص ١٨٢.

(٢) علي العتيبي، استخدامات الجمهور للقنوات التلفزيونية الفضائية وإشباعاتها، مرجع سابق، ص ٤٣٢.

و(٤٠) عاماً بنسبة ١٥,٥٪، أما الفئتان العمريتان الأخيرتان فقد جاءتا متقاربتين في نسبتهما متبايتين قليلاً في أعدادهما.

د - الحالة الاجتماعية:

جدول رقم (٤)
توزيع عينة الدراسة وفقاً للحالة الاجتماعية

النسبة	العدد	الحالة الاجتماعية
٣٤,٠	٢٥٥	متزوج
٦٤,٩	٤٨٧	أعزب
٠,٧	٥	مطلق
٠,٤	٣	أرمل
١٠٠,٠	٧٥٠	المجموع

ويتضح من خلال هذا الجدول أن فئتي المتزوجين والعازبين تمثل ٩٨,٩٪ من المبحوثين، في حين تزيد نسبة العازبين على المتزوجين بفارق النصف، إذ تبلغ ٦٤,٩٪، وتتفق هذه النتيجة مع نتائج دراسات محلية أخرى، أظهرت ارتفاع نسبة العازبين مقارنة بالمتزوجين^(١)، مثل دراسة علي العتيبي، في حين بلغت نسبة المتزوجين ٣٤,٠٪، وليس غريباً أن تزيد نسبة العازبين، خصوصاً إذا ما علمنا أن نسبة كبيرة منهم لا تزال في مراحل التعليم الثانوي وما قبله وكذلك الجامعي، أما فئة المطلق والأرمل فلم تتجاوز ١,١٪.

(١) علي العتيبي، استخدامات الجمهور للقنوات التلفزيونية الفضائية وإشباعاتها، مرجع سابق، ص ٤٣٣.

هـ - المستوى التعليمي:

جدول رقم (٥)

توزيع عينة الدراسة وفقاً للمستوى التعليمي

النسبة	العدد	المستوى التعليمي
١,٥	١١	متوسط فما دون
٤٥,٣	٣٤٠	ثانوي
٤٩,٣	٣٧٠	جامعي
٣,٩	٢٩	تعليم عالي
١٠٠,٠	٧٥٠	المجموع

وبالنظر في بيانات الجدول يتضح أن فئة متوسط فما دون كانت أقل الفئات التعليمية، إذ بلغت نسبتها ١,٥، كما أن هناك تقارباً بين الفئتين الثانية والثالثة، وهما فئتا ثانوي وجامعي، في حين أن هناك تبايناً واضحاً في الفئة الرابعة عنهما وهي فئة التعليم العالي، ولعل السبب في هذا التقارب بين فئة الثانوي وفئة الجامعي هو حرص الباحث على توزيع الاستبانات بشكل متساوٍ بين جميع الفئات؛ لضمان الحصول على أكبر عدد مقبول من المبحوثين.

و- المهنة:

جدول رقم (٦)

توزيع عينة الدراسة وفقاً للمهنة

النسبة	العدد	المهنة
٥٨,٨	٤٤١	طالب
١,٥	١١	عمل حر
٧,٥	٥٦	ربة منزل
٢٦,٣	١٩٧	موظف حكومي
٦,٠	٤٥	موظف قطاع خاص
١٠٠,٠	٧٥٠	المجموع

من خلال بيانات هذا الجدول يتضح أن الفئات التعليمية (الطلاب) بمختلف الأعمار والمستويات التعليمية جاءت في المرتبة الأولى، من حيث نسبة التمثيل بواقع ٥٨,٨٪، تلتها فئة الموظفين الحكوميين بنسبة ٢٦,٣٪، ثم جاءت بعد ذلك الفئات المهنية الثلاث الأخرى، وهي ربة منزل، وموظف قطاع خاص، وعمل حر، بنسب متقاربة فيما بينها.

المبحث الأول

مدى تعرض الجمهور السعودي لبرامج الإفتاء في القنوات الفضائية العربية

- المطلب الأول: مشاهدة القنوات الفضائية العربية.
- المطلب الثاني: مشاهدة برامج الإفتاء في القنوات الفضائية العربية.
- المطلب الثالث: الوقت الذي يمضيه الفرد في مشاهدة برامج الإفتاء في الأسبوع.
- المطلب الرابع: برامج الإفتاء المفضلة لدى أفراد العينة.
- المطلب الخامس: المصادر التي يعتمد عليها أفراد العينة في الحصول على الفتوى.



مدى تعرض الجمهور السعودي لبرامج الإفتاء في القنوات الفضائية العربية

يسعى التساؤل الأول من أسئلة الدراسة إلى معرفة مدى تعرض المبحوثين - عينة الدراسة لبرامج الإفتاء في القنوات الفضائية العربية، وكان التساؤل الرئيس الذي طرحه البحث:

«ما مدى تعرض الجمهور السعودي لبرامج الإفتاء في القنوات الفضائية العربية؟»

وقد تفرع عن هذا السؤال الرئيس خمسة أسئلة فرعية، تمثل الإجابة عنها جميعاً إجابة عن التساؤل الرئيس، وهذه التساؤلات الخمسة الفرعية هي:

أ - ما مدى مشاهدتك للقنوات الفضائية العربية؟

ب - إلى أي مدى تشاهد برامج الإفتاء في القنوات الفضائية العربية؟

ت - كم من الوقت تمضيه في مشاهدة برامج الإفتاء في القنوات الفضائية العربية في الأسبوع؟

ث - إلى أي مدى تفضل مشاهدة برامج الإفتاء التالية في القنوات الفضائية العربية؟

ج - في القائمة عدد من المصادر التي يعتمد عليها الناس في الحصول على الفتوى، رتب هذه المصادر حسب درجة اعتمادك عليها في الحصول على الفتوى؟

وفيما يلي يمكن عرض نتائج هذه الأسئلة جميعاً وفق المطالب الخمسة

التالية:



مشاهدة القنوات الفضائية العربية

ويجب هذا المطلب عن سؤال: «ما مدى مشاهدتك للقنوات الفضائية العربية؟»

ويوضح الجدول التالي رقم (٧) درجة مشاهدة المبحوثين للقنوات الفضائية العربية ونسبة هذه الدرجة.

جدول رقم (٧)

توزيع عينة الدراسة وفقاً لمدى مشاهدة القنوات الفضائية العربية

النسبة	العدد	الإجابة
١٠,٣	٧٧	أشاهدها كثيراً جداً
٢٤,٨	١٨٦	أشاهدها كثيراً
٣٧,٥	٢٨١	أشاهدها بدرجة متوسطة
٢٢,٩	١٧٢	أشاهدها قليلاً
٤,٥	٣٤	لا أشاهدها
١٠٠,٠	٧٥٠	المجموع

تكشف نتائج الدراسة بوجه عام عن وجود تقارب في نسبة مشاهدة أفراد العينة للقنوات الفضائية العربية بدرجاتها الأربع الأولى، إذ بلغت نسبة من يشاهدونها بدرجة متوسطة ٣٧,٥٪، في حين بلغ نسبة من يشاهدونها كثيراً وكثيراً جداً ٣٥,١٪، أما الذين يشاهدونها قليلاً فبلغت نسبتهم ٢٢,٩٪، كما كشفت النتائج عن وجود نسبة ٤,٥٪ من المبحوثين لا يشاهدون القنوات الفضائية مطلقاً.



مشاهدة برامج الإفتاء في القنوات الفضائية العربية

وهذا المطلب يجيب عن سؤال:

«إلى أي مدى تشاهد برامج الإفتاء في القنوات الفضائية العربية؟»

وفيما يلي عرض لنتائج الجدول الذي يوضح درجات مشاهدة المبحوثين ونسبهم ومتابعتهم برامج الإفتاء المعروضة على شاشات القنوات الفضائية العربية.

جدول رقم (٨)

توزيع عينة الدراسة وفقاً لمدى مشاهدة
برامج الإفتاء في القنوات الفضائية العربية

النسبة	العدد	الإجابة
٢,٧	٢٠	أشاهدها كثيراً جداً
١٠,٣	٧٧	أشاهدها كثيراً
٣٢,١	٢٤١	أشاهدها بدرجة متوسطة
٣٨,٥	٢٨٩	أشاهدها قليلاً
١٦,٤	١٢٣	لا أشاهدها
١٠٠,٠	٧٥٠	المجموع

بالنظر إلى الجدول يتبين أن نسبة من يشاهدون برامج الإفتاء قليلاً احتلت المرتبة الأولى من حيث المشاهدة إذ بلغت ٣٨,٥٪، في حين جاءت نسبة من يشاهدونها بدرجة متوسطة في المرتبة الثانية بـ ٣٢,١٪، أما من لا

يشاهدون برامج الإفتاء على الإطلاق فقد جاؤوا بالمرتبة الثالثة من حيث النسبة بواقع ١٦,٤٪، في حين بلغت نسبة من يشاهدونها كثيراً وكثيراً جداً ١٣٪. ويتبين من هذه النتائج أن هناك تبايناً واضحاً بين المبحوثين في متابعة برامج الإفتاء، في حين أن هناك تقارباً ملحوظاً بين من يشاهدون هذه البرامج بنسب متوسطة أو قليلة، وربما يعطينا هذا التقارب مؤشراً على أن النمط الأكثر بروزاً في مشاهدة برامج الإفتاء هو المشاهدة المتوسطة فما دون لدى أفراد عينة البحث.



الوقت الذي يمضيه الفرد في مشاهدة برامج الإفتاء في الأسبوع

وهذا المطلب يجيب عن سؤال:

«كم من الوقت تمضيه في مشاهدة برامج الإفتاء في القنوات الفضائية العربية في الأسبوع؟»

وفيما يلي يعرض الباحث لنسب أوقات متابعة برامج الإفتاء في الأسبوع وتكرارها حسب ما هو موضح في الجدول التالي:

جدول رقم (٩)

توزيع عينة الدراسة وفقاً للوقت الذي يمضونه
في متابعة برامج الإفتاء في القنوات الفضائية العربية في الأسبوع

النسبة	العدد	الإجابة
٢,٤	١٥	أكثر من ٤ ساعات
٢,٦	١٦	من ٣ - ٤ ساعات
٩,١	٥٧	من ٢ - ٣ ساعات
٣١,٧	١٩٩	من ١ - ٢ ساعة
٥٤,٢	٣٤٠	أقل من ساعة
١٠٠,٠	٦٢٧	المجموع

تظهر بيانات الجدول نتائج متباينة تبايناً واضحاً من حيث نسب الأوقات التي يمضيها المبحوثون في متابعة برامج الإفتاء على مدار الأسبوع، إذ جاءت

نسبة من يمضون أقل من ساعة في مشاهدة برامج الإفتاء في الأسبوع كأعلى نسبة بـ ٥٤,٢٪، وبتكرار ٣٤٠ مبحوثاً، جاء بعدها في الترتيب الذين يمضون ما بين ساعة إلى ساعتين بنسبة ٣١,٧٪، وتكرار ١٩٩، تلاها بعد ذلك الأوقات الثلاثة الأخرى التي جاءت كأقل الاوقات التي يمضيها المبحوث في متابعة برامج الإفتاء، والتي شهدت تفاوتاً يسيراً فيما بينها من حيث العدد والنسبة وبلغت نسبتها جميعاً ١٤,١٪.



برامج الإفتاء المفضلة لدى أفراد العينة

يأتي هذا المطلب ليجيب عن تساؤل مهم وهو:
«إلى أي مدى تفضل مشاهدة برامج الإفتاء التالية في القنوات الفضائية العربية؟»

وللحصول على إجابة متكاملة عن هذا التساؤل فقد تضمنت استبانة الدراسة قائمة بثمانية عشر برنامج إفتاء، تعرضها القنوات الفضائية العربية، وطلب من المبحوثين تحديد درجة تفضيل كل واحد من هذه البرامج وذلك بهدف معرفة أي تلك البرامج يحظى بمتابعة واهتمام المبحوثين أكثر من غيره من برامج الإفتاء الأخرى.

ولتسهيل تفسير النتائج استخدم الباحث التوزيع التالي لتحديد درجة تفضيل عينة الدراسة فيما يتعلق بمشاهدة برامج الإفتاء في القنوات الفضائية العربية:

جدول رقم (١/١٠)

توزيع للفئات وفقاً للتدرج المستخدم في أداة البحث

الوصف	مدى المتوسطات
أفضله كثيراً	٥,٠٠ - ٤,٢١
أفضله قليلاً	٤,٢٠ - ٣,٤١
لا أدري	٣,٤٠ - ٢,٦١
لا أفضله	٢,٦٠ - ١,٨١
لا أفضله على الإطلاق	١,٨٠ - ١,٠٠

وكانت النتائج كما يوضحها الجدول التالي:

جدول رقم (٢/١٠)

التكرارات والنسب المئوية والمتوسط الحسابي والانحراف المعياري
لإجابات عينة الدراسة وفقاً لمدى تفضيلهم مشاهدة برامج الإفتاء في
القنوات الفضائية العربية مرتبة وفق المتوسط

٢	البرنامج/ القناة	أفضله كثيراً	أفضله قليلاً	لا أدري	لا أفضله	لا أفضله على الإطلاق	المتوسط الحسابي	الترتيب
١	فتاوى على الهواء - السعودية الأولى	٢١٧	٢٠٢	٥١	٥٠	٤١	٣,٩٠	٢
		٣٨,٧	٣٦,٠	٩,١	٨,٩	٧,٣		
٢	وذكر - الإمارات الفضائية	٥٠	٧٥	٢١٢	٤٩	٨٣	٢,٩١	٨
		١٠,٧	١٦,٠	٤٥,٢	١٠,٤	١٧,٧		
٣	الشرعية والحياة - الجزيرة الفضائية	٥٥	١١٩	١٦٨	٥٢	٨٩	٣,٠٠	٦
		١١,٤	٢٤,٦	٣٤,٨	١٠,٨	١٨,٤		
٤	وتواصوا بالحق - الشارقة الفضائية	٤٩	٧٥	٢١١	٤٩	٨٢	٢,٩١	٨ مكرر
		١٠,٥	١٦,١	٤٥,٣	١٠,٥	١٧,٦		
٥	الحياة كلمة - MBC الفضائية	١٧٠	١١٤	١٢٠	٤٢	٦٢	٣,٥٧	٣
		٣٣,٥	٢٢,٤	٢٣,٦	٨,٣	١٢,٢		
٦	الإفتاء - MBC الفضائية	١٤٨	١٣٦	١٢٨	٤٨	٤٩	٣,٥٦	٤
		٢٩,١	٢٦,٧	٢٥,١	٩,٤	٩,٦		
٧	الطريق إلى الجنة - قطر الفضائية	٦٧	٦٨	٢٠١	٤٦	٨٢	٢,٩٨	٧
		١٤,٤	١٤,٧	٤٣,٣	٩,٩	١٧,٧		
٨	في رحاب الشريعة - اقرأ الفضائية	٤٨	٧٧	٢٠٦	٥٤	٨٢	٢,٩٠	١٠
		١٠,٣	١٦,٥	٤٤,١	١١,٦	١٧,٦		
٩	الجواب الكافي - المجد الفضائية	٢٧٥	١١٣	٩٠	٣٢	٤٩	٣,٩٥	١
		٤٩,٢	٢٠,٢	١٦,١	٥,٧	٨,٨		
١٠	فاسألوا أهل الذكر - دبي الفضائية	٥٩	٩٦	١٩٤	٥٠	٧١	٣,٠٥	٥
		١٢,٦	٢٠,٤	٤١,٣	١٠,٦	١٥,١		

(١) المقصود به التكرار.

٢	البرنامج / القناة		أفضله كثيراً	أفضله قليلاً	لا أدري	لا أفضله	لا أفضله على الإطلاق	المتوسط الحسابي	الترتيب
١١	بين السائل والمجيب - الكويت الفضائية	ت	٣٠	٦٥	٢٣٢	٤٧	٨٥	٢,٨٠	١١
		%	٦,٥	١٤,٢	٥٠,٥	١٠,٢	١٨,٥		
١٢	سؤال أهل الذكر - عُمان الفضائية	ت	٢٢	٤٥	٢٤٤	٥٠	٩٩	٢,٦٥	١٦
		%	٤,٨	٩,٨	٥٣,٠	١٠,٩	٢١,٥		
١٣	اسألوا أهل الذكر - الأردن الفضائية	ت	٣٥	٣٧	٢٣١	٤٦	٩٧	٢,٧٠	١٣
		%	٧,٨	٨,٣	٥١,٨	١٠,٣	٢١,٧		
١٤	فتاوى المرأة - المصرية الفضائية	ت	٢٨	٣٩	٢٠٩	٤٩	١٢٤	٢,٥٥	١٨
		%	٦,٢	٨,٧	٤٦,٥	١٠,٩	٢٧,٦		
١٥	عم يتساءلون - دريم الفضائية	ت	٢٨	٣٦	٢١٩	٥٢	١١٣	٢,٥٨	١٧
		%	٦,٣	٨,٠	٤٨,٩	١١,٦	٢٥,٢		
١٦	دين ودينار - CNBC عربية	ت	٢٣	٥٣	٢٢٥	٤٦	١٠٠	٢,٦٧	١٥
		%	٥,١	١١,٩	٥٠,٣	١٠,٣	٢٢,٤		
١٧	المال في الإسلام - CNBC عربية	ت	٢٨	٥٦	٢١٥	٥٢	٩٧	٢,٧٠	١٣ مكرر
		%	٦,٣	١٢,٥	٤٨,٠	١١,٦	٢١,٧		
١٨	مع الشيخ - الاقتصادية	ت	٤٠	٣٦	٢٢٨	٤٨	٩٤	٢,٧٣	١٢
		%	٩,٠	٨,١	٥١,١	١٠,٨	٢١,١		
المتوسط العام لتفضيل برامج الإفتاء									٣,٣٦

وتظهر بيانات الجدول نتائج كثيرة نعرض هنا لأبرزها:

١ - جاءت برامج الإفتاء الأربعة الأولى من حيث تفضيل أفراد العينة على النحو التالي:

احتل برنامج «الجواب الكافي» الذي تعرضه قناة المجد الفضائية الترتيب الأول من حيث التفضيل وذلك بمتوسط بلغ ٣,٩٥، جاء بعده مباشرة في الترتيب الثاني وبفارق ضئيل برنامج «فتاوى على الهواء» على القناة السعودية الأولى بمتوسط ٣,٩٠، فيما احتل برنامج «الحياة كلمة» الذي يعرض على قناة

MBC الفضائية المرتبة الثالثة من حيث التفضيل بمتوسط ٣,٥٧، في حين جاء برنامج «الإفتاء» الذي تعرضه قناة MBC الفضائية كذلك بالترتيب الرابع بمتوسط بلغ ٣,٥٦. ولعل من الملاحظ هنا أن ثمة تقارباً واضحاً بين درجة تفضيل البرامج الأربعة فيما بينها لدى عينة الدراسة كما هو بين البرنامجين الأول والثاني وبين البرنامجين الثالث والرابع، ولعل هذا يظهر كذلك ما تتمتع بها تلك البرامج من اهتمام ومتابعة كبيرة لدى أفراد العينة.

٢ - أما برامج الإفتاء التي احتلت المرتبة من الخامسة حتى الثامنة فقد جاءت على النحو التالي:

جاء برنامج «فاسألوا أهل الذكر» الذي تعرضه قناة دبي الفضائية بالمرتبة الخامسة من حيث تفضيله لدى أفراد عينة البحث، إذ بلغ متوسط تفضيله ٣,٠٥، في حين احتل برنامج «الشريعة والحياة» على قناة الجزيرة الفضائية الترتيب السادس في تفضيل المبحوثين له بمتوسط ٣,٠٠، وجاء برنامج «الطريق إلى الجنة»، الذي يعرض على شاشة قناة قطر الفضائية بالترتيب السابع من حيث التفضيل، بمتوسط ٢,٩٨، أما الترتيب الثامن في تفضيل برامج الإفتاء في القنوات الفضائية العربية فقد كان بالتساوي بين برنامج «وذكر» الذي تعرضه قناة الإمارات الفضائية وبرنامج «وتواصوا بالحق» على قناة الشارقة الفضائية إذ بلغ متوسط تفضيل كل منهما ٢,٩١.

وتفيد نتائج تفضيل هذه البرامج الأربعة إلى وجود تقارب فيما بينها لوقوعها في مدى واحد من حيث متوسط التفضيل.

٣ - جاءت برامج الإفتاء التي احتلت الترتيب من العاشر حتى الثالث عشر من حيث درجة تفضيلها كما يلي:

حصل برنامج «في رحاب الشريعة» الذي تعرضه قناة إقرأ الفضائية على الترتيب العاشر من حيث تفضيله من بين برامج الإفتاء في القنوات الفضائية وذلك بمتوسط بلغ ٢,٩٠، جاء بعده في الترتيب الحادي عشر برنامج «بين السائل والمجيب» على قناة الكويت الفضائية بمتوسط ٢,٨٠، أما برنامج «مع

الشيخ» الذي تعرضه قناة الاقتصادية الفضائية فقد جاء في الترتيب الثاني عشر بمتوسط ٢,٧٣، وحصل برنامج «أسألوا أهل الذكر» الذي يعرض على قناة الأردن الفضائية وبرنامج «المال في الإسلام» الذي تبثه قناة CNBC عربية على الترتيب الثالث عشر بالتساوي بينهما في قائمة تفضيل برامج الإفتاء بمتوسط بلغ لكل منهما ٢,٧٠.

ولعل المتأمل في نتائج تفضيل هذه المجموعة من البرامج يلحظ أن هناك تقارباً واضحاً فيما بينها كما هو في النتائج السابقة في الجدول.

٤ - أما البرامج التي احتلت الترتيب الأخير في قائمة برامج الإفتاء الثمانية عشر من حيث تفضيلها لدى المبحوثين فقد كانت على النحو التالي:

جاء برنامج «دين ودينار» الذي يعرض على شاشة قناة CNBC عربية على الترتيب الخامس عشر بمتوسط ٢,٦٧، تلاه برنامج «سؤال أهل الذكر» على قناة عُمان الفضائية في الترتيب السادس عشر بمتوسط ٢,٦٥، وحصل برنامج «عم يتسألون» الذي يبث على قناة دريم الفضائية على الترتيب قبل الأخير بمتوسط ٢,٥٨، أما البرنامج الذي حصل على المرتبة الأخيرة من حيث تفضيل جمهور عينة البحث له فقد كان برنامج «فتاوى المرأة» الذي تعرضه قناة المصرية الفضائية وذلك بمتوسط بلغ ٢,٥٥.



المصادر التي يعتمد عليها أفراد العينة في الحصول على الفتوى

يأتي هذا المطلب ليجيب عن التساؤل التالي:
«في القائمة التالية عدد من المصادر التي يعتمد عليها الناس في الحصول على الفتوى، رتب هذه المصادر حسب درجة اعتمادك عليها في الحصول على الفتوى، معطياً رقم ١ للوسيلة الأكثر اعتماداً ورقم ٢ للوسيلة الأقل اعتماداً ثم رقم ٣ وهكذا؟
ونعرض فيما يلي لترتيب هذه المصادر حسب درجة اعتماد المبحوثين عليها، وهي كما يلي:

جدول رقم (١١)^(١)

المتوسطات الحسابية لترتيب عينة الدراسة وفقاً
للمصادر التي يعتمد عليها الناس في الحصول على الفتوى

م	المصدر	المتوسط	الترتيب
١	برامج الإفتاء في القنوات الفضائية العربية	٢,٤٥	١
٢	برامج الإفتاء في الإذاعة	٢,٦١	٢
٣	الاتصال المباشر بأرقام العلماء	٢,٦١	٢
٤	عن طريق المواقع المتخصصة في الإنترنت	٣,٨٦	٣
٥	قراءة زوايا الإفتاء في الصحف والمجلات	٥,١١	٥
٦	قراءة كتب الفتاوى والفقه	٤,٣٢	٤

(١) المبحوث في هذا الجدول يعطي رقم ١ لأكثر المصادر اعتماداً لديه؛ لأن المتوسطات =

جاءت برامج الإفتاء في القنوات الفضائية العربية في مقدمة المصادر التي يعتمد عليها المبحوثون في الحصول على الفتوى بمتوسط بلغ ٢,٤٥، فيما حصلت برامج الإفتاء في الإذاعة والاتصال المباشر بأرقام العلماء على الترتيب الثاني بالتساوي فيما بينها من حيث درجة اعتماد الجمهور عليها، وذلك بمتوسط ٢,٦١، وجاء الحصول على الفتوى عن طريق المواقع المتخصصة في الإنترنت بالترتيب الثالث بمتوسط ٣,٨٦، أما قراءة كتب الفتاوى والفقه فجاءت في الترتيب الرابع بمتوسط ٤,٣٢، وحصلت قراءة زوايا الإفتاء في الصحف والمجلات على الترتيب الخامس والأخير من حيث اعتماد المبحوثين عليها في الحصول على الفتوى.

ولعل هذه النتائج تعطي وبوضوح مدى أهمية برامج الإفتاء الشرعية في القنوات الفضائية العربية وما تضطلع به من مسؤولية مهمة في تثقيف الناس وتعليمهم أمور دينهم ودنياهم، وهذا ما جعلها تحتل المصدر الأول من حيث اعتماد أفراد العينة عليها في الحصول على الفتوى.

ولعل مثل هذه النتائج وغيرها تدفع القائمين على برامج الإفتاء في القنوات الفضائية العربية في الوطن العربي إلى الاهتمام بها أكثر من ذي قبل، وإعطائها عناية أكبر حتى تقوم برسالتها على أكمل وجه في تبليغ الناس وإرشادهم إلى الطريق المستقيم.

= الحسابية في هذا الجدول هي متوسط ترتيب بخلاف بعض المتوسطات الأخرى، التي يرتب فيها الباحث ما يختاره من متغيرات، وهنا يكون المتوسط الأقل رقماً يكون هو الأهم، وهذا يعني أن المبحوث يجعل المصدر الأكثر اعتماداً هو ما يتم إعطاؤه الترتيب الأول من قبل أفراد العينة (أي: عدد واحد)، وبذلك كلما قلَّت القيمة كان المتوسط أقل وكان ذلك المصدر هو الأكثر اعتماداً.

المبحث الثاني

دوافع استخدام الجمهور

لبرامج الإفتاء

في القنوات الفضائية العربية

- المطلب الأول: الأسباب التي تدفع أفراد العينة لمشاهدة برامج الإفتاء.
- المطلب الثاني: الأسباب التي تدفع أفراد العينة لعدم مشاهدة برامج الإفتاء.



دوافع استخدام الجمهور لبرامج الإفتاء في القنوات الفضائية العربية

يسعى التساؤل الثاني من أسئلة الدراسة إلى معرفة دوافع استخدام المبحوثين عينة الدراسة لبرامج الإفتاء في القنوات الفضائية العربية، وكان التساؤل الرئيس الذي طرحه البحث:

«ما دوافع استخدام الجمهور السعودي عينة البحث لبرامج الإفتاء في القنوات الفضائية العربية؟»

وقد تفرع عن هذا السؤال الرئيس سؤالان فرعيان تمثل الإجابة عنهما إجابة عن التساؤل الرئيس، وهذان التساؤلان هما:

أ - في القائمة التالية عدد من الأسباب التي تدفع الناس لمشاهدة برامج الإفتاء في القنوات الفضائية العربية، حدد درجة اتفاقك مع كل سبب من هذه الأسباب؟

ب - ما أسباب عدم مشاهدتك لبرامج الإفتاء في القنوات الفضائية العربية؟

وفيما يلي يمكن عرض نتائج هذه الأسئلة وفق المطلبين التاليين:



الأسباب التي تدفع أفراد العينة لمشاهدة برامج الإفتاء

ويجيب هذا المطلب عن سؤال: «في القائمة التالية عدد من الأسباب التي تدفع الناس لمشاهدة برامج الإفتاء في القنوات الفضائية العربية، حدد درجة اتفاقك مع كل سبب من هذه الأسباب؟»
ويوضح الجدول رقم (١٢) ترتيب أهمية دوافع مشاهدة برامج الإفتاء لدى المبحوثين وفق متوسط كل دافع من هذه الدوافع.

جدول رقم (١٢)

التكرارات والنسب المئوية والمتوسطات الحسابية وترتيبها
لإجابات عينة الدراسة وفقاً لمدى موافقتهم على دوافع مشاهدة
برامج الإفتاء في القنوات الفضائية العربية مرتبة وفق المتوسط

٢	الدافع		موافق كثيراً	موافق	لا أدري	غير موافق	غير موافق على الإعلان	المتوسط الحسابي	الترتيب
١	معرفة الأحكام الشرعية في القضايا التي أحتاجها		٤٢٨	١٦٧	٢٣	٥	٤	٤,٦١	١
			٦٨,٣ %	٢٦,٦	٣,٧	٠,٨	٠,٦		
٢	حب الاستطلاع والاهتمام بما يعيشه المجتمع من قضايا		٢٣٠	٢٧٤	٥٧	٥١	١٥	٤,٠٤	٥
			٣٦,٧ %	٤٣,٧	٩,١	٨,١	٢,٤		
٣	معرفة قضايا المجتمع والإحساس بقضايا الناس		٢٥٠	٢٦٧	٧٢	٣١	٧	٤,١٥	٤
			٣٩,٩ %	٤٢,٦	١١,٥	٤,٩	١,١		
٤	الحرص على أن تكون قيمتي وسلوكي متوافقة مع تعاليم الدين		٣٧٢	١٨٨	٤٢	٢١	٤	٤,٤٤	٢
			٥٩,٣ %	٣٠,٠	٦,٧	٣,٣	٠,٦		

٢	الدافع		موافق كثيراً	موافق	لا أدري	غير موافق	غير موافق على الإطلاق	المتوسط الحسابي	الترتيب
٥	لتدعيم وجهة نظري في بعض المسائل عند مناقشة الآخرين		٢٦٧	٢٤٩	٦٨	٣٣	١٠	٤,١٦	٣
			٤٢,٦	٣٩,٧	١٠,٨	٥,٣	١,٦		
٦	القضاء على وقت الفراغ		١٢٢	١٦٥	١١٨	١٣٧	٨٥	٣,١٦	٦
			١٩,٥	٢٦,٣	١٨,٨	٢١,٩	١٣,٦		
المتوسط العام للدوافع									٤,١٠

تكشف نتائج الدراسة عن وجود اهتمام عام لدى أفراد العينة بالدوافع التي تقودهم لاستخدام برامج الإفتاء في القنوات الفضائية العربية، إلا أن هناك دوافع حظيت باهتمام أكبر وبنسب مرتفعة تفوقت فيها على غيرها من الدوافع... وذلك كما يلي:

١ - يعد دافع «معرفة الأحكام الشرعية في القضايا التي أحاطها» من أبرز الدوافع التي جعلت نسبة كبيرة من أفراد عينة الدراسة يهتمون بمشاهدة ومتابعة برامج الإفتاء، فقد حصل على متوسط مقداره ٤,٦١، تلاه دافع «الحرص على أن تكون قيمي وسلوكي متوافقة مع تعاليم الدين» وكان متوسطه ٤,٤٤.

٢ - جاء بعد هذا دافع «لتدعيم وجهة نظري في بعض المسائل عند مناقشة الآخرين» بمتوسط بلغ ٤,١٦، يليه دافع «معرفة قضايا المجتمع والإحساس بقضايا الناس» بمتوسط ٤,١٥.

٣ - أما الدافعان اللذان جاءا في مؤخرة الدوافع التي يحددها المشاهدون أسباباً لاهتمامهم بمتابعة برامج الإفتاء فقد كان دافع «حب الاستطلاع والاهتمام بما يعيشه المجتمع من قضايا» الذي جاء في المرتبة الخامسة وقبل الأخيرة بالنسبة إلى الأسباب التي تدفع الأفراد إلى متابعة برامج الإفتاء، حيث بلغ متوسطه ٤,٠٤، أما الدافع السادس والأخير في سلم اهتمام المبحوثين الذي يدفعهم إلى مشاهدة هذه البرامج فكان دافع «القضاء على وقت الفراغ» بمتوسط ٣,١٦.



الأسباب التي تدفع أفراد العينة لعدم مشاهدة برامج الإفتاء

ويجب هذا المطلب عن سؤال: «ما أسباب عدم مشاهدتك لبرامج الإفتاء في القنوات الفضائية العربية؟» وقد تم إعداد هذا السؤال للذين لا يشاهدون أو لا يحرصون على مشاهدة برامج الإفتاء من أفراد عينة البحث، وقد طلب من المبحوثين الترتيب، وقد رتب المبحوثون من خلال الاستبانة أهم الأسباب التي تدفعهم إلى عدم المشاهدة، والباحث هنا يعرض لمتوسط ترتيب هذه الدوافع. ويوضح الجدول رقم (١٣) ترتيب أهم دوافع عدم مشاهدة برامج الإفتاء وأسبابها لدى المبحوثين وفق متوسط كل دافع من هذه الدوافع.

جدول رقم (١٣)^(١)

المتوسطات الحسابية لترتيب عينة الدراسة وفقاً

لأسباب عدم مشاهدتهم لبرامج الإفتاء في القنوات الفضائية العربية

م	الأسباب	المتوسط	الترتيب
١	لعدم وجود وقت كافٍ عندي	٣,٢٨	١
٢	لأن أوقات بثها تتعارض مع الوقت لدي	٣,٤٩	٣
٣	لا أحتاج لهذه البرامج	٤,٤٥	٥

(١) المبحوث في هذا الجدول يعطي رقم ١ لأهم الأسباب التي تدفعه لعدم مشاهدة برامج الإفتاء؛ لأن المتوسط الحسابي في هذا الجدول هو متوسط ترتيب بخلاف المتوسطات الأخرى، وبالتالي فإن المتوسط الأقل رقماً يكون هو الأهم، وهذا يعني أن السبب الأكثر أهمية يتم إعطاؤه الترتيب الأول من قبل أفراد العينة (أي: عدد واحد) وبالتالي كلما قلَّت القيمة وكان المتوسط أقل كان ذلك السبب هو الأكثر أهمية.

٢	الأسباب	المتوسط	الترتيب
٤	لعدم ثقتي بضيوف هذه البرامج	٤,٦٠	٧
٥	لعدم تناولها قضايا تهمني	٣,٤٠	٢
٦	لعدم تناولها لقضايا ومشكلات معاصرة تستحق المتابعة	٤,٢٤	٤
٧	لعدم وجود عناصر الجذب والإمتاع فيها	٤,٥٥	٦

بالنظر إلى النتائج يتبين أن أسباب عدم مشاهدة الجمهور لبرامج الإفتاء في القنوات الفضائية تختلف من حيث أهميتها وترتيبها بالنسبة إلى أفراد العينة، إلا أن هناك دوافع وأسباباً جاءت في مقدمة ما يراه المبحوثون على أنه أبرز الأسباب التي تدفعهم إلى عدم مشاهدة برامج الإفتاء... وذلك على النحو التالي:

١ - يعد دافع «لعدم وجود وقت كاف عندي» السبب الأبرز الذي جعل أفراد العينة لا يشاهدون برامج الإفتاء في القنوات الفضائية، حيث بلغ متوسطه ٣,٢٨، تلاه سبب «لعدم تناولها قضايا تهمني» بمتوسط ٣,٤٠.

٢ - جاء بعد هذا سبب «لأن أوقات بثها تتعارض مع الوقت لدي» بمتوسط بلغ ٣,٤٩، يليه سبب «لعدم تناولها لقضايا ومشكلات معاصرة تستحق المتابعة» بمتوسط ٤,٢٤.

٣ - أما الأسباب الثلاثة الأخيرة التي جاءت في مؤخرة الأسباب التي تدفع المبحوثين إلى عدم مشاهدة برامج الإفتاء في القنوات الفضائية فقد كان سبب «لا احتاج لهذه البرامج»، حيث بلغ متوسطه ٤,٤٥، تلاه بعد ذلك سبب «لعدم وجود عناصر الجذب والإمتاع فيها» بمتوسط ٤,٥٥، ثم جاء سبب «لعدم ثقتي بضيوف هذه البرامج» بالمرتبة الأخيرة من حيث الأسباب التي تدفع الأفراد إلى عدم متابعة برامج الإفتاء بمتوسط بلغ ٤,٦٠.

جدول رقم (١٤)
يبين توزيع أفراد عينة البحث الذين لا يشاهدون برامج الإفتاء
وفقاً للجنس والعمر

العمر	الجنس		ذكر	أنثى	المجموع
	عدد	نسبة			
من ١٦ - ٢٠ سنة	٣٧	٥٢,١	٣٠	٦٧	
	٥٤,٥	٥٧,٧			
من ٢١ - ٣٠ سنة	١٥	٢١,١	١٢	٢٧	
	٢٢,٠	٢٣,١			
من ٣١ - ٤٠ سنة	١٤	١٩,٧	٨	٢٢	
	١٧,٩	١٥,٤			
من ٤١ - ٥٠ سنة	٣	٤,٢	٢	٥	
	٤,١	٣,٨			
أكثر من ٥٠ سنة	٢	٢,٨		٢	
	١,٦				
المجموع	٧١	٥٧,٧	٥٢	١٢٣	
	٥٧,٧	٤٢,٣		١٠٠,٠	

يتضح من الجدول (١٤) أن أكثر الفئات العمرية التي لا تشاهد برامج الإفتاء في القنوات الفضائية العربية هي الفئة العمرية من ١٦ - ٢٠ سنة، إذ بلغت نسبتهم من إجمالي العينة ٥٤,٥٪ بواقع ٥٢,١٪ منهم للذكور و٥٧,٧٪ منهم للإناث، جاءت بعدهم الفئة العمرية من ٢١ - ٣٠ سنة بنسبة بلغت ٢٢٪ من إجمالي العينة وبواقع ٢١,١٪ منهم للذكور و٢٣,١٪ منهم للإناث، ثم تلتها في الترتيب الفئة العمرية من ٣١ - ٤٠ سنة، إذ بلغت نسبتهم الإجمالية ١٧,٩٪ بواقع ١٩,٧٪ منهم للذكور و١٥,٤٪ منهم للإناث. أما الفئة العمرية من ٤١ - ٥٠ سنة فقد جاءت في الترتيب قبل الأخير فيما يتعلق بنسبة من لا يشاهدون

برامج الإفتاء وذلك بنسبة ٤,١٪ وبواقع ٤,٢٪ منهم للذكور و٣,٨٪ منهم للإناث. وجاءت الفئة العمرية أكثر من ٥٠ سنة في الترتيب الأخير من حيث نسبة من لا يشاهدون برامج الإفتاء إذ بلغت نسبتهم ١,٦٪ وبواقع ٢,٨٪ منهم للذكور فقط إذ لم يكن في هذه الفئة العمرية إناث.

ويتبين من نتائج الجدول أن إجمالي عدد من لا يشاهدون برامج الإفتاء من الذكور كانت نسبتهم ٥٧,٧٪ بفارق عن الإناث اللاتي بلغت نسبتهن ٤٢,٣٪.

المبحث الثالث

طبيعة استخدامات الجمهور السعودي

لبرامج الإفتاء

في القنوات الفضائية العربية



طبيعة استخدامات الجمهور السعودي

لبرامج الإفتاء

في القنوات الفضائية العربية

يسعى التساؤل الثالث من أسئلة الدراسة إلى معرفة طبيعة استخدامات المبحوثين عينة الدراسة لبرامج الإفتاء في القنوات الفضائية العربية، وكان التساؤل الرئيس الذي طرحه البحث هو:

«ما طبيعة استخدامات الجمهور السعودي لبرامج الإفتاء في القنوات الفضائية العربية؟»

وللحصول على إجابة متكاملة عن هذا السؤال فقد تضمنت استبانة الدراسة سؤالاً فرعياً واحداً يحتوي على خمس فقرات وطلب من المبحوثين تحديد درجة موافقتهم عليها، وكان السؤال هو:

«تختلف طريقة المشاهدة من شخص لآخر، كيف ترى الطريقة التي تتابع بها برامج الإفتاء في القنوات الفضائية العربية؟ أمل تحديد درجة موافقتك».

وفيما يلي عرض للنتائج الخاصة بهذا السؤال:

جدول رقم (١٥)

التكرارات والنسب المئوية والمتوسطات الحسابية وترتيبها
لإجابات عينة الدراسة وفقاً لمدى موافقتهم على الطريقة التي يتابعون
بها برامج الإفتاء في القنوات الفضائية العربية مرتبة وفق المتوسط

٢	الطريقة		موافق كثيراً	موافق	لا أدري	غير موافق	غير موافق على الإطلاق	المتوسط الحسابي	الترتيب
١	أشاهد برنامج الإفتاء من أوله وحتى نهايته	ت	١٥٠	٢١١	١١٢	١٢٥	٢٩	٣,٥٢	٢
		%	٢٣,٩	٣٣,٧	١٧,٩	١٩,٩	٤,٦		
٢	أركز على بعض الأسئلة دون أخرى	ت	٢٩٤	٢٤٤	٣٢	٤٣	١٤	٤,٢١	١
		%	٤٦,٩	٣٨,٩	٥,١	٦,٩	٢,٢		
٣	أجمع بين مشاهدة برنامج الإفتاء وإنجاز أعمال أخرى	ت	١٤٤	٢٢٩	٨٩	١١٠	٥٥	٣,٤٧	٣
		%	٢٣,٠	٣٦,٥	١٤,٢	١٧,٥	٨,٨		
٤	أنتجذب الحديث مع الآخرين أثناء عرض برنامج الإفتاء	ت	١١١	٢٣٩	١٠٠	١١٢	٦٥	٣,٣٥	٤
		%	١٧,٧	٣٨,١	١٥,٩	١٧,٩	١٠,٤		
٥	أنتقل إلى بعض القنوات الفضائية الأخرى أثناء مشاهدتي لبرنامج الإفتاء ثم أعود إليه	ت	١١٨	٢١٦	٨٩	٩٥	١٠٩	٣,٢٢	٥
		%	١٨,٨	٣٤,٤	١٤,٢	١٥,٢	١٧,٤		
المتوسط العام لطرائق مشاهدة برامج الإفتاء									٣,٥٦

تظهر نتائج الجدول تقارباً متفاوتاً بين المبحوثين فيما يتعلق بطرائق
مشاهدتهم برامج الإفتاء في القنوات الفضائية العربية وذلك على النحو التالي:

١ - جاءت طريقة المشاهدة المعنونة بـ «أركز على بعض الأسئلة دون
أخرى» في الترتيب الأول من حيث استخدام المشاهدين لها في متابعة برامج
الإفتاء وذلك بمتوسط بلغ ٤,٢١، في حين جاء بعدها في الترتيب الثاني من
حيث الطريقة التي يتبعها المبحوثون في مشاهدة برامج الإفتاء بالطريقة المعنونة
بـ «أشاهد برنامج الإفتاء من أوله وحتى نهايته» بمتوسط بلغ ٣,٥٢.

٢ - حصلت طريقة مشاهدة برامج الإفتاء المعنونة بـ «أجمع بين مشاهدة
برنامج الإفتاء وإنجاز أعمال أخرى» على الترتيب الثالث من حيث استخدام

المبحوثين لها كطريقة لهم في متابعة برامج الإفتاء بمتوسط بلغ ٣,٤٧، يليها في الترتيب الرابع من حيث طرائق المشاهدة «أتجاذب الحديث مع الآخرين أثناء عرض برنامج الإفتاء» حيث بلغ متوسط هذه الطريقة ٣,٣٥.

٣ - وجاءت طريقة المشاهدة المعنونة بـ «انتقل إلى بعض القنوات الفضائية الأخرى أثناء مشاهدتي لبرنامج الإفتاء ثم أعود إليه» في الترتيب الخامس والأخير من حيث استخدام عينة المبحوثين لها بمتوسط ٣,٢٢.

المبحث الرابع

الإشباعات التي تحققها برامج الإفتاء في القنوات الفضائية العربية

- المطلب الأول: الإشباعات التي تحققها مشاهدة برامج الإفتاء.
- المطلب الثاني: مستوى الرضا عن برامج الإفتاء في القنوات الفضائية العربية.



الإشباعات التي تحققها برامج الإفتاء في القنوات الفضائية العربية

وللحصول على معلومات واضحة حول إشباعات برامج الإفتاء في القنوات الفضائية العربية، طرح الباحث تساؤلاً أساسياً تفرع عنه سؤالان فرعيان تعد الإجابة عنها إجابة على السؤال الأساسي، هذا التساؤل هو: «ما الإشباعات التي تحققها برامج الإفتاء في القنوات الفضائية العربية للجمهور السعودي؟»

وتضمن هذا السؤال التساولين الفرعيين التاليين:

- أ - في القائمة التالية عدد من النتائج التي تحققها مشاهدة برامج الإفتاء في القنوات الفضائية العربية، ما درجة موافقتك على تحققها لك شخصياً؟
 - ب - ما مدى رضاك عن مستوى برامج الإفتاء في القنوات الفضائية العربية؟
- وفيما يلي يمكن عرض نتائج هذه الأسئلة وفق المطلبين التاليين:



الإشباعات التي تحققها مشاهدة برامج الإفتاء

وهذا المطلب يجيب عن تساؤل «في القائمة التالية عدد من النتائج التي تحققها مشاهدة برامج الإفتاء في القنوات الفضائية العربية، ما درجة موافقتك على تحققها لك شخصياً؟»

ويوضح الجدول رقم (١٦) ترتيب الإشباعات وفق أهميتها بالنسبة إلى المبحوثين وذلك على النحو التالي:

جدول رقم (١٦)

التكرارات والنسب المئوية والمتوسطات الحسابية وترتيبها لإجابات عينة الدراسة وفقاً لمدى موافقتهم على النتائج التي تحققها مشاهدة برامج الإفتاء في القنوات الفضائية العربية مرتبة وفق المتوسط

م	النتائج	موافق جداً	موافق	لا أدري	غير موافق	غير موافق على الإطلاق	المتوسط الحسابي	الترتيب
١	أشبع رغبتني في معرفة الأحكام الشرعية في القضايا التي أحتاجها	٢٨٤	٢٢٨	٥٤	٥٢	٩	٤,١٦	٢
	%	٤٥,٣	٣٦,٤	٨,٦	٨,٣	١,٤		
٢	أشبع رغبتني في حب الاستطلاع والاهتمام بما يعيشه المجتمع من قضايا	١٨٩	٢٧٢	٨٨	٦١	١٧	٣,٨٩	٥
	%	٣٠,١	٤٣,٤	١٤,٠	٩,٧	٢,٧		
٣	أشبع رغبتني في معرفة قضايا المجتمع والإحساس بقضايا الناس	٢١٤	٢٨١	٨٤	٣٧	١١	٤,٠٤	٣
	%	٣٤,١	٤٤,٨	١٣,٤	٥,٩	١,٨		
٤	أشبع رغبتني في الحرص على أن تكون قيمي وسلوكي متوافقة مع تعاليم الدين	٢٩١	٢٢٢	٦١	٣٩	١٤	٤,١٨	١
	%	٤٦,٤	٣٥,٤	٩,٧	٦,٢	٢,٢		

٢	النتائج						موافق جداً	موافق	لا أدري	غير موافق	غير موافق على الإطلاق	المتوسط الحسابي	الترتيب
٥	ت	أشبع رغبتني في تدعيم وجهة نظري في بعض المسائل عند مناقشة الآخرين	٢١٩	٢٨٥	٦٦	٣٢	٢٥	٤,٠٢	٤				
			٣٤,٩	٤٥,٥	١٠,٥	٥,١	٤,٠						
٦	ت	أشبع رغبتني في القضاء على وقت الفراغ	١٠٩	١٧٨	١٢٥	١٢٣	٩٢	٣,١٤	٦				
			١٧,٤	٢٨,٤	١٩,٩	١٩,٦	١٤,٧						
المتوسط العام للإشباع													
٣,٩٠													

بالنظر إلى بيانات الجدول رقم (١٦) يمكن الخروج بما يلي:

١ - حققت «الرغبة في الحرص على أن تكون قيمي وسلوكي متوافقة مع تعاليم الدين» أبرز الإشباعات التي تحققها مشاهدة برامج الإفتاء في القنوات الفضائية العربية للمبحوثين، حيث جاءت في الترتيب الأول بمتوسط بلغ ٤,١٨، تلاها في الترتيب الثاني «الرغبة في معرفة الأحكام الشرعية في القضايا التي أحتاجها» بمتوسط ٤,١٦.

٢ - جاءت «الرغبة في معرفة قضايا المجتمع والإحساس بقضايا الناس» بالمرتبة الثالثة من حيث درجة إشباعها لأفراد العينة، بمتوسط بلغ ٤,٠٤، ثم أتت «الرغبة في تدعيم وجهة نظري في بعض المسائل عند مناقشة الآخرين» في الترتيب الرابع من حيث إشباعها بمتوسط ٤,٠٢.

٣ - أما الإشباعات التي جاءت في مؤخرة اهتمام المبحوثين فكان «الرغبة في حب الاستطلاع والاهتمام بما يعيشه المجتمع من قضايا» بمتوسط ٣,٨٩، وأخيراً «الرغبة في القضاء على وقت الفراغ» بمتوسط ٣,١٤. وهذه النتيجة تتسق من حيث ترتيب تلك الإشباعات ومجيئها في المؤخرة مع دوافع متابعة أفراد العينة لبرامج الإفتاء، إذ جاءت تلك الدوافع كذلك في مؤخرة اهتمام المبحوثين، ما يدل على أن هناك انسجاماً واضحاً في رؤى أفراد العينة حيال مثل تلك المسائل.



مستوى الرضا عن برامج الإفتاء في القنوات الفضائية العربية

ويجب هذا المطلب عن تساؤل «ما مدى رضاك عن مستوى برامج الإفتاء في القنوات الفضائية العربية؟»، ويسعى هذا التساؤل إلى معرفة مستوى رضا المبحوثين عن برامج الإفتاء في القنوات الفضائية العربية، وقد طلب من أفراد العينة تحديد مستوى رضاهم من خلال اختيار خيار واحد من بين خمسة خيارات تحدد مستوى الرضا العام عن هذه البرامج.

وفيما يلي يمكن عرض نتائج هذا المطلب وفق التالي:

جدول رقم (١٧)

توزيع عينة الدراسة وفقاً لمدى الرضا عن
مستوى برامج الإفتاء في القنوات الفضائية العربية

الإجابة	العدد	النسبة
راضي كثيراً	٩٢	١٤,٧
راضي	٣٢٧	٥٢,٢
لا أدري	٩٣	١٤,٨
غير راضي	٩٨	١٥,٦
غير راضي على الإطلاق	١٧	٢,٧
المجموع	٦٢٧	١٠٠,٠

يتضح من النتائج أن مستوى الرضا عن برامج الإفتاء في القنوات

الفضائية العربية مرتفع بين المبحوثين حيث أشار ٦٦,٩٪ من أفراد العينة إلى أنهم راضون وراضون كثيراً عن برامج الإفتاء وهي النسبة الأعلى، وهذه النتيجة تشير وبوضوح إلى أن ما تقدمه برامج الإفتاء حالياً يحظى برضا واهتمام عام من قبل أفراد عينة الدراسة المتابع لها، سيما في هذا الوقت الذي أصبح فيه الفرد أكثر حاجة من ذي قبل إلى معرفة كثير من أحكام الدين في بعض القضايا التي استجدت في الوقت الحاضر، في حين أبدى ١٨,٣٪ من أفراد العينة عدم رضاهم عن برامج الإفتاء وبأنهم غير راضين وغير راضين على الإطلاق، وبين ١٤,٨٪ من أفراد العينة مستوى رضاهم عن برامج الإفتاء بالاكْتفاء بخيار «لا أدري».

المبحث الخامس
العوامل المؤثرة
في حجم استخدام الجمهور لبرامج الإفتاء



العوامل المؤثرة في حجم استخدام الجمهور لبرامج الإفتاء

يسعى التساؤل الخامس من أسئلة الدراسة إلى معرفة العوامل المؤثرة في حجم استخدام المبحوثين عينة الدراسة ببرامج الإفتاء في القنوات الفضائية العربية وكان التساؤل الرئيس الذي طرحه البحث هو:

«ما العوامل المؤثرة في حجم استخدام الجمهور لبرامج الإفتاء، ووصول مضامين تلك البرامج؟»

وللحصول على إجابة متكاملة عن هذا السؤال تضمنت استبانة الدراسة سؤالاً فرعياً يحتوي على ثمانية عوامل، وطلب من المبحوثين ترتيبها وفق أهميتها لهم، وكان السؤال هو:

«ما العوامل التي تؤثر في حجم استخدامك لبرامج الإفتاء التي تفضل مشاهدتها كثيراً؟ رتب هذه العوامل حسب أهميتها لك معطياً رقم ١ للعامل الأكثر أهمية ورقم ٢ للأقل أهمية ثم رقم ٣ وهكذا».

وفيما يلي يعرض الباحث لنتائج ترتيب هذه العوامل حسب أهميتها للمبحوثين وهي كما يلي:

جدول رقم (١٨)^(١)

المتوسطات الحسابية لترتيب عينة الدراسة
وفقاً للعوامل والأسباب التي تؤثر في استخدام برامج الإفتاء
التي يفضلون مشاهدتها كثيراً

م	العوامل	المتوسط	الترتيب
١	طريقة تقديم برنامج الإفتاء	٤,٣٠	٤
٢	ثقتي بالمفتي المستضاف في البرنامج	٢,٣٢	١
٣	سهولة الأسلوب الذي يتحدث به الضيف	٣,٦١	٢
٤	جنسية الضيف	٥,٥٤	٧
٥	التصوير والإخراج الجيد لبرنامج الإفتاء	٦,٣١	٨
٦	لأنه برنامج متخصص في القضايا التي أحتاجها	٤,٢٦	٣
٧	وقت عرض برنامج الإفتاء	٤,٥٧	٥
٨	نوع القناة التي تبث برنامج الإفتاء	٥,٠٧	٦

حصل عامل «الثقة بالمفتي المستضاف في البرنامج» على الترتيب الأول من حيث أهميته للمبحوثين، إذ بلغ متوسطه ٢,٣٢، في حين جاء عامل «سهولة الأسلوب الذي يتحدث به الضيف» في الترتيب الثاني بمتوسط ٣,٦١، أما الترتيب الثالث في العوامل فكان «لأنه برنامج متخصص في القضايا التي أحتاجها» وذلك بمتوسط ٤,٢٦، وجاء الترتيب الرابع للعوامل من حيث أهميتها لـ «طريقة تقديم برنامج الإفتاء» بمتوسط ٤,٣٠، وحصل عامل «وقت عرض برنامج الإفتاء» على الترتيب الخامس من حيث أهميته بالنسبة إلى

(١) كما سبقت الإشارة فإن المبحوث في هذا الجدول كذلك يعطي رقم ١ لأهم العوامل التي تؤثر في استخدامه برامج الإفتاء؛ لأن المتوسط الحسابي في هذا الجدول هو متوسط ترتيب بخلاف المتوسطات الأخرى، وبالتالي فإن المتوسط الأقل رقماً يكون هو الأهم، وهذا يعني أن العامل الأكثر أهمية يتم إعطاؤه الترتيب الأول من قبل أفراد العينة (أي: عدد واحد) وبالتالي كلما قلت القيمة وكان المتوسط أقل كان ذلك العامل هو الأكثر أهمية.

المبحوثين بمتوسط ٤,٥٧، تلاه عامل «نوع القناة التي تبث برنامج الإفتاء» في الترتيب السادس إذ بلغ متوسطه ٥,٠٧، أما العاملان الأخيران في قائمة العوامل المؤثرة في حجم استخدام الجمهور برامج الإفتاء فكان عامل «جنسية الضيف» الذي جاء في المرتبة السابعة بمتوسط ٥,٥٤، وأخيراً عامل «التصوير والإخراج الجيد لبرنامج الإفتاء»، حيث كان آخر العوامل المؤثرة في حجم استخدام المبحوثين برامج الإفتاء في القنوات الفضائية العربية بمتوسط ٦,٣١. وهذه النتيجة تشير إلى ضعف قيمة الجوانب الفنية لدى أفراد العينة، فبرغم أهمية الإخراج والتصوير إلا أنه كان في مؤخرة العوامل التي تدفع المبحوثين إلى متابعة برنامج الإفتاء، كما أن هذا العامل لا يشكل لديهم الأهمية نفسها كما تشكل العوامل السابقة الأخرى كالثقة بالضيف، وسهولة الأسلوب الذي يتحدث به، وطرح البرنامج للقضايا المهمة التي يحتاجه المشاهد.

ولعل هذه النتائج تشير وبوضوح إلى أن عامل الثقة بالمفتي المستضاف في برنامج الإفتاء يؤدي دوراً فاعلاً ومؤثراً في حجم متابعة المبحوثين ومتابعتهم برامج الإفتاء، وربما يعد هذا العامل حجر الزاوية في بعض الأحيان؛ لأن الناس يلجؤون في الأغلب إلى من تطمئن إليه قلوبهم وتستريح إليه ضمائرهم في أخذ أحكام الدين وتعاليمه، إضافة إلى أن سهولة تقديم المعلومة إلى المشاهدين تعد هي الأخرى أحد العناصر الرئيسة التي تدفع بالفرد إلى مشاهدة برنامج الإفتاء.

المبحث السادس

العلاقة بين استخدامات الجمهور السعودي لبرامج الإفتاء في القنوات الفضائية العربية وإشباعاتها

- المطلب الأول: العلاقة بين السمات العامة لأفراد العينة وبين حجم استخدامهم لبرامج الإفتاء.
- المطلب الثاني: العلاقة بين مدى متابعة أفراد العينة لبرامج الإفتاء والإشباعات.
- المطلب الثالث: العلاقة بين أنماط الاستخدام والإشباعات التي تحققها برامج الإفتاء.
- المطلب الرابع: العلاقة بين السمات العامة لأفراد العينة والإشباعات التي تحققها.



العلاقة بين استخدامات الجمهور السعودي لبرامج الإفتاء في القنوات الفضائية العربية وإشباعاتها

يسعى التساؤل السادس من أسئلة الدراسة إلى معرفة العلاقة بين استخدامات المبحوثين عينة الدراسة ببرامج الإفتاء في القنوات الفضائية العربية وإشباعاتها، وكان التساؤل الرئيس الذي طرحه البحث هو:

«ما العلاقة بين استخدامات الجمهور لبرامج الإفتاء في القنوات الفضائية العربية وإشباعاتها؟»

وللحصول على إجابة متكاملة عن هذا السؤال فقد تضمن هذا المبحث مجموعة من الجداول التوضيحية لنتائج اختبار العلاقات، وإيجاد الفروق والاختلافات بين متغيرات البحث:

وفيما يلي عرض للنتائج التي تم التوصل إليها:



العلاقة بين السمات العامة لأفراد العينة وبين حجم استخدامهم لبرامج الإفتاء

ويسعى هذا المطلب إلى معرفة مدى متابعة أفراد العينة برامج الإفتاء وفقاً للسمات العامة.

وفيما يلي عرض نتائج هذا المطلب وفق الجداول التالية:

جدول رقم (١٩)

مدى متابعة أفراد العينة لبرامج الإفتاء وفقاً للجنس

الجنس	مدى مشاهدة برامج الإفتاء					المجموع
	كثيراً جداً	كثيراً	بدرجة متوسطة	قليلاً		
ذكر	عدد	١٤	٤٩	١٥٤	١٥٣	٣٧٠
	نسبة	٣,٨٠	١٣,٢٠	٤١,٦٠	٤١,٤٠	١٠٠,٠
أنثى	عدد	٦	٢٨	٨٧	١٣٦	٢٥٧
	نسبة	٢,٣٠	١٠,٩٠	٣٣,٩٠	٥٢,٩٠	١٠٠,٠
قيمة مربع كاي (كا ^٢)						٨,٤٦٣
مستوى الدلالة						٠,٠٣٧

يتضح من الجدول (١٩) أن نسبة الذين يتابعون برامج الإفتاء بدرجة متوسطة من الذكور كانوا في الترتيب الأول من حيث المشاهدة بنسبة ٤١,٦٠٪، تلاهم الذين يتابعونها قليلاً بواقع ٤١,٤٠٪، ثم الذين يتابعونها كثيراً جداً وكثيراً بنسبة ١٧٪، أما الإناث فقد كانت نسبة اللاتي يتابعن برامج

الإفتاء قليلاً هي الأعلى نسبة، بواقع ٥٢,٩٠٪، تليها اللاتي يتابعنها بدرجة متوسطة بنسبة ٣٣,٩٠٪، وأخيراً اللاتي يتابعنها كثيراً جداً وكثيراً بنسبة ١٣,٢٠٪. ويتضح من الجدول أن قيمة مربع كاي (كا^٢) دالة عند مستوى ٠,٠٥، وهذا يشير إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية في مدى متابعة الجمهور برامج الإفتاء في القنوات الفضائية العربية باختلاف الجنس، وذلك لمصلحة الذكور بشكل عام، من حيث نسبة المشاهدة الكثيرة على الإناث، فقد بلغت نسبة الذكور الذين يشاهدون برامج الإفتاء كثيراً جداً وكثيراً ١٧٪، في مقابل نسبة ١٣,٢٠٪ لدى الإناث، كما كانت نسبة اللاتي يشاهدن بدرجة قليلة ٥٢,٩٠٪ مقارنة بـ ٤١,٤٠٪ من الذكور.

جدول رقم (٢٠)
مدى متابعة أفراد العينة لبرامج الإفتاء وفقاً للعمر

مدى مشاهدة برامج الإفتاء		العمر				
		كثيراً جداً	كثيراً	بدرجة متوسطة	قليلاً	المجموع
أكثر من ٥٠ سنة	عدد	٣	٧	١٠	٤	٢٤
	نسبة	١٢,٥٠	٢٩,٢٠	٤١,٧٠	١٦,٧٠	١٠٠,٠
من ٤١ - ٥٠ سنة	عدد	٥	١٣	١٦	١٩	٥٣
	نسبة	٩,٤٠	٢٤,٥٠	٣٠,٢٠	٣٥,٨٠	١٠٠,٠
من ٣١ - ٤٠ سنة	عدد	٣	١٨	٤٤	٢٩	٩٤
	نسبة	٣,٢٠	١٩,١٠	٤٦,٨٠	٣٠,٩٠	١٠٠,٠
من ٢١ - ٣٠ سنة	عدد	٢	٢٩	٦٦	٨١	١٧٨
	نسبة	١,١٠	١٦,٣٠	٣٧,١٠	٤٥,٥٠	١٠٠,٠
من ١٦ - ٢٠ سنة	عدد	٧	١٠	١٠٥	١٥٦	٢٧٨
	نسبة	٢,٥٠	٣,٦٠	٣٧,٨٠	٥٦,١٠	١٠٠,٠
قيمة مربع كاي (كا ^٢)		٧٠,١٩٤				
مستوى الدلالة		٠,٠٠٠				
معامل الارتباط		٠,٢٦٥				

يتضح من الجدول رقم (٢٠) أنه وبالنسبة إلى أفراد العينة الذين تزيد أعمارهم أكثر من ٥٠ سنة كانت متابعتهم ببرامج الإفتاء بشكل، كثيراً جداً، وكثيراً هي الأعلى بنسبة ٤١,٧٠٪ من حيث درجة المشاهدة، تلاهم في الفئة ذاتها الذين يتابعون بدرجة متوسطة بالنسبة ذاتها ٤١,٧٠٪ ثم الذين يتابعون قليلاً بنسبة ١٦,٧٠٪، أما أفراد العينة من ٤١ - ٥٠ سنة فقد كانت متابعتهم بشكل، قليلاً هي النسبة الأعلى من حيث المشاهدة بواقع ٣٥,٨٠٪، جاء بعدها درجتا المشاهدة كثيراً جداً وكثيراً ٣٣,٩٠٪، ثم المشاهدة بدرجة متوسط بنسبة ٣٠,٢٠٪، أما الفئة العمرية من ٣١ - ٤٠ سنة فقد كانت لديهم نسبة المتابعة لبرامج الإفتاء بدرجة متوسطة في الترتيب الأول بواقع ٤٦,٨٠٪، ثم درجة المتابعة قليلاً بنسبة ٣٠,٩٠٪ بعدها درجتا المتابعة كثيراً جداً وكثيراً بنسبة ٢٢,٣٠٪، أما الفئة العمرية من ٢١ - ٣٠ سنة فقد كانت درجة المتابعة، قليلاً هي الأعلى نسبة بواقع ٤٥,٥٠٪، جاءت بعدها درجة المتابعة بدرجة متوسطة بنسبة ٣٧,١٠٪ ثم درجتا المتابعة كثيراً جداً وكثيراً بنسبة ١٧,٤٠٪، وأخيراً فئة أفراد العينة من ١٦ - ٢٠ سنة، إذ يتضح أن درجة متابعتهم ببرامج الإفتاء بدرجة، قليلاً هي النسبة الأعلى بواقع ٥٦,١٠٪، جاء بعدها درجة المتابعة بدرجة متوسطة بنسبة ٣٧,٨٠٪، ثم درجتا المتابعة كثيراً جداً وكثيراً في الترتيب الأخير بنسبة ٦,١٠٪، ويتضح من الجدول أن قيمة مربع كاي (كا^٢) دالة عند مستوى ٠,٠١، وهذا يشير إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية في مدى متابعة الجمهور ببرامج الإفتاء في القنوات الفضائية العربية باختلاف العمر. إذ تبين ارتفاع نسبة الذين يتابعون هذه البرامج على نحو كثير جداً من الأشخاص الذين تزيد أعمارهم أكثر من ٥٠ سنة، مقارنة بأنماط المشاهدة الأخرى لدى الفئة نفسها، ومما يؤكد ذلك أيضاً ارتفاع نسبة من تقل مشاهدتهم لهذه البرامج لدى الفئة من ١٦ - ٢٠ سنة إذ تبلغ نسبة الذين تقل مشاهدتهم لهذه البرامج ٥٦,١٠٪. وبمقارنتها بنسب الفئات العمرية الأخرى يتضح تناقص هذا الحجم حتى الوصول إلى فئة أكثر من ٥٠ سنة وهو ما يحفز إلى القول إنه كلما تقدم العمر زادت متابعة الجمهور لتلك البرامج.

جدول رقم (٢١)

مدى متابعة أفراد العينة لبرامج الإفتاء وفقاً للحالة الاجتماعية

الحالة الاجتماعية	مدى مشاهدة برامج الإفتاء		كثيراً جداً	كثيراً	بدرجة متوسطة	قليلاً	المجموع
	عدد	نسبة					
متزوج	عدد	١١	٤٥	٩٣	٧٨	٢٢٧	
	نسبة	٤,٨٠	١٩,٨٠	٤١,٠٠	٣٤,٤٠	١٠٠,٠	
أعزب	عدد	٩	٣٢	١٤٨	٢١١	٤٠٠	
	نسبة	٢,٣٠	٨,٠٠	٣٧,٠٠	٥٢,٨٠	١٠٠,٠	
قيمة مربع كاي (كا ^٢)		٣٠,٧٦٣					
مستوى الدلالة		٠,٠٠٠					

ولقلة عدد كل من فئتي المطلق والأرمل الذين بلغ عددهم ٨ قام الباحث بدمج هاتين الفئتين مع فئة المتزوجين عند حساب الفروق أو (العلاقة). ويتضح من الجدول بالنظر إلى فئة المتزوجين فقد كانت نسبة متابعتهم لبرامج الإفتاء بدرجة متوسطة هي النسبة الأعلى إذ بلغت ٤١٪، ثم جاءت لديهم بعدها درجة المتابعة قليلاً بنسبة ٣٤,٤٠٪ ثم درجتا المتابعة كثيراً جداً وكثيراً بنسبة ٢٤,٦٠٪، أما فئة العزاب فالملاحظ أن درجة المتابعة لبرامج الإفتاء قليلاً كانت هي النسبة الأعلى لديهم بواقع ٥٢,٨٠٪ جاءت بعدها درجة المتابعة المتوسطة بواقع ٣٧٪، ثم درجتا المتابعة كثيراً جداً وكثيراً بنسبة ١٠,٣٠٪، ويتضح من الجدول أن قيمة مربع كاي (كا^٢) دالة عند مستوى ٠,٠١، وهذا يشير إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية في مدى متابعة الجمهور برامج الإفتاء في القنوات الفضائية العربية باختلاف الحالة الاجتماعية. وذلك لمصلحة فئة المتزوجين بشكل عام من حيث نسبة المتابعة لبرامج الإفتاء بدرجتى كثيراً جداً وكثيراً في مقابل العزاب الذين ارتفعت لديهم نسبة المشاهدة القليلة أكثر من غيرهم بواقع ٥٢,٨٠٪.

جدول رقم (٢٢)
مدى متابعة أفراد العينة لبرامج الإفتاء وفقاً للمستوى التعليمي

المستوى التعليمي		مدى مشاهدة برامج الإفتاء				
المجموع	قليلاً	بدرجة متوسطة	كثيراً	كثيراً جداً		
٢٢	١٠	٩	٢	١	عدد	تعليم عالي
١٠٠,٠	٤٥,٥٠	٤٠,٩٠	٩,١٠	٤,٥٠	نسبة	
٣١٨	١٢٨	١٣١	٥٢	٧	عدد	جامعي
١٠٠,٠	٤٠,٣٠	٤١,٢٠	١٦,٤٠	٢,٢٠	نسبة	
٢٨٧	١٥١	١٠١	٢٣	١٢	عدد	ثانوي فما دون
١٠٠,٠	٥٢,٦٠	٣٥,٢٠	٨,٠٠	٤,٢٠	نسبة	
١٧,١٦٩					قيمة مربع كاي (كا ^٢)	
٠,٠٠٩					مستوى الدلالة	
٠,١١٥					معامل الارتباط	

ولقلة عدد الحاصلين على متوسط فما دون تم دمج هذه الفئة مع فئة الثانوي لتصبح ثانوي فما دون، وذلك عند حساب الفروق. ويتضح من الجدول رقم (٢٢) أنه بالنظر لفئة التعليم العالي فقد كانت لديهم درجة المشاهدة قليلاً هي الأعلى نسبة إلى درجات المشاهدة الأخرى بنسبة ٤٥,٥٠٪، ثم جاءت المتابعة بدرجة متوسطة بواقع ٤٠,٩٠٪، بعدها درجتا المشاهدة كثيراً جداً وكثيراً بنسبة ١٣,٦٠٪، أما بالنسبة إلى فئة التعليم الجامعي فكانت نسبة متابعتهم برامج الإفتاء بدرجة متوسطة في الترتيب الأول بواقع ٤١,٢٠٪، تلاها من حيث درجات المشاهدة درجة، قليلاً بنسبة متقاربة بلغت ٤٠,٣٠٪، ثم جاءت درجتا كثيراً جداً وكثيراً في الترتيب الأخير من حيث درجات المتابعة بنسبة ١٨,٦٠٪، أما نسب درجات المتابعة لفئة ثانوي فما دون فقد جاءت درجة، قليلاً الأعلى بواقع ٥٢,٦٠٪، تلاها بعد ذلك المتابعة بدرجة متوسطة بنسبة ٣٥,٢٠٪، ثم درجتا كثيراً جداً وكثيراً بنسبة

١٢,٢٠٪. ويتضح من الجدول أن قيمة مربع كاي (كا^٢) دالة عند مستوى ٠,٠١، وهذا يشير إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية في مدى متابعة الجمهور برامج الإفتاء في القنوات الفضائية العربية باختلاف المستوى التعليمي. وذلك لمصلحة فئة التعليم الجامعي على باقي الفئات التعليمية، إذ كانوا في الترتيب الأول من حيث نسبة متابعتهم برامج الإفتاء بدرجة أكثر جداً وكثيراً بواقع ١٨,٦٠٪، جاء بعدهما من حيث درجة المتابعة نفسها ذوو التعليم العالي بنسبة ١٣,٦٠٪، ثم فئة التعليم الثانوي فما دون بنسبة متقاربة مع الفئة السابقة بواقع ١٢,٢٠٪، ولعل ما يؤكد ذلك ارتفاع نسبة المشاهدة القليلة لدى فئة الثانوي فما دون، مقارنة بنسبتها لدى الفئات التعليمية الأخرى، إذ بلغت نسبة المشاهدة القليلة لدى فئة الثانوي فما دون ٥٢,٦٠٪ في حين ارتفعت لدى الجامعيين نسبة المشاهدة الكثيرة مقارنة بنسبتها لدى الفئات الأخرى، وربما يعود السبب في تدني نسبة درجة المتابعة الكثيرة لفئة ثانوي فما دون إلى أن هذه الفئة هم في الأغلب من فئة الشباب، الذين قد لا تكون اهتماماتهم في متابعة هذه البرامج مثل الفئات العمرية الأكبر سناً، أما بالنسبة إلى فئة التعليم العالي فذلك ربما يعود إلى انشغالهم أكثر من الفئات الأخرى بمهام ومسؤوليات أكبر تتطلبها طبيعة مستواهم التعليمي.

جدول رقم (٢٣)

مدى متابعة أفراد العينة لبرامج الإفتاء وفقاً للمهنة

المهنة		مدى مشاهدة برامج الإفتاء		كثيراً جداً	كثيراً	بدرجة متوسطة	قليلاً	المجموع
طالب	عدد	٧	٢٣	١٣١	١٩٦	٣٥٧		
	نسبة	٢,٠٠	٦,٤٠	٣٦,٧٠	٥٤,٩٠	١٠٠,٠		
عمل حر	عدد		١	٤	٦	١١		
	نسبة		٩,١٠	٣٦,٤٠	٥٤,٥٠	١٠٠,٠		
ربة منزل	عدد	٣	١٥	١٦	١٩	٥٣		
	نسبة	٥,٧٠	٢٨,٣٠	٣٠,٢٠	٣٥,٨٠	١٠٠,٠		

المهنة	مدى مشاهدة برامج الإفتاء		كثيراً جداً	كثيراً	بدرجة متوسطة	قليلاً	المجموع
	عدد	نسبة					
موظف حكومي	عدد	نسبة	٩	٣٠	٧٥	٥٦	١٧٠
	عدد	نسبة	٥,٣٠	١٧,٦٠	٤٤,١٠	٣٢,٩٠	١٠٠,٠
موظف قطاع خاص	عدد	نسبة	١	٨	١٥	١٢	٣٦
	عدد	نسبة	٢,٨٠	٢٢,٢٠	٤١,٧٠	٣٣,٣٠	١٠٠,٠
قيمة مربع كاي (كا ^٢)			٥١,١٩١				
مستوى الدلالة			٠,٠٠٠				

يتضح من الجدول رقم (٢٣) أنه وبالنظر إلى فئة الطلاب فقد كانت درجة المتابعة الأعلى لديهم لبرامج الإفتاء هي درجة المتابعة قليلاً، وذلك بنسبة ٥٤,٩٠٪، جاءت بعدها درجة المتابعة المتوسطة بواقع ٣٦,٧٠٪، ثم درجتا المتابعة كثيراً جداً وكثيراً بنسبة ٨,٤٠٪، أما فئة العمل الحر فهي كذلك كانت درجة المتابعة الأعلى نسبة فيها هي درجة قليلاً بنسبة ٥٤,٥٠٪، تلتها درجة المتابعة المتوسطة بواقع ٣٦,٤٠٪، ثم درجة المتابعة كثيراً بنسبة ٩,١٠٪، أما إذا نظرنا إلى ربات المنازل فنجد أن نسبة أعلى درجة لمتابعة برامج الإفتاء لديهن كانت درجة، قليلاً بنسبة ٣٥,٨٠٪ جاءت بعدها بنسبة متقاربة درجتا المتابعة كثيراً جداً وكثيراً بواقع ٣٤٪، ثم المتابعة بدرجة متوسط بنسبة ٣٠,٢٠٪، أما فئة الموظف الحكومي فكانت درجة المتابعة المتوسطة لبرامج الإفتاء هي الأعلى نسبة من حيث المتابعة بواقع ٤٤,١٠٪، جاءت بعدها درجة المتابعة قليلاً بنسبة ٣٢,٩٠٪، ثم درجتا المتابعة كثيراً جداً وكثيراً بنسبة ٢٢,٩٠٪، أما درجات المتابعة الأعلى نسبة في فئة موظف قطاع خاص فكانت درجة المتابعة بدرجة متوسطة في الترتيب الأول من حيث نسبة المتابعة بواقع ٤١,٧٠٪، تلتها درجة المتابعة قليلاً بنسبة ٣٣,٣٠٪، ثم في الترتيب الأخير درجتا المتابعة كثيراً جداً وكثيراً بنسبة ٢٥٪. ويتضح من الجدول أن قيمة مربع كاي (كا^٢) دالة عند مستوى ٠,٠١، وهذا يشير إلى

وجود فروق ذات دلالة إحصائية في مدى متابعة الجمهور برامج الإفتاء في القنوات الفضائية العربية باختلاف المهنة. وذلك لمصلحة فئة ربات المنازل اللاتي كانت نسبة متابعتهن لبرامج الإفتاء بشكل كثيراً جداً وكثيراً مرتفعة بشكل عام عن الفئات الأخرى في درجة المشاهدة الكثيرة نفسها، في حين نجد في المقابل ارتفاع درجة المشاهدة المتوسطة لدى كل من فئة الموظف الحكومي بنسبة ٤٤,١٠٪، وفئة موظف قطاع خاص بواقع ٤١,٧٠٪، أما أصحاب فئة العمل الحر فكانت درجة المتابعة القليلة هي السمة الغالبة على أفرادها بنسبة ٥٤,٥٠٪، وربما يعود السبب في ذلك لاختلاف طبيعة مهن المبحوثين الذين ربما يجد بعضهم الوقت الكافي للمتابعة والمشاهدة الكثيفة مقارنة بالفئات المهنية الأخرى التي تنحصر درجات متابعتها بشكل متوسط وقليلاً.

جدول رقم (٢٤)

مدى الوقت الذي يمضيه أفراد العينة
في متابعة برامج الإفتاء وفقاً للجنس

الوقت		الجنس				
أكثر من ٤ ساعات	من ٣-٤ ساعات	من ٢-٣ ساعات	من ١-٢ ساعة	أقل من ساعة	المجموع	
١٠	١٠	٣٤	١١٨	١٩٨	٣٧٠	ذكر
٢,٧٠	٢,٧٠	٩,٢٠	٣١,٩٠	٥٣,٥٠	١٠٠,٠	
٥	٦	٢٣	٨١	١٤٢	٢٥٧	أنثى
١,٩٠	٢,٣٠	٨,٩٠	٣١,٥٠	٥٥,٣٠	١٠٠,٠	
٠,٥٤٥						قيمة مربع كاي (كا ^٢)
٠,٩٦٩						مستوى الدلالة

يتضح من الجدول رقم (٢٤) أنه وبالنظر إلى فئة الذكور من أفراد العينة نجد أن نسبة أعلى وقت يمضونه في متابعة برامج الإفتاء كانت أقل من ساعة بواقع ٥٣,٥٠٪، ثم الوقت من ١ - ٢ ساعة بنسبة ٣١,٩٠٪، بعده يأتي الوقت من ٢ - ٣ ساعات بنسبة ٩,٢٠٪، ثم الوقت من ٣ - ٤ ساعات وأكثر من ٤ ساعات بالنسبة نفسها بواقع ٢,٧٠٪ لكل منهما، أما فئة الإناث فنلاحظ أن

نسبة أعلى وقت يمضيه في متابعة برامج الإفتاء كانت أقل من ساعة بواقع ٥٥,٣٠٪، ثم بعده الوقت من ١ - ٢ ساعة بنسبة ٣١,٥٠٪، ثم من ٢ - ٣ ساعات بنسبة ٨,٩٠٪، فالوقت من ٣ - ٤ ساعات بنسبة ٢,٣٠٪، وأخيراً أكثر من ٤ ساعات بواقع ١,٩٠٪. ويتضح من الجدول أن قيمة مربع كاي (كا^٢) غير دالة، وهذا يشير إلى عدم وجود اختلاف في الوقت الذي يمضيه أفراد العينة في متابعة برامج الإفتاء في القنوات الفضائية العربية باختلاف الجنس. وهذا يعني أنه لا يوجد فروق ذات دلالة إحصائية واضحة لمصلحة فئة على أخرى من حيث الوقت الذي يمضونه في مشاهدة برامج الإفتاء.

جدول رقم (٢٥)
مدى الوقت الذي يمضيه أفراد العينة في متابعة برامج الإفتاء وفقاً للعمر

العمر		الوقت					المجموع
		أكثر من ٤ ساعات	من ٣-٤ ساعات	من ٢-٣ ساعات	من ١-٢ ساعة	أقل من ساعة	
أكثر من ٥٠ سنة	عدد	١	٧	٨	٨	٢٤	
	نسبة	٤,٢٠	٢٩,٢٠	٣٣,٣٠	٣٣,٣٠	١٠٠,٠	
من ٤١-٥٠ سنة	عدد	٥	١	٤	٢١	٥٣	
	نسبة	٩,٤٠	١,٩٠	٧,٥٠	٣٩,٦٠	١٠٠,٠	
من ٣١-٤٠ سنة	عدد	١	٤	١٢	٣٨	٩٤	
	نسبة	١,١٠	٤,٣٠	١٢,٨٠	٤٠,٤٠	١٠٠,٠	
من ٢١-٣٠ سنة	عدد	٤	٤	٢١	٥٦	١٧٨	
	نسبة	٢,٢٠	٢,٢٠	١١,٨٠	٣١,٥٠	١٠٠,٠	
من ١٦-٢٠ سنة	عدد	٥	٦	١٣	٧٦	٢٧٨	
	نسبة	١,٨٠	٢,٢٠	٤,٧٠	٢٧,٣٠	١٠٠,٠	
قيمة مربع كاي (كا ^٢)		٥٠,٢٦٠					
مستوى الدلالة		٠,٠٠٠					
معامل الارتباط		٠,٢٠٨					

يتضح من الجدول رقم (٢٥) أنه وبالنظر إلى الفئة العمرية أكثر من ٥٠ سنة فإن أعلى الأوقات التي يمضيها أفراد هذه الفئة في متابعة برامج الإفتاء من حيث نسبة المشاهدة هي الأوقات من ١ - ٢ ساعة وأقل من ساعة بنسبة متساوية لكل منهما بلغت ٣٣,٣٠٪، يليها الوقت من ٢ - ٣ ساعات بواقع ٢٩,٢٠٪، ثم من ٣ - ٤ ساعات بنسبة ٤,٢٠٪، أما الوقت أكثر من ٤ ساعات فإن هذه الفئة العمرية لا تمضيها في المتابعة، أما الفئة من ٤١ - ٥٠ سنة فإن الأوقات الأعلى نسبة في متابعة برامج الإفتاء كانت أقل من ساعة بواقع ٤١,٥٠٪، تلاها الوقت من ١ - ٢ ساعة بنسبة ٣٩,٦٠٪، ثم من ٢ - ٣ ساعات بنسبة ٧,٥٠٪، بعده الوقت أكثر من ٤ ساعات بنسبة ٩,٤٠٪، وأخيراً الوقت من ٣ - ٤ ساعات بواقع ١,٩٠٪، أما إذا نظرنا إلى الفئة العمرية من ٣١ - ٤٠ سنة فنلاحظ أن أعلى الأوقات التي يمضيها أفرادها في متابعة برامج الإفتاء كانت أقل من ساعة بواقع ٤١,٥٠٪، تلاها بنسبة متقاربة الوقت من ١ - ٢ ساعة بنسبة ٤٠,٤٠٪، ثم بعده الوقت من ٢ - ٣ ساعات بنسبة ١٢,٨٠٪، بعده الوقت من ٣ - ٤ ساعات بنسبة بلغت ٤,٣٠٪، وأخيراً الوقت أكثر من ٤ ساعات بنسبة ١,١٠٪، أما الفئة من ٢١ - ٣٠ سنة فأعلى الأوقات لديها من حيث نسبة متابعة برامج الإفتاء هو أقل من ساعة بواقع ٥٢,٢٠٪ جاء بعده الوقت من ١ - ٢ ساعة بنسبة ٣١,٥٠٪، ثم من ٢ - ٣ ساعات بنسبة ١١,٨٠٪، بعدها الأوقات من ٣ - ٤ ساعات وأكثر من ٤ ساعات بنسبة متساوية فيما بينهما بلغت لكل منهما ٢,٢٠٪، أما الفئة العمرية من ١٦ - ٢٠ سنة فأعلى الأوقات لديها متابعة لبرامج الإفتاء كانت أقل من ساعة بنسبة ٦٤٪، تلاها الوقت من ١ - ٢ ساعة بواقع ٢٧,٣٠٪ ثم من ٢ - ٣ ساعات بنسبة ٤,٧٠٪ ثم من ٣ - ٤ ساعات بنسبة ٢,٢٠٪، وأخيراً أكثر من ٤ ساعات بواقع ١,٨٠٪.

ويتضح من الجدول أن قيمة مربع كاي (كا^٢) دالة عند مستوى ٠,٠١، وهذا يشير إلى وجود اختلاف في الوقت الذي يمضيه أفراد العينة في متابعة برامج الإفتاء في القنوات الفضائية العربية باختلاف العمر. وهذا الاختلاف في حقيقته ناتج عن الوقت الذي يمضيه المبحوثون في متابعة برامج الإفتاء، إذ إن الفئات العمرية الأصغر هي الأكثر في اختيار متغير أقل من ساعة بمعنى أن الفئة

من ١٦ - ٢٠ هي أكثر الفئات التي تمضي وقتاً أقل في متابعة برامج الإفتاء إذ بلغت نسبة أولئك ٦٤٪، في حين تختلف نسبة ذلك لدى الفئات الأخرى فهي ٥٢,٢٠٪ لدى الفئة من ٢١ - ٣٠، و ٤١,٥٠٪ لدى الفئتين من ٣١ - ٤٠ و ٤١ - ٥٠، و ٣٣,٣٠٪ لدى فئة أكثر من ٥٠ سنة، كما أن الفئات الأكبر سناً هي ذات النسب الأعلى في المشاهدة لهذه البرامج في الأوقات من ٢ - ٣ ومن ٣ - ٤ وأكثر من ٤ ساعات وهذا ما يمكن معه القول إنه كلما تقدم العمر لدى الأفراد زاد الوقت الذي يمضونه في متابعة برامج الإفتاء، والعكس أيضاً صحيح، فكلما قلَّ عمر الفرد قلَّ الوقت الذي يمضيه في متابعة برامج الإفتاء.

جدول رقم (٢٦)

مدى الوقت الذي يمضيه أفراد العينة في متابعة برامج الإفتاء وفقاً للحالة الاجتماعية

المجموع	أقل من ساعة	من ١ - ٢ ساعة	من ٢ - ٣ ساعات	من ٣ - ٤ ساعات	أكثر من ٤ ساعات	الوقت / الحالة الاجتماعية	
						عدد	متزوج
٢٢٧	٩٦	٨٩	٣٣	٣	٦	نسبة	٢,٦٠
١٠٠,٠	٤٢,٣٠	٣٩,٢٠	١٤,٥٠	١,٣٠	٢,٦٠	عدد	٩
٤٠٠	٢٤٤	١١٠	٢٤	١٣	٩	نسبة	٢,٣٠
١٠٠,٠	٦١,٠٠	٢٧,٥٠	٦,٠٠	٣,٣٠	٢,٣٠	عدد	٢,٣٠
٢٩,٤١٦						قيمة مربع كاي (كا ^٢)	
٠,٠٠٠						مستوى الدلالة	

يتضح من الجدول رقم (٢٦) الذي يعد أفرادهم ممن يشاهدون برامج الإفتاء أن أعلى الأوقات التي يمضيها المتزوجون في متابعة برامج الإفتاء كانت أقل من ساعة بواقع ٤٢,٣٠٪، ثم من ١ - ٢ ساعة بنسبة ٣٩,٢٠٪، ثم من ٢ - ٣ ساعة بنسبة ١٤,٥٠٪ بعده أكثر من ٤ ساعات بواقع ٢,٦٠٪، وأخيراً من ٣ - ٤ ساعات ١,٣٠٪، أما فئة العزاب فإنهم يتفوقون مع فئة المتزوجين من حيث إن الوقت أقل من ساعة يعد أعلى الأوقات التي يمضونها

في مشاهدة برامج الإفتاء بواقع ٦١٪ تلاه من ١ - ٢ ساعة بنسبة ٢٧,٥٠٪ ثم من ٢ - ٣ ساعات ٦٪ بعده الوقت من ٣ - ٤ ساعات بنسبة ٣,٣٠٪ وأخيراً أكثر من ٤ ساعات بواقع ٢,٣٠٪.

ويتضح من الجدول أن قيمة مربع كاي (كا^٢) دالة عند مستوى ٠,٠١، وهذا يشير إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية في الوقت الذي يمضيه الجمهور في متابعة برامج الإفتاء في القنوات الفضائية العربية باختلاف الحالة الاجتماعية، ولعل من أبرز هذه الفروق أن الوقت الذي يمضيه العزاب أقل من الوقت الذي يمضيه المتزوجون في مشاهدة برامج الإفتاء، إذ اتضح أن أعلى نسبة بين فئة العزاب كانت لمتغير المشاهدة لمدة أقل من ساعة، إذ كانت نسبة هؤلاء ٦١٪، في المقابل المتزوجون الذين كانت نسبتهم لهذا المتغير ٤٢,٣٠٪ كما أن المتزوجين كانت نسبة مشاهدتهم في متغيري من ١ - ٢ ساعة ٣٩,٢٠٪ في مقابل ٢٧,٥٠٪ للعزاب، ومن ٢ - ٣ ساعة كانت نسبة المتزوجين ١٤,٥٠٪ في مقابل العزاب الذين كانت نسبتهم ٦٪.

جدول رقم (٢٧)

مدى الوقت الذي يمضيه أفراد العينة في متابعة برامج الإفتاء وفقاً للمستوى التعليمي

المجموع	أقل من ساعة	من ١ - ٢ ساعة	من ٢ - ٣ ساعات	من ٣ - ٤ ساعات	أكثر من ٤ ساعات	الوقت / المستوى التعليمي	
						عدد	نسبة
٢٢	١٢	٦	٤			عدد	نسبة
١٠٠,٠	٥٤,٥٠	٢٧,٣٠	١٨,٢٠			نسبة	
٣١٨	١٥٨	١٠٨	٣٤	٧	١١	عدد	نسبة
١٠٠,٠	٤٩,٧٠	٣٤,٠٠	١٠,٧٠	٢,٢٠	٣,٥٠	نسبة	
٢٨٧	١٧٠	٨٥	١٩	٩	٤	عدد	نسبة
١٠٠,٠	٥٩,٢٠	٢٩,٦٠	٦,٦٠	٣,١٠	١,٤٠	نسبة	
١٢,٧٣٥						قيمة مربع كاي (كا ^٢)	
٠,١٢١						مستوى الدلالة	
٠,٠٩٤						معامل الارتباط	

يتضح من الجدول رقم (٢٧) أن أعلى وقت من حيث نسبة المشاهدة لبرامج الإفتاء لدى فئة التعليم العالي هو أقل من ساعة بواقع ٥٤,٥٠٪، يليه من ١ - ٢ ساعة بنسبة ٢٧,٣٠٪ ثم الوقت من ٢ - ٣ ساعات ١٨,٢٠٪، أما الأوقات من ٣ إلى أكثر من ٤ ساعات فهي غير مشاهدة من قبلهم، وإذا نظرنا إلى فئة الجامعيين نجد أنهم يتفوقون مع من قبلهم من حيث ارتفاع نسبة المشاهدة لديهم في أقل من ساعة بواقع ٤٩,٧٠٪، يليه من ١ - ٢ ساعة بنسبة ٣٤٪ ثم من ٢ - ٣ ساعات بنسبة ١٠,٧٠٪، بعده أكثر من ٤ ساعات بواقع ٣,٥٠٪، وأخيراً من ٣ - ٤ ساعات ٢,٢٠٪، أما فئة الثانوي فما دون فإنهم كذلك تتركز معظم أوقات مشاهدتهم لبرامج الإفتاء في أقل من ساعة بنسبة ٥٩,٢٠٪، وكذلك من ١ - ٢ ساعة بواقع ٢٩,٦٠٪ ثم من ٢ - ٣ ساعات بنسبة ٦,٦٠٪ بعده من ٣ - ٤ ساعات بنسبة ٣,١٠٪ وأخيراً أكثر من ٤ ساعات بواقع ١,٤٠٪.

ويتضح من الجدول أن قيمة مربع كاي (كا^٢) غير دالة، وهذا يشير إلى عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية في الوقت الذي يمضيه الجمهور في متابعة برامج الإفتاء في القنوات الفضائية العربية باختلاف المستوى التعليمي. مع ملاحظة أن فئة التعليم العالي من أفراد العينة لا يتابعون أبداً من ثلاث ساعات فأكثر. ومن خلال معامل الارتباط التي بلغت ٠,٠٩٤ نستنتج أن الفروق شبه منعدمة بين الوقت الذي يمضيه أفراد العينة والمستوى التعليمي.

جدول رقم (٢٨)

مدى الوقت الذي يمضيه أفراد العينة في متابعة برامج الإفتاء وفقاً للمهنة

المهنة		الوقت					المجموع
		أكثر من ٤ ساعات	من ٣ - ٤ ساعات	من ٢ - ٣ ساعات	من ١ - ٢ ساعة	أقل من ساعة	
طالب	عدد	٥	٧	١٩	٩٨	٢٢٨	٣٥٧
	نسبة	١,٤٠	٢,٠٠	٥,٣٠	٢٧,٥٠	٦٣,٩٠	١٠٠,٠
عمل حر	عدد	١	١	٢	٥	٢	١١
	نسبة	٩,١٠	٩,١٠	١٨,٢٠	٤٥,٥٠	١٨,٢٠	١٠٠,٠

المهنة		الوقت					المجموع
		أكثر من ٤ ساعات	من ٣ - ٤ ساعات	من ٢ - ٣ ساعات	من ١ - ٢ ساعة	أقل من ساعة	
ربة منزل	عدد	٣	٢	٩	١٧	٢٢	٥٣
	نسبة	٥,٧٠	٣,٨٠	١٧,٠٠	٣٢,١٠	٤١,٥٠	١٠٠,٠
موظف حكومي	عدد	٤	٥	٢٢	٦٧	٧٢	١٧٠
	نسبة	٢,٤٠	٢,٩٠	١٢,٩٠	٣٩,٤٠	٤٢,٤٠	١٠٠,٠
موظف قطاع خاص	عدد	٢	١	٥	١٢	١٦	٣٦
	نسبة	٥,٦٠	٢,٨٠	١٣,٩٠	٣٣,٣٠	٤٤,٤٠	١٠٠,٠
قيمة مربع كاي (كا ^٢)		٤٥,٣٣٧					
مستوى الدلالة		٠,٠٠٠					

يتضح من الجدول رقم (٢٨) أن فئة الطلاب تتركز معظم أوقات متابعتهم برامج الإفتاء في أقل من ساعة بواقع ٦٣,٩٠٪ وكذلك من ١ - ٢ ساعة بنسبة ٢٧,٥٠٪ يليه من ٢ - ٣ ساعات بنسبة ٥,٣٠٪ ثم من ٣ - ٤ ساعات بنسبة ٢٪ وأخيراً أكثر من ٤ ساعات بواقع ١,٤٠٪، أما أصحاب فئة العمل الحر فإن أعلى الأوقات لديهم لمتابعة برامج الإفتاء هو من ١ - ٢ ساعة بنسبة بلغت ٤٥,٥٠٪ تلاه بالتساوي من حيث نسبة المشاهدة الوقتين من ٢ - ٣ ساعات وأقل من ساعة بواقع ١٨,٢٠٪ لكل منهما ثم جاء بعدهما في الترتيب الوقتان من ٣ - ٤ ساعات وأكثر من ٤ ساعات بنسبة ٩,١٠٪ بالتساوي لكل منهما، أما إذا نظرنا إلى فئة ربات المنازل فسنجد أن أعلى الأوقات لديهن لمتابعة برامج الإفتاء هي في أقل من ساعة بواقع ٤١,٥٠٪، جاء بعده الوقت من ١ - ٢ ساعة بنسبة ٣٢,١٠٪ ثم من ٢ - ٣ ساعات بنسبة ١٧٪ ثم أكثر من ٤ ساعات بواقع ٥,٧٠٪، وأخيراً من ٣ - ٤ ساعات بنسبة ٣,٨٠٪، وتتفق فئة الموظف الحكومي مع الفئات السابقة من حيث ارتفاع نسبة المشاهدة لبرامج الإفتاء في أقل من ساعة بواقع ٤٢,٤٠٪ تلاه من ١ - ٢ ساعة بنسبة ٣٩,٤٠٪ ثم من ٢ - ٣ ساعات بنسبة ١٢,٩٠٪، بعده من ٣ - ٤ ساعات بنسبة ٢,٩٠٪، وأخيراً أكثر من ٤ ساعات بواقع ٢,٤٠٪، أما فئة موظف قطاع خاص فيتضح

اتفاقهم مع الفئات الأخرى من حيث ارتفاع نسبة المشاهدة لبرامج الإفتاء في أقل من ساعة بنسبة ٤٤,٤٠٪، يليه وقت المتابعة من ١ - ٢ ساعة بنسبة ٣٣,٣٠٪ ثم من ٢ - ٣ ساعات ١٣,٩٠٪، ثم الوقت أكثر من ٤ ساعات بنسبة ٥,٦٠٪ وأخيراً من ٣ - ٤ ساعات بواقع ٢٠,٨٠٪.

ويتضح من الجدول أن قيمة مربع كاي (كا^٢) دالة عند مستوى ٠,٠١، وهذا يشير إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية، في الوقت الذي يمضيه الجمهور في متابعة برامج الإفتاء في القنوات الفضائية العربية باختلاف المهنة. ولعل من أبرز هذه الفروق أن فئة الطلاب هم الأكثر في متابعة برامج الإفتاء لأقل من ساعة بنسبة ٦٣,٩٠٪، في مقابل نسبة ذلك لدى ذوي الأعمال الحرة الذين بلغت نسبتهم لأقل من ساعة ١٨,٢٠٪، كما أن ذوي الأعمال الحرة في الوقت نفسه يعدون الأكثر نسبة في جميع الفئات في متغيري من ١ - ٢ ساعة بنسبة ٤٥,٥٠٪ ومن ٢ - ٣ ساعة بنسبة ١٨,٢٠٪، في مقابل نسب ذلك لدى الفئات الأخرى من أفراد العينة.



العلاقة بين مدى متابعة أفراد العينة لبرامج الإفتاء والإشباعات

ويسعى هذا المطلب إلى معرفة العلاقة بين مدى متابعة أفراد العينة ببرامج الإفتاء ودرجة إشباعاتها، إضافة إلى معرفة العلاقة بين مدى متابعة المبحوثين ببرامج الإفتاء ودرجة الرضا عن مستوى برامج الإفتاء.

وفيما يلي عرض نتائج هذا المطلب وفق الجداول التالية:

جدول رقم (٢٩)

العلاقة بين مدى متابعة أفراد العينة لبرامج الإفتاء ودرجة إشباعاتها

مدى مشاهدة برامج الإفتاء		درجة الإشباع			
كثيراً جداً	كثيراً	بدرجة متوسطة	قليلاً	المجموع	
١٦	٥٥	١٦٠	١٦٠	٣٩١	مرتفع
٤,١٠	١٤,١٠	٤٠,٩٠	٤٠,٩٠	١٠٠,٠	
٣	٢٢	٧٨	١١٤	٢١٧	متوسط
١,٤٠	١٠,١٠	٣٥,٩٠	٥٢,٥٠	١٠٠,٠	
١		٣	١٥	١٩	منخفض
٥,٣٠		١٥,٨٠	٧٨,٩٠	١٠٠,٠	
١٩,٨٢٢					قيمة مربع كاي (كا ^٢)
٠,٠٠٣					مستوى الدلالة
٠,١٥٣					معامل الارتباط

يتضح من الجدول رقم (٢٩) أن نسبة الذين إشباعهم مرتفع ممن يشاهدون برامج الإفتاء بدرجة متوسطة وقليلًا جاؤوا في الترتيب الأول من حيث درجة الإشباع، إذ بلغت نسبة كل واحدة ٤٠,٩٠٪ يليهم في فئة الإشباع المرتفع نفسها الذين يشاهدون برامج الإفتاء كثيراً جداً وكثيراً بنسبة ١٨,٢٠٪، أما فئة الإشباع المتوسط فقد جاء في الترتيب الأول من حيث درجة الإشباع الذين يشاهدون برامج الإفتاء قليلاً بنسبة ٥٢,٥٠٪، جاء بعدهم في فئة الإشباع المتوسط نفسها من يشاهدون برامج الإفتاء بدرجة متوسطة بواقع ٣٥,٩٠٪، في حين جاء في الترتيب الأخير في فئة الإشباع المتوسط نفسها الذين يشاهدون برامج الإفتاء كثيراً جداً وكثيراً بـ ١١,٥٠٪، أما فئة الإشباع المنخفض فقد جاء في الترتيب الأول الذين يشاهدون برامج الإفتاء قليلاً بنسبة ٧٨,٩٠٪، تلاهم الذين يشاهدونها بدرجة متوسطة بواقع ١٥,٨٠٪، وأخيراً الذين يتابعونها كثيراً جداً بنسبة ٥,٣٠٪.

ويتضح من الجدول أن قيمة مربع كاي (كا^٢) دالة عند مستوى ٠,٠١، وهذا يشير إلى وجود اختلاف بين مدى متابعة عينة البحث برامج الإفتاء في القنوات الفضائية العربية ودرجة الإشباع التي تحققها تلك البرامج من وجهة نظر أفراد العينة، وكانت قيمة العلاقة بين المتغيرين (٠,١٥٣) وكانت تلك العلاقة دالة عند مستوى ٠,٠١. وهذا يعني أنه كلما زادت المتابعة لبرامج الإفتاء زادت درجة الإشباع لدى أفراد العينة.

جدول رقم (٣٠)

اختبار تحليل التباين الأحادي لدلالة الفروق في مدى متابعة أفراد العينة لبرامج الإفتاء باختلاف مستوى رضاهم عن تلك البرامج

مصدر التباين	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	قيمة ف	مستوى الدلالة	التعليق
بين المجموعات	١٦,٨٦	٤	٤,٢٢	٦,٨٦	٠,٠٠٠	دالة عند مستوى ٠,٠١
داخل المجموعات	٣٨١,٩٦	٦٢٢	٠,٦١			

يتضح من الجدول رقم (٣٠) أن قيمة (ف) دالة عند مستوى ٠,٠١، وهذا يشير إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية في متوسط درجة متابعة الجمهور برامج الإفتاء من وجهة نظر أفراد العينة باختلاف مستوى رضاهم عن تلك البرامج. وباستخدام اختبار شيفيه للتعرف إلى مصدر تلك الفروق (جدول رقم ٣٠ - ١)، تبين أن هناك فروقاً دالة عند مستوى ٠,٠٥ بين متوسط درجة متابعة الجمهور برامج الإفتاء من وجهة نظر الأفراد ذوي الرضا (غير راضي، لا أدري، راضي) وبين وجهة نظر الأفراد ذوي الرضا (راضي كثيراً)، لمصلحة الأفراد ذوي الرضا (راضي كثيراً). وهذا يعني أن الجمهور ذوي الرضا (راضي كثيراً) يتابعون برامج الإفتاء أكثر من الجمهور ذوي الرضا الأقل.

جدول رقم (٣٠ - ١)

اختبار شيفيه للكشف عن مصدر الفروق في مدى متابعة

أفراد العينة لبرامج الإفتاء باختلاف مستوى رضاهم عن تلك البرامج

درجة الرضا	المتوسط	غير راضي على الإطلاق	غير راضي	لا أدري	راضي	راضي كثيراً	الفرق لصالح
غير راضي على الإطلاق	٣,٠٠						
غير راضي	٢,٥٧						
لا أدري	٢,٦٨						
راضي	٢,٦٧						
راضي كثيراً	٣,٠٩	*	*	*	*		راضي كثيراً

* الفروق دالة عند مستوى ٠,٠٥



العلاقة بين أنماط الاستخدام والإشباع التي تحققها برامج الإفتاء

ويسعى هذا المطلب إلى معرفة العلاقة بين الوقت الذي يمضيه أفراد العينة في متابعة برامج الإفتاء ودرجة إشباعها، إضافة إلى معرفة العلاقة بين الوقت الذي يمضيه المبحوثون في متابعة برامج الإفتاء ودرجة الرضا عن مستوى برامج الإفتاء.

وفيما يلي عرض نتائج هذا المطلب وفق الجداول التالية:

جدول رقم (٣١)

العلاقة بين الوقت الذي يمضيه أفراد العينة
في متابعة برامج الإفتاء ودرجة إشباعاتها

المجموع	أقل من ساعة	٢-١ من ساعة	٣-٢ من ساعات	٤-٣ من ساعات	أكثر من ٤ ساعات	الوقت / درجة الإشباع	
						عدد	مرتفع
٣٩١	١٩٧	١٣١	٣٩	١٢	١٢	عدد	مرتفع
١٠٠,٠	٥٠,٤٠	٣٣,٥٠	١٠,٠٠	٣,١٠	٣,١٠	نسبة	
٢١٧	١٢٩	٦٤	١٨	٤	٢	عدد	متوسط
١٠٠,٠	٥٩,٤٠	٢٩,٥٠	٨,٣٠	١,٨٠	٠,٩٠	نسبة	
١٩	١٤	٤			١	عدد	منخفض
١٠٠,٠	٧٣,٧٠	٢١,١٠			٥,٣٠	نسبة	
١١,٧٩٥						قيمة مربع كاي (كا ^٢)	
٠,١٦١						مستوى الدلالة	

يتضح من الجدول رقم (٣١) أن نسبة الذين إشباعهم مرتفع ممن يشاهدون برامج الإفتاء أقل من ساعة جاؤوا في الترتيب الأول من حيث درجة الإشباع، بنسبة بلغت ٥٠,٤٠٪، يليهم في فئة الإشباع المرتفع نفسها الذين يشاهدون برامج الإفتاء من ١ - ٢ ساعة بنسبة ٣٣,٥٠٪، ثم الذين يشاهدونها من ٢ - ٣ ساعات بواقع ١٠٪، وأخيراً الوقتين من ٣ - ٤ ساعات وأكثر من ٤ ساعات بالتساوي بينهما من حيث النسبة بواقع ٣,١٠٪، أما فئة الإشباع المتوسط فقد جاء في الترتيب الأول من حيث درجة الإشباع الذين يشاهدون برامج الإفتاء لأقل من ساعة بواقع ٥٩,٤٠٪، وهي نتيجة تتفق من حيث حصول هذا الوقت على الترتيب الأول مع النتيجة السابقة، جاء بعدهم في فئة الإشباع المتوسط نفسها من يشاهدون برامج الإفتاء من ١ - ٢ ساعة بواقع ٢٩,٥٠٪، ثم الذين يشاهدونها من ٢ - ٣ ساعات بنسبة ٨,٣٠٪، بعده الذين يشاهدونها من ٣ - ٤ ساعات بنسبة ١,٨٠٪، في حين جاء في الترتيب الأخير في فئة الإشباع المتوسط نفسها الذين يشاهدون برامج الإفتاء أكثر من ٤ ساعات بـ ٠,٩٠٪، أما فئة الإشباع المنخفض فقد جاء في الترتيب الأول الذين يشاهدون برامج الإفتاء لأقل من ساعة وهي نتيجة تتفق مع النتائج السابقة وذلك بنسبة ٧٣,٧٠٪، تلاهم الذين يشاهدونها من ١ - ٢ ساعة بواقع ٢١,١٠٪، وأخيراً الذين يتابعونها أكثر من ٤ ساعات بنسبة ٥,٣٠٪، أما الأوقات من ٢ - ٤ ساعات فلم تكن ضمن أوقات مشاهدة أفراد عينة البحث.

ويتضح من الجدول أن قيمة مربع كاي (كا^٢) غير دالة، وهذا يشير إلى عدم وجود اختلاف بين الوقت الذي يمضيه أفراد العينة في متابعة برامج الإفتاء في القنوات الفضائية العربية، ودرجة الإشباع التي تحققها لهم تلك البرامج من وجهة نظر أفراد العينة.

جدول رقم (٣٢)

اختبار تحليل التباين الأحادي لدلالة الفروق في الوقت الذي يمضيه أفراد العينة في متابعة برامج الإفتاء باختلاف مستوى رضاهم عن تلك البرامج

مصدر التباين	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	قيمة ف	مستوى الدلالة	التعليق
بين المجموعات	١١,٠١	٤	٢,٧٥	٣,٣١	٠,٠١١	دالة عند مستوى ٠,٠١
داخل المجموعات	٥١٧,٣١	٦٢٢	٠,٨٣			

يتضح من الجدول رقم (٣٢) أن قيمة (ف) دالة عند مستوى ٠,٠١ ، هذا يشير إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية في متوسط الوقت الذي يمضيه الجمهور في متابعة برامج الإفتاء، من وجهة نظر أفراد العينة باختلاف مستوى رضاهم عن تلك البرامج. وباستخدام اختبار شيفيه للتعرف إلى مصدر تلك الفروق (جدول رقم ٣٢ - ١)، تبين أن هناك فروقاً دالة عند مستوى ٠,٠٥ بين متوسط الوقت الذي يمضيه الجمهور في متابعة برامج الإفتاء من وجهة نظر الأفراد ذوي الرضا (راضي) ووجهة نظر الأفراد ذوي الرضا (راضي كثيراً)، لمصلحة الأفراد ذوي الرضا (راضي كثيراً). وهذا يعني أن الجمهور ذوي الرضا (راضي كثيراً) يمضون وقتاً أكثر في متابعة برامج الإفتاء من الجمهور ذوي الرضا الأقل.

جدول رقم (٣٢ - ١)

اختبار شيفيه للكشف عن مصدر الفروق في الوقت الذي يمضيه أفراد العينة في متابعة برامج الإفتاء باختلاف مستوى رضاهم عن تلك البرامج

درجة الرضا	المتوسط	غير راضي على الإطلاق	غير راضي	لا أدري	راضي	راضي كثيراً	الفرق لصالح
غير راضي على الإطلاق	١,٩٤						
غير راضي	١,٦٦						
لا أدري	١,٦٣						

الفرق لصالح	راضي كثيراً	راضي	لا أدري	غير راضي	غير راضي على الإطلاق	المتوسط	درجة الرضا
						١,٥٩	راضي
راضي كثيراً		*				١,٩٦	راضي كثيراً

* الفروق دالة عند مستوى ٠,٠٥



العلاقة بين السمات العامة لأفراد العينة والإشباع التي تحققها برامج الإفتاء

ويسعى هذا المطلب إلى معرفة الفروق في درجة الإشباع باختلاف السمات العامة لأفراد العينة وذلك وفق التقسيم التالي:

أولاً: اختبار (T) لدلالة الفروق في درجة الإشباع التي تحققها برامج الإفتاء في القنوات الفضائية العربية باختلاف السمات العامة لأفراد العينة، إضافة إلى اختبار تحليل التباين الأحادي لدلالة الفروق في درجة الإشباع التي تحققها برامج الإفتاء في القنوات الفضائية العربية باختلاف السمات العامة لأفراد العينة.

وفيما يلي عرض نتائج هذا القسم الأول وفق الجداول التالية:

جدول رقم (٣٣)

اختبار (T) لدلالة الفروق في درجة الإشباع التي
تحققها برامج الإفتاء في القنوات الفضائية العربية باختلاف الجنس

المجموعات	العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة T	مستوى الدلالة	التعليق
ذكر	٣٧٠	٣,٩٠	٠,٧٠	٠,٢٦	٠,٧٩٣	غير دالة
أنثى	٢٥٧	٣,٩١	٠,٦٥			

يتضح من الجدول رقم (٣٣) أن قيمة T غير دالة، وهذا يشير إلى عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسط درجة الإشباع التي تحققها برامج

الإفتاء في القنوات الفضائية العربية من وجهة نظر أفراد العينة الذكور ومتوسط الإناث. وهذا يعني أنه لا يوجد اختلاف بين كل من الذكور والإناث في درجة الإشباع التي تحققها لهم تلك البرامج.

جدول رقم (٣٤)

اختبار (T) لدلالة الفروق في درجة الإشباع التي تحققها برامج الإفتاء في القنوات الفضائية العربية باختلاف الحالة الاجتماعية

المجموعات	العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة T	مستوى الدلالة	التعليق
متزوج	٢٢٧	٣,٩٨	٠,٦٢	٢,٠٢	٠,٠٤٤	دالة عند مستوى ٠,٠٥
أعزب	٤٠٠	٣,٨٦	٠,٧١			

يتضح من الجدول رقم (٣٤) أن قيمة T دالة عند مستوى ٠,٠٥ ، وهذا يشير إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسط درجة الإشباع التي تحققها برامج الإفتاء في القنوات الفضائية العربية من وجهة نظر أفراد العينة المتزوجين ومتوسط العزاب وذلك لمصلحة المتزوجين . وربما يعود السبب في هذا إلى احتياج فئة المتزوجين أكثر من العزاب إلى معرفة بعض الأحكام المتعلقة بحياتهم الأسرية، وما تتطلبه من أحكام فقهية خاصة بالأسرة المتزوجة.

جدول رقم (٣٥)

اختبار تحليل التباين الأحادي لدلالة الفروق في درجة الإشباع التي تحققها برامج الإفتاء في القنوات الفضائية العربية باختلاف العمر

مصدر التباين	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	قيمة F	مستوى الدلالة	التعليق
بين المجموعات	٥,٤٤	٤	١,٣٦	٢,٩٩	٠,٠١٩	دالة عند مستوى ٠,٠٥
داخل المجموعات	٢٨٣,٤١	٦٢٢	٠,٤٦			

يتضح من الجدول رقم (٣٥) أن قيمة (ف) دالة عند مستوى ٠,٠٥، وهذا يشير إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسط درجة الإشباع التي تحققها برامج الإفتاء في القنوات الفضائية العربية من وجهة نظر أفراد العينة باختلاف أعمارهم. إلا أن اختبار شيفيه لم يتمكن من الكشف عن ماهية الفروق الدالة بين فئات العمر.

جدول رقم (٣٦)

اختبار تحليل التباين الأحادي لدلالة الفروق في درجة الإشباع التي تحققها برامج الإفتاء في القنوات الفضائية العربية باختلاف المستوى التعليمي

مصدر التباين	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	قيمة ف	مستوى الدلالة	التعليق
بين المجموعات	٢,٧٤	٢	١,٣٧	٢,٩٨	٠,٠٥١	دالة عند مستوى ٠,٠٥
داخل المجموعات	٢٨٦,١٢	٦٢٤	٠,٤٦			

يتضح من الجدول رقم (٣٦) أن قيمة (ف) دالة عند مستوى ٠,٠٥، وهذا يشير إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسط درجة الإشباع التي تحققها برامج الإفتاء في القنوات الفضائية العربية من وجهة نظر أفراد العينة باختلاف مستوياتهم التعليمية. إلا أن اختبار شيفيه لم يتمكن من الكشف عن فروق دالة بين أي مستويين من مستويات التعليم.

جدول رقم (٣٧)

اختبار تحليل التباين الأحادي لدلالة الفروق في درجة الإشباع التي تحققها برامج الإفتاء في القنوات الفضائية العربية باختلاف المهنة

مصدر التباين	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	قيمة ف	مستوى الدلالة	التعليق
بين المجموعات	٧,٣٨	٤	١,٨٤	٤,٠٨	٠,٠٠٣	دالة عند مستوى ٠,٠١
داخل المجموعات	٢٨١,٤٨	٦٢٢	٠,٤٥			

يتضح من الجدول رقم (٣٧) أن قيمة (ف) دالة عند مستوى ٠,٠١، وهذا يشير إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسط درجة الإشباع التي تحققها برامج الإفتاء في القنوات الفضائية العربية من وجهة نظر أفراد العينة باختلاف طبيعة عملهم. وباستخدام اختبار شيفيه للتعرف إلى مصدر تلك الفروق (جدول ٣٧ - ١) تبين أن هناك فروقاً دالة عند مستوى ٠,٠٥ بين متوسط درجة الإشباع التي تحققها برامج الإفتاء من وجهة نظر أفراد العينة الطلاب، ومن وجهة نظر أفراد العينة ربات البيوت، لمصلحة ربات البيوت. وهذا يعني أن ربات البيوت يتحقق لهن إشباع من خلال متابعة برامج الإفتاء أكثر من فئة الطلاب.

جدول رقم (٣٧ - ١)

اختبار شيفيه للكشف عن مصدر الفروق في درجة الإشباع التي تحققها برامج الإفتاء في القنوات الفضائية العربية باختلاف المهنة

المهنة	المتوسط	طالب	عمل حر	ربة منزل	موظف حكومي	موظف خاص	الفرق لصالح
طالب	٣,٨٥						
عمل حر	٣,٥٢						
ربة منزل	٤,٢٠	*				ربة منزل	
موظف حكومي	٣,٩٤						
موظف قطاع خاص	٣,٩١						

* الفروق دالة عند مستوى ٠,٠٥

* * *

ثانياً: العلاقة بين السمات العامة لأفراد العينة ودرجة الرضا عن مستوى برامج الإفتاء.

وفيما يلي عرض نتائج هذا القسم الثاني وفق الجداول التالية:

جدول رقم (٣٨)

يوضح الفروق في درجة الرضا عن مستوى برامج الإفتاء باختلاف الجنس

الجنس \ درجة الرضا		راضي كثيراً	راضي	لا أدري	غير راضي	غير راضي على الإطلاق	المجموع
ذكر	عدد	٤٦	٢١٠	٤٣	٦٠	١١	٣٧٠
	نسبة	١٢,٤٠	٥٦,٨٠	١١,٦٠	١٦,٢٠	٣,٠٠	١٠٠,٠
أنثى	عدد	٤٦	١١٧	٥٠	٣٨	٦	٢٥٧
	نسبة	١٧,٩٠	٤٥,٥٠	١٩,٥٠	١٤,٨٠	٢,٣٠	١٠٠,٠
قيمة مربع كاي (كا ^٢)		١٣,٤٥٨					
مستوى الدلالة		٠,٠٠٩					

يتضح من الجدول رقم (٣٨) أن درجتي الرضا راضي وراضي كثيراً عن مستوى برامج الإفتاء هما الأعلى من حيث النسبة عند الذكور بواقع ٦٩,٢٠٪، تلتهما درجتا غير راضي وغير راضي على الإطلاق بنسبة ١٩,٢٠٪، ثم درجة لا أدري بنسبة ١١,٦٠٪، أما إذا نظرنا إلى فئة الإناث فسنجد أنهم متفقان مع الذكور من حيث ارتفاع نسبة الرضا لديهم عن مستوى برامج الإفتاء بواقع ٦٣,٤٠٪، لدرجتي الرضا راضي وراضي كثيراً تلتهما درجة الرضا لا أدري بنسبة ١٩,٥٠٪، ثم درجتي غير راضي وغير راضي على الإطلاق بواقع ١٧,١٠٪.

ويتضح من الجدول أن قيمة مربع كاي (كا^٢) دالة عند مستوى ٠,٠١، وهذا يشير إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية في درجة رضا الجمهور أفراد العينة عن مستوى برامج الإفتاء في القنوات الفضائية العربية باختلاف الجنس. وهذا يعني أن درجة الرضا عن مستوى برامج الإفتاء بشكل عام مرتفعة لدى الذكور من حيث النسبة مقارنة بالإناث، إذ بلغت نسبة رضا الذكور الراضين كثيراً والراضين ٦٩,٢٠٪، أما الإناث فكانت ٦٣,٤٠٪، وبرغم ذلك نجد أن هناك فروقاً بين الجنسين في درجات الرضا الإيجابية نفسها، فبالنسبة إلى الذكور نجد ارتفاع نسبة من هم راضون أكثر من غيرها من درجات الرضا، أما بالنسبة إلى الإناث فتقل

نسبتهم عن نسبة الذكور في تلك الدرجة، في حين تزداد نسبة من هم راضون كثيراً عن مستوى برامج الإفتاء لدى الإناث عن نسبتهم لدى الذكور.

جدول رقم (٣٩)

يوضح الفروق في درجة الرضا عن مستوى برامج الإفتاء باختلاف العمر

الجنس		درجة الرضا		راضي كثيراً	راضي	لا أدري	غير راضي	غير راضي على الإطلاق	المجموع
		عدد	أكثر من ٥٠ سنة						
	عدد	٣	١١	٦	٣	١	٢٤		
	نسبة	١٢,٥٠	٤٥,٨٠	٢٥,٠٠	١٢,٥٠	٤,٢٠	١٠٠,٠		
من ٤١ - ٥٠ سنة	عدد	٩	٢٤	٨	١٠	٢	٥٣		
	نسبة	١٧,٠٠	٤٥,٣٠	١٥,١٠	١٨,٩٠	٣,٨٠	١٠٠,٠		
من ٣١ - ٤٠ سنة	عدد	١٧	٤٥	١٤	١٦	٢	٩٤		
	نسبة	١٨,١٠	٤٧,٩٠	١٤,٩٠	١٧,٠٠	٢,١٠	١٠٠,٠		
من ٢١ - ٣٠ سنة	عدد	١٦	٩٤	٢٨	٣٦	٤	١٧٨		
	نسبة	٩,٠٠	٥٢,٨٠	١٥,٧٠	٢٠,٢٠	٢,٢٠	١٠٠,٠		
من ١٦ - ٢٠ سنة	عدد	٤٧	١٥٣	٣٧	٣٣	٨	٢٧٨		
	نسبة	١٦,٩٠	٥٥,٠٠	١٣,٣٠	١١,٩٠	٢,٩٠	١٠٠,٠		
قيمة مربع كاي (كا ^٢)		١٥,٧٧٥							
مستوى الدلالة		٠,٤٦٩							
معامل الارتباط		- ٠,٠٧٦							

يتضح من الجدول رقم (٣٩) أن درجة الرضا عن مستوى برامج الإفتاء مرتفعة لدى جميع الفئات العمرية من عينة البحث، فنلاحظ أن درجتي الرضا راضي وراضي كثيراً لدى الفئة العمرية أكثر من ٥٠ سنة كانتا هما الأعلى نسبة بواقع ٥٨,٣٠٪، تلتهما درجة لا أدري بنسبة ٢٥٪، ثم درجتا غير راضي وغير راضي على الإطلاق بنسبة ١٦,٧٠٪، أما الفئة من ٤١ - ٥٠ سنة فقد كانت

درجتا الرضا راضي وراضي كثيراً هما الأعلى بنسبة ٦٢,٣٠٪، تلاهما درجتا غير راضي وغير راضي على الإطلاق بواقع ٢٢,٧٠٪ وأخيراً درجة لا أدري بنسبة ١٥,١٠٪، أما الفئة من ٣١ - ٤٠ سنة فهي كذلك إذ بلغت درجتا راضي وراضي كثيراً نسبة مرتفعة لديهما بواقع ٦٦٪، جاء بعدهما درجتا غير راضي وغير راضي على الإطلاق بنسبة ١٩,١٠٪ ثم درجة لا أدري بنسبة ١٤,٩٠٪، أما الفئة من ٢١ - ٣٠ سنة فكانت درجتا راضي وراضي كثيراً هما الأعلى بواقع ٦١,٨٠٪، تلاهما درجتا غير راضي وغير راضي على الإطلاق بنسبة ٢٢,٤٠٪، ثم درجة لا أدري بنسبة ١٥,٧٠٪، وأخيراً الفئة العمرية من ١٦ - ٢٠ سنة إذ بلغت درجتا راضي وراضي كثيراً النسبة الأعلى بواقع ٧١,٩٠٪، تلاهما درجتا غير راضي وغير راضي على الإطلاق بنسبة ١٤,٨٠٪، ثم درجة لا أدري بنسبة متقاربة مع النتيجة السابقة بواقع ١٣,٣٠٪.

وبرغم وجود هذه الفروق إلا أن بيانات الجدول تظهر أن قيمة مربع كاي (كا^٢) غير دالة، وهذا يشير إلى عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية في درجة رضا الجمهور عن مستوى برامج الإفتاء في القنوات الفضائية العربية باختلاف العمر.

جدول رقم (٤٠)

يوضح الفروق في درجة الرضا عن مستوى برامج الإفتاء
باختلاف الحالة الاجتماعية

درجة الرضا	الحالة الاجتماعية					المجموع
	راضي كثيراً	راضي	لا أدري	غير راضي	غير راضي على الإطلاق	
متزوج	عدد	٢٩	١١٦	٤١	٣٥	٦
	نسبة	١٢,٨٠	٥١,١٠	١٨,١٠	١٥,٤٠	٢,٦٠
أعزب	عدد	٦٣	٢١١	٥٢	٦٣	١١
	نسبة	١٥,٨٠	٥٢,٨٠	١٣,٠٠	١٥,٨٠	٢,٨٠
قيمة مربع كاي (كا ^٢)						١٤,٧٨٥
مستوى الدلالة						٠,٢٥٣

يتضح من الجدول رقم (٤٠) أن درجة الرضا عن مستوى برامج الإفتاء مرتفعة لدى كل الفئتين المتزوجين والعزاب فقد حصلت درجتا راضي وراضي كثيراً على الترتيب الأول لدى المتزوجين بنسبة ٦٣,٩٠٪، تلتهما درجة لا أدري بواقع ١٨,١٠٪، ثم درجتا غير راضي وغير راضي على الإطلاق بنسبة متقاربة مع النتيجة السابقة بواقع ١٨٪، أما إذا نظرنا إلى فئة العزاب فسنجد أن درجة الرضا لديهم مرتفعة بنسبة بلغت ٦٨,٦٠٪، لدرجتي راضي وراضي كثيراً تلاها درجتا غير راضي وغير راضي على الإطلاق بواقع ١٨,٦٠٪، وأخيراً درجة لا أدري بنسبة ١٣٪.

ويتضح من الجدول أن قيمة مربع كاي (كا^٢) غير دالة، وهذا يشير إلى عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية في درجة رضا الجمهور عن مستوى برامج الإفتاء في القنوات الفضائية العربية باختلاف الحالة الاجتماعية.

جدول رقم (٤١)

يوضح الفروق في درجة الرضا عن مستوى برامج الإفتاء باختلاف المستوى التعليمي

درجة الرضا / المستوى التعليمي		راضي كثيراً	راضي	لا أدري	غير راضي	غير راضي على الإطلاق	المجموع
تعليم عالي	عدد	٤	١٠	٤	٣	١	٢٢
	نسبة	١٨,٢٠	٤٥,٥٠	١٨,٢٠	١٣,٦٠	٤,٥٠	١٠٠,٠
جامعي	عدد	٣٣	١٦٧	٤٤	٦٤	١٠	٣١٨
	نسبة	١٠,٤٠	٥٢,٥٠	١٣,٨٠	٢٠,١٠	٣,١٠	١٠٠,٠
ثانوي فما دون	عدد	٥٥	١٥٠	٤٥	٣١	٦	٢٨٧
	نسبة	١٩,٢٠	٥٢,٣٠	١٥,٧٠	١٠,٨٠	٢,١٠	١٠٠,٠
قيمة مربع كاي (كا ^٢)							٢٠,٣٦٤
مستوى الدلالة							٠,٠٦١
معامل الارتباط							- ٠,١٢٩

يتضح من الجدول رقم (٤١) أن درجة الرضا عن مستوى برامج الإفتاء لدى فئة التعليم العالي كانت ٦٣,٧٠٪، وذلك لدرجتي راضي وراضي كثيراً، إذ جاءت في الترتيب الأول، تلتهما درجة لا أدري بنسبة ١٨,٢٠٪ ثم درجتا غير راضي وغير راضي على الإطلاق بنسبة متقاربة مع ما سبقتهما بواقع ١٨,١٠٪، أما فئة التعليم الجامعي فقد كانت هي الأخرى درجة رضاهم مرتفعة عن مستوى برامج الإفتاء بواقع ٦٢,٩٠٪ لدرجتي راضي وراضي كثيراً، تلاهما درجتا غير راضي وغير راضي على الإطلاق بنسبة ٢٣,٢٠٪، ثم درجة لا أدري بنسبة ١٣,٨٠٪، أما درجة الرضا لدى فئة التعليم ثانوي فما دون فلم تكن مختلفة عن الفئات الأخرى من حيث ارتفاعها إذ جاءت درجتا راضي وراضي كثيراً في الترتيب الأول من حيث النسبة بواقع ٧١,٥٠٪ تلتهما درجة لا أدري بنسبة ١٥,٧٠٪، ثم في الترتيب الأخير درجتا غير راضي وغير راضي على الإطلاق بواقع ١٢,٩٠٪.

ويتضح من الجدول أن قيمة مربع كاي (كا^٢) غير دالة، وهذا يشير إلى عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية في درجة رضا أفراد العينة عن مستوى برامج الإفتاء في القنوات الفضائية العربية باختلاف المستوى التعليمي.

جدول رقم (٤٢)

يوضح الفروق في درجة الرضا عن مستوى برامج الإفتاء باختلاف المهنة

درجة الرضا		المهنة	راضي كثيراً	راضي	لا أدري	غير راضي	غير راضي على الإطلاق	المجموع
عدد	نسبة							
طالب		عدد	٥٥	١٩٦	٤٩	٤٨	٩	٣٥٧
		نسبة	١٥,٤٠	٥٤,٩٠	١٣,٧٠	١٣,٤٠	٢,٥٠	١٠٠,٠
عمل حر		عدد		٤	٥	٢	١١	
		نسبة		٣٦,٤٠	٤٥,٥٠	١٨,٢٠		١٠٠,٠
ربة منزل		عدد	١٣	١٥	١٢	١٢	١	٥٣
		نسبة	٢٤,٥٠	٢٨,٣٠	٢٢,٦٠	٢٢,٦٠	١,٩٠	١٠٠,٠

درجة الرضا		المهنة				
راضي كثيراً	راضي	لا أدري	غير راضي	غير راضي على الإطلاق	المجموع	
٢٠	٨٨	٢٥	٣٢	٥	١٧٠	عدد
١١,٨٠	٥١,٨٠	١٤,٧٠	١٨,٨٠	٢,٩٠	١٠٠,٠	نسبة
٤	٢٤	٢	٤	٢	٣٦	عدد
١١,١٠	٦٦,٧٠	٥,٦٠	١١,١٠	٥,٦٠	١٠٠,٠	نسبة
٣٢,٣١٥						قيمة مربع كاي (كا ^٢)
٠,٠٠٩						مستوى الدلالة

يتضح من الجدول رقم (٤٢) أن درجة رضا فئة الطلاب عن مستوى برامج الإفتاء كانت مرتفعة بواقع ٧٠,٣٠٪، وذلك بالنسبة إلى درجتي راضي وراضي كثيراً، تلاهما درجتا غير راضي وغير راضي على الإطلاق بنسبة بلغت ١٥,٩٠٪، ثم درجة لا أدري بنسبة ١٣,٧٠٪، أما إذا أتينا إلى فئة أصحاب العمل الحر فسنجد أن درجة رضاهم عن مستوى برامج الإفتاء منخفضة مقارنة بالفئات المهنية الأخرى في عينة البحث إذ جاءت درجة لا أدري في الترتيب الأول مسجلة أعلى نسبة بواقع ٤٥,٥٠٪، تلتها درجة راضي بنسبة ٣٦,٤٠٪، ثم درجة غير راضي بنسبة ١٨,٢٠٪، أما ربات المنازل فمن الملاحظ ارتفاع درجة رضاهن عن مستوى برامج الإفتاء بواقع ٥٢,٨٠٪، وذلك لدرجتي راضي وراضي كثيراً، تلاهما درجتا غير راضي وغير راضي على الإطلاق بنسبة ٤٢,٥٠٪، ثم درجة لا أدري بنسبة ٢٢,٦٠٪، أما فئة الموظف الحكومي فقد كانت درجتا راضي وراضي كثيراً هما الأعلى من حيث النسبة بواقع ٦٣,٦٠٪، تلاهما درجتا غير راضي وغير راضي على الإطلاق بنسبة ٢١,٧٠٪، ثم درجة لا أدري بنسبة ١٤,٧٠٪، وأخيراً فئة موظف قطاع خاص إذ سجلت درجة رضاهم عن مستوى برامج الإفتاء نسبة عالية بلغت ٧٧,٨٠٪، جاءت بعدها درجتا غير راضي وغير راضي على الإطلاق بنسبة ١٦,٧٠٪، ثم درجة لا أدري بنسبة ٥,٦٠٪.

ويتضح من الجدول أن قيمة مربع كاي (كا^٢) دالة عند مستوى ٠,٠١، وهذا يشير إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية في درجة رضا الجمهور عن مستوى برامج الإفتاء في القنوات الفضائية العربية باختلاف المهنة وذلك لمصلحة فئة موظف قطاع خاص على باقي المهن الأخرى، إذ بلغ مستوى رضاهم سواء من هم راضون كثيراً، أو من هم راضون فقط عن برامج الإفتاء ٧٧,٨٪ ثم جاء بعدهم فئة الطلاب بـ ٧٠,٣٠٪ ثم موظف حكومي بـ ٦٣,٦٠٪ بعده ربات المنازل بـ ٥٢,٨٠٪ وفي مقابل ارتفاع مستوى رضا فئة موظف قطاع خاص نجد مقابلهم فئة أصحاب عمل حر الذين يعدون أقل الفئات رضا عن مستوى برامج الإفتاء بنسبة ٣٦,٤٠٪. وربما تعود هذه الفروق في مستوى الرضا إلى أن طبيعة عمل هؤلاء وظروفهم العملية ربما تكون سبباً في الاهتمام بهذا النمط من البرامج، أو أن يقل اهتمامهم بذلك.

الفصل الثاني

مناقشة النتائج

* التوصيات.
* الخاتمة.



مناقشة النتائج

فيما يلي يعرض الباحث لمناقشة أهم النتائج وأبرزها التي انتهت إليها دراسته الميدانية، ليتسنى في ضوئها تقديم التوصيات المناسبة التي يوصي بها الباحث.

مناقشة النتائج:

أولاً: مدى تعرض الجمهور السعودي لبرامج الإفتاء في القنوات الفضائية العربية:

١ - كشفت نتائج الدراسة بوجه عام عن وجود تقارب فيما يتعلق بنسبة مشاهدة أفراد العينة القنوات الفضائية العربية بدرجاتها الأربع الأولى، كما كشفت النتائج عن وجود نسبة ٤,٥٪ من المبحوثين لا يشاهدون القنوات الفضائية مطلقاً. ولعل هذه النسب المتقاربة في مشاهدة القنوات الفضائية تشير إلى ما تحظى به المحطات الفضائية العربية من متابعة من جراء انتشارها المتزايد في المجتمع السعودي خصوصاً، والمجتمعات العربية على وجه العموم، إذ أصبح كثير من الأشخاص يقتنون كثيراً من القنوات الفضائية العربية في منازلهم، أو في أماكن أخرى بغية الحصول على ما يلبي اهتماماتهم ويشبع رغباتهم واحتياجاتهم، خصوصاً بعدما أصبح الفضاء العربي، في الوقت الحاضر، يشهد تنوعاً لا مثيل له من حيث الكم والكيف في مجال القنوات الفضائية العربية.

٢ - على الرغم من تفاوت نسب مشاهدة برامج الإفتاء في القنوات الفضائية العربية بين أفراد العينة إلا أنها تعكس، وبوضوح، مدى ما تحظى به

تلك البرامج من متابعة واهتمام من قبل أفراد العينة، وهذا ما يشير إلى قدرة برامج الإفتاء على القيام بأدوار فاعلة في تثقيف الناس وإرشادهم فيما يهمهم من أمور دينهم ودنياهم، كما أنها تعكس، في الوقت نفسه، توجه أفراد العينة إليها بدلاً من الذهاب إلى العلماء وسؤالهم، إذ أصبحت هذه البرامج توفّر، للعلماء وللناس على حد سواء، الفرصة في إيصال الرسالة الإعلامية إلى جميع أقطار العالم العربي والإسلامي، وفي الوقت نفسه ليستفيد منها أكبر عدد من المسلمين في أقطار العالم.

٣ - ربما يعزى التباين الواضح من حيث نسب الأوقات التي يمضيها المبحوثون في متابعة برامج الإفتاء في الأسبوع، وسبب تركّز أكبر نسبة مشاهدة لبرامج الإفتاء في الأوقات (أقل من ساعة وما بين ساعة إلى ساعتين) إلى أن هذه البرامج تبث على مدى زمني في حدود، ساعة تقريباً، وليس ثمة ضرورة أن يشاهد المرء حلقتين أو برنامجين أحدهما يتلو الآخر، وهذا ما قد يفسر ارتفاع نسبة المشاهدة في هذه الأوقات، إضافة إلى أن أفراد العينة ربما يُعدّ لديهم هذا المقدار من الوقت كافياً لأخذ ما يحتاجون إليه من معلومات دينية، وما يودون سماعه من آراء ووجهات نظر حول عدد من القضايا التي تهمهم وفق ما تسمح به ظروفهم وما يتسع له وقتهم، في ظل انشغال الفرد وما تتطلبه الحياة من التزامات وواجبات، علاوة على ذلك فإن أوقات عرض بعض هذه البرامج ربما تتعارض مع أوقات بعض المبحوثين، وهذا ما يجعلهم يركزون في مشاهدة برنامج أو برنامجين في الأسبوع، ليحصلوا على الفائدة المرجوة منها، ويتفق ارتفاع نسبة المشاهدة في هذين الوقتين (أقل من ساعة وما بين ساعة إلى ساعتين) مع نتائج دراسات محلية أخرى أظهرت ارتفاع نسب المشاهدة في هذين الوقتين أكثر من الأوقات الأخرى^(١)، مثل دراسة محمد هندية حول البرامج الدينية ودراستها دراسة تحليلية.

(١) محمد علي هندية، البرامج الدينية في قنوات التلفزيون الفضائية العربية، مرجع سابق، ص ٣١٦ - ٣١٧.

٤ - من خلال النظر في نتائج تفضيل برامج الإفتاء يتبين بوجه عام مقدار ما يحظى به كل برنامج من برامج الإفتاء من تفضيل لدى أفراد العينة، فمثلاً برنامج الجواب الكافي حصل على أعلى نسبة كأول برنامج مفضل، وهذا يعطي مؤشراً إلى أن ما يقدمه هذا البرنامج لأفراد العينة من استفادة جعلته في مقدمة البرامج التي يحرصون على متابعتها، كما أن عنصر الاستفادة من البرنامج يعد أحد معايير التفضيل والاختيار الرئيسة، وهذا ما ينطبق على بقية البرامج وترتيبها لدى أفراد العينة، ولعل هذه النتائج تبين مدى قرب بعض تلك البرامج من نفوس المشاهدين وعقولهم أكثر من غيرها، نظراً لأن المتابع ربما يجد فيها ما يلبي اهتماماته وطموحاته وحاجته إلى طرح القضايا التي يحتاج إليها ومعالجتها بأسلوب عصري يتناسب مع مستجدات الحياة وتطورها، والتزود بالمعلومات الدينية الصحيحة التي تعينه على فهم دينه بشكل سليم، يضاف إلى ذلك حرص بعض برامج الإفتاء على استضافة كثير من العلماء الراسخين الذين يحظون بثقة كبيرة لدى جماهير عريضة من المشاهدين، ولهم وزنهم وثقلهم العلمي.

٥ - إن مجيء برامج الإفتاء في القنوات الفضائية العربية في مقدمة المصادر التي يعتمد عليها المبحوثون في الحصول على الفتوى يعكس بوضوح مدى اعتماد أفراد العينة على برامج الإفتاء وحرصهم عليها، بحيث أصبحت تُعدّ لديهم أهم المصادر في الحصول على الفتوى، ولعل في هذا تفسيراً لما أثبتته وأكدته النتائج السابقة في الدراسة من أن برامج الإفتاء تحظى بنسبة مشاهدة مرتفعة بين أفراد العينة، ومما يؤكد على ذلك ما أثبتته نتائج دراسات محلية وعربية أخرى أظهرت ارتفاع نسبة الاعتماد على ما تطرحه برامج الإفتاء من فتاوى وأحكام، مثل دراسة محمد هندية^(١)، ودراسة عادل فهمي البيومي حول دور البرامج الدينية في تثقيف الديني لدى الشباب الجامعي^(٢)، وكذلك دراسة

(١) محمد هندية، البرامج الدينية في قنوات التلفزيون الفضائية العربية، مرجع سابق، ص ٣٣٥.

(٢) عادل فهمي البيومي، البرامج الدينية في التلفزيون المصري ودورها في تثقيف الديني للشباب، مرجع سابق، ص ٤٠٨.

سهير صالح إبراهيم التي أظهرت هي الأخرى حصول برامج الإفتاء على الترتيب الأول ضمن المصادر التي يعتمد عليها المبحوثون في الحصول على الفتوى ومعلوماتهم الدينية^(١)، إضافة إلى دراسة صالح السيد العراقي حول أساليب تطوير الخطاب الديني التي احتلت فيها تلك البرامج الترتيب الأول لدى عينة الدراسة من حيث اعتمادهم عليها في الحصول على معلوماتهم الدينية^(٢).

إن هذا الاهتمام المتزايد لدى أفراد العينة بهذه البرامج يؤكد الحاجة إليها خصوصاً في الوقت الراهن الذي يشهد تحولات وتغيرات تلقي بظلالها على المجتمعات العربية والإسلامية، ويحتاج الفرد فيها إلى معرفة رأي العلماء فيما استجد عليه من أمور، كما أصبح من الضروري الاهتمام، أكثر من ذي قبل، بهذه البرامج ودعمها حتى تؤتي ثمارها المرجوة منها - بإذن الله - في إفادة المجتمع وتصحيح مساره، وإعادة النظر في المصادر الأخرى وتقويمها بشكل مستمر، وتعزيز نقاط القوة بها، وتصحيح نقاط الضعف، وهذا يكفل لها القيام بدورها المنوط بها في توعية الناس وإرشادهم بشكل صحيح، وفق قواعد الشريعة الإسلامية.

ثانياً: دوافع استخدام الجمهور لبرامج الإفتاء في القنوات الفضائية العربية:

٦ - إن مجيء دافع «معرفة الأحكام الشرعية في القضايا التي احتاجها» كأبرز الدوافع وأهمها التي جعلت نسبة كبيرة من أفراد عينة الدراسة يهتمون بمشاهدة برامج الإفتاء ومتابعتها، يعطي مؤشراً على أن هذه البرامج أصبحت تقوم - اليوم - بدور تعليمي وتثقيفي في آن واحد، وهذا ما جعلها تحتل أهم المصادر وأبرزها التي يعتمد عليها المبحوثون في الحصول على الفتوى، وهو ما أكدته نتائج سابقة في البحث، وما أظهرته نتائج دراسات محلية وعربية،

(١) سهير صالح إبراهيم، دور القنوات الفضائية الإسلامية في إمداد الجمهور بالثقافة الإسلامية، مرجع سابق، صص ٢٠ - ٢١.

(٢) صالح السيد العراقي، أساليب تطوير الخطاب الديني في القنوات الفضائية العربية - دراسة على عينة من الخبراء والقائمين بالاتصال، مرجع سابق، ص ١٢٠٧.

أظهرت كذلك أن هذا الدافع يُعدّ من أبرز الدوافع لمتابعة برامج الإفتاء والبرامج الدينية بشكل عام، مثل دراسة مساعد المحيا^(١)، ومحمد هندية^(٢)، ودراسة علي العتيبي^(٣)، ومحيي الدين عبد الحليم، حول الإعلام الديني دراسة ميدانية^(٤). ذلك أنه أصبح بإمكان الفرد أن يتعلم بعض الأحكام الشرعية وكيفية أدائها، من خلال متابعة هذه البرامج التي تطرح كثيراً من المسائل والأحكام والقضايا الشرعية، وتوضحها بأسلوب سهل وميسر؛ ليسهل على الناس فهمها فهماً جيداً. كما أصبح لهذه البرامج وظيفة مهمة في تقويم سلوك الفرد وتعديله حتى تكون متوافقة مع تعاليم الدين وقواعده، وهو ما أكده المبحوثون كأبرز الدوافع بعد معرفة الأحكام الشرعية، وهي في الوقت نفسه تعد دافعاً كذلك يجعل الفرد قادراً على تدعيم وجهة نظره وتقويتها في المسائل الشرعية عند مناقشة الآخرين وإقناعهم، لا سيما في القضايا والمستجدات الحالية، ويبرز دافع التعرف على قضايا المجتمع والإحساس بقضايا الناس بوصفه واحداً من أهم الدوافع التي تجعل المسلم يتابع برامج الإفتاء حتى يحس بقضايا أمته ويعايشها، وذلك انطلاقاً من مبادئ الدين الحنيف، التي تحث على الاهتمام بأمور المسلمين والعناية بها، فمن لم يهتم بأمر المسلمين فليس منهم، وتتفق نتيجة هذا الدافع مع ما توصلت إليه دراسات محلية أجريت على المجتمع السعودي، أظهرت ارتفاع نسبة هذا الدافع مثل دراسة مساعد المحيا^(٥). وجاء دافع حب الاستطلاع والاهتمام بما

(١) مساعد المحيا، دوافع استخدام وسائل الاتصال الإلكتروني ومدى الإشباع الذي تحققه، مرجع سابق، ص ١٩١.

(٢) محمد هندية، البرامج الدينية في قنوات التلفزيون الفضائية العربية، مرجع سابق، ص ٣١٨.

(٣) علي العتيبي، استخدامات الجمهور للقنوات التلفزيونية الفضائية وإشباعاتها، مرجع سابق، ص ٥١٢.

(٤) محيي الدين عبد الحليم، الإعلام الديني وأثره في الرأي العام، مرجع سابق، ص ٣١١.

(٥) مساعد المحيا، دوافع استخدام وسائل الاتصال الإلكتروني ومدى الإشباع الذي تحققه، مرجع سابق، ص ١٩١.

يعيشه المجتمع من قضايا كأحد الأسباب التي تدفع المبحوثين إلى متابعة برامج الإفتاء، ذلك أن الفرد يهتم عادة بما يحصل في مجتمعه من قضايا وتغيرات تجعله حريصاً على الاطلاع عليها ومعرفتها، وهو ما أكدته بعض نتائج الدراسات المحلية، التي أظهرت بروز هذا الدافع لدى المشاهدين لمتابعة مثل هذه البرامج، مثل دراسة المحيا^(١). ولعل دافع القضاء على وقت الفراغ لا يعد دافعاً قوياً لجعل المبحوثين يتابعون برامج الإفتاء وهو ما أكدته النتائج، كما أن نتيجة هذا الدافع ومجيئه في مؤخرة الدوافع التي تجعل المبحوثين يتابعون هذه البرامج يؤكد اتساق رؤية أفراد العينة حول الإشباع التي يتحصلون عليها من متابعة برامج الإفتاء إذ جاء كذلك في مؤخرة الحاجات التي يحرصون على إشباعها.

٧ - يتضح من النتائج أن عدم وجود الوقت الكافي يُعدّ السبب الأول الذي يأتي في مقدمة الأسباب التي تجعل أفراد العينة لا يشاهدون برامج الإفتاء، وذلك يعني أنه لو توفر الوقت الكافي لدى هذه الفئة ممن اختاروا هذا السبب لأصبحوا متابعين لبرامج الإفتاء، كما يتبين من النتائج أن عدم تناول برامج الإفتاء قضايا تهتم بعض المبحوثين ربما دفعتهم إلى عدم مشاهدتها، فربما استطاعت بعض هذه البرامج تلبية رغبات بعض الأفراد واحتياجاتهم في حين أنها لم تشبع حاجات بعضهم الآخر واهتماماته، وهذا ما يفسر انصراف بعض المبحوثين عن مشاهدتها، لا سيما أن ثمة تعارضاً في أوقات بثها مع أوقات بعض المشاهدين، وذلك يعد أحد أهم أسباب عدم مشاهدة برامج الإفتاء، وعلى الرغم من وجود كثير من برامج الإفتاء التي تعرض على شاشات القنوات الفضائية العربية وفي أوقات مختلفة، إلا أن هذا لا يكفي، ولا يفي بالغرض لدى بعض المبحوثين، خصوصاً إذا علمنا أن لكل فرد اهتماماته وحاجاته الخاصة التي يسعى إلى إشباعها، وهذا ما يجعله ينتقي من هذه البرامج ما يليب رغباته وينسجم مع تطلعاته، فلا يشاهد جميع تلك

(١) مساعد المحيا، دوافع استخدام وسائل الاتصال الإلكتروني ومدى الإشباع الذي تحققه، مرجع سابق، ص ١٩١.

البرامج وإنما يحرص على بعضها، وهو ما قد يتعذر عليه بسبب تعارض وقت بثها مع الوقت لديه، وهذا ما أكدته دراسات محلية أخرى، أظهرت أن هذا السبب يعد من أبرز أسباب عدم مشاهدة تلك البرامج، مثل دراسة محمد هندية^(١). ويأتي سبب عدم تناول برامج الإفتاء قضايا ومشكلات معاصرة تستحق المتابعة في المرتبة الرابعة من حيث الأسباب التي تدفع بعض المشاهدين إلى عدم متابعتها، فعلى الرغم من تعدد برامج الإفتاء المعروضة في القنوات الفضائية العربية إلا أن هذا لا يعني في نظر بعض المبحوثين أنها قامت بما يجب عليها في مناقشة القضايا التي تستحق الاهتمام وطرحها كما يراه بعضهم. أما الأسباب الثلاثة الأخيرة فيتبين من النتائج أنها لا تشكل القدر نفسه من حيث أولويتها للمبحوثين، التي تدفعهم إلى عدم مشاهدة برامج الإفتاء، كما هو الحال مع الأسباب السابقة. فمثلاً سبب عدم الحاجة إلى هذه البرامج جاء في المرتبة الخامسة، فهو بذلك لا يعد سبباً رئيساً يدفع المتابعين إلى عدم مشاهدة برامج الإفتاء، والحال نفسه ينطبق على السبب الذي جاء في المرتبة السادسة قبل الأخيرة، وهو عدم وجود عناصر الجذب والإمتاع في برامج الإفتاء، إذ لا يعد هذا السبب حجر الزاوية في عدم متابعة تلك البرامج، وهذا ما يؤكد اتساق رؤية أفراد العينة حول ضعف تأثير قيمة الجوانب الفنية وعناصر الجذب في دفع أفراد العينة إلى متابعة هذه البرامج، أو عدم متابعتها كما أكدته نتائج سابقة في البحث، ويأتي سبب عدم ثقتي بضيوف البرنامج في مؤخرة أسباب عدم المشاهدة؛ ليؤكد أن هذا السبب في حقيقته ليس سبباً يدفع إلى عدم مشاهدة برامج الإفتاء بقدر ما يؤكد تطابق رؤية أفراد العينة على أنه أهم العوامل والأسباب الرئيسة المؤثرة لديهم في متابعة برامج الإفتاء وليس العكس كما دلت على ذلك نتائج سابقة من البحث.

(١) محمد هندية، البرامج الدينية في قنوات التلفزيون الفضائية العربية، مرجع سابق،

ثالثاً: طبيعة استخدامات الجمهور السعودي لبرامج الإفتاء في القنوات الفضائية العربية:

٨ - لعل نمط التركيز في بعض الأسئلة من دون أخرى في أثناء مشاهدة برامج الإفتاء لدى أفراد العينة يعكس بوضوح الأسلوب الانتقائي الذي يتبعه أفراد العينة في مشاهدة هذه البرامج، فهم يهتمون بمتابعة أشياء معينة فيها، ولا يهتمون بكل شيء، في المقابل هناك جزء من المبحوثين يتابعون برنامج الإفتاء من أوله حتى نهايته، فهو بذلك يشكل لهم في مجمله أهمية كبيرة، ويحمل دلالة على مدى الفائدة التي يتحصلون عليها عند متابعته كاملاً، ويأتي نمط الجمع بين مشاهدة برامج الإفتاء وإنجاز أعمال أخرى ثالث طرائق المشاهدة، إذ لا يسبب هذا النمط، كما يبدو، عائقاً للجمهور للاستفادة من هذه البرامج والقيام بمهام أخرى في الوقت نفسه، وجاء نمط تجاذب الحديث مع الآخرين في أثناء عرض برنامج الإفتاء، ونمط الانتقال إلى بعض القنوات الفضائية الأخرى في أثناء مشاهدة برنامج الإفتاء أقل أنماط المشاهدة من حيث الاستخدام لدى أفراد عينة الدراسة.

ولعل تباين هذه النتائج، واختلاف هذه الأنماط، وترتيبها من قبل أفراد العينة، يبين بجلاء مدى الاختلاف الواضح في أمزجة المتابعين لمثل هذه النوعية من البرامج ورؤيتهم حولها، لا سيما في هذا الوقت الذي تعقدت فيه كثير من أمور الحياة وتشابكت أخرى، فأصبحت مسائل الفتوى المطروحة في برامج الإفتاء في القنوات الفضائية العربية غير محصورة في مجال واحد، وإنما تعددت المجالات الجديدة التي لم تكن موجودة سابقاً قبل عقد أو عقدين من الزمن؛ نتيجة لمستجدات الحياة وتطور وسائلها وأساليبها، وهذا ما دفع بعضهم إلى متابعة ما يهمهم فيها من قضايا وموضوعات تثير اهتمامهم، بخلاف نوعية أخرى من المتابعين، الذين يشاهدون برنامج الإفتاء من بدايته حتى النهاية ليتحصلوا من متابعتها على عدة فوائد، هذا إضافة إلى أصناف أخرى من المتابعين من عينة البحث، تختلف طريقة مشاهدتهم لبرامج الإفتاء باختلاف اهتماماتهم وتنوع ثقافتهم الدينية.

رابعاً: الإشباعات التي تحققها برامج الإفتاء في القنوات الفضائية العربية:

٩ - لقد استطاعت برامج الإفتاء الشرعية في القنوات الفضائية العربية إشباع أولى الحاجات وأهمها لدى أفراد العينة، وهي رغبتهم في أن تكون قيمهم وسلوكهم متوافقة مع تعاليم الدين وهذا ما يوضح بجلاء أهمية هذه الحاجة لدى الجمهور وضرورة إشباعها بالنسبة إليهم، ذلك أن من أهم أهداف برامج الإفتاء دعوة الناس وحثهم إلى الرجوع للدين والتمسك بما جاء في الكتاب والسنة، فبه نجاتهم في الدنيا والآخرة، وبه تصلح حالهم، وتستقيم أمورهم، ثم تأتي حاجة إشباع الرغبة في معرفة الأحكام الشرعية في القضايا التي يحتاج إليها المبحوثون ثاني أهم الحاجات التي استطاعت برامج الإفتاء تلبيتها لأفراد العينة، فشاهدة الجمهور تلك البرامج تجعلهم تواقين دائماً إلى معرفة ما يهمهم من الأحكام الشرعية المتعلقة بأمور دينهم ودنياهم، ذلك أن برامج الفتوى تستمد أهميتها في حياة الناس من خلال توعيتهم وتوجيههم وإرشادهم إلى أمور دينهم ودنياهم، بناءً على النهج السليم القائم على الكتاب والسنة النبوية المطهرة، فالناس دائماً بحاجة إلى من يعرفهم بالشرع، ويدلهم عليه، ويبين لهم أحكامه ومقاصده. وبرامج الإفتاء في هذا الصدد تقوم بهذا الدور الحيوي والأساسي، وتتسق هذه النتيجة مع نتائج دراسات محلية أخرى أظهرت إشباع حاجة الرغبة في معرفة الأحكام الشرعية، مثل: دراسة علي العتيبي^(١)، ودراسة مساعد المحيا^(٢)، إضافة إلى دراسة سهير صالح إبراهيم حول دور القنوات الفضائية الإسلامية، في إمداد الجمهور بالثقافة الإسلامية التي أظهرت هي الأخرى أن مشاهدة هذه البرامج من قبل المبحوثين تشبع لديهم الرغبة في معرفة الأحكام الشرعية^(٣).

(١) علي العتيبي، استخدامات الجمهور للقنوات التلفزيونية الفضائية وإشباعاتها، مرجع سابق، صص ٥٥٣ - ٥٥٤.

(٢) مساعد المحيا، دوافع استخدام وسائل الاتصال الإلكتروني ومدى الإشباع الذي تحققه، مرجع سابق، ص ٢٥١.

(٣) سهير صالح إبراهيم، دور القنوات الفضائية الإسلامية في إمداد الجمهور بالثقافة الإسلامية، مرجع سابق، ص ٢٣.

كما يتضح من النتائج أن حاجة الرغبة في معرفة قضايا المجتمع والإحساس بقضايا الناس قد تم إشباعها من خلال مشاهدة برامج الإفتاء، بوصفها ثالث الحاجات المهمة لدى أفراد العينة، إذ إن هذه الحاجة وتلبيتها تعد مهمة لربط الفرد المسلم مع محيطه ومجتمعه الإسلامي الذي يعيش فيه، فاهتمام المسلمين بأمور بعضهم البعض من الأسس التي حث عليها الدين الإسلامي الحنيف، وجعلها أساس المودة والتراحم بين البشر، وهي تتسق في نتائجها مع نتائج دراسات محلية أخرى أظهرت إشباع هذه الحاجة، مثل: دراسة مساعد المحيا^(١)، أما حاجة الرغبة في تدعيم وجهة النظر عند مناقشة الآخرين فيبدو أن برامج الإفتاء قد أشبعها كراعي الحاجات من وجهة نظر المبحوثين، إذ تمثل هذه الحاجة أهمية بالنسبة إلى الأفراد من حيث رفع مستوى الوعي الثقافي الديني لديهم، بما يساعدهم ويمكنهم من تدعيم وجهات نظرهم الشرعية بالأدلة والبراهين السليمة من دون أي تشويه أو تحريف لمبادئ الإسلام، وهذا يتسق مع نتائج دراسات محلية أخرى، أظهرت إشباع هذه الحاجة كدراسة علي العتيبي^(٢)، وجاءت حاجة الرغبة بحب الاستطلاع، وحاجة الرغبة في القضاء على وقت الفراغ في مؤخرة الحاجات التي أشبعها برامج الإفتاء لأفراد العينة، إذ يتبين أن هاتين الحاجتين قد لا يعني إشباعهما ذا أهمية، أو دلالة كبيرة عند المبحوثين، كما هو الحال في دوافع مشاهدة تلك البرامج، إذ جاء في مؤخرة الدوافع التي تجعل الأفراد يتابعون برامج الإفتاء. وهذا يؤكد اتساق رؤية أفراد عينة البحث، إذ إن عدم وجود دوافع قوية لديهم تتعلق في حب الاستطلاع والقضاء على وقت الفراغ يجعل من الطبيعي أن تكون هي مما يقلل رغبتهم في إشباعها.

١٠ - يبدو أن ارتفاع مستوى الرضا عن برامج الإفتاء يعطي مؤشراً على

(١) مساعد المحيا، دوافع استخدام وسائل الاتصال الالكتروني ومدى الإشباع الذي تحققه، مرجع سابق، ص ٢٥١.

(٢) علي العتيبي، استخدامات الجمهور للقنوات التلفزيونية الفضائية وإشباعاتها، مرجع سابق، ص ٥٥٥.

الثقة التي تحظى بها تلك البرامج بين المبحوثين، إذ استطاعت أن تحصل على نسبة عالية ومرتفعة من حالة الرضا بين أوساط مختلف أفراد العينة وشرائحها، مقارنة بحالة عدم الرضا، وهي نتيجة تحث القائمين على هذه البرامج بالمحافظة على هذا المستوى من الثقة والعمل على الارتقاء به، حتى تضمن لهذه البرامج موقع الريادة والصدارة في نفوس المشاهدين وعقولهم.

خامساً: العوامل المؤثرة في حجم استخدام الجمهور لبرامج الإفتاء:

١١ - لقد احتل عامل الثقة بالمفتي المستضاف أول العوامل المؤثرة وأهمها في حجم استخدام أفراد العينة برامج الإفتاء، وهذا يدل على أهمية هذا العامل وما يحمله من دلائل ومضامين، إذ إن ثقة المبحوثين بالمفتي تجعلهم يقبلون على متابعة البرنامج، وهذا يؤكد في الوقت نفسه أن من الطبيعي أن لا يحظى أي برنامج إفتاء بمتابعة عالية ما لم تكن هناك ثقة بالمفتي المستضاف فيه، كما أن سهولة الأسلوب الذي يتحدث به الضيف تعد أحد أهم العوامل وأبرزها المؤثرة في حجم استخدام الجمهور برامج الإفتاء فمن دون الأسلوب السهل والميسر لا يحصل الجمهور على الفائدة المرجوة، ولا يحقق برنامج الإفتاء الأهداف التي يسعى إليها، فالأسلوب السهل والميسر هو من أهم متطلبات وسمات ما ينبغي أن تمتلكه هذه البرامج، كما يعد تخصص البرنامج في القضايا التي يحتاج إليها المبحوثون أحد العوامل المهمة التي تجعلهم يقبلون على المتابعة ومشاهدة برامج الإفتاء، فمتى ما كان البرنامج قريباً إلى الجماهير يعالج قضاياهم، وي طرح مسائلهم، ويجيب عن استفساراتهم، ويناقش همومهم، كان استخدامهم له أكثر، وفائدتهم منه أعظم، أما طريقة تقديم برنامج الإفتاء فقد احتلت الأهمية الرابعة من حيث تأثيرها، بوصفها عاملاً رئيساً في حجم استخدام أفراد العينة برامج الإفتاء إذ إن طريقة عرض المعلومة وتقديمها إلى الناس تعد أحد عوامل الجذب لمتابعة هذه البرامج من وجهة نظر المبحوثين، ولعل هذا يحتم على مقدمي تلك البرامج وعلى الضيوف مراعاة هذا الجانب المهم عند تقديم برنامج الإفتاء، وذلك من خلال تقديم المعلومة إلى المشاهد وتوصيلها بأسلوب سهل وميسر،

يراعي تفاوت الأفهام بين الأفراد، ومحاولة ضرب الأمثلة لتقريبها بشكل أكثر وضوحاً حتى يسهل فهمها واستيعابها، كما يؤثر وقت عرض برنامج الإفتاء - من وجهة نظر أفراد العينة - في حجم استخدام الجمهور له، ويعد من العوامل المؤثرة التي تجعل المشاهدين يقبلون على متابعتها، فاختيار الوقت المناسب لعرض برنامج الإفتاء - بما يتناسب مع أوقات المبحوثين - يمكنهم من الاستفادة من البرنامج على أكمل وجه، أما نوع القناة التي تبث برنامج الإفتاء فقد جاءت في الترتيب السادس من حيث تأثيرها - كعامل - في حجم استخدام تلك البرامج من وجهة نظر أفراد العينة، ولعل ذلك يعود إلى وجود علاقة بين الجمهور والقناة التلفزيونية، بوصف ذلك جزءاً من الثقة التي تكتسبها القناة لأسباب وعوامل كثيرة، وبذلك فقد تكون بعض برامج الفتوى تبث في قنوات لا تحتل مكانة مميزة لدى المبحوثين، وهذا يجعلهم يضعون خياراً بعيداً وبذلك فهم أقل رغبة في متابعتها، أما عامل جنسية الضيف وعامل التصوير والإخراج الجيد للبرنامج فقد جاء في مؤخرة العوامل المؤثرة في حجم استخدام الجمهور برامج الإفتاء في القنوات الفضائية العربية، وهذا يشير إلى تساؤل أهميتهما مقارنة بالعوامل السابقة وعلى هذا، فالمعلومة في نظر المبحوثين تعد أهم من القالب أو الشكل الذي تقدم فيه، إذ إن العلم الصادق والرسوخ فيه والإخلاص لله من أهم ما يحرص عليه الجمهور، في حين بقي عنصر التصوير والإخراج الجيد للبرامج التلفزيونية بصفة عامة في مرتبة متأخرة، برغم كونه أحد عوامل الجذب والتشويق، إذ جعلها المبحوثون في المرتبة الأخيرة من حيث - تأثيرها كعامل رئيس - في حجم استخدام برامج الإفتاء ومتابعتها من وجهة نظر أفراد العينة.

والباحث هنا يسأل: هل يعني ذلك أن الاهتمام بالإخراج الجيد لهذه البرامج لا قيمة له، وأن المبحوثين يرون أن هذه البرامج ستبقى ناجحة ومميزة حتى إذا أخرجت بأسوأ حال؟ وللإجابة عن هذا السؤال يذكر الباحث أولاً بأهمية الجوانب الفنية لأي عمل تلفزيوني، وهو ما تؤكد جميع الدراسات المطبقة على أنماط البرامج التلفزيونية، لكن مما تجدر الإشارة إليه هنا أن هذا

التأخر في كون عامل الإخراج والتصوير لدى المبحوثين هو ما يدفعهم لمشاهدة برامج الإفتاء ربما يعود إلى أن كثيراً من برامج الإفتاء لا يتم فيها استخدام جوانب فنية كغيرها من البرامج، بوصفها تقوم على الحوار بين المذيع والضيف في أغلب الأحوال، وأن المبحوثين لا يرون جوانب فنية تسهم في جذبهم ومن ثم فإن هذه النتيجة تحفز إلى القول بأهمية هذا الأمر والعمل على استخدامه بوصفه عاملاً مهماً سيكون الاهتمام به، وهذا ما يزيد من جمهور هذا النمط من البرامج.

سادساً: العلاقة بين استخدامات الجمهور السعودي لبرامج الإفتاء في القنوات الفضائية العربية وإشباعاتها:

١٢ - أوضحت النتائج فيما يتعلق بالعلاقة بين استخدامات أفراد العينة برامج الإفتاء وإشباعاتها ما يلي:

أ - جدول ١٩: لعل ارتفاع نسبة المتابعة الكثيرة والكثيرة جداً لبرامج الإفتاء لدى الذكور مقارنة بنسبتها بين الإناث يعكس مدى حرصهم على مشاهدة ومتابعة برامج الإفتاء؛ لما يجدونه فيها من فائدة، وما تحقّقه لهم من إشباع، لتعدد اهتماماتهم، وكثرة مسائلهم وقضاياهم المختلفة في مجالات متعددة، يحتاجون فيها إلى الرأي الشرعي، إضافة إلى معرفة الحكم الشرعي فيما استجد ويستجد من قضايا متعددة، وهذه النتيجة تتسق مع نتائج دراسات محلية أخرى أظهرت ارتفاع نسبة مشاهدة الذكور بشكل عام ومتابعتهم لهذه البرامج، مثل: دراسة محمد هندية^(١)، ودراسة علي العتيبي^(٢)، ولعل ما يؤكد تلك النتيجة هو ما نجده في المقابل من ارتفاع نسبة الإناث اللاتي يشاهدن برامج الإفتاء بدرجة قليلة، بما يفوق نصف عددهن مقارنة بفئة الذكور الذين كانت نسبتهم أقل من ذلك، وهذا ما يؤكد تفوق الذكور في هذا الجانب، من

(١) محمد هندية، البرامج الدينية في قنوات التلفزيون الفضائية العربية، مرجع سابق، صص ٣١٦ - ٣١٧.

(٢) علي العتيبي، استخدامات الجمهور للقنوات التلفزيونية الفضائية وإشباعاتها، مرجع سابق، ص ٤٣٠.

حيث ارتفاع نسبة المشاهدة الكثيرة والكثيفة بخلاف الإناث اللاتي كانت نسبة المشاهدة القليلة هي النسبة الغالبة عليهن، وبرغم ذلك فإن رؤية أفراد العينة من الجنسين تتسق مع نتائج أخرى في البحث من حيث تركيز أغلب درجات المشاهدة في المشاهدة بدرجة متوسطة وقليلة.

ب - جدول ٢٠: إن مجيء أفراد العينة، الذين تزيد أعمارهم عن ٥٠ سنة، في الترتيب الأول من حيث ارتفاع نسبة متابعتهم ومشاهدتهم برامج الإفتاء مقارنة بالفئات العمرية الأخرى ربما يعود السبب فيه إلى أن الفئات العمرية الأكبر سناً ربما تجد في متابعة برامج الإفتاء ما يرضي طموحاتها ويلبي حاجاتها، وهذا ما يجعلهم يقبلون على متابعتها أكثر من الفئات العمرية الأصغر سناً، الذين ترتفع لديهم نسبة المشاهدة القليلة أكثر من غيرها كما هو الحال في الفئة العمرية ١٦ - ٢٠ سنة، الذين تعد درجة المتابعة القليلة هي الدرجة الغالبة لديهم وبأكثر من نصف عددهم، وهذا ما يؤكد التفاوت الواضح بين الفئات العمرية بعضها بعضاً في درجة المتابعة، وهي نتيجة تتفق مع نتائج دراسات محلية وعربية أظهرت ارتفاع متابعة الجمهور ومشاهدته هذه البرامج كلما زادت الأعمار، مثل: دراسة محمد هندية^(١)، ومحبي الدين عبد الحلیم^(٢). كما أن من الملاحظ - وبرغم ذلك - اتساق رؤية المبحوثين وتطابقها بفئاتهم العمرية المختلفة على تركيز درجة المشاهدة لديهم في المشاهدة بدرجة متوسطة وقليلاً.

ت - جدول ٢١: إن ارتفاع نسبة المشاهدة الكثيرة والكثيفة جداً والمتوسطة لبرامج الإفتاء لمصلحة فئة المتزوجين على فئة العزاب، ربما يعود السبب فيها إلى كون المتزوج قد دخل الحياة الأسرية وأصبحت لديه مهام ومسؤوليات أخرى إضافية جعلته أكثر إقبالاً ومتابعة لهذه البرامج؛ لمعرفة

(١) محمد هندية، البرامج الدينية في قنوات التلفزيون الفضائية العربية، مرجع سابق، ص ٣٥٣.

(٢) محبي الدين عبد الحلیم، الإعلام الديني وأثره في الرأي العام، مرجع سابق، ص ٣٠٤.

أحكام شرعية جديدة عليه ربما لم يكن يهتم بالسؤال عنها سابقاً. كما أنها تعكس مدى حرص المتزوجين على متابعة برامج الإفتاء وما يطرح فيها، لما تمثله لهم من أهمية مقارنة بغيرهم، كما أنها تعطي في الوقت نفسه تفسيراً لارتفاع درجة الإشباع لديهم مقارنة بفئة العازبين، في المقابل نجد أن السمة الغالبة لدى فئة العزاب في درجة المتابعة القليلة لهذه البرامج بشكل لافت يدعو إلى القول إن فئة العزاب ربما تعد المتابعة القليلة كافية ومرضية لهم، بحسب ما يتوافق مع حالتهم الاجتماعية والظروف التي يعيشونها، والمرحلة الزمنية التي يمرون بها، وما فيها من معطيات وخصوصيات تختلف عن فئة المتزوجين وقضاياهم واهتمامهم من حيث الكم والكيف. وبرغم ذلك فإن هناك اتساقاً وتطابقاً في رؤية كلا الفئتين على ارتفاع نسبة درجة المشاهدة لديهم في المشاهدة بدرجة متوسطة وقليلًا.

ث - جدول ٢٢: لعل سبب ارتفاع نسبة المشاهدة الكثيرة والكثيرة جداً لبرامج الإفتاء لمصلحة فئة التعليم الجامعي على باقي الفئات التعليمية يعود تفسيره إلى أن ذوي التعليم العالي عادة ما يكونون أكثر انشغالاً من غيرهم؛ لما تتطلبه طبيعة مستواهم التعليمي المرتفع من مسؤوليات ومهام منوطة بهم أكثر من غيرهم من الفئات الأخرى، أما فئة التعليم الثانوي فما دون، فإن سبب تدني متابعتهم يعود إلى أن أغلب هذه الفئة لا يزالون في مراحل التعليم العام التي تحتم عليهم الاهتمام والتركيز في زيادة التحصيل العلمي، وبذلك تنحصر اهتماماتهم في جوانب محددة، ربما لا تكون برامج الإفتاء ومتابعتها في أوليتها كما هو الحال مع أصحاب التعليم الجامعي، وهو ما نجده جلياً وواضحاً في ارتفاع نسبة المتابعة القليلة على غيرها من درجات المتابعة لدى كل من فئة التعليم العالي وفئة الثانوي فما دون، التي تجاوزت عند أحدها نسبة الخمسين في المئة، وعند الأخرى قريباً من ذلك وهو ما يعطينا مؤشراً على أن اهتمامات أفراد الفئتين السابقتين تختلف عن اهتمام أصحاب فئة التعليم الجامعي ورؤيتهم لمتابعة هذه البرامج ودرجة المتابعة.

ج - جدول ٢٣: ربما يعود سبب ارتفاع نسبة المشاهدة لبرامج الإفتاء

بدرجة كثيرة وكثيرة جداً لمصلحة ربات المنازل على باقي الفئات المهنية الأخرى بشكل عام، في درجتي المشاهدة الكثيفة تلك، لتوافر الوقت الكافي لديهن لمشاهدة برامج الإفتاء ومتابعتها بشكل كثيف أكثر من الفئات المهنية الأخرى؛ لمساحة المرونة والحرية التي تتيحها لهن طبيعة المسؤوليات والمهام التي يقمن بها مقارنة مع الفئات المهنية الأخرى، أما فئتا الموظف الحكومي وموظف القطاع الخاص فنجد على سبيل المثال أن السمة الغالبة لدى أفراد كل منهما هي المشاهدة المتوسطة، التي ربما تعد كافية لديهم وفق ما تسمح به ظروفهم الحياتية، وانشغال بعضهم في الحياة العملية، وهذا ما يجعل من هذه المشاهدة المتوسطة قادرة على تلبية جزء من اهتماماتهم المرحلية الحالية. وبرغم ذلك فإن رؤية أفراد الفئات المهنية تتسق وتتطابق فيما بينها من حيث تركيز نسب المشاهدة وارتفاعها لديهم جميعاً لبرامج الإفتاء، بدرجة المشاهدة المتوسطة والقليلة.

ح - جدول ٢٤: إن عدم وجود فرق لمصلحة فئة على أخرى من أفراد العينة من حيث الزمن الذي يمضونه في مشاهدة برامج الإفتاء ربما يعود سببه إلى أن أغلب أفراد العينة من الجنسين تتركز معظم أوقات نسب مشاهدتهم المرتفعة لبرامج الإفتاء في الأوقات من ساعتين فأقل، وهو ما يجعل الفرق غير ممكن قياساً بمجالات أخرى ربما يكون الفرق فيها واضحاً بخلاف الوقت.

خ - جدول ٢٥: بينت النتائج أنه كلما تقدم العمر لدى أفراد العينة زاد الوقت الذي يمضونه في متابعة برامج الإفتاء، وربما يعود تفسير ذلك إلى أن الفئات العمرية الأكبر سناً تحقق لها مشاهدة برامج الإفتاء ومتابعتها إشباعاً أكثر من الفئات العمرية الأخرى. وقد لا نجد غرابة في ذلك إذ إن الإنسان كلما تقدم فيه العمر انفتح ذهنه على قضايا واهتمامات جديدة وهذا ما يجعل من طرح هذه القضايا في برامج الإفتاء ترغيباً له في مشاهدتها ومتابعتها أكثر من الفئات العمرية الأصغر سناً الذين ربما لا يجدون في متابعتها ما يجده غيرهم مما يتماشى مع اهتماماتهم، إذ إن ما يؤكد هذا الأمر هو التباين

الواضح بين الفئات العمرية خصوصاً فئة الشباب الذين تبلغ أعمارهم من ١٦ - ٢٠ سنة، إذ لا تمثل المشاهدة الكثيرة لدى الأغلبية العظمى منهم السمة العامة، بل على العكس نجد أن المشاهدة القليلة في أقل درجاتها هي السمة الغالبة لديهم، التي ربما تجعلهم يكتفون بهذه النسبة القليلة من المشاهدة مقارنة بغيرهم من الفئات العمرية الأكبر سناً الذين يقبلون على متابعتها.

د - جدول ٢٦: إن وجود فروق في الوقت الذي يمضيه الجمهور في متابعة برامج الإفتاء في القنوات الفضائية العربية، يدفعنا إلى القول إن هناك توجهاً عاماً لدى فئة العزاب بأفضلية المشاهدة لديهم لأقل من ساعة، بخلاف قرنائهم المتزوجين الذين يتابعون وينسبة مرتفعة عنهم من ساعة إلى ساعتين، ولعل سبب ذلك يعود إلى أن كلا الفئتين ربما ترى في هذين الوقتين ما يشبع حاجتهما ويلبي رغبتهما في الحصول على الفائدة المرجوة.

ذ - جدول ٢٧: ربما يرجع السبب في عدم وجود فروق في الوقت الذي يمضيه أفراد العينة في متابعة برامج الإفتاء في القنوات الفضائية العربية باختلاف مستوياتهم التعليمية إلى أن أغلب تلك الفئات تتركز معظم نسب أوقات متابعتها المرتفعة برامج الإفتاء في ساعتين فأقل بتفاوت النسب فيما بينها، كما أن هذه الفئات التعليمية تتفق فيما بينها على أن ساعات المتابعة الكثيرة لا تمثل لهم قدراً كبيراً من الأهمية بقدر ما تمثله ساعات المتابعة القليلة بالنسبة إليهم.

ر - جدول ٢٨: تبرز الفروق بين بعض أفراد عينة البحث وفقاً لطبيعة مهنتهم في متابعة برامج الإفتاء خصوصاً بين فئة الطلاب الذين يعدون أكثر الفئات في المتابعة لأقل من ساعة وفئة ذوي الأعمال الحرة الذين يعدون الأكثر بين الفئات الأخرى في المتابعة من ١ - ٢ ساعة التي ربما يرجع سببه إلى طبيعة اختلاف اهتمامات كل فئة عن الأخرى، وما تتطلبه هذه الفئة وطبيعة مهنتها، وما تفرضه عليهما من التزامات، وهذا ما يدعوهم إلى اختيار الأوقات التي تتناسب مع طبيعة هذه المرحلة وتوجهاتها.

ز - جدول ٢٩: أوضحت النتائج فيما يتعلق بالعلاقة بين مدى متابعة أفراد العينة برامج الإفتاء ودرجة إشباعها أنه كلما زادت المتابعة لبرامج الإفتاء زادت درجة الإشباع لدى المبحوثين. وهذه النتيجة مما يحسب لتلك البرامج، إذ تدل على أنها تقوم بدورها الإيجابي المنوط بها، والمؤثر في حياة الأفراد من خلال تلبية حاجاتهم ورغباتهم التي يصبون إلى تحقيقها.

س - جدول ٣٠: أوضحت النتائج أن ذوي درجة الرضا (راضي كثيراً) يتابعون برامج الإفتاء أكثر من أفراد العينة ذوي الرضا الأقل، ولعل سبب ذلك يعود إلى مدى الاستفادة التي يجنيها المبحوثون ذوي (الرضا الكثير) من متابعة برامج الإفتاء مقارنة بالآخرين، ونتيجة لما حققته تلك البرامج لهم من خلال المتابعة الكثيرة التي قد لا تتوافر لجميع فئات المبحوثين من أفراد العينة.

ش - جدول ٣١: أظهرت النتائج عدم وجود اختلاف بين الوقت الذي يمضيه أفراد العينة في متابعة برامج الإفتاء في القنوات الفضائية العربية، ودرجة الإشباع التي تحققها لهم تلك البرامج من وجهة نظر أفراد العينة الأمر الذي يؤكد أن الإشباع يتحقق لجميع المبحوثين مع اختلاف درجته بحسب اهتمامهم بمتابعة هذه البرامج.

ص - جدول ٣٢: أوضحت النتائج أن ذوي درجة الرضا (راضي كثيراً) يمضون وقتاً أكثر في متابعة برامج الإفتاء من ذوي الرضا الأقل، ولعل تفسير هذا يعود إلى مدى الفائدة العلمية والعملية التي يتحصل عليها الأفراد من جراء المتابعة الكثيرة، وهذا ما يجعلهم في حالة رضا دائم وكثير عن برامج الإفتاء كنتيجة لهذه الفائدة.

ض - جدول ٣٣: بينت النتائج أنه لا يوجد اختلاف بين كل من الذكور والإناث في درجة الإشباع التي تحققها لهم تلك البرامج، وبذلك فإن هذه النتيجة تعكس وبوضوح مدى قدرة برامج الإفتاء في القنوات الفضائية العربية على تلبية حاجات كلا الجنسين وتطلعاتهم برغم اختلافات ميولهم واهتماماتهم، وليس ذلك فحسب، بل ربما استطاعت بعض هذه البرامج أن

تصنع نوعاً من الاتفاق حول بعض الاهتمامات المشتركة بين كلا الجنسين من خلال تساوي درجة الإشباع فيما بينهم كما أكدته نتائج هذه الدراسة.

ط - جدول ٣٤: كشفت النتائج وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسط درجة الإشباع التي تحققها برامج الإفتاء لمصلحة المتزوجين، ولعل تفسير سبب ذلك يعود إلى أن فئة المتزوجين تجد فيما تطرحه برامج الإفتاء بغيتها وما يلبي حاجتها أكثر من فئة العازبين، الذين ربما لا يجدون القدر نفسه من الإشباع لاحتياجاتهم، وما يدل على ذلك أن السمة الغالبة لدى فئة العزاب هي مشاهدتهم هذه البرامج بشكل قليل وبأدنى مستويات المتابعة، مقارنة بالمتزوجين، كما دلت على ذلك النتائج السابقة في البحث التي أكدت ارتفاع نسبة المشاهدة القليلة لدى فئة العزاب، وبذلك فكلما زادت المتابعة زادت درجة الإشباع من هذه البرامج، وهذا يعني أن العزاب إذا زادت متابعتهم برامج الإفتاء زادت درجة الإشباع لديهم، كما هو حاصل مع المتزوجين.

ظ - جدول ٣٧: بينت النتائج أن ربوات البيوت يتحقق لهن إشباع من خلال متابعة برامج الإفتاء أكثر من فئة الطلاب. وذلك لأن ربوات البيوت ربما يكن أكثر التصاقاً وقرباً ببرامج الإفتاء، لاختلاف طبيعة المهام والمسؤوليات التي تعطينهن مرونة أكثر في متابعة برامج الإفتاء أكثر من الطلاب، الذين عادة ما يكونون مشغولين بالتحصيل العلمي ومتابعة دروسهم، فلا يجدون أوقاتاً كافية لمتابعة برامج الإفتاء لمدد طويلة، حتى يحصلوا على القدر نفسه من الإشباع كما هو الحال مع ربوات المنازل، وما يؤكد ذلك ما دلت عليه نتائج البحث من أن فئة الطلاب والواقعة أعمارهم بين ١٦ إلى ٣٠ عاماً هم أكثر الفئات العمرية الذين يشاهدون برامج الإفتاء بدرجة قليلة، ولأقل من ساعة بخلاف الفئات الأخرى كربوات المنازل، وبذلك فمن الطبيعي أن يرتفع مستوى الإشباع لديهم؛ لحجم المشاهدة الكثيفة التي يتمتعن بها، هذا من جانب ومن جانب آخر اختلاف طبيعة الاهتمامات بين الفئتين الذي يجعل درجة الإشباع متباينة لدى كل منهما بحسب تلك الجوانب والمحددات وغيرها.

ع - جدول ٣٨: أوضحت النتائج أن مستوى الرضا عن برامج الإفتاء لدى الذكور مرتفع مقارنة بالإناث، وما يؤكد ذلك أننا نجد تفاوتاً في درجات الرضا الإيجابية نفسها لدى كل من الجنسين، إذ ترتفع درجة الراضين عن مستوى برامج الإفتاء لدى الذكور أكثر من الإناث بنسبة ٥٦,٨٠٪، في المقابل نجد أن الإناث ترتفع لديهن درجة الرضا كثيراً عن برامج الإفتاء بنسبة ١٧,٩٠٪، مقارنة بالذكور، وهذا يعني أن وجود هذه الفروق يعبر في حقيقته عن رؤية كل فئة ووجهة نظرها عن مستوى هذه البرامج، وينعكس هذا في درجة رضا كل منهما واختلافها عن الأخرى.

غ - جدول ٣٩: إن عدم وجود فروق في درجة رضا أفراد العينة عن مستوى برامج الإفتاء في القنوات الفضائية العربية باختلاف العمر، يشير إلى أن درجة الرضا عن مستوى برامج الإفتاء لدى الفئات العمرية المختلفة متساو فيما بينهم، كما أنه يدفعنا إلى القول إن العمر قد لا يؤثر في كثرة الرضا أو عدمه، ولعلنا نجد ذلك واضحاً وجلياً من خلال النظر في متغير راضي الذي نجد ارتفاع نسبته لدى جميع الفئات العمرية بشكل متقارب من دون استثناء ومن دون وجود فوارق تذكر، وهو الذي يؤكد ما ذكر سابقاً من تساوي درجة الرضا من برامج الإفتاء لدى جميع هذه الفئات العمرية.

ف - جدول ٤٠: مع اختلاف الظروف الاجتماعية التي يعيشها كل من فئة المتزوجين والعزاب إلا أن هذا الاختلاف في أوضاعهم الاجتماعية لم يخلق لديهم فروقاً وتبايناً واضحاً في درجة رضاهم عن مستوى برامج الإفتاء بشكل عام، ولعل مما يؤكد ذلك ارتفاع نسبة متغيري راضي وراضي كثيراً لدى كلا الفئتين بنسب متقاربة جداً فيما بينهم، في مقابل تدني نسبة متغيري غير راضي وغير راضي على الإطلاق وانخفاضها لدى كليهما بنسب متقاربة جداً.

ق - جدول ٤١: أما النتائج المتعلقة بمعرفة مدى الاختلاف في درجة الرضا عن مستوى برامج الإفتاء باختلاف المستوى التعليمي فقد أوضحت أنه كلما ارتفع المستوى التعليمي لدى أفراد العينة قلت درجة رضاهم عن مستوى

برامج الإفتاء، وربما يعود تفسير هذا إلى أن الفرد كلما ارتفع مستواه التعليمي تولدت لديه نظرة ناقدة لما يطرح في برامج الإفتاء؛ لارتفاع مستواه الثقافي والفكري الذي ربما يقوده إلى مناقشة الآراء المطروحة في تلك البرامج وإبداء الرأي حولها، وهذا قد لا يتفق مع بعض ما يطرح، أو لا يجد فيه ما ينسجم مع فهمه للأمور والقضايا، وهو الذي يقلل بذلك درجة رضاه عن مستوى برامج الإفتاء، وذلك ربما يكون رغبة من الفرد في أن تحقق له هذه البرامج جوانب أخرى لم تحققها من قبل، لذا فإن على القائمين على هذه البرامج التعرف إلى جوانب القصور والخلل التي تحصل في برامج الإفتاء ومن ثم استدراكها ومحاولة تصحيحها. وهذه النتيجة لا تنقص من قيمة برامج الإفتاء بقدر ما تزيدها نضجاً وتقوّم مسارها.

ك - جدول ٤٢: إن الاختلاف في درجة الرضا عن مستوى برامج الإفتاء لمصلحة فئة موظف قطاع خاص على باقي المهن الأخرى، ربما يعود تفسيره إلى أن موظفي القطاع الخاص ربما يجدون في متابعة برامج الإفتاء ما يناقش اهتماماتهم وقضاياهم من زوايا متعددة في بيئة العمل في القطاع الخاص، كقضايا العمل في البنوك والمصارف المالية وقضايا الأسهم والمضاربات والودائع والاستثمارات المختلفة والمتعددة الوجوه وغيرها من مجالات موظفي القطاع الخاص واهتماماتهم، ونجد صور ذلك الأمر واضحة في التفاوت الواضح والتباين الملحوظ بين فئة موظف قطاع خاص وفئة أصحاب العمل الحر، على سبيل المثال في درجة رضاهم عن مستوى برامج الإفتاء، فبينما ترتفع درجة راضي لدى الفئة الأولى بأعلى معدلاتها نجدها تنخفض لدى الفئة الثانية بأدنى مستوياتها، وهذا ربما يعود سببه إلى اختلاف طبيعة مهنة كلا الفئتين بعضها عن بعض واهتماماتها عن الأخرى، وما يجده كل منهما في هذه البرامج من رغبات وحاجات تلي تلك الاهتمامات، التي ترغب هاتان الفئتان تحقيقها من خلال مشاهدة برامج الإفتاء، وهذا ينعكس كله في درجة رضاهم عن مستوى تلك البرامج.

التوصيات :

على إثر النتائج التي أسفرت عنها الدراسة، وما توصلت إليه، فإن الباحث سيعرض لبعض التوصيات التي يأمل أن تكون إضافة جديدة تثري البحث وتدعمه وهي كالآتي :

١ - اتضح من النتائج أن نسبة من يشاهدون برامج الإفتاء من إجمالي أفراد العينة هي نسبة جيدة بشكل عام، وهذا يدل على ما تحظى به هذه النوعية من البرامج من أهمية لدى المبحوثين، وهذا ما يجعل المسؤولية كبيرة أمام القائمين على برامج الإفتاء في القنوات الفضائية؛ للمحافظة على هذه النسب العالية من المشاهدة، من خلال تطوير هذه البرامج وإعادة النظر بشكل مستمر في شكلها ومحتواها، ومن ثم تقويمها حتى تضمن لنفسها البقاء في ظل ما تشهده الساحة الإعلامية من تنافس محموم وسيل كبير من البرامج المتنوعة في مضامينها وأهدافها .

٢ - من خلال النظر في النتائج يتبين أن معظم أوقات مشاهدة برامج الإفتاء في الأسبوع لدى أفراد العينة تنحصر في الأوقات من (ساعتين وأقل من الساعة) بنسبة ٨٥,٩٪، وهو ما يوجب على هذه البرامج، وعلى القائمين عليها تقديم أفضل ما لديهم بأسلوب يتسم بالسهولة، وجذب انتباه المشاهد من خلال الحديث عن ما يهمه من أمور دينه ودنياه بشكل مركز، تحصل فيه الفائدة المرجوة من دون إطالة، آخذين في الحسبان عند التخطيط لهذه البرامج ضيق وقت المشاهد، وتركز وقت المتابعة لديه لتلك البرامج من ساعتين فأقل .

٣ - أوضحت نتائج الدراسة أن برامج الإفتاء في القنوات الفضائية العربية احتلت الترتيب الأول من حيث المصادر التي يعتمد عليها الناس في الحصول على الفتوى، بمتوسط بلغ ٢,٤٥ وهذا يدل على أن هذه البرامج تقوم بدور فاعل ومؤثر في حياة الناس، من خلال اعتمادهم عليها في تعلم ما يهمهم من أمور دينهم ومعاشهم، لذا فإن على القائمين على هذه البرامج

مسؤولين ومقدمين وضيوف أن يولوها عنايتهم واهتمامهم؛ حتى لا ينصرف الناس إلى غيرها من دعاة الجهل ومن يدعون العلم ويتقولون على الله ورسوله، وحتى تكون هذه البرامج منبراً للثقافة الإسلامية الصحيحة المنطلقة من الكتاب والسنة النبوية المطهرة.

٤ - إن اعتماد المبحوثين على برامج الإفتاء سيما في الوقت الحاضر الذي أصبحت فيه الحياة أكثر تعقيداً وطرأت معها مستجدات يحتاج فيها المسلم إلى معرفة رأي علماء الأمة فيها، جعل من الضروري لنجاح هذه البرامج أن يدرك الدعاة والعلماء الذين يظهرون في برامج الإفتاء أن عليهم مسؤولية كبيرة في أن يكونوا على اطلاع وإلمام دائم ومستمر فيما استجد ويستجد من أمور في حياة الناس ومعاشهم وأحوال العباد، حتى لا يكونوا في منأى عن محيطهم الإسلامي والاجتماعي الذي يعيشون فيه وحتى يحصل التأثير المطلوب، وتتحقق الفائدة المرجوة من هذه البرامج.

٥ - إن على القائمين على برامج الإفتاء عند التخطيط لها مراعاة أوقات عرضها وتنويع وقت بثها حتى يتسنى لأكبر عدد من المشاهدين متابعتها والاستفادة منها، كما أن عليهم إجراء مزيد من البحوث والدراسات الميدانية للتعرف إلى أنسب الأوقات لدى المشاهدين لعرض برامج الإفتاء فيها، تفادياً لحصول تعارض بين وقت بثها وأوقات المشاهدين.

٦ - أوضحت الدراسة أن نسبة الرضا عن مستوى برامج الإفتاء لدى عينة الدراسة هي نسبة عالية إذ بلغت نسبة ٦٦,٩٪، وهي نسبة مرتفعة تشير إلى مدى تعلق الناس ومتابعتهم واستفادتهم من هذه البرامج، لذا ومن هذا المنطلق فإن هناك مسؤولية كبيرة على جميع العاملين والقائمين على برامج الإفتاء في القنوات الفضائية تتمثل في المحافظة على هذا الرضا والارتقاء بعمل هذه البرامج، حتى تحقق في المستقبل مستويات رضا أكبر وأعلى.

٧ - يتبين من النتائج التي توصلت إليها الدراسة أن أهم عامل يؤثر في حجم استخدام أفراد عينة الدراسة لمشاهدة برامج الإفتاء كثيراً هو عامل (الثقة

بالمفتي المستضاف) وهو ما يوجب على القائمين على برامج الإفتاء تحري الدقة والأمانة في اختيار ضيوف هذه البرامج من ذوي الاختصاص الشرعي، ومن الراسخين في العلم المخلصين لله رب العالمين حتى ينفع الله بهم العباد والبلاد.

٨ - يأمل الباحث أن تفتح هذه الدراسة، وما توصلت إليه من نتائج، أبواب البحث المختلفة للباحثين، وأن تتيح لهم محاولة دراسة هذه النوعية من البرامج وجماهيرها والاستخدامات المتعددة لها حتى يسهم هذا بإذن الله في بناء تراكم علمي تستفيد منه الأجيال المقبلة في المستقبل، وذلك من خلال عمل بعض الدراسات التحليلية حول برامج الإفتاء، وتحليل مضامينها، إضافة إلى عمل مزيد من البحوث حول الفضائيات الجديدة التي بدأت تهتم بالفتوى وتخصص جزءاً كبيراً من أوقات بثها لهذا الغرض، هذا بالإضافة إلى إجراء مزيد من الدراسات حول مواقع الفتوى على شبكة الإنترنت واستخداماتها.

في الختام، فإني أسأل الله جلّت قدرته أن يجعل هذا العمل خالصاً لوجه الكريم، وأن يتجاوز عن ما فيه من تقصير، فما كان من صواب فمن الله وحده، وما كان من خطأ فمن نفسي والشيطان، وآخر دعوانا أن الحمد لله رب العالمين.

وصلّى الله وسلّم على سيدنا محمد وعلى آله وصحبه وسلم تسليماً كثيراً إلى يوم الدين.



إن الباحث في هذا المقام يحمد الله ﷻ الذي بنعمته تتم الصالحات والذي وفقه لإنجاز هذا البحث وإتمامه، ويسأله جل وعلا أن يتجاوز عن ما وقع فيه من تقصير، فله سبحانه الكمال وهو الموفق لكل خير.

والباحث في هذا المقام يستذكر أن لكل عمل بشري صعوبات وعوائق تعترضه أحياناً، ولكن توفيق الله جعل من هذه الصعوبات حافزاً لي لتجاوزها. ولقد واجه الباحث أثناء المراحل المختلفة لإعداد الدراسة مجموعة من الصعوبات والتي لم تؤثر والله الحمد على مسار البحث وتقدم خطواته، لعل من أبرزها صعوبة الحصول على دراسات وأبحاث تناولت جمهور برامج الإفتاء في القنوات الفضائية العربية واستخداماتهم لها في المملكة بشكل مستقل إلا من خلال وجودها ضمن دراسات استخدامات البرامج الدينية بشكل عام في الأبحاث والدراسات الأكاديمية في الجامعات السعودية التي زارها الباحث.

وفي الختام، فإنني أسأل الله العليّ القدير أن يجعل هذا العمل خالصاً لوجهه الكريم من دون رياء ولا سمعة، وأن يجزي كل من أعان وساعد في إتمامه خير الجزاء، إنه ولي ذلك والقادر عليه. وصلى الله وسلم على نبينا محمد وعلى آله وصحبه وسلم تسليماً كثيراً إلى يوم الدين.

ملحق الدراسة

المملكة العربية السعودية

وزارة التعليم العالي

جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية

كلية الدعوة والإعلام

قسم الإعلام

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

استبانة دراسة حول:

التعرض لبرامج الإفتاء في القنوات الفضائية العربية وإشباعاتها

دراسة ميدانية على عينة من الجمهور السعودي بمدينة الرياض

إعداد الطالب

ناصر بن عبد الرحمن الهزاني

إشراف

د. مساعد بن عبد الله المحيا

عام ١٤٢٨هـ

الحمد لله والصلاة والسلام على رسول الله وعلى آله وصحبه...

أخي الكريم..

أختي الكريمة..

السلام عليكم ورحمة الله وبركاته... وبعد:

بين يديك استبانة لبحث ماجستير يهدف إلى التعرف على طبيعة ومدى تعرض الجمهور السعودي لبرامج الإفتاء في القنوات الفضائية العربية ودوافع تعرضه لها، إضافة إلى معرفة طبيعة الإشباع المتحققة منه، ومن ثم الوقوف على أبرز العوامل المؤثرة في حجم هذا التعرض، وذلك من خلال تطبيق هذه الدراسة على عينة من الجمهور السعودي بمدينة الرياض.

ولأهمية رأيكم في هذه الدراسة، فإنني أمل أن تحظى هذه الاستبانة باهتمامكم لا سيما وأن هذه المعلومات والآراء التي تدلي بها لن تستخدم إلا لأغراض البحث العلمي فقط، شاكرًا لك جهدي.

والله يحفظك ويرعاك...

أخوكم الباحث

ناصر بن عبد الرحمن الهزاني

جوال/ ٠٥٠٤٤٤٤٣٥٥

فضلاً ضع علامة (✓) داخل المربع الذي يتفق مع موقفك ورأيك:

١ - ما مدى مشاهدتك للقنوات الفضائية العربية:

☐ أشاهدها كثيراً جداً ☐ أشاهدها كثيراً ☐ أشاهدها بدرجة متوسطة ☐ أشاهدها قليلاً ☐ لا أشاهدها

٢ - إلى أي مدى تشاهد برامج الإفتاء في القنوات الفضائية العربية؟

☐ أشاهدها كثيراً جداً ☐ أشاهدها كثيراً ☐ أشاهدها بدرجة متوسطة ☐ أشاهدها قليلاً ☐ لا أشاهدها
 «إذا كنت لا تشاهد برامج الإفتاء في القنوات الفضائية العربية انتقل إلى السؤال رقم ١١»

٣ - كم من الوقت تمضيه في مشاهدة برامج الإفتاء في القنوات الفضائية العربية في الأسبوع؟

☐ أقل من ساعة ☐ من ١ - ٢ ☐ أكثر من ٢ - ٣ ☐ أكثر من ٣ - ٤ ☐ أكثر من ٤ ساعات

٤ - إلى أي مدى تفضل مشاهدة برامج الإفتاء التالية في القنوات الفضائية العربية؟

البرنامج	القناة	أفضله كثيراً	أفضله قليلاً	لا أدري	لا أفضله	لا أفضله على الإطلاق
أ - فتاوى على الهواء	السعودية الأولى	☐	☐	☐	☐	☐
ب - وذكر	الإمارات الفضائية	☐	☐	☐	☐	☐
ت - الشريعة والحياة	الجزيرة الفضائية	☐	☐	☐	☐	☐
ث - وتواصلوا بالحق	الشارقة الفضائية	☐	☐	☐	☐	☐
ج - الحياة كلمة	MBC الفضائية	☐	☐	☐	☐	☐
ح - الإفتاء	MBC الفضائية	☐	☐	☐	☐	☐
خ - الطريق إلى الجنة	قطر الفضائية	☐	☐	☐	☐	☐
د - في رحاب الشريعة	إقرأ الفضائية	☐	☐	☐	☐	☐
ذ - الجواب الكافي	المجد الفضائية	☐	☐	☐	☐	☐
ر - فاسألوا أهل الذكر	دبي الفضائية	☐	☐	☐	☐	☐
ز - بين السائل والمجيب	الكويت الفضائية	☐	☐	☐	☐	☐
س - سؤال أهل الذكر	عُمان الفضائية	☐	☐	☐	☐	☐

البرنامج	القناة	أفضله كثيراً	أفضله قليلاً	لا أدري	لا أفضله	لا أفضله على الإطلاق
ش - أسألوا أهل الذكر	الأردن الفضائية	☐	☐	☐	☐	☐
ص - فتاوى المرأة	المصرية الفضائية	☐	☐	☐	☐	☐
ض - عم يتساءلون	دريم الفضائية	☐	☐	☐	☐	☐
ط - دين ودينار	CNBC عربية	☐	☐	☐	☐	☐
ظ - المال في الإسلام	CNBC عربية	☐	☐	☐	☐	☐
ع - مع الشيخ	الاقتصادية	☐	☐	☐	☐	☐
غ - أخرى اذكرها.....						

هـ - فضلاً ما العوامل التي تدفعك للحرص على متابعة برامج الإفتاء التي أشرت إلى أنك تفضل مشاهدتها كثيراً في السؤال السابق؟
«فضلاً رتب هذه العوامل حسب أهميتها لك معطياً رقم ١ للعامل الأكثر أهمية ورقم ٢ للآخر أهمية وهكذا».

- ☐ أ - طريقة تقديم برنامج الإفتاء.
- ☐ ب - ثقتي بالمفتي المستضاف في البرنامج.
- ☐ ت - سهولة الأسلوب الذي يتحدث به الضيف.
- ☐ ث - جنسية الضيف.
- ☐ ج - التصوير والإخراج الجيد لبرنامج الإفتاء.
- ☐ ح - لأنه برنامج متخصص في القضايا التي أحتاجها.
- ☐ خ - وقت عرض برنامج الإفتاء.
- ☐ د - نوع القناة التي تبث برنامج الإفتاء.
- ذ - سبب آخر فضلاً أذكره.....

٦ - في القائمة التالية عدد من المصادر التي يعتمد الناس عليها في الحصول على الفتوى؟

«فضلاً رتب هذه المصادر حسب درجة اعتمادك عليها في الحصول على الفتوى معطياً رقم ١ للوسيلة الأكثر اعتماداً ورقم ٢ للوسيلة الأقل اعتماداً وهكذا».

- ☐ أ - برامج الإفتاء في القنوات الفضائية المربية.
- ☐ ب - برامج الإفتاء في الإذاعة.
- ☐ ت - الاتصال المباشر بأرقام العلماء.

- ث - عن طريق المواقع المتخصصة في الإنترنت. ☐
- ج - قراءة زوايا الإفتاء في الصحف والمجلات. ☐
- ح - قراءة كتب الفتاوى والفقه. ☐
- خ - مصادر أخرى فضلاً أذكرها..... ☐

٧ - في القائمة التالية عدد من الأسباب التي تدفع الناس لمشاهدة برامج الإفتاء في القنوات الفضائية العربية؟
«فضلاً حدد درجة اتفاقك مع كل سبب من هذه الأسباب».

موافق كثيراً	موافق	لا أدري	غير موافق	غير موافق على الإطلاق
☐	☐	☐	☐	☐
☐	☐	☐	☐	☐
☐	☐	☐	☐	☐
☐	☐	☐	☐	☐
☐	☐	☐	☐	☐
☐	☐	☐	☐	☐
☐	☐	☐	☐	☐

أ - معرفة الأحكام الشرعية في القضايا التي أحتاجها.

ب - حب الاستطلاع والاهتمام بما يعيشه المجتمع من قضايا.

ت - معرفة قضايا المجتمع والإحساس بقضايا الناس.

ث - الحرص على أن تكون قيمي وسلوكي متوافقة مع تعاليم الدين.

ج - لتدعيم وجهة نظري في بعض المسائل عند مناقشة الآخرين.

ح - القضاء على وقت الفراغ.

خ - أخرى أذكرها.....

٨ - تختلف طريقة المشاهدة من شخص لآخر، كيف ترى الطريقة التي تتابع بها برامج الإفتاء في القنوات الفضائية العربية؟ «أمل تحديد درجة موافقتك».

موافق كثيراً	موافق	لا أدري	غير موافق	غير موافق على الإطلاق
☐	☐	☐	☐	☐
☐	☐	☐	☐	☐
☐	☐	☐	☐	☐
☐	☐	☐	☐	☐
☐	☐	☐	☐	☐
☐	☐	☐	☐	☐

أ - أشاهد برنامج الإفتاء من أوله وحتى نهايته.

ب - أركز على بعض الأسئلة دون أخرى.

ت - أجمع بين مشاهدة برنامج الإفتاء وإنجاز أعمال أخرى.

ث - أتجاذب الحديث مع الآخرين أثناء عرض برنامج الإفتاء.

ج - أنتقل إلى بعض القنوات الفضائية الأخرى أثناء مشاهدتي لبرنامج الإفتاء ثم أعود إليه.

٩ - في القائمة التالية عدد من النتائج التي قد تحققها مشاهدة برامج الإفتاء في القنوات الفضائية العربية، ما درجة موافقتك على تحققها لك شخصياً؟

موافق جداً	موافق	لا أدري	غير موافق	غير موافق على الإطلاق
☐	☐	☐	☐	☐
أ - أشبعت رغبتني في معرفة الأحكام الشرعية في القضايا التي أحتاجها.				
☐	☐	☐	☐	☐
ب - أشبعت رغبتني في حب الاستطلاع والاهتمام بما يعيشه المجتمع من قضايا.				
☐	☐	☐	☐	☐
ت - أشبعت رغبتني في معرفة قضايا المجتمع والإحساس بقضايا الناس.				
☐	☐	☐	☐	☐
ث - أشبعت رغبتني في الحرص على أن تكون قيمي وسلوكي متوافقة مع تعاليم الدين.				
☐	☐	☐	☐	☐
ج - أشبعت رغبتني في تدعيم وجهة نظري في بعض المسائل عند مناقشة الآخرين.				
☐	☐	☐	☐	☐
ح - أشبعت رغبتني في القضاء على وقت الفراغ.				
خ - أخرى اذكرها.....				

١٠ - ما مدى رضاك عن مستوى برامج الإفتاء في القنوات الفضائية العربية؟

☐ راضي كثيراً
☐ راضي
☐ لا أدري
☐ غير راضي
☐ غير راضي على الإطلاق

١١ - ما أسباب عدم مشاهدتك لبرامج الإفتاء في القنوات الفضائية العربية؟

«فضلاً رتب هذه الأسباب معطياً رقم ١ للسبب الأكثر أهمية ورقم ٢ للأقل ثم رقم ٣ وهكذا».

- ☐ أ - لعدم وجود وقت كافي عندي.
- ☐ ب - لأن أوقات بثها تتعارض مع الوقت لدي.
- ☐ ت - لا أحتاج لهذه البرامج.
- ☐ ث - لعدم ثقتي بضيوف هذه البرامج.
- ☐ ج - لعدم تناولها قضايا تهمني.
- ☐ ح - لعدم تناولها لقضايا ومشكلات معاصرة تستحق المتابعة.
- ☐ خ - لعدم وجود عناصر الجذب والإمتاع فيها.
- د - أخرى اذكرها.....

معلومات شخصية

ضع علامة (✓) في المربع المناسب:

١ - الجنس:

ذكر ☐ أنثى ☐

٢ - العمر:

٢٠ - ١٦ ☐ ٣٠ - ٢١ ☐ ٤٠ - ٣١ ☐ ٥٠ - ٤١ ☐ أكثر من ٥٠ ☐

٣ - الحالة الاجتماعية:

متزوج ☐ أعزب ☐ مطلق ☐ أرمل ☐

٤ - المستوى التعليمي:

متوسط فما دون ☐ ثانوي ☐ جامعي ☐ تعليم عالي فوق الجامعي ☐
(ماجستير - دكتوراه)

٥ - المهنة:

طالب ☐ عمل حر ☐ ربة منزل ☐
موظف حكومي ☐ لا أعمل ☐ موظف قطاع خاص ☐
أخرى اذكرها.....

الفهارس

فهرس

الآيات القرآنية الكريمة

الآية	رقمها	الصفحة
سورة البقرة		
﴿وَاللَّهُ الْمَشْرِقُ وَالْمَغْرِبُ فَأَيْنَمَا تُولُوا فَسَمَّ وَجْهَ اللَّهِ﴾	١١٥	١٩٦
﴿إِنَّ الَّذِينَ يَكْتُمُونَ مَا أَنزَلْنَا مِنَ الْبَيِّنَاتِ وَالْهُدَىٰ مِنْ بَعْدِ مَا بَيَّنَّاهُ لِلنَّاسِ فِي الْكِتَابِ أُولَٰئِكَ يَلْعَنُهُمُ اللَّهُ وَيَلْعَنُهُمُ اللَّاعِنُونَ ﴿١٥٩﴾﴾	١٥٩	١٥٧
سورة آل عمران		
﴿وَإِذْ أَخَذَ اللَّهُ مِيثَاقَ الَّذِينَ أُوتُوا الْكِتَابَ لَتُبَيِّنُنَّهُ لِلنَّاسِ وَلَا تَكْتُمُونَهُ فَنَبَذُوهُ وَرَاءَ ظُهُورِهِمْ وَأَشْرَوْا بِهِ مِمَّا قَلِيلًا فِئْسَ مَا يَشْتُرُونَ ﴿٨٧﴾﴾	١٨٧	١٥٧
سورة النساء		
﴿فَإِنْ نَزَعْتُمْ فِي شَيْءٍ فَرُدُّوهُ إِلَى اللَّهِ وَالرَّسُولِ إِنْ كُنْتُمْ تُؤْمِنُونَ بِاللَّهِ وَالْيَوْمِ الْآخِرِ ذَلِكَ خَيْرٌ وَأَحْسَنُ تَأْوِيلًا﴾	٥٩	١٧٢
﴿أَفَلَا يَتَذَكَّرُونَ الْفَرَاءَنَ وَلَوْ كَانَ مِنْ عِنْدِ غَيْرِ اللَّهِ لَوَجَدُوا فِيهِ اخْتِلَافًا كَثِيرًا ﴿٨٧﴾﴾	٨٢	٢١١ ، ١٨٥
﴿وَمَنْ يُشَاقِقِ الرَّسُولَ مِنْ بَعْدِ مَا بَيَّنَّ لَهُ الْهُدَىٰ وَيَتَّبِعْ غَيْرَ سَبِيلِ الْمُؤْمِنِينَ نُوَلِّهِ مَا تَوَلَّىٰ وَنُصْلِهِ جَهَنَّمَ وَسَاءَتْ مَصِيرًا ﴿١٥٥﴾﴾	١١٥	٢١٦
﴿وَيَسْتَفْتُونَكَ فِي النِّسَاءِ قُلِ اللَّهُ يُفْتِيكُمْ فِيهِنَّ وَمَا يُتْلَىٰ عَلَيْكُمْ فِي الْكِتَابِ﴾	١٢٧	١٧٢ ، ١٥٨
﴿يَسْتَفْتُونَكَ قُلِ اللَّهُ يُفْتِيكُمْ فِي الْكَلَالَةِ﴾	١٧٦	١٧٢ ، ١٥٨ ، ١٥٦

سورة الأعراف

﴿قُلْ إِنَّمَا حَرَّمَ رَبِّيَ الْفَوَاحِشَ مَا ظَهَرَ مِنْهَا وَمَا بَطَنَ وَالْإِثْمَ
وَالْبَغْيَ بِغَيْرِ الْحَقِّ وَأَنْ تُشْرِكُوا بِاللَّهِ مَا لَمْ يُنَزِّلْ بِهِ سُلْطَانًا
وَأَنْ تَقُولُوا عَلَى اللَّهِ مَا لَا نَعْلَمُونَ ﴿٣٣﴾﴾

٣٣

١٨٨

سورة التوبة

﴿قُلْ لَا نَفَرَ مِنْ كُلِّ فِرْقَةٍ مِنْهُمْ طَائِفَةٌ لِيَتَفَقَّهُوا فِي الدِّينِ
وَلِيُنذِرُوا قَوْمَهُمْ إِذَا رَجَعُوا إِلَيْهِمْ لَعَلَّهُمْ يَحْذَرُونَ ﴿١٢٢﴾﴾

١٢٢

١٧٤

سورة يونس

﴿قُلْ أَرَأَيْتُمْ مَا أَنْزَلَ اللَّهُ لَكُمْ مِنْ رِزْقٍ فَجَعَلْتُمْ مِنْهُ
حَرَامًا وَحَلَالًا قُلْ اللَّهُ أَذِنَ لَكُمْ أَمْ عَلَى اللَّهِ تَفَرُّونَ ﴿٥٩﴾﴾

٥٩

١٩٤

سورة النحل

﴿فَسْأَلُوا أَهْلَ الذِّكْرِ إِنْ كُنْتُمْ لَا تَعْلَمُونَ ﴿٤٣﴾﴾
﴿وَأَنْزَلْنَا إِلَيْكَ الذِّكْرَ لِتُبَيِّنَ لِلنَّاسِ مَا نُزِّلَ إِلَيْهِمْ ﴿٤٤﴾﴾
﴿وَاللَّهُ أَخْرَجَكُمْ مِنْ بُطُونِ أُمَّهَاتِكُمْ لَا تَعْلَمُونَ شَيْئًا
وَجَعَلَ لَكُمْ السَّمْعَ وَالْأَبْصَارَ وَالْأَفْئِدَةَ لَعَلَّكُمْ
تَشْكُرُونَ ﴿٧٨﴾﴾

٤٣

١٧٣

٤٤

٢١٥

٧٨

٢١٤

سورة الإسراء

﴿وَلَا تَقْفُ مَا لَيْسَ لَكَ بِهِ عِلْمٌ ﴿٣٦﴾﴾

٣٦

١٨٨

سورة الحج

﴿وَلْيَعْلَمَ الَّذِينَ أُوتُوا الْعِلْمَ أَنَّهُ الْحَقُّ مِنْ رَبِّكَ
فَيُؤْمِنُوا بِهِ فَتُخْبِتَ لَهُ قُلُوبُهُمْ ﴿٥٤﴾﴾

٥٤

٢١١

سورة فاطر

﴿إِنَّمَا يَخْشَى اللَّهَ مِنْ عِبَادِهِ الْعُلَمَاءُ ﴿٢٨﴾﴾
﴿قُلْ أَرَأَيْتُمْ شُرَكَاءَكُمُ الَّذِينَ نَدْعُونَ مِنْ دُونِ اللَّهِ أَرُونِي مَاذَا
خَلَقُوا مِنَ الْأَرْضِ أَمْ لَهُمْ شِرْكٌ فِي السَّمَوَاتِ أَمْ آتَيْنَهُمْ كِتَابًا
فَهُمْ عَلَى بَيِّنَةٍ مِنْهُ بَلْ إِنْ يَعِدُ الظَّالِمُونَ بَعْضُهُمْ
بَعْضًا إِلَّا غُرُورًا ﴿٤٠﴾﴾

٢٨

٢١٢

٤٠

٢١٣

الآية	رقمها	الصفحة
سورة ص		
﴿قُلْ مَا أَسْأَلُكُمْ عَلَيْهِ مِنْ أَجْرٍ وَمَا أَنَا مِنَ الْمُتَكَلِّمِينَ﴾ (٨٦)	٨٦	١٧٢
سورة محمد		
﴿أَفَلَا يَتَذَكَّرُونَ الْفَرِيقَاتِ أَمَرُ عَلَى قُلُوبٍ أَفْئَالُهَا﴾ (٢٤)	٢٤	٢١١
سورة النجم		
﴿وَمَا يَنْطِقُ عَنِ الْهَوَىٰ (٢) إِنْ هُوَ إِلَّا وَحْيٌ يُوحَىٰ﴾ (٤، ٣)	٤، ٣	١٨٥
سورة المجادلة		
﴿يَرْفَعُ اللَّهُ الَّذِينَ ءَامَنُوا مِنْكُمْ وَالَّذِينَ أُوتُوا الْعِلْمَ دَرَجَاتٍ وَاللَّهُ بِمَا تَعْمَلُونَ خَبِيرٌ﴾ (١١)	١١	٢٠٧
سورة الصف		
﴿كَبُرَ مَقْتًا عِنْدَ اللَّهِ أَنْ تَقُولُوا مَا لَا تَفْعَلُونَ﴾ (٢)	٣	١٦٢
سورة التحريم		
﴿وَإِذْ أَسَرَّ النَّبِيُّ إِلَىٰ بَعْضِ أَزْوَاجِهِ حَدِيثًا فَلَمَّا نَبَّأَتْ بِهِ وَأَظْهَرَهُ اللَّهُ عَلَيْهِ عَرَفَ بَعْضَهُ وَأَعْرَضَ عَنْ بَعْضٍ﴾ (٣)	٣	٢٠٦

فهرس

الأحاديث النبوية الشريفة

الصفحة	راوي الحديث	الحديث الشريف
		- «إذا سمعتم به بأرض فلا تقدموا عليه، وإذا وقع بأرض وأنتم بها فلا تخرجوا فراراً منه»
١٨٠	البخاري	- «ارجع فصلّ، فإنك لم تصلّ»
٢١٢	البخاري	- «أفتان أنت يا معاذ؟»
١٦٣	الإمام أحمد	- «إن الله لا يقبض العلم انتزاعاً ينتزعه من العباد ولكن يقبض العلم بقبض العلماء حتى إذا لم يبق عالماً اتخذ الناس رؤوساً جهالاً فستلوا فأفتوا بغير علم فضلوا وأضلوا»
١٩٣	البخاري	- «إن الملائكة لتضع أجنحتها رضاً لطالب العلم، وإن طالب العلم يستغفر له من في السماء والأرض، حتى الحيتان في الماء، وإن فضل العالم على العابد كفضل القمر على سائر الكواكب»
٢٠٩	ابن ماجه	- «إنما كان يكفيك هكذا»
١٨٢	البخاري	- «سيأتيكم أقوام يطلبون العلم، فإذا رأيتموهم فقولوا لهم: مرحباً مرحباً بوصية رسول الله ﷺ واقتوهم»
١٥٧	ابن ماجه	- «اللهم علّمه الكتاب»
٢٠٩	البخاري	- «المستشار مؤتمن»
١٦٢	الإمام أبي داود	- «من يقل علي ما لم أقل فليتبوأ مقعده من النار»
١٨٨	البخاري	- «من يرد الله به خيراً، يفقهه في الدين»
٢١٢، ٢٠٨	البخاري	- «من سلك طريقاً يلتمس فيه علماً، سهّل الله له طريقاً إلى الجنة»
٢٠٨	ابن ماجه	- «لا تجتمع أمتي على ضلالة»
٢١٦	البخاري	- «لا يصلين أحد العصر إلا في بني قريظة»
١٨٢	البخاري	

فهرس الجداول

<u>الصفحة</u>	<u>الجدول</u>
٢٣٩	- جدول رقم (١) توزيع عينة الدراسة وفقاً للحي
٢٤٠	- جدول رقم (٢) توزيع عينة الدراسة وفقاً للجنس
٢٤١	- جدول رقم (٣) توزيع عينة الدراسة وفقاً للعمر
٢٤٢	- جدول رقم (٤) توزيع عينة الدراسة وفقاً للحالة الاجتماعية
٢٤٣	- جدول رقم (٥) توزيع عينة الدراسة وفقاً للمستوى التعليمي
٢٤٣	- جدول رقم (٦) توزيع عينة الدراسة وفقاً للمهنة
٢٤٧	- جدول رقم (٧) توزيع عينة الدراسة وفقاً لمدى مشاهدة القنوات الفضائية العربية
٢٤٨	- جدول رقم (٨) توزيع عينة الدراسة وفقاً لمدى مشاهدة برامج الإفتاء في القنوات الفضائية العربية
٢٥٠	- جدول رقم (٩) توزيع عينة الدراسة وفقاً للوقت الذي يمضونه في متابعة برامج الإفتاء في القنوات الفضائية العربية في الأسبوع
٢٥٢	- جدول رقم (١٠ - ١) توزيع للفئات وفقاً للتدرج المستخدم في أداة البحث
٢٥٤ - ٢٥٣	- جدول رقم (١٠ - ٢) التكرارات والنسب المئوية والمتوسط الحسابي والانحراف المعياري لإجابات عينة الدراسة وفقاً لمدى تفضيلهم مشاهدة برامج الإفتاء في القنوات الفضائية العربية مرتبة وفق المتوسط
٢٥٧	- جدول رقم (١١) المتوسطات الحسابية لترتيب عينة الدراسة وفقاً للمصادر التي يعتمد عليها الناس في الحصول على الفتوى
٢٦٦ - ٢٦١	- جدول رقم (١٢) التكرارات والنسب المئوية والمتوسطات الحسابية وترتيبها لإجابات عينة الدراسة وفقاً لمدى موافقتهم على دوافع مشاهدة برامج الإفتاء في القنوات الفضائية العربية مرتبة وفق المتوسط
٢٦٤ - ٢٦٣	- جدول رقم (١٣) المتوسطات الحسابية لترتيب عينة الدراسة وفقاً لأسباب عدم مشاهدتهم لبرامج الإفتاء في القنوات الفضائية العربية

- جدول رقم (١٤) توزيع أفراد عينة البحث الذين لا يشاهدون برامج الإفتاء وفقاً للجنس وللعمر ٢٦٥
- جدول رقم (١٥) التكرارات والنسب المئوية والمتوسطات الحسابية وترتيبها لإجابات عينة الدراسة وفقاً لمدى موافقتهم على الطريقة التي يتابعون بها برامج الإفتاء في القنوات الفضائية العربية مرتبة وفق المتوسط ٢٦٩
- جدول رقم (١٦) التكرارات والنسب المئوية والمتوسطات الحسابية وترتيبها لإجابات عينة الدراسة وفقاً لمدى موافقتهم على النتائج التي تحققها مشاهدة برامج الإفتاء في القنوات الفضائية العربية مرتبة وفق المتوسط ٢٧٤ - ٢٧٣
- جدول رقم (١٧) توزيع عينة الدراسة وفقاً لمدى الرضا عن مستوى برامج الإفتاء في القنوات الفضائية العربية ٢٧٥
- جدول رقم (١٨) المتوسطات الحسابية لترتيب عينة الدراسة وفقاً للعوامل والأسباب التي تؤثر في استخدام برامج الإفتاء التي يفضلون مشاهدتها كثيراً ٢٧٩
- جدول رقم (١٩) مدى متابعة أفراد العينة لبرامج الإفتاء وفقاً للجنس ٢٨٣
- جدول رقم (٢٠) مدى متابعة أفراد العينة لبرامج الإفتاء وفقاً للعمر ٢٨٤
- جدول رقم (٢١) مدى متابعة أفراد العينة لبرامج الإفتاء وفقاً للحالة الاجتماعية ٢٨٦
- جدول رقم (٢٢) مدى متابعة أفراد العينة لبرامج الإفتاء وفقاً للمستوى التعليمي ٢٨٧
- جدول رقم (٢٣) مدى متابعة أفراد العينة لبرامج الإفتاء وفقاً للمهنة ٢٨٩ - ٢٨٨
- جدول رقم (٢٤) مدى الوقت الذي يمضيه أفراد العينة في متابعة برامج الإفتاء وفقاً للجنس ٢٩٠
- جدول رقم (٢٥) مدى الوقت الذي يمضيه أفراد العينة في متابعة برامج الإفتاء وفقاً للعمر ٢٩١
- جدول رقم (٢٦) مدى الوقت الذي يمضيه أفراد العينة في متابعة برامج الإفتاء وفقاً للحالة الاجتماعية ٢٩٣
- جدول رقم (٢٧) مدى الوقت الذي يمضيه أفراد العينة في متابعة برامج الإفتاء وفقاً للمستوى التعليمي ٢٩٤
- جدول رقم (٢٨) مدى الوقت الذي يمضيه أفراد العينة في متابعة برامج الإفتاء وفقاً للمهنة ٢٩٦ - ٢٩٥

- جدول رقم (٢٩) العلاقة بين مدى متابعة أفراد العينة لبرامج الإفتاء ودرجة إشباعها
٢٩٨
- جدول رقم (٣٠) اختبار تحليل التباين الأحادي لدلالة الفروق في مدى متابعة أفراد العينة لبرامج الإفتاء باختلاف مستوى رضاهم عن تلك البرامج
٢٩٩
- جدول رقم (٣٠ - ١) اختبار شيفيه للكشف عن مصدر الفروق في مدى متابعة أفراد العينة لبرامج الإفتاء باختلاف مستوى رضاهم عن تلك البرامج
٣٠٠
- جدول رقم (٣١) العلاقة بين الوقت الذي يمضيه أفراد العينة في متابعة برامج الإفتاء ودرجة إشباعها
٣٠١
- جدول رقم (٣٢) اختبار تحليل التباين الأحادي لدلالة الفروق في الوقت الذي يمضيه أفراد العينة في متابعة برامج الإفتاء باختلاف مستوى رضاهم عن تلك البرامج
٣٠٣
- جدول رقم (٣٢ - ١) اختبار شيفيه للكشف عن مصدر الفروق في الوقت الذي يمضيه أفراد العينة في متابعة برامج الإفتاء باختلاف مستوى رضاهم عن تلك البرامج
٣٠٤ - ٣٠٣
- جدول رقم (٣٣) اختبار (T) لدلالة الفروق في درجة الإشباع التي تحققها برامج الإفتاء في القنوات الفضائية العربية باختلاف الجنس
٣٠٥
- جدول رقم (٣٤) اختبار (T) لدلالة الفروق في درجة الإشباع التي تحققها برامج الإفتاء في القنوات الفضائية العربية باختلاف الحالة الاجتماعية
٣٠٦
- جدول رقم (٣٥) اختبار تحليل التباين الأحادي لدلالة الفروق في درجة الإشباع التي تحققها برامج الإفتاء في القنوات الفضائية العربية باختلاف العمر
٣٠٦
- جدول رقم (٣٦) اختبار تحليل التباين الأحادي لدلالة الفروق في درجة الإشباع التي تحققها برامج الإفتاء في القنوات الفضائية العربية باختلاف المستوى التعليمي
٣٠٧
- جدول رقم (٣٧) اختبار تحليل التباين الأحادي لدلالة الفروق في درجة الإشباع التي تحققها برامج الإفتاء في القنوات الفضائية العربية باختلاف المهنة
٣٠٧
- جدول رقم (٣٧ - ١) اختبار شيفيه للكشف عن مصدر الفروق في درجة الإشباع التي تحققها برامج الإفتاء في القنوات الفضائية العربية باختلاف المهنة
٣٠٨

- جدول رقم (٣٨) الفروق في درجة الرضا عن مستوى برامج الإفتاء باختلاف الجنس
٣٠٩
- جدول رقم (٣٩) الفروق في درجة الرضا عن مستوى برامج الإفتاء باختلاف العمر
٣١٠
- جدول رقم (٤٠) الفروق في درجة الرضا عن مستوى برامج الإفتاء باختلاف الحالة الاجتماعية
٣١١
- جدول رقم (٤١) الفروق في درجة الرضا عن مستوى برامج الإفتاء باختلاف المستوى التعليمي
٣١٢
- جدول رقم (٤٢) الفروق في درجة الرضا عن مستوى برامج الإفتاء باختلاف المهنة
٣١٣ - ٣١٤

المراجع

أولاً: المراجع العربية:

١- كتب الأحاديث والمعاجم:

- ١ - أبو الحسن أحمد بن فارس بن زكريا، معجم مقاييس اللغة، تحقيق عبد السلام هارون، (القاهرة، مكتبة الخانجي، ١٩٨١م)، ٣/٢٤١.
- ٢ - أبو الفضل جمال الدين محمد بن مكرم ابن منظور، لسان العرب، (بيروت، دار صادر، ١٩٩٠م)، ج ٩.
- ٣ - أبو الفضل جمال الدين محمد بن مكرم ابن منظور، لسان العرب، (بيروت، دار الكتب العلمية، ١٩٩٣م).
- ٤ - أحمد رضا، معجم متن اللغة، (بيروت، دار مكتبة الحياة، ١٩٥٩م)، ٣/٢٦٨.
- ٥ - الإمام أحمد بن علي بن حجر العسقلاني، فتح الباري بشرح صحيح البخاري، كتاب العلم، باب العلم قبل القول والعمل، ج ١، (القاهرة، دار مصر للطباعة، ٢٠٠١م).
- ٦ - الأداء القاموس العربي الشامل عربي/عربي، الطبعة الأولى، دار الراتب الجامعية، بيروت (بدون تاريخ).
- ٧ - جبران مسعود، الرائد معجم لغوي عصري، (بيروت، دار العلم للملايين).
- ٨ - الإمام زكي الدين عبد العظيم بن عبد القوي المنذري، الترغيب والترهيب من الحديث الشريف، كتاب العلم، (بيروت، دار ابن حزم، ٢٠٠١م).
- ٩ - سنن ابن ماجه، باب الوصاة بطلبة العلم، ج ١، (اسطنبول، دار الدعوة، ١٩٩٢م).
- ١٠ - سنن ابن ماجه، باب فضل العلماء والحث على طلب العلم، ج ١، (دار إحياء التراث العربي، ١٩٧٥م).
- ١١ - صحيح البخاري، كتاب الطب، كتاب التيمم، كتاب المغازي، كتاب العلم، كتاب الأذان، ج ١، ج ٣، ج ٤، (بيروت، دار الكتب العلمية، ١٩٩٢م).

- ١٢ - صحيح سنن المصطفى ﷺ، ج ٢، (بيروت، دار الكتاب العربي، ب، ت).
- ١٣ - متقن الطلاب معجم عصري عربي/عربي، (بيروت، دار الراتب، بدون تاريخ).
- ١٤ - مجد الدين محمد بن يعقوب الفيروزآبادي، القاموس المحيط، (بيروت، مؤسسة الرسالة، ١٩٩٣م).
- ١٥ - مسند الإمام أحمد، مسند جابر بن عبد الله الأنصاري، (الأردن، بيت الأفكار الدولية، ٢٠٠٣م).

ب - الكتب العربية:

- ١ - ابن القيم الجوزية، إعلام الموقعين عن رب العالمين، ج ١، (لبنان، دار الجيل).
- ٢ - الإمام أبو حامد الغزالي، إحياء علوم الدين، (بيروت، دار النور الإسلامية، ١٤٠٠هـ)، ج ١.
- ٣ - أبو زكريا يحيى بن شرف النووي الدمشقي، آداب الفتوى والمفتي والمستفتي، (سوريا، دار الفكر، بدون تاريخ).
- ٤ - أحمد بن حمدان الحراني الحنبلي، صفة الفتوى وآداب المفتي والمستفتي، (بيروت، المكتب الإسلامي، ١٣٨٠هـ).
- ٥ - أحمد محمد عمر الأنصاري، آثار اختلاف الفقهاء في الشريعة، (الرياض، مكتبة الرشد، ١٤١٦هـ).
- ٦ - أحمد بن علي بن ثابت الخطيب البغدادي، الفقيه والمتفقه، (بيروت، دار الكتب العلمية، ١٩٨٠م).
- ٧ - أحمد علي طه ريان، ضوابط الاجتهاد والفتوى، (القاهرة، دار الوفاء للطباعة والنشر والتوزيع، ١٩٩٥م).
- ٨ - بسيوني إبراهيم حمادة، وسائل الإعلام والسياسة، دراسة في ترتيب الأولويات، القاهرة، مكتبة نهضة الشرق، ١٩٩٦م.
- ٩ - الشيخ تقي الدين أحمد ابن تيمية، رفع الملام عن الأئمة الأعلام، (بغداد، مكتبة القدس).
- ١٠ - حسن إبراهيم مكي وبركات عبد العزيز محمد، المدخل إلى علم الاتصال، (الكويت، مطبعة ذات السلاسل، ١٩٩٥م).
- ١١ - حسن عماد مكاوي، ليلى حسين السيد، الاتصال ونظرياته المعاصرة، القاهرة، الدار المصرية اللبنانية، ٢٠٠٢م.

- ١٢ - حسين محمد الملاح، الفتوى نشأتها وتطورها - أصولها وتطبيقاتها، (بيروت، المكتبة العصرية، ٢٠٠١م).
- ١٣ - حمدي حسن، الوظيفة الإخبارية لوسائل الإعلام، (القاهرة، دار الفكر العربي، ١٩٩١م).
- ١٤ - خالد حمد الخريف، الفتوى بغير علم وأثرها في الأمة، (الرياض، مكتبة الرشد، ١٤٢٩هـ).
- ١٥ - خالد سعود الرشود، المحاذير الشرعية في الفتاوى الفضائية، (الرياض، دار القاسم، ١٤٢٥هـ).
- ١٦ - خالد علي حسن أبو الخير، برامج الأحاديث الدينية التلفازية: إعدادها وتقديمها إخراجها، (الرياض، دار المجتمع، ١٤٠٩هـ).
- ١٧ - دينس ماكويل وسفن ويندل، نماذج الاتصال في الدراسات الإعلامية، تعريب: حمزة أحمد بيت المال، (الرياض، مطابع الفرزدق، ١٤١٨هـ).
- ١٨ - سعد شعبان، القمر الصناعي المصري: النابل سات، القاهرة، الهيئة المصرية العامة للكتاب، ١٩٩٨م.
- ١٩ - سهير جاد عبد العزيز شرف، البرامج التلفزيونية والإعلام الثقافي، (القاهرة، ١٩٨٧م).
- ٢٠ - سيد ساداتي الشنقيطي، البرامج الإعلامية بين الواقع والأمل، (الرياض، دار عالم الكتب، ١٤٠٧هـ).
- ٢١ - صالح بن عبد الله بن حميد، أدب الخلاف، (مكة المكرمة، جامعة أم القرى، ١٤١١هـ).
- ٢٢ - صالح بن غانم السدلان، الأنشطة الدعوية في المملكة العربية السعودية، (الرياض، دار بلنسية، ١٤١٧هـ).
- ٢٣ - صالح بن فوزان الفوزان، الملخص الفقهي، ج ١، ج ٢، (الدمام، دار ابن الجوزي، ١٩٩٩م).
- ٢٤ - عاصف حميدي، العمل الإذاعي والتلفزيوني: مفاتيح النجاح وأسرار الإبداع، (أبو ظبي، ٢٠٠٤م).
- ٢٥ - عبد الحميد ميهوب عويس، أحكام الإفتاء والاستفتاء، (القاهرة، دار الكتاب الجامعي، ١٤٠٤هـ).
- ٢٦ - عبد الرحمن حسن حبنكة الميداني، ضوابط المعرفة وأصول الاستدلال والمناظرة، (دمشق، دار القلم، ١٤٠١هـ).

- ٢٧ - عبد الرزاق محمد الدليمي، عولمة التلفزيون، (الأردن، دار جرير للنشر والتوزيع، ٢٠٠٥م).
- ٢٨ - عبد العزيز بن عبد الله الراجحي، التقليد والإفتاء والاستفتاء أحكامها، شروطها، أدلتها، (الرياض، ١٤١٣هـ).
- ٢٩ - عبد القادر طاش، الإعلام الإسلامي في القنوات الفضائية العربية، (جدة، دار الأندلس الخضراء للنشر والتوزيع، ١٤٢٤هـ).
- ٣٠ - عبد القادر طاش، الإعلام وقضايا الواقع الإسلامي، الرياض، مكتبة العبيكان، ١٩٩٥م.
- ٣١ - عبد القادر طاش، الإعلام والتغريب الثقافي، الرياض، مؤسسة آسام للنشر ١٤١٣هـ.
- ٣٢ - عبد القادر طاش، دراسات إعلامية، الرياض، دار الصافي للثقافة والنشر، ١٩٨٩م.
- ٣٣ - عبد القادر طاش، الصورة النمطية للإسلام والعرب في مرآة الإعلام الغربي، الرياض، شركة الدائرة للإعلام، ١٩٨٩م.
- ٣٤ - عبد الكريم زيدان، نظرات في الشريعة الإسلامية، (بيروت، مؤسسة الرسالة، ١٤٢١هـ).
- ٣٥ - عبد الله عبد المحسن التركي، أسباب اختلاف الفقهاء، (القاهرة، مطبعة السعادة، ١٣٩٤هـ).
- ٣٦ - عبد المجيد شكري، الدراما الإذاعية وفن كتابة وإخراج التمثيلية الإذاعية: دراسة نظرية ونماذج تطبيقية، (القاهرة، دار الفكر العربي، ٢٠٠٠م).
- ٣٧ - عبد الوهاب سليم الزيني، الإعلام في خدمة الدعوة للائتمان الإسلامي، (الرياض، مكتبة الخريجي، ١٩٨٤م).
- ٣٨ - عثمان بن الصلاح الشهرزوري، أدب الفتوى وشروط المفتي وصفة المستفتي وأحكامه وكيفية الفتوى والاستفتاء، (القاهرة، مكتبة الخانجي، ١٩٩٢م).
- ٣٩ - فؤاد توفيق العاني، الصحافة الإسلامية ودورها في الدعوة، (بيروت، مؤسسة الرسالة، ١٩٩٣م).
- ٤٠ - فرج عبد القادر، أصول علم النفس الحديث، (القاهرة، عين للدراسات والبحوث الإنسانية والاجتماعية، ١٩٩٩م).
- ٤١ - فريد عبد العزيز الزامل السليم، الفتوى والاستفتاء في البرامج الإعلامية المباشرة، (الرياض، مكتبة الرشد، ١٤٢٦هـ).

- ٤٢ - فهد بن سعد الجهني، الفتوى وأثرها في حماية المعتقد وتحقيق الوسطية، سلسلة بحوث علمية محكمة رقم ٢١، (الدمام، دار ابن الجوزي، ١٤٢٨هـ).
- ٤٣ - كرم شلبي، فن الكتابة للراديو والتلفزيون، (جدة، دار الشروق للنشر والتوزيع، ١٩٨٧م).
- ٤٤ - كرم شلبي، المذيع وفن تقديم البرامج في الراديو والتلفزيون، (جدة، دار الشروق للنشر والتوزيع، ١٩٨٦م).
- ٤٥ - كرم شلبي، الخبر الإذاعي: فنونه وخصائصه في الراديو والتلفزيون، (جدة، دار الشروق للنشر والتوزيع، ١٩٨٥م).
- ٤٦ - لجنة الحمصي، تاريخ الفتوى في الإسلام وأحكامها الشرعية، (دمشق، دار الرشيد، ١٤١٧هـ).
- ٤٧ - محمد الحيزان، البحوث الإعلامية، الرياض، الطبعة الأولى، ١٩٩٨م.
- ٤٨ - محمد حسام الدين، المسؤولية الاجتماعية للصحافة، القاهرة، الدار المصرية اللبنانية، ٢٠٠٣م.
- ٤٩ - محمد بن سعود البشر، نظريات التأثير الإعلامي، (الرياض، غيناء للنشر، ١٤٢٤هـ).
- ٥٠ - محمد سليمان عبد الله الأشقر، الفتيا ومناهج الإفتاء، (الكويت، الدار السلفية، ١٤٠٨هـ).
- ٥١ - محمد بن صالح العثيمين، الخلاف بين العلماء أسبابه وموقفنا منه، (الرياض، مدار الوطن، ١٤٢٨هـ).
- ٥٢ - محمد عبد الحميد، نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، القاهرة، عالم الكتب، ٢٠٠٤م.
- ٥٣ - محمد عبد الحميد، دراسة الجمهور في بحوث الإعلام، (القاهرة، عالم الكتب، ١٩٩٣م).
- ٥٤ - محمد عبد الله الحضيف، كيف تؤثر وسائل الإعلام دراسة في النظريات والأساليب، (الرياض، مكتبة العبيكان، ١٩٩٨م).
- ٥٥ - محمد معوض، المدخل إلى فنون العمل التلفزيوني، (القاهرة، دار الفكر العربي، بدون تاريخ).
- ٥٦ - محمد معوض إبراهيم وبركات عبد العزيز، إنتاج البرامج الإذاعية والتلفزيونية، (الكويت، دار ذات السلاسل، ١٩٩٨م).

- ٥٧ - محمد منير حجاب، أساسيات الرأي العام، (القاهرة، دار الفجر، ١٩٩٨).
- ٥٨ - محمود حسن إسماعيل، مبادئ علم الاتصال ونظريات التأثير، (القاهرة، الدار العالمية للنشر والتوزيع، ٢٠٠٣م).
- ٥٩ - محمود فهمي، الفن الإذاعي والتلفزيوني، (القاهرة، مكتبة الإنجلو المصرية، ١٩٨٢م).
- ٦٠ - مصطفى أحمد الزرقا، المدخل الفقهي العام، (دمشق، مطابع ألف باء - الأديب، ١٩٦٧م)، ج ١.
- ٦١ - مصطفى أحمد الزرقا، الفقه الإسلامي ومدارسه، (بيروت، الدار الشامية، ١٤١٦هـ).
- ٦٢ - ميخائيل وسينجليتري جيرالد ستون، نظرية الاتصال والبحوث التطبيقية، ترجمة: عبد الله بن اهنية وسعد هادي القحطاني، (الرياض، مركز البحوث والدراسات الإدارية، معهد الإدارة العامة، ١٩٩٩م).
- ٦٣ - هاني الرضا، ورامز عمار، الرأي العام والإعلام والدعاية، (بيروت، المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر والتوزيع، ١٩٩٨م).
- ٦٤ - يحيى بسيوني مصطفى، البدائل الإسلامية لمجالات الترويج المعاصرة، (الإسكندرية، دار المعرفة الجامعية، ١٩٩٠م).
- ٦٥ - يوسف القرضاوي، الفتوى بين الانضباط والتسيب، (بيروت، المكتب الإسلامي، ١٤١٥هـ).
- ٦٦ - يوسف القرضاوي، الرسول والعلم، (بيروت، مؤسسة الرسالة، ١٤٠٤هـ).

ت - الرسائل العلمية:

- ١ - أشرف جلال حسن، دوافع استخدام الجمهور المصري للإعلام التلفزيوني وإشباعاته، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، ١٩٩٥م.
- ٢ - خالد بن عبد الله المزيني، الفتيا المعاصرة، دراسة تأصيلية تطبيقية على ضوء السياسة الشرعية، رسالة دكتوراه غير منشورة، قسم السياسة الشرعية، المعهد العالي للقضاء، جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية، ١٤٢٧هـ.
- ٣ - ريم إسماعيل عبود، استخدامات طالبات الجامعة في مصر وسوريا لشبكة الإنترنت والإشباعات المتحققة، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، ٢٠٠٤م.

- ٤ - سامي عبد العظيم العوضي، استخدامات الشباب الجامعي لقنوات الاتصال الشخصي والجماعي في الحصول على المعلومات الدينية، رسالة دكتوراه غير منشورة، قسم الصحافة والإعلام، كلية اللغة العربية، جامعة الأزهر، ١٩٩٨م.
- ٥ - سامي عبد العظيم العوضي، اتجاهات خطيب المسجد حول مضمون البرامج التلفزيونية، رسالة ماجستير غير منشورة، قسم الصحافة والإعلام، كلية اللغة العربية، جامعة الأزهر، ١٩٨٨م.
- ٦ - عادل فهمي البيومي، البرامج الدينية في التلفزيون المصري ودورها في تثقيف الدين للشباب، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، ١٩٩١م.
- ٧ - عبد الرحيم درويش، تعرض المراهقين للأفلام السينمائية والإشباع التي تحققها، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، ١٩٩٧م.
- ٨ - عبد الستار عبد الإله عبد الرحمن، القضايا التي تناولها البرامج الدينية في الراديو والتلفزيون، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، ١٩٩٥م.
- ٩ - عثمان فكري، استخدامات النخبة العلمية المصرية لوسائل الاتصال، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، ٢٠٠٦م.
- ١٠ - علياء علي محمد عنتر، علاقة طلاب المرحلتين الإعدادية والثانوية بالإذاعة التعليمية بمصر، دراسة ميدانية على عينة من الطلاب، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، ٢٠٠٥م.
- ١١ - علي سعد العتيبي، استخدامات الجمهور للقنوات التلفزيونية الفضائية وإشباعاتها، رسالة دكتوراه غير منشورة، قسم الإعلام، جامعة الإمام محمد بن سعود، ٢٠٠٤م.
- ١٢ - علي ظافر الشهراني، اتجاهات طلاب جامعة الملك سعود نحو البرامج الحوارية المباشرة في القنوات الفضائية العربية، رسالة ماجستير غير منشورة، قسم الإعلام، جامعة الملك سعود، ٢٠٠٢م.
- ١٣ - عماد جاسم الحمود، تعرض الجمهور السعودي لبرامج المسابقات الثقافية في القنوات التلفزيونية الفضائية العربية، دراسة الاستخدامات والإشباع على عينة من سكان مدينة الرياض، رسالة ماجستير غير منشورة، قسم الإعلام، جامعة الملك سعود، ٢٠٠٥م.

- ١٤ - فتحية مرابط، استخدامات طلاب جامعة الجزائر للقنوات الفرنسية وما تحققه من إشباعات، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، ٢٠٠١م.
- ١٥ - كمال بديع، استخدامات الشباب السوري للبرامج الثقافية في الراديو والتلفزيون والإشباعات المتحققة منها، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، ١٩٩٨م.
- ١٦ - ليلي حسين محمد، استخدامات الأسرة المصرية لوسائل الاتصال الإلكترونية ومدى الإشباع الذي تحققه، دراسة مسحية لعينة من أرباب وربات الأسر، رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، ١٩٩٣م.
- ١٧ - محمد أحمد فضل أحمد الحديدي، استخدامات مجلات الأطفال وإشباعاتها، دراسة ميدانية على عينة من أطفال الريف والحضر، رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، ١٩٩٩م.
- ١٨ - محمد أحمد محمد الأسمرى، العلاقة بين التعرض للصحافة السعودية والمعرفة الدينية، دراسة ميدانية مقارنة على عينة من الصحافة والجمهور في المجتمع السعودي، رسالة دكتوراه غير منشورة، قسم الإعلام، جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية، ١٤٢٤هـ.
- ١٩ - محمد أحمد هاشم، البرامج الدينية في القنوات الفضائية العربية، دراسة تحليلية، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة الأزهر، كلية اللغة العربية قسم الصحافة والإعلام، ٢٠٠٥م.
- ٢٠ - محمد حمود النهاري، البرامج الدينية في الإذاعة اليمنية، بحث السنة النهائية لمرحلة الماجستير غير منشور، المعهد العالي للدعوة الإسلامية، قسم الإعلام، جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية، ١٤٠٥هـ.
- ٢١ - محمد عبد العزيز فرحان، البرامج الدينية في التلفزيون اليمني... واقعها وسبل تطويرها، رسالة ماجستير غير منشورة، قسم الإعلام، جامعة الإمام محمد بن سعود، ١٩٩٧م.
- ٢٢ - محمد بن علي هندية، البرامج الدينية في قنوات التلفزيون الفضائية العربية، رسالة دكتوراه غير منشورة، قسم الإعلام، جامعة الإمام محمد بن سعود، ١٤٢٣هـ.
- ٢٣ - محيي الدين عبد الحلیم، الإعلام الديني وأثره في الرأي العام، رسالة دكتوراه منشورة، كلية الإعلام، جامع القاهرة، ١٩٧٨م.

- ٢٤ - مساعد المحيا، دوافع استخدام وسائل الاتصال الإلكتروني ومدى الإشباع الذي تحققه، رسالة دكتوراه غير منشورة، قسم الإعلام، جامعة الإمام محمد بن سعود، ١٩٩٤م.
- ٢٥ - مصطفى حمدي أحمد محمد، استخدامات المراهقين للقنوات الفضائية والإشباع المتحققة، دراسة مسحية على عينة من المراهقين في المنيا والقاهرة، رسالة ماجستير غير منشورة، قسم الإعلام، جامعة المنيا، ٢٠٠٢م.
- ٢٦ - نجلاء عبد الحميد فهمي الجمال، دوافع استخدام الصفوة الثقافية للوسائل الإعلامية المتخصصة والإشباع المتحققة لهم، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، ٢٠٠٦م.
- ٢٧ - نوال عمر، دور الإعلام الديني في تغير بعض القيم في الأسرة الريفية والحضرية، رسالة دكتوراه منشورة، كلية الآداب، جامعة الزقازيق، ١٩٨٤م.
- ٢٨ - هبة أمين شاهين، استخدامات الجمهور المصري للقنوات الفضائية العربية: دراسة تحليلية وميدانية، رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، ٢٠٠١م.

ث - الأبحاث المنشورة:

- ١ - إبراهيم إمام، تكنولوجيا التعليم وتطبيقاته في البرامج الدينية، بحث مقدم لندوة تطوير البرامج الدينية في تلفزيونات دول الخليج، جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية، ١٤٠٧هـ.
- ٢ - إبراهيم إمام، نحو بلاغة تلفزيونية في البرامج الدينية، سلسلة بحوث ودراسات تلفزيونية، (الرياض، جهاز تلفزيون الخليج، ١٤٠٣هـ).
- ٣ - أميمه محمد عمران، التعرض للمواقع الدينية بالإنترنت وعلاقته بمنظومة القيم لدى الشباب، دراسة ميدانية على عينة من الشباب الجامعي بالصعيد، بحث مقدم للمؤتمر العلمي الثالث عشر، (الإعلام والبناء الثقافي والاجتماعي للمواطن العربي)، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، ٨ - ١٠ مايو/أيار ٢٠٠٧م.
- ٤ - جعفر شيخ إدريس، الأجوبة الإسلامية عن الأسئلة الفلسفية، المصدر موقع الشيخ جعفر شيخ إدريس على شبكة الإنترنت www.jaafaridris.com، فبراير - مارس/شباط - آذار ١٩٩٣م.
- ٥ - سعيد عبد الله حارب، دور البرامج الدينية في مواجهة الإلحاد والانحراف، بحث مقدم لندوة تطوير البرامج الدينية في تلفزيونات دول الخليج، جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية، ١٤٠٧هـ.

- ٦ - سلوى إمام، تأثير مشاهدة الجمهور المصري للقنوات الفضائية على وسائل الاتصال، مؤتمر الفضائيات العربية ومتغيرات العصر، الأكاديمية الدولية لعلوم الإعلام، القاهرة: الدار المصرية اللبنانية، الطبعة الأولى ٢٠٠٥م.
- ٧ - سهير صالح إبراهيم، دور القنوات الفضائية الإسلامية في إمداد الجمهور بالثقافة الدينية، بحث مقدم للمؤتمر العلمي الثالث عشر (الإعلام والبناء الثقافي والاجتماعي للمواطن العربي)، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، ٨ - ١٠ مايو/أيار ٢٠٠٧م.
- ٨ - سيد ساداتي الشنقيطي، أسس تكامل المبادئ والغايات بين البرامج الدينية والبرامج الأخرى، بحث مقدم لندوة تطوير البرامج الدينية في تلفزيونات الخليج، ١٩٨٧م.
- ٩ - صالح السيد عراقي، أساليب تطوير الخطاب الديني في القنوات الفضائية العربية، دراسة على عينة من الخبراء والقائمين بالاتصال في تلك القنوات، بحث مقدم للمؤتمر العلمي الثاني عشر، (الإعلام وتحديث المجتمعات العربية)، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، ٢ - ٤ مايو ٢٠٠٦م، الجزء الثالث.
- ١٠ - عاطف عدلي العبد، الإعلام الديني المرئي الأهداف المضمون والتعرض، ورقة بحث، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، ٢٠٠٤م.
- ١١ - عثمان العربي، نظرية الاستخدامات والإشباع في الاتصال الجماهيري رؤية نقدية، بحث مقدم إلى الحلقة الدراسية الثانية حول (المنهجية في العلوم الإنسانية)، كلية الآداب، جامعة الملك سعود، ٢ - ٤/١/١٤١٢هـ، بحث غير منشور.
- ١٢ - محمد عبد العزيز الحيزان، المصدر موقع مركز الأخبار - أمان على شبكة الإنترنت، www.amanjordan.org ٢٠٠٢م.
- ١٣ - نجوى عبد السلام، أنماط ودوافع استخدام الشباب المصري لشبكة الإنترنت، دراسة استطلاعية، المؤتمر العلمي الرابع، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، في الفترة من ٢٥ - ٢٧ مايو/أيار ١٩٩٨م.
- ١٤ - هشام محمد عبد الغفار محمد، استخدام أئمة مساجد القاهرة للمضامين الدينية المتخصصة في الصحف المصرية، بحث مقدم للمؤتمر العلمي الثاني عشر، (الإعلام وتحديث المجتمعات العربية)، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، ٢ - ٤ مايو/أيار ٢٠٠٦م، الجزء الثاني.
- ١٥ - الهيئة العليا لتطوير مدينة الرياض www.arriyadh.com

- ١٦ - يحيى بسيوني مصطفى، إمكانية استخدام تقنيات التلفزيون في إنتاج البرامج الدينية، بحث مقدم لندوة تطوير البرامج الدينية في تلفزيونات الخليج، جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية، ١٩٨٧م.

ج - الدوريات:

- ١ - إبراهيم إمام، كيف نجعل البرامج الدينية في التلفزيون أكثر تشويقاً، المجلة العربية، العدد ٧١، ذو الحجة ١٤٠٣هـ.
- ٢ - اتحاد الإذاعة والتلفزيون بمصر، تقييم البرامج الدينية في الإذاعة والتلفزيون، مجلة الإعلام العربي دورية الدراسات الإعلامية العربية، السنة الثالثة، العدد الأول، ١٩٨٣م.
- ٣ - السيد بخيت، استخدام الإنترنت كوسيلة تعليمية في مجال الصحافة، دراسة تجريبية على طلبة الصحافة بجامعة الإمارات، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، العدد الثامن، أغسطس - أكتوبر/آب - ت ١ ٢٠٠٠م.
- ٤ - بسيوني إبراهيم حمادة، الاتجاهات العالمية الحديثة في بحوث التأثيرات الاجتماعية لوسائل الاتصال الجماهيري، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، العدد الثالث، يوليه - سبتمبر/حزيران - أيلول ٢٠٠٢م.
- ٥ - بكر محمد إبراهيم، اتجاهات مشاهدي إعلانات التلفزيون السعودي، المجلة التونسية لعلوم الاتصال، العدد ٣١، ١٩٩٧م.
- ٦ - حسن علي الأهدل، الإعلام الإسلامي في مواجهة التشويه، مجلة المنهل، العدد ٥٧٧، شوال/ذو القعدة ١٤٢٢هـ.
- ٧ - حسن عماد مكاي، استخدامات التلفزيون وإشباعاته في سلطنة عُمان، مجلة بحوث الاتصال، العدد الثامن، ديسمبر/ك ١ ١٩٩٢م.
- ٨ - حنان جنيد، تكنولوجيا الاتصال التفاعلي (الإنترنت) وعلاقته بدرجة الوعي السياسي لدى طلاب الجامعات المصرية، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، العدد الثامن عشر، يناير - مارس/ك ٢ - آذار ٢٠٠٣م.
- ٩ - رزق سعد عبد المعطي، استخدامات الإعلام الديني وإشباعاته في مصر، دراسة ميدانية على عينة من جماهير المجتمع الريفي، مجلة البحوث الإعلامية، قسم الصحافة والإعلام، جامعة الأزهر، العدد السابع، ١٩٩٧م.
- ١٠ - زامل عباس أبو زنادة وحمزة أحمد بيت المال، الفيديو: استخداماته وآثاره على الأطفال في المملكة العربية السعودية، مجلة بحوث الاتصال، العدد السادس، ديسمبر/ك ١ ١٩٩١م.

- ١١ - سامي عبد الرؤوف طابع، استخدام الإنترنت في العالم العربي، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، العدد الرابع، أكتوبر - ديسمبر/ت ١ - ك ١٢٠٠٠م.
- ١٢ - سلام أحمد عبده، استخدامات أعضاء النقابات المهنية للمجلات النقابية والإشباع المتحققة منها، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، العدد الثاني والعشرون، يناير - يونيو/ك ٢ - حزيران ٢٠٠٤م.
- ١٣ - عادل مراد، برامج التلفزيون الأجنبية ومصادرها، المجلة العربية للدراسات الدولية، السنة الخامسة، العدد الأول، ١٩٩٤م.
- ١٤ - عبد الله بن عبد المحسن التركي، البيان الختامي لندوة صورة الإسلام في الإعلام المعاصر التي عقدتها الأمانة العامة لرابطة العالم الإسلامي في مكة المكرمة ١٤٢٢/٨/١٨هـ، مجلة المنهل، العدد ٥٧٧، شوال/ ذو القعدة ١٤٢٢هـ.
- ١٥ - عبد الله الغامدي، (سفن آي) تطرح جهاز التلفزيون التفاعلي في المملكة كأول محطة في العالم العربي، جريدة الشرق الأوسط، العدد ٨٨٢٩، تاريخ ٣٠/١/٢٠٠٣م.
- ١٦ - عربي عبد العزيز أحمد الطوخي، علاقة الطفل المصري ببرامج الأطفال في القنوات الفضائية الدينية، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، العدد الأول، يناير - يونيو/ك ٢ - حزيران ٢٠٠٦م.
- ١٧ - عربي عبد العزيز أحمد الطوخي، استخدامات الطفل المصري لمطبوعات مهرجان القراءة للجميع والإشباع المتحققة، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، العدد المزدوج، يناير - ديسمبر/ك ٢ - ك ١٢٠٠٣م.
- ١٨ - عزة عبد العظيم محمد، علاقة كبار السن بإذاعة الكبار المتخصصة، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، العدد الواحد والعشرون، أكتوبر - ديسمبر/ت ١ - ك ١٢٠٠٣م.
- ١٩ - محمد رضا أحمد، استخدام الشباب الجامعي للأنترنت وعلاقته باتجاهاتهم نحو بعض المفاهيم السلوكية، مجلة البحوث الإعلامية، العدد ١٩، قسم الصحافة والإعلام، كلية اللغة العربية، جامعة الأزهر، ٢٠٠٣م.
- ٢٠ - محمد بن سعود البشر، قصور النظرية في الدراسات الإعلامية، المجلة العربية للعلوم الإنسانية، العدد الثالث والثمانون، صيف ٢٠٠٣م.
- ٢١ - محمد غريب، تعرض طلاب الجامعات لقناة إقرأ الفضائية وعلاقته بإدراك القيم والموضوعات الدينية، دراسة ميدانية في إطار نظرية الغرس، مجلة دراسات الطفولة، معهد الدراسات العليا للطفولة، جامعة عين شمس، عدد يوليو/تموز ٢٠٠٣م.

- ٢٢ - محمد غريب، دور البرامج الدينية بالقنوات الفضائية العربية في التثقيف الديني لدى طلاب الجامعات، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، المجلد السادس، العدد الثاني، يونيه - ديسمبر/حزيران - ك١ ٢٠٠٥م.
- ٢٣ - محمد يونس، استخدامات طلبة جامعة الإمارات العربية المتحدة للإنترنت كمصدر للثقافة الإسلامية، دراسة ميدانية، مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة الإمارات العربية المتحدة، مجلد ٢١، العدد ١، إبريل/نيسان ٢٠٠٥م.
- ٢٤ - محمود حسن إسماعيل، استخدامات المراهقين للقنوات الفضائية الدينية والإشباع المتحققة منها، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، المجلد الخامس، العدد الثاني، يونيه - ديسمبر/حزيران - ك١ ٢٠٠٤م.
- ٢٥ - محمود مزيد، اتجاهات شباب الجامعات الليبية نحو شبكة الإنترنت، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، المجلد السادس، يناير - يونيو/ك٢ - حزيران ٢٠٠٥م.
- ٢٦ - هالة كمال، آمال سعد، استخدامات شبكة الإنترنت بين جمهور الشباب، دراسة تطبيقية على طلاب جامعة جنوب الوادي فرعي قنا وسوهاج، مجلة كلية الآداب، جامعة جنوب الوادي، العدد ١٢، ٢٠٠٢م.

ح - المقالات:

- ١ - الفتوى أعم من الحكم، دولة الكويت، المصدر: موقع البوابة الإسلامية - الموقع الرسمي لوزارة الأوقاف والشئون الإسلامية على شبكة الإنترنت.
- ٢ - أيمن حامد، الفتاوى الغربية من المسؤول عنها؟، جريدة الشرق الأوسط، العدد ١٠٤١٨، تاريخ ١٠٤١٨/٦/٧م.
- ٣ - سلمان بن فهد العودة، الفتوى المعاصرة، المصدر: موقع الإسلام اليوم على شبكة الإنترنت. www.islamtoday.net، ١٤٢٧/٨/٢٤هـ.
- ٤ - سلمان بن فهد العودة، الفتوى المباشرة، (جريدة الجزيرة، العدد ١٢٧٠٨، ١٤٢٨/٧/١هـ).
- ٥ - علي جمعة، تجريم إصدار فتاوى دون تصريح رسمي في مصر، برنامج الشريعة والحياة، المصدر: شبكة قناة الجزيرة على الإنترنت www.aljazeera.net.
- ٦ - فيصل عباس، القنوات الدينية في أميركا تنافس الترفيه والأخبار.. تلفزيونياً وإذاعياً، جريدة الشرق الأوسط، العدد ١٠٤٢٤.

- ٧ - مؤتمر منهجية الإفتاء في عالم مفتوح . الواقع الماثل، والأمل المرتجى، (الكويت، المركز العالمي للوسطية، ٩ - ١١/٥/١٤٢٨هـ)، المصدر: موقع قناة المجد العلمية على شبكة الإنترنت. www.islamacademy.net.
- ٨ - مجموعة المرشدين العرب، قنوات التلفزيون الفضائية في العالم العربي ٢٠٠٩م، المصدر موقع مجموعة المرشدين العرب على شبكة الإنترنت على العنوان التالي:
- <http://www.arabadvisors.com/arabic/Pressers/presser-110609.htm>.
- ٩ - مساعد بن عبد الله المحيا، حارس البوابة في وسائلنا الإعلامية . والممارسة الانتقائية، مجلة الدعوة، العدد ١٧٢٠، ٢٤ شعبان ١٤٢٠هـ.
- ١٠ - مساعد بن عبد الله المحيا، القنوات الفضائية ميدان رحب يغيب عنه الدعاة، مجلة الدعوة، العدد ١٧٢٣، ٢٤ ذو القعدة ١٤٢٠هـ.
- ١١ - وهبة الزحيلي، اختلاف الفتاوى وتضاربها، برنامج الشريعة والحياة، المصدر: شبكة قناة الجزيرة على الإنترنت. www.aljazeera.net.
- ١٢ - يوسف القرضاوي، الإعلام وفوضى الفتاوى، برنامج الشريعة والحياة، المصدر: شبكة قناة الجزيرة على الإنترنت. www.aljazeera.net.
- ١٣ - يوسف القرضاوي، موجبات تغير الفتوى، برنامج الشريعة والحياة، المصدر: شبكة قناة الجزيرة على الإنترنت. www.aljazeera.net.

ثانياً: المراجع الأجنبية:

الرسائل العلمية:

1. Kim, k. (1986). A uses and gratifications analysis of televangelism (religious TV, religious broadcasting, media christianity). PhD. Thesis. state university of New York at Buffalo.
2. David, C. (2006). Learning Political information from the news: A closer look at the role of motivation. PhD. Thesis. University of Pennsylvania.
3. Earnhardt, M. (2006). Examining Political motives and elaboration when using television and internet: Testing the multi-channel political motivation and elaboration model. PhD. Thesis. Kent state University.
4. Rothenberg, K. (2004). The communication information-seeking model: Examining information-seeking motivation and associated channel use. PhD. Thesis. Kent state University.
5. Ha, J. (2004). Audiences' choice of direct broadcast satellite service in a rural television market: Exploring adoption factors. PhD. Thesis. Southern Illinois University at Carbondale.

6. Hwang, H. (2005). Predictors of IM use among united states college student: Gratification sought, gratifications obtained and social presence. PhD. Thesis. Temple University.
7. Al-Matrouk, A.(2004). The use of the Internet as an alternative news source: An examination of Kuwaiti traditional media and the Internet for news processing. PhD. Thesis. The University of Memphis.
8. Park, I. (2004). Internet usage of Korean and American students: A uses and gratifications approach. PhD. Thesis. The University of southern Mississippi.
9. Al-Ghamdi, M. (2005). Saudi Arabian television (First Channel) touristic programs: Uses and gratifications and perceptions of the programs' effect by Saudi tourists who spend their summer vacations domestically. PhD. Thesis. The University of Kansas.
10. Mesbah, H. (1991). Uses and Gratification of Television Viewing among Egyptian Adults. Unpublished Master Thesis. American University in Cairo.

المقالات :

1. Schleifer, A. Media Explosion in Arab World: The Pan-Arab Satellite Broadcasters. available at: [http://www.tbsjournal.com/Archives/Fall98/Articles1/Pan-Arab bcasters/pan-arab_bcasters.html](http://www.tbsjournal.com/Archives/Fall98/Articles1/Pan-Arab%20broadcasters/pan-arab_bcasters.html).
2. Alterman, J. Transitional Media and Regionalism. www.tbsjournal.com/html/panarabbroadcasters.
3. Abelaman, R. (1987). Religious television uses and gratification. *Journal of Broadcasting and electronic media*. v.31, no.3, pp.309-321.
4. Pettersson, T. (1986). The audiences' uses and gratifications of TV worship services. *Journal for the scientific study of religion*. v.25, no.4, pp. 391-409.
5. Holbert, R., Kwak, N. & Shah, D. (2003). Enviromental Concern, Patterns of Television Viewing, and Proenviromental Behaviors: Integrating Models of Media Consumption and Effects. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*. v.47, no.2, pp. 96-177.
6. Segrin, C. & Nabin, R. (2002). Does Television Viewing Cultivate Unrealistic Expectations About Marriage. *Journal of Communication*. v.52, no.2, pp.63-247.
7. Hoover, S., Clark, L. & Rainae, L. (2004). 64% of wired Americans have used the Internet for spiritual or religious purposes. *Faith Online*. Washington.
8. Kaye, B. & Johnson, T. (2002). Online and in the know: uses and gratifications of the web for political information. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*. v.46, no.1, pp 54-71.

9. Leung, L. & Wei, R. (2000). More than just talk on the move: uses and gratification of the cellular phone. *Journalism and Mass Communication Quarterly*. v.77, no.2. pp. 20-308.
10. Labbe, C. & Fortner, R. (2001). Perceptions of the concerned reader: an analysis of the subscribers of E/the environmental magazine. *The Journal of Environmental Education*. v.32, no.3, pp. 6-41.
11. Abelman, R. (1987). Why Do People Watch ReligiousTV?: A Use and Gratifications Approach. *Review of Religious Research*. v.29, no.2.
12. Abelman, R. & Neuendorf, K. (1987). Themes and Topics in Religious Television Programming. *Review of Religious Research*. v.29, no.2.

فهرس الموضوعات

الصفحة	الموضوع
٥	* إهداء
٧	* مقدمة
	الباب الأول
	مدخل للدراسة
٣٣	الفصل الأول: التطورات البحثية لنظرية الاستخدامات والإشباعات
٣٥	المبحث الأول: نظرية الاستخدامات والإشباعات
٣٨	المطلب الأول: نظرية الاستخدامات والإشباعات المفهوم والنشأة
٤٥	المطلب الثاني: فروض نظرية الاستخدامات والإشباعات ونماذجها
٥١	المطلب الثالث: عناصر نظرية الاستخدامات والإشباعات
٥٧	المطلب الرابع: الانتقادات الموجهة لنظرية الاستخدامات والإشباعات ..
	المبحث الثاني: التطبيقات الحديثة في بحوث نظرية الاستخدامات والإشباعات
٦٥	المطلب الأول: دمج نظرية الاستخدامات والإشباعات مع نظريات أخرى
٦٩	المطلب الثاني: تطبيق النظرية في بيئة اتصالية جديدة كالإنترنت والهاتف
٧٥	النقال
	المطلب الثالث: تطبيق النظرية عبر دراسات استخدامات البرامج التلفزيونية المتخصصة
٨٣	المطلب الرابع: تطبيق النظرية عبر دراسات استخدامات فئات من «الجمهور النوعي» لوسائل الإعلام والإشباعات المتحققة منها
٨٨	المطلب الخامس: الرؤية المستقبلية لبحوث نظرية الاستخدامات والإشباعات
١٠١	الفصل الثاني: برامج الإفتاء في القنوات الفضائية العربية
١٠٥	

المبحث الأول: مفهوم البرامج الدينية أنواعها وأنماطها	١٠٧
المطلب الأول: مفهوم البرامج الدينية التلفزيونية في الفضائية العربية	١١٨
المطلب الثاني: أنواع البرامج الدينية التلفزيونية في الفضائيات العربية من	
حيث المضمون	١٢٢
المطلب الثالث: أشكال البرامج الدينية التلفزيونية في الفضائيات العربية	١٣٢
المبحث الثاني: طبيعة برامج الإفتاء في الفضائيات العربية أهميتها وأهدافها	١٥٥
المطلب الأول: طبيعة برامج الإفتاء التلفزيونية	١٥٦
المطلب الثاني: أهمية برامج الإفتاء التلفزيونية في الفضائيات العربية	١٧٢
المطلب الثالث: أهداف برامج الإفتاء التلفزيونية في القنوات الفضائية	
العربية	٢٠٠
المبحث الثالث: علاقة المعرفة الدينية باستخدام وسائل الإعلام	٢٠٥
المطلب الأول: مفهوم المعرفة الدينية ومصادرها ومجالاتها	٢٠٦
المطلب الثاني: علاقة المعرفة الدينية باستخدام وسائل الإعلام	٢٢٠

الباب الثاني

نتائج الدراسة ومناقشتها

الفصل الأول: نتائج الدراسة	٢٢٧
المبحث الأول: مدى تعرض الجمهور السعودي لبرامج الإفتاء في القنوات	
الفضائية العربية	٢٤٥
المبحث الأول: مدى تعرض الجمهور السعودي لبرامج الإفتاء في	
القنوات الفضائية العربية	٢٤٦
المطلب الأول: مشاهدة القنوات الفضائية العربية	٢٤٧
المطلب الثاني: مشاهدة برامج الإفتاء في القنوات الفضائية العربية	٢٤٨
المطلب الثالث: الوقت الذي يمضيه الفرد في مشاهدة برامج الإفتاء في	
الأسبوع	٢٥٠
المطلب الرابع: برامج الإفتاء المفضلة لدى أفراد العينة	٢٥٢
المطلب الخامس: المصادر التي يعتمد عليها أفراد العينة في الحصول	
على الفتوى	٢٥٧
المبحث الثاني: دوافع استخدام الجمهور لبرامج الإفتاء في القنوات	
الفضائية العربية	٢٥٩

المبحث الثاني: دوافع استخدام الجمهور لبرامج الإفتاء في القنوات الفضائية العربية	٢٦٠
المطلب الأول: الأسباب التي تدفع أفراد العينة لمشاهدة برامج الإفتاء ..	٢٦١
المطلب الثاني: الأسباب التي تدفع أفراد العينة لعدم مشاهدة برامج الإفتاء ..	٢٦٣
المبحث الثالث: طبيعة استخدامات الجمهور السعودي لبرامج الإفتاء في القنوات الفضائية العربية	٢٦٧
المبحث الثالث: طبيعة استخدامات الجمهور السعودي لبرامج الإفتاء في القنوات الفضائية العربية	٢٦٨
المبحث الرابع: الإشباعات التي تحققها برامج الإفتاء في القنوات الفضائية العربية	٢٧١
المبحث الرابع: الإشباعات التي تحققها برامج الإفتاء في القنوات الفضائية العربية	٢٧٢
المطلب الأول: الإشباعات التي تحققها مشاهدة برامج الإفتاء	٢٧٣
المطلب الثاني: مستوى الرضا عن برامج الإفتاء في القنوات الفضائية العربية	٢٧٥
المبحث الخامس: العوامل المؤثرة في حجم استخدام الجمهور لبرامج الإفتاء ..	٢٧٧
المبحث الخامس: العوامل المؤثرة في حجم استخدام الجمهور لبرامج الإفتاء	٢٧٨
المبحث السادس: العلاقة بين استخدامات الجمهور السعودي لبرامج الإفتاء في القنوات الفضائية العربية وإشباعاتها	٢٨١
المبحث السادس: العلاقة بين استخدامات الجمهور السعودي لبرامج الإفتاء في القنوات الفضائية العربية وإشباعاتها	٢٨٢
المطلب الأول: العلاقة بين السمات العامة لأفراد العينة وبين حجم استخدامهم لبرامج الإفتاء	٢٨٣
المطلب الثاني: العلاقة بين مدى متابعة أفراد العينة لبرامج الإفتاء والإشباعات	٢٩٨
المطلب الثالث: العلاقة بين أنماط الاستخدام والإشباعات التي تحققها برامج الإفتاء	٣٠١

المطلب الرابع: العلاقة بين السمات العامة لأفراد العينة والإشباع	
التي تحققها برامج الإفتاء	٣٠٥
الفصل الثاني: مناقشة النتائج	٣١٧
الفصل الثاني: مناقشة النتائج	٣١٩
* الخاتمة	٣٤٣
* ملحق الدراسة	٣٤٥
* الفهارس	٣٥٣
فهرس الآيات القرآنية	٣٥٥
فهرس الأحاديث النبوية	٣٥٨
فهرس الجداول	٣٥٩
المصادر والمراجع	٣٦٣
فهرس الموضوعات	٣٧٩



المؤلف في سطور



- ناصر بن عبد الرحمن بن ناصر الهزاني.
- ماجستير في الإعلام بتقدير ممتاز من جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية بالرياض.
- بكالوريوس إعلام تخصص علاقات عامة جامعة الملك سعود بالرياض.
- معد ومقدم برامج تلفزيونية.
- كاتب وصحفي له العديد من الكتابات والمشاركات في الصحف السعودية.
- باحث ومهتم بالشأن الإعلامي العربي والدولي.

جوال ٠٠٩٦٦٥٠٤٤٤٤٣٥٥

Nasser_alhazani @ yahoo.com

ص. ب ٢٧١٨٤١ الرياض ١١٣٥٢

