

جامعة الشهيد حمه لخضر - الوادي
كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية



قسم العلوم الإنسانية
شعبة العلوم الإسلامية



تعرض الطلبة الجامعيين لبرامج الافتاء
في القنوات الفضائية الإسلامية
- دراسة ميدانية -

مذكرة تخرج تدخل ضمن متطلبات الحصول على شهادة الماستر
في العلوم الإسلامية - تخصص: دعوة وإعلام واتصال

المشرف:

رشيد خضير

الطالبة:

أسماء مصطفىاوي

لجنة المناقشة

الاسم واللقب	الرتبة	الجامعة	الصفة
د. لمياء بوبيدي	أستاذ محاضر - ب -	جامعة الشهيد حمه لخضر - الوادي	رئيسا
أ. رشيد خضير	مساعد - أ -	جامعة الشهيد حمه لخضر - الوادي	مشرفا ومقررا
أ. حمزة قدة	مساعد - ب -	جامعة الشهيد حمه لخضر - الوادي	عضوا

السنة الجامعية: 1435 - 1436 هـ / 2014 - 2015 م

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

قال الله تعالى:

﴿وَمَا أَرْسَلْنَا مِنْ قَبْلِكَ إِلَّا رَجَالًا

نُوحِي إِيَّاهُمْ فَاسْأَلُوا أَهْلَ الذِّكْرِ

إِنْ كُنْتُمْ لَا تَعْلَمُونَ﴾.

إهداء

إلى الينبوع الذي لا يمل العطاء، إلى من حاكت سعادتي بخيوط من قلبها، إلى والدتي العزيزة

إلى من سعى وشقى لأنعم بالراحة والهناء، الذي لم يخل بشيء من أجل دفعي في طريق النجاح، والذي علمني أن أرتقي سلم الحياة بحكمة وصبر، إلى والدي العزيز

إلى روحك الطاهرة أهدي هذا العمل، عمي المرحوم "حكيم" رحمك الله وأسكنك فسيح جناته

إلى من حبهم يحري في عروقي ويلهج بذكرهم فؤادي، إلى إخوتي الأعزاء إلى من علمونا حروفاً من ذهب وكلمات من درر وعبارات من أسمى وأحلى العبارات، إلى من صاغوا لنا علمهم حروفاً، منارة تدير لنا مسيرة العلم والنجاح، إلى أساتذتي الكرام

إلى من سرنا سويًا ونحن نشق الطريق معًا نحو النجاح والإبداع، إلى من تكاتفنا يدًا بيد نطف زهرة، إلى صديقاتي وزميلاتي

أسماء مصطفىاوي

شكر وعرفان

نحمد الله عزّ وجلّ ونشكره على عونه وتوفيقه لنا في إتمام هذا العمل المتواضع، كما
أقدم بأسمى معاني الشكر والامتنان إلى من شرفنا بإشرافه والذي
كان مثالا لنا منذ وطأت أقدامنا الجامعة ولم يتوان في خدمتنا يوما الأستاذ الفاضل:
"رشيد خضير"، الذي كانت إرشاداته العلمية القيمة وتوجيهاته السديدة نبراسا أنار لنا
دروبنا ومسالك ساعدتنا على الوصول إلى بر الأمان العلمي، فله منا جزيل
الشكر والعرفان.

وأتهز الفرصة لأقدم بالشكر والتقدير إلى الأستاذ: "هشام ميسة" الذي لم يتأخروا
في مد يد العون لي ومساعدتي.

كما أتوجه أيضا بالشكر إلى كل أساتذة شعبة العلوم الإسلامية على المساعدة المعرفية
التي قدموها.

وإلى كل من مدّ لي يد العون والمساعدة ولوب كلمة طيبة.

ملخص الدراسة:

في ظل التقدم التكنولوجي تضاعف عدد القنوات الفضائية بظهور التقنية الحديثة، وتعاظم دورها في التأثير على المتلقين أينما كانوا، ومن ضمن القنوات العربية البارزة القنوات الفضائية الإسلامية التي تقوم بطرح قيم وأفكار الرسالة الإسلامية الخالدة من بينها برامج الإفتاء، وفق إطار من الضوابط الشرعية للعمل الإعلامي الإسلامي الملتزم.

وعلى إثر هذا تمحورت الإشكالية الرئيسية التالية: ما دوافع تعرض الطلبة الجامعيين لبرامج الإفتاء في القنوات الفضائية الإسلامية؟ وما هي الإشباكات المحققة منها؟.

وتهدف الدراسة إلى معرفة طبيعة استخدامات الطلبة الجامعيين لبرامج الإفتاء في القنوات الفضائية الإسلامية والإشباكات المحققة منها، حيث اعتمدنا على المنهجين الوصفي والمسخي، من خلال المسح بالعين للطلبة الجامعة بولاية الوادي، وبلغ حجم العينة 194 طالب، معتمدين على أداة الاستبيان لجمع البيانات.

وقد توصلت الدراسة إلى أهم النتائج التالية:

- ✓ أن دوافع تعرض الطلبة الجامعيين لبرامج الإفتاء في القنوات الفضائية الإسلامية هي دوافع نفعية.
- ✓ تبين لنا من خلال الدراسة أن أفراد العينة يقبلون على مشاهدة القنوات الفضائية الإسلامية خاصة قناة إقرأ والمجد.
- ✓ كما أن المفتين المفضلين لدى الطلبة الجامعيين هم عبد الله مصلح و عمر عبد الكافي.
- ✓ أن الإشباكات التي تحققها القنوات الفضائية الإسلامية لأفراد العينة هي إشباكات توجيهية.
- وفي الأخير يبقى على أهل العلم معاينة الفتاوى الصادرة عن القنوات الفضائية ومتابعتها.

الكلمات المفتاحية:

- الطلبة الجامعيين
- الإفتاء
- القنوات الفضائية الإسلامية

Abstract:

As a result of the development of Technology, the number of modern channels has dramatically increased and their influence on the viewers wherever they are.

Among the well-known Arabic channels, there are some Islamic ones which basically work on conveying memorable Islamic thought and values in their TV shows within a framework of regular broadcasting Islamic principle.

Under the current circumstances, a primary problematic emerges, which is: What are the reasons behind exposing university students to Fatawa shows on Islamic channels?. And What are the fulfilled needs from them?.

This study aims to identify the nature of the uses of Fatawa programs on Islamic channels among university students, and the fulfilled needs from them.

So that we relied on the prescriptive survey method by surveying a group of 194 students at EL-OUED university, using questionnaires to collect data.

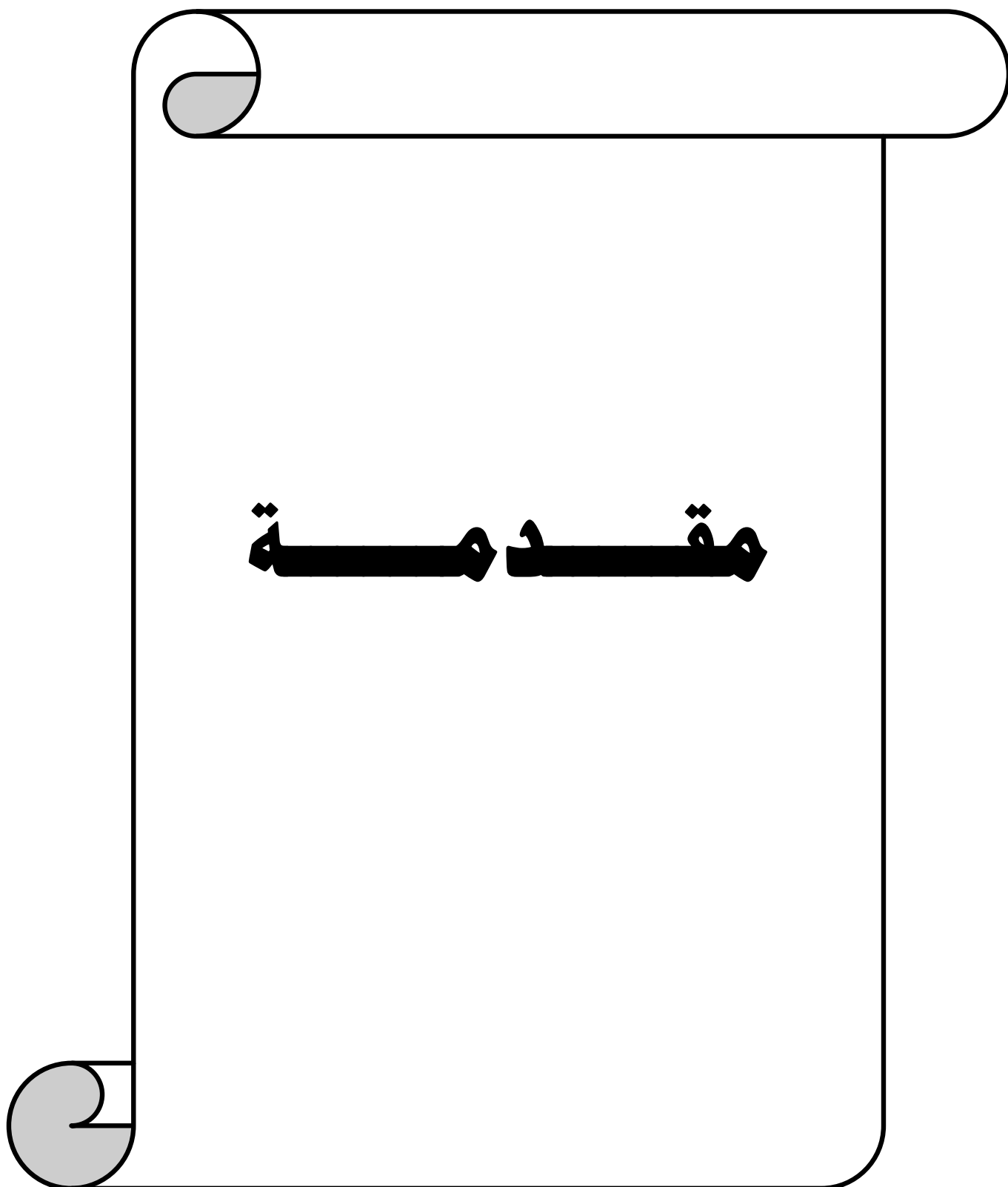
The study result are as follows:

- The reasons behind watching Fatawa programs on Islamic channels are beneficial one.
- It was evident through the study that some of the students prefer watching Iqraa or Almajd channels.
- The preferred Moftis are Abdallah Moslih and Omar AbdelKafi.
- The fulfilled needs that the Islamic channels provide to the sample students are instructive.

Finally, the specialized experts should follow and revise all Fatawa on those channels.

Key words:

- University Students.
- Fatawa.
- Islamic Channels.



مقدمة:

كان للثورة التكنولوجية وانتشارها السريع عبر العالم خلال القرن الواحد والعشرين وتطور وسائل الاتصالات وشبكة الانترنت والقنوات الفضائية تأثير بالغ في تغيير قبلة التواصل بين دول العالم، إذ أصبح هذا الأخير قرية صغيرة تربطها اتصالات واحدة عبر الأقمار الصناعية، ويعد البث التلفزيوني ظاهرة إعلامية مهمة، لحد أصبح يطلق فيه على عصرنا "عصر الفضائيات"، وهي تسمية قريبة من الصواب.

وقد تعددت القنوات العربية وكان الأبرز منها القنوات الفضائية الإسلامية، التي يعتبر ظهورها حتمية لازمة لزوم الدعوة لهذه الرسالة الخالدة، وذلك من أجل إيصال هذا النور إلى أكبر قدر ممكن من الجمهور المسلم وغير المسلم وهو الأمر الذي من أجله جاءت هذه الرسالة العظيمة لتعيد الناس إلى طريق الهداية والإيمان، كل هذا ضمن أطر العمل الإسلامي الملتمزم.

وتعتبر برامج الإفتاء الشرعية من بين أهم البرامج التي تعرض في القنوات الفضائية الإسلامية إضافة إلى البرامج الدينية الأخرى لاجتذاب المشاهد لها، فهي تحرص على الإجابة عن أسئلة المشاهدين واستفساراتهم، مستضيفة في ذلك مجموعة من العلماء والفقهاء والمفكرين في العالم الإسلامي، وهذا ما أتاح للناس إمكانية الحصول على تحقيق كثير من الإشباع لحاجاتهم الدينية.

لذا فإنه من الطبيعي أن تتجه الدراسة إلى محاولة استكشاف أثر برامج الإفتاء في القنوات الفضائية الإسلامية على الطلبة الجامعيين باعتبارها إحدى المصادر الرئيسية في التثقيف والتعليم وتوجيه الرأي العام والمجتمع.

ومن هنا كان لا بد من الوقوف على هذا النمط الإعلامي بنوع من الدقة والتعمق العلمي، وذلك لمعرفة مدى تأثير الطلبة الجامعيين لبرامج الإفتاء في القنوات الفضائية الإسلامية، ومدى الإشباع الذي تحققه، من خلال خطة احتوت على ثلاث فصول، تضمن الفصل التمهيدي الإطار المنهجي للبحث مسلطا الضوء على إشكالية البحث، أهميته وأهدافه، معرّفا بالمنهج العلمي والأدوات التي استخدمها الباحث لتحقيق أهدافه، والدراسات السابقة التي استعان بها.



أما الفصل الثاني فتضمّن ثلاث مباحث، كان المبحث الأول بعنوان نظريات الاستخدامات والإشباع، أما المبحث الثاني فتطرّقنا فيه للقنوات الفضائية الإسلامية، في حين أدرجنا في المبحث الثالث برامج الإفتاء في القنوات الفضائية الإسلامية.

في حين خُصّص الفصل الثالث لعرض نتائج الدراسة الميدانية مقسّماً إلى أربعة مباحث، تناول المبحث الأول الخصائص الديمغرافية للدراسة، أما المبحث الثاني فعرضنا فيه عادات مشاهدة القنوات الفضائية الإسلامية وبرامج الإفتاء، وتضمّن المبحث الثالث الدوافع والإشباع المحققة من مشاهدة برامج الإفتاء، وختمنا الدراسة بالمبحث الرابع الذي درسنا فيه أثر متغير الجنس والكلية على مشاهدة برامج الإفتاء.

وقد ذيلنا دراستنا هاته بخاتمة تضمنت مختلف النتائج والملاحظات التي توصلنا إليها.

الفصل التمهيدي: الإطار المنهجي للدراسة

أولاً: إشكالية الدراسة

ثانياً: تساؤلات الدراسة

ثالثاً: أهمية الدراسة

رابعاً: أهداف الدراسة

خامساً: مفاهيم الدراسة

سادساً: الدراسات السابقة

سابعاً: الإجراءات المنهجية للدراسة

الفصل التمهيدي: الإطار المنهجي للدراسة

أولاً: إشكالية الدراسة

إن العقبات التي واجهتها وسائل الإعلام في الوصول إلى الجمهور وتحقيق الهدف الإعلامي، أدى إلى تطور الدراسات حول سمة الجمهور، وسبل تحقيق الغاية الإعلامية، فبعد أن كان التركيز على محتوى الرسالة وفحواها، أصبح التركيز كذلك على نوعية الجمهور ومدى وعيه وقابليته، ومدى استعماله لوسائل التكنولوجيا وإلى غير ذلك من العوامل التي لها علاقة بالجمهور.

وعليه اهتم بلومر (Blumer) وزملاؤه بصياغة نظرية الاستخدامات والشباعات، حيث أراد من خلالها وصف الطلبة الجامعيين بأنهم أفراد مدفوعين بمؤثرات نفسية لاستخدام وسائل الإعلام بغية الحصول على إشباعات معينة، نظراً لتعدد القنوات الإسلامية وانتشارها وأصبح الجمهور يتابعها بشكل كبير سيما برامج الفتوى لمعرفة أحكام الشرع في العديد من المسائل الفقهية والاجتماعية والمالية التي تواجهه في ظل تعقد الحياة وكثرة النوازل في العصر الحالي.

وتعتبر المرحلة الجامعية فترة تامة بالنسبة للفرد على اعتبارها مرحلة تعليمية هامة، يحدد من خلالها الفرد توجهاته المستقبلية، كما أنها مرحلة تتسم بالوعي والانفتاح على الجديد ومن ثم أصبح التعرض لهذه البرامج لمعرفة رأي الشرع في الكثير من القضايا والمسائل ذات الاعتبار خاصة عند الطلبة الجامعيين، ولهذا تتمحور إشكالية الدراسة في التساؤل الرئيسي التالي: ما دوافع تعرض الطلبة الجامعيين لبرامج الإفتاء في القنوات الفضائية الإسلامية؟ وما هي الإشباعات المحققة منها؟.

ثانياً: تساؤلات الدراسة

1. ما هي القنوات الفضائية الإسلامية التي يقبل على مشاهدتها الطلبة الجامعيين؟.
2. ما مدى تعرض الطلبة الجامعيين لبرامج الإفتاء في القنوات الفضائية الإسلامية؟.
3. ما دوافع استخدام الطلبة الجامعيين لبرامج الإفتاء في القنوات الفضائية الإسلامية؟.
4. ما هي الإشباعات التي تحققها برامج الإفتاء في القنوات الفضائية الإسلامية للطلبة الجامعيين؟.
5. من هم المفتين المفضلين لدى الطلبة الجامعيين؟.

ثالثا: أهمية الدراسة

1. التأكيد على أهمية بث برامج الإفتاء عبر القنوات الفضائية الإسلامية في الوصول لجمهور الطلبة وإشباع الكثير من حاجاته.
2. التأكيد على أهمية الإعلام الإسلامي كنمط من الإعلام المتخصص.
3. حداثة الأسلوب الذي تظهر به برامج الإفتاء حاليا من خلال التفاعل والتواصل المباشر مع أفراد الجمهور والاستماع إلى أسئلتهم على نحو مباشر.
4. تنامي الاهتمام ببرامج الإفتاء وحاجة الناس إلى التوعية الدينية الصحيحة فيما يشكل عليهم من أمور دينهم ودنياهم.
5. تأتي هذه الدراسة ضمن جهود اختبار نظرية الاستخدامات والإشباع في المجتمع، بعد أن تم اختبارها في العديد من المجتمعات الغربية والعربية باعتبارها تختلف في البناء الثقافي والاجتماعي.

رابعا: أهداف الدراسة

نسعى هذه الدراسة إلى تحقيق الأهداف الآتية:

1. معرفة القنوات الفضائية الإسلامية التي يشاهدها الطلبة الجامعيين.
2. معرفة حجم تعرض الطلبة الجامعيين لبرامج الإفتاء في القنوات الفضائية الإسلامية.
3. معرفة دوافع استخدام الطلبة الجامعيين لبرامج الإفتاء.
4. الوصول إلى الإشباع التي تحققها برامج الإفتاء في القنوات الفضائية الإسلامية للطلبة الجامعيين.
5. معرفة المفتون المفضلون لدى الطلبة الجامعيين.

خامسا: مفاهيم الدراسة

- التعرض:

لغة: هي عرض وتعني أظهر الشيء وأراه إياه¹، ويدل أيضا على الشرح والبيان والتفسير، ويعني أيضا المكان المعدّ للعرض².

اصطلاحا: هو ما يصدر عن الفرد من عرض للحقائق والوقائع وقد يكون هذا العرض واضحا أو ضمنيا أو غامضا³.

التعريف الإجرائي: يعني التعرض مشاهدة الطلبة الجامعيين لمواد إعلامية معينة عبر القنوات الفضائية الإسلامية بغية الحصول على ما يشبع حاجاته ورغباته، ويلبي طموحاته وتطلعاته من التعرض للوسيلة الإعلامية.

- برامج الإفتاء:

البرامج لغة: مفردة برنامج وهو الورقة الجامعة للحساب، والبرنامج نشرة تعرف وقائع الحفلات أو شروط المباريات، والبرنامج خطة يخططها المرء لعمل يريده⁴.

البرامج اصطلاحا: هي توضيح سير العمل الواجب القيام به لتحقيق الأهداف المقصودة، والبرنامج يوفر الأسس لإنجاز الأعمال، ويحدد نواحي النشاط الواجب القيام بها خلال مدة معينة⁵.

التعريف الإجرائي: برامج الإفتاء هي تلك البرامج القائمة على استضافة صفوة من العلماء أو الفقهاء في مجال الشريعة الإسلامية والفقهاء الإسلامي، التي تتناول المعرفة الدينية المتخصصة في قضايا

¹ - يوسف الخياط، معجم المصطلحات العلمية والفنية، مج 4، دار لسان العرب، بيروت، ص 438.

² - أحمد زكي بدوي، معجم مصطلحات الإعلام، ط1، دار الكتاب المصري ودار الكتاب اللبناني، بيروت، 1985، ص 154.

³ - المرجع نفسه، ص 154.

⁴ - أحمد زكي بدوي، معجم مصطلحات العلوم الاجتماعية، مكتبة لبنان، بيروت، 1977، ص 123.

⁵ - المنجد في اللغة، ط28، منشورات دار المشرق، بيروت، 1986، ص 138.

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.

– القنوات الفضائية الإسلامية:

لغة: هي جمع قناة والمراد بها في اللغة الرمح الأجوف وكل عصا مستوية أو معوجة، ومجرى للماء¹ و جمع قنى مثل حصى وقناء مثل حبال وقنوات وقنو على فعول، وكذلك القناة التي تحفر، والقناة عند العرب القامة والقناة من الرماح ما كان أجوف كالقصب².

الفضائية لغة: بالمد المكان الواسع و الفضاء ما اتسع من الأرض وما بين السماء والأرض وجمعه أفضية³.

القنوات الفضائية اصطلاحاً: تركيب حديث، وهو اختصار لقنوات التلفزيون الرقمية التي تبث من خلال الأقمار الصناعية⁴.

التعريف الإجرائي: القنوات الفضائية الإسلامية هي القنوات التي تبث للمشاهد برامج دينية منطلقة من مرجعية إسلامية، فهي قنوات ملتزمة بمنهج عقائدي لا تخرج عنه في كل ما تقدمه.

¹ – المعجم الوسيط، مجمع اللغة العربية، ط4، مكتبة الشروق الدولية، مصر، 1425هـ / 2004م، ص 764.

² – ابن منظور، لسان العرب (باب العين)، تح: نخبة من العاملين، ج4، دار المعارف، القاهرة، ص 3083.

³ – أحمد بن محمد بن علي الفيومي المقرئ، المصباح المنير في غريب الشرح الكبير، مكتبة لبنان، لبنان، 1987، ص 150.

⁴ – الفوزان عبد العزيز بن فوزان، الإعلام: رسالة المرأة، دار الإسلام، على الرابط: <http://www.islammessage.com> ، يوم 2015/03/25، على الساعة: 11:00.

سادسا: الدراسات السابقة

الدراسة الأولى: البرامج الدينية في قنوات التلفزيون الفضائية العربية¹:

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على 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 وستمائة (600) مفرد من الجمهور السعودي والعربي في المملكة العربية السعودية.

وخلصت الدراسة إلى نتائج عدة أهمها:

- ازدياد مشاهدة البرامج الدينية لدى الجمهور السعودي والعربي من الذكور والإناث.
- كشفت الدراسة أن برامج الفتاوى جاءت بالمرتبة الأولى من بين أنواع البرامج المفضلة لدى الإناث السعوديات، وفي المرتبة الثانية لدى الذكور والإناث العرب وفي المرتبة الثالثة لدى الذكور السعوديين.
- أن أهم أسباب مشاهدة الجمهور السعودي والعربي للبرامج الدينية في القنوات الفضائية العربية هي حاجاتهم إلى زيادة الثقافة والمعرفة الدينية ومعرفة الأحكام الشرعية.

الدراسة الثانية: عادات وأنماط مشاهدة طلبة الجامعات الأردنية للقنوات الفضائية الإسلامية (قناة الرسالة أنموذجا)².

تمثلت إشكالية الدراسة في عادات وأنماط مشاهدة طلبة الجامعات الأردنية للقنوات الإسلامية وقناة الرسالة الفضائية.

¹ - محمد بن علي هندية، البرامج الدينية في قنوات التلفزيون الفضائية العربية، رسالة دكتوراة (منشورة)، قسم الدعوة والإعلام، جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية.

² - إبراهيم ناصف ناصر عبد الله، عادات وأنماط مشاهدة طلبة الجامعات الأردنية للقنوات الفضائية (قناة الرسالة أنموذجا)، مذكرة ماجستير (منشورة)، قسم الدعوة والإعلام والاتصال، جامعة الشرق الأوسط للدراسات العليا، 2009م.

وهدفت هذه الدراسة إلى معرفة عادات وأنماط مشاهدة طلبة الجامعات الأردنية للقنوات الفضائية الإسلامية خصوصاً قناة "الرسالة" الفضائية، حيث اعتمدت هذه الدراسة على المنهج الوصفي المسحي (مسح جمهور وسائل الإعلام)، وبلغ حجم العينة 415 طالباً من المتحقيين بالجامعات الأردنية الخمس (اليرموك، الأردنية، مؤتة، جدار، البتراء) والمسجلين لعام 2009/2010.

وخلصت الدراسة إلى نتائج عدة أهمها:

- وجود فروق ذات دلالة إحصائية في مكان مشاهدة التلفاز "قناة الرسالة في المنزل" وعدد ساعات مشاهدة التلفاز يومياً من ساعتين إلى أقل من ثلاث ساعات يومياً، غير أن متغير الجنس لصالح الإناث.
- الهدف الأبرز للطلبة من المشاهدة هو التوعية الدينية ثم لكسب الحسنات.
- دوافع الطلبة من المشاهدة هو سماع القرآن الكريم ومعرفة أسلوب الدعوة من الدعاة، ثم الهداية وكسب المعلومات المفيدة.

الدراسة الثالثة: اتجاهات المرأة نحو الفضائيات الدينية (دراسة في العادات والأنماط والاتجاهات)¹.

تمثلت إشكالية الدراسة في علاقة المرأة الجزائرية كمشاهدة للقنوات الفضائية الدينية من خلال الوقوف على عاداتها وأنماط المشاهدة واتجاهاتها نحو برامج هذه القنوات.

وهدفت هذه الدراسة إلى معرفة عادات وأنماط مشاهدة المرأة الجزائرية للفضائيات الدينية واتجاهاتها.

واعتمدت هذه الدراسة على المنهج الوصفي ومنهج المسح بالعينة، حيث تكونت العينة من المرأة الجزائرية العاملة وغير العاملة، وطبقت الدراسة على عينة بلغت 300 مفردة (المرأة في ولاية باتنة وولاية وادي سوف)، حيث كان التقسيم: 150 للمرأة العاملة، و 150 للمرأة غير العاملة.

¹ - سعيدة عباس، اتجاهات المرأة الجزائرية نحو الفضائيات الدينية (دراسة في العادات والأنماط والاتجاهات)، مذكرة ماجستير(منشورة)، قسم الدعوة والإعلام، جامعة الحاج الأخضر، باتنة، الجزائر، 2009/2010م.

وخلصت الدراسة إلى:

- أن المرأة الجزائرية تُقبل على مشاهدة الفضائيات الدينية بصورة مكثفة نظرا لبرامجها المتميزة والشاملة ذات الخطاب الوسطي نابع من القرآن والسنة.
- إن سبب تفضيلهم للقنوات الفضائية الإسلامية كونها تدعم القيم الإسلامية وتركز على تصحيح العقيدة الإسلامية ونشر التفكير الإيجابي.

- موقع الدراسة من الدراسات السابقة:

بعد الاطلاع على الدراسات السابقة والاستفادة منها يتضح أن هناك أوجه تشابه من حيث المنهج والأداة، إذ تمّ الاعتماد على المنهج الوصفي المسحي، وأداة الاستبيان لجمع البيانات.

أما عن أوجه الاختلاف فقد تناولت الدراسات السابقة البرامج الدينية بصفة عامة في مختلف القنوات العربية والإسلامية، بينما تناولت الدراسة الحالية برامج الإفتاء بصفة خاصة في القنوات الإسلامية بصفة أخص، كما تناولت أيضا بعض الدراسات اتجاهات المرأة نحو الفضائيات الإسلامية، بينما تناولت هذه الدراسة طلبة الجامعة باختلاف أجناسهم.

سابعا: الإجراءات المنهجية للدراسة

1. نوع الدراسة ومنهجها (منهج الدراسة):

تندرج هذه الدراسة ضمن البحوث الوصفية التي تستهدف تصوير تحليل وتقويم خصائص مجموعة معينة أو موقف معين يغلب عليه صفة التحديد وذلك بهدف الحصول على معلومات كافية ودقيقة عنها.

أما المنهج فهو: الطريقة التي يتبعها الباحث في دراسته للمشكلة لاستكشاف الحقيقة والإجابة عن الأسئلة والاستفسارات التي يثيرها موضوع البحث، وهو البرنامج الذي يحدد لنا السبيل للوصول إلى تلك الحقائق وطرق اكتشافها¹.

¹ - محمد عبيدات وآخرون، منهجية البحث العلمي : القواعد والمراحل والتطبيقات، ط2، دار وائل، عمان، 1999، ص

من هنا يتبين أن المنهج المناسب لهذه الدراسة هو المسح الوصفي باعتباره "الطريقة العلمية التي تمكن الباحث من التعرف على الظاهرة المدروسة من حيث العوامل المكونة لها والعلاقات السائدة داخلها كما هي في الحيز الواقعي وضمن ظروفها الطبيعية غير المصطنعة من خلال جمع المعلومات والبيئات المحققة لذلك"¹.

كما اعتمدت الدراسة في الجانب الميداني لهذه الدراسة على منهج المسح بالعينة لطلبة الجامعة في ولاية الوادي، لمعرفة دوافع تعرضهم لبرامج الإفتاء في القنوات الفضائية الإسلامية والإشباع المحققة منها، باعتباره المنهج الذي يوصلنا إلى جمع المعلومات عن العينة الخاصة بالبحث.

2. مجتمع الدراسة والعينة:

يقصد بمجتمع الدراسة جميع مفردات الظاهرة التي يقوم الباحث بدراستها²، ويتمثل مجتمع الدراسة في طلبة الجامعة لولاية الوادي، الذي يبلغ عددهم 17015 طالب.

ونظرا لصعوبة القيام بالدراسة على جميع مفردات مجتمع البحث فإننا سنتبع أسلوب العينة، حيث يعرفها الدكتور محمد عبد الحميد على أنها عبارة عن عدد محدود من المفردات التي سوف يتعامل معها الباحث منهجيا، ويسجل من خلال هذا التعامل البيانات الأولية المطلوبة، ويشترط في هذا العدد أن يكون ممثلا لمجتمع البحث في الخصائص والسمات التي يوصف من خلال هذا المجتمع³.

ولأن مجتمع الطلبة كبير جدا ومتعدد التخصصات لذلك العينة المناسبة للدراسة هي -العينة الطبقية متعددة المراحل -، وهي "العينة التي يختارها الباحث بمراحل متعددة لغرض تركيز وحصر

¹ - محمد عبد الحميد، البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، ط2، دار عالم الكتب، القاهرة، مصر، 2004، ص 159.

² - سامي محمد ملحم، مناهج البحث في التربية وعلم النفس، ط3، دار المسيرة، عمان، ص 269.

³ - محمد عبد الحميد، مرجع سابق، ص 193.

البحث¹، ويمكن اختيارها عشوائيا أو عمديا طبقا للهدف من الدراسة، وخصائص مفرداتها وحجمها، ودرجة تجانسها².

أما الخطوات المتبعة في اختيار العينة ومفرداتها فكانت كما يلي:

1. اختيار كليتين مختلفتين، ووقع الاختيار عشوائيا على كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية وكلية العلوم والتكنولوجيا، وذلك عن طريق عملية السحب بالقرعة.
2. اختيار مستوى من مستويات الدراسة ووقع الاختيار قصديا على مستوى الليسانس والماستر لأن طلبة الدكتوراة عددهم ضئيل جدا.
3. اختيار المفردات من الكليات والمستويات كان عشوائيا.

وقد تم اختيار نسبة 2.24% منها، أي ما يقارب 200 طالب، من مجتمع بحث يصل عدد أفراده إلى 8938³، حيث تحصلنا على 194 استمارة، وقد تم توزيع الاستبيان في الفترة الممتدة من 2015 /04 /05 إلى غابة 2015/04/14.

3. أدوات جمع البيانات:

يعتبر استخدام أدوات جمع البيانات إحدى الخطوات المهمة في البحث العلمي، بحيث يستخدمها الباحث في جمع البيانات المطلوبة للبحث، وترتبط الأدوات بموضوع البحث والمنهج المستخدم في الدراسة بحيث يمكن استخدام أكثر من أداة في الدراسة الواحدة، المهم أن يُلم الباحث بكل جوانب موضوعه، أما في هذه الدراسة فإن الأداة التي استخدمتها لجمع البيانات الميدانية هي "استمارة استبيان"، لأنها تناسب غرض الدراسة أولا، ولما تتميز به من خصائص تسهل على الباحث والمبحوث اقتصاد الوقت والجهد ثانيا.

ويعرّف الدكتور محمد عبد الحميد الاستمارة على أنها: "أسلوب لجمع البيانات يستهدف استشارة الأفراد المبحوثين بطريقة منهجية ومتقنة لتقديم حقائق أو آراء أو أفكار معينة في إطار

¹ - إحسان محمد الحسن، **مناهج البحث الاجتماعي**، ط1، دار وائل، عمان، 2005، ص 205.

² - محمد عبد الحميد، مرجع سابق، ص 150.

³ - مقابلة شخصية مع قدة الجباري رئيس مصلحة الإحصاء والتخطيط يوم 16 /03 /2015 على الساعة: 10:00.

البيانات المرتبطة بموضوع الدراسة وأهدافها دون تدخل من الباحث في التقرير الذاتي للمبحوثين في هذه البيانات"¹. ويعتمد على مجموعة من الأسئلة المحددة والمتعلقة بموضوع الدراسة وتوجيهها إلى المبحوثين للإجابة عنها.

ولقد تم تصميم الشكل النهائي للاستمارة من خلال المرور بالمراحل التالية:

1. صياغة صحيفة الاستبيان في صورته الأولية بناء على أهداف الدراسة وتساؤلاتها وذلك بعد الاطلاع على الدراسات السابقة.
2. تعديل الاستمارة بناء على آراء المحكمين² وتوجيه من المشرف.
3. توزيع استمارة تجريبية.

لتأتي في صياغتها النهائية مشتملة على واحد وعشرين (21) سؤالاً مقسماً إلى المباحث التالية:

- المحور الأول: الخصائص الديمغرافية (الجنس، السن، طبيعة السكن، المستوى الدراسي، الكلية).
- المحور الثاني: عادات مشاهدة القنوات الفضائية الإسلامية وبرامج الإفتاء
- المحور الثالث: الدوافع والإشباع المحققة من برامج الإفتاء
- المحور الرابع: أثر متغير الجنس والكلية على مشاهدة برامج الإفتاء

4. مجال الدراسة:

نعني بمجتمع الدراسة جميع مفردات الظاهرة التي نرغب في دراستها، ويتحدد المجتمع الأصلي لهذه الدراسة من مجموعة من الطلبة الجامعيين لولاية الوادي.

- المجال المكاني: تم إجراء الدراسة الميدانية بجامعة الشهيد حمة لخضر بالوادي.

- المجال الزمني: تمت الدراسة الميدانية خلال الفترة الممتدة من 05 / 04 / 2015 إلى غاية 14 / 04 / 2015.

¹ - محمد عبد الحميد، مرجع سابق، ص 183.

² - أنظر الملحق رقم: 02.

- المجال البشري: استهدفت هذه الدراسة عيّنة من طلبة جامعة الوادي الذين يزاولون دراستهم للموسم الدراسي (2014 / 2015).

5. المعالجة الإحصائية للبيانات:

بعد الانتهاء من جمع بيانات الدراسة الميدانية، ثم مراجعتها للتأكد من الإجابات على الأسئلة، تمّ تبويب هاته البيانات في جداول واستخراج تكراراتها ونسبها المئوية، وتم الاعتماد في عملية التحليل الإحصائي لبيانات الدراسة الميدانية على عدة مقاييس منها:

أ. الجداول الإحصائية.

ب. النسب المئوية.

الفصل الأول: الإطار النظري للدراسة

المبحث الأول: نظرية الاستخدامات والإشباع

المطلب الأول: مفهوم نظرية الاستخدامات والإشباع

المطلب الثاني: مراحل تطور نظرية الاستخدامات والإشباع وعناصرها

المطلب الثالث: فروض نظرية الاستخدامات والإشباع والانتقادات الموجهة إليها

المبحث الثاني: الفضائيات الإسلامية

المطلب الأول: مفهوم القنوات الفضائية الإسلامية

المطلب الثاني: أسباب ظهور القنوات الفضائية الإسلامية وأهدافها

المطلب الثالث: خصائص القنوات الفضائية الإسلامية وواقعها

المطلب الرابع: واقع القنوات الفضائية الإسلامية

المبحث الثالث: برامج الإفتاء في القنوات الفضائية الإسلامية

المطلب الأول: البرامج الحوارية التلفزيونية

المطلب الثاني: الفتوى عبر القنوات الفضائية

المطلب الثالث: خصائص الإفتاء الفضائي وضوابطه

الفصل الأول: الإطار النظري للدراسة

المبحث الأول: نظرية الاستخدامات والإشباع

المطلب الأول: مفهوم نظرية الاستخدامات والإشباع

أولاً: الخلفية المعرفية

من بين أكثر المفاهيم الخاصة بالعملية الاتصالية عرضة للتغيير والتحديث بتأثير عوامل عديدة، هو مفهوم جمهور المتلقين لوسائل الإعلام، حتى أن المراقب لهذا التغير يكاد لا يجد إجابة حاسمة، هل يأتي التغير نتيجة البحوث والدراسات العلمية في مجال الجمهور؟ أم أن التغير يؤثر في مسار البحوث ونتائجها¹.

وكانت البداية مع نظرية الرصاصة الإعلامية التي ترى أن جمهور وسائل الإعلام يتأثرون على انفراد بالوسائل التي يتعرضون لها، وأن رد فعلهم تجربة "فردية" أكثر منه تجربة "جمعية"². كما كانت ترى هذه النظرية التي ظهرت بعد الحرب العالمية الأولى متأثرة بالدور الكبير الذي لعبته الدعاية أثناءها: "أن رسائل الدعاية تصل إلى كل أفراد الجمهور، وأن القوة الإقناعية تحقق أهدافها بسهولة، أي بمجرد وصول رصاصة الدعاية إلى الفرد فإن تلك الدعاية تصيب الهدف الذي وضعته نصب عينها"³.

بالإضافة إلى ذلك فإن تأثر هذه النظرية بالنظرية النفسية الشائعة في تلك الفترة والمتعلقة بالمنبه والاستجابة التي ترى أن كل منبه يحقق استجابة مؤكدة، جعلها تفترض أن جمهور وسائل الإعلام عبارة عن منبه تتعرض له الجماهير، لذلك يجب أن تستجيب لها بشكل أو بآخر.

ولكن سرعان ما تم التخلي عن فكرة التعرض لوسائل الإعلام ينتج تأثيرات فورية ومتساوية على الجمهور، وذلك بسبب حدثين رئيسيين: الأول هو بدء الأبحاث الإمبريقية على نطاق واسع،

¹ - محمد عبد الحميد، نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، ط2، دار عالم الكتب، القاهرة، 2000، ص 165.

² - عاطف عدلي العبد، مدخل إلى الاتصال والرأي العام (الأسس النظرية والاسهامات العربية)، دار الفكر العربي، القاهرة، 1997، ص 198.

³ - فريال مهنا، علوم الاتصال واجتمعات الرقمية، ط1، دار الفكر، دمشق، 2002، ص 140.

وظهور نتائج تتعارض مع نظرية الرصاصة السحرية، والحدث الثاني هو أن علماء الاجتماع وعلماء النفس توصلوا إلى نتائج جديدة تماما حول الخصائص الشخصية والاجتماعية للإنسان¹.

ومن خلال حصيلة عامة لهذه الأبحاث، نشأت نظرية التأثير الاصطفائي (الاختياري) وهي عبارة عن صياغات متفرقة، غير أنها مترابطة ومتفاعلة فيما بينها وهي: نظرية الفروق الفردية، ونظرية التباين الاجتماعي ونظرية العلاقات الاجتماعية².

وكانت هذه النظرية بدحضها لفروض نظرية الرصاصة، بمثابة طريق ممهد لبروز وانتشار نظرية "الاستخدامات والإشباع" خاصة بإتيانها بمبادئ تمنح من خلالها للجمهور حيزاً من السيادة في عملية اختيار المضمون الإعلامي، وتتلخص هذه المبادئ في³:

- **مبدأ التعرض الانتقائي "Sélective Exposure"**: ويعني ميل الأفراد إلى تعريض أنفسهم اختياريًا للرسائل عن طريق وسائل الإعلام التي يهتمون بها أو التي يجدونها ملائمة لاتجاهاتهم أو آرائهم، ويتجنبون شعورياً أو لا شعورياً رسائل الإعلام التي قد تكون مثيرة أو التي لا تتلائم واتجاهاتهم⁴.
- **مبدأ الإدراك الانتقائي "Sélective Perception"**: الذي يشير إلى الطريقة التي يفسر بها المتلقي المضمون الذي تلقاه من وسيلة الإعلام ومن المعروف أنه يمكن أن يستوعب شخصان الرسالة نفسها بطرق مختلفة تبعا للتركيبية الفكرية لكل منهما والمخزون المعرفي والمصالح وذلك انطلاقاً من إطاره الدلالي⁵.

¹ - ميلفين ديفلير وساندرا بول روكينش، **نظريات وسائل الإعلام**، ترجمة: كمال عبد الرؤوف، ط1، الدار الدولية للنشر، القاهرة، 1993، ص 241.

² - فريال مهنأ، مرجع سابق، ص 147.

³ - حسن عماد مكاي، ليلي السيد، **الاتصال ونظرياته المعاصرة**، ط5، الدار اللبنانية المصرية، القاهرة، 2006، ص 246.

⁴ - سعد مطشر عبد الصاحب، "مدى تعرض طلبة جامعة بغداد للبرامج الثقافية والتلفزيونية (دراسة ميدانية لقناة المنار الفضائية)"، **مجلة الباحث الإعلامي**، ع3، حزيران 2007، ص 187.

⁵ - كامل خورشيد مراد، **الاتصال الجماهيري والإعلام (التطور - الخصائص - النظريات)**، دار المسيرة، عمان، 2011، ص 86.

- مبدأ التذكر الانتقائي "Sélective Réention": الذي يعني أن المتلقي لا يستطيع أن يتذكر الأحداث كلها والمعلومات التي تلقاها، وسيعمل بصورة شعورية أو لا شعورية على استبعاد المضامين التي يعدها غير مهمة والاحتفاظ بما يراه مهما ومتسقا مع إطاره الدلالي¹.

ثانيا: مفهوم النظرية

تختلف المسميات التي تطلق على مدخل الاستخدامات والإشباعات فهناك من يطلق عليه "نموذج"، وهناك بعض الباحثين يرتقون به إلى مرتبة النظرية، وهناك من يطلق عليه "مدخل" في حين يفضل البعض وهم الأقلية تسميته باسم نظرية المنفعة².

فالاستخدام في اللغة: من استخدم استخداما، أي اتخذ الشخص خادما، ومنه يخدمه خدمة فهو خادم وخدّام³.

وأما الإشباعات في اللغة: فهي مأخوذة من الشبع "بفتح الشين وفتح الباء"، والشبع بكسر الشين مثل عنب ضد الجوع، وتدل على امتلاء في أكل وغيره، وشيع العقل أي وافره⁴.

ونظرية الاستخدامات والإشباعات في الاصطلاح الإعلامي مثار اختلاف بين الباحثين، وتعني النظرية باختصار: "تعرض الجمهور لمواد إعلامية لإشباع رغبات كامنة معينة استجابة لدوافع الحاجات الفردية".

وبحكم هذا التعريف يتضح أن الجمهور يتعرض لوسائل الإعلام ليس بحكم أنها متاحة فقط، وإنما لأنه يهدف إلى إشباع حاجات معينة يشعر أنه في حاجة إليها ويمكن تحقيقها عن طريق التعرض لهذه الوسائل.

وأورد مساعد المحيا تعريفا اصطلاحيا لمفهوم النظرية على أنه: "ما تحققه المادة المقدمة عبر وسيلة معينة من استجابة جزئية أو كلية لمتطلبات حاجات ودوافع الفرد الذي يستخدم هذه الوسيلة ويتعرض لتلك المادة"، وذكر محمد عبد الحميد أن الحاجة هي: "افتقار الفرد أو شعوره

¹ - كامل خورشيد مراد، مرجع سابق، ص ص 86 - 87.

² - مرفت الطرايشي، عبد العزيز السيد، نظريات الاتصال، دار النهضة العربية، القاهرة، 2006، ص 255.

³ - عصام نور الدين، معجم نور الدين (الوسيط عربي-عربي)، دار الكتب العلمية، بيروت، 2005، ص 102.

⁴ - المنجد في اللغة والأعلام، ط3، دار المشرق، بيروت، 1986، ص 386.

بنقص في شيء ما يحقق تواجدته حالة من الرضا والإشباع، والحاجة قد تكون فسيولوجية أو نفسية"، وذكر أن الدافع هو: "حالة فسيولوجية أو نفسية توجه الفرد إلى الاتزان النفسي الذي يساعد على استمرار التواصل مع الغير والتكيف مع البيئة"¹.

تتم نظرية الاستخدامات والإشباع بدراسة الاتصال الجماهيري دراسة وظيفية منظمة، ويقدم نموذج الاستخدامات والإشباع مجموعة من المفاهيم والشواهد التي تؤكد على أن الأفراد أمام وسائل الإعلام أكثر قوة من المتغيرات الاجتماعية والسكانية والشخصية².

لأن هذا المدخل يقوم أساساً على تصور الوظائف التي تقوم بها وسائل الإعلام ومحتواها من جانب، ودوافع الفرد من التعرض إليها من جانب آخر فإن كل البحوث والدراسات التي تمت في هذا المجال كانت تقوم على اختيار العلاقة بين الوظائف التي تتم صياغتها في إطار الدوافع والحاجات، وبين تعرض الفرد وكثافة هذا التعرض³.

ويذهب "إدلساين" (Edelstein) وزملاؤه إلى أن تأسيس نموذج الاستخدامات والإشباع جاء كرد فعل لمفهوم قوة وسائل الإعلام الطاغية، ويضفي هذا النموذج صفة الإيجابية على جمهور وسائل الإعلام، فمن خلال منظور الاستخدامات لا تعد الجماهير مجرد مستقبلين سلبيين لوسائل الاتصال الجماهيري، وإنما يختار الأفراد بوعي وسائل الاتصال التي يرغبون في التعرض إليها ونوع المضمون الذي يلي حاجاتهم النفسية والاجتماعية من خلال قنوات المعلومات والترفيه المتاحة⁴.

ويشكل التعرض لوسائل الإعلام جانباً من بدائل وظيفية لإشباع الحاجات التي يمكن مقارنتها للوهلة الأولى بوظيفة قضاء الفراغ لدى الإنسان، إن هذا المدخل يفترض بأن إشباع

¹ - صلاح محمد عبد الحميد، الإعلام الجديد، ط1، مؤسسة طيبة، القاهرة، 2011، ص 61.

² - آمال عبد اللطيف عبود، "استخدامات طلبة الجامعات العراقية للصحافة الالكترونية وتأثيرها على الصحافة الورقية"، مجلة جامعة بابل، ع03، العراق، 2012، ص 32.

³ - أرمان وميشال ماتلار، تاريخ نظريات الاتصال، ط3، ترجمة: نصر الدين لعياضي والصادق رايح، المنظمة العربية للترجمة، بيروت، 2005، ص 166.

⁴ - حسن عماد مكاوي، عاطف عدلي العبد، نظريات الإعلام، الدار العربية، القاهرة، 2009، ص 363.

الحاجات يتم ليس فقط من خلال التعرض إلى وسيلة إعلامية محددة بل يتم كذلك من خلال السياق الاجتماعي الذي تستخدم فيه الوسيلة¹.

المطلب الثاني: مراحل تطور نظرية الاستخدامات والإشباعات وعناصرها

أولاً: مراحل تطور نظرية الاستخدامات والإشباعات

المرحلة الأولى: المرحلة الوصفية

تمتد هذه المرحلة خلال الأربعينيات والخمسينيات من القرن الماضي، ففي هذه المرحلة بدأت ملامح نظرية الاستخدامات والإشباعات تتضح من خلال مجموعة من الدراسات الأولية التي ركزت على استخدامات الأفراد لوسائل الإعلام والمضمون الذي تقدمه، ونشرت أبحاث هذه المرحلة خلال الحرب العالمية الثانية مثل: "لازرسفيلد" و "هيوتا هيرزوج" و "ساشمان".

ويرى "ماكلويد" و "بيكر" أن هذه الدراسات اعتمدت على تحديد نوع معين من المضمون وتحديد قائمة الحاجات التي يشبعها هذا المضمون لمجموعة من الناس.

إلا أن هذه الأبحاث فشلت في الكشف عن العلاقات المشتركة بين الوظائف المتعددة لوسائل الإعلام إما بطريقة كمية أو كيفية بحيث يؤدي ذلك إلى الكشف عن البيئة الكامنة للإشباعات التي توفرها وسائل الإعلام، لذا لم ينتج عن نتائج أبحاث هذه المرحلة رصيد معرفي يوضح الصورة الفعلية التي تحققها وسائل الإعلام².

المرحلة الثانية: المرحلة التطبيقية

تتميز هذه المرحلة بطبيعة توجهها الميداني حيث حاولت توضيح المفاهيم الخاصة بالمتغيرات النفسية والاجتماعية التي يفترض أنها تؤدي لنماذج مختلفة من استهلاك الوسائل وتتميز هذه المرحلة أيضاً بإمكانية قياس ميول الجماهير واتجاهاتها للسعي نحو تحقيق إشباعات بعينها من وسائل الاتصال بإتباع الأسلوب الكمي، وهو ما افتقدته بحوث المرحلة الأولى، بصفة عامة تعد دراسات هذه المرحلة استنباطية، حيث يتم استنباط واستنتاج الإشباعات المرتبطة بسلوكيات الأفراد أكثر

¹ - صالح خليل أبو أصبع، الاتصال الجماهيري، ط1، دار الشروق، عمان، الأردن، 1999، ص 215.

² - حسن عماد مكاوي، ليلي السيد، مرجع سابق، ص ص 239 - 240.

من اكتشافها بشكل محدد، وساهمت بحوث هذه المرحلة في تطوير مناهج لدراسة الإشباع وتوضيح العلاقة بين الميول النفسية والواقع الاجتماعي واستخدام وسائل الاتصال¹.

المرحلة الثالثة: المرحلة التفسيرية

تتسم هذه المرحلة بمحاولة استخدام التراث العلمي الذي أتاحتها المرحلة الوصفية والمرحلة التطبيقية لتوضيح الجوانب الأخرى في عملية الاتصال التي يمكن أن ترتبط بها دوافع وتوقعات الجمهور لوسائل الإعلام والإشباع المتحققة منها.

وعلى الرغم من اختلاف نقاط الانطلاق الخاصة بهذه الدراسات إلا أنها مكنت من تحويل الكثير من الخطوات المنهجية التي كانت ضمنية في البحوث الأولى إلى مسائل قابلة للقياس²، واهتمت هذه الدراسات بالأصول النفسية والاجتماعية للحاجات التي تولد توقعات مختلفة من التعرض لوسائل الإعلام أو الاشتراك في نشاطات أخرى ينتج عنها إشباع الحاجات غير المقصودة في إطار الخصائص الفردية والإطار الاجتماعي للفرد³.

ثانياً: عناصر نظرية الاستخدامات والإشباع

يعرض "روزنجرين" مجموعة العناصر التي تشكل منظور الاستخدامات والإشباع، والتي تبدأ من تولد حاجات بيولوجية ونفسية واجتماعية لدى الإنسان، وتتفاعل هذه الحاجات مع الخصائص الفردية والإطار الاجتماعي المحيط بالفرد، وينتج عن ذلك مشكلات فردية تختلف في حدتها، وحلول محتملة لتلك المشكلات، وبالتالي تتولد الدوافع لحل المشكلات أو إشباع الحاجات، ويتم ذلك من خلال التعرض لوسائل الإعلام أو ممارسة أنشطة أخرى، ويؤدي ذلك إلى إشباع أو عدم إشباع، ثم تتولد حاجات إضافية تمر بنفس المراحل السابقة⁴.

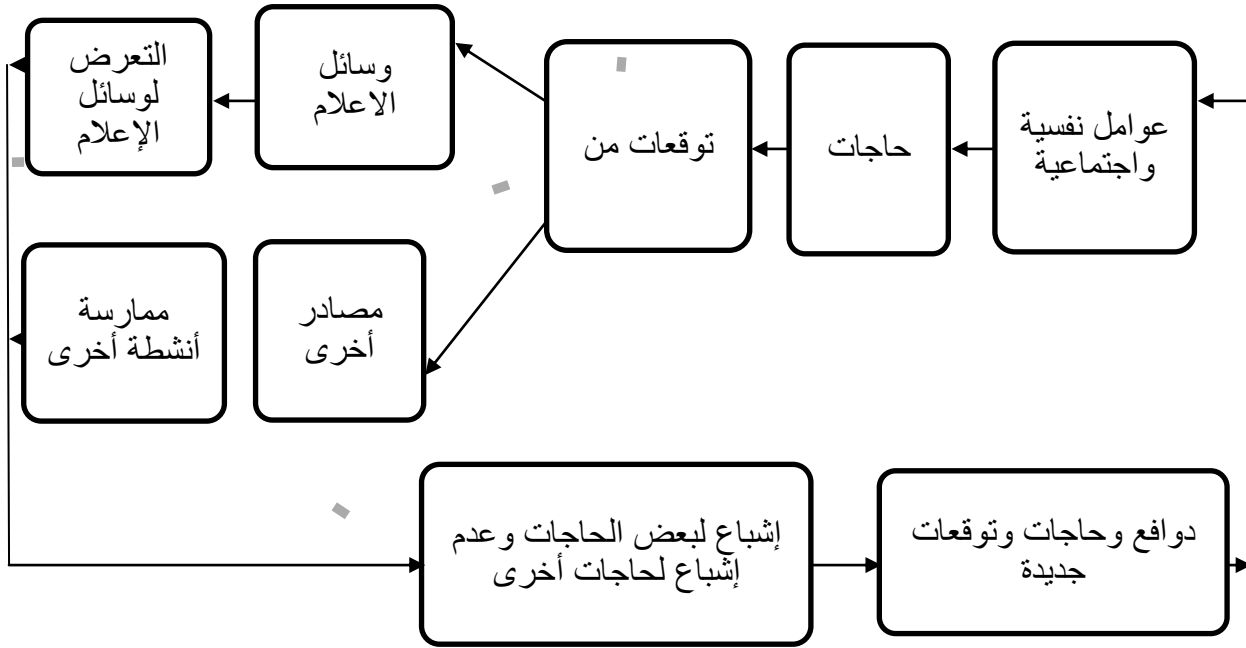
¹ - محمد عبد الحميد، دراسة الجمهور في بحوث الإعلام، دار عالم الكتب، القاهرة، 1993، ص 210.

² - حسن عماد مكاوي، سامي الشريف، نظريات الإعلام، مركز جامعة القاهرة للتعليم المفتوح، مصر، 2000، ص 207.

³ - Wimmer Roget D, and Joseph Dominick, **Mass Media Research an Introduction**, Wads Worth Rupblish Company, 5 th édition, 2000, p 385.

⁴ - حسن عماد مكاوي، نظريات الإعلام، الدار العربية ، القاهرة، 2009، ص 159.

ويعبر "كاتز"¹ وزملاؤه عن نموذج الاستخدامات والإشباع في الشكل التالي:



نموذج "كاتز" للاستخدامات والإشباع⁽²⁾

ولشرح أبعاد نظرية الاستخدامات والإشباع نعرض عناصر النظرية التالية:

1. افتراض الجمهور النشط:

من أهم الافتراضات الأساسية لنموذج الاستخدامات والإشباع هو أن الجمهور غير سلمي بل جمهور نشط لديه ذوق معين واهتمامات وتفضيلات ترتبط وتحدد دائما اختياره لأنواع معينة من المحتوى باستخدام مضامين الوسيلة الإعلامية لإرضاء رغبات معينة.

ويرى "بالجرين" (Palmagreen) أن الجمهور يكون نشطا من خلال ثلاثة أبعاد رئيسية

هي:

أ. الانتقاء: هي خطوة سابقة على التعرض للمضمون الاتصالي، حيث ينتقي الجمهور الوسائل الإعلامية والمضامين وفقا لما يتفق واحتياجاته واهتماماته.

¹ - إيلياهو كاتز "Elihu Katz": عالم اجتماع واتصال أمريكي ولد عام 1926م في نيويورك، وضع مع زميله لازر فيلد نظرية انتقال المعلومات على مرحلتين. ينظر: ويكيبيديا الموسوعة الحرة: <http://ar.wikipedia.org>، شوهه يوم: 10/

ب. الاستغراق Involvement: هي خطوة تحدث أثناء عملية التعرض ويتم ذلك من خلال الاندماج مع ما يتعرض له الفرد من مضامين.

ج. الإيجابية Positivity: بمعنى الدخول في مناقشات والتعليق على مضمون الاتصال¹.

2. الأصول النفسية والاجتماعية لاستخدام وسائل الإعلام:

أ. الأصول الاجتماعية:

قام "كاتز" وزملائه بوضع أصول اجتماعية تؤدي بالأفراد إلى الرجوع إلى وسائل الإعلام لإشباع حاجاتهم وتمثل في خمسة اتجاهات تقترح حالات اجتماعية قد تؤدي إلى إحداث الحاجات المرتبطة بالوسيلة الإعلامية:

- حالة اجتماعية تنتج عنها توترات تؤدي إلى الإلحاح لتطويقها بواسطة استهلاك مضامين وسائل الإعلام.
- حالة اجتماعية تخلق الإدراك للمشكلات وتتطلب الانتباه للمعلومات المتاحة حولها والتي يتم البحث عنها في وسائل الإعلام.
- حالة اجتماعية تقدم فرص حياة حقيقية مسلوقة لإشباع حاجات معينة، والتي يتم توجيهها إلى وسائل الإعلام لإتمام إشباعها.
- حالة اجتماعية تخلق قيما معينة يمكن التأكيد عليها بواسطة استهلاك مواد إعلامية ملائمة.
- حالة اجتماعية تزود الفرد بمعلومات وآفاق اجتماعية عن طريق تعرضه للمواد الإعلانية وتكسبه موضع التقدير في الجماعات الأولية².

ب. الأصول النفسية:

إلى جانب العوامل الاجتماعية التي تؤدي إلى وجود حوافز لدى الفرد من أجل التعرض إلى وسائل الإعلام، نجد أن هناك عوامل نفسية تحدد استخدام الفرد لوسائل الإعلام.

وتؤكد الدراسات التي تناولت مدخل الاستخدامات والإشباع أن افتقار الفرد إلى إحدى الحاجات النفسية الأساسية أو الثانوية تدفعه بطريقة حتمية إلى تبني سلوك إيجابي مع وسائل الإعلام

¹ - رضا عبد الواحد أمين، الصحافة الالكترونية، ط1، دار الفكر، مصر، 2007، ص 47.

² - مرفت الطرايشي، مرجع سابق، ص 262.

التي يتعرض إليها بهدف اكتساب المعلومات التي تسهم في إشباع هذه الحاجات، وهو ما يجعل الفرد يشعر بالراحة والاتزان النفسي¹.

3. دوافع تعرض الجمهور لوسائل الإعلام:

وبوجه عام فإن معظم دراسات الاتصال تقسم دوافع التعرض إلى فئتين هما²:

أ. دوافع منفعية "Instrumentel Motives": وتستهدف التعرف على الذات واكتساب المعرفة والمعلومات والخبرات، وجميع أشكال التعلم بوجه عام والتي تعكسها نشرات الأخبار والبرامج التعليمية والثقافية.

ب. دوافع طقوسية "Ritualized Motives": وتستهدف تضيئة الوقت والاسترخاء والصدقة والألفة مع الوسيلة والهروب من المشكلات، وتنعكس هذه الفئة في البرامج الخيالية مثل المسلسلات والأفلام والمنوعات وبرامج الترفيه المختلفة³.

4. التوقعات من وسائل الإعلام:

تنتج التوقعات عن دوافع الجمهور للتعرض لوسائل الإعلام حسب الأصول النفسية والاجتماعية للأفراد، وتعد التوقعات سببا في عملية التعرض لوسائل الإعلام.

ويرى "كاتز" أن التوقعات هي "الإشباع التي يبحث عنها"، وبذلك فالتوقعات تساهم في عملية اختيار الوسائل والمضامين، ويرى "شرام" في هذا الشأن أن الإنسان يختار إحدى وسائل الإعلام المتاحة التي يظن أنها سوف تحقق له الإشباع النفسي المطلوب، فعلى سبيل المثال الشخص الميال للعنف والمغامرات يستخدم التلفزيون لإشباع هذا الميل من خلال مشاهدة أفلام العنف والمطاردات⁴.

¹ - مديحة جيطاني، استخدامات الشباب الجامعي للمواقع الإسلامية، مذكرة ماجستير، جامعة الحاج لخضر، باتنة، الجزائر، 2009/2010، ص 38.

² - صالح خليل أبو أصبع، مرجع سابق، ص 214.

³ - محمد عبد الحميد، مرجع سابق، ص 223.

⁴ - وليام ريفرز وآخرون، الاتصال الجماهيري والمجتمع المعاصر، ترجمة: أحمد طلعت البشيشي، ط1، دار المعرفة الجامعية، مصر، 2005، ص 296.

5. التعرض لوسائل الإعلام:

أشارت دراسات عديدة إلى وجود علاقات ارتباط بين البحث عن الإشاعات، والتعرض لوسائل الإعلام، ويعبر زيادة تعرض الجمهور بوجه عام لوسائل الإعلام عن نشاط هذا الجمهور وقدراته على اختيار المعلومات التي تلي احتياجاته¹، وحدد "كاتز" الوظائف الأربع الرئيسية التي يمكن أن تخدم فيها الاتجاهات الشخصية لكل فرد وبالتالي تؤثر على سلوكه²:

- وظيفة المنفعة أو التكيف: the Instrumental, Adjustive, utilitarian

حيث يتمسك الفرد باتجاهات التي تحقق العائد الأقصى وتقلل العقاب المتوقع من البيئة الخارجية، وبالتالي فإن اتجاه الفرد نحو شيء ما يتحدد في إطار منفعته من هذا الشيء.

- وظيفة الدفاع عن الذات: Ego, Defensive Function

وهذه الوظيفة تعكس اتجاه الفرد للدفاع عن الصور التي تم تشكيلها عن نفسه، ورفض ما عداها وتظهر هذه الوظيفة واضحة في سلوك الأقليات والتعصب، وبالتالي فإننا نتوقع أن يستخدم الفرد وسائل الإعلام ومحتواها عندما ينجح في تقديم صورة مرضية عنه، لأنه سيعزف عنها متى قدمت عكس ذلك³.

- وظيفة التعبير عن القيم: Value Expressive Function

ذلك أن الفرد غالبا ما يشعر بالرضا عندما تعكس الاتجاهات القيم السائدة التي تمسك بها.

- الوظيفة المعرفية: Knowledg Function

الفرد في حاجة إلى المعرفة التي تساعد على بناء إدراكه، وتشكل المعاني حتى يتمكن من الفهم والتفسير وتحديد مواقفه واتجاهه من المثيرات التي يتعرض إليها في بيئته.

¹ - حسن عماد مكاوي، ليلي السيد، مرجع سابق، ص 246 - 247.

² - بسام عبد الرحمان المشابقة، نظريات الإعلام، ط1، دار أسامة، عمان، 2010، ص 88.

³ - يوسف محمد، النظرية النفسية والاجتماعية في وسائل الاتصال المعاصرة والالكترونية، ط1، دار الكتاب الحديث،

القاهرة، 2013، ص 326.

إلى جانب التصنيف الذي وضعه "كاتز" لوظائف الإعلام نجد تصنيفا آخر قام بوضعه "ماكويل" ويتمثل فيما يلي¹:

- **وظيفة الإعلام:** وتتمثل في رغبة الفرد في معرفة ما يدور من وقائع وأحداث تحيط به في المجتمع والعالم الخارجي، البحث عن النصيحة أو الرأي أو بدائل القرارات، حب الاستطلاع والاهتمام العام، التعليم والتعلم الذاتي.
- **وظيفة تحديد الهوية الشخصية:** وتتمثل في الحاجة إلى دعم القيم الشخصية، دعم أنماط السلوك، التوحد مع قيم الغير، اكتساب وظيفة تحقيق الفرد لذاته.
- **وظيفة التماسك والتفاعل الاجتماعي:** وتتمثل في حاجة الفرد إلى التعرف على ظروف الآخرين، التقمص الاجتماعي، التوحد مع الغير وتحقيق الانتماء، الحوار والتفاعل الاجتماعي، بديل عن الألفة والعشرة في الحياة الحقيقية، دعم القدرة في التواصل مع الآخرين.
- **وظيفة الترفيه:** تتمثل في حاجة الفرد إلى الهروب من المشكلات، الراحة، ملء الفراغ، اكتساب الأنماط الثقافية، المتعة الجمالية، إطلاق العواطف وتحريرها².

6. إشباع وسائل الإعلام:

وفق نظرية الاستخدامات والإشباع، يتم وصف أفراد الجمهور باعتبارهم مدفوعين بمؤثرات نفسية واجتماعية لاستخدام وسائل الإعلام بغية الحصول على نتائج خاصة يطلق عليها: "الإشباع Gratifications".

وقد اهتمت دراسات الاستخدامات والإشباع منذ السبعينيات بضرورة التمييز بين الإشباع التي يبحث عنها الجمهور Gratification Sought من خلال التعرض لوسائل الإعلام، والإشباع التي تتحقق بالفعل Gratification Obtained.

ويرى "سوانسون" إمكانية ربط محتوى الرسالة بالإشباع المتحققة، فبرامج الترفيه والدراما يمكن أن تحقق إشباع "التنفس" الذي يتمثل في خبرات الاستثارة، والتخلص من التوتر والقلق

¹ - يوسف محمد، مرجع سابق، ص 328.

² - نفسه ، ص ص 226 - 227.

والهروب من المشكلات اليومية. أما برامج الأخبار والمعلومات والشؤون الجارية، فيمكن أن تحقق إشباع مراقبة البيئة Surveillance الذي يتمثل في الحصول على المعلومات والخبرات والمهارات¹.

ويفرق "لورانس وينر" بين نوعين من الإشباعات هما²:

أ. إشباعات المحتوى: وتنتج عن التعرض لمحتوى وسائل الإعلام وهي نوعين:

- إشباعات توجيهية: تتمثل في مراقبة البيئة والحصول على المعلومات.
- إشباعات اجتماعية: ويقصد بها ربط المعلومات التي يتحصل عليها الفرد بشبكة علاقاته الاجتماعية³.

ب. إشباعات العملية: وتنتج عن عملية الاتصال والارتباط بوسيلة محددة ولا ترتبط مباشرة بخصائص الرسائل وتنقسم إلى نوعين:

- إشباعات شبه توجيهية: وتتحقق من خلال تخفيف الاحساس بالتوتر، والدفاع عن الذات، وتعكس في برامج التسلية والترفيه والإثارة.
- إشباعات شبه اجتماعية: وترتبط بضعف علاقات الفرد الاجتماعية وميوله إلى العزلة⁴.

المطلب الثالث: فروض نظرية الاستخدامات والإشباعات والانتقادات الموجهة إليها

أولاً: فروض النظرية

بعد أن بدأت تتضح المداخل الرئيسية للنظرية عند الباحثين "إليهو كاتز (Elihu Katz) وبلملر (Blumler) قاموا بمحاولة وضع الأسس العلمية والفرضيات التي تنطلق النظرية منها، وشكلت هذه الأسس، والعناصر المداخل العلمية للنظرية، لأن نظرية الاستخدامات والإشباعات قامت على افتراض الجمهور النشط، على العكس من نظريات التأثير السابقة التي قالت بقوة تأثير

¹ - حسن عماد مكاوي، نظريات الإعلام، مرجع سابق، ص 164 - 165.

² - يوسف محمد، مرجع سابق، ص 329.

³ - عبد الرحيم درويش، مقدمة إلى علم الاتصال، مكتبة نانسي، مصر، 2005، ص 28.

⁴ - حسن عماد مكاوي، ليلي حسن السيد، الاتصال ونظرياته المعاصرة، ط5، الدار اللبنانية المصرية، مصر، 2006، ص

وسائل الإعلام في الجمهور مثل نظرية الرصاصة فأضفت النظرية بذلك صفة الإيجابية على الجمهور¹.

لذا يرى "إلياهو كاتز Elihu Katz" وزملاؤه أن هذا المنظور قائم على خمسة فروض² هي كالاتي:

1. أعضاء الجمهور مشاركون فعالون (إيجابيون ونشطون) في عملية الاتصال الجماهيري، واستخدامهم لوسائل الإعلام يحقق لهم أهداف مقصودة تلي رغبتهم وتوقعاتهم.
 2. استخدام الوسائل يعبر عن الحاجات التي يرغب الجمهور بتحقيقها وتتحكم في ذلك أمور منها: الفروق الفردية، والتفاعل الاجتماعي.
 3. الجمهور هو الذي يختار الوسيلة والمضمون الذين يشبعان حاجاته.
 4. يستطيع الجمهور تحديد حاجاته ودوافعها، ومن يلجأ إلى الوسائل والمضامين التي تشبع حاجاته.
 5. يمكن الاستدلال على المعايير الثقافية السائدة في المجتمع من خلال استخدام الجمهور لوسائل الاتصال، وليس من خلال الرسائل الإعلامية فقط³.
- وأكد "ليتل جون Little John" أن هناك ثلاثة فروض أساس تنطلق منها هذه النظرية وهي⁴:

1. أن جمهور وسائل الإعلام يسعى إلى إشباع حاجة معينة من خلال تعرضه للرسائل التي تقدمها الوسيلة الإعلامية.
2. أن جمهور الوسيلة الإعلامية هو جمهور مسؤول عن اختيار ما يناسبه من وسائل الإعلام التي تحقق رغباته، فهو يعرف هذه الحاجات والرغبات ويحاول إشباعها من خلال استخدام الوسائل الإعلامية المتعددة.

¹ - صلاح محمد عبد الحميد، مرجع سابق، ص 64.

² - فضيل دليو، الاتصال مفاهيمه - نظرياته - وسائله، ط1، دار الفجر، القاهرة، 2003، ص 31. للمزيد ينظر: بسام

عبد الرحمان المشابقة، نظريات الاتصال، ط1، دار أسامة، عمان، 2011، ص 176.

³ - حسن عماد مكاي، نظريات الإعلام، مرجع سابق، ص 158.

⁴ - صلاح محمد عبد الحميد، مرجع سابق، ص 66.

3. أن وسائل الإعلام تتنافس مع مصادر أخرى لإشباع حاجات الجماهير.

ومن خلال الفروض السابقة لكل من "كاتز" و "ليتل جون" يتضح أن هناك تقارباً في رؤى الباحثين حول المنطلقات النظرية الرئيسية لنظرية الاستخدامات والإشباع¹.

وبشكل عام تسعى نظرية الاستخدامات والإشباع لتحقيق ثلاث أهداف رئيسية وهي²:

- التعرف على كيفية استخدام الأفراد لوسائل الإعلام، وذلك بالنظر إلى الجمهور النشط الذي يستخدم الوسيلة التي تشبع حاجاته وأهدافه وتوقعاته.

- توضيح دوافع التعرض لوسيلة معينة من وسائل الاتصال، والتفاعل الذي يحدث نتيجة هذا التعرض.

- التركيز على فهم عملية الاتصال الجماهيري يأتي نتيجة استخدام وسائل الاتصال الجماهيري³.

ثانياً: الانتقادات الموجهة لنظرية الاستخدامات والإشباع

لقد تعرضت نظرية الاستخدامات والإشباع إلى مجموعة من الانتقادات، وهذا بالنظر إلى المعلومات القليلة التي قدمت حول احتياجات الجمهور من وسائل الإعلام، وهناك بعض الباحثين من ينتقد هذه النظرية لكونها أعادت صياغة نظريات أخرى، كنظرية الفروق الفردية ونظرية التأثير الانتقائي⁴.

ومن أهم الانتقادات التي وجهت لهذه النظرية:

- تعدد الحاجات الخاصة بالفرد بين فيسيولوجية واجتماعية ونفسية، بحيث تختلف أهميتها من فرد لآخر، ومن أجل تحقيق هذه الحاجات تتعدد طرق وأنماط التعرض لوسائل الاتصال واختيار محتوياتها.

¹ - صلاح محمد عبد الحميد، مرجع سابق، ص 67.

² - حسن عماد مكاوي ولىلى السيد، مرجع سابق، ص 241.

³ - نفسه، ص 241.

⁴ - ملفين دفلير و ساندرا بول روكيتش، نظريات وسائل الإعلام، ترجمة: كمال عبد الرؤوف، الدار الدولية، القاهرة،

1993، ص 267.

- يقوم مدخل الاستخدامات والإشباعات على أسس وظيفية تهتم بما تحققه وسائل الإعلام من وظائف، لذا فكل الانتقادات الخاصة بالمدخل الوظيفي تنطبق عليه¹.
 - تفترض بأن السلوك اتجاه الوسيلة يعتمد على الاختيار الواعي العقلاني، إلا أن الملاحظ عادة أن عادات الاستخدام هي الموجهة له.
 - استخدام أفراد الجمهور لوسائل الإعلام استخداما هادفا ومقصودا، لكن هناك من يرى أن استخدام الوسيلة الإعلامية يكون غير هادف في أحيان أخرى.
 - عزل العملية الاتصالية عن العمليات الاجتماعية الأخرى، وهو ما يجعل المدخل على درجة عالية من التجريد، حيث أن دراسة استخدام الفرد لوسائل الإعلام لا يقتصر على الحالة العقلية فحسب، بل هناك عوامل أخرى تدخل في هذه الدراسة، مثل الوظيفة الاجتماعية للأفراد والمستوى التعليمي².
- ورغم الانتقادات التي وجهت لنظرية الاستخدامات والإشباعات إلا أنه لا يمكن نفي دور هذه النظرية في دراسة الفرد بوسائل الاتصال، وينطلق هؤلاء من إمكانية حدوث تغيرات في سلوكيات أفراد الجمهور تجاه الوسيلة الإعلامية التي يمكن أن يتغير نوعها ومضمونها، بالإضافة إلى ذلك فإن قياس اتجاهات الأفراد ومدى إشباع حاجاتهم لا يمثل مشكلة تعترض مدخل الاستخدامات والإشباعات فقط، وإنما هي عوائق تقف أمام مختلف الأبحاث الاجتماعية، لأنها تتعامل مع الفرد الذي تتسم سلوكياته بالتغير وعدم الثبات³.
- وخلاصة القول في هذه النظرية أنها أحدثت ثورة في الاتصال الجماهيري، حيث كان ينظر إلى الجمهور على أنه مجرد حشد من الناس لا تربطهم أية علاقة، وأن وسائل الإعلام تفعل ما تريده في الجمهور إلى أن جاءت نظرية الاستخدامات لتجعل منه عنصر نشيط وفعال يتحكم فيما يراه بحسب رغباته وظروفه، وأنه من يختار الوسيلة التي تلي رغباته ولا يمكنها أن تفرض عليه ما يتلقى، وذلك وفق ما يراه "روز نجرين":

¹ - سوزان القلبيني ويوسف أحمد، الاتصال وسائله ونظرياته، دار النهضة العربية، القاهرة، 1997، ص 184.

² - بسام عبد الرحمان المشابقة، نظريات الإعلام، مرجع سابق، ص 86.

³ - مرزوق عبد الحكم العادلي، الاعلانات الصحفية (دراسة في الاستخدامات والإشباعات)، ط1، دار الفجر، القاهرة،

1. تتمثل البداية في وجود الحاجات الفردية التي تتفاعل مع الخصائص العامة والنفسية وكذلك مع البناء الاجتماعي المحيط بالفرد بما فيه من بناء وسائل الإعلام.
2. يترتب على ذلك ظهور مشكلات للفرد سواء كان شعوره بها قويا أو ضعيفا فإنه يبحث عن حل لها من بين البدائل المختلفة، في محاولة للسلوك الذي يؤدي إلى الإشباع أو حل المشكلات.
3. ونتيجة لهذا السلوك تظهر أنماط مختلفة للاستخدام الحالي لوسائل الإعلام، وكذلك أنماط سلوكية أخرى خلافا لاستخدام وسائل الإعلام لتحقيق الإشباع أو حل للمشكلة.
4. تؤدي الأنماط السلوكية المختلفة مع وسائل الإعلام أو غيرها إما إلى نماذج من الإشباع أو عدم الإشباع.
5. وهذا من الممكن أن يتأثر أيضا بالخصائص العامة والنفسية والبيئية والاجتماعية المحيطة بالفرد مثل بناء وسائل الإعلام، والبناء السياسي والثقافي في المجتمع، وهذه في النهاية تمثل تأثيرات عملية الاستخدام التي تعتمد على المتلقي بالدرجة الأولى.

المبحث الثاني: الفضائيات الإسلامية

المطلب الأول: مفهوم القنوات الفضائية الإسلامية

أولاً: تعريف الإعلام الإسلامي

تُعدّ الفضائيات الإسلامية وسيلة من أبرز وسائل الإعلام الإسلامي كونها تدعو إلى الأهداف والمضامين نفسها وتنطلق من ذات النهج وتلتزم بثوابت مشتركة فيما بينها، ولهذا لا بد لنا من التطرق لمفهوم الإعلام الإسلامي كونه وثيق الصلة بالفضائيات الإسلامية.

يعرفه الدكتور منير حجاب بقوله: "الإعلام الإسلامي هو جهد فني وعملي مدروس ومستمر وصادق من قبل قائم بالاتصال هيئة كانت أم جماعة أم فردا لديه خلفية واسعة ومتعمقة في موضوع الرسالة التي يتناولها، وذلك بغرض تكوين رأي عام صائب يعي الحقائق الدينية ويدركها ويتأثر بها في معتقداته وعباداته ومعاملاته".¹

أما "حامد عبد الواحد" يعرف الإعلام الإسلامي بأنه: "الاتصال الشامل الذي يدعو إلى الخير ويأمر بالمعروف وينهى عن المنكر ويحقق أسباب النفع والصالح للمجتمع المسلم بالإضافة إلى الدعوة إلى سبيل الله عز وجل".²

في حين يعرف البعض الآخر الإعلام الإسلامي بأنه: "الذي يعرف بالله الواحد ودينه الحق، ويرسم صورة صادقة لرسالة محمد صل الله عليه وسلم ولا زيادة فيها ولا نقصان، من خلال وسائله المقروءة والمسموعة والمرئية".³

¹ - محمد منير حجاب، الإعلام الإسلامي "المبادئ النظرية، التطبيق"، ط1، دار الفجر، القاهرة، 2002م، ص 25.

² - حامد عبد الواحد، الإعلام في المجتمع الإسلامي، دار اليقين، ص 47. للمزيد ينظر: عبد الرزاق الدليمي، الإعلام الإسلامي، دار المسيرة، عمان، 2013، ص 96.

³ - عبد الله قاسم الوشلي، الإعلام الإسلامي في مواجهة الإعلام المعاصر بوسائله المعاصرة، ط2، دار عمار، اليمن،

1993-1994م، ص 11.

ثانيا: تعريف القنوات الفضائية الاسلامية

تأسيسا على اختلاف تعاريف الإعلام الإسلامي، فقد تعددت وتنوعت تعاريف الفضائيات الإسلامية، فمنهم من عرفها بأنها: "الفضائيات التي أنشأت لتحقيق أهداف إسلامية وتنطلق من مرجعيات إسلامية وإن اختلفت تخصصاتها"¹. والملاحظ على هذا التعريف اختصاره الشديد وعدم إشارته للوسائل والضوابط التي ينبغي على وسائل الإعلام أن تلتزمها لتحقيق أهدافها حتى يصح أن توصف بأنها إسلامية².

ويعرفها آخرون بأنها: "هي قنوات فضائية تقدم إعلاما عربيا له هدف وفيه قيمة يلي حاجة المشاهد من خلال مجموعة متنوعة من البرامج الجادة التي تمس حياته وتتناول اهتماماته الروحية والثقافية والاجتماعية والاقتصادية وتشبع رغباته الانسانية من منظور إسلامي، وتقدمها بجانب تقني حديث ضمن ضوابط الشريعة الإسلامية"، وعرفت القنوات الفضائية الإسلامية على أنها: "القنوات التي تعتمد الرؤيا الإسلامية فيما تقدمه ولا تخرج برمجها وأفكارها وخطابها عن ضوابط الشريعة الإسلامية بشكل عام"³.

واعتمادا على التعاريف السابقة يمكن تعريف الفضائيات الإسلامية بأنها: "الفضائيات التي تعود لجهات أو شخصيات إسلامية دينية أو حكومية أو حزبية أو اجتماعية، وترمي لنشر الثقافة الإسلامية وتعريف الناس جميعا بمبادئ وتعاليم وأحكام الدين الإسلامي الحنيف عبر رسالة اتصالية شاملة ومتنوعة لنواحي الحياة كافة منطلقة من وجهة نظر الشريعة الإسلامية وملتزمة بضوابطها التزاما تاما في كل ما تقدمه من أخبار وترفيه وتثقيف وغيرها، وتكون إما عامة أو متخصصة،

¹ - ابراهيم ناصف ناصر عبد الله، مرجع سابق، ص 16.

² - عبد الرزاق الدليمي، مرجع سابق، ص 270.

³ - محمد يسري، الفضائيات الإسلامية، المركز العربي للدراسات الإنسانية، عمان، 2010م، ص 59.

يقوم عليها مسلمون لهم الخبرة والتخصص في مجال العمل الإعلامي فضلا عن حظ كاف من المعرفة الإسلامية¹.

ثالثا: نشأة الفضائيات الإسلامية

منذ عهد قريب كان وجود فضائية إسلامية لمواجهة المد الإعلامي الغربي بكافة ألوانه حلما طالما راود الكثيرين، واليوم أضحت الشاشة العربية تزخر بالعشرات من القنوات الفضائية الإسلامية، التي استطاعت -ولو جزئيا- أن تسد حاجة المشاهد العربي من الإعلام الهادف²، فقبل نحو أحد عشر عاما من سنة 2009 أعلنت راديو وتلفزيون العرب "ART" عن إنشاء قناة "إقرأ" الفضائية الإسلامية كأول فضائية إسلامية متخصصة معلنة بذلك دخول نوع جديد من الفضائيات للمشاهد العربي، تنامت بعد ذلك الأفكار ليزيد عدد القنوات الإسلامية عن 80 قناة في عام 2010³.

وفرض الإعلام الإسلامي وجوده بين وسائل الإعلام الأخرى من خلال نسب المشاهدة العالية، وتسابق المشايخ ورجال الأعمال على تدشين القنوات الإسلامية الواحدة تلو الأخرى بدافع نشر الخير من قبل البعض، والتجارة والربح من البعض الآخر⁴.

¹ - طه أحمد الزبيدي وآخرون، دراسات في تأثير القنوات الفضائية على المجتمع وفئاته، دار الفجر، بغداد، 2013، ص 45.

² - مثنى الحارث الضاري، الإعلام الإسلامي: الواقع والطموح، ط1، دار الفجر، بغداد، 2007، ص ص 277-278.

³ - Ali Mahmoud Al- Omari, **The Reality of the Islamic channels in the Arab World**, International of west asian studies, vol: 03 n 02, 2011, pp 105- 106.

⁴ - Ibid , p 107.

المطلب الثاني: أسباب ظهور القنوات الفضائية الإسلامية وأهدافها

أولاً: أسباب ظهور الفضائيات الإسلامية

تعدّ الفضائيات الإسلامية كغيرها من وسائل الإعلام الإسلامي، لها أسباب وعوامل أدت إلى ظهورها وساعدت على انتشارها وزيادة عددها، ويمكن عزوؤها إلى ما يأتي¹:

1. التحديات الفكرية التي تعرض لها الإسلام والمسلمون بعد انهيار المعسكر الاشتراكي ونهاية الحرب الباردة، والتي تصاعدت بعد أحداث 11 أيلول 2001، وتضمنت مجموعة من الشبهات والإشكالات والانتقادات التي احتاجت إلى وسائل إعلام إسلامية تأخذ على عاتقها مواجهة هذه التحديات والدفاع عن الفكر الإسلامي النير.
2. التطور التقني وانتشار وسائل الإعلام دفع بعض الحكومات والجهات الدينية الإسلامية من مرجعيات دينية ومؤسسات وشخصيات إلى استغلال هذه الامكانيات التقنية والفنية للدعوة إلى الدين الإسلامي والتعريف به أو إبراز مذهبها والدعوة لاعتناقه.
3. تنامي الشعور والالتزام الديني بشكل واسع، وبروز ملامح صحوة إسلامية حقيقية في المنطقة العربية والإسلامية، ما استلزم ظهور الفضائيات الإسلامية التي تعمل على ترسيخ الإيمان بالإسلام وتعرف بأحكامه وتعاليمه وعقائده².
4. رد الفعل الطبيعي إزاء الإعلام الهابط المتحلل من القيم كلها الذي تبثه بعض الفضائيات، فكان لا بد من ظهور إعلام محافظ وهادف³.

¹ - عبد الرزاق الدليمي، مرجع سابق، ص 272.

² - ياسين صالح علي، أثر القنوات الفضائية الإسلامية في التوعية الدينية، مذكرة ماجستير، جامعة المدينة العالمية بماليزيا، ص 35.

³ - إياد محمد خزعل، تعرض الشباب للقنوات الفضائية الإسلامية ودوره في غرس الثقافة الدينية، مذكرة ماجستير، جامعة بغداد للدراسات العليا، العراق، 2013، ص 125.

5. طغيان الماديّات في القرن العشرين وما تلاه، وغياب القيم والمثل الروحية السامية، وهو الأمر الذي فرض ضرورة قيام إعلام إسلامي ينشر القيم السماوية والتعاليم الروحية التي يزخر بها هذا الدين الحنيف.
6. دحض المفتريات العديدة التي أفرزتها بعض النظريات التي سميت بالعلمية، وهي ضد وجود الخالق، وضد عملية التدين برمتها مما يقتضي تجليتها وتوضيح الحقيقة.
7. عمق الثقافة الإسلامية وعموميتها لبني الإنسان، ثم شموليتها لمجالات الحياة الإنسانية كافة يقتضي توضيحها بشكل واضح ودقيق لمن لم يقفوا على ذلك.
8. لذا فإنه لكل هذه الأسباب، وارتباط أمر الدعوة بقضية الإنسان في كيانه البشري وتخفيف طاقاته العقلية، فإن الواجب يقتضي تكثيف العمل عبر القنوات الفضائية، وتكثيف حملات الدعوة وبرامجها عبر كل الوسائل الإلكترونية والمكتوبة. ولا بد أن يتم عبر الفضائيات على وجه الخصوص توضيح رؤية الإسلام في كل ما يطرح ضده بتصحيح المفاهيم الخاطئة وتحلية الحقائق المتعلقة بالعبادة وغيرها¹.

ثانياً: أهداف الفضائيات الإسلامية

إذا كان الهدف من العملية الإعلامية كلها هو "الإنسان" أي تسخير الوسائل والأساليب الإعلامية لإيصال فكرة معينة إلى المستقبل، سواء كان فرداً أم جماعة أم شعباً، وإقناعه بها ليحصل المرسل على الاستجابة التي خططها، فإن الهدف من الرسائل السماوية كلها هو "هداية الإنسان" ليحيا على الحق، ويكون على بينة، ويعيش في سعادة وأمن في هذه الدنيا، وينجو بنفسه يوم الآخرة².

¹ - إباد محمد خزعل ، مرجع سابق، ص 126.

² - محمد عجاج الخطيب، أضواء على الإعلام في صدر الإسلام، ط1، مؤسسة الرسالة، أبو ظبي ، 1404هـ/ 1984،

وتأتي مهمة الفضائيات الإسلامية لبيان الحقائق الإسلامية، والوصول إلى قلوب الجماهير وعقولها بالحكمة المطلوبة. وبهذا تمثلت أهداف القنوات الفضائية الإسلامية فيما يلي¹:

1. تجديد الدعوة إلى التوحيد، وهذه الدعوة لا تعني أن التوحيد غير موجود، بل هو تذكير مستمر ينبغي أن يركز عليه الداعية الإعلامي دائماً².
2. تحقيق الأغراض الإسلامية التي ينبغي أن تصبغ المجتمع كله، وهي مهمة الإعلام الأولى وهدفه الرئيسي.
3. مواجهة الأفكار المنحرفة وتنقية المجتمع من الشوائب.
4. درء المفاسد التي يمكن أن ترد على الإعلام نفسه أو من إعلام آخر.
5. صناعة رأي عام واضح الفكر والاعتقاد³.
6. الدعوة والإرشاد.
7. الابتعاد قدر الإمكان عن المكانية والحزبية.
8. التربية الصحيحة والتعليم المستنير الواعي.
9. التنشئة السليمة بعيداً عن الأفكار التي تبعد المسلم عن حقيقة الإسلام.
10. شرح الإسلام الصحيح بلغات العالم المختلفة والرد على الإدعاءات وتنفيذها⁴.

¹ - إبراهيم ناصف ناصر عبد الله، مرجع سابق، ص 18.

² - محي الدين عبد الحليم، الدعوة الإسلامية والإعلام الدولي، دار الفكر العربي، القاهرة، ص 75.

³ - يسري خالد إبراهيم، "الفضائيات الإسلامية بين الخبرة الإعلامية والتأصيل العلمي"، مجلة الجامعة العراقية، ع 1/28 ، العراق، ص 433.

⁴ - الطاهر الرشيد إسماعيل، دور القنوات الفضائية وأثرها على الشباب، مركز دراسات الإسلام والعالم المعاصر، الخرطوم،

2008، ص 12.

المطلب الثالث: خصائص القنوات الفضائية الإسلامية وواقعها

أولاً: خصائص الفضائيات الإسلامية

إن الإعلام الإسلامي -ومنه الفضائيات الإسلامية- يتميز بمميزات وخصائص عدة جعلته مغايراً لمثيله من الفضائيات ووسائل الإعلام الأخرى، ويمكن إجمال تلك الخصائص في الآتي¹:

1. إعلام عقائدي بالدرجة الأولى مرتبط ارتباطاً راسخاً بالعقيدة الإسلامية.
2. إعلام مسؤول يتسم بالمسؤولية لأنه قائم على الإيمان بالجزاء، مما يؤثر في أخلاق الناس وعملهم وشخصياتهم.
3. إعلام رسالي، أي له غاية وهدف ورسالة².
4. إعلام مرن يتفاعل مع قضايا الأمة المصيرية تفاعلاً حقيقياً.
5. إعلام متزن لا يقول إلا خيراً.
6. إعلام عام لعموم البشر من منطلق أن الدين الإسلامي للناس كافة.
7. الوضوح والكمال من حيث المصدر والعطاء³.

ثانياً: أنواع الفضائيات الإسلامية

تنقسم الفضائيات الإسلامية من حيث المضمون إلى أربعة أنواع:

النوع الأول: دعوية فقط، مثل قناة الناس، وميزتها أنها تهتم بتثقيف الأمة الإسلامية ونشر العلم الديني والدنيوي وتبتعد عن السياسة وصراعاتها.

¹ - حامد عبد الواحد، مرجع سابق، ص 67.

² - رعد جاسم الكعبي، بشرى داود السنجري، "التعرض للقنوات الفضائية الإسلامية وعلاقته بمقروئية الكتاب"، مجلة كلية الأدب، ع 102، جامعة بغداد، كلية الإعلام، العراق، ص 626.

³ - محمد خير رمضان يوسف، من خصائص الإعلام الإسلامي، مجلة دعوة الحق، ع 97، السنة الثامنة، مكة المكرمة، 1410هـ/ 1989، ص 15. للمزيد ينظر: عبد الله قاسم الوشيلي، مرجع سابق، ص 48.

النوع الثاني: دعوية اجتماعية، مثل قناة إقرأ، فهي تقدم بالإضافة إلى البرامج الدينية والثقافية، مسلسلات تاريخية وبرامج ناطقة باللغة الانجليزية، وبين الحين والآخر تقدم أغنيات دينية وأناشيد.

النوع الثالث: دعوية شاملة، مثل قناة الرسالة، حيث تعمل على تدعين القيم الإسلامية والإنسانية بأسلوب هادئ، وطرح متزن لا يعمل على التحريض ويلتزم المبادئ المهنية في إطار عمل إعلامي مؤسسي متكامل.

النوع الرابع: دعوية سياسية، مثل قناة المنار، فهي تنتهج الموضوعية في تبني القضايا العادلة والمحقة للأمة جمعاء، باعتماد المعايير المهنية والإعلامية الاحترافية في أخبارها وبرامجها ضمن القوانين والأعراف والأنظمة المعمول بها دولياً.

ويرى الباحث أن هذا التصنيف غير دقيق لأن النوع الثالث يشمل القنوات الدعوية السياسية، وكما ذكر في المثال الرابع فإن هذه القنوات كقناة المنار تقدم برامج دينية واجتماعية بالإضافة للمواد السياسية وبهذا فقد أصبحت قناة شاملة، وعلى حد علم الباحث فإنه لا يوجد قناة دعوية سياسية بالكامل¹.

المطلب الرابع: واقع القنوات الفضائية الإسلامية

تتسم الفضائيات الإسلامية الموجودة على الساحة الإعلامية بعدد من الصفات والخصائص منها ما هو إيجابي ومنها ما هو سلبي، وقد تجتمع في بعضها عدد من الصفات السلبية والإيجابية في آن واحد.

أولاً: إيجابيات الفضائيات الإسلامية

للقنوات الفضائية الإسلامية العديد من الإيجابيات التي تساهم في نشر الوعي وزيادته لدى أفراد المجتمع، نجد من أبرزها:

¹ - إبراهيم ناصف ناصر عبد الله، مرجع سابق، ص 20.

1. زيادة الوعي لدى الجمهور ونشر الثقافة الإسلامية في المجتمع والدعوة للعودة إليها.
 2. توفير بديل من المواد الإعلامية المباحة الملتزمة بالضوابط الشرعية الإسلامية.
 3. إبراز أهم الأحداث والمناسبات الدينية الإسلامية والتفاعل معها.
 4. إنشاء جيل من الإعلاميين الملتزمين بضوابط الإعلام الإسلامي¹.
 5. تعريف غير المسلمين بالإسلام عن طريق بعض القنوات الفضائية الإسلامية الناطقة بالإنجليزية واللغات الأخرى.
 6. تحبيب الجمهور بالدعاة والمبلغين والعلماء عن طريق مشاركتهم عبر الشاشة في المناسبات والأحداث الاجتماعية، وإتاحة الفرصة أمامهم لعرض الفكر الإسلامي المعتدل².
- وفي هذا الإطار يمكن تسجيل عدد من نقاط القوة والنجاح في تجربة الفضائيات الإسلامية والمتمثلة في الآتي:

- استثمرت تقنية البث الحي المباشر في خدمة البرامج الدينية بطريقة نافعة، وبدأ مشاهدوا هذه القنوات في الدول المتخلفة يستمتعون بنخبة من البرامج الحية التي تبثها هذه القنوات على الهواء مباشرة، فتجيب على استفساراتهم وأسئلتهم الدينية، وتوفر لهم ساحة للحوار الفكري.

- اهتمت الفضائيات الإسلامية بربط المسلمين في أنحاء العالم بشعائهم ورموزهم المقدسة، وذلك عن طريق النقل المباشر لشعائر الحج ونقل الصلوات والزيارات من الحرمين الشريفين والعتبات المقدسة.

¹ - طه أحمد الزبيدي وآخرون، مرجع سابق، ص 35.

² - علي محمد حسن، القنوات الدينية الإسلامية: واقعها ومستقبلها، كلية الآداب، جامعة المنيا، القاهرة، 29 ديسمبر

- أثبتت الفضائيات الإسلامية قدرتها على تقديم مضمون جاد، واستقطاب جمهورهم به، في ظل أنماط متعددة لسلوك إعلامي استهلاكي، يعتمد على الإثارة بأشكالها المختلفة¹.

ثانيا: سلبيات الفضائيات الإسلامية ومعوقات تطورها

بالرغم من الإيجابيات التي تحظى بها القنوات الفضائية الإسلامية إلا أنها لا تخلو من وجود بعض السلبيات التي تتمثل فيما يلي:

1. طغيان الجانب المادي التجاري لدى بعض القائمين على القنوات الفضائية الإسلامية وإعطائه أولوية أكبر من الجانب الدعوي.

2. وجود بعض مظاهر التشدد في خطاب بعض الفضائيات وسلوكها، مثل ظهور المرأة أو رفض الموسيقى.

3. اختلاف الأهداف الفرعية للفضائيات الإسلامية مما يساهم في تكريس أهداف فرعية ضيقة².

4. التطرف والتعصب الطائفي الواضح على الخطاب الإعلامي لبعض الفضائيات الإسلامية.

5. ندرة الفضائيات الإسلامية الموجهة للجمهور غير المسلم والناطق بلغات أجنبية.

6. تعاني أغلب الفضائيات الإسلامية من قصور في نواح معينة، فهي لا تقدم مثلاً رؤية اقتصادية إسلامية ولا تقدم أخباراً من وجهة نظر إسلامية حول مجريات الأحداث في العالم³.

وفي الأخير نرى أنه في الوقت الذي لم تلتزم الفضائيات الأخرى بأي ضابط يحكم طبيعة البث ونوعه ومضمونه، إلا ما كان له علاقة بالتنظيمات القانونية في البلد الذي تعمل فيه، وضعت

¹ - خالد عبد الرحمان الشايع، القنوات الفضائية وآثارها العقائدية والثقافية والاجتماعية والأمنية، دار بلنسية، ص 12.

² - طه أحمد الزيدي وآخرون، مرجع سابق، ص 36.

³ - نفسه، ص 37.

الفضائيات الإسلامية معايير صارمة أخلاقيا ومهنيا، تحكم سياستها في البث، فالحرية غير الملتزمة بقيود من أي نوع، عدا القيود القانونية، أعطى الفضائيات الأخرى مساحة كبيرة جدا للعمل.

وفي المقابل المعايير والضوابط الأخلاقية للفضائيات الإسلامية ضيقت هامش العمل لديها، وحدثت من استخدامها لكل -ماهو متاح- في مجال العمل التلفزيوني، مما يمكن أن يجذب المشاهدين بشرائحهم المختلفة، كما هو حال الفضائيات الأخرى، ومع هذا الفارق استطاعت الفضائيات الإسلامية أن تكون جزء من المشهد الإعلامي وأن تحظى بمتابعة الجمهور.

المبحث الثالث: برامج الإفتاء في القنوات الفضائية الإسلامية

المطلب الأول: البرامج الحوارية التلفزيونية

إذا كانت هناك وسيلة تصلح لتكون العالم الحقيقي لثقافة ما بعد الحداثة، فإنها ستكون بلا ريب التلفزيون. وعلى حدّ تعبير "بودريار"، فالتلفزيون: هو وسيلة ما فوق واقعية، أي أنها واقعية أكثر من الواقع، أو بعبارة أخرى "نحن نستمد وعينا بالواقع من التلفزيون"¹، فأي شيء لا يذاع في التلفزيون أقل واقعية، لأن منه تستمد القضايا السياسية أهميتها، وتكتسب السلع والخدمات جاذبيتها، وحتى الكتب تستحق أن تقرأ عندما تظهر في التلفزيون².

والتلفزيون يمتلك صفات ما بعد حداثة: الاحتفاء بالصور على حساب الكلمة، وإحلال الإشباع العاطفي محل العقل، والولع بالانطباع بدلا من الاقتناع، والتخلي عن المعنى والتمسك باللعب والتسلية. إن قيم ما بعد الحداثة هي خبز التلفزيون اليومي³، كذلك رأى دارسوا ما بعد الحداثة أن القيم الأخيرة تظهر فيه بجلاء، ألا وهي: البرامج الحوارية.

أولاً: البرامج الحوارية

1. مفهوم الحوار:

لغة: جاء مختار الصحاح: الحوار من الفعل حار تعني رجع والمحاورة تعني المجاورة والتحاوّر، التجاوب⁴. كما قال جل وعلا: ﴿وَتَشْكِي إِلَى اللَّهِ وَاللَّهُ يَسْمَعُ تَحَاوُرَكُمَا﴾⁵.

¹ - محمد حسام الدين إسماعيل، الصورة والجسد (دراسات نقدية في الإعلام المعاصرة)، ط1، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت، 2008، ص 84.

² - محمد الفاتح حمدي وآخرون، تكنولوجيا الاتصال والإعلام الحديثة (الاستخدام والتأثير)، ط1، مؤسسة كنوز الحكمة، الجزائر، 2011، ص 27.

³ - محمد حسام الدين إسماعيل، مرجع سابق، ص 84.

⁴ - الرازي محمد بن أبي بكر، مختار الصحاح، ط1، دار الكتاب المصري، بيروت، 1979، ص 191.

⁵ - سورة المجادلة / الآية: 01

اصطلاحاً: نمط من أنماط التعبير تتحدث به شخصيتان أو أكثر وقد اتسم حديثهم بالموضوعية والإيجاز والإفصاح، وهو الطابع الذي يتسق به الكلام بطريقة تجعله يثير الاهتمام باستمرار¹.

2. مفهوم البرامج التلفزيونية:

"هي بث مواد ومضامين متنوعة إلى جماهير واسعة ومتباينة في العمل والمستوى المعاشي والوظيفي والثقافي والتعليمي"².

وهناك من يعرفها على أنها " فكرة أو مجموعة أفكار تصاغ في قالب تلفزيوني معين، باستخدام الصورة والصوت بكامل تفاصيلها الفنية، لتحقيق هدف معين"³.

3. البرامج الحوارية:

هي البرامج التي يستضاف فيها شخص متخصص أو مجموعة أشخاص يتحدث إلى المشاهدين مباشرة في موضوع معين ومن ذلك الأحاديث السياسية والاقتصادية والدينية وتوقف نجاح البرنامج على شخصية المتحدث وحسن عرض الموضوع وطريقة التحدث للمشاهدين واللغة المستخدمة⁴.

كما تعرف البرامج الحوارية بأنها البرامج التي تقوم على مفهوم المشاركة الجماهيرية من خلال مختلف وسائل الاتصال، وتجمع في تقديمها بين الأحاديث المباشرة والحوارات والمناقشات والمناظرات والتقارير المصورة، وتتجاوب مع الأحداث الجارية في المجتمع، وتعالج قضاياها بنوع من الجرأة في إطار أشكال فنية تتسم بالجاذبية الفنية⁵.

¹ - سعد بن ناصر الشثري، آداب الحوار، ط1، دار كنوز إشبيلية، الرياض، 2006، ص 09.

² - راضي رشيد حسن، "اتجاهات البرامج الحوارية في القنوات الفضائية العراقية (السومرية والبغدادية أنموذجاً)"، مجلة كلية التربية، ع10، الجامعة العراقية، العراق، ص 405.

³ - فهد عبد الرحمان الشميمري، التربية الإعلامية (كيف نتعامل مع الإعلام)، ط1، مكتبة الملك فهد الوطنية، الرياض، 1431هـ، ص 221.

⁴ - هدى مالك شبيب، "التسويق في البرامج التلفزيونية الحوارية"، مجلة الأستاذ، ع201، 2012، ص 775.

⁵ - راضي رشيد حسن، مرجع سابق، ص 404.

ثانيا: خصائص البرامج الحوارية

تعتبر البرامج الحوارية شكلا من أشكال البرامج الحديثة، ولها العديد من الخصائص والتي تتميزها عن غيرها من البرامج، والمتمثلة في¹:

- الحالية.
- الإثارة.
- ارتفاع نسبة المشاهدة.
- تنوع الجمهور المستهدف.
- التفاعل مع المشاهد.
- البرامج الحوارية كسلعة أو منتج وذلك من خلال المعلنين والمنتجين.
- المصداقية وحرية التعبير.

ومن خلال ما سبق يتضح أن البرامج الحوارية تعتبر أحد الأشكال البرمجية التي تتمتع بالعديد من الخصائص التي تسهم في بناء هذا القالب البرمجي الذي يتمتع بالمصداقية والحيوية والجاذبية والتفاعلية مع الجمهور، وذلك يجعلها أكثر شعبية وجماهيرية وأداة قوية لا يستهان بها في التأثير على القيم الاجتماعية والرأي العام.

ثالثا: أنواع البرامج الحوارية التلفزيونية

هناك أنواع متعددة من البرامج الحوارية، ويمكن تصنيفها وفقا لهدفها وأهميتها ونوع الحوار، وأيضا وفقا للشخصية السياسية أو الفكرية المستضافة في برنامج الحوار. وإذا كان التلفزيون يتميز عن الإذاعة بأن اللقاء هو لقاء مرئي ومسموع، فهذا لا يكفي لإنجاح البرنامج، ولكن أيضا أهمية الكلمة وأهمية القوالب الجاذبة.

1. الحديث التلفزيوني:

إن الحديث التلفزيوني وفقا للأدبيات الإعلامية، هو محادثة منظمة بالأسئلة، في شكل حوار مباشر بين المذيع (المعد) أو الصحفي التلفزيوني وشخص آخر أو مجموعة من الأشخاص. ويمكن

¹ - عاطف عدلي العبد، نهي عاطف العبد، نشأة وسائل الإعلام وتطورها وآفاقها المستقبلية (الراديو والتلفزيون والقنوات الفضائية)، ج1، دار الفكر العربي، القاهرة، 2006، ص 10.

للجمهور المشاهد لهذا الحديث أن يشارك في هذا من خلال جهاز التلفزيون، الذي ينقل هذا الحوار الصوتي خارج الاستوديو، والحديث الدائر داخل الاستديو¹.

2. المؤتمر الصحفي في التلفزيون:

وهو نوع من أنواع الحديث التلفزيوني، يوجه فيه عدد كبير من الصحفيين أسئلة إلى شخصية واحدة أو أكثر، وتكون على دراية كاملة لموضوع المؤتمر وأهدافه، وأهمية الشخصية التي ستصاغ حولها أسئلة المؤتمر².

المطلب الثاني: الفتوى عبر القنوات الفضائية

أولاً: الفتوى مفهومها، أهميتها وشروطها

1. مفهوم الفتوى:

لغة: الإبانة، وأفتاه في الأمر أي: أبانه له، وأفتيته في مسأله: إذا أجبتة عنها، والفتوى: تبين الحكم³. يقال: أفتى الفقيه في المسألة إذا بين حكمها⁴. والمفتي: "هو من يتصدى للفتوى بين الناس ويبين لهم الحكم الشرعي فيما يسأل عنه وجمعه مفتون"⁵.

والفتوى بحسب المدلول اللغوي، ليست بيانا وإخبارا فحسب، إنما هي إعانة وإرشاد للمستفتي، وتوضيح للمسلك الصحيح الذي ينبغي أن يسلكه من الإشكال الذي وقع فيه أو ينتظر وقوعه. وقد ورد في الكتاب الكريم ما يشير إلى ذلك، فحكى القرآن الكريم عن ملكة سبأ عندما أتتها كتاب سليمان - عليه السلام - واشتد عليها الأمر قالت: ﴿يَا أَيُّهَا الْمَلَأُؤْتُونِي فِي أَمْرِي مَا كُنْتُ قَاطِعَةً أَمْرًا حَتَّى تَشْهَدُونُ﴾⁶.

¹ - نسيم أحمد البطريق، الكتابة للإذاعة والتلفزيون، ط1، الدار العربية، القاهرة، مصر، 2009، ص 189.

² - نفسه، ص 190.

³ - ابن منظور، مصدر سابق، ص 348.

⁴ - ابن فارس، معجم مقاييس اللغة، تح: عبد السلام محمد هارون، ج4، دار الفكر، بيروت، 1399هـ / 1979، ص 444.

⁵ - المعجم الوسيط (باب الفاء)، المصدر السابق، ص 674.

⁶ - سورة النمل، الآية 32.

فاستعملت كلمة أفتوني ولم تقل: أشيروا عليّ أو أخبروني، ونحوها وما ذلك إلا لما في هذه الكلمة من معنى زائد عن مجرد الإخبار¹.

والاستفتاء لغة: طلب الجواب عن الأمر المشكل²، ومنه قوله تعالى: ﴿وَلَا تَسْتَقْتِ فِيهِمْ مِنْهُمْ أَحَدًا﴾³. والمستفتي: "هو الذي نزلت به حادثة يجب عليه علم حكمها، أي وجب عليه الاستفتاء عنها"⁴.

اصطلاحاً: تعددت آراء الفقهاء في تحديد مفهوم المفتوى ويمكن إيجاز ذلك في الآتي:

"الإخبار بحكم الله تعالى عن دليل شرعي لمن سأل عنه في أمر نازل"⁵.

"تبيين الحكم الشرعي بدليله من غير إلزام به".

"الإخبار بحكم الله تعالى باجتهاد عن دليل شرعي لمن سأل عنه في أمر نازل"⁶.

"الإخبار عن حكم شرعي للسائل في أمر واقع".

قال القرافي⁷: "المفتوى إخبار عن الله تعالى في إلزام أو إباحة"⁸.

¹ - الحكمي، علي عباس، أصول الفتوى، ط1، مؤسسة الريان، بيروت، 1423هـ / 1999م، ص 10.

² - شلتوت محمود، الفتاوى، ط8، دار الشروق، القاهرة، 1395هـ / 1975م، ص 10.

³ - سورة الكهف، الآية 22.

⁴ - علاء الدين أبي الحسن علي بن سليمان المرادوي، التحجير شرح التحرير في أصول الفقه، تح: عبد الرحمان بن عبد الله الجبرين، ج8، مكتبة الرشد، الرياض، ص 406.

⁵ - محمد صالح الدوسكي، ضوابط الفتوى في الشريعة الإسلامية، ط 2، مكتبة نزار مصطفى الباز، 1428هـ / 2007، ص 40.

⁶ - الحمصي لينة، تاريخ الفتوى في الإسلام وأحكامها الشرعية، ط1، مؤسسة الإيمان، بيروت، 1417هـ / 1996م، ص 41.

⁷ - القرافي: هو ابو العباس أحمد بن ادريس بن عبد الرحمان بن عبد الله بن يلين الصنهاجي البهنسي المصري المالكي، ولد بالبهنسا سنة 626هـ، من مصنفاته: التنقيح في أصول الفقه، شرح التهذيب. توفي بدير الطين سنة 684هـ. ينظر: ابن فرحون، الديباج المذهب في معرفة أعيان علماء المذهب، ج1، دار الكتب العلمية، ص 62.

⁸ - محمد تقي العثماني، أصول الإفتاء وآدابه، مكتبة معارف القرآن، باكستان، 1432هـ / 2011م، ص 207.

كما عرف مجمع الفقه الإسلامي¹ وعدد من علماء أصول الفقه أن الفتوى " تتمثل بتبيين الحكم الشرعي في المسائل والواقعات الحادثة".

2. أهمية الفتوى:

لما كانت الفتوى سبيلا للتعرف على الحكم الشرعي ومن خلالها تنضبط تصرفات الناس وفق منهج الله، عظم شأنها وعلت مكانتها، كيف لا وقد تولّاها الله بنفسه لقوله عزّ وجل: ﴿يَسْتَفْتُونَكَ فِي النِّسَاءِ قُلِ اللَّهُ يُفْتِيكُمْ فِيهِنَّ﴾²، وقال جلّ جلاله : ﴿يَسْتَفْتُونَكَ قُلِ اللَّهُ يُفْتِيكُمْ فِي الْكَلَالَةِ﴾³.

وتولاه رسوله الكريم - صل الله عليه وسلم - ، الذي هو أول المفتين من هذه الأمة وأرفعهم قدرا، وأصدقهم قولا، وأحسنهم قصدا، ومن تولاه بعده صل الله عليه وسلم كان موقعا عن الله⁴.

¹ - مجمع الفقه الإسلامي: أنشأ هذا المجمع سنة 1398هـ بمكة المكرمة لدراسة أمور المسلمين الدينية والفقهية، والنظر في الوقائع الجديدة في شؤون الحياة، ويتكوّن من مجموعة من العلماء والفقهاء، ويسير وفق نظام داخلي حيث يسيره رئيس وتحتة نائب وعشرين عضوا، وتصدر عن المجمع مجلة دورية تتضمن بحوث فقهية، وبعض قرارات المجمع وفتاوى وملخصات وتقارير علمية. ينظر: صالح بن عبد الله بن حميد، الاجتهاد الجماعي وأهميته في نوازل العصر، أبحاث المؤتمر العالمي للفتوى وضوابطها، رابطة العالم الإسلامي، المجمع الفقهي الإسلامي بمكة المكرمة، 20-24 / 01 / 1430 - 17-21 / 01 / 2009، ص 25.

² - سورة النساء، الآية 127.

³ - سورة النساء، الآية 126.

⁴ - عبد الرزاق عبد الله صالح بن غالب الكندي، التيسير في الفتوى أسبابه وضوابطه، ط1، مؤسسة الرسالة ناشرون، دمشق، 1429هـ / 2008، ص 26.

وقد أبدع ابن القيم¹ الجوزية حينما سَمَّى المفتين بـ "الموقَّعون عن رب العالمين"، فحَقِيقُ بمن أقيم في هذا المنصب أن يعد له عدته وأن يتأهب له أهبتة، وأن يعلم قدر المقام الذي أقيم فيه².

فالفتي نائب عن النبي صل الله عليه وسلم في تبليغ الأحكام، لقوله صل الله عليه وسلم: "العلماء ورثة الأنبياء"، وقال: "تسمعون ويُسمعون منكم، ويُسمعون ممن يسمع منكم"، وإذا كان كذلك فهو معنى كونه قائما مقام النبي³.

ويعتبر المفتي مخبر عن الله كالنبي وموقع الشريعة على أفعال المكلفين بحسب نظره كالنبي، ونافذ أمره في الأمة بمنشور الخلافة كالنبي، ولذلك سموا أولي الأمر، وقرنت طاعتهم بطاعة الله ورسوله في قوله تعالى: ﴿يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا أَطِيعُوا اللَّهَ وَأَطِيعُوا الرَّسُولَ وَأُولِي الْأَمْرِ مِنْكُمْ﴾⁴، والأدلة على هذا المعنى كثيرة⁵.

كما تكمن أهمية الفتوى في خلود هذه الشريعة حيث تتجدد للناس حوادث وقضايا لم يتكلم فيها السلف، فإذا خلا المجتمع من أهل الفتوى، أو لم يقوموا بواجبهم في بيان أحكام الله

¹ - ابن قيم الجوزية: محمد بن أبي بكر بن أيوب بن سعد بن حريز الزرعي، ثم الدمشقي ولد سنة 691 هـ ، لازم الشيخ تقي الدين وأخذ عنه، توفي في 23 رجب 751 هـ ، من تصانيفه: زاد المعاد في هدي خير العباد، الداء والدواء. ينظر: عبد الرحمان بن أحمد بن رجب، ذيل طبقات الحنابلة، ج5، ت: عبد الرحمان بن سليمان العثيمين، ط1، مكتبة العبيكان، 1425هـ / 2005، ص ص 170 - 179. وشهاب الدين العكري الحنبلي الدمشقي، شذرات الذهب، ج8، تح: عبد القادر ومحمد الأرناؤوط، ط1، دار ابن كثير، دمشق، 1413هـ / 1992، ص 287. وابن حجر العسقلاني، الدرر الكامنة في أعيان المائة الثامنة، تق: محمد عبد المعيد ضان، دائرة المعارف العثمانية، الهند، 1392هـ ، ص 6 / 137.

² - عبد الله بن محمد بن حميد، الفتاوى والدروس في المسجد الحرام، ط1، مكتبة وار المنهاج، المملكة العربية السعودية، 1431هـ ، ص 660.

³ - محسن صالح حلاني صالح الروسكي، ضوابط الفتوى في الشريعة الإسلامية، ط2، مكتبة نزار مصطفى البان، 1428هـ - 2007م، ص 61.

⁴ - سورة النساء، الآية 59.

⁵ - محمد سليمان عبد الله الأشقر، الفتيا ومناهج الإفتاء، ط1، مكتبة المنار الإسلامية، الكويت، 1396هـ - 1976م، ص 18.

تعالى للناس في معاملاتهم وعباداتهم انتشرت الضلالة، وتخبط الناس في دينهم خبط عشواء، فيحلون المحرمات ويحرمون الحلال، ويعملون المعاصي والسيئات، ويحسبون أنهم مهتدون¹.

وإذا كانت الأبدان لا بد لصحتها من أطباء متخصصين، فإنه لا بد لصحة المجتمع من علماء ربانيين، فحاجة المجتمع للفتوى أعظم من حاجته للطعام والشراب، فالمفتون يقيمون حجة الله على خلقه، إذ إن أمور الناس لو جرت على وفق شرع الله لحصل لهم الخير كل الخير في معاشهم ومعادهم² لقوله عز وجل: ﴿وَمَا أَرْسَلْنَاكَ إِلَّا رَحْمَةً لِّلْعَالَمِينَ﴾³.

ومن الجوانب التي تبرز أهمية الفتوى أن المسلم مطالب أن تكون أفعاله ابتداء وفق منهج الشرع، وأن يتصرف على النحو المشروع في علاقته مع الآخرين، فإذا جهل ذلك أو بعضه وجب عليه أن يعرفه ليكون سلوكه وفق الحدود الشرعية، ومن سبل المعرفة قيام العلماء بتعليم الناس أمور الدين وتبليغهم أحكامه، أو قيام العوام بسؤال العلماء عن أحكام الإسلام، كما تكمن أهميتها في أن الفتوى شريعة عامة تتعلق بالمستفتي وغيره خلافا للحكم والقضاء، فحكم الحاكم جزئي خاص لا يتعدى إلى غير المحكوم عليه وله، أما المفتي فيفتي حكما عاما كلياً⁴.

3. شروط الفتوى:

إذا صدرت الفتوى من أهلها المعترين بشروطها المتبعة كانت أقرب إلى الحق بإذن الله، وبالتالي ستكون دلالة على الخير والرشاد، وإذا كانت خلاف ذلك فقد ظل صاحبها وأظل. ويشترط الجواز الفتوى شروط منها⁵:

- أن يكون المفتي عارفا بالحكم يقينا أو ظنا راجحا، وإلا وجب عليه التوقف.

¹ - عبد الله الهاللي، منار أصول الفتوى وقواعد الإفتاء بالأقوى، وزارة الأوقاف والشؤون الإسلامية، المملكة المغربية، ص 11.

² - أسامة عمر سليمان الأشقر، منهج الإفتاء عند الإمام ابن قيم الجوزية، ط1، دار النفائس، الأردن، 1423هـ/ 2004، ص 121.

³ - سورة الأنبياء، الآية 107.

⁴ - عبد الرزاق عبد الله صالح بن غالب الكندي، مرجع سابق، ص 27.

⁵ - محمد بن صالح العثيمين، الأصول من علم الأصول، دار الإيمان، الاسكندرية، 2001، ص 65.

- أن يتصور السؤال تصورا تاما ليتمكن من الحكم عليه، فإن الحكم على الشيء فرع عن تصوره. فإذا أشكل عليه معنى كلام المستفتي سأل عنه، وإن كان يحتاج إلى تفصيل استفضله أو ذكر التفصيل في الجواب.
- أن يكون هادئ البال ليتمكن من تصور المسألة وتطبيقها على الأدلة الشرعية فلا يفتي حال انشغال فكره بغضب أو هم أو ملل أو غيرها.
- ويشترط لوجوب الفتوى شروط منها:
- وقوع الحادثة المسؤول عنها، فإن لم تكن واقعة لم تجب الفتوى لعدم الضرورة، إلا أن يكون قصد السائل التعلم فإنه لا يجوز كتم العلم بل يجيب عنه متى سأل بكل حال.
- ألا يعلم من حال السائل أن قصده التعنت أو تتبع الرخص أو ضرب آراء العلماء بعضها ببعض، أو غير ذلك من المقاصد السيئة، فإن علم ذلك من حال السائل لم تجب الفتوى¹.
- ألا يترتب على الفتوى ما هو أكثر منها ضررا، فإن ترتب عليها ذلك وجب الإمساك عنها دفعا لأشد المفسدتين بأخفهما².
- ما يلزم المستفتي: يلزم المستفتي أمران³
- الأول: أن يريد باستفتائه الحق والعمل به.
- ثانيا: ألا يستفتي إلا من يعلم أو يغلب عليه ظنه أنه أهل للفتوى وينبغي أن يختار أوثق المفتين علما وورعا، وقيل يجب ذلك.

¹ - أبي زكرياء يحيى بن شرف النووي، آداب الفتوى والمفتي والمستفتي، ط1، دار الفكر، دمشق، 1408هـ / 1988 ، ص 76.

² - محمد رياض، أصول الفتوى والقضاء في المذهب المالكي، مطبعة النجاح، الدار البيضاء، 1996، ص 334.

³ - إبراهيم اللقاني، منار أصول الفتوى وقواعد الإفتاء بالأقوى، تق: عبد الله الهلالي، وزارة الأوقاف والشؤون الإسلامية، المملكة المغربية، ص 255.

ثانيا: الإفتاء الفضائي وأنواعه

1. مفهوم الفتوى عبر الفضائيات:

هي عبارة عن مجموع الفتاوى والإجابات عن مختلف الاستفسارات والإشكالات التي تقدم للعلماء الذي يصدر عن أنفسهم لإجابة المسلمين عن كل ما يترل بهم من نوازل وواقعات في حياتهم، وذلك من خلال إخبارهم بالحكم الشرعي لها (النازلة)¹.

ولا شك أن المتبادر إلى الذهن أن الفتوى عبر الفضائيات² لا تختلف عن الفتوى التي يصدرها المفتي من مكتبه أو في السوق حينما يسأل عن مسألة ما، أو عبر الهاتف، أو في البيت، وفي هذا المفهوم جانب كبير من الحق والصواب، غير أن هناك عدة فوارق بين النوعين من الفتوى (الفضائية والعادية المباشرة) أهمها:

- أن المطلع على الفتوى المباشرة في السوق أو المسجد أو المكتب... إنما هو المستفتي فقط، أو العدد القليل جدا ممن يكونون موجودين إبان إصدار الفتوى، أما الفتوى الفضائية فليسوف يسمعها آلاف من البشر، الصغار والكبار، المسلم وغير المسلم، الجاهل والمتعلم، الرجل والمرأة...

- أن الحديث المباشر الحقيقي يختلف من حيث الأثر والتفاعل عن الحديث الذي يث عبر الأثير، فالمحاور وإن كانت موجودة نوعا ما إلا أنها مختلفة، والمواجهة (وجهها لوجه) لها تأثير على القبول والشعور بصدق الواقعة وهيبة الفتوى والعلم الشرعي، أكثر من (الاتصال) مع القناة الفضائية³.

¹ - ديدى ولد السالك، الإفتاء عبر القنوات الفضائية الفوائد والحاذير، ورقة مقدمة لندوة الإفتاء المنظمة من طرف الهيئة

العامة للأوقاف وشؤون الزكاة، طرابلس، ليبيا، يومي 1 - 2 / 11 / 2010، ص 01.

² - محمد صالح الدوسكي، مرجع سابق، ص 40.

³ - أبو البصل عبد الناصر بن موسى، ضوابط الفتوى عبر الفضائيات، أبحاث المؤتمر العالمي للفتوى وضوابطها، رابطة العالم الإسلامي، المجمع الفقهي الإسلامي بمكة المكرمة، 20 - 24 / 01 / 1430 هـ - 17 - 21 / 01 / 2009، ص 11.

2. أنواع الإفتاء عبر الفضائيات (الإفتاء الفضائي):

إن المتتبع لبرامج الإفتاء الفضائي يجد أنها لا تخرج عن نوعين اثنين لا ثالث لهما، وهما كالآتي¹:

أ. برامج الفتوى المسجلة:

وفي هذا النوع من البرامج يتم استقبال أسئلة الجمهور من طرف عاملي القناة أو مقدم البرنامج قبل بث الحصة، ويتم بعد ذلك عرضها على المفتي أو العالم الذي يتم برمجتها استضافته برأي من صاحب القناة إذا كانت خاصة، أو برأي من مديرها العام إذا كانت القناة وطنية، ثم يتم بعد ذلك البث المباشر للحصة على شكل أسئلة وأجوبة يلقيها المفتي نفسه ويجب عنها (في حالة ما إذا كان هو صاحب البرنامج نفسه والمقدم له)، أو تلقى عليه أسئلة من طرف المنشط أو القائم على الحصة ويتولى المفتي الإجابة عن كل ما طرح من أسئلة واستفسارات. ومن أهم خصائص هذا النوع من الإفتاء نجد:

● الإيجابية:

- تحقيق أهم شروط الفتوى والمتمثل في الثروي والتثبت فيها، وعدم التسرع والتساهل.
- إعطاء المفتي فرصة الضبط التام للفتوى والتأكد من صحتها².

● السلبية:

- افتقار المفتي للتعامل المباشر مع المستفتي، وعدم الاستماع إلى تفاصيل المسألة، وحرمانه من معرفة ما يحيط بالمسألة من غموض، وحال المستفتي وواقعه، وكل ما من شأنه أن يغير في حكم الفتوى، وهذا ما يعطي لهذا النوع من الإفتاء صفة السلبية، وتوسيع مجال إمكانية الخطأ فيها.

- عدم ارتجالية المفتي التي قد تؤدي به إلى الخطأ والوهم في الفتوى³.

¹ - ديدوي ولد السالك، مرجع سابق، ص 02.

² - نفسه، ص 02.

³ - عبد العزيز بن فوزان بن صالح الفوزان، الإفتاء الفضائي، ورقة مقدمة للقاء العلمي الثالث المقام في كلية الشريعة بالرياض، الفصل الثاني لعام 1430هـ، ص 17.

ب. برامج الفتوى المباشرة:

وهي تلك البرامج التي يتم فيها إلقاء الأسئلة مباشرة على المفتي، أي أثناء البث المباشر للحصة، ويتولى الإجابة عنها مباشرة دون إعطائه فرصة النظر والتأمل فيما طرح عنه من أسئلة.

وهذا الشكل من برامج الفتاوى هو صاحب القدر المعلن في الإعلام الفضائي المعاصر، لأنه أكثر جذبا، وأعظم تأثيرا، ولكثرة القنوات الفضائية التي تتسابق لكسب أكبر عدد ممكن من المشاهدين، مع كونها تتحرك في حرية كبيرة فيما تبث، فهذا الشكل هو الأوسع انتشارا، والأكثر قبولا لدى المشاهدين أو المستمعين.

ولهذا النوع صورتان تقدم فيهما الأسئلة:

الصورة الأولى: والتي يقوم فيها مقدم البرنامج باستقبال الأسئلة دفعة واحدة ويكتبها، وبعد إيقاف الاتصالات يعرضها على الشيخ واحد بعد الآخر ليحجب عنها.

الصورة الثانية: والتي يتم فيها استقبال المعد أو الشيخ نفسه كل سؤال على حدة، ويجب عنه، ثم يستقبل الذي بعده وهكذا، وربما قام الشيخ بمحاورة السائل لمعرفة كل ما يحيط بالمسألة من شبهات، وإعطائه فرصة إضافة توضيحات لسؤاله.

ومن أهم مميزات هذا النوع من الإفتاء نجد¹:

- الاستجابة لداعي العجلة المغروس في الأفراد، وتمكينهم من الإجابة الفورية لمختلف تساؤلاتهم واستفساراتهم وتوفير عناء الإرسال والانتظار والترقب لحين عرض مسألتهم، وإعطاء المستفتي فرصة التفصيل في سؤاله، والتأكد من فهم المفتي لمسألتهم.
- تمكين المفتي من مناقشة المستفتي في مسألتهم المعروضة، وإعطائه فرصة التقصي وفهم السؤال بما فيه من ملابسات وأحوال والظروف المحيطة بالمستفتي من شأنها تغيير حكم المسألة.

¹ - عبد العزيز بن فوزان بن صالح الفوزان، مرجع سابق، ص 18.

- إعطاء المستفتي فرصة اختيار العالم الذي يرغب في سؤاله والاستفسار عن مسأله بنفسه، بخلاف ما لو أرسلت مكتوبة إلى جهات الفتوى الأخرى فلا يدري من سيرد عليها من أولئك المفتين ويجيبه عنها¹.

ويمكن تحديد طبيعة الذين يقدمون الفتوى عبر الفضائيات كما يلي²:

- كبار العلماء في بعض بلاد المسلمين وغالبهم من المعنيين بالفتوى ممن أسند إليهم منصب رئاسة الإفتاء أو صرح لهم بذلك.
- كثير من أساتذة الجامعات والكليات الشرعية.
- بعض طلاب العلم الشرعي، ممن لم يتخرجوا من الجامعات الشرعية إنما تلقوا العلوم الشرعية على بعض المشايخ، وأكثرهم من كبار ناهية الطلاب الذين يشهد لهم بذلك، وبعضهم من صغار السن الذين ما زالوا في دور الطلب.
- بعض من يطلق عليه مصطلح المفكر الإسلامي، ولا يعرف بدراسة العلوم الشرعية، وهم قلة.

المطلب الثالث: خصائص الإفتاء الفضائي وضوابطه

أولاً: خصائص الإفتاء الفضائي

للإفتاء الفضائي خصائص كثيرة، لها تفاعلاتها وآثارها على وضع الإفتاء ونتائجه، ومن أهمها:

1. الانتقال السريع للمعلومات:

وهو ما يضمن انتشارا سريعا للفتوى داخل المجتمع الإسلامي، وما له من تأثير مباشر وسريع في إظهار حكم الله، وإحداث تغييرات اجتماعية إيجابية في مدة وجيزة - هذا إن كانت

¹ - عبد العزيز بن فوزان بن صالح الفوزان، مرجع سابق، ص 18.

² - سعد بن عبد الله البريك، فتاوى الفضائيات الضوابط والآثار، أبحاث المؤتمر العالمي للفتوى وضوابطها، رابطة العالم الإسلامي، مجمع الفقه الإسلامي بمكة المكرمة 20-24 / 01 / 1430 - 17-21 / 01 / 2009، ص 32.

ملتزمة بالضوابط الشرعية فيما تقدمه من فتاوى- وبقدر هذه الميزة والخاصية نجد إمكانية اتصاف هذه الوسائل بالسلبية أكثر من غيرها من أنواع الفتاوى، وذلك من خلال¹:

- استغلال هذه التقنيات العالية في نشر وإيصال الفتاوى الخاطئة والشاذة والآراء المهجورة، والبدع والخرافات والافتراءات والأكاذيب عن الدين الإسلامي، ومن ذلك نشر الفتاوى التحريضية التكفيرية أو التدميرية التفسيرية أو توجيه المجتمع إلى التفرقة والطائفية، ونشر العداوة والفرقة بإشعال نار الفتنة بين أفراد المجتمع الواحد، وأبناء الدين المختار، والأدهى والأمر من ذلك تمكين عدو الدين من الاطلاع عليها، خصوصا تلك الجهات المنشئة للزلات والمصطادة للمياه العكرة، العاملة على تشويه صورة الإسلام، وصد الناس عن الدين الحق والرسالة العالمية.

وهذا الانتقال السريع للفتاوى يستوجب الاعتدال في الطرح، ومخاطبة الناس بما يعرفون وتوخي الحذر وحسن اختيار العبارات والحرص على الإفتاء بلغة بسيطة يفهمها العامي الذي لا يفرق بين الحكم الشرعي ودليله والمثل التوضيحي الذي يضربه المفتي للإيضاح.

2. التعدد والتنوع:

نظرا لتنوع القنوات وتنوع مشاربها وتعدد المفتين واختلاف وجهاتهم وخلفياتهم الشرعية ولهجاتهم الكلامية أنتج لهذه الأمة اختلاف كبير في الآراء والفتاوى قد يصل أحيانا إلى حد الفوضى الإعلامية وجعل الناس في شك وحيرة من أمرهم.

3. اختراق الإعلام للحدود والأقاليم:

وهذا الأمر له تداعياته على الإفتاء من حيث أن المستفتي أمام كم كبير من الفتاوى، ترده من بلدان كثيرة تختلف في عاداتها وتقاليدها وأحوالها وظروفها عن الواقع في بلد المفتي ما يستوجب عليه التأكيد على أن تلك الفتوى خاصة بذلك المستفتي، أو بتلك الحالة المسؤول عنها، ولا يصلح لغيره ممن تختلف أحوالهم وواقعهم عن ذلك السائل².

¹ - عبد العزيز فوزان بن صالح الفوزان، مرجع سابق، ص 18.

² - نفسه، ص ص 19 - 20.

4. المفتي وإلزامية التعامل مع أجهزة الإعلام:

الوسائل الإعلامية أملت على المفتي أن يتعامل مع أجهزة الإعلام، والتمرس على مخاطبة بلغة إعلامية، وذلك لإيصال الأحكام لجمهور عريض من المستفتين، ممن هم على درجات مختلفة من الفهم والتنوع الثقافي¹.

5. نجاح البرنامج وصحة الفتاوى مرتبط بمدى تمكن المفتي وسعة فقهه:

بما أن المفتي أهم أسس وأركان برنامج الفتوى، فإنه بمقدار تميزه وأهليته على التعاطي مع البرامج الإعلامية يكون نجاح البرنامج، ويجب أن يتمتع المفتي بصفات تمكنه من دخول قلوب الناس وبلوغ ثقتهم فيه، والغالب أنه لا يتقدم لمثل تلك البرامج إلا من كان فيه تلك الصفات.

ولكن هناك أمور تعرض، خارجة عن حد السيطرة يفرضها البرنامج ككونه على الهواء مباشرة مثلاً، وكون المستفتين على فئات شتى من الثقافة والعلم والأخلاق وهو ما قد ينتج عنه سلبيات كثيرة، سببها فقدان بعض الملكات الإعلامية التي يجب توفرها عند المفتي، خاصة وأن البرامج المباشرة تتطلب من المفتي سرعة الاستحضار للأحكام الفقهية وأدلتها - هذا إن كانت المسألة مدروسة من طرف القدامى، فما بالك بأحكام المستجدات من الأمور - وهذه السرعة لا تتحقق في المفتي إلا بعد ممارسته لمهنة الإفتاء، لمدة طويلة تكفل له صفة التدريب على مثل ذلك، والمفتي المتصدر في مثل هذه البرامج يستقبل فئات متنوعة من الناس فمنهم من يستفتي عن فروض الوضوء وشروط الصلاة، ومنهم من يستفسر عن أمور كثر فيها اختلاف العلماء، ويتجاذب حكمها أدلة متعارضة في الظاهر، أو مختلفة من ناحية القوة والصحة والصراحة وغير ذلك، وهو ما يوجب على المفتي الاستعداد لكل ذلك على أكمل وجه ممكن.

كما تحتل سرعة الاستحضار من المكانة في الدور الإعلامي الملقى على عاتق المفتي، تحتل قوة الإدراك، والتمكن من فهم السؤال، لأن إدراك المفتي للسؤال هو الذي تبني عليه الفتوى، وتتضاعف خطورة الإفتاء بإفتاء السائل بحكم لغير ما سأل عنه، ومما يجب أن يتحلى به المفتي، ضبط النفس، وعدم الاندفاع وراء أي محاولة استفزاز من المستفتين، سواء أكانت متعمدة أم عفوية.

¹ - البيان الختامي للمؤتمر العالمي للفتوى وضوابطها، ص 303.

كما أن ضبط النفس، يحمي المفتي من الوقوع في مزالق وأخطاء كثيرة، كما يستجلب محبة المشاهدين وتقديرهم، وهو كذلك أيسر سبيل إلى الوصول إلى قلب المجادل ومؤيديه، و إلى إقناعهم بما يراه حقاً وصواباً، ومما يجدر التنبيه إليه هنا إلزامية النظر إلى حال المستفتي أثناء الفتوى، وقبل إعطاء الحكم، و إلى تغيرات العصر، و إلى مناحي تفكير الناس، و إلى قوة إيمانهم وورعهم، أو قلته، لأن غفلته عن ذلك تؤدي إلى تساهل الناس ببعض المعاصي واتخاذ فتواه ذريعة لذلك¹.

6. الحرص على إلزامية تضافر الجهود للوصول إلى حكم الله:

إن برامج الإفتاء الفضائية - خاصة المباشرة - تتطلب تضافر الجهود حتى يصل شرع الله إلى الناس بطريقة سليمة، والكل مسؤول ابتداء من مخرج البرنامج إلى المقدم وصولاً إلى المفتي، والأكثر درجة من سابقي الذكر مقدم البرنامج الذي يعتبر همزة وصل بين المستفتين والمفتي، ويضطلع بدور كبير في إدارة الحلقة، وتوجيه الأسئلة وانتقاء الموضوعات الأهم والأكثر قبولاً لدى الناس، إضافة إلى الدور الظاهر الذي يلعبه في توجيه المفتي إن وهم أو فهم السؤال فهما خاطئاً، أو أجاب إجابة موهمة، وكثير من المقدمين اليوم لا يعدو عمله أن يكون آلياً صرفاً، لا يتدخل في أي عمل جوهري للبرنامج إلا إلقاء الأسئلة، مع أن الحاجة إليه شديدة، وكثير من المستمعين أو المشاهدين يأملون تدخله في أوقات عديدة منها²:

- عند طرح سؤال طويل من طرف المستفتي، يتضمن عدة فقرات، فكثير ما ينسى المفتي بعضها، حتى نسي عجز السؤال، أو بدأ بآخر السؤال ونسي أوله، ففي مثل هذا يتأكد دور مقدم البرنامج ليذكر المفتي بما غاب عنه من سؤال المستفتي.
- إذا أجاب المفتي إجابة عامة، فعلى مقدم البرنامج التدخل ليحدد الإجابة، أما إذا تعمد المفتي ذلك أي الإجابة بالعموم، وهو مضطر فعلى مقدم البرنامج عدم التدخل.
- إذا فهم المفتي السؤال خطأ أو حاوره السائل فاتضح أن السائل لم يفهم الإجابة، فعلى مقدم البرنامج إزالة الالتباس.

¹ - عبد العزيز بن فوزان بن صالح الفوزان، مرجع سابق، ص 20.

² - نفسه، ص 20.

- إذا كان السؤال أو الجواب يتولد من سؤال مهم يحتاجه الناس، وربما ينقدح في أذهان كثير من المشاهدين والمستمعين ويتطلعون لطرحه على المفتي فينبغي له المبادرة بطرحه عليه لتعم الفائدة¹.

ثانيا: ضوابط الإفتاء عبر القنوات الفضائية

مما لا شك فيه أن المتتبع للفتاوى عبر القنوات الفضائية يجد عدم انضباط في بعض الفتاوى التي تعرض عبر تلك القنوات، كما يلاحظ وجود كم هائل ممن لا يصلح للإفتاء إما لعدم تأهله بالعلم الشرعي من أساسه، وإما لضعف ما عنده من العلم الشرعي الذي يؤهله للإفتاء، ولهذا نذكر بعض الضوابط التي يجب مراعاتها في الإفتاء عبر تلك القنوات على النحو التالي:

1. يجب تجنب اتباع الهوى في الفتوى وتتبع الترخيص لمصالح دنيوية أو لمصلحة جهة أو فئة معينة، أو لكي لا يتهم المفتي بالتشدد أو التطرف:

قال تعالى: ﴿يَا دَاوُدَ إِنَّا جَعَلْنَاكَ خَلِيفَةً فِي الْأَرْضِ فَاحْكُم بَيْنَ النَّاسِ بِالْحَقِّ وَلَا تَتَّبِعِ الْهَوَىٰ فَيُضِلَّكَ عَنْ سَبِيلِ اللَّهِ﴾. قال ابن قيم - رحمه الله -: "فقسم سبحانه طريق الحكم بين الناس إلى الحق، وهو الوحي الذي أنزله الله على رسوله، وإلى الهوى، وهو ما خالفه"²، فنجد بعض الفتاوى تستند إلى أقوال ضعيفة في بعض المذاهب، بحجة التخفيف على الناس، فيبيعون دينهم بدنيا غيرهم، وقد أفاد الشاطبي³ - رحمه الله - حيث قال: "وليس تتبع الرخص واختيار الأقوال بالتشهي".

¹ - عبد العزيز بن فوزان بن صالح الفوزان، مرجع سابق، ص 20 - 21.

² - ابن قيم الجوزية، إعلام الموقعين عن رب العالمين، تق: مشهور بن حسن، دار ابن الجوزي، السعودية، 1423هـ، ص 88 / 1.

³ - الشاطبي: ابراهيم بن موسى بن محمد أبو اسحاق الغرناطي الشهير بالشاطبي من أئمة المالكية وأحد العلماء الأثبات، توفي في شعبان 790هـ، من مؤلفاته: الموافقات، الاعتصام. ينظر: محمد بن محمد خلوف، شجرة النور الزكية في طبقات المالكية، المطبعة السلفية، القاهرة، 1349هـ، ص 1 / 231. وخير الدين الزركلي، الأعلام، ط15، دار العلم للملايين، 2002، ص 75 / 1.

2. يجب تجنب التساهل في الفتوى عندما تعرض عليه مسائل لا يعرف حكمها أو لا يتقنها أو لا يفهم معناها:

المشاهد لبعض المفتين على الفضائيات يجد كثير من التساهل: يحرم التساهل في الفتوى ومن عرف به حرم استفتاءه: فمن التساهل أن لا يتثبت ويسرع بالفتوى قبل استيفاء حقها من النظر والفكر، وربما يحمله على ذلك توهمه أن الاسراع براعة، والإبطاء عجز ومنقصة، وذلك جهل، ولئن يبطئ ولا يخطئ أكمل به من أن يعجل فيضل. وكان مالك¹ - رحمه الله - يقول: من سئل عن مسألة فينبغي له قبل أن يجيب فيها أن يعرض نفسه على الجنة والنار، وكيف يكون خلاصه في الآخرة، ثم يجيب فيها وسئل الشافعي² - رحمه الله - عن مسألة فسكت ف قيل: ألا تجيب؟ فقال: "حتى أدري الفضل في سكوتي، أو في الجواب".

3. عدم معرفة المفتي في بعض الأحيان بالألفاظ وكلمات المستفتي لاختلاف اللهجة والأعراف والعادات بينهما:

يؤدي ذلك إلى عدم تصور المفتي للمسألة المسؤول عنها، فتأتي إجابته على غير الحقيقة فيخطئ في جوابه، وهذا واقع في فتاوى الفضائيات، وقد نبّه أهل العلم على أهمية مراعاة معرفة

¹ - الإمام مالك: أبو عبد الله مالك الأصبحي المدني، ولد بالمدينة سنة 93هـ ، الإمام المجتهد فقيه أهل المدينة وأحد أئمة المذاهب الفقهية، أخذ العلم عن ربيعة الرأي، ونافع مولى ابن عمر من آثاره الموطأ، المدونة الكبرى، توفي سنة 179هـ . ينظر: الزركلي، مصدر سابق، ص 257 / 5. ومحمد بن محمد مخلوف، المرجع السابق، ص 52 / 1 - 54.

² - الشافعي: محمد بن ادريس بن العباس بن عثمان بن شافع القرشي، أحد أئمة المذاهب السنية الأربعة، ولد بغزة سنة 150هـ وحمل إلى مكة فنشأ فيها وحفظ القرآن وهو ابن سبع سنين، حفظ الموطأ وهو ابن عشر سنين، تفقه على مسلم بن خالد الزنجي فقيه مكة، كما لازم مالك، قدم إلى بغداد ودرس بها وأخذ عنه علماؤها ثم ارتحل إلى مصر وأقام بها حتى توفي سنة 204هـ. من آثاره: الأم، الرسالة في أصول الفقه، أحكام القرآن، اختلاف الحديث. ينظر: الحسيني أبو بكر بن هداية الله، الطبقات الشافعية، ت: عادل نويهض، دار الآفاق الجديدة، بيروت، 1390هـ، ص 1 / 18. وابن خلكان، شمس الدين أحمد بن محمد، وفيات الأعيان وأنباء أبناء الزمان، ت: محمد محي الدين عبد الحميد، مطبعة السعادة، مصر، 1367هـ / 1948م، ص 1 / 163. وابن العماد عبد الحي بن أحمد بن محمد، شذرات الذهب في أخبار من ذهب، دار الآفاق الجديدة، بيروت، ص 3 / 19.

معاني الألفاظ والأعراف والعادات، فقال النووي¹ - رحمه الله - : "لا يجوز أن يفتي في الإيمان والإقرار ونحوهما مما يتعلق بالألفاظ إلا أن يكون من أهل بلد اللفظ، أو مترلاً مترلتهم في الخبرة بمرادهم من ألفاظهم وعرفهم فيها"².

وقال الخطيب البغدادي³: "هذه المسألة مبنية على أنه لا يجوز أن يفتي حتى يتصور المسألة تماماً ويتثبت فيها من كل وجه، من ذلك إذا كان في بلد غريب عنه فلا بد أن يعرف أعرافهم ومرادهم بالكلمات والخطاب، لأنه يختلف هذا من بلد لبلد، تجد مثلاً معنى هذه الكلمة عند قوم غير معناها عند آخرين، فلا بد أن تعرف المعاني". ولذا قال مالك - رحمه الله - : "لا خير في جواب قبل فهم". وقد عد الخطيب البغدادي - رحمه الله - من العلوم والمعارف التي ينبغي على المفتي معرفتها: "أمر الناس الجارية بينهم، والعادات المعروفة منهم"⁴.

4. عدم وقوف المفتي على حقيقة واقع بلد المستفتي وما يحدث فيها:

يشاهد في كثير من الفتاوى المتعلقة بواقع بعض البلاد عدم وقوف المفتي على حقيقة واقع بلد المستفتي وما يحدث فيها، فلا يجوز الإفتاء في المسائل المتعلقة بأحداث واقعة في بعض البلدان والمفتي ليس على دراية أو تصور بواقع هذه الأحداث، قال الألباني - رحمه الله - : "كثير من العلماء قد نصوا على أنه ينبغي على من يتولون توجيه الأمة ووضع الأجوبة لحل مشاكلهم: أن يكونوا

¹ - النووي: هو يحيى بن شرف بن مري النووي ثم الدمشقي، أبو زكريا، علامة في الفقه الشافعي، ولد في محرم سنة 631هـ بنوى في سورية، له تصانيف عديدة منها: روضة الطالبين وشرح صحيح مسلم، توفي سنة 676هـ. ينظر: السبكي، طبقات الشافعية الكبرى، تق: محمود محمد الطناحي وعبد الفتاح محمد الحلوة، ط1، مطبعة عيسى البابي الحلبي الحلبي وشركاؤه، 1383/1964، ص 8/395/400. والزركلي، المرجع السابق، ص 8/149.

² - الإمام أحمد بن حمدان الحاراني الحنبلي، صفة الفتوى والمفتي والمستفتي، خرج أحاديثه وعلق عليه محمد ناصر الدين الألباني، ط3، المكتب الإسلامي للنشر، 1397هـ، ص ص 21-22.

³ - الخطيب البغدادي: هو الحافظ الكبير، محدث الشام والعراق، أبو بكر أحمد بن علي بن ثابت بن أحمد بن مهدي البغدادي، ولد سنة 392هـ، وسمح أبا الحسن الأهوازي، وأبا عمر بن مهدي وغيرهم، حدث عنه أبو نصر بن مأكولة، والفقيه نصر وغيرهم، من مؤلفاته: تاريخ بغداد، الكفاية في علم الرواية، توفي في 463هـ. ينظر: الذهبي، تذكرة الحفاظ، دار الكتب العلمية، بيروت، ص 3/1135. والذهبي شمس الدين، سير أعلام النبلاء، تق: مجموعة محققين بإشراف شعيب الأرناؤوط، مؤسسة الرسالة، ص 18/270.

⁴ - عبد الرزاق عبد الله صالح بن غالب الكندي، مرجع سابق، ص 108.

عالمين وعارفين بواقعهم، لذلك كان مشهور كلماتهم: "الحكم على الشيء فرع عن تصوره"، ولا يتحقق ذلك إلا بمعرفة (الواقع) المحيط بالمسألة المراد بحثها، وهذا من قواعد الفتيا بخاصة، وأصول العلم بعامة".

وقد نبّه أحد الباحثين على وجوب مراعاة ذلك فقال: "فتاوى تصدر لأهل بلد لا يعلم المفتي شيئاً من واقعهم وأعرافهم ومشاكلهم، وظروفهم المحيطة بهم، أو أنه ليس بدرجة العلم الكافي، وبالتالي فلا يجوز له إصدار الفتاوى في شؤونهم كما نص على ذلك كبار المحققين من علمائنا¹."

5. التحذير من رواج المكر والخداع على بعض المفتين من بعض مقدمي البرامج أو بعض المستفتين لاستخراج فتاوى لخدمة جهة معينة سياسية أو دولية أو نحو ذلك:

يقول أحد الباحثين: "استدراج المفتي للتوظيف المراد للفتوى من قبل مقدمي البرامج، أو من قبل السياسيين بسبب عدم خبرته ومعرفته بالمكر والناس، ولذلك اشترط العلماء في المفتي أن يكون عارفاً بالناس"². فقد عد الإمام أحمد -رحمه الله- من الخصال التي يجب أن يتصف بها المفتي: "معرفة الناس"³.

6. ألا يسمح بالإفتاء إلا لمن شهد له العلماء الموثوق بهم ودور العلم المعبرة أهل لذلك:

فليس بمجرد تخرجه من الجامعات الشرعية أو حصوله على درجة علمية في فرع من فروع العلم الشرعي أو انتسابه إلى طلب العلم، يسمح له بتصدر الإفتاء، والدافع لهذا الضابط هو تناقص الشروط التي ينبغي توافرها في المفتين حتى بلونا بظهور بعض المفتين بذاك المستوى من الضعف العلمي الشرعي الذي لا يؤهلهم للإفتاء. وقد نصح بذلك أهل العلم فقال الخطيب البغدادي -رحمه الله-: "والطريق للإمام إلى معرفة حال من يريد نصبه للفتوى أن يسأل عنه أهل العلم في

¹ - يوسف القرضاوي، موجبات تغير الفتوى في عصرنا، مكتبة بيروت، بيروت، ص 47.

² - علي محي الدين القرّة داغي، بحث "الفتاوى المباشرة في وسائل الإعلام"، على موقع إسلام أون لاين.

³ - ابن قيم الجوزية، مصدر سابق، ص 6 / 106. <http://islamonline.com>، 12 / 03 / 2015، على الساعة: 15:00.

³ - ابن قيم الجوزية، مصدر سابق، ص 6 / 106.

وقته، والمشهورين من فقهاء عصره، ويعول على ما يخبرونه من أمره"¹، ثم ذكر الخطيب ما يدل على حال السلف وعلماء الأمة من عدم إقدامهم على الإفتاء إلا بعد إجازة علماء عصرهم لهم بذلك وشهادتهم لهم بالعلم، فأخرج عن الإمام مالك -رحمه الله- أنه قال: "ما أفتيت حتى شهد لي سبعون أبا أهل لذلك"².

7. مشاوره أهل العلم:

في الحقيقة أن المشاهد للفتوى عبر الفضائيات يجد أن جماعة من المفتين لا يراعون هذا الأدب، ويظهر ذلك من خلال الجرأة والتسرع في الإفتاء، وعدم قولهم ولو لمرة: إني أتوقف في هذه المسألة، وسوف أشارك أهل العلم فيها، وقد ذكر العلماء أن من آداب المفتي: "أن يكون مشاورا غيره من أهل العلم"³، فقد أثنى الله سبحانه على المؤمنين بأن أمرهم شورى بينهم، وقال الله -كثيرا ما يقول لإخوانه أهل العلم عند اجتماعهم: "لا نود أن نختلف في أي مسألة، نود أن نتشاور وأن تكون كلمتنا وفتوانا واحدة"⁴.

وفي الأخير يمكن القول أن برامج الفتوى الفضائية قدمت الخير الكثير لهذه الأمة، فهي تبت خصيصا لإفادة المسلمين، فقد أزال عنهم الغموض في الكثير من المسائل، وأنارت لهم الطريق لمعرفة الحلال والحرام، فتركت أثرا إيجابيا كبيرا على المجتمع.

¹ - الحافظ أبي بكر أحمد بن علي الخطيب البغدادي، الفقيه والمتفقه، تق: عادل العزاوي، ط3، دار ابن الجوزي، 1426هـ، ص 2/320.

² - أخرجه الخطيب، مرجع سابق، ص 2/325. وإسناده صحيح.

³ - أبو بصل عبد الناصر بن موسى، مرجع سابق، ص 12.

⁴ - محمد بن موسى الموصلي، جوانب من سيرة الإمام عبد العزيز بن باز، ط1، دار ابن خزيمة، الرياض، 1422هـ، ص 264.

الفصل الثاني: عرض وتحليل بيانات

الدراسة الميدانية

المبحث الأول: الخصائص الديمغرافية

المبحث الثاني: عادات مشاهدة القنوات الفضائية الإسلامية وبرامج

الإفتاء

المبحث الثالث: الدوافع والإشباع المحققة من برامج الإفتاء

المبحث الرابع: أثر متغير الجنس والكلية على مشاهدة برامج الإفتاء

الفصل الثاني: عرض وتحليل بيانات الدراسة الميدانية

في هذا الفصل سيتم تقديم عرض للنتائج التي تم التوصل إليها في هذه الدراسة والتي تستهدف التعرف على طبيعة استخدامات الطلبة الجامعيين لبرامج الإفتاء في القنوات الفضائية الإسلامية والإشاعات المحققة منها، وكانت النتائج على النحو التالي:

المبحث الأول: الخصائص الديمغرافية

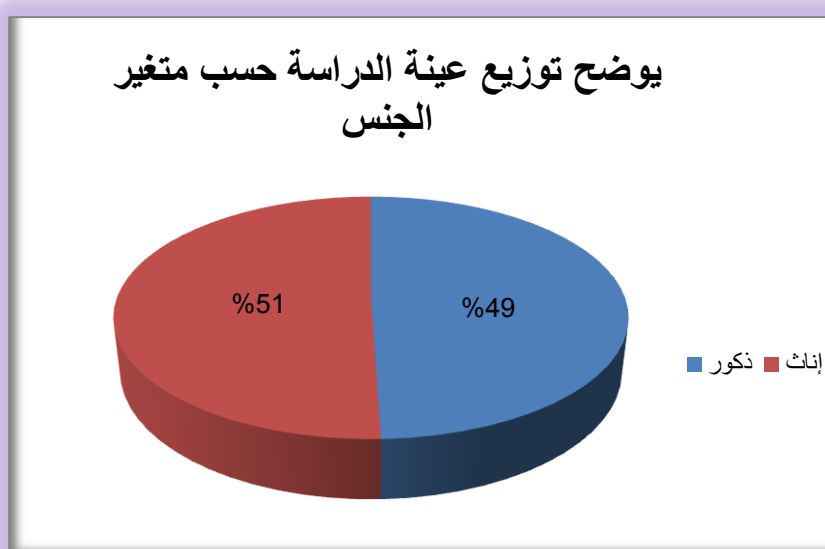
1. عينة الدراسة حسب متغير الجنس:

جدول رقم (01):

يوضح توزيع عينة الدراسة حسب متغير الجنس

الجنس	التكرار	%
أنثى	98	50.52
ذكر	96	49.48
المجموع	¹ 194	100

شكل رقم (01):



¹ - تم توزيع 200 استمارة استبيان على المبحوثين ولم يتم استلام سوى 194 استمارة.

توضح المعطيات الواردة في الجدول رقم (01) والدائرة النسبية والمتعلقة بتوزيع عينة الدراسة حسب متغير الجنس أن نسبة الإناث تقدر بـ (50.52%) في حين تقدر نسبة الذكور بـ (49.48%).

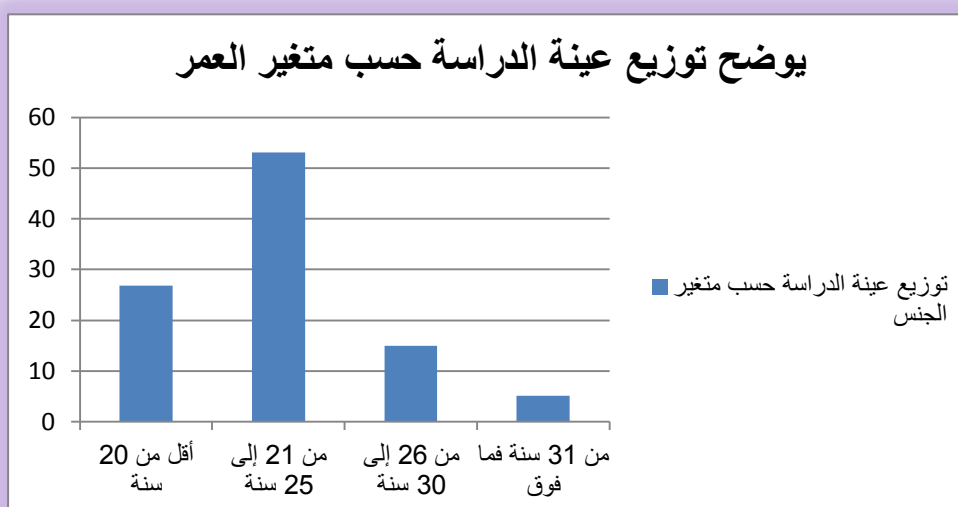
2. عينة الدراسة حسب متغير العمر:

جدول رقم (02):

يوضح توزيع عينة الدراسة حسب متغير العمر

السن	التكرار	%
من 21 إلى 25 سنة	103	53.10
أقل من 20 سنة	52	26.80
من 26 إلى 30 سنة	29	14.95
من 31 سنة فما فوق	10	5.15
المجموع	194	100

الشكل رقم (02):



توضح المعطيات الواردة في الجدول رقم (02) والأعمدة البيانية والمتعلقة بمتغير الجنس، حيث كانت الفئة العمرية الأولى للذين تتراوح أعمارهم من (21 إلى 25 سنة) بنسبة (53.10%)، ثم الفئة العمرية الثانية (أقل من 20 سنة) بنسبة (26.80%)، تليها الفئة العمرية الثالثة (من 26 إلى 30 سنة) بنسبة تصل إلى (14.95%)، وأخيرا الفئة (من 31 سنة فما فوق) تصل إلى (5.15%) من أفراد العينة.

3. عينة الدراسة حسب متغير السكن:

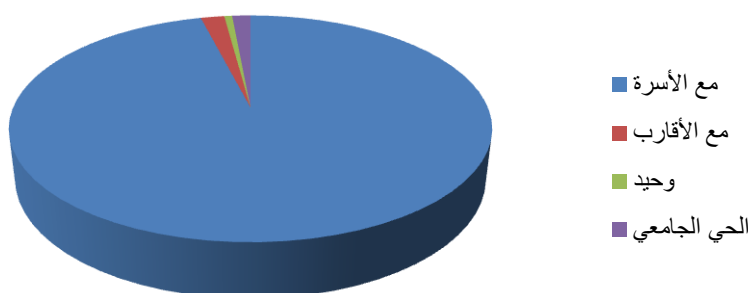
الجدول رقم (03):

يوضح توزيع عينة الدراسة حسب متغير السكن

السكن	التكرار	%
مع الأسرة	153	78.86
الحي الجامعي	37	19.07
مع الأقارب	3	1.55
وحيد	1	0.52
المجموع	194	100

الشكل رقم (03):

يوضح توزيع عينة الدراسة حسب متغير السكن



توضح المعطيات الواردة في الجدول رقم (03) والدائرة النسبية والمتعلقة بمتغير السكن أن السكن مع الأسرة يمثل الغالبية العظمى بنسبة (78.86%)، ثم السكن في الحي الجامعي بنسبة (19.07%)، ويليهما السكن مع الأقارب بنسبة (1.55%)، وفي الأخير السكن وحيدا بنسبة (0.52%).

وهو ما وافق دراسة "استخدام طلبة الجامعات الأردنية"¹، حيث احتل السكن مع الأسرة (91.2%) ومثلها دراسة "اتجاهات طلبة الجامعات الأردنية"²، حيث جاء السكن مع العائلة بنسبة (83.4%) وهو الغالبية الساحقة.

الجدول رقم (04):

يوضح توزيع عينة الدراسة حسب المستوى الدراسي

المستوى الدراسي	التكرار	%
ليسانس	154 ³	79.38
ماستر	40 ⁴	20.62
المجموع	194	100

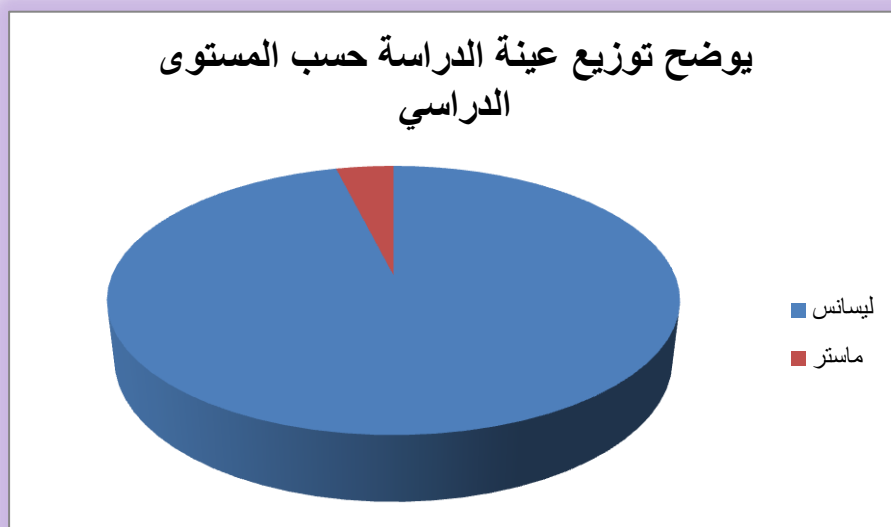
¹ - سامر رجا الغليلات، استخدام طلبة الجامعات الأردنية للقنوات الفضائية والإشعاعات المتحققة، مذكرة ماجستير(منشورة)، جامعة الشرق الأوسط للدراسات العليا، كلية الإعلام، الأردن، 2009.

² - ابراهيم ناصف ناصر عبد الله، مرجع سابق.

³ - تم توزيع 160 استمارة استبيان ولم يتم استلام سوى 154 استمارة.

⁴ - تم استلام جميع الاستمارات الموزعة.

الشكل رقم (04)



توضح المعطيات الواردة في الجدول رقم (04) والدائرة النسبية والمتعلقة بمتغير المستوى الدراسي، حيث نجد أن ذوي المستوى العلمي ليسانس في المرتبة الأولى بنسبة (79.38%)، ثم يليها طلبة الماستر بنسبة (20.62%).

الجدول رقم (05):

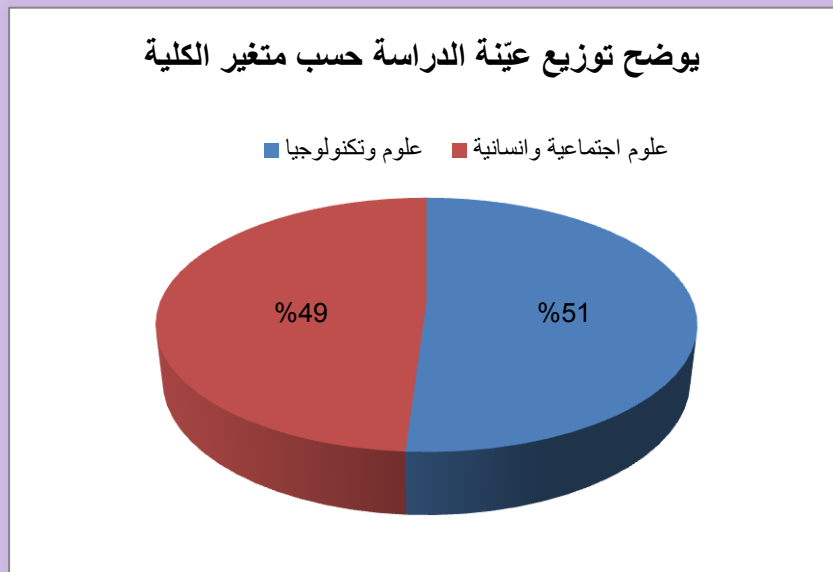
يوضح توزيع عينة الدراسة حسب متغير الكلية

الكلية	التكرار	%
علوم وتكنولوجيا	99 ¹	51.03
علوم اجتماعية وإنسانية	95 ²	48.97
المجموع	194	100

¹ - تم توزيع 100 استمارة استبيان وفقدت منها واحدة.

² - تم توزيع 100 استمارة استبيان ولم يتم استلام سوى 95 استمارة.

الشكل رقم (05):



توضح المعطيات الواردة في الجدول رقم (05) والدائرة النسبية والمتعلقة بمتغير الكلية أن نسبة كلية العلوم والتكنولوجيا هي أعلى نسبة وبلغت (51.03%)، أما العلوم الاجتماعية والإنسانية فقد بلغت نسبتها (48.97%).

المبحث الثاني: عادات مشاهدة القنوات الفضائية الإسلامية وبرامج الإفتاء

أولاً: عادات مشاهدة القنوات الفضائية الإسلامية

1. مشاهدة القنوات الفضائية الإسلامية:

الجدول رقم (06):

يوضح مشاهدة المبحوثين للقنوات الفضائية الإسلامية

المشاهدة	التكرار	%
أحيانا	120	61.86
دائما	37	19.07
نادرا	35	18.04
أبدا	02	1.03
المجموع	194	100

توضح المعطيات الواردة في الجدول رقم (06) والمتعلقة بمشاهدة المبحوثين للقنوات الفضائية الإسلامية، أن نسبة الذين يشاهدون أحيانا هي الغالبة وتقدر بـ (61.86%)، أما الذين يشاهدون دائما فكانت نسبتهم تقدر بـ (19.07%)، ثم يليها الذين نادرا ما يشاهدون القنوات الفضائية الإسلامية بنسبة (18.04%)، أما الذين لا يشاهدون أبدا فنسبتهم كانت (1.03%).

تدل هذه النتائج أن أفراد عينة الدراسة يشاهدون القنوات الفضائية الإسلامية. بحيث تراوحت أغلبية الإجابات بين دائما وأحيانا، في حين كانت نسبة الذين لا يشاهدون على الإطلاق ضعيفة جدا تصل إلى حد الإنعدام (01.03%)، وحاولنا من خلال الجدول رقم (07) التعرف على أسباب عدم المشاهدة ففرى أنها تتجلى في سببين هما:

— انشغالهم بمهام أخرى وعدم وجود تلفزيون، وكانت بنسب متساوية بلغت (50%) لكل منهما كما يوضحه الجدول أدناه:

الجدول رقم (07):

يوضح أسباب عدم مشاهدة القنوات الفضائية الإسلامية

الأسباب	التكرار	%
عدم وجود تلفزيون	01	50
انشغالك بمهام أخرى	01	50
عدم فهمك للموضوعات	00	00
عدم اهتمامك بالتلفزيون	00	00
تفضيلك لقنوات أخرى	00	00
المجموع	02	100

2. أهم القنوات الفضائية الإسلامية:

الجدول رقم (08):

يوضح أهم القنوات الفضائية الإسلامية لدى المبحوثين

أهم القنوات	التكرار	%
إقرأ	103	20.11
المجد	85	16.02
الرحمة	76	14.84
الرسالة	65	12.70
فور شباب	46	09
الجزائرية للقرآن الكريم	36	7.03

العفاسي	32	6.25
السعودية	28	5.47
أهل القرآن	15	2.93
ابن العتيمين	11	2.15
الصفاء	09	1.75
مكة	09	1.75
المجموع	¹ 512	100

توضح المعطيات الواردة في الجدول رقم (08) والمتعلقة بأهم القنوات الفضائية الإسلامية التي يفضل المبحوثين مشاهدتها أن أبرز القنوات الفضائية الإسلامية التي يفضل الطلبة مشاهدتها هي قناة اقرأ بنسبة (20.11%)، ثم تليها قناة المجد بنسبة (16.02%)، ثم الرحمة والرسالة بنسب متتالية (14.84%، 12.70%) على الترتيب، ثم جاءت قناة فور شباب بنسبة (09%)، وعلى التوالي قناة الجزائرية للقرآن الكريم بنسبة (7.03%) بالمرتبة السادسة، تليها العفاسي بنسبة (6.25%) والسعودية بنسبة (5.47%)، وبعدها جاءت القنوات الإسلامية الأخرى (موضحة في الجدول رقم 08) بنسب منخفضة، يفسر ذلك نسب المشاهدة القليلة لهاته القنوات.

وقد وافقت هذه الدراسة دراسة "سعيدة عباس"²، حيث جاءت قناة اقرأ في المرتبة الأولى، ثم قناة الرسالة، ثم الناس ثم المجد وذلك لكون هاته القنوات تتمتع بشعبية كبيرة.

وقد حلت قناة القرآن الكريم الجزائرية في المرتبة الخامسة، وأيضا وافقت دراسة "القنوات العربية والإسلامية عند طلبة الجامعة"³، حيث جاءت قنوات الرسالة والمجد وقرأ محتلة

¹ - لدى المبحوث أكثر من إجابة.

² - سعيدة عباس، مرجع سابق.

³ - الطيب عتير، القنوات العربية والإسلامية عند طلبة الجامعة - دراسة في العادات والأنماط - ، مذكرة ماستر، جامعة الوادي، كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية، قسم العلوم الإنسانية، 2013/2014.

المراتب الأولى، وهذا راجع إلى أسبقيتها على القنوات الإسلامية الأخرى في الظهور واكتساح الساحة الإعلامية.

3. ساعات مشاهدة المبحوثين للقنوات الفضائية الإسلامية في اليوم الواحد:

الجدول رقم (09):

يوضح عدد ساعات مشاهدة القنوات الفضائية الإسلامية لدى المبحوثين في اليوم الواحد

الساعات	التكرار	%
أقل من ساعة	135	70.31
من ساعة إلى ثلاث ساعات	45	23.44
من ثلاث ساعات فأكثر	12	6.25
المجموع	192	100

توضح المعطيات الواردة في الجدول رقم (09) والمتعلقة بعدد الساعات التي يمضيها المبحوثين في مشاهدة القنوات الفضائية الإسلامية في اليوم الواحد، حيث نجد أن النسبة الأكبر من الطلبة والمقدرة بـ (70.31%) يشاهدون أقل من ساعة، ثم تليها نسبة (23.44%) من الطلبة يشاهدون بين ساعة إلى ثلاث ساعات في اليوم الواحد، ويشاهد بقية الطلبة ونسبتهم (6.25%) أكثر من ثلاث ساعات.

وقد وافقت هذه الدراسة دراسة "عادات وأنماط مشاهدة طلبة الجامعات الأردنية للقنوات الفضائية الإسلامية"¹، حيث أتت المدة من نصف ساعة إلى ساعة في المرتبة الأولى بنسبة (38.2%)، ثم تليها من ساعة إلى ساعتين بنسبة (30.9%)، ثم أكثر من ساعتين في المرتبة الأخيرة بنسبة (10.2%)، لأن برامج التلفزيون لا تتجاوز في أكثرها الساعة، وهذه المدة كافية لمشاهدة ثلاث برامج على حد أقصى.

¹ - إبراهيم ناصف ناصر عبد الله، مرجع سابق.

ثانيا: عادات مشاهدة برامج الإفتاء في القنوات الفضائية الإسلامية

1. الفترات المفضلة للمشاهدة:

الجدول رقم (10):

يوضح توزيع أفراد العينة وفق الفترات المفضلة للمشاهدة

الفترة المفضلة	التكرار	%
فترة السهرة	90	46.87
الفترة المسائية	46	23.96
بلا انتظام	26	13.54
فترة الظهر	22	11.46
الفترة الصباحية	08	4.17
المجموع	¹ 192	100

توضح المعطيات الواردة في الجدول رقم (10) والمتعلقة بالفترة التي يفضلها الطلبة أفراد العينة للمشاهدة، أن فترة السهرة هي أكثر الفترات مشاهدة للطلبة وذلك بنسبة (46.87%)، ثم تليها الفترة المسائية بنسبة (23.96%)، أما الطلبة الذين يشاهدون بلا انتظام نسبتهم (13.54%)، ويشاهد ما نسبته (11.46%) من أفراد العينة في فترة الظهر، أما الفترة الصباحية فلا يشاهد فيها سوى (4.17%) من الطلبة.

ويبدو هذا الترتيب منطقياً، حيث تعتبر الفترتين المسائية والليلية أكثر الفترات تناسبا مع ظروف الطلبة، حيث يتوفر وقت الفراغ الذي يساعدهم على التفرغ للمشاهدة.

¹ - لدى المبحوث أكثر من إجابة.

2. مدى مشاهدة برامج الإفتاء في القنوات الفضائية الإسلامية:

الجدول رقم (11):

يوضح مدى مشاهدة الطلبة لبرامج الإفتاء في القنوات الفضائية الإسلامية

مدى المشاهدة	التكرار	%
أحيانا	126	65.63
دائما	37	19.27
لا أشاهد	17	8.85
نادرا	12	6.25
المجموع	192	100

توضح المعطيات الواردة في الجدول رقم (11) والمتعلقة بمدى مشاهدة الطلبة لبرامج الإفتاء في القنوات الفضائية الإسلامية أن أغلبية الطلبة ونسبة تقدر بـ (65.63%) يشاهدون برامج الإفتاء في القنوات الفضائية الإسلامية أحيانا، أما الطلبة الذين يشاهدون بصفة دائمة فقد جاؤوا في المرتبة الثانية وذلك بنسبة (19.27%)، ثم يلي ذلك الطلبة الذين لا يشاهدون فتقدر نسبتهم بـ (8.85%)، في حين تمثل نسبة (6.25%) الطلبة الذين نادرا ما يشاهدون برامج الإفتاء على القنوات الفضائية الإسلامية.

ويتبين من خلال الجدول رقم (12) أن أسباب عدم مشاهدة برامج الإفتاء في القنوات الفضائية الإسلامية يعود إلى: تضارب الفتاوى في القنوات الفضائية الإسلامية وقدرت بنسبة (47.06%) من أفراد العينة الذين، أما السبب الثاني راجع إلى أن وقت برامج الإفتاء في القنوات الفضائية الإسلامية غير مناسب وقدر بـ (23.53%).

ويليه السبب الخاص بتلقي الفتاوى من أئمة المساجد جاء بنسبة (17.65%)، ثم الأسباب الخاصة بعدم الاقتناع بشرعية هذا النوع من الإفتاء ومشاهدة برامج أخرى غير برامج الإفتاء

بنسب متساوية (5.88%). ونرى أن عدم الثقة في الأحكام الصادرة في مختلف برامج الإفتاء لا يعدونه سببا من أسباب عدم المشاهدة لأن نسبته منعدمة كما يوضحه الجدول أدناه:

الجدول رقم (12):

يوضح أسباب عدم مشاهدة برامج الإفتاء في القنوات الفضائية الإسلامية لدى المبحوثين

أسباب عدم المشاهدة	التكرار	%
تضارب الفتاوى في القنوات الفضائية الإسلامية	08	47.06
وقت برامج الإفتاء في القنوات الفضائية الإسلامية غير مناسب	04	23.53
تلقي الفتاوى من أئمة المساجد	03	17.65
عدم الاقتناع بشرعية هذا النوع من الإفتاء	01	5.88
مشاهدة برامج أخرى غير برامج الإفتاء	01	5.88
عدم الثقة في الأحكام الصادرة في مختلف برامج الإفتاء	00	00
المجموع	17	100

3. أسماء برامج الإفتاء المفضلة:

الجدول رقم (13):

يوضح أسماء برامج الإفتاء المفضلة لدى المبحوثين

اسم البرنامج	التكرار	%
مشكلات من الحياة	94	19.62
الجواب الكافي	80	16.70
فتاوى الناس	75	15.66

15.03	72	فتاوى على الهواء
13.78	66	هلا يسألونك
10.86	52	يستفتونك
05.01	24	هلا سألوا
03.34	16	برامج أخرى
100	¹ 479	المجموع

توضح المعطيات الواردة في الجدول رقم (13) والمتعلقة باسم برامج الإفتاء المفضلة لدى أفراد العينة أن برنامج مشكلات من الحياة تحصيل على أعلى نسبة مشاهدة، حيث بلغت نسبته (19.62%)، ثم يليه برنامج الجواب الكافي بنسبة (16.70%)، بينما برنامج فتاوى الناس نسبته (15.66%).

ثم يليه برنامج فتاوى على الهواء فقد تحصيل على نسبة مشاهدة بلغت (15.03%)، وبرنامج هلا يسألونك تحصيل على نسبة (13.78%)، وهكذا بدأت تنخفض النسب حيث كانت نسبة مشاهدة برنامج يستفتونك (10.85%) وبرنامج هلا سألوا بـ (05.01%)، وتحصلت البرامج الأخرى على نسبة (03.34%).

ومنه نستنتج أن برنامج مشكلات من الحياة وبرنامج الجواب الكافي تحصيلاً على أعلى نسب مشاهدة، وهذا يؤكد نتائج الجدول رقم (08)، لأن هذه البرامج تدرج ضمن برامج قناة اقرأ والمجد.

¹ - لدى المبحوث أكثر من إجابة.

4. المفتون المفضلون لدى المبحوثين:

الجدول رقم (14):

يوضح المفتون المفضلون لدى المبحوثين

المفتون	التكرار	%
عبد الله مصلح	110	30.64
عمر عبد الكافي	74	20.61
محمد حسان	52	14.49
محمد العريفي	38	10.59
أبو عبد السلام الجزائري	37	10.31
خالد المصلح	28	07.79
صالح بن فوزان الفوزان	20	05.57
المجموع	¹ 359	100

توضح المعطيات الواردة في الجدول رقم (14) والمتعلقة بالمفتين المفضلين لدى أفراد العينة، والذين كان ذكرهم تلقائيا ودون أي اعتبارات أخرى سوى الشهرة والظهور عبر مختلف القنوات الفضائية الإسلامية أن المفتي عبد الله المصلح كانت له النسبة الأكبر وتقدر بـ (30.64%)، يليه الدكتور عمر عبد الكافي بنسبة (20.61%).

ثم يليه الدكتور محمد حسان بنسبة (14.49%)، يليه الدكتور محمد العريفي بنسبة (10.63%)، ثم يأتي في الترتيب الدكتور أبو عبد السلام الجزائري بنسبة (10.31%)، ثم

¹ - لدى المبحوث أكثر من إجابة.

الدكتور خالد المصلح بنسبة (07.79%)، وفي ذيل الترتيب كان الدكتور الشيخ صالح بن فوزان الفوزان بنسبة (05.57%).

5. عدد ساعات مشاهدة برامج الإفتاء في القنوات الفضائية الإسلامية في اليوم

الواحد:

الجدول رقم (15):

يوضح عدد ساعات مشاهدة برامج الإفتاء في القنوات الفضائية الإسلامية لدى المبحوثين في اليوم الواحد

عدد الساعات	التكرار	%
أقل من ساعة	110	62.86
من ساعة إلى ثلاث ساعات	60	34.29
من ثلاث ساعات فأكثر	05	02.85
المجموع	175	100

توضح المعطيات الواردة في الجدول رقم (15) والمتعلقة بعدد ساعات مشاهدة برامج الإفتاء في القنوات الفضائية الإسلامية لدى المبحوثين، أن نسبة مشاهدة برامج الإفتاء في أقل من ساعة قدرت بنسبة (62.86%)، ثم تليها نسبة مشاهدة برامج الإفتاء من ساعة إلى ثلاث ساعات بنسبة قدرت بـ (34.29%)، أما نسبة مشاهدة برامج الإفتاء من ثلاث ساعات فأكثر فقدرت بنسبة (02.85%).

ويلاحظ أن الفترة الغالبة هي أقل من ساعة، حيث حصلت على أعلى نسبة، وهذه إشارة جيدة تدل على أن أغلبية أفراد العينة يشاهدون برامج الإفتاء في القنوات الفضائية الإسلامية، لأن مدة عرضها لا يستغرق 45 دقيقة.

المبحث الثالث: الدوافع والإشباعات المحققة من برامج الإفتاء

1. دوافع مشاهدة برامج الإفتاء في القنوات الفضائية الإسلامية:

الجدول رقم (16):

يوضح دوافع مشاهدة برامج الإفتاء في القنوات الفضائية الإسلامية

الدوافع	التكرار	%
زيادة ثقافتي الدينية	106	30.03
معرفة أحكام النوازل والمستجدات الواقعة على الناس	79	22.38
الاستفادة من وقت الفراغ في مشاهدة أشياء تفيدني في الحياة الدنيا الآخرة	59	16.71
الحرص على الاستماع للعلماء (الفقهاء)	47	13.32
الرغبة في أن تكون قيمي وسلوكي متوافقة مع تعاليم الدين	36	10.20
التنفيس والهروب من الضغوطات النفسية والاجتماعية	17	04.81
ل طرح أسئلة على العلماء عن طريق الاتصال المباشر	09	02.55
المجموع	353	100

توضح المعطيات الواردة في الجدول رقم (16) والمتعلقة بدوافع مشاهدة برامج الإفتاء في القنوات الفضائية الإسلامية لدى الباحثين¹ أن أهم دافع يلجأ إلى تحقيقه طلبة أفراد العينة أثناء مشاهدتهم لبرامج الإفتاء هو زيادة ثقافتهم الدينية، حيث بلغت نسبتها (30.31%)، وفي المرتبة الثانية كانت لمعرفة أحكام النوازل والمستجدات الواقعة على الناس بنسبة بلغت (22.38%).

وفي المرتبة الثالثة وبنسب متقاربة كانت للاستفادة من وقت الفراغ في مشاهدة أشياء تفيدني في الحياة الدنيا وفي الآخرة، والحرص على الاستماع للعلماء (الفقهاء) بالنسب التالية (16.71%) و (13.32%)، ثم يليهما الرغبة في أن تكون قيمي وسلوكي متوافقة مع تعاليم الدين بنسبة

¹ - لدى المبحوث أكثر من إجابة.

(10.20%)، وفي المراتب الأخيرة كانت من أجل التنفيس والهروب من الضغوطات النفسية والاجتماعية بنسبة (04.81%)، أما طرح الأسئلة على العلماء عن طريق الاتصال المباشر جاءت بنسبة (02.55%).

ويلاحظ من خلال الجدول السابق أن أغلب الدوافع المحققة من قبل المبحوثين كانت دوافع نفعية كارتفاع نسبة دافع زيادة ثقافتهم الدينية، كما يلاحظ تقارب نسب أغلب الأسباب التي أدت إلى زيادة مشاهدة برامج الإفتاء في القنوات الفضائية الإسلامية وهذا يشير إلى إقبال فئة كبيرة من المبحوثين على هذا النوع من البرامج ومدى حاجتهم لها.

وقد جاءت الدراسة موافقة لدراسة "البرامج الدينية في قنوات التلفزيون العربية"¹، حيث كانت الأغلبية لدافع زيادة ثقافتهم الدينية وبنسبة (74%)، وأيضا تغلب الدوافع النفعية على الدوافع الطقوسية.

2. مدى الاعتماد على الفتاوى التي تطرح في القنوات الفضائية الإسلامية:

الجدول رقم (17):

يوضح مدى اعتماد المبحوثين على الفتاوى التي تطرح في القنوات الفضائية الإسلامية

الاعتماد	التكرار	%
أحيانا	112	64
دائما	34	19.43
نادرا	20	11.43
لا أعتمد عليها	09	05.14
المجموع	175	100

¹ - محمد بن علي هندية، مرجع سابق.

توضح المعطيات الواردة في الجدول رقم (17) المتعلقة بمدى اعتماد الطلبة على الفتاوى التي تطرح في القنوات الفضائية الإسلامية أن أغلبية الطلبة وبنسبة مقدارها (64%) يعتمدون على برامج الإفتاء الفضائية أحيانا، أما الطلبة الذين يعتمدون دائما فقد جاؤوا في المرتبة الثانية وذلك بنسبة (19.43%)، ثم يلي ذلك الطلبة الذين نادرا ما يعتمدون على الإفتاء الفضائي بنسبة (11.43%)، في حين تمثل نسبة الذين لا يعتمدون تماما على الفتاوى التي تطرح في القنوات الفضائية الإسلامية بنسبة (05.14%).

فهم بذلك يستغلون أهم خصائص الإفتاء الفضائي والمتمثلة في سرعة انتقال المعلومات، فهو الذي يضمن الانتشار السريع للفتوى داخل المجتمع الإسلامي، ويحدث هذا تأثيرا مباشرا وسريع في إظهار حكم الله، وبهذا تكون إمكانية إشباع حاجاتهم ورغبتهم أقرب إلى اليقين عند استخدامهم الإفتاء الفضائي.

ومن خلال هاته النتائج نرى أن أغلبية الإجابات تراوحت بين دائما وأحيانا، وهذا يدل على أن نسبة كبيرة من أفراد العينة يعتمدون على الفتاوى في القنوات الفضائية الإسلامية، في حين كانت أسباب الذين لا يعتمدون مثلما يوضحها الجدول أدناه كما يلي:

- اعتمادهم على مصادر أخرى للفتوى وكانت بنسبة (27.88%).
- عدم ثقتهم في المفتين وعدم ثقتهم في برامج الإفتاء عبر القنوات الفضائية الإسلامية تحسلا على نفس النسبة (22.22%).
- اختلاف العلماء واختلاف المذاهب والمدارس نسبتها (16.67%).
- أما بدون ذكر سبب كانت نسبتهم (11.11%) - أنظر الجدول رقم (18).

الجدول رقم (18):

يوضح أسباب عدم اعتماد المبحوثين على الفتاوى في القنوات الفضائية الإسلامية

الأسباب	التكرار	%
الاعتماد على مصادر أخرى للفتوى	05	27.78
عدم الثقة في المفتين	04	22.22

22.22	04	عدم الثقة في برامج الإفتاء عبر القنوات الفضائية الإسلامية
16.67	03	اختلاف العلماء واختلاف المدارس والمذاهب
11.11	02	بدون ذكر سبب
100	18	المجموع

3. الإشباعات التي تحققها برامج الإفتاء:

الجدول رقم (19):

يوضح الإشباعات التي تحققها برامج الإفتاء لدى المبحوثين

%	التكرار	الإشباعات
36.89	90	معرفة أحكام شرعية تخص الحياة اليومية
16.39	40	معرفة الأحكام المستجدة في الأمور التي أحتاجها
15.57	38	معرفة أحكام شرعية تخص المعاملات والعبادات
15.16	37	تجديد الإيمان من خلال الاستماع إلى المواعظ والإرشادات
08.20	20	المساعدة في اكتساب خبرات علمية ومهارات عملية في مجال اختصاصي
07.79	19	خدمة الدين ونشر أحكام النوازل
100	¹ 244	المجموع

توضح المعطيات الواردة في الجدول رقم (19) والمتعلقة بالإشباعات التي تحققها برامج الإفتاء لدى المبحوثين أن أهم إشباع محقق لدى الطلبة المبحوثين هو معرفة أحكام شرعية تخص

¹ - لدى المبحوث أكثر من إجابة.

الحياة اليومية بنسبة بلغت (36.89%)، وفي المرتبة الثانية كانت لمعرفة الأحكام المستجدة في الأمور التي أحتاجها بنسبة قدرت بـ (16.39%).

وفي المرتبة التالية وبنسب متقاربة كانت لمعرفة أحكام شرعية تخص المعاملات والعبادات وتحديد الإيمان من خلال الاستماع للمواعظ والإرشادات بالنسب التالية وعلى الترتيب (15.57%) و (15.16%)، ثم يليها المساعدة على اكتساب خبرات علمية ومهارات عملية في مجال اختصاصي بنسبة (08.20%)، أما نسبة خدمة الدين ونشر أحكام النوازل فكانت تقدر بـ (07.79%).

وهذه النتائج تدل على أن الطلبة يريدون تحقيق إشباع ذات محتوى توجيهي والتي تخدمهم في حياتهم اليومية والعملية، وهذا ينسجم والمرحلة العمرية لفترة الشباب التي تركز على توجيههم وتحديد مصيرهم ومستقبلهم.

المبحث الرابع: أثر متغير الجنس والكلية على مشاهدة برامج الإفتاء

أولاً: أثر متغير الجنس على مشاهدة البرامج

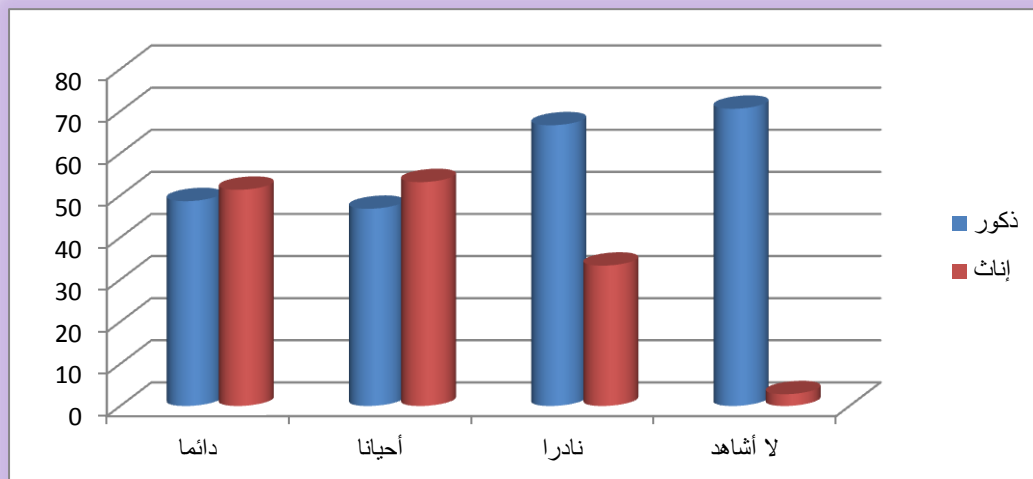
جدول رقم (20):

يوضح مدى مشاهدة برامج الإفتاء في القنوات الفضائية الإسلامية لدى المبحوثين وعلاقته بمتغير الجنس

المتغير الجنس		ذكور		إناث		المجموع	
		التردد	%	التردد	%	التردد	%
دائماً	18	48.65	19	51.35	37	100	
أحياناً	50	46.83	67	53.17	126	100	
نادراً	08	66.67	04	33.33	12	100	
لا أشاهد	12	70.59	05	29.41	17	100	

الشكل رقم (06):

يوضح مدى مشاهدة المبحوثين لبرامج الإفتاء في القنوات الفضائية الإسلامية وعلاقته بمتغير الجنس



توضح المعطيات الواردة في الجدول رقم (20) والمخطط البياني والمتعلقة بمدى مشاهدة برامج الإفتاء في القنوات الفضائية الإسلامية لدى المبحوثين وعلاقته بمتغير الجنس أن نسبة مشاهدة دائما عند الإناث لبرامج الإفتاء أكثر من نسبة مشاهدة الذكور، حيث بلغت نسبتها عند الإناث (51.35%)، بينما عند الذكور (48.65%)، وبالنسبة لنسبة مشاهدة أحيانا فقدرت عند الإناث أكثر من الذكور، فعند الإناث (53.17%)، بينما عند الذكور (46.83%)، أما عن الطلبة الذين يشاهدون نادرا فكانت نسبتهم عند الذكور (66.67%) أكثر من الإناث (33.33%)، أما بالنسبة للطلبة الذين لا يشاهدون برامج الإفتاء فكانت نسبة الذكور (70.59%) أكبر من نسبة الإناث (23.41%).

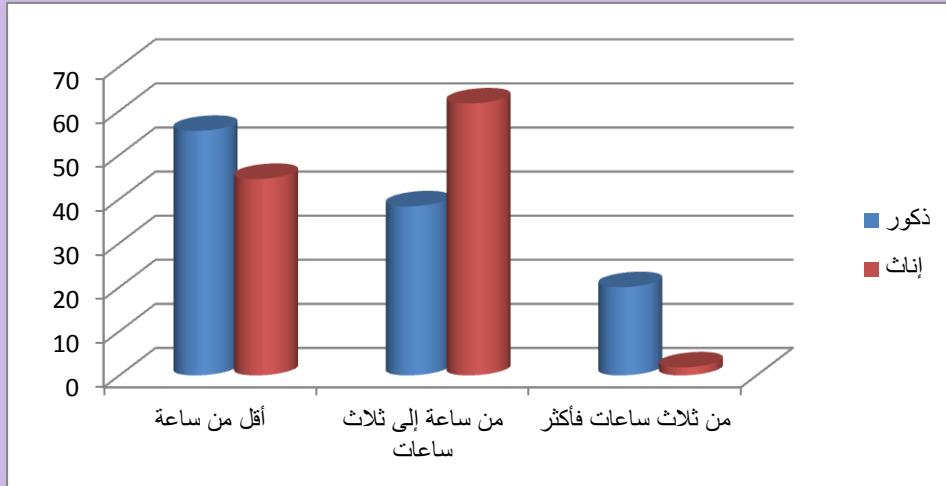
الجدول رقم (21):

يوضح عدد ساعات مشاهدة برامج الإفتاء في القنوات الفضائية الإسلامية لدى المبحوثين وعلاقته بمتغير الجنس

المتغير الجنس		ذكور		إناث		المجموع	
عدد الساعات		التكرار	%	التكرار	%	التكرار	%
أقل من ساعة		61	55.45	49	44.55	110	100
من ساعة إلى ثلاث ساعات		23	38.33	37	61.67	60	100
من ثلاث ساعات فأكثر		01	20	04	80	05	100

الشكل رقم (07):

يوضح عدد ساعات مشاهدة المبحوثين لبرامج الإفتاء في القنوات الفضائية الإسلامية وعلاقته بمتغير الجنس



توضح المعطيات الواردة في الجدول رقم (16) والمخطط البياني والمتعلقة بعدد ساعات مشاهدة برامج الإفتاء في القنوات الفضائية الإسلامية لدى المبحوثين وعلاقته بمتغير الجنس، حيث نلاحظ من خلال الدراسة على المدة الأقل من ساعة أن نسبة مشاهدة الذكور لبرامج الإفتاء أكبر من نسبة مشاهدة الإناث، حيث كانت نسبة الذكور (55.45%) بينما نسبة الإناث (44.55%).

الجدول رقم (22):

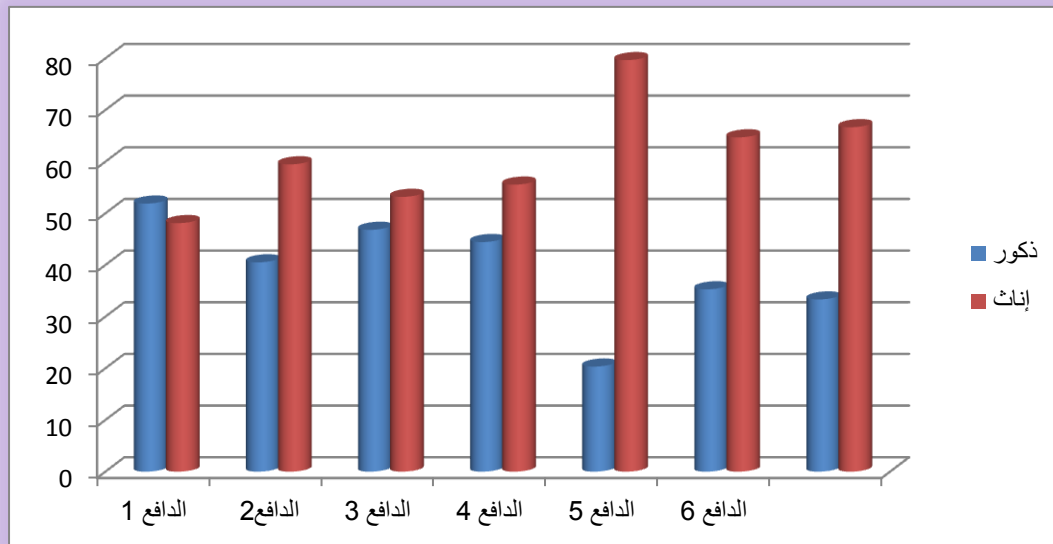
يوضح دوافع مشاهدة برامج الإفتاء في القنوات الفضائية الإسلامية لدى المبحوثين وعلاقته بمتغير الجنس

الدوافع		متغير الجنس		ذكور		إناث		المجموع	
				ال تكرار	%	ال تكرار	%	ال تكرار	%
زيادة ثقافتنا الدينية				55	51.89	51	48.11	106	100
معرفة أحكام النوازل والمستجدات الواقعة على الناس				32	40.51	47	59.49	79	100

100	47	53.19	25	46.81	22	الحرص على الاستماع للعلماء (الفقهاء)
100	36	55.56	20	44.44	16	الرغبة في أن تكون قيمي وسلوكي متوافقة مع تعاليم الدين
100	59	79.66	47	20.34	12	الاستفادة من وقت الفراغ في مشاهدة أشياء تفيدني في الحياة الدنيا والآخرة
100	17	64.71	11	35.29	06	التنفيس والهروب من الضغوطات النفسية والاجتماعية
100	09	66.67	06	33.33	03	تقوي إيماني وصلتي بالله

الشكل رقم (08):

يوضح دوافع مشاهدة المبحوثين لبرامج الإفتاء في القنوات الفضائية الإسلامية وعلاقته بمتغير الجنس



توضح المعطيات الواردة في الجدول رقم (22) والمخطط البياني والمتعلقة بدوافع مشاهدة برامج الإفتاء في القنوات الفضائية الإسلامية لدى المبحوثين وعلاقته بمتغير الجنس أن دافع الزيادة

في الثقافة الدينية كان أعلى نسبة لدى الذكور بنسبة (51.89%) منه لدى الإناث (48.11%)، بينما نرى أن جميع العوامل الأخرى كانت لدى الإناث أعلى نسبة منه لدى الذكور.

الجدول رقم (23):

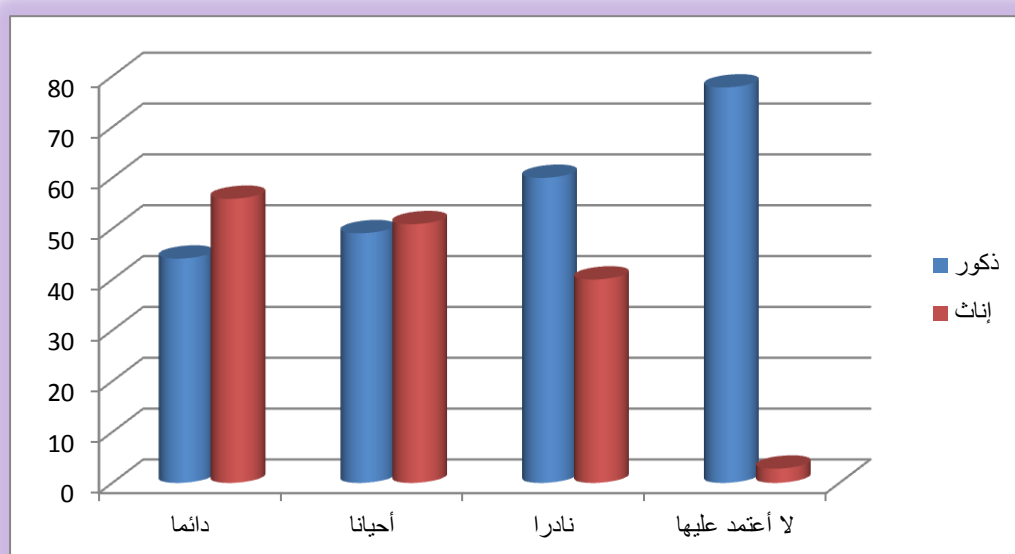
يوضح مدى اعتماد المبحوثين على الفتاوى التي تطرح في القنوات الفضائية الإسلامية وعلاقته

بمتغير الجنس

متغير الجنس		ذكور		إناث		المجموع	
		التردد	%	التردد	%	التردد	%
دائما		15	44.12	19	55.88	34	100
أحيانا		55	49.11	57	50.89	112	100
نادرا		12	60	08	40	20	100
لا أعتمد عليها		07	77.78	02	22.22	09	100

الشكل رقم (09):

يوضح مدى اعتماد المبحوثين على الفتاوى وعلاقتها بمتغير الجنس



توضح المعطيات الواردة في الجدول رقم (23) والمخطط البياني والمتعلقة بمدى اعتماد الباحثين على الفتاوى التي تطرح في القنوات الفضائية الإسلامية وعلاقته بمتغير الجنس، حيث نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن نسبة اعتماد الإناث تمثلت بـ (55.88%) على الفتاوى التي تطرح في القنوات الفضائية الإسلامية أكثر من نسبة الذكور المتمثلة في (44.12%).

وأيضاً الاعتماد أحياناً كان من قبل الإناث أكثر منه عند الذكور، حيث كانت نسبته عند الإناث (50.89%) أما عند الذكور (49.11%)، أما بالنسبة للذين يعتمدون نادراً كانت نسبة الذكور أعلى من نسبة الإناث حيث بلغت عند الذكور (60%) أما عند الإناث (40%)، والذين لا يعتمدون عليها أبداً فكانت نسبة الذكور فيها أيضاً أكثر من نسبة الإناث وبفارق واضح، حيث بلغت عند الذكور (77.78%)، أما عند الإناث (22.22%).

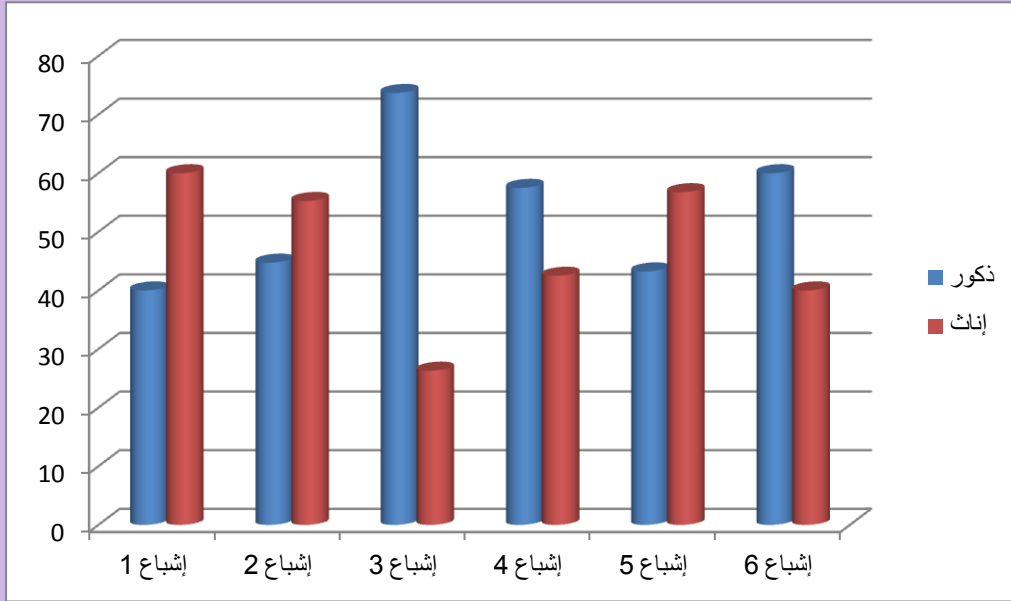
الجدول رقم (24):

يوضح الإشباعات التي تحققها برامج الإفتاء لدى الباحثين وعلاقته بمتغير الجنس

متغير الجنس		ذكور		إناث		المجموع	
		التكرار	%	التكرار	%	التكرار	%
الإشباعات المحققة		36	40	54	60	90	100
معرفة أحكام شرعية تخص الحياة اليومية		17	44.74	21	55.26	38	100
معرفة أحكام شرعية تخص المعاملات والعبادات		14	73.69	05	26.31	19	100
خدمة الدين ونشر أحكام النوازل		23	57.5	17	42.5	40	100
معرفة الأحكام المستجدة في الأمور التي أحتاجها		16	43.24	21	56.76	37	100
تجديد الإيمان من خلال الاستماع إلى المواعظ والإرشادات		12	60	08	40	20	100
المساعدة في اكتساب خبرات علمية ومهارات عملية في مجال اختصاصي							

الشكل رقم (10):

يوضح الإشباعات التي تحققها برامج الإفتاء لدى المبحوثين وعلاقته بمتغير الجنس



توضح المعطيات الواردة في الجدول رقم (24) والمخطط البياني والمتعلقة بالإشباعات التي تحققها برامج الإفتاء لدى المبحوثين وعلاقته بمتغير الجنس أن إشباع معرفة الأحكام الشرعية التي تخص الحياة اليومية عند الإناث أكثر منه عند الذكور فجاءت نسبته عند الإناث (60%) وعند الذكور بنسبة (40%)، أما معرفة أحكام شرعية تخص المعاملات والعبادات فجاءت نسبة الإناث (55.26%) ونسبة الذكور (44.74%).

وبالنسبة لخدمة الدين ونشر أحكام النوازل فكانت نسبة الذكور فيها (73.69%)، أما نسبة الإناث (26.31%)، وفيما يتعلق بمعرفة الأحكام المستجدة في الأمور التي أحتاجها نجدها عند الذكور بنسبة (57.5%) في حين عند الإناث (42.5%)، أما تحديد الإيمان من خلال الاستماع إلى المواعظ والإرشادات كانت نسبة الإناث فيها (56.76%) والذكور (43.24%)، ويليهما إشباع المساعدة في اكتساب خبرات علمية ومهارات عملية في مجال اختصاصي كانت نسبة الذكور (60%) والإناث (40%).

ثانيا: أثر متغير الكلية على المشاهدة

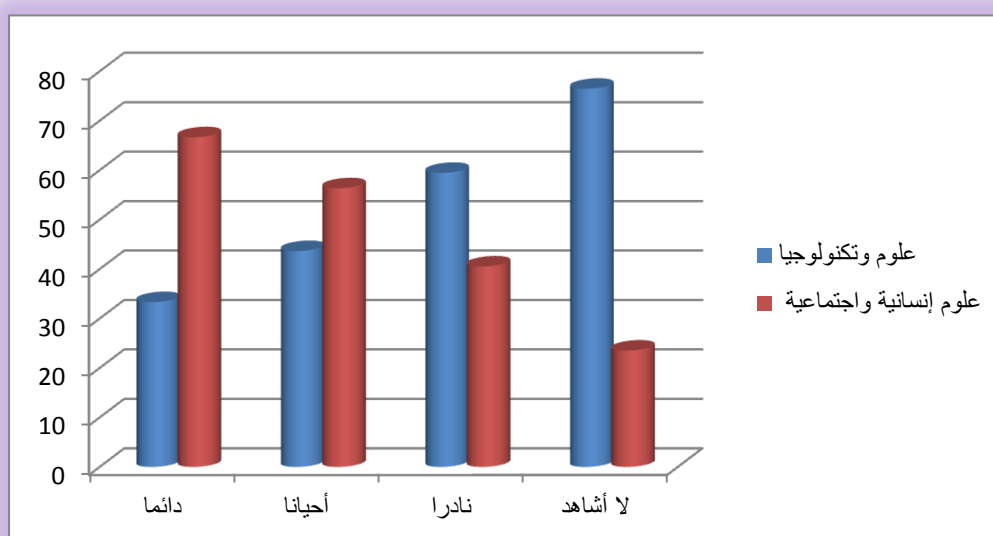
الجدول رقم (25):

يوضح مدى مشاهدة برامج الإفتاء في القنوات الفضائية الإسلامية وعلاقته بمتغير الكلية

المتغير الكلية مدى المشاهدة		علوم وتكنولوجيا		علوم إنسانية واجتماعية		المجموع	
		التكرار	%	التكرار	%	التكرار	%
دائما		04	33.33	08	66.67	12	100
أحيانا		55	43.65	71	56.35	126	100
نادرا		22	59.46	15	40.54	37	100
لا أشاهد		13	76.47	04	23.53	17	100

الشكل رقم (11):

يوضح مدى مشاهدة برامج الإفتاء في القنوات الفضائية الإسلامية وعلاقته بمتغير الكلية



توضح المعطيات الواردة في الجدول رقم (25) والمخطط البياني والمتعلقة بمدى مشاهدة

برامج الإفتاء في القنوات الفضائية الإسلامية وعلاقته بمتغير الكلية أن نسبة المشاهدة دائما عند كلية

الفصل الثاني — عرض وتحليل بيانات الدراسة الميدانية

العلوم الانسانية والاجتماعية بلغت (66.67%) أما عند كلية العلوم والتكنولوجيا بلغت (33.33%).

في حين بلغت نسبة المشاهدة أحيانا عند كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية (56.35%)، وعند كلية العلوم والتكنولوجيا (43.65%)، بينما كانت نسبة المشاهدة نادرا في كلية العلوم والتكنولوجيا (59.46%) وبلغت عند كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية (40.54%).

وبالنسبة لعدم المشاهدة فكانت نسبتها في كلية العلوم والتكنولوجيا (76.47%) وهي تفوق نسبة كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية التي بلغت (23.53%).

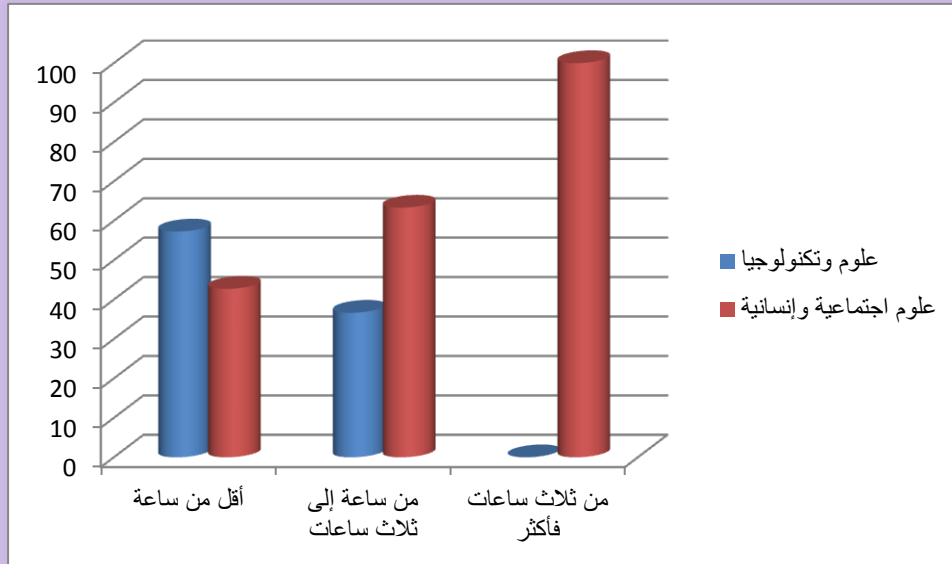
الجدول رقم (26):

يوضح عدد ساعات مشاهدة برامج الإفتاء في القنوات الفضائية الإسلامية لدى الباحثين وعلاقته بمتغير الكلية

المجموع		علوم اجتماعية وإنسانية		علوم وتكنولوجيا		متغير الكلية عدد الساعات
%	التكرار	%	التكرار	%	التكرار	
100	110	42.73	47	57.27	63	أقل من ساعة
100	60	63.33	38	36.67	22	من ساعة إلى ثلاث ساعات
100	05	100	05	00	00	من ثلاث ساعات فأكثر

الشكل (12):

يوضح عدد ساعات مشاهدة برامج الإفتاء في القنوات الفضائية الإسلامية لدى المبحوثين وعلاقته بمتغير الكلية



توضح المعطيات الواردة في الجدول رقم (26) والمخطط البياني والمتعلقة بعدد ساعات مشاهدة برامج الإفتاء في القنوات الفضائية الإسلامية لدى المبحوثين وعلاقته بمتغير الكلية.

يتبين أن المدة المقدرة بأقل من ساعة نسبتها عند طلبة كلية علوم وتكنولوجيا — (57.27%) و (42.73%) عند طلبة العلوم الاجتماعية والإنسانية في حين قدرت المدة من ساعة إلى ثلاثة ساعات عند طلبة العلوم الاجتماعية والإنسانية — (63.33%) أما عند طلبة العلوم والتكنولوجيا — (36.77%)، أما من ثلاث ساعات فأكثر فكانت نسبتها مقدرة عند طلبة العلوم الاجتماعية والإنسانية — (100%) في حين عند طلبة العلوم والتكنولوجيا منعدمة.

نلاحظ من خلال هذه النتائج أن الفئة الأكثر مدة مشاهدة من الطلبة كانت لدى كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية وهذا راجع لكونها لها علاقة باختصاصاتهم.

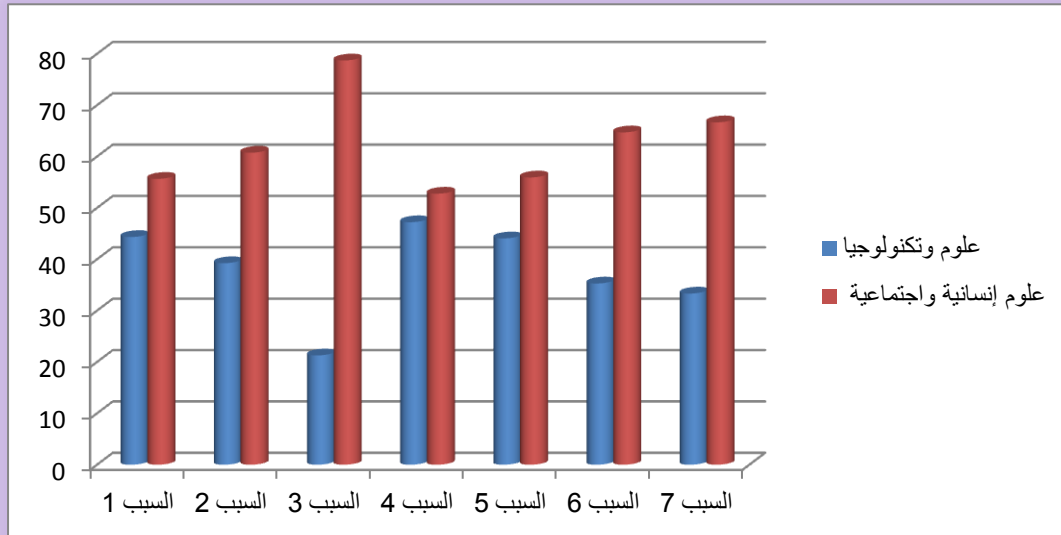
الجدول رقم (27):

يوضح دوافع مشاهدة برامج الإفتاء في القنوات الفضائية الإسلامية وعلاقتها بمتغير الكلية

المتغير الكلية		علوم وتكنولوجيا		علوم اجتماعية وإنسانية		المجموع	
		التكرار	%	التكرار	%	التكرار	%
زيادة ثقافتى الدينية		47	44.34	59	55.66	106	100
معرفة أحكام النوازل والمستجدات الواقعة على الناس		31	39.24	48	60.76	79	100
الحرص على الاستماع للعلماء (الفقهاء)		10	21.28	37	78.72	47	100
الرغبة فى أن تكون قيمي وسلوكي متوافقة مع تعاليم الدين		17	47.22	19	52.78	36	100
الاستفادة من وقت الفراغ فى مشاهدة أشياء تفيدني فى الحياة الدنيا والآخرة		26	44.07	33	55.93	59	100
التنفس والهروب من الضغوطات النفسية والاجتماعية		06	35.29	11	64.71	17	100
ل طرح الأسئلة على العلماء عن طريق الاتصال المباشر		03	33.33	06	66.67	09	100

الشكل رقم (13):

يوضح دوافع مشاهدة برامج الإفتاء في القنوات الفضائية الإسلامية وعلاقتها بمتغير الكلية



توضح المعطيات الواردة في الجدول رقم (27) والمخطط البياني والمتعلقة بدوافع مشاهدة برامج الإفتاء في القنوات الفضائية الإسلامية وعلاقتها بمتغير الكلية، حيث نلاحظ أن دافع زيادة ثقافتنا الدينية جاءت بنسبة (55.66%) عند طلبة العلوم الاجتماعية والإنسانية و (44.34%) عند طلبة العلوم والتكنولوجيا، في حين جاء دافع معرفة أحكام النوازل والمستجدات الواقعة على الناس بنسبة (60.76%) لدى طلبة العلوم الاجتماعية والإنسانية و (39.24%) عند طلبة العلوم والتكنولوجيا، أما دافع الحرص على الاستماع للعلماء (الفقهاء) تحصل على نسبة (78.72%) في كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية و (21.28%) في كلية العلوم والتكنولوجيا.

ودافع الاستفادة من وقت الفراغ في مشاهدة أشياء تفيدني في الحياة الدنيا والآخرة تحصل على نسبة (55.93%) عند كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية و (44.07%) عند طلبة العلوم والتكنولوجيا، في حين كان دافع التنفيس والهروب من الضغوطات النفسية والاجتماعية متحصل على نسبة (64.71%) عند طلبة العلوم الاجتماعية والإنسانية و (35.29%) عند طلبة العلوم والتكنولوجيا، وبالنسبة لدافع طرح الأسئلة على العلماء عن طريق الاتصال المباشر فكان بنسبة (66.67%) عند طلبة العلوم الاجتماعية والإنسانية و (33.33%) لدى طلبة العلوم والتكنولوجيا.

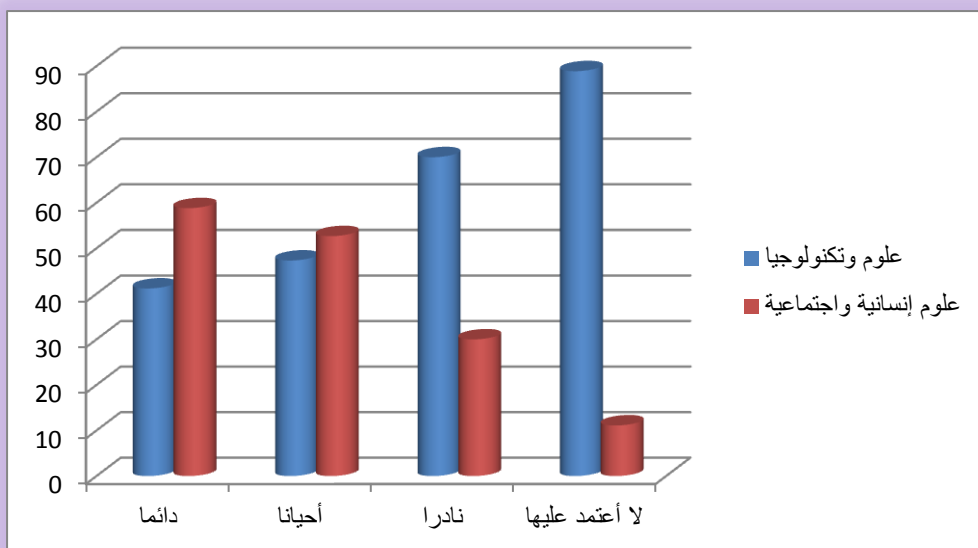
الجدول رقم (28):

يوضح مدى اعتماد المبحوثين على الفتاوى التي تطرح في القنوات الفضائية الإسلامية وعلاقته بمتغير الكلية

المجموع		علوم اجتماعية وإنسانية		علوم وتكنولوجيا		متغير الكلية مدى الاعتماد على الفتاوى
%	التكرار	%	التكرار	%	التكرار	
100	34	58.82	20	41.18	14	دائما
100	112	52.68	59	47.32	53	أحيانا
100	20	30	06	70	14	نادرا
100	09	11.11	01	88.89	08	لا أعتمد عليها

الشكل رقم (14):

يوضح مدى اعتماد المبحوثين على الفتاوى التي تطرح في القنوات الفضائية الإسلامية وعلاقته بمتغير الكلية



توضح المعطيات الواردة في الجدول رقم (28) والمخطط البياني والمتعلقة بمدى اعتماد الباحثين على الفتاوى التي تطرح في القنوات الفضائية الإسلامية وعلاقته بمتغير الكلية، حيث نلاحظ أن نسبة مشاهدة طلبة كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية دائما كانت أعلى (58.82%) من نسبة مشاهدة طلبة كلية العلوم والتكنولوجيا (41.18%)، كذلك عند المشاهدة أحيانا كانت نسبة مشاهدة طلبة كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية (52.68%) أكبر من نسبة مشاهدة طلبة كلية العلوم والتكنولوجيا (47.32%).

بينما عند المشاهدة النادرة كانت نسبة مشاهدة كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية (30%) أقل من نسبة مشاهدة كلية العلوم والتكنولوجيا (70%). أما بالنسبة للذين لا يشاهدون فكانت نسبة كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية (11.11%) أقل من نسبة مشاهدة كلية العلوم والتكنولوجيا (88.89%). وهذا يدل على أن اهتمام طلبة كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية أكبر من غيرهم وذلك لكونه ضمن دراستهم وتخصصهم العلمي.

الجدول رقم (29):

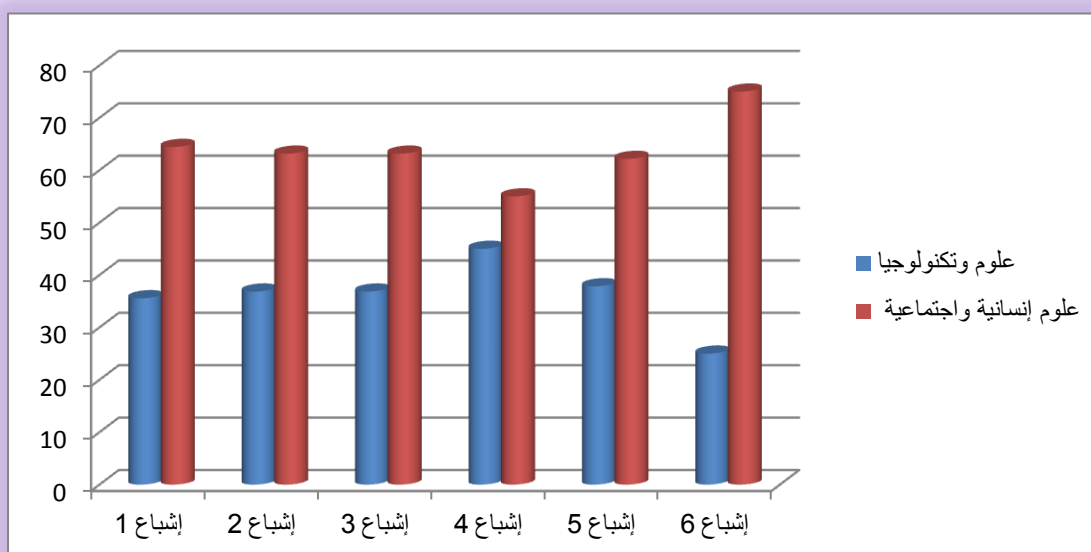
يوضح الإشباعات التي تحققها برامج الإفتاء لدى الباحثين وعلاقتها بمتغير الكلية

متغير الكلية		علوم وتكنولوجيا		علوم اجتماعية وإنسانية		المجموع	
		التكرار	%	التكرار	%	التكرار	%
الإشباعات المحققة		32	35.56	58	64.44	90	100
معرفة أحكام شرعية تخص الحياة اليومية		14	36.84	24	63.16	38	100
معرفة أحكام شرعية تخص المعاملات والعبادات		07	36.84	12	63.16	19	100
خدمة الدين ونشر أحكام النوازل		18	45	22	55	40	100
معرفة الأحكام المستجدة في الأمور التي أحتاجها							

100	37	62.16	23	37.84	14	تجديد الإيمان من خلال الاستماع إلى المواعظ والإرشادات
100	20	75	15	25	05	المساعدة في اكتساب خبرات علمية ومهارات عملية في مجال اختصاصي

الشكل رقم (15):

يوضح الإشباع التي تحققها برامج الإفتاء لدى المبحوثين وعلاقتها بمتغير الكلية



توضح المعطيات الواردة في الجدول رقم (29) والمخطط البياني والمتعلقة بالإشباع التي تحققها برامج الإفتاء لدى المبحوثين وعلاقتها بمتغير الكلية أن نسبة الإشباع المحقق من معرفة الأحكام الشرعية التي تخص الحياة اليومية عند طلبة العلوم الاجتماعية والإنسانية أعلى نسبة من العلوم والتكنولوجيا، فعند الأولى تقدر بنسبة (64.44%) أما عند الثانية فنجدها (35.56%). في حين معرفة الأحكام الشرعية التي تخص المعاملات والعبادات تقدر عند العلوم الاجتماعية والإنسانية بـ (63.16%)، ولدى العلوم والتكنولوجيا (36.84%).

وأشار الجدول أيضا إلى أن إشباع خدمة الدين ونشر أحكام النوازل عند العلوم الاجتماعية والإنسانية مقدرة بـ (63.16%) وعند العلوم والتكنولوجيا (36.84%)، أما معرفة الأحكام المستجدة في الأمور التي أحتاجها فقدرت نسبتها عن العلوم الاجتماعية والإنسانية بـ (55%) و (45%) عند العلوم والتكنولوجيا، وتجديد الإيمان من خلال الاستماع إلى المواعظ

والإرشادات عند العلوم الاجتماعية والإنسانية بنسبة (62.16%)، أما العلوم والتكنولوجيا (37.84%).

وبالنسبة لإشباع المساعدة في اكتساب خبرات علمية ومهارات عملية في مجال اختصاصي كانت نسبتها عند العلوم الاجتماعية والإنسانية تقدر بـ (75%) وعند العلوم والتكنولوجيا تقدر بـ (25%).

ومن خلال هذا نلاحظ أن الإشباع ذات المحتوى التوجيهي محققة أكثر لدى طلبة كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية أكثر من طلبة العلوم والتكنولوجيا.

نتائج

الدراسة

نتائج الدراسة:

بعد دراستنا لموضوع تعرض الطلبة الجامعيين لبرامج الإفتاء في القنوات الفضائية الإسلامية، وبعد أن قمنا بتطبيق الدراسة على عينة من طلبة جامعة الوادي توصلنا للنتائج التالية:

1. عادات مشاهدة القنوات الفضائية الإسلامية:

- أظهرت الدراسة أن القنوات الفضائية الإسلامية المفضلة لدى أفراد العينة هي إقرأ والمجد والرحمة والرسالة وهذا راجع إلى أسبقيتها على القنوات الفضائية الإسلامية الأخرى.
- بينت الدراسة أن الحجم الساعي الغالب لمشاهدة أفراد العينة للقنوات الفضائية الإسلامية هو أقل من ساعة.
- توصلت الدراسة إلى أن الفترة المفضلة للمشاهدة لدى أفراد العينة هي الفترة المسائية وفترة السهرة.

2. عادات مشاهدة برامج الإفتاء:

- أظهرت الدراسة أن نسبة أفراد العينة الذين يشاهدون برامج الإفتاء في القنوات الفضائية الإسلامية أحيانا أعلى من نسبة الذين يشاهدون بصفة دائمة، أما الذين لا يشاهدون أبدا فكان السبب الغالب لعدم مشاهدتهم هو تضارب الفتاوى في القنوات الفضائية الإسلامية.
- توصلت الدراسة إلى أن برامج الإفتاء التي يفضلها أفراد العينة هي: مشكلات من الحياة وكذلك الجواب الكافي، أما بقية البرامج فجاءت تقريبا بنسب متقاربة.
- من بين الدعاة المفضلين لدى أفراد العينة، عبد الله مصلح وعمر عبد الكافي ويليهم محمد حسان.
- بينت الدراسة أن الحجم الساعي الغالب لمشاهدة برامج الإفتاء في القنوات الفضائية الإسلامية لدى أفراد العينة أقل من ساعة في حين كانت نسبة المشاهدة من ثلاثة ساعات فأكثر بنسبة ضئيلة جدا.

3. الدوافع والإشباع المحققة من برامج الإفتاء:

- أشارت الدراسة إلى أن أغلب دوافع التعرض لبرامج الإفتاء في القنوات الفضائية الإسلامية دوافع نفعيّة، حيث كانت بغرض زيادة الثقافة الدينية، ومعرفة أحكام النوازل والمستجدات الواقعة على الناس.
- أظهرت الدراسة أن الذين يعتمدون أحيانا على برامج الإفتاء هي النسبة الأغلب من الذين يعتمدون دائما، أما الذين لا يعتمدون عليها فكانت الأسباب لعدم اعتمادهم عليها هي في الغالب بين الاعتماد على مصادر أخرى للفتوى وعدم الثقة في المفتين وبرامج الإفتاء عبر القنوات الفضائية الإسلامية.
- توصلت الدراسة إلى أن الإشباع التي تحققها برامج الإفتاء في القنوات الفضائية الإسلامية هي إشباع توجيحية منها: معرفة أحكام شرعية تخص الحياة اليومية وأيضا معرفة الأحكام المستجدة في الأمور التي يحتاجها.

4. أثر متغير الجنس والكلية على مشاهدة برامج الإفتاء في القنوات الفضائية الإسلامية:

4.1. أثر متغير الجنس على مشاهدة برامج الإفتاء في القنوات الفضائية الإسلامية:

- أظهرت الدراسة أن نسبة المشاهدة دائما وأحيانا لبرامج الإفتاء في القنوات الفضائية الإسلامية عند الإناث أكثر من الذكور، وعكس ذلك في المشاهدة نادرا أو عدم المشاهدة أصلا فكانت نسبتها عند الذكور أكثر من الإناث.
- أظهرت الدراسة أن نسبة الذكور الذين يشاهدون برامج الإفتاء لأقل من ساعة في اليوم الواحد أعلى من نسبة الإناث، في حين كانت نسبة الإناث الذين يشاهدون من ساعة إلى ثلاثة ساعات ومن ثلاثة ساعات فأكثر أعلى من الذكور.
- أشارت الدراسة إلى أن دافع الزيادة في الثقافة الدينية كان أعلى نسبة لدى الذكور منه لدى الإناث، بينما نرى أن جميع الدوافع الأخرى كانت لدى الإناث أعلى نسبة منه لدى الذكور.
- أظهرت الدراسة أن نسبة اعتماد الإناث على الفتاوى التي تطرح في القنوات الفضائية الإسلامية أكثر من الذكور، في حين كان عدم اعتماد الذكور على الفتاوى الفضائية في الغالب راجع إلى اعتمادهم على مصادر أخرى للفتوى.

- بيّنت الدراسة أن أغلب الإشباعات التي حققتها برامج الإفتاء كانت لدى الإناث أكثر منه لدى الذكور.

4.2. أثر متغير الكلية على مشاهدة برامج الإفتاء في القنوات الفضائية الإسلامية:

- أظهرت الدراسة أن نسبة كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية مشاهدة دائما وأحيانا أعلى من نسبة كلية العلوم والتكنولوجيا، على عكس نسبة المشاهدة نادرا وعدم المشاهدة أصلا فكانت نسبتها لدى العلوم والتكنولوجيا أكثر.
- بيّنت الدراسة أن المدة المقدرة أقل من ساعة نسبتها عند العلوم والتكنولوجيا أعلى من نسبتها عند العلوم الاجتماعية والإنسانية، في حين جاءت المدة المقدرة للمشاهدة من ثلاثة ساعات فأكثر عند العلوم والتكنولوجيا منعدمة.
- أظهرت الدراسة أن جميع الدوافع نسبتها عند العلوم الاجتماعية والإنسانية أعلى من نسبتها عند العلوم والتكنولوجيا وهذا راجع لارتباطها بتخصصهم.
- أظهرت الدراسة أن نسبة اعتماد طلبة العلوم الاجتماعية والإنسانية دائما على برامج الإفتاء أعلى من نسبتها عند طلبة العلوم والتكنولوجيا.
- بيّنت الدراسة أن طلبة العلوم الاجتماعية والإنسانية حققت إشباعاتهم أكثر مما حققه طلبة العلوم والتكنولوجيا، وبالتالي فإن الإشباعات ذات المحتوى التوجيهي محقق أكثر لدى طلبة كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية.

خاتمة

خاتمة:

تعتبر الفضائيات الإسلامية وجهاً آخر للإعلام الإسلامي، في ظل النواذ الإعلامية الكثيرة، وقد أثبتت تواجدها في عصر تميّز بالسموات المفتوحة، خاصة وأنها انطلقت من أسس نفسية واجتماعية ودينية وعلمية ذات صلة بالمجتمع الإسلامي، ولقد حاولت هذه الفضائيات تحقيق المعرفة الدينية للجماهير العربية، من أجل المساهمة في تكوين فرد قادر على مواجهة التحديات فقامت بإنشاء برامج دينية للتصدي لها من بينها برامج الفتوى؛ وهي عبارة عن برامج تقوم بإصدار فتاوى من المفتين عبر البث التلفزيوني، وتكون إما مسجلة أو مباشرة.

كما حاولنا في هذه الدراسة ربط برامج الفتوى عبر القنوات الفضائية الإسلامية مع العينة والمتمثلة في الطلبة الجامعيين، من خلال معرفة مدى تأثير الطلبة الجامعيين بها أثناء متابعتها، وقد أثبتت دراستنا الميدانية العديد من النتائج نذكر منها:

- ✓ أن الطلبة الجامعيين يقبلون على مشاهدة برامج الإفتاء في القنوات الفضائية الإسلامية.
- ✓ أغلب دوافع تعرضهم لبرامج الإفتاء عبر القنوات الفضائية الإسلامية دوافع نفعية.
- ✓ الإشباعات التي تحققها برامج الإفتاء عبر القنوات الفضائية الإسلامية هي إشباعات توجيهية.

وقد توصلت الدراسة إلى أنه لا بد من مراعاة عدد من القضايا ذات الأهمية المتعلقة ببرامج الفتوى على الفضائيات وذلك حسب التوصيات والمقترحات الآتية:

1. حث الجامع الفقهي ومؤسسات الفتوى بأنواعها على الاستفادة من الوسائل التكنولوجية الحديثة في نشر الفتوى.
2. التحذير من فوضى الإفتاء في وسائل الإعلام المختلفة، بإبراز آثارها السلبية، وتحديد صفات من يتصدى لها، ممن تتوافر فيه أهلية الإفتاء، والمعرفة بالواقع.
3. اختيار المفتين من ذوي الخبرة والكفاية، للإفتاء من خلال الفضائيات.

4. تأسيس جهاز إشرافي ورقابي خاص بالإفتاء مكون من ممثلي وسائل الاتصال الحديثة وممثلين عن المجامع الفقهية يهتم بما يلي:

- ✓ الدعوة إلى عقد مؤتمرات وندوات للإفتاء يشارك فيها المفتون وأصحاب الفضائيات، للوقوف على منهجية الإفتاء عبر الفضائيات، والالتزام بها.
- ✓ إبراز الآثار الإيجابية للفتوى المباشرة على الفضائيات.
- ✓ متابعة الفتاوى الصادرة عن القنوات الفضائية ومراجعتها.

5. دعوة معدي ومقدمي البرامج الدينية، ومحرري الشؤون الإسلامية، في الصحف والفضائيات والمجلات وسائر طرق الإعلام الأخرى إلى ضرورة الاستعانة بعلماء الشرع الموثوقين للإشراف على برامجهم، وعدم فتح الباب أمام غير المؤهلين للعبث بها تحقيقاً للتعاون المثمر بين الجهات العلمية العامية والجهات الإعلامية.

وفي الأخير نرجو أن تكون دراستنا قد بينت مدى اهتمام الطلبة الجامعيين ببرامج الإفتاء في القنوات الفضائية الإسلامية، ويجدر القول أن هذا النوع من الدراسات ما زال في بداياته، وهي بذلك تفتح آفاقاً للباحثين من أجل التوغل أكثر في حيثيات البحث الإعلامي وربطه بمجال الدعوة من أجل خدمة واقعنا.

قائمة المصادر

والمراجع

قائمة المصادر والمراجع:

أولاً: قائمة المصادر:

1. القرآن الكريم.
2. ابن أبي بكر محمد الرازي ، مختار الصحاح ، ط1، دار الكتاب المصري، بيروت، 1979.
3. ابن أحمد بن رجب عبد الرحمان، ذيل طبقات الحنابلة، ت: عبد الرحمان بن سليمان العثيمين، ط1، مكتبة العبيكان، 1425هـ / 2005.
4. ابن العماد عبد الحي بن أحمد بن محمد، شذرات الذهب في أخبار من ذهب، دار الآفاق الجديدة، بيروت.
5. ابن حجر العسقلاني، الدرر الكامنة في أعيان المائة الثامنة، تق: محمد عبد المعيد ضان، دائرة المعارف العثمانية، الهند، 1392هـ .
6. ابن حمدان الحراني الحنبلي أحمد، صفة الفتوى والمفتي والمستفتي، تع: محمد ناصر الدين الألباني، ط3، المكتب الإسلامي للنشر، 1397هـ .
7. ابن خلكان، شمس الدين أحمد بن محمد، وفيات الأعيان وأنباء أبناء الزمان، ت: محمد محي الدين عبد الحميد، مطبعة السعادة، مصر، 1367هـ / 1948م.
8. ابن فرحون، الديباج المذهب في معرفة أعيان علماء المذهب، ج1، دار الكتب العلمية.
9. ابن قيم الجوزية، إعلام الموقعين عن رب العالمين، تح: مشهور بن حسن، دار ابن الجوزي، السعودية، 1423هـ.
10. ابن محمد خلوف محمد، شجرة النور الزكية في طبقات المالكية، المطبعة السلفية، القاهرة، 1349هـ.
11. أبو الفلاح عبد الحي بن أحمد العكري الحنبلي الدمشقي شهاب الدين ، شذرات الذهب، تح: عبد القادر ومحمد الأرناؤوط، ط1، دار ابن كثير، دمشق، 1413هـ / 1992.

12. أبو بكر بن هداية الله الحسيني ، الطبقات الشافعية، تح: عادل نويهض، دار الآفاق الجديدة، بيروت، 1390هـ.
13. أبي الحسن علي بن سليمان المرداوي علاء الدين ، التحرير شرح التحرير في أصول الفقه، تح: عبد الرحمان بن عبد الله الجبرين، ج8، مكتبة الرشد، الرياض.
14. أبي بكر أحمد بن علي الخطيب البغدادي الحافظ ، الفقيه والمتفقه، تح: عادل العزازي، ط3، دار ابن الجوزي، 1426هـ.
15. الذهبي شمس الدين، سير أعلام النبلاء، تق: مجموعة محققين بإشراف شعيب الأرناؤوط، مؤسسة الرسالة.
16. الذهبي، تذكرة الحفاظ، دار الكتب العلمية، بيروت.
17. الزركلي خير الدين ، الأعلام، ط15، دار العلم للملايين، 2002.
18. السبكي، طبقات الشافعية الكبرى، تق: محمود محمد الطناحي وعبد الفتاح محمد الحلو، ط1، مطبعة عيسى البابي الحلبي وشركاؤه، 1383/ 1964.
19. العثماني محمد تقي، أصول الإفتاء وآدابه، مكتبة معارف القرآن، باكستان، 1432هـ / 2011م.

ثانيا: المعاجم

1. ابن علي الفيومي المقري أحمد بن محمد ، المصباح المنير في غريب الشرح الكبير، مكتبة لبنان، لبنان، 1987.
2. ابن فارس، معجم مقاييس اللغة، تح: عبد السلام محمد هارون، ج4، دار الفكر، بيروت، 1399هـ / 1979.
3. ابن منظور، لسان العرب، تح: نخبة من العاملين، ج4، دار المعارف، القاهرة.
4. بدوي أحمد زكي، معجم مصطلحات الإعلام، ط1، دار الكتاب المصري ودار الكتاب اللبناني، بيروت، 1985.

5. _____، معجم مصطلحات العلوم الاجتماعية، مكتبة لبنان، بيروت، 1977.
6. الخياط يوسف، معجم المصطلحات العلمية والفنية، مج 4، دار لسان العرب، بيروت.
7. عصام نور الدين، معجم نور الدين (الوسيط عربي-عربي)، دار الكتب العلمية، بيروت، 2005.
8. المعجم الوسيط، ط4، مكتبة الشروق الدولية، مصر، 1425هـ / 2004م.
9. المنجد في اللغة والأعلام، ط3، دار المشرق، بيروت، 1986.
10. المنجد في اللغة، ط28، منشورات دار المشرق، بيروت، 1986.

ثالثا: المراجع العربية

1. ابن حميد عبد الله بن محمد، الفتاوى والدروس في المسجد الحرام، ط1، مكتبة وار المنهاج، المملكة العربية السعودية، 1431هـ.
2. ابن موسى موسى محمد، جوانب من سيرة الإمام عبد العزيز بن باز، ط1، دار ابن خزيمة، الرياض، 1422هـ.
3. أبو أصبع صالح خليل، الاتصال الجماهيري، ط1، دار الشروق، عمان، الأردن، 1999.
4. أبي زكرياء يحيى بن شرف النووي، آداب الفتوى والمفتي والمستفتي، ط1، دار الفكر، دمشق، 1408هـ / 1988.
5. الأشقر أسامة عمر سليمان، منهج الإفتاء عند الإمام ابن قيم الجوزية، ط1، دار النفائس، الأردن، 1423هـ / 2004.
6. الأشقر محمد سليمان عبد الله، الفتيا ومناهج الإفتاء، ط1، مكتبة المنار الإسلامية، الكويت، 1396هـ - 1976م.
7. البطريق نسيم أحمد، الكتابة للإذاعة والتلفزيون، ط1، الدار العربية، القاهرة، مصر، 2009.
8. حامد عبد الواحد، الإعلام في المجتمع الإسلامي، دار اليقين.

9. حجاب محمد منير، الإعلام الإسلامي "المبادئ النظرية، التطبيق"، ط1، دار الفجر، القاهرة، 2002م.
10. الحسن إحسان محمد، مناهج البحث الاجتماعي، ط1، دار وائل، عمان، 2005.
11. الحكمي، علي عباس ، أصول الفتوى، ط1، مؤسسة الريان، بيروت، 1423هـ / 1999م .
12. حمدي محمد الفاتح وآخرون، تكنولوجيا الاتصال والإعلام الحديثة (الاستخدام والتأثير)، ط1، مؤسسة كنوز الحكمة، الجزائر، 2011.
13. الحمصي لينة، تاريخ الفتوى في الإسلام وأحكامها الشرعية، ط1، مؤسسة الإيمان، بيروت، 1417هـ / 1996م.
14. الخطيب محمد عجاج ، أضواء على الإعلام في صدر الإسلام (خصائصه، دعائمه، وسائله، مناسباته، مراكزه)، ط1، مؤسسة الرسالة، أبو ظبي، 1404هـ / 1984.
15. خورشيد كامل مراد، الاتصال الجماهيري والإعلام (التطور - الخصائص - النظريات)، دار المسيرة، عمان، 2011.
16. درويش عبد الرحيم ، مقدمة إلى علم الاتصال، مكتبة نانسي، مصر، 2005.
17. الدليمي عبد الرزاق ، الإعلام الإسلامي، دار المسيرة، عمان، 2013.
18. دليو فضيل، الاتصال مفاهيمه - نظرياته - وسائله، ط1، دار الفجر، القاهرة، 2003.
19. الدوسكي محمد صالح ، ضوابط الفتوى في الشريعة الإسلامية، ط2، مكتبة نزار مصطفى الباز، 1428هـ / 2007.
20. رضا عبد الواحد أمين، الصحافة الالكترونية، ط1، دار الفكر، مصر، 2007.
21. الروسكي محسن صالح حلالي صالح ، ضوابط الفتوى في الشريعة الإسلامية، ط2، مكتبة نزار مصطفى الباز، 1428هـ - 2007م.

22. الزيدي طه أحمد وآخرون، دراسات في تأثير القنوات الفضائية على المجتمع وفئاته، ط1، دار النفائس، بغداد، 2013.
23. الشايع خالد عبد الرحمان، القنوات الفضائية وآثارها العقائدية والثقافية والاجتماعية والأمنية، دار بلنسية.
24. الشثري سعد بن ناصر، آداب الحوار، ط1، دار كنوز إشبيلية، الرياض، 2006.
25. شلتوت محمود، الفتاوى، ط8، دار الشروق، القاهرة، 1395هـ/ 1975.
26. الشميمري فهد عبد الرحمان، التربية الإعلامية (كيف نتعامل مع الإعلام)، ط1، مكتبة الملك فهد الوطنية، الرياض، 1431هـ .
27. صلاح محمد عبد الحميد، الإعلام الجديد، ط1، مؤسسة طيبة، القاهرة ، 2011.
28. الضاري مثنى الحارث ، الإعلام الإسلامي (الواقع والطموح)، ط1، دار الفجر، بغداد، 2007.
29. الطاهر الرشيد إسماعيل، دور القنوات الفضائية وأثرها على الشباب، مركز دراسات الإسلام والعالم المعاصر، الخرطوم، 2008.
30. الطرابيشي مرفت وعبد العزيز السيد، نظريات الاتصال، دار النهضة العربية، القاهرة، 2006.
31. العادلي مرزوق عبد الحكم ، الاعلانات الصحفية (دراسة في الاستخدامات والإشاعات)، ط1، دار الفجر، القاهرة، 2004.
32. عبيدات محمد وآخرون، منهجية البحث العلمي : القواعد والمراحل والتطبيقات، ط2، دار وائل، عمان، 1999.
33. العثيمين محمد بن صالح ، الأصول من علم الأصول، دار الإيمان، الاسكندرية، 2001.

34. عدلي العبد عاطف ، مدخل إلى الاتصال والرأي العام (الأسس النظرية والاسهامات العربية)، دار الفكر العربي، القاهرة، 1997.
35. عدلي العبد عاطف ، نهي عاطف العبد، نشأة وسائل الإعلام وتطورها وآفاقها المستقبلية (الراديو والتلفزيون والقنوات الفضائية)، ج1، دار الفكر العربي، القاهرة، 2006.
36. علي محمد حسن، القنوات الدينية الإسلامية (واقعها ومستقبلها)، كلية الآداب، جامعة المنيا، القاهرة، 2012.
37. القرضاوي يوسف ، موجبات تغير الفتوى في عصرنا، مكتبة بيروت، بيروت.
38. القليني سوزان ويوسف أحمد، الاتصال ووسائله ونظرياته، دار النهضة العربية، القاهرة، 1997.
39. الكندي عبد الرزاق عبد الله صالح بن غالب، التيسير في الفتوى أسبابه وضوابطه، ط1، مؤسسة الرسالة ناشرون، دمشق، 1429هـ / 2008.
40. اللقاني ابراهيم، منار أصول الفتوى وقواعد الإفتاء بالأقوى، تق: عبد الله الهلالي، وزارة الأوقاف والشؤون الإسلامية، المملكة المغربية.
41. محمد حسام الدين إسماعيل، الصورة والجسد (دراسات نقدية في الإعلام المعاصرة)، ط1، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت، 2008.
42. محمد عبد الحميد، البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، ط2، دار عالم الكتب، القاهرة، مصر، 2004.
43. _____ ، دراسة الجمهور في بحوث الإعلام، دار عالم الكتب، القاهرة، 1993.
44. _____ ، نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، ط2، دار عالم الكتب، القاهرة، 2000.

45. محي الدين عبد الحليم، الدعوة الإسلامية والإعلام الدولي، دار الفكر العربي، القاهرة.
46. المشاقبة بسام عبد الرحمان ، نظريات الإعلام، ط1، دار أسامة، عمان، 2010.
47. _____ ، نظريات الاتصال، ط1، دار أسامة، عمان، 2011.
48. مكايي حسن عماد وسامي الشريف، نظريات الإعلام، مركز جامعة القاهرة للتعليم المفتوح، مصر، 2000.
49. مكايي حسن عماد و ليلي حسن السيد، الاتصال ونظرياته المعاصرة، ط5، الدار اللبنانية المصرية، مصر، 2006.
50. مكايي حسن عماد، نظريات الإعلام، الدار العربية ، القاهرة، 2009.
51. ملحم سامي محمد، مناهج البحث في التربية وعلم النفس، ط3، دار المسيرة، عمان.
52. مهنا فريال، علوم الاتصال والمجتمعات الرقمية، ط1، دار الفكر، دمشق، 2002.
53. الهلالي عبد الله ، منار أصول الفتوى وقواعد الإفتاء بالأقوى، وزارة الأوقاف والشؤون الإسلامية، المملكة المغربية.
54. الوشلي عبد الله قاسم ، الإعلام الإسلامي في مواجهة الإعلام المعاصر بوسائله المعاصرة، ط2، دار عمار، اليمن، 1993-1994م.
55. يسري محمد ، الفضائيات الإسلامية، المركز العربي للدراسات الإنسانية، عمان، 2010م.
56. يوسف محمد، النظرية النفسية والاجتماعية في وسائل الاتصال المعاصرة والالكترونية، ط1، دار الكتاب الحديث، القاهرة، 2013.

رابعاً: الكتب المترجمة

1. ديفلير ميلفين وساندرا بول روكينش، نظريات وسائل الإعلام، ترجمة: كمال عبد الرؤوف، ط1، الدار الدولية للنشر، القاهرة، 1993.
2. ريفرز وليام وآخرون، الاتصال الجماهيري والمجتمع المعاصر، ترجمة: أحمد طلعت البشيشي، ط1، دار المعرفة الجامعية، مصر، 2005.
3. ماتلار أرمان وميشال ، تاريخ نظريات الاتصال، ط3، ترجمة: نصر الدين لعياضي والصادق رابع، المنظمة العربية للترجمة، بيروت، 2005.

خامسا: المجلات العلمية

1. آمال عبد اللطيف عبود، "استخدامات طلبة الجامعات العراقية للصحافة الالكترونية وتأثيرها على الصحافة الورقية"، مجلة جامعة بابل، ع3، العراق، 2012.
2. راضي رشيد حسن، "اتجاهات البرامج الحوارية في القنوات الفضائية العراقية (السومرية والبغدادية أنموذجا)"، مجلة كلية التربية، ع10، الجامعة العراقية ، العراق.
3. شبيب هدى مالك، "التسويق في البرامج التلفزيونية الحوارية"، مجلة الأستاذ، ع201، 2012.
4. الكعبي رعد جاسم ، بشرى داود السنجري، "التعرض للقنوات الفضائية الإسلامية وعلاقته بمقروئية الكتاب"، مجلة كلية الأدب، ع 102، جامعة بغداد، كلية الإعلام، العراق.
5. محمد خير رمضان يوسف، من خصائص الإعلام الإسلامي، مجلة دعوة الحق، ع 97، السنة الثامنة، مكة المكرمة، 1410هـ/ 1989.
6. مطشر سعد عبد الصاحب، "مدى تعرض طلبة جامعة بغداد للبرامج الثقافية والتلفزيونية (دراسة ميدانية لقناة المنار الفضائية)"، مجلة الباحث الإعلامي، ع3، حزيران 2007.
7. يسري خالد ابراهيم، "الفضائيات الإسلامية بين الخبرة الإعلامية والتأصيل العلمي"، مجلة الجامعة العراقية، ع 1/28 ، العراق.

سادسا: المذكرات والرسائل العلمية:

1. ابراهيم ناصف ناصر عبد الله، عادات وأنماط مشاهدة طلبة الجامعات الأردنية للقنوات الفضائية (قناة الرسالة أنموذجا)، مذكرة ماجستير، قسم الدعوة والإعلام والاتصال، جامعة الشرق الأوسط للدراسات العليا، الأردن، 2009م.
2. ابن علي هندية محمد ، البرامج الدينية في قنوات التلفزيون الفضائية العربية، رسالة دكتوراة، قسم الدعوة والإعلام، جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية.
3. ابن فوزان بن صالح الفوزان عبد العزيز ، الإفتاء الفضائي، ورقة مقدمة للقاء العلمي الثالث المقام في كلية الشريعة بالرياض، الفصل الثاني لعام 1430هـ .
4. أبو البصل عبد الناصر بن موسى، ضوابط الفتوى عبر الفضائيات، أبحاث المؤتمر العالمي للفتوى وضوابطها، رابطة العالم الإسلامي، المجمع الفقهي الإسلامي بمكة المكرمة، 20-24/01/1430هـ - 17-21/01/2009.
5. إياد محمد خزعل، تعرض الشباب للقنوات الفضائية الإسلامية ودوره في غرس الثقافة الدينية، مذكرة ماجستير، جامعة بغداد للدراسات العليا، العراق، 2013.
6. البريك سعد بن عبد الله ، فتاوى الفضائيات والضوابط والآثار، أبحاث المؤتمر العالمي للفتوى وضوابطها، رابطة العالم الإسلامي، مجمع الفقه الإسلامي بمكة المكرمة 20-24/01/1430 - 17-21/01/2009.
7. جيطاني مديحة، استخدامات الشباب الجامعي للمواقع الإسلامية، مذكرة ماجستير، جامعة الحاج لخضر، باتنة، الجزائر، 2009/2010.
8. ديدي ولد السالك، الإفتاء عبر القنوات الفضائية الفوائد والمحاذير، ورقة مقدمة لندوة الإفتاء المنظمة من طرف الهيئة العامة للأوقاف وشؤون الزكاة، طرابلس، ليبيا، يومي 1-2/11/2010.

9. سعيدة عباس، اتجاهات المرأة الجزائرية نحو الفضائيات الدينية (دراسة في العادات والأنماط والاتجاهات)، مذكرة ماجستير، قسم الدعوة والإعلام، جامعة الحاج الأخضر، باتنة، الجزائر، 2009 / 2010 م.
10. صالح بن عبد الله بن حميد، الاجتهاد الجماعي وأهميته في نوازل العصر، أبحاث المؤتمر العالمي للفتوى وضوابطها، رابطة العالم الإسلامي، الجمع الفقهي الإسلامي بمكة المكرمة، 2009 / 01 / 21 - 17 - 1430 / 01 / 24 - 20.
11. عباس سعيدة، اتجاهات المرأة الجزائرية نحو الفضائيات الدينية : دراسة في العادات والأنماط والاتجاهات، مذكرة ماجستير، جامعة الحاج الأخضر، كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية، قسم دعوة وإعلام، باتنة، الجزائر، 2009 / 2010.
12. عتير الطيب، القنوات العربية والإسلامية عند طلبة الجامعة - دراسة في العادات والأنماط - ، مذكرة ماستر، جامعة الوادي، كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية، قسم العلوم الإنسانية، 2013 / 2014.
13. الغليلات سامر رجا، استخدام طلبة الجامعات الأردنية للقنوات الفضائية والإشاعات المتحققة، مذكرة ماجستير، جامعة الشرق الأوسط للدراسات العليا، كلية الإعلام، الأردن، 2009.
14. محمد رياض، أصول الفتوى والقضاء في المذهب المالكي، مطبعة النجاح، الدار البيضاء، 1996.
15. الهري عبد الرحمان ، ترجمة ابن باز، بحث منشور.
16. ياسين صالح علي، أثر القنوات الفضائية الإسلامية في التوعية الدينية، مذكرة ماجستير، جامعة المدينة العالمية بماليزيا.

سابعاً: المقابلات الشخصية

1. مقابلة شخصية مع قدة الجباري رئيس مصلحة الإحصاء والتخطيط يوم 16 / 03 / 2015 على الساعة: 10:00.

ثامنا: المواقع الالكترونية

1. الفوزان عبد العزيز بن فوزان، الإعلام: رسالة المرأة، دار الإسلام، على الرابط:
<http://www.islammmessage.com>.
2. القرة داغي علي محي الدين ، بحث "الفتاوى المباشرة في وسائل الإعلام"، على موقع
إسلام أون لاين، <http://islamonline.com>.
3. ويكيبيديا الموسوعة الحرة: <http://ar.wikipedia.org>.

تاسعا: الكتب باللغة الأجنبية

1. Ali Mahmoud Al- Omari, **The Reality of the Islamic channels in the Arab World**, International of west asian studies, vol: 03 n 02, 2011.
2. Wimmer Roget D, and Joseph Dominick, **Mass Media Research an Introduction**, Wads Worth Rupblish Company, 5 th édition, 2000.

قائمة الرموز المستخدمة في الدراسة:

الرمز	معنى الرمز
ج	جزء
ص	صفحة
هـ	هجري
م	ميلادي
ع	عدد
تح	تحقيق
تق	تقديم
مج	مجلد

الملاحق

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

جامعة الشهيد حمة لخضر - الوادي

كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية

فرع العلوم الإسلامية

الملحق رقم : (01)

استمارة استبيان ضمن دراسة بعنوان:

تعرض الطلبة الجامعيين لبرامج الإفتاء في القنوات الفضائية

الإسلامية (دراسة ميدانية بجامعة الوادي)

دراسة في إطار نظرية الاستخدامات والإشباع

أنا طالبة في العلوم الإسلامية أقوم ببحث في إطار تحضير شهادة الماستر في الدعوة والإعلام بعنوان: "تعرض الطلبة الجامعيين لبرامج الإفتاء في القنوات الفضائية الإسلامية"، ولتحقيق أهداف الدراسة نرجو منكم التكرم بالإجابة عن الأسئلة المتضمنة في هذه الاستمارة بدقة. وللعلم فإن بيانات هذه الاستمارة سرية ولن تستخدم إلا لغرض البحث العلمي.

وفي الأخير تقبلوا مني فائق الشكر والاحترام على حسن تعاونكم في إنجاز هذا البحث.

أشرف الأستاذ :

رشيد خضير

إعداد الطالبة:

أسماء مصطفىاوي

من فضلك أجب عن الأسئلة بوضع علامة (X) على الإجابة التي تنطبق عليك

1. الجنس:

☐

أنثى

☐

ذكر

2. السن:

☐

من 21 إلى 25 سنة

☐

أقل من 20 سنة

☐

من 31 فما فوق

☐

من 26 إلى 30 سنة

3. طبيعة السكن:

☐

مع الأقارب

☐

مع الأسرة

☐

الحي الجامعي

☐

وحيدا

4. المستوى الدراسي:

☐

ماستر

☐

ليسانس

5. الكليات:

☐

علوم اجتماعية وإنسانية

☐

علوم والتكنولوجيا

6. هل تشاهد القنوات الفضائية الاسلامية:

☐

لا أشاهد

☐

نادرا

☐

أحيانا

☐

دائما

7. إذا كنت لا تشاهد القنوات الفضائية الاسلامية فما هو سبب عدم مشاهدتك؟

☐

تفضيلك لقنوات أخرى

☐

انشغالك بمهام أخرى

☐

عدم وجود تلفزيون

عدم فهمك للموضوعات

عدم اهتمامك بالتلفزيون

8. إذا كنت تشاهد فما هي القنوات الفضائية الاسلامية التي تفضل مشاهدتها؟

- | | |
|--------|--------|
|1 |4 |
|2 |5 |
|3 |6 |

9. كم من الوقت تمضيه في مشاهدة القنوات الفضائية الاسلامية في اليوم الواحد؟

أقل من ساعة

من ساعة إلى ثلاثة ساعات

من ثلاثة فأكثر ساعات

10. ما هي الفترة المفضلة لديك للمشاهدة؟

الفترة الصباحية

الفترة الظهرية

الفترة المسائية

الفترة السهرة

بلا انتظام

11. ما مدى مشاهدتك لبرامج الافتاء في القنوات الفضائية الاسلامية

أحيانا

دائما

لا أشاهد

نادرا

12. إذا كنت لا تشاهد برامج الافتاء للقنوات الفضائية الاسلامية فما سبب ذلك؟

تضارب الفتاوى في القنوات الفضائية الاسلامية

وقت برامج الافتاء في القنوات الفضائية الاسلامية غير مناسب

عدم الاقتناع بشرعية هذا النوع من الافتاء

عدم الثقة في الاحكام الصادرة في مختلف برامج الافتاء

تلقي الفتاوى من أئمة المساجد

مشاهدة برامج أخرى غير برامج الافتاء

أخرى تذكر 1.....

2.....

13. ما اسم برامج الافتاء المفضلة لديك؟

الجواب الكافي

مشكلات من الحياة

هلا يسألونك

فتاوى الناس

يستفتونك

فتاوى على الهواء

أخرى تذكر 1.....

2.....

14. من هم المفتون المفضلون لديك ؟

د/ صالح بن فوزان الفوزان

د/عبد الله مصلح

د/عمر عبد الكافي

د/محمد حسان

د/ أبو عبد السلام الجزائري

د/محمد العريفي

د/ خالد المصلح

أخرى تذكر 1.....
2.....

15. ما عدد الساعات التي تخصصها عادة لمشاهدة برامج الافتاء في القنوات الفضائية

الاسلامية على مدار اليوم؟

أقل من ساعة

من ساعة الى ثلاثة ساعات

من ثلاثة ساعات فأكثر

16. ما دوافع مشاهدتك لبرامج الافتاء في القنوات الفضائية الاسلامية؟

زيادة ثقافتي الدينية

معرفة أحكام النوازل والمستجدات الواقعة على الناس

الحرص على الاستماع للعلماء (الفقهاء)

الرغبة في أن تكون قيمي وسلوكاتي متوافقة مع تعاليم الدين

الاستفادة من وقت الفراغ في مشاهدة أشياء تفيدني حياة الدنيا والآخرة

التفيس والهروب من الضغوطات النفسية والاجتماعية

ل طرح أسئلة على العلماء عن طريق الاتصال المباشر

أخرى تذكر 1.....

17. ما مدى اعتمادك على الفتاوى التي تطرح في القنوات الفضائية الإسلامية؟

دائماً أحيانا

نادراً لا أعتمد عليها

18. إذا كنت لا تعتمد على الفتاوى في القنوات الفضائية الإسلامية، فما سبب ذلك؟

عدم الثقة في المفتين

اختلاف العلماء واختلاف المدارس والمذاهب

لمعرفة المشاهد بالأحكام والفتاوى التي يحتاجها

عدم الثقة في برامج الافتاء عبر القنوات الفضائية الإسلامية

بدون ذكر سبب

19. إذا كنت تعتمد على الفتاوى فما هي الإشاعات التي تحققها؟

معرفة أحكام شرعية تخص الحياة اليومية

معرفة أحكام شرعية تخص المعاملات والعبادات

خدمة الدين ونشر أحكام النوازل

معرفة الأحكام المستجدة في الأمور التي أحتاجها

تجديد الايمان من خلال الاستماع إلى المواعظ والإرشادات

المساعدة في اكتساب خبرات علمية ومهارات عملية في مجال اختصاص

شكرا على حسن تعاونكم

الملحق رقم (02): الأساتذة المحكمين

رقم	الأستاذ	الصفة
01	الأستاذ رشيد خضير	أستاذ بجامعة الوادي والمشرف على المذكرة
02	الأستاذ هشام ميسة	أستاذ بجامعة الوادي
03	الأستاذ خالد حباسي	أستاذ بجامعة الوادي
04	الأستاذ الطاهر عمارة الأدغم	أستاذ بجامعة الوادي
05	الأستاذة لمياء بوييد	أستاذة بجامعة الوادي
06	الأستاذة نسبية فريجات	أستاذة بجامعة الوادي

الفهارس

1. فهرس الآيات:

الآية	السورة	رقم الآية	الصفحة
"وتشتكي إلى الله والله يسمع تحاوركما"	المجادلة	01	41
"يا أيها الملأ أفتوني في أمري ما كنت قاطعة أمرا حتى تشهدون"	النمل	32	44
"ولا تستفت فيهم منهم أحدا"	الكهف	22	45
"ويستفتونك في النساء قل الله يفتيكم فيهن"	النساء	127	46
"يستفتونك قل الله يفتيكم في الكلالة"	النساء	126	46
"يا أيها الذين آمنوا أطيعوا الله وأطيعوا الرسول وأولي الأمر منكم"	النساء	59	47
"وما أرسلناك إلا رحمة للعالمين"	الأنبياء	107	47
"وشاورهم في الأمر"	آل عمران	109	60

2. فهرس الأعلام المترجم لهم:

الرقم	اسم العلم المترجم له	الصفحة
01	إلياهو كاتز "Elihu Katz"	20
02	القراقي	45
03	ابن قيم الجوزية	46
04	الشاطبي	57
05	الإمام مالك	57
06	الشافعي	57
07	النوي	58
08	الخطيب البغدادي	58
09	ابن باز	60

3. فهرس الأشكال البيانية:

الرقم	عنوان الشكل	الصفحة
01	يوضح نموذج "كاتز" للاستخدامات والإشباعات	20
02	دائرة نسبية توضح عينة الدراسة حسب متغير الجنس	63
03	أعمدة بيانية توضح عينة الدراسة حسب متغير العمر	64
04	دائرة نسبية توضح توزيع عينة الدراسة حسب متغير السكن	65
05	دائرة نسبية توضح توزيع عينة الدراسة حسب المستوى الدراسي	67
06	دائرة نسبية توضح توزيع عينة الدراسة حسب متغير الكلية	68
07	أعمدة بيانية توضح مدى مشاهدة الباحثين لبرامج الإفتاء في القنوات الفضائية الإسلامية وعلاقته بمتغير الجنس	84
08	أعمدة بيانية توضح عدد ساعات مشاهدة الباحثين لبرامج الإفتاء في القنوات الفضائية الإسلامية وعلاقته بمتغير الجنس	86
09	أعمدة بيانية توضح دوافع مشاهدة الباحثين لبرامج الإفتاء في القنوات الفضائية الإسلامية وعلاقته بمتغير الجنس	87
10	أعمدة بيانية توضح مدى اعتماد الباحثين على الفتاوى وعلاقتها بمتغير الجنس	88
11	أعمدة بيانية توضح الإشباعات التي تحققها برامج الإفتاء لدى الباحثين وعلاقتها بمتغير الجنس	90
12	أعمدة بيانية توضح مدى مشاهدة برامج الإفتاء في القنوات الفضائية الإسلامية وعلاقتها بمتغير الكلية	91
13	أعمدة بيانية توضح عدد ساعات مشاهدة برامج الإفتاء في القنوات الفضائية الإسلامية لدى الباحثين وعلاقتها بمتغير الكلية	93

14	أعمدة بيانية توضح دوافع مشاهدة برامج الإفتاء في القنوات الفضائية الإسلامية وعلاقتها بمتغير الكلية.	95
15	أعمدة بيانية توضح مدى اعتماد المبحوثين على الفتاوى التي تطرح في القنوات الفضائية الإسلامية وعلاقته بمتغير الكلية.	96
16	أعمدة بيانية توضح الإشاعات التي تحققها برامج الإفتاء لدى المبحوثين وعلاقتها بمتغير الكلية.	98

4. فهرس الجداول:

الرقم	عنوان الجدول	الصفحة
01	يوضح توزيع عينة الدراسة حسب متغير الجنس	63
02	يوضح توزيع عينة الدراسة حسب متغير العمر	64
03	يوضح توزيع عينة الدراسة حسب متغير السكن	65
04	يوضح توزيع عينة الدراسة حسب المستوى الدراسي	66
05	يوضح توزيع عينة الدراسة حسب متغير الكلية	67
06	يوضح مشاهدة المبحوثين للقنوات الفضائية الإسلامية	69
07	يوضح أسباب عدم مشاهدة القنوات الفضائية الإسلامية	70
08	يوضح أهم القنوات الفضائية الإسلامية لدى المبحوثين	70
09	يوضح عدد ساعات مشاهدة القنوات الفضائية الإسلامية لدى المبحوثين في اليوم الواحد	72
10	يوضح توزيع أفراد العينة وفق الفترات المفضلة للمشاهدة	73
11	يوضح مدى مشاهدة الطلبة لبرامج الإفتاء في القنوات الفضائية الإسلامية	74
12	يوضح أسباب عدم مشاهدة برامج الإفتاء في القنوات الفضائية الإسلامية لدى	75

	المبحوثین	
75	یوضح أسماء برامج الإفتاء المفضلة لدى المبحوثین	13
77	یوضح المفتون المفضلون لدى المبحوثین	14
78	یوضح عدد ساعات مشاهدة برامج الإفتاء في القنوات الفضائية الإسلامية لدى المبحوثین في اليوم الواحد	15
79	یوضح دوافع مشاهدة برامج الإفتاء في القنوات الفضائية الإسلامية	16
80	یوضح مدى اعتماد المبحوثین على الفتاوى التي تطرح في القنوات الفضائية الإسلامية	17
82	یوضح أسباب عدم اعتماد المبحوثین على الفتاوى في القنوات الفضائية الإسلامية	18
82	یوضح الإشباعات التي تحققها برامج الإفتاء لدى المبحوثین	19
84	یوضح مدى مشاهدة برامج الإفتاء في القنوات الفضائية الإسلامية لدى المبحوثین وعلاقته بمتغير الجنس	20
85	یوضح عدد ساعات مشاهدة برامج الإفتاء في القنوات الفضائية الإسلامية لدى المبحوثین وعلاقته بمتغير الجنس	21
86	یوضح دوافع مشاهدة برامج الإفتاء في القنوات الفضائية الإسلامية لدى المبحوثین وعلاقته بمتغير الجنس	22
88	یوضح مدى اعتماد المبحوثین على الفتاوى التي تطرح في القنوات الفضائية الإسلامية وعلاقته بمتغير الجنس	23
89	یوضح الإشباعات التي تحققها برامج الإفتاء لدى المبحوثین وعلاقته بمتغير الجنس	24
91	یوضح مدى مشاهدة برامج الإفتاء في القنوات الفضائية الإسلامية وعلاقته بمتغير الكلية	25

92	یوضح عدد ساعات مشاهدة برامج الإفتاء في القنوات الفضائية الإسلامية لدى المبحوثين وعلاقته بمتغير الكلية	26
94	یوضح دوافع مشاهدة برامج الإفتاء في القنوات الفضائية الإسلامية وعلاقتها بمتغير الكلية	27
96	یوضح مدى اعتماد المبحوثين على الفتاوى التي تطرح في القنوات الفضائية الإسلامية وعلاقته بمتغير الكلية	28
97	یوضح الإشباع التي تحققها برامج الإفتاء لدى المبحوثين وعلاقتها بمتغير الكلية	29

5. فهرس المحتويات

الموضوع	الصفحة
إهداء شكر وعرفان ملخص الدراسة	
مقدمة	أ
الفصل التمهيدي: الإطار المنهجي للدراسة	02
أولاً: إشكالية الدراسة	02
ثانياً: تساؤلات الدراسة	03
ثالثاً: أهمية الدراسة	02
رابعاً: أهداف الدراسة	03
خامساً: مفاهيم الدراسة	04
سادساً: الدراسات السابقة	06
سابعاً: الإجراءات المنهجية للدراسة	08
الفصل الأول: الإطار النظري للدراسة	14
المبحث الأول: نظرية الاستخدامات والإشباع	14
المطلب الأول: مفهوم نظرية الاستخدامات والإشباع	14
أولاً: الخلفية المعرفية	14
ثانياً: مفهوم النظرية	16
المطلب الثاني: مراحل تطور نظرية الاستخدامات والإشباع وعناصرها	18
أولاً: مراحل تطور نظرية الاستخدامات والإشباع	18

19	ثانيا: عناصر نظرية الاستخدامات والإشباعات
25	المطلب الثالث:فروض نظرية الاستخدامات والإشباعات والانتقادات الموجهة إليها
25	أولا: فروض النظرية
27	ثانيا: الانتقادات الموجهة لنظرية الاستخدامات والإشباعات
30	المبحث الثاني: الفضائيات الإسلامية
30	المطلب الأول: مفهوم القنوات الفضائية الإسلامية
30	أولا: تعريف الإعلام الإسلامي
31	ثانيا: تعريف القنوات الفضائية الإسلامية
32	ثالثا: نشأة الفضائيات الإسلامية
33	المطلب الثاني: أسباب ظهور القنوات الفضائية الإسلامية وأهدافها
33	أولا: أسباب ظهور الفضائيات الإسلامية
34	ثانيا: أهداف الفضائيات الإسلامية
36	المطلب الثالث: خصائص القنوات الفضائية الإسلامية وواقعها
36	أولا: خصائص الفضائيات الإسلامية
36	ثانيا: أنواع الفضائيات الإسلامية
37	المطلب الرابع: واقع القنوات الفضائية الإسلامية
37	أولا: إيجابيات الفضائيات الإسلامية
39	ثانيا: سلبيات الفضائيات الإسلامية ومعوقات تطورها

41	المبحث الثالث: برامج الإفتاء في القنوات الفضائية الإسلامية
41	المطلب الأول: البرامج الحوارية التلفزيونية
41	أولاً: البرامج الحوارية
43	ثانياً: خصائص البرامج الحوارية
43	ثالثاً: أنواع البرامج الحوارية التلفزيونية
44	المطلب الثاني: الفتوى عبر القنوات الفضائية
44	أولاً: الفتوى مفهومها، أهميتها وشروطها
50	ثانياً: الإفتاء الفضائي وأنواعه
53	المطلب الثالث: خصائص الإفتاء الفضائي وضوابطه
53	أولاً: خصائص الإفتاء الفضائي
56	ثانياً: ضوابط الإفتاء عبر القنوات الفضائية
63	الفصل الثاني: عرض وتحليل بيانات الدراسة الميدانية
63	المبحث الأول: الخصائص الديمغرافية
69	المبحث الثاني: عادات مشاهدة القنوات الفضائية الإسلامية وبرامج الإفتاء
69	أولاً: عادات مشاهدة القنوات الفضائية الإسلامية
73	ثانياً: عادات مشاهدة برامج الإفتاء في القنوات الفضائية الإسلامية
79	المبحث الثالث: الدوافع والإشابات المحققة من برامج الإفتاء
84	المبحث الرابع: أثر متغير الجنس والكلية على مشاهدة برامج الإفتاء

84	أولاً: أثر متغير الجنس
91	ثانياً: أثر متغير الكلية
100	نتائج الدراسة
104	خاتمة
107	قائمة المصادر والمراجع
118	الملاحق
127	الفهارس