

اتجاهات المشاهدين نحو البرامج والخدمة الإخبارية
في التلفزيون الأردني

**Attitudes of the Viewers towards the Programs and the
News Service in Jordan Television**

إعداد الطالب
قبلان عبده قبلان حرب

إشراف
الدكتور محمود شلبية

قدمت هذه الرسالة استكمالاً لمتطلبات الحصول على درجة الماجستير في الإعلام

جامعة الشرق الأوسط للدراسات العليا
كلية العلوم الإنسانية / قسم الإعلام

عمان 2008

التفويض

أنا الطالب قبلان عبده قبلان حرب أفوض جامعة الشرق الأوسط
للدراسات العليا بتزويد نسخ من رسالتي المعنونة:
(اتجاهات المشاهدين نحو البرامج والخدمة الإخبارية في التلفزيون
الأردني) للمكتبات أو المؤسسات أو الهيئات أو الأشخاص عند طلبها.

التوقيع:

الاسم:

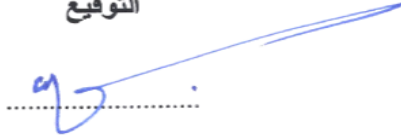
قرار لجنة المناقشة

نوقشت هذه الرسالة وعنوانها "اتجاهات المشاهدين نحو البرامج والخدمة الإخبارية في التلفزيون الأردني"، وأجيزت بتاريخ 2008/8/13

قرار لجنة المناقشة

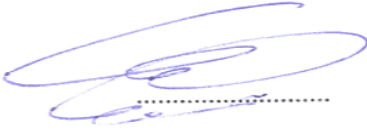
نوقشت هذه الرسالة وعنوانها "اتجاهات المشاهدين نحو البرامج والخدمة الإخبارية في التلفزيون الأردني"، وأجيزت بتاريخ 2008/8/13

التوقيع



أعضاء لجنة المناقشة

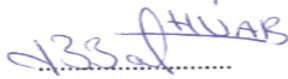
الدكتور محمود شلبية رئيساً



الاستاذ الدكتور عصام الموسى مناقشاً



الدكتور ابراهيم ابو عرقوب مناقشاً



الاستاذ الدكتور عزت حجاب مناقشاً خارجياً

الشكر والتقدير

الحمد والشكر لله العلي القدير، الذي هداني وسهل لي السبل وهون علي الصعاب وعلمني ما لم أعلم ...

أتقدم بالشكر لأستاذي الفاضل الدكتور محمود شلبية الذي منحني من وقته وجهده وأعطاني من علمه وفكره، إذ كان له الأثر الكبير في إنجاز هذا العمل وإظهاره إلى حيز الوجود.

كما أتقدم بالشكر والتقدير للأستاذ الدكتور سعد السعد والأستاذ الدكتور جودت سعادة، لما قدموه لي من نصح وإرشاد، وأشكر جميع أساتذة الإعلام في جامعة الشرق الأوسط لما أغدقوه عليّ من فيض علمهم وخبرتهم.

وأخيراً أشكر جميع الزملاء والأصدقاء الأوفياء.

وأسأل الله أن يعلمنا بما ينفعنا وينفعنا بما علمنا

والله ولي التوفيق ،،،

الباحث

قبلان عبده قبلان حرب

الإهداء

إلى الأستاذ الفاضل محمود شلبية

إلى والدي ووالدتي اللذين علماني الصبر والمثابرة

إلى زوجتي الغالية وابني وائل ثمرة فؤادي

إلى أختي العزيزة يسرى وأخي أيمن

فهرس المحتويات

الموضوع	الصفحة
قرار لجنة المناقشة.....	ج
الشكر والتقدير.....	د
الإهداء.....	هـ
فهرس المحتويات.....	و
فهرس الجداول.....	ط
فهرس الملاحق.....	م
ملخص.....	ن
الفصل الأول: الإطار النظري ومشكلة الدراسة وأهميتها	1
المقدمة.....	1
مشكلة الدراسة.....	3
أسئلة الدراسة.....	3
فرضيات الدراسة.....	4
أهداف الدراسة.....	4
أهمية الدراسة.....	5
مصطلحات الدراسة.....	6
الدراسات السابقة.....	21
الفصل الثاني: الأنماط البرمجية والخدمة الإخبارية في التلفزيون الأردني	30
نشأة التلفزيون وتطوره.....	30
وظائف التلفزيون.....	31
خصائص ومزايا التلفزيون.....	32
الأنماط البرمجية في التلفزيون.....	34
الخدمة الإخبارية في التلفزيون.....	36
مفهوم الخبر التلفزيوني.....	37
القيم الإخبارية في التلفزيون.....	38
كيفية كتابة أخبار التلفزيون.....	40
بناء النشرة الإخبارية.....	41
نهاية نشرات الأخبار.....	44
أهمية الخبر المحلي.....	44
أهمية الأسلوب الدرامي في أخبار التلفزيون.....	45
مصادر الأخبار في التلفزيون.....	45

47.....	القنوات الإخبارية المتخصصة
48.....	التلفزيون الأردني النشأة والتطور
53.....	قنوات التلفزيون الأردني (2008)
56.....	الخدمة الإخبارية في التلفزيون الأردني
57.....	نشرات الأخبار الحالية في التلفزيون الأردني
59.....	التبادل الإخباري في التلفزيون الأردني
62.....	السياسة الإعلامية للتلفزيون الأردني
66.....	ملاحم المرحلة القادمة للتلفزيون الأردني
68.....	الفصل الثالث: المنهجية والإجراءات
68.....	مجتمع الدراسة وعينتها
68.....	مجتمع الدراسة
68.....	عينة الدراسة
68.....	حجم العينة
71.....	منهجية البحث
71.....	الدراسات المسحية
73.....	أداة الدراسة
73.....	إختبار الصدق والثبات
74.....	طرق تحليل البيانات والإحصائيات المستخدمة
76.....	الفصل الرابع: التحليل الإحصائي وعرض النتائج
76.....	أولاً: خصائص عينة الدراسة: توزيع العينة حسب الخصائص الديموغرافية والاجتماعية والإقتصادية
85.....	ثانياً: خصائص عينة الدراسة للأشخاص الذين لم يشاهدوا برامج التلفزيون الأردني
89.....	ثالثاً: الإجابة على أسئلة الدراسة
121.....	رابعاً: اختبار الفرضيات
149.....	الفصل الخامس: مناقشة أهم النتائج والتوصيات
149.....	مناقشة النتائج المتعلقة بالسؤال الأول
150.....	مناقشة النتائج المتعلقة بالسؤال الثاني
151.....	مناقشة النتائج المتعلقة بالسؤال الثالث
152.....	مناقشة النتائج المتعلقة بالسؤال الرابع
156.....	مناقشة النتائج المتعلقة بالسؤال الخامس
158.....	مناقشة النتائج المتعلقة بالسؤال السادس
159.....	مناقشة النتائج المتعلقة بالسؤال السابع

الموضوع	الصفحة
الإستنتاجات الرئيسية للدراسة	160
التوصيات	162
قائمة المراجع	164
الملاحق	169

فهرس الجداول

الرقم	عنوان الجدول	الصفحة
1.	مضامين برامج القنال العام في التلفزيون الأردني الأسبوعية عام 1972	51
2.	توزيع أفراد العينة على إقليم الشمال	69
3.	توزيع أفراد العينة على إقليم الوسط	70
4.	توزيع أفراد العينة على إقليم الجنوب	70
5.	نتائج (كرونباخ - ألفا لمتغيرات الدراسة)	74
6.	توزيع العينة حسب الجنس	76
7.	توزيع العينة حسب العمر	76
8.	توزيع العينة حسب المستوى التعليمي	78
9.	توزيع العينة حسب المهنة	79
10.	توزيع عينة الدراسة حسب مستوى الدخل	80
11.	توزيع عينة الدراسة حسب مكان السكن	81
12.	توزيع عينة الدراسة حسب الإقليم	82
13.	توزيع عينة الدراسة حسب الحالة الاجتماعية	83
14.	امتلاك جهاز تلفزيون	83
15.	امتلاك جهاز استقبال ستالايت	84
16.	أين يشاهد الأشخاص الذين لا يمتلكون جهاز استقبال القنوات الفضائية	85
17.	مشاهدة التلفزيون الأردني	86
18.	توزيع العينة الذين لم يشاهدوا التلفزيون الأردني حسب الخصائص الديموغرافية والاجتماعية والاقتصادية	88
19.	عدد ساعات مشاهدة برامج التلفزيون الأردني على مستوى اليوم الواحد	90
20.	عدد الفترات الزمنية لمشاهدة التلفزيون الأردني	91

الرقم	عنوان الجدول	الصفحة
21.	الفترة المفضلة لمشاهدة التلفزيون الأردني	92
22.	الأنماط البرمجية المفضلة على شاشة التلفزيون الأردني	93
23.	التوزيعات التكرارية والنسب المئوية لدرجة رضا المشاهدين عن برامج التلفزيون الأردني	94
24.	المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لقياس مدى رضا المشاهدين عن برامج التلفزيون الأردني	96
25.	التوزيعات التكرارية والنسب المئوية للدوافع المعرفية لمشاهدة التلفزيون الأردني	97
26.	المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لقياس درجة تأثير الدوافع المعرفية نحو مشاهدة التلفزيون الأردني	99
27.	التوزيعات التكرارية والنسب المئوية للدوافع السلوكية لمشاهدة التلفزيون الأردني	100
28.	المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لقياس درجة تأثير الدوافع السلوكية نحو مشاهدة التلفزيون الأردني	101
29.	التوزيعات التكرارية والنسب المئوية للدوافع الوجدانية لمشاهدة التلفزيون الأردني	102
30.	المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لقياس درجة تأثير الدوافع الوجدانية نحو مشاهدة التلفزيون الأردني	103
31.	التوزيعات التكرارية والنسب المئوية للاتجاهات الإيجابية للمشاهدين نحو التلفزيون الأردني	104
32.	المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لقياس اتجاهات المشاهدين الإيجابية نحو التلفزيون الأردني	106
33.	التوزيعات التكرارية والنسب المئوية للاتجاهات السلبية للمشاهدين نحو التلفزيون الأردني	107
34.	المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لقياس اتجاهات المشاهدين السلبية نحو التلفزيون الأردني	109
35.	التوزيعات التكرارية والنسب المئوية لإجابات المشاهدين عن رؤيتهم لواقع التلفزيون الأردني	110
36.	التوزيعات التكرارية والنسب المئوية لإجابات المشاهدين عن رؤيتهم لواقع التلفزيون الأردني	111
37.	المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لقياس درجة إيجابية إجابات المشاهدين فيما يتعلق بواقع التلفزيون الأردني	112
38.	المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لقياس درجة سلبية إجابات المشاهدين	113

الرقم	عنوان الجدول	الصفحة
	فيما يتعلق بواقع التلفزيون الأردني	
39.	مشاهدة الأخبار على التلفزيون الأردني	114
40.	متابعة نشرة الأخبار على شاشة التلفزيون الأردني	115
41.	التوزيعات التكرارية والنسب المئوية لإجابات المشاهدين عن اتجاهاتهم الإيجابية نحو مشاهدة الأخبار في التلفزيون الأردني	116
42.	التوزيعات التكرارية والنسب المئوية لإجابات المشاهدين عن اتجاهاتهم السلبية نحو مشاهدة الأخبار في التلفزيون الأردني	117
43.	المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لقياس اتجاهات المشاهدين الإيجابية نحو الخدمة الإخبارية في التلفزيون الأردني	119
44.	المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لقياس اتجاهات المشاهدين السلبية نحو الخدمة الإخبارية في التلفزيون الأردني	120
45.	اختبار ت (Independent Sample T-Test) لاتجاهات المشاهدين نحو برامج التلفزيون الأردني تبعاً لمتغير الجنس	122
46.	نتائج تحليل التباين الأحادي (One Way ANOVA) لاتجاهات المشاهدين نحو برامج التلفزيون الأردني تبعاً لمتغير العمر	123
47.	نتائج تحليل التباين الأحادي (One Way ANOVA) لاتجاهات المشاهدين نحو برامج التلفزيون الأردني تبعاً لمتغير المستوى التعليمي	124
48.	نتائج تحليل التباين الأحادي (One Way ANOVA) لاتجاهات المشاهدين نحو برامج التلفزيون الأردني تبعاً لمتغير المهنة	125
49.	نتائج تحليل التباين الأحادي (One Way ANOVA) لاتجاهات المشاهدين نحو برامج التلفزيون الأردني تبعاً لمتغير مستوى الدخل الشهري	126
50.	نتائج تحليل التباين الأحادي (One Way ANOVA) لاتجاهات المشاهدين نحو برامج التلفزيون الأردني تبعاً لمتغير مكان السكن	127
51.	نتائج تحليل التباين الأحادي (One Way ANOVA) لاتجاهات المشاهدين نحو برامج التلفزيون الأردني تبعاً لمتغير الأقاليم	128
52.	نتائج تحليل التباين الأحادي (One Way ANOVA) لاتجاهات المشاهدين نحو برامج التلفزيون الأردني تبعاً لمتغير الحالة الاجتماعية	129
53.	اختبار ت (Independent Sample T-Test) لدوافع المشاهدين نحو مشاهدة التلفزيون الأردني تبعاً لمتغير الجنس	130
54.	نتائج تحليل التباين الأحادي (One Way ANOVA) لدوافع المشاهدين نحو مشاهدة التلفزيون الأردني تبعاً لمتغير العمر	131

الرقم	عنوان الجدول	الصفحة
55.	نتائج تحليل التباين الأحادي (One Way ANOVA) لدوافع المشاهدين نحو مشاهدة التلفزيون الأردني تبعاً لمتغير المستوى التعليمي	132
56.	نتائج تحليل التباين الأحادي (One Way ANOVA) لدوافع المشاهدين نحو مشاهدة التلفزيون الأردني تبعاً لمتغير المهنة	133
57.	نتائج تحليل التباين الأحادي (One Way ANOVA) لدوافع المشاهدين نحو مشاهدة التلفزيون الأردني تبعاً لمتغير مستوى الدخل الشهري	134
58.	نتائج تحليل التباين الأحادي (One Way ANOVA) لدوافع المشاهدين نحو مشاهدة التلفزيون الأردني تبعاً لمتغير مكان السكن	136
59.	نتائج تحليل التباين الأحادي (One Way ANOVA) لدوافع المشاهدين نحو مشاهدة التلفزيون الأردني تبعاً لمتغير الإقليم	138
60.	نتائج تحليل التباين الأحادي (One Way ANOVA) لاتجاهات المشاهدين نحو مشاهدة برامج التلفزيون الأردني تبعاً لمتغير الحالة الاجتماعية	139
61.	اختبار ت (Independent Sample T-Test) لاتجاهات المشاهدين نحو الخدمة الإخبارية في التلفزيون الأردني تبعاً لمتغير الجنس	141
62.	نتائج تحليل التباين الأحادي (One Way ANOVA) لاتجاهات المشاهدين نحو الخدمة الإخبارية في التلفزيون الأردني تبعاً لمتغير العمر	142
63.	نتائج تحليل التباين الأحادي (One Way ANOVA) لاتجاهات المشاهدين نحو الخدمة الإخبارية في التلفزيون الأردني تبعاً لمتغير المستوى التعليمي	143
64.	نتائج تحليل التباين الأحادي (One Way ANOVA) لاتجاهات المشاهدين نحو الخدمة الإخبارية في التلفزيون الأردني تبعاً لمتغير المهنة	144
65.	نتائج تحليل التباين الأحادي (One Way ANOVA) لاتجاهات المشاهدين نحو الخدمة الإخبارية في التلفزيون الأردني تبعاً لمتغير مستوى الدخل الشهري	145
66.	نتائج تحليل التباين الأحادي (One Way ANOVA) لاتجاهات المشاهدين نحو الخدمة الإخبارية في التلفزيون الأردني تبعاً لمتغير مكان السكن	146
67.	نتائج تحليل التباين الأحادي (One Way ANOVA) لاتجاهات المشاهدين نحو الخدمة الإخبارية في التلفزيون الأردني تبعاً لمتغير الإقليم	147
68.	نتائج تحليل التباين الأحادي (One Way ANOVA) لاتجاهات المشاهدين نحو الخدمة الإخبارية في التلفزيون الأردني تبعاً لمتغير الحالة الاجتماعية	148

فهرس الملاحق

الرقم	عنوان الملحق	الصفحة
1.	الاستبانة (أداة الدراسة)	170
2.	عدد سكان المملكة المقدر حسب الجنس وفئة العمر في نهاية 2006	174

اتجاهات المشاهدين نحو البرامج والخدمة الإخبارية في التلفزيون الأردني

إعداد

قبلان عبده قبلان حرب

المشرف

الدكتور محمود شلبية

ملخص

هدفت الدراسة إلى التعرف على اتجاهات المشاهدين نحو البرامج والخدمة الإخبارية في التلفزيون الأردني في الفترة ما بين 10-11-2007 ولغاية 31-3-2008 أي للدورة البرمجية الأخيرة من عام 2007 والدورة البرمجية الأولى لعام 2008، وفي إطار نظريتي الإستخدامات والإشباعات ونظرية الإعتماد على وسائل الإتصال، ولتحقيق ذلك تم إستخدام منهج مسح جمهور وسائل الإتصال لعينة عمدية قصدية من المجتمع الأردني بلغت (600) مفردة، أعمارهم فوق (15) سنة تم إختيارهم من جميع محافظات المملكة الانتتي عشر، ومقسمة على الأقاليم الثلاثة، نسبة وتناسب مع عدد السكان في الأقاليم.

وقد خلصت الدراسة إلى ما يلي: إن نسبة (2 و 91%) من أفراد العينة تشاهد التلفزيون الأردني ، بينما لا تتعرض له نسبة (8 و 8 %) . وإن نسبة (9 و 30%) من أفراد العينة تشاهد التلفزيون الأردني أقل من ساعة يومياً. وبينت الدراسة أن أكثر الأنماط البرمجية مشاهدةً من قبل أفراد العينة هي الأخبار والبرامج الإخبارية ، إذ بلغت النسبة (2 و 52 %) ، وجاءت المسلسلات بالمرتبة الثانية وبنسبة (6 و 45 %) . وحصل برنامج " يسعد صباحك " على أعلى درجة رضا من أفراد العينة وبنسبة (5 و 47 %) ، وفي المرتبة الثانية " نشرة أخبار الساعة الثامنة مساءً " وبنسبة (9 و 46 %) . ولكن جاءت درجة رضا المشاهدين عن برامج التلفزيون الأردني بالمجمل منخفضة وبلغ المتوسط الحسابي (1.49) من (3).

وزادت الإتجاهات السلبية للمشاهدين تجاه برامج التلفزيون الأردني عن الإتجاهات الإيجابية ، وقد بلغ المتوسط الحسابي للإتجاهات السلبية (2.23) من (3) بينما كان المتوسط الحسابي للإتجاهات الإيجابية (1.84) من (3). كما زادت الإتجاهات السلبية تجاه الخدمة الإخبارية في التلفزيون الأردني عن الإتجاهات الإيجابية، وقد بلغ المتوسط الحسابي للإتجاهات السلبية (2 و 68) من (3) ، بينما كان المتوسط الحسابي للإتجاهات الإيجابية (58 و 1) من (3) .

من أهم التوصيات :

1. إعادة النظر ببرامج الشباب التي يقدمها التلفزيون الأردني , وإيلاء الشباب الاهتمام الأكبر لدورهم المهم في المجتمع . فقد أظهرت نتائج الدراسة أن عدد الأفراد ممن لم يشاهدوا التلفزيون الأردني بلغوا (56) شخص منهم (48) شخص من الفئات العمرية ما بين (15 – 29) .

2. وضع إستراتيجية برامجية للتلفزيون الأردني واضحة الأهداف وضمن رؤية محددة, وتلبي رغبات واحتياجات المشاهدين , لأن نسبة (74 %) من أفراد العينة أجابوا بأنه للقنوات الفضائية تأثير كبير على حجم المشاهدة للتلفزيون الأردني .

3. إستحداث قسم للبحوث والدراسات ضمن الهيكل التنظيمي للتلفزيون الأردني بهدف التعرف على رغبات وحاجات المشاهدين , لأن نسبة (4 و 58%) من أفراد العينة أجابوا بأن التلفزيون الأردني لا يجري بحوث المشاهدين للتعرف على رغباتهم وإهتماماتهم .

The Attitudes of the viewers towards the programs and the news service in the Jordanian television

Prepared by:

Qablan Abdo Qablan Harb

Supervised by:

Dr. Mahmoud Shalabieh

Abstract

This study aimed to identify the attitudes of the viewers towards the programs and the news service in the Jordanian Television in the period between 10/11/2007 until 31/3/2008, which includes the programs schedule in 2007 and the first programs schedule in 2008, within the framework of the Uses and Gratification theory and Dependency theory.

In order to achieve these objectives, the survey method was used on a sample from Jordanian society consisting of (600) subjects, over age (15) years , were selected . The sample by using a (straw polling technique) from all Jordanian governorates and divided into three regions, fit with population proportionate in each governorates.

The study revealed that (91.2%) of the study samples watch the Jordanian TV while (8.8%) of them don't, and (30.9%) of them watch the Jordanian TV less than an hour a day. The study also revealed that the most watched program on the Jordanian TV is news and news service programs in a percentage of (52.2%) while the serials' come next in a percentage of (45.6%).

The most watched program on the Jordanian TV is "yese'd spahk" program in a percentage of (47.5%) while the 8 o'clock evening news comes next in a percentage of (46.9%).

The degree of the viewers' satisfaction on the Jordanian TV programs is low. arithmetic mean (1.49) out of (3).

The negative trends of the television viewers around the Jordanian TV programs is more than the positive trends which arithmetic mean is (1.48) out of (3) while the arithmetic mean of the negative trends is (2.23) out of (3). The negative trends of the television viewers around the news service is also more than the positive trends which arithmetic mean is (1.58) out of (3), while the arithmetic mean of the negative trends is (2.68) out of (3).

* The most important recommendations:

1- Reconsideration of the youth programs offered by the Jordanian TV and pay greater attention to young people because of their important role in the society; the study showed that the number of individuals who don't watch the Jordanian TV is (56) individuals, (48) of them are individuals who are between age (15-29).

2- Put a program strategy with clear objectives and specific vision to meet the viewers needs and desires that (74%) of the sample responds that satellite channels have a significant impact upon the volume of Jordanian TV viewers.

3- Develop a section of researches and studies within the organizational structure of the Jordanian TV to identify the needs and desires of the viewers that (58.4) of the sample respond that the Jordanian TV is not research for viewers to get acquainted with their needs and desires.

الفصل الأول

الإطار النظري ومشكلة الدراسة وأهميتها

المقدمة

يعد التلفزيون من أهم وسائل الإتصال الجماهيري في عصرنا الحالي، لقدرته على جذب إنتباه المشاهدين ، فهو يجمع بين مزايا الراديو من حيث الصوت ، ومزايا السينما من حيث الصورة واللون ، ومزايا المسرح من حيث الحركة التي تضيف الحيوية على المشاهد التي يعرضها التلفزيون (حجاب ، 2003 : 816) .

إن أهمية التلفزيون تكمن في دخوله إلى كل بيت وانتشاره العالمي بفضل الأقمار الصناعية وقدرته على كسب ثقة المشاهدين لما تقدمه الصورة من مصداقية وقدرة على الإقناع، كما يعمل التلفزيون على تغطية الأحداث ونقلها حال وقوعها بالصوت والصورة لتجسيد الواقع بلغة بصرية مفهومة لغالبية الجمهور.

ويؤدي التلفزيون الوظائف الرئيسية كالإعلام والأخبار والتنقيف والتعليم والتوجيه والإرشاد والترفيه والتسويق ودعم القيم السائدة في المجتمع أو تقويضها . فالتلفزيون قادر على إستقطاب إنتباه الجمهور ساعات طويلة لمشاهدة برامج مختلفة دون الحاجة إلى استعدادات خاصة كالذهاب إلى السينما أو المسرح فضلا عن مجانية ما يقدمه التلفزيون أو رخص ثمنه في معظم دول العالم (الدليمي، 2005: 34,35).

واستطاع التلفزيون ان يحول العالم ليس إلى قرية صغيرة بل إلى شاشة صغيرة، فأصبح بمقدرة المشاهد متابعة ما يدور في أنحاء العالم لحظة وقوع الحدث مما ميز التلفزيون بالآنية والجدية في الوقت نفسه.

وفي ضوء هذه الأهمية للتلفزيون وما يؤديه من وظائف جمة ، قامت الحكومة الأردنية بإنشاء التلفزيون الأردني في نهايات عقد الستينات من القرن الماضي وتحديداً في عام 1968، وجاء هذا الإنشاء متأخراً مقارنةً مع دول الجوار، إلا أنه شكل خطوة في الإتجاه الصحيح لمواكبة التطور الحاصل في مجال وسائل الإتصال وخدمة المجتمع المحلي وتنفيذ السياسة الإعلامية للدولة.

فجاءت هذه الدراسة لإستطلاع آراء المشاهدين وإتجاهاتهم تجاه البرامج المختلفة التي يقدمها التلفزيون الأردني، حتى يتم التعرف على نقاط القوة فيتم تعزيزها، ونقاط الضعف من أجل العمل على معالجتها، فالإستجابة عنصر أساسي في العملية الإتصالية، وبناءً على الإستجابة يقوم المرسل بمراجعة وسائله وضبط رسائله تحقيقاً للأهداف المنشودة، وبالتالي تحقيق المزيد من المشاركة التفاعلية بين عناصر عملية الإتصال.

مشكلة الدراسة

كان التلفزيون الأردني على قائمة وسائل الاتصال في الأردن حتى ظهرت القنوات الفضائية الأجنبية والعربية في تسعينيات القرن الماضي، الأمر الذي أثر على حجم التعرض والمشاهدة للتلفزيون الأردني بسبب المنافسة من القنوات الفضائية. وفي هذا الإطار تتحدد مشكلة الدراسة التي تسعى لمعرفة إتجاهات المشاهدين نحو التلفزيون الأردني وقدرته على تحقيق رغبات المشاهدين وحاجاتهم في ظل الانتشار الكبير للقنوات الفضائية والمنافسة القائمة.

أسئلة الدراسة

1. ما معدل مشاهدة التلفزيون الأردني؟
2. ما الأنماط البرمجية المفضلة لدى المشاهدين على شاشة التلفزيون الأردني؟
3. ما درجة رضا المشاهدين عن برامج التلفزيون الأردني؟
4. ما أكثر الدوافع التي تحث المشاهدين على مشاهدة التلفزيون الأردني؟
5. ما إتجاهات المشاهدين نحو برامج التلفزيون الأردني غير الإخبارية؟
6. ما رؤية المشاهدين لواقع التلفزيون الأردني؟
7. ما إتجاهات المشاهدين نحو الخدمة الإخبارية باللغة العربية في التلفزيون الأردني؟

فرضيات الدراسة

الفرضية الأولى:

لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في دوافع المشاهدين تجاه مشاهدة التلفزيون الأردني تعزى إلى إختلاف المتغيرات الديمغرافية الآتية: الجنس، العمر، المستوى التعليمي، المهنة، الدخل، السكن، الإقليم، والحالة الاجتماعية.

الفرضية الثانية:

لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في إتجاهات المشاهدين تجاه برامج التلفزيون الأردني تعزى إلى إختلاف المتغيرات الديمغرافية الآتية: الجنس، العمر، المستوى التعليمي، المهنة، الدخل، السكن، الإقليم، والحالة الاجتماعية.

الفرضية الثالثة:

لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في إتجاهات المشاهدين تجاه الخدمة الإخبارية في التلفزيون الأردني تعزى إلى إختلاف المتغيرات الديمغرافية الآتية: الجنس، العمر، المستوى التعليمي، المهنة، الدخل، السكن، الإقليم، والحالة الاجتماعية.

أهداف الدراسة

تحاول الدراسة تحقيق مجموعة الأهداف المتمثلة في :

1. التعرف على إتجاهات المشاهدين تجاه البرامج والخدمة الإخبارية في التلفزيون الأردني .
2. التعرف على مدى رضا المشاهدين عن برامج التلفزيون الأردني .

3. التعرف على الأنماط البرمجية المفضلة لدى المشاهدين والتي

تعرض على شاشة التلفزيون الأردني.

4. التعرف على أكثر الدوافع التي تحث المشاهدين على مشاهدة التلفزيون

الأردني .

5. التعرف على معدل مشاهدة التلفزيون الأردني .

6. معرفة رؤية المشاهدين لواقع التلفزيون الأردني ومدى منافسته للقنوات

الفضائية .

أهمية الدراسة

تتبع أهمية الدراسة من ضرورة الإهتمام بالجمهور الذي يعد أحد عناصر العملية الإتصالية، فدراسة الجمهور تساعد القائمين على التلفزيون التعرف على حاجاته ورغباته ومقترحاته لتعزيز الإيجابيات وتلافي السلبيات لتطوير مستوى الأداء للتلفزيون الأردني في زمن المنافسة والإنتشار الواسع للقنوات الفضائية.

كما تبرز أهمية الدراسة من خلال تركيزها على إتجاهات ودوافع المشاهدين تجاه البرامج والخدمة الإخبارية التي يقدمها التلفزيون الأردني . فإن رأي الجمهور فيما يقدمه التلفزيون الأردني له أهمية كبيرة لتطوير البرامج وتعديل الخطط البرمجية بما يلبي حاجات ورغبات الجمهور، ويجعلهم أكثر إرتباطاً بالتلفزيون الأردني .

وتتزامن الدراسة مع تزايد الإهتمام بمدخلات ومخرجات التعليم الأكاديمي والميداني للإعلاميين , وكذلك الإهتمام بالمؤسسات الإعلامية وفي مقدمتها التلفزيون . وانعكاس ذلك على

المشاهدين , فانطلقت الدراسة من المتلقي للرسالة الإتصالية , ومعرفة إتجاهاته تجاه برامج التلفزيون الأردني من خلال إستجابته .

مصطلحات الدراسة

- التلفزيون: جاء في معجم المصطلحات الإعلامية أن التلفزيون "وسيلة من وسائل الاتصال تعتمد على الصوت والصورة في آن واحد"، وكلمة (Television) مكونة من كلمتين Tele ومعناها مكان بعيد، vision معناها رؤية أي نقل الصور من بعيد (شطاح 2007: 12) .

- التلفزيون الأردني: المقصود به قناة البرنامج العام (الأردنية) وهو تلفزيون رسمي مملوك بالكامل للدولة , وأنشئ عام 1968 في أم الحيران في العاصمة الأردنية كمحطة تلفزيونية شاملة.

-المشاهدون: جمهور البرنامج التلفزيوني ، وهم عدد من المشاهدين المستقبليين لبرنامج معين في توقيت محدد. ولغاية هذه الدراسة تم إعتماد التعريف التالي : المشاهدون هم جمهور التلفزيون الأردني (القناة العامة)

-البرامج: هي البرامج التي يقدمها التلفزيون الأردني على إختلاف أنواعها , وهي الثقافية، والعلمية، والدينية، والسياسية، والإقتصادية، والترفيهية، والتعليمية، والرياضية.

-الخبر: هناك عدة تعريفات للخبر ، ولغاية هذه الدراسة تم إعتماد التعريف التالي : "إن الخبر تقرير يصف في دقة وموضوعية حادثة أو واقعة أو فكرة تمس مصالح اكبر عدد من الجمهور وتثير إهتمامهم بقدر ما تساهم في تنمية المجتمع وترقيته" (أبو زيد، 1981: 21) .

- **الخدمة الإخبارية :** هي إحدى وسائل نقل المعلومات إلى جمهور وسائل الإتصال , وتقدم هذه الخدمة إطاراً مرجعياً ومعلوماتياً للأحداث يساهم في تدعيم وتوثيق معلومات الجمهور , كما تساعد على فهم ما يحدث في العالم من أحداث ووقائع (الحديدي وآخرون , 2005: 312) .

ولغاية هذه الدراسة تم اعتماد التعريف التالي: الخدمة الإخبارية هي مجموعة من البرامج الإخبارية والأخبار التي تعرض على شاشة التلفزيون الأردني.

- **الأنماط البرمجية:** هي مجموعة من القوالب والأشكال البرمجية المختلفة ، ولغاية هذه الدراسة تم اعتماد التعريف التالي: الأنماط البرمجية هي البرامج الإخبارية وبرامج الندوات والمناقشات والبرامج الحوارية، وبرامج الحديث المباشر، وبرامج الترفيه والمنوعات وبرامج الإبراز.

- **الرؤية:** هي عبارة عن تصورات أو توجهات أو طموحات لما يجب أن يكون عليه الحال، أي إلى أين نتجه.

- **الدافع :** يعرف بأنه " حالة جسمية أو نفسية داخلية يؤدي الى توجيه الفرد تجاه أهداف معينة ومن شأنه أن يقوي إستجابة محددة من بين عدة إستجابات يمكن أن تقابل مثيراً " محددًا " . ويمكن ملاحظة الدافع عن طريق السلوك الناتج عنه (زهران، 1977 : 112) .

- **الاتجاه:** ويعرف الإتجاه على أنه عبارة عن " إستعداد نفسي أو تهيؤ عقلي عصبي متعلم للإستجابة الموجبة أو السالبة نحو أشخاص أو أشياء أو موضوعات أو مواقف أو رموز في البيئة التي تستثير هذه الإستجابة " (زهران، 1977:144) .

ويشير أبو النيل في كتابه "علم النفس الاجتماعي" أن الباحث نيوكمب Newcomb

T.M أن الإتجاه يمتد على مقياس يبدأ بالموافقة على الشيء وينتهي عند عدم الموافقة

عليه، وتمثل نقطة الوسط الحياد (أبو النيل، 1985:450).

المكونات الأساسية للإتجاهات

تتميز الإتجاهات بأنها مكتسبة ومتنوعة وقابلة للتعديل والتغيير والقياس، ومكوناتها الأساسية:

1. المكون المعرفي (العقلي) وهو عبارة عن المعلومات والحقائق المتوفرة لدى الفرد عن

موضوع الإتجاه، والتي وصلت إلى الفرد إما بواسطة التربية أو عن طريق الخبرة أو

التواصل الثقافي والحضاري.

2. المكون العاطفي (الوجداني) ويشير هذا المكون إلى شعور عام يؤثر في إستجابة الفرد

من قبول أو رفض الفكرة، أو موضوع، أو موقف ما. بمعنى أن هذا المكون يرتبط

بالتكوين العاطفي للفرد، فهو يتضمن مشاعر الحب والكراهية المرتبطة بالإتجاه.

3. المكون السلوكي وهو عبارة عن مجموعة الإستجابات السلوكية التي يقوم بها الفرد نحو

موضوع ما (بلفيس ومرعي، 1983:40). ويعرف السلوك بأنه " نشاط جسمي أو عقلي

أو إجتماعي أو إنفعالي يصدر من الكائن الحي نتيجة لعلاقة دينامية وتفاعل بينه وبين

البيئة المحيطة به " (زهران ، 1977 : 9) .

أنواع الإتجاهات

هناك أكثر من تصنيف للإتجاهات : إتجاهات عامة وإتجاهات خاصة ، وإتجاهات إيجابية

ومحايدة وسلبية ، وهو المعتمد لغاية الدراسة:

1. إتجاهات إيجابية، وهي التي تنال الرضى من الفرد بإعتبارها تشبع حاجاته ورغباته.

2. إتجاهات سلبية، وهي التي تنال الرفض من الفرد باعتبارها لا تشبع حاجاته ورغباته.

(زهرا، 1977 : 145)

3. إتجاهات محايدة : وهي التي تتمثل في حيرة الفرد من سلوك الرفض وسلوك القبول

لفكرة أو موضوع معين .

العلاقة بين الاتجاه والدافع

أشار عبد الحميد في كتابه " نظريات الإعلام وإتجاهات التأثير " إلى أن كاتز (عالم الإتصال الأمريكي) بين إن الإتجاه يمكن أن يقوم على دوافع مختلفة بين الناس، واقترح أنه ما لم نعرف الحاجات النفسية التي تدفع الفرد إلى التمسك بالإتجاه سنكون في موقف ضعيف للتوقع بمتى وكيف يتم التغير (عبد الحميد، 1997:214).

ويشير الإتجاه إلى التنظيم والتنسيق الذي يضم كلاً من دوافع الشخص ومعلوماته وتحكم سلوكه وتصرفاته التي تتخذ طابع القبول أو الرفض أو الحياد (الدسوقي ، 2004 : 142) .

الإطار النظري

ترتبط الدراسة بنظريتي الإعتماد على وسائل الإعلام ونظرية الإستخدامات والإشباعات

(Dependency Theory and Uses and Gratification Theory).

نظرية الإعتماد على وسائل الاتصال Dependency Theory

من الأهداف الرئيسية لنظرية الإعتماد، تفسير لماذا يكون لوسائل الإتصال أحياناً

تأثيرات قوية ومباشرة، وأحياناً أخرى تكون لها تأثيرات ضعيفة وغير مباشرة. ونظرية الإعتماد

نظرية بيئية، لأنها تنظر إلى المجتمع باعتباره تركيباً عضوياً، وهي تبحث في كيفية إرتباط

أجزاء من النظم الإجتماعية الصغيرة والكبيرة يرتبط كل منها بالآخر ثم تحاول تفسير سلوك

الأجزاء فيما يتعلق بهذه العلاقات. والمفترض ان يكون نظام وسائل الاتصال جزءاً هاماً من النسيج الاجتماعي للمجتمع الحديث، وهذا النظام له علاقة بالأفراد والجماعات والمنظمات والنظم الاجتماعية الأخرى، وقد تتسم هذه العلاقات بالتعاون أو الصراع وقد تكون مباشرة وقوية أو غير مباشرة وضعيفة (مكاوي والسيد، 1998:314).

وتقوم علاقات الإعتماد في وسائل الاتصال على ركيزتين أساسيتين هما:

1. الأهداف: لكي يحقق الأفراد والجماعات أهدافهم الشخصية والاجتماعية، فإن عليهم ان يعتمدوا على موارد يسيطر عليها أشخاص أو جماعات والعكس صحيح.
2. المصادر: يسعى الأفراد والمنظمات إلى المصادر المختلفة التي تحقق أهدافهم وتعد وسائل الاتصال نظام معلومات يسعى إليه الأفراد والمنظمات من اجل بلوغ أهدافهم وتتحكم وسائل الاتصال في ثلاثة أنواع من مصادر المعلومات هي:

- جمع المعلومات: فالصحفي يجمع المعلومات التي نحتاج إلى معرفتها.
- تنسيق المعلومات: أي تنقيح المعلومات التي جمعها لكي تخرج بشكل قصة صحفية أو برنامج تلفزيوني.
- نشر المعلومات وتوزيعها إلى أكبر عدد من الجمهور (مكاوي والسيد، 1998:

النماذج الأساسية التي ساهمت في بناء نظرية الإعتماد على وسائل الاتصال:

1. النموذج الإدراكي:

في نظرية الإعتماد على وسائل الاتصال يعد المفتاح لتفسير متى ولماذا يعرض الأفراد أنفسهم لوسائل الاتصال وتأثيرات هذا التعرض على معتقداتهم وسلوكهم , من خلال إستخدام الجمهور مصادر وسائل الإعلام لتحقيق أهداف أفرادهم.

والأشخاص الذين أقاموا علاقات اعتماد على التلفزيون لتحقيق تفاهم اجتماعي على سبيل المثال، عليهم ان يختاروا أنواعا مختلفة من البرامج التلفزيونية، وذلك بخلاف أشخاص يعتمدون أساساً على التلفزيون من أجل التسلية (ديفلير، 1992:424)

إن الأفراد كالنظم الاجتماعية، يعتمدون علاقات اعتماد على وسائل الاتصال لتحقيق الفهم كمعرفة الذات من خلال التعلم والحصول على خبرات. وكذلك تحقيق التوجيه الذي يشتمل على توجيه العمل مثل: أن تقرر ماذا تشتري؟ و توجيه تفاعلي كالحصول على دلالات عن كيفية التعامل مع مواقف جديدة وصعبة. ومن الأهداف التي يحققها الأفراد، التسلية وتشمل الراحة والاسترخاء والاستماع إلى الموسيقى مع الأصدقاء أو مشاهدة التلفزيون مع الأسرة (مكاوي والسيد، 1998:315).

2. نموذج التفاعل التبادلي الرمزي:

إن بناء المعنى موضع إهتمام رئيسي في نظرية الإعتماد على وسائل الإعلام , والذين يعيشون في مجتمعات حديثة ومعقدة يعتمدوا على مصادر معلومات ووسائل الاتصال لكي تخبرهم بمجموعة كبيرة ومتنوعة من الأحداث والأماكن والأشخاص (ديفلير، 1992:429) .

وتعتمد العلاقات الشخصية مع الأصدقاء والأسرة وزملاء العمل على مصادر معلومات وسائل الإعلام وقادة الرأي على سبيل المثال كثيراً ما تكون لديهم خبرة مباشرة بالأحداث الهامة أكثر مما لدينا، و ينشئ قادة الرأي لدينا علاقات إعتدال على وسائل الاتصال بحيث يمكنهم فهم ما يجري في العالم (العبدالله، 2001: 243-244).

وتكمن قوة وسائل الإتصال في السيطرة على مصادر المعلومات فكلما زاد المجتمع تعقيداً، زاد إتساع مجال أهداف أفراد المجتمع الشخصية التي تتطلب الوصول إلى مصادر معلومات وسائل الاتصال.

وتحدد نظرية الإعتدال طبيعة العلاقة بين الفرد ووسائل الاتصال، فكلما أعتد الفرد على هذه الوسائل لإشباع حاجاته المعرفية، قامت الوسائل بدور مؤثر في حياة الفرد النفسية والإجتماعية، وتعمل النظرية على تعريف دور وسائل الاتصال في عملية التنشئة الإجتماعية للفرد، وكذلك دورها في أوقات التغيير والأزمات.

وتتأثر عملية الإعتدال بعدة عوامل، من أهمها:

❖ طبيعة الجمهور وأهدافه من الإعتدال.

❖ طبيعة المجتمع ومدى توافر مصادر المعلومات.

❖ طبيعة تنوع وسائل الإتصال.

❖ طبيعة الوقت أو الظروف التي يمر بها الفرد أو المجتمع.

❖ طبيعة المعلومات التي تقدمها وسائل الاتصال (الحديدي وآخرون، 2005، 316).

ويؤدي الإعتدال على وسائل الاتصال، إلى حصول الفرد على المعلومات التي تفسر الوقائع من حوله، وتساعد على تفهم الأزمات والتفاعل معها وأساليب مواجهتها، كما يتمكن من

إكتساب القيم والمعايير القائمة في المجتمع و تغيير أو تعديل أو إكتساب آراء وإتجاهات خاصة بالمواقف المحيطة به.

وينتج عن إعتداد الفرد على وسائل الإتصال مجموعة من التأثيرات من أهمها:

أولاً: التأثيرات المعرفية وتتضمن:

1. إزالة الغموض: الذي يحدث في المجتمع نتيجة لعدة أسباب ،منها:

- الأزمات: فالأزمات تجعل الجمهور يتعرض بصورة كبيرة لوسائل الإتصال، لرغبة أفراد في الحصول على مزيد من المعلومات تجاه الأزمة أو الخطر الناتج أو المتوقع حدوثه نتيجة للأزمة.
- الكوارث: وتحدث نتيجة ظروف طبيعية غير متوقعة تفاجئ المجتمعات كما تحدث نتيجة بعض الحوادث غير المتوقعة في المجتمع.
- التغيير الإجتماعي: خاصة في المجتمعات التي تشهد عمليات تنمية سياسية أو إقتصادية أو إجتماعية (ديفلير، 1992:430).

2. تشكيل الإتجاهات:

يستخدم الأفراد معلومات وسائل الاتصال في تشكيل الإتجاهات نحو القضايا المثارة في المجتمع، فقد ساهمت وسائل الاتصال في تكوين إتجاهات الأفراد نحو قضايا، مثل: مشكلات البيئة و أزمات الطاقة.

3. ترتيب الأولويات:

تلعب وسائل الاتصال دورها في ترتيب أولويات الجمهور الذي يعتمد على تلك الوسائل في معرفة القضايا والمشكلات المطروحة في المجتمع.

4. اتساع المعتقدات:

تساهم وسائل الاتصال في توسيع المعتقدات التي يدرسها أفراد الجمهور، ويتم تنظيم هذه المعتقدات في فئات تنتمي إلى: الأسرة أو الدين أو السياسة بما يعكس الاهتمامات الرئيسية للأنشطة الاجتماعية.

5. التأثير في القيم:

يمكن تعريف القيم إنها مجموعة من المعتقدات التي يشترك فيها أفراد جماعة ما ويرغبون في الحفاظ عليها مثل: المساواة، التسامح، والأمانة، وتقوم وسائل الاتصال بدور كبير في توضيح أهمية القيم (عبد الحميد، 1997، 237-238).

ثانياً: التأثيرات الوجدانية: وتتضمن ما يلي:

1. الفتور العاطفي:

يفترض إن كثرة التعرض للعنف في وسائل الإتصال تؤدي إلى الشعور باللامبالاة، إلا أنه ليس من الضروري أن تؤدي كثرة التعرض للعنف في وسائل الإتصال إلى الشعور باللامبالاة، فربما يؤدي تعرض الأفراد لمشاهدة العنف إلى إثارة الدافع لديهم لإتخاذ مواقف ضد ممارسي العنف.

2. الخوف والقلق:

عندما تعرض وسائل الإتصال أحداث العنف والرعب والكوارث، فإنها تثير مشاعر الخوف والقلق لدى الجمهور المتلقي، إلا أنه قد يؤدي ذلك أيضاً إلى تقليل مشاعر الخوف والقلق من نتائج الأخطاء والكوارث من خلال المعلومات التي تقدمها الوسائل عن كيفية مواجهة هذه الأخطاء.

3. الدعم المعنوي:

أي رفع الروح المعنوية لدى الجمهور. فوسائل الإتصال التي يكون لها دور رئيسي في المجتمع، ترفع الروح المعنوية لدى الجمهور نتيجة زيادة الشعور الجمعي والتوحيد (شاوي، 2003، 186-187).

ثالثاً: التأثيرات السلوكية:

1. التنشيط:

إتخاذ الفرد مواقف وسلوكيات معينة نتيجة حصوله على معلومات من وسائل الإتصال بناءً على تأثيرات معرفية ووجدانية. ولكن قد يصبح التنشيط الناتج عن الإعتماد على وسائل الاتصال سلبياً. في حال إتخاذ الفرد سلوكيات ضارة بالمجتمع كالمشاركة في أعمال العنف والجرائم.

2. الخمول:

أي عدم النشاط وتجنب القيام بفعل ويتمثل ذلك في العزوف عن المشاركة في الأنشطة المختلفة التي تفيد المجتمع. وقد يحدث ذلك نتيجة تغطية إعلامية مبالغ فيها تدفع الفرد إلى عدم المشاركة نتيجة الملل (الحديدي وآخرون، 2005، 320).

نظرية الإستخدامات والإشباعات Uses and Gratification Theory

النشأة والتطور:

يعد الياهو كاتز (عالم الاتصال الامريكي) أول من وضع اللبنة الأولى في بناء مدخل الإستخدامات والإشباعات عام 1959م حيث تحول الانتباه من الرسالة الإعلامية إلى الجمهور

الذي يستقبل هذه الرسالة وبذلك التغي مفهوم قوة رسائل الإتصال التي كانت تتادي بها بعض النظريات كنظرية الرصاصة.

وتعد عملية إستخدام الجمهور لوسائل الإتصال عملية معقدة وترجع إلى عدة عوامل منها: خلفيات أفراد الجمهور الثقافية، سياسات الوسيلة وتوجهاتها، والعوامل الشخصية ومنها: "أسلوب الحياة، السن، الدخل، مستوى التعليم، النوع"، ونوع الإشباع الذي يريد الشخص الحصول عليه من التعرض للوسيلة الإتصالية.

وظهر مفهوم الجمهور النشط الذي حول دراسة علاقة الجمهور بوسيلة الإتصال من الإجابة على سؤال (ماذا) إلى الإجابة على سؤال (لماذا)، للتعرف على أسباب تعرض الجمهور لوسائل الإتصال وهو ما يعرف بدوافع المشاهدة، كما أنها تحاول التعرف على الإشباع التي يحققها التعرض لوسائل الإتصال بالنسبة إلى الجمهور (العبد، 2005:13).

وبذلك تحول إهتمام الباحثين الإعلاميين من الإهتمام بما تفعله الرسالة بالجمهور إلى ما يفعله الجمهور في الرسالة حيث ركزت هذه النظرية على خصائص الجمهور ودوافعه انطلاقاً من مفهوم الجمهور النشط (الإيجابي) الذي يختار رسالة إعلامية معينة لتحقيق منفعة ما.

أهم نماذج نظرية الإستخدامات والإشباع:

- نموذج كاتز وزملاؤه (Katz,e ,Etal,1974):

يرى كاتز أن المواقف الإجتماعية التي يجد الأفراد أنفسهم بها هي التي تعمل على إقامة العلاقة بين وسائل الإتصال وإشباع الاحتياجات إذ أن المواقف الإجتماعية يمكن ان تسبب التوتر والصراع الذي يشكل ضغطاً على الفرد مما يجعله يسعى إلى إستخدام وسائل الإتصال (عبد الحميد، 1997:223).

- نموذج روزنجرين (Rosengren,K,E,1974):

يعرض هذا النموذج مجموعة من العوامل التي تشكل نظرية الإستخدامات والإشباعات والتي تبدأ من تولد حاجات بيولوجية ونفسية وإجتماعية لدى الإنسان، وتتفاعل هذه الحاجات مع الخصائص الفردية والإطار الإجتماعي المحيط بالفرد، وينتج عن ذلك مشكلات فردية وبالتالي تتولد الدوافع لحل المشكلات أو إشباع الحاجات ويتم ذلك من خلال التعرض لوسائل الإتصال أو ممارسة أنشطة أخرى تحقق الإشباعات المطلوبة (مكاوي والشريف، 2000:209).

- نموذج بالمجرين وروبين (Rubin, Palm Green 1982)

يهتم هذا النموذج بالربط بين إستخدام الفرد لوسائل الإتصال والإشباعات المتوقعة من هذا الإستخدام، حيث يتم مقارنة الإشباعات المتوقعة بالإشباعات المتحققة فعلياً (العبد، 2005:17).

- نموذج ويندال (Windhal,1986):

يعرض هذا النموذج العلاقة بين الإستخدامات والتأثيرات والربط بينهما، فقرار إستخدام وسائل الإتصال يأتي نتيجة عدة مراحل تتمثل بالآتي:

- تفاعل العلاقات الخارجية والذاتية بما فيها الإهتمامات والإحتياجات.
- رسم التوقعات وإدراك مضمون الرسائل الإتصالية.
- قرار إستخدام الوسيلة الإتصالية بعد المفاضلة بينها وبين وسائل شغل أوقات الفراغ الأخرى (العبد، 2005:17).

تضفي نظرية الإستخدامات والإشباعات صفة إيجابية على جمهور وسائل الإتصال فمن خلال هذه النظرية لا تعد الجماهير مجرد مستقبلين سلبيين لرسائل وسائل الإتصال. وإنما يختار

الأفراد بوعي وسائل الإتصال التي يرغبون في التعرض إليها، ونوع المضمون الذي يلبي حاجاتهم النفسية والإجتماعية من خلال قنوات المعلومات والترفيه المتاحة.

وبشرح أبعاد نظرية الإستخدامات والإشباعات نعرض عناصر النظرية التالية:

1. الجمهور النشط:

مع ظهور نظرية الإستخدامات والإشباعات ظهر مفهوم الجمهور النشط الذي يبحث عن المضمون الاتصالي المناسب بالنسبة له ويتحكم في إختيار الوسيلة التي تقدم هذا المحتوى.

ويتحدد مفهوم نشاط الجمهور في عدة أبعاد من أهمها:

- الانتقائية: ويتمثل في إختيار وسيلة معينة وإختيار التعرض لمضمون معين بها.
- النفعية: يختار جمهور وسائل الإتصال المضمون الذي يشبع حاجات ودوافع معينة.
- العمدية: يعتمد أفراد الجمهور إختيار وسيلة معينة لإشباع حاجة ما.
- الإستغراق: يحدث على المستوى الإدراكي والتأثيري والسلوكي. فإن إستغراق الجمهور مع المضامين الإعلامية وخاصة التلفزيون يعتمد على مدى توحيد الجمهور مع الشخصيات التلفزيونية.
- مناعة التأثير، هناك محدودية في تأثير وسائل الإتصال على تفكير الجمهور وسلوكه، فالجمهور لا يريد أن يتحكم فيه أي شيء (عبد الغفار، 1995: 11).

2. الأصول النفسية والإجتماعية لإستخدامات وسائل الإتصال:

لا يتعامل أفراد الجمهور مع وسائل الإتصال بإعتبارهم أفراد معزولين عن واقعهم الإجتماعي وإنما بإعتبارهم أعضاء في جماعات إجتماعية منظمة وبذلك فالعوامل الديمغرافية

والاجتماعية مثل: النوع، السن، المهنة، المستوى التعليمي، والمستوى الاقتصادي والاجتماعي لها تأثيرها في استخدام أفراد الجمهور لوسائل الإتصال (مكاوي والشريف، 2000: 211).

كما إن العوامل النفسية تؤدي إلى وجود حوافز أو دوافع معينة بحاجة إلى الإشباع وبالتالي تحدد العديد من الاستخدامات لوسائل الإتصال، حيث تقوم نظرية الاستخدامات والإشباع على افتراض أن الأفراد المختلفين يختارون لأنفسهم مضامين إتصالية مختلفة وفقاً للفروق النفسية بينهم (العبد، 2005: 20).

3- حاجات ودوافع استخدام وسائل الإتصال

الحاجة هي الإفتقار إلى شيء إذا وجد تحقق الإشباع والرضا، وتتمثل أنواع الحاجات التي يسعى أفراد الجمهور إلى إشباعها عن طريق التعرض لوسائل الإتصال فيما يلي:

- إحتياجات معرفية: وتتمثل في الحصول على المعلومات عن طريق الموضوعات المختلفة ومنها البيئة المحيطة.
- إحتياجات عاطفية: وتتمثل في تحقيق المتعة وإشباع الحاجات الجمالية والعاطفية مثل: الحاجة إلى الحب والصدقة.
- تحقيق الاندماج الذاتي: وتأتي تلك الحاجة من رغبة الفرد في تقدير الذات.
- الحاجة إلى التفاعل الاجتماعي: وتتمثل في تحسين علاقات الفرد مع أسرته وأصدقائه.
- إزالة التوتر: وتتمثل في الهروب من المشاكل الشخصية والرغبة في اللهو والاندماج في المضمون الإتصالي (كامل، 2001: 88).

وفي نظرية الاستخدامات والإشباع تكون الحاجات مرتبطة بدوافع وإستخدام وسائل الإتصال، فالدوافع تعكس الحاجات، أي أن الحاجة تولد الدافع لإستخدام وسائل الإتصال من أجل إشباع تلك الحاجة.

ويمكن تقسيم دوافع التعرض لوسائل الإتصال إلى:

أ. **دوافع نفعية:** وتهدف إلى التعرف على الذات وإكتساب المعرفة والمعلومات والخبرات ومراقبة البيئة التي ترتبط بإستخدام مضامين معينة كنشرات الأخبار وبرامج المعلومات حيث أن وسائل الإتصال تجمع معلومات لنا عن أشياء وأماكن لا يمكننا كأفراد جمهور أن نصل إليها بأنفسنا.

ب. **دوافع طقوسية:** وتهدف إلى إشباع رغبات الفرد في تمضية الوقت والإسترخاء والصدقة والهروب من المشاكل، وتنعكس هذه الفئة في المسلسلات والأفلام والبرامج الترفيهية المختلفة (مكاوي والشريف، 2000:246).

4. إشباعات وسائل الإتصال

يرى عالم الإتصال سوانسون (Swanson 1987) إمكانية ربط محتوى الرسالة بالإشباعات المتحققة، فبرامج الدراما والترفيه والمنوعات يمكن أن تحقق إشباع التنفيس (Diversion) والتخلص من الملل والقلق والهروب من المشكلات اليومية. أما برامج الأخبار والمعلومات وشؤون الساعة تحقق إشباع مراقبة البيئة (Surveillance) الذي يتمثل في الحصول على المعلومات والخبرات والمهارات (مكاوي والشريف، 2000، 248).

أوجه التشابه بين نظرية الإعتماد على وسائل الاتصال ونظرية الإستخدامات والإشباعات:

1. إن كلا النظريتين تركز على قيام وسائل الإتصال بإشباع حاجات الجمهور.
2. جاءت نظرية الإعتماد مكملة لنظرية الإستخدامات حيث ركزت الأخيرة على الحاجات النفسية والمعرفية والاجتماعية للأفراد، وجاءت نظرية الإعتماد لتركز بشكل موسع على

العلاقة الثلاثية بين المجتمع ووسائل الإتصال والجمهور كمحددات للإعتماد على هذه الوسائل (درويش، 2006:105).

3. إن محور نظرية الاعتماد على وسائل الإتصال يقوم على أن الجمهور يعتمد على وسائل الإتصال لتزويده بالمعلومات التي تلبي حاجاته وتحقيق رغباته. وهذا يبين العلاقة القوية التي تربط هذه النظرية بنظرية الاستخدامات والاشباع (الموسى، 1986:156) .

الدراسات السابقة:

- دراسة الزعبي، محمد، (1992)، بعنوان: "اتجاهات طلبة الجامعات الأردنية نحو المجلة الرياضية في التلفزيون الأردني"، رسالة ماجستير من الجامعة الأردنية غير منشورة. هدفت الدراسة إلى التعرف على إتجاهات طلبة الجامعات الأردنية نحو برنامج المجلة الرياضية في التلفزيون الأردني. وأجريت الدراسة على عينة من 1505 طالبا وطالبة من مختلف الجامعات الأردنية. أظهرت الدراسة عدم رضا الطلبة عن واقع المجلة الرياضية وبنسبة (50.7%) كما أظهرت النتائج أن أفضل يوم لتقديم المجلة الرياضية هو يوم الجمعة من الساعة الواحدة إلى الساعة الثالثة بعد الظهر.

- دراسة بواعنة، رياض، (1999)، بعنوان، "نشرة الأخبار الرئيسية في التلفزيون الأردني باللغة العربية - القناة الأولى"، رسالة ماجستير من جامعة بغداد غير منشورة. هدفت الدراسة إلى التعرف على أبرز خصائص نشرة الأخبار الرئيسية في التلفزيون الأردني،

وكذلك معرفة رأي المتخصصين في مجال الإعلام بنشرة الأخبار، وإلى أي مدى حققت النشرة الإخبارية رغبات واحتياجات الجمهور.

وقد أجريت الدراسة على عينة عمدية مكونة من (55) شخص جميعهم مختصين في مجال الإعلام وخصوصاً الأخبار التلفزيونية، وتم جمع المعلومات عن طريق المقابلة الشخصية. وأظهرت نتائج الدراسة من خلال التكرارات والنسب المئوية، إن النشرة الإخبارية في التلفزيون الأردني تركز بالدرجة الأولى على الجوانب السياسية سواء محلية أو الدولية وقد أيد ذلك 27.5% من أفراد العينة.

كما جاء الخبر الدولي بالمرتبة الأولى في النشرة، أما الخبر المحلي فكان بالمرتبة الثانية. وأجاب 67.3% من أفراد العينة بأن وقت بث النشرة الإخبارية مناسب.

• دراسة معهد التسويق واستطلاعات الرأي (Institute of Marketing and Polls)
(IMAS) عام 2004، بعنوان:

"Usage, Attitude and Satisfaction of Radio and TV Viewers"

منشورة على الموقع الإلكتروني: arhiva.cna.ro/english/imas_study.pdf

أي إستخدامات وإتجاهات ومدى رضا جمهور المشاهدين والمستمعين لبرامج الإذاعة والتلفزيون. أجريت الدراسة على عينة قوامها 8244 مفردة من الذكور والإناث من المجتمع الروماني وكانت أعمارهم تتراوح من 15 سنة فما فوق. وجاءت النتائج كما يلي:

1. 92% من أفراد العينة يشاهدون التلفزيون، 70% منهم يشاهدوا التلفزيون يومياً.

2. يشاهد أفراد العينة التلفزيون بمعدل 3.75 ساعة في اليوم وهذا أعلى من المعدل الأوروبي والبالغ 3.43 ساعة في اليوم. - اليونان 3.88 ساعة، بريطانيا 3.72 ساعة، إيطاليا 3.66 ساعة، إسبانيا 3.55 ساعة يومياً.

3. أعلى مشاهدة ما بين الساعة السابعة والعاشرة مساءً.

4. جاءت البرامج الإخبارية على قائمة البرامج المفضلة تليها البرامج الترفيهية ثم الأفلام، حيث يشاهد الأخبار 95% من أفراد العينة والوقت المفضل لمشاهدة الأخبار هو ما بين الساعة السابعة والثامنة مساءً. أما البرامج الترفيهية فيشاهدوها 89% من أفراد العينة. وجاءت الأفلام في المرتبة الثالثة من حيث الأفضلية لدى المشاهدين وبنسبة 86%.

- دراسة الحديّد، علي(2006) بعنوان: دور التلفزيون الأردني في تشكيل منظومة القيم لدى طلاب الجامعة الأردنية، غير منشورة. هدفت الدراسة إلى معرفة دور التلفزيون الأردني في تشكيل منظومة القيم لدى طلبة الجامعة الأردنية على عينة مكونة من (1052) طالب وطالبة. وخلصت الدراسة إلى وجود دور إيجابي للتلفزيون الأردني في تشكيل منظومة القيم لدى طلاب الجامعة الأردنية. وبلغت أعلى معدلات للمتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لمجاميع القيم المشكلة لدى طلاب الجامعة الأردنية مرتبة كالتالي: قيم العمل الإجتماعي، القيم الجمالية، القيم الإجتماعية، القيم السياسية، القيم النظرية، القيم الدينية. وبينت الدراسة أن منظومة القيم المشكلة من خلال التلفزيون الأردني لدى الإناث أعلى منها عند الذكور، وطلبة أبناء القرى أعلى منها عند طلبة أبناء البادية، وكانت في أدنى تأثيرها عند أبناء المدن نتيجة لوجود مؤثرات أخرى ناتجة عن انتشار الانترنت مثلاً.

ومن أهم التوصيات التي خلصت إليها الدراسة، إنه يجب على التلفزيون الأردني العمل على زيادة بث البرامج التي تحمل القيم الإيجابية لغرسها في نفوس الشباب.

- دراسة درويش، عبد الرحيم، (2006)، بعنوان: "واقع استخدام الجمهور المصري وإتجاهاته نحو التلفزيون"، منشورة في كتاب بعنوان "دراسات في الإتصال". وتهدف الدراسة التعرف على إتجاهات الجمهور نحو التلفزيون المصري الرسمي وحجم مشاهدته، والتعرف على أهم المواد التي يفضلها ودوافع مشاهدة التلفزيون المصري، ومدى اعتماد الجمهور عليه مقارنة بالقنوات الأخرى.
- وأظهرت نتائج هذه الدراسة إن مشاهدة القنوات الفضائية الخاصة والعربية قد أثرت على مشاهدة التلفزيون المصري، وكذلك ضعف إرتباط الجمهور المصري بالتلفزيون المصري حيث لم تحاول نسبة 74.9% من أفراد العينة الإتصال ببرامجه.
- وجاءت نتائج الدراسة كالتالي:

1. تشاهد نسبة 85% من عينة الدراسة التلفزيون المصري في حين لا تتعرض له نسبة 15% من العينة. وان نسبة 42.7% من افراد العينة تشاهد التلفزيون المصري من ساعة إلى أقل من ثلاث ساعات. و 27.5% أكثر من ثلاث ساعات، و 29.8% اقل من ساعة.
2. جاءت المسلسلات العربية في المرتبة الأولى بالنسبة للمواد التي يشاهدها أفراد العينة في التلفزيون المصري وبنسبة 58.4% ثم الأفلام بنسبة 56.5% وتأتي الأفلام على قائمة المواد التي يفضلها مشاهدو التلفزيون المصري وبنسبة 50.2%.

3. يشاهد أفراد العينة التلفزيون المصري من أجل اشباع حاجات نفعية وحاجات تعويدية. وقد كان أعلى متوسط حسابي 2,4 من 3 لعبارة: اشاهد التلفزيون المصري لأعرف ما يحدث حولي، وهذه العبارة تعكس الإستخدام النفعي للتلفزيون المصري.
4. جاءت المسلسلات العربية في المرتبة الأولى من حيث رضا المشاهدين عنها وبنسبة 57.3% ثم البرامج الدينية بنسبة 40.4%.
5. أثرت مشاهدة القنوات الفضائية على مشاهدة التلفزيون المصري حيث ترى نسبة 54.3% من أفراد العينة ان مشاهدة القنوات الفضائية يمكن ان تغني عن مشاهدة التلفزيون المصري.
6. بلغ مجموع المتوسطات الحسابية للإتجاهات السلبية 23.03 مقابل 18.65 للإتجاهات الإيجابية. مما يعني زيادة الإتجاهات السلبية لدى أفراد العينة نحو التلفزيون المصري عن الإتجاهات الإيجابية تجاهه.

• دراسة **Barrie Gunter** - باحث في مركز الاتصال الجماهيري في جامعة ليستر البريطانية-، (2005)، بعنوان "Trust in the News on Television". الثقة في الاخبار على التلفزيون، منشورة في **Emerald Journal** صفحة 384-397، على الموقع الإلكتروني: www.emeraldinsight.com/researchregister. هدفت الدراسة إلى معرفة مدى الثقة في أخبار التلفزيون من قبل المشاهدين وأجريت الدراسة على مشاهدي قناة BBC في المملكة المتحدة. (BBC's review-ofcom's review of PSB) وكانت نتائج الدراسة كما يلي:

1. يعتبر التلفزيون المصدر الرئيسي للأخبار. وان 87% من أفراد العينة اعتبروا الأخبار هي التي تضع الجمهور بصورة الأحداث الجارية وهذه مهمة القنوات التلفزيونية الأرضية.
2. أعرب 85% من أفراد العينة عن إرتياحه للأخبار في القنوات التلفزيونية الأرضية. مثل (BBC1, BBC2, ITV1). وهناك دراسة مشابهة قامت بها هيئة الإذاعة البريطانية (BBC) عام 2004 وجدت ان أغلبية المشاهدين في بريطانيا وبنسبة 79% يقدرون أهمية أخبار التلفزيون.
3. أن البرامج الواقعية على التلفزيون تكون أكثر دقة في معظم الأوقات. وهذا يكون على نطاق واسع في الأخبار وبنسبة 89%، والأحداث الجارية بنسبة 69% والبرامج الوثائقية بنسبة 59%.
4. يعتبر 80% من أفراد العينة أن أفضل مصدر للحصول على الأخبار هو التلفزيون.
5. عند سؤال العينة عن اعتقادهم بأن أخبار التلفزيون من المرجح انها تعكس موقف الحكومة في القضايا المتعددة، أجاب معظمهم بالإيجاب، هذه النتيجة ينظر إليها أنها سمة من سمات BBC والتي تعتمد في تمويلها على الحكومة.

• دراسة مركز (Ipsos stat)، (2007)، عمان، دراسة غير منشورة، بعنوان:

"National Media Analysis (NMA) Jordan 2007 TV Section"

أي تحليل الإعلام الوطني للتلفزيون الأردني لعام 2007.

تم إجراء مقابلات شخصية لعينة قوامها 3561 شخص من تزيد أعمارهم عن 15 سنة موزعين على مختلف محافظات المملكة، وبنسبة 51.5% للذكور و 48.5% للإناث. وكانت المقابلات تتم فقط في منازل أفراد العينة.

وهدفت الدراسة إلى قياس عادات مشاهدة التلفزيون الأردني لتزويد شركات الإعلان بأوقات الذروة التي يكون فيها أعلى نسبة مشاهدة.

وأظهرت نتائج الدراسة أن أعلى نسبة مشاهدة كانت ما بين الساعة الثامنة والعاشر مساءً أي فترة السهرة. وبلغت النسبة بحدود 45% من أفراد العينة يشاهدوا التلفزيون الأردني في هذه الفترة، لمدة لا تقل عن خمس دقائق يومياً.

وكانت نسبة مشاهدة للذكور أعلى من الإناث في الفترة ما بين الساعة الثامنة والثانية عشر مساءً. فكانت النسبة للذكور 45% وللإناث 40%. بينما تزيد النسبة لدى الإناث في الفترة الصباحية وكذلك الظهيرة والممتدة من الساعة السابعة صباحاً ولغاية السابعة والنصف مساءً. فكانت أعلى نسبة للذكور في هذه الفترة 25% أما للإناث 35%.

وبالنسبة لمتغير العمر، فكانت أعلى نسبة مشاهدة لأفراد العينة التي تزيد أعمارهم عن 45 سنة وكانت نسبة مشاهدة لديهم بحدود 60% وفي الفترة ما بين الثامنة والثامنة والنصف مساءً.

- دراسة عريقات، أحمد (2008) بعنوان: دور التلفزيون الأردني في توعية الشباب أثناء الانتخابات البرلمانية عام 2007. تهدف الدراسة للتعرف على دور التلفزيون الأردني في توعية الشباب أثناء الانتخابات البرلمانية عام 2007 ، على عينة من الشباب في الأردن بلغت (600) مفردة أعمارهم ما بين 18-30 عاماً.

خلصت الدراسة إلى ما يلي: جاء التلفزيون الأردني في الترتيب السابع في أكثر الوسائل الاتصالية التي تعرض لها الشباب أثناء الحملة الإعلامية وبنسبة 21.3% ، وجاءت درجة اعتماد الشباب على التلفزيون الأردني متوسطة.

وأظهرت الدراسة بأن المتوسط الحسابي للدوافع الوجدانية أعلى من المتوسط الحسابي للدوافع المعرفية، كما أن نسبة الذين يتابعون التلفزيون الأردني بلغت 83% .

مستخلصات الدراسات السابقة:

- من خلال استعراض الدراسات السابقة توصل الباحث إلى أن أهم النتائج التي خلصت إليها هذه الدراسات ما يلي:
- إن مشاهدة القنوات الفضائية قد أثرت على مشاهدة التلفزيون المحلي، ويعود ذلك إلى تفضيل مشاهدة القنوات الفضائية وتواضع مستوى البرامج المقدمة محلياً.
 - إن أهم دوافع مشاهدة المشاهدة لدى الجمهور هي متابعة الأخبار (خاصة المحلية) والأحداث العالمية يليها تنمية الثقافة والمعلومات العامة ثم التسلية والترفيه.

ما يميز هذه الدراسة:

1. اهتمت الدراسة بموضوع إتجاهات المشاهدين نحو برامج التلفزيون الأردني، بينما ركزت دراسة (بواعنة، 1999) على رأي الإعلاميين المختصين بنشرة الأخبار الرئيسية، ودراسة (Ipsos Stat, 2007) ركز فيها على معدل المشاهدة للتلفزيون الأردني والفترة المفضلة للمشاهدة وذلك لتوجيه نتائج الدراسة نحو شركات الإعلان.

2. تأثير مشاهدة القنوات الفضائية على مشاهدة التلفزيون الأردني، فقد أجاب 74% من أفراد العينة بأن هناك تأثير كبير للقنوات الفضائية على مشاهدة التلفزيون الأردني.

3. بينت الدراسة أن غالبية الأشخاص الذين لم يشاهدوا التلفزيون الأردني هم من فئة الشباب ما بين (15-29) سنة وبنسبة 85.7% وهذا يعطي مؤشر لإدارة التلفزيون الأردني لإعادة النظر ببرامج الشباب، واعطاءها الاهتمام الأكبر.

الفصل الثاني

الأنماط البرمجية والخدمة الإخبارية في التلفزيون الأردني

نشأة التلفزيون وتطوره:

إكتشف العلماء التلفزيون عندما تبين لهم أنه من الممكن تحويل القوة الضوئية إلى قوة كهربائية أي نقل الصور بواسطة التيار الكهربائي وهذا ما أتاح للعالم الأمريكي جون برد عام 1936 تصميم التلفزيون الميكانيكي إلا أن الصورة الواضحة لم تبدأ إلا بواسطة التلفزيون الكهربائي وكانت بريطانيا السبّاقة في بث البرامج في صورة منتظمة عام 1936 وتبعتها الولايات المتحدة الأمريكية عام 1939 (الدسوقي، 2004: 84).

وأوقفت الحرب العالمية الثانية تطور التلفزيون حتى عام 1945 حين أخذت الولايات المتحدة الأمريكية في إنتاج الأجهزة التلفزيونية بشكل واسع وفي عام 1958 حيث أصبح عدد المحطات التلفزيونية في الولايات المتحدة (523) محطة، وأجهزة التلفزيون 50 مليون جهاز (العبد الله، 2006: 30-32).

يتعاضد دور وسائل الإتصال في حياتنا المعاصرة مع التقدم الحاصل في مجال التكنولوجيا، ونلمس ذلك في العمل والبيت والشارع، وإذا ركزنا على التلفزيون وجدنا أن البرامج التي يقدمها تحفل دائماً بفقرات عن العادات والتقاليد وشتى موضوعات الحياة الإجتماعية. وهذا يظهر الأثر البالغ للتلفزيون وقدرته التأثيرية على قيم وإتجاهات الأفراد من خلال تعاملهم الإجتماعي اليومي (الخريجي، 1985: 328).

وظهر التلفزيون التفاعلي أي وضع المشاهد التلفزيوني في موضع المنتج حيث بإمكانه إختيار الكاميرا التي يرغب في إستقبال صورتها والحصول في كل لحظة على إبطاء للحدث

الذي يقع، ويقوم المبدأ على بث مختلف الصيغ الممكنة لبرنامج على عدة اقنية للشبكة الموصولة بكابل وفي وقت واحد (العبدالله، 2006: 338).

ويعد التلفزيون من أكثر وسائل الإتصال الجماهيري قدرة على إستقطاب انتباه الجمهور فهو يقدم المعرفة والثقافة والترفيه، ويمتاز بسهولة ورخص اقتناؤه ومجانية أو رخص ما يقدمه من برامج.

وقد أصبح التلفزيون حالياً من أهم وسائل الإتصال الجماهيري من حيث الوظائف والأهداف وبسبب مزاياه التكنولوجية والفنية، وأثر بشكل كبير في إتجاهات الجمهور وسلوكه وعاداته.

وظائف التلفزيون:

والتلفزيون أحد أهم وسائل الإتصال لما يقدمه من برامج ومشاهد وإقتران ذلك بالمؤثرات الصوتية والألوان، فقام التلفزيون بوظيفة التربية الفنية، فقدمت الشاشة كافة الفنون ومنها المسرح التلفزيوني والفلم التلفزيوني مما رفع من مستوى الأعمال الفنية وبالتالي زاد من إقبال الجمهور لمتابعة هذه الأعمال (بورتيسكي، 1978: 22).

ويقوم التلفزيون بدور تعليمي وتنقيفي، فهو ينقل كم هائل من المعلومات التي يقدمها للمشاهد، ويجعله قريب من مشهد الأحداث الجارية وشؤون الساعة.

ومن وظائف التلفزيون، التسلية والترفيه. ومن خلالها يتخلص الجمهور من الملل وأوقات الفراغ، فيقدم التلفزيون برامج المسابقات وغيرها من البرامج بهدف التعليم والمنافسة والتسلية للترويح والتنقيس على الجمهور (عبدالقادر، 1972: 279).

إن الدراما والتشويق تشكل أهمية خاصة بالنسبة للتلفزيون كجهاز إخباري أو ترفيهي. ومن الأسباب المهمة في شراء جهاز التلفزيون هو البحث عن الترفيه. لذلك من الضروري أن يجمع الخبر التلفزيوني بين الأهمية والترفيه (معوض وعبد العزيز، 2000:72).

إن التلفزيون في مقدمة الوسائل الإتصالية قدرة على تغطية الأحداث ومتابعتها ونقلها حال وقوعها وتقديمها في مشاهد متكاملة بلغة بصرية مفهومة للجمهور وتزداد واقعية بلونها الطبيعي وصوتها الأصلي. ولقد أصبح التلفزيون محط أنظار صانعي القرار، فكثير من المسؤولين يفضلون أن يظهروا لمدة ثوان معدودة في نشرات الأخبار وخصوصا المسائية ، على أن يكتب عنهم في كافة الصحف (معوض، 1986:63).

خصائص ومزايا التلفزيون:

يجمع التلفزيون بين الصورة والصوت واللون والحركة، فيسيطر على حواس الإنسان مما يجعله يتفوق على وسائل الإتصال الأخرى بعدة مزايا أهمها:

1. الفورية: ويمتاز التلفزيون بالفورية التي تزيد من واقعيته فهو يقدم الأخبار من مكانها وفي نفس زمن حدوثها وينقل الأخبار في معناها وفي الحال ، ويقدم التلفزيون صوراً حالية متحركة تتجاوز بالمشاهد حدود الزمان والمكان (معوض وعبد العزيز، 2000:64).

2. يقدم الأحداث والوقائع في صورة متكاملة تعتمد مشاهدها على الصوت والصورة والحركة واللون في صورة أقرب إلى الواقع ، وتبرز أهمية التلفزيون كجهاز إخباري. ونعلم ان الإنسان يحصل على 90% من معارفه عن طريق حاسة البصر ، 8% عن

طريق حاسة السمع. لذلك الوسائل المرئية لها أثرها وفاعليتها لدى المشاهدين (شلبية، 2007، مجموعة محاضرات غير منشورة).

3. الانتشار الجغرافي للتلفزيون حتى أصبح العالم قرية كونية.

4. تنوع جمهور التلفزيون واختلاف مستوياته الاقتصادية والاجتماعية والثقافية والتعليمية.

5. يمزج التلفزيون بين القدرة على الإقناع والتثقيف وبين التسلية والترفيه. أي التثقيف بالتسلية فهو يجمع بين المحاكاة والسردي (فحي، 2002: 23).

6. يقوم التلفزيون بتبسيط عملية الإتصال فما على المشاهد إلا أن يربط بين الصورة والكلمة المنطوقة. أي أنه ينقل المشاهد مباشرة من الصورة إلى المعنى.

7. تقوم لغة التلفزيون والخبر التلفزيوني على البساطة والوضوح والمباشرة.

8. أصبحت مشاهدة التلفزيون لدى قطاع كبير من الجمهور بحكم العادة.

9. أصبح التلفزيون كجهاز إخباري سمة من سمات العصر ولا شيء يضاهي التلفزيون كوسيلة إتصالية في قدرته على تغطية الأحداث حال وقوعها وتقديمها في مشاهدة متكاملة لتحكي ما يحدث في أنحاء العالم بلغة بصرية مفهومة لغالبية الجمهور تزداد واقعية بلونها الطبيعي مما يكون لها تأثيرها البالغ في نفسية المشاهد من مختلف الأعمار والثقافات والأجناس (معوض وعبد العزيز، 2000: 63).

10. أدت التطورات التكنولوجية والتقنية والإنترنت إلى دمج أساليب الإتصال في رسالة واحدة تخاطب حواس الإنسان السمعية البصرية في آن واحد، فالرسائل المطبوعة والمقروءة والمسموعة والمرئية أصبحت مندمجة في شاشة التلفزيون أو الكمبيوتر، حيث يستطيع المشاهد تلقي أي نشاط إتصالي على هذه الشاشة وغالباً

بصورة فردية كما أنه يستطيع الاختيار بين عدة بدائل في الوقت نفسه
(قلحي، 2002:160).

الأنماط البرمجية في التلفزيون:

تتنوع البرامج التي تنتجها محطات التلفزيون، وتهدف في الأساس لجذب إنتباه المشاهدين، والبرنامج التلفزيوني عبارة عن فكرة يتم معالجتها تلفزيونياً، كون التلفزيون وسيلة إتصالية يعتمد أساساً على الجانب المرئي. وتتطور برامج التلفزيون باستمرار، وتهدف على إختلاف مضمونها وأشكالها إلى الإعلام والتثقيف والتعليم والتوجيه والتسلية والترفيه والإعلان. ويسعى القائمون على التخطيط البرمجي إلى إيجاد توازن ما بين هذه الأهداف ورغبات المشاهدين (معوض، 1986:115).

ومن الأنماط البرمجية في التلفزيون ما يلي:

1. الحديث المباشر:

يعتبر شكل الحديث المباشر من أقدم أشكال البرامج في التلفزيون ويتناول هذا النوع من البرامج موضوعات مختلفة سياسية وإقتصادية وإجتماعية ودينية وثقافية حتى نشرات الأخبار تقع في إطار الحديث المباشر (معوض، 1986:200).

يتناول الحديث المباشر موضوعات مختلفة، سواء سياسية أو إقتصادية أو دينية أو إجتماعية. وقوام الحديث المباشر الكلمة المنطوقة التي تكون الجمل والعبارات.

وقد يهدف الحديث المباشر إلى التثقيف كتقديم معلومات سياسية والتعليقات والتحليلات الإخبارية التي تهدف إلى التأثير في الرأي العام فيما يتعلق بالأحداث وشؤون الساعة وبالإضافة إلى التوجيه والإرشاد، حتى نشرات الأخبار تقع في إطار الحديث المباشر. وقد يهدف إلى

التأثير على المشاهد كما في الإعلانات التجارية والحملات السياسية أيضا (شلبية، 2007، مجموعة محاضرات غير منشورة).

2. البرامج الحوارية:

تتميز هذه البرامج بالتلقائية والعفوية والإرتجال (Ad-Libing) بأسلوب التقديم وطرح أسئلة من قبل المذيع التي يعتقد أنها تدور بأذهان المشاهدين وانه بحاجة لمعرفة إجابات عنها، ويعطي الحوار حيوية أكثر وتلقائية وعفوية من الحديث المباشر.

3. برامج الندوات والمناقشات:

هي إمتداد لبرامج الحوار ولكن لها طبيعة خاصة، فالمناقشات تعتمد على إختيار الموضوع أو تغطية الظاهرة التي أثارت إهتمام الجمهور وترك الجمهور يقرر ويستخلص ما يريد. كذلك تتصف برامج المناقشات بإختلاف وجهات النظر والمواقف والإتجاهات فيما يتعلق بأمر المناقشة وقد يصل الخلاف في وجهات النظر بين المشاركين في البرنامج إلى حد الصراع والتوتر.

أما في برامج الندوات يعرض المشاركون في الندوة الموضوع من جوانب مختلفة لتغطيته بطريقة نقاشية حوارية جذابة ومثيرة للجمهور (معوض، 1986: 200).

4. برامج الترفيه والمنوعات:

تعتبر هذه البرامج من أكثر البرامج التلفزيونية انتشاراً، وتحقق وظيفة أساسية من وظائف التلفزيون المتمثلة في الإعلام والإرشاد والتثقيف والتوجيه من خلال التسلية والترفيه. وهي برامج هادفة، واهم ما يميز هذه البرامج إنها لا تخضع لاشتراطات فنية، كما في الدراما التلفزيونية.

وتعتمد برامج الترفيه بشكل عام على التسلية والإضحاك والموسيقى والأغاني والتمثيليات العائلية الخفيفة الكوميديّة، والكلمة الخفيفة والإيقاع السريع (شلبية ، 2007،مجموعة محاضرات غير منشورة).

5. برامج الإبراز (Feature Programs):

وهو برنامج ذا شكل درامي ومحتوى وثائقي ويقصد بها البرامج التي تتناول شخصية أو حدث أو مفهوم أو قضية أو ظاهرة أو فكرة بتعمق من مختلف الجوانب والزوايا وعرض الموضوع وتغطيته بصورة متكاملة. وتعتمد برامج الإبراز على الحوار والمقابلات والمناقشات والتوثيق والتحليل والتعليق. ويقع هذا النوع من البرامج ما بين الأخبار والتعليقات وهو أعمق من التحقيقات التلفزيونية (القليني والسمرى، 1993:146).

الخدمة الإخبارية في التلفزيون:

تقسم الصحافة الإذاعية في الراديو والتلفزيون إلى ثلاثة مستويات رئيسية:

1. الأخبار -News Bulletins- وهي أساس النشرات الإخبارية في التلفزيون.
2. الآراء ووجهات النظر -Views and Perspectives- وهي أساس برامج التحليلات والتعليقات، وهي برامج دورية تهدف إلى مساعدة المشاهد على تكوين وجهة نظر أو رأي فيا يتعلق بالأخبار وشؤون الساعة، وتفسير مغزى ومعنى الخبر. ومن أمثلة هذه البرامج برنامج ستون دقيقة.
3. الأحداث الجارية وشؤون الساعة -Current Affairs- ومنها تستمد البرامج الإخبارية، والمواجهات أو المقابلات التلفزيونية والتحقيقات (الريبورتاج). والتحقيق الإذاعي في التلفزيون يقوم على الموضوع والشخصية أو يقوم على الموضوع

والشخصية معا كما يقوم على الخبر والرأي والحدث (شلبية، 2007، مجموعة محاضرات غير منشورة).

مفهوم الخبر التلفزيوني:

عرف الدكتور فاروق أبو زيد الخبر "هو تقرير يصف في دقة وموضوعية حادثة أو واقعة أو فكرة صحيحة تمس مصالح أكبر عدد من القراء وهي تنثير اهتمامهم بقدر ما تساهم في تنمية المجتمع وترقيته" (أبو زيد، 1998:83).

أي إن الخبر كل ما يحدث ويقع في إطار اهتمام القارئ أو المستمع أو المشاهد. والخبر فكرة أو حدث أو رأي يقع في وقت معين ويرتبط بإهتمامات أو يثير إهتمامات الجمهور بشكل عام.

إن خبر التلفزيون هو صورة الخبر، ومهمته أن يجعل المشاهدين يرون الحدث، أي إن كاتب الخبر التلفزيوني يدع الصورة تصف الحدث للمشاهدين، فالصورة تؤدي مهمة كبيرة في إيضاح الفكرة الأساسية للموضوع. والخبر التلفزيوني وحده متماسكة وبناء متجانس الأجزاء له إستهلال و متن وخاتمه، وهذا البناء يتطور من الذروة التي تكون عند الإستهلال إلى الأسباب ثم إلى الآثار (جواد، 2001:206).

لقد ساعدت التطورات التكنولوجية إلى تطور الخدمة الإخبارية في التلفزيون كما ساعد البث المباشر بواسطة الأقمار الاصطناعية على إعطاء أبعاد جديدة للخدمة الإخبارية مما أدى إلى إعادة النظر في مفهوم الخبر نفسه " من شيء حدث إلى شيء يحدث في نفس اللحظة أو حدث نشاهده وهو يقع" (شريف، 1999: 165).

القيم الإخبارية في التلفزيون:

إن قيم الأخبار في وسائل الإتصال تكاد تكون واحدة عدا التلفزيون وذلك للظروف الخاصة بالتلفزيون. ومن أهم هذه القيم:

1. قيود الوقت: وتعني التدقيق في إختيار الأخبار والتوجه إلى جوهر الأمر، فأكثر أخبار اليوم أهمية وحدها التي تجد طريقها إلى العرض الإخباري. فأخبار التلفزيون اقل بقليل من أخبار الصفحة الأولى بالصحيفة. وإن زيادة وقت النشرة الإخبارية في التلفزيون متعذر في التغطيات الإخبارية اليومية، إلا في الظروف الاستثنائية، ولكن في الظروف العادية فأن وقت النشرة مقيد ومحدد، وهذا يتطلب مهارات فنية دقيقة في مجالات التصوير والتسجيل الصوتي والمرئي والمونتاج (شلبية، 2007، مجموعة محاضرات غير منشورة).

2. موعد البث: أي الزمن المحدد لبث النشرة الإخبارية، ويعتبر موعد البث عاملاً رئيسياً في تحديد أسلوب العرض وخصائصه بناء على نوعية المشاهدين، فأخبار الظهيرة معظم مشاهديها من ربات البيوت، فيجب أن يتفق العرض الإخباري مع إهتمامات وأذواق الجمهور المحتمل (معوض وعبد العزيز، 2000:206).

وجمهور المساء المبكر هو جمهور عائلي شامل له إهتمامات فائقة التعدد على عكس جمهور السهرة الذي معظمه من النخبة ويكونوا أكثر تهيئاً لتقبل تقارير ونشرات معمقة أكثر.

3. العناصر المرئية في التلفزيون: هي في التلفزيون وحده دون وسائل الإتصال الأخرى حيث يعتمد على الصورة المتحركة وأبرز قيمه الإخبارية قائمة على هذه الحقيقة. إضافة إلى قدرة التلفزيون على إستحداث ردود عاطفية ونفسية في إطار سياق واقعي ويعزى إلى

هذه القدرة التأثير الأكبر لأخبار التلفزيون وكذلك جانب كبير من الجدل الذي تولده، فهي صورة متحركة بأكثر من معنى. وان التلفزيون يعطي الأولوية إلى الأخبار المغطاة بمادة فلميه أو مصورة، فالصورة المتحركة في التلفزيون تحقق أهدافها بفاعلية كبيرة، وتؤكد عنصري الحوار والمشاركة والتركيز على التفاصيل المرئية، ويتميز التلفزيون بأنه يقدم صوراً حالية متحركة تتجاوز بالمشاهد حدود الزمان والمكان كما تتخطى حاجز الأمية، ويكتسب التلفزيون قيمته الإخبارية اعتماداً على هذه الحقيقة (معوض وعبد العزيز، 2000:65).

4. الأهمية والدلالة: أي أهمية الخبر ودلالته بالنسبة للمشاهدين فكلما كان الخبر يرتبط باهتمامات المشاهدين أو ما يؤثر على حياتهم اليومية يزيد من قيمة الخبر وأهميته ودلالته بالنسبة للمشاهدين . والدليل على ذلك المقابلة التي أجراها ادوارد مارو من شبكة C.B.S مع عالم الذرة المعروف ريبورت أوبنهايمر حيث وجه له سؤالاً في المقابلة وهو هل وصل التطور في الأسلحة النووية إلى الحد الذي يدمر البشرية (تدمر نفسها بنفسها) ولمدة 45 ثانية ظل عالم الذرة يفكر ملياً بالسؤال ولم يقاطعه مارو وساد الصمت لمدة 45 ثانية ثم أجاب قائلاً : ليس تماماً. فأن 5 ثواني من الصمت على شاشة التلفزيون تعتبر لا نهاية فكيف تسعة أضعاف هذه المدة.

فكانت لحظات الصمت من أمتع اللحظات وأهمها وذلك لمعرفة مصير البشرية مما جعل المقابلة في غاية الأهمية، لتفهم المخرج الموقف في إبقاء الكاميرا على عالم الذرة وهو يفكر ملياً، وتفهم المذيع بعدم المقاطعة فقد كانت هذه اللحظات صورة متحركة بالمفهوم التقني فقط وكان الانفراج بالإجابة عندما طمأن المشاهدين بأن مصير البشرية في تطور الأسلحة النووية قد تأجل إلى حين (شلبية، 2007، مجموعة محاضرات غير منشورة).

5. الشخصية: وهو مقدم النشرة الإخبارية، وهو الشخص الذي لا يمكن الإستغناء عنه في أخبار التلفزيون، ومهما كان مقدم النشرة موضوعيا في التقديم والطرح إلا أنه في النهاية إنسان له وجه يشاهد وآراء ومعتقدات تحدد مقام الصوت وتعابير الوجه. لذلك فإن مقدمي الأخبار غالباً ما يشكلون الأخبار وفقاً لآرائهم ومعتقداتهم. وتبرز هنا طغيان الشخصية على أسلوب ومحتوى العرض الإخباري، مما جعل منها نجماً (معوض وعبد العزيز، 2000:202).

كيفية كتابة أخبار التلفزيون:

يقول وليام سمول نائب رئيس محطة CBS الأمريكية (Columbia Broadcastin System): إن الكاتب الذي يكتب للتلفزيون ينصب تفكيره في الكيفية التي سيكون عليها وقع الكلمات المصاحبة للصورة على أذن وبصر المشاهد، ولذلك فإنه لا بد أن تكون المادة الإخبارية التي تعد للتلفزيون من السهل على المذيع أن يقرأها وأيضاً من السهل على المشاهد أن يفهمها (هستر، 1988:173).

فعند كتابة أخبار التلفزيون، هناك مجموعة من الخصائص يجب أن تراعى:

1. البساطة والوضوح-Simplicity and Clarity- : أي الابتعاد عن إستخدام التراكيب الصعبة، والزخرفة اللغوية والمصطلحات الغريبة والأرقام الطويلة. فمحرر أخبار التلفزيون يخاطب جمهور غير متجانس، لذا يجب أن يتميز أسلوبه بالبساطة والوضوح، وإستخدام لغة مباشرة ومفهومة وعدم إعطاء أكثر من احتمال لمعنى المصطلح الواحد. وإستخدام الجمل القصيرة والبسيطة لجعل القصة الخبرية سهلة ومفهومة (شلبية، 2007، مجموعة محاضرات غير منشورة).

2. خاصية التحدث: يسعى مذيع النشرة الاقتراب من مشاهديه وإشراكهم في الحديث بأسلوب حوارى تلقائى (Conversational) بعيدا عن التكلف والشكليات. إن حديث التلفزيون يتسم بالبساطة والوضوح والتلقائية، وإن أفضل المحررين الذين يستطيعون أن يكتبوا بنفس الأسلوب الذي يتحدثون به (جواد، 2001:109).
3. الإيجاز والإختصار-Brevity- : وبحكم قيود الوقت في التلفزيون أصبح عنصر الإيجاز أكثر أهمية وأكثر التزاماً في الجوهر، وعدم إعطاء التفاصيل الزائدة التي لا تؤثر في حذفها على جوهر القصة الخبرية، أي التركيز على أكثر الأفكار أهمية (شلبية، 2007، مجموعة محاضرات غير منشورة).
4. التطابق بين الصوت والصورة: أن يكون هناك إنسجام وتوافق بين التعليق والصورة، أي أن يكون السرد الإخباري مرافقاً ومرتبطاً بالصورة، فلو كان الوصف بالكلمات مختلفاً حتى ولو إلى حد ضئيل عن الصورة التلفزيونية فإن المشاهد يميل إلى تصديق الصورة وعدم الوثوق بالكلمة (جرين، 1972:126).

بناء النشرة الإخبارية:

تتكون نشرة أخبار التلفزيون من مجموعة من القصص الإخبارية (News Story) التي أصبحت الشكل السائد للخدمات الاخبارية المصورة، يتخللها مجموعة من الأخبار القصيرة والمتفرقة والتي يتم ترتيبها بشكل متسلسل، ويعتبر تنسيق الأخبار وترتيبها داخل نشرة أخبار التلفزيون بمثابة المفتاح الذي يكسبها فعالية وأهمية فائقة. وللنشرة الإخبارية إيقاع وإسلوب وشخصية خاصة (معوض، 1986:145).

وتبدأ نشرات الأخبار بالتلفزيون "بتتر" مصور مصحوب بلحن موسيقي مميز يهدف إلى تمييزها عن البرامج الأخرى، وكذلك لإثارة إهتمام المشاهد لمتابعة نشرة الأخبار، كما يضيف إليها عنصر التشويق. وللنشرة الإخبارية بداية ووسط ونهاية، وتلعب العناصر والقيم الإخبارية دوراً هاماً في بناء نشرات الأخبار، ولكل نشرة إخبارية تلفزيونية قصة إخبارية هامة تنصدها، وتعطي هذه القصة الخبرية أهمية خاصة للنشرة. وتتطلب كل قصة خبرية وحدة درامية في بنائها، وتتبع في العادة تسلسل مكون من ثلاثة أجزاء: الذروة والسبب ثم الأثر. وترتب النشرة حسب أهمية أخبارها، بمعنى ان تبدأ بالأخبار التي تهم المشاهدين، وتعتبر مقدمة النشرة أهم خبر مصور فيها (معوض وعبد العزيز، 160:2000).

إن النظرية الأساسية في ترتيب نشرة الأخبار ان تكون عرضاً كأى برنامج، وليس مجرد خليط من الأخبار لا يربط بينها رابط ، وانما بناء عضوي له كيان مكتمل ويجب أن توزع الأخبار الهامة بين فقرات النشرة المختلفة. والهدف من ذلك شد إنتباه المشاهدين ومتابعتهم للنشرة (كرم شبلي، 74:1973). ولا بد أن تكون هناك فترة راحة بين الأخبار الجادة التي تتطلب تركيزاً من المتلقي، فتزاحم الأخبار يؤدي إلى إرهاق المشاهدين، فلا بد من أخبار خفيفة تتخلل الأخبار الجادة (الحسيني، 103:2005).

لا نستطيع أن نقول الكثير عن شيء واحد فمن الأفضل أن نقول القليل عن أشياء كثيرة وهذا يعني ان النشرة الإخبارية في التلفزيون لا تستطيع التعمق في التفاصيل وإنما أكثر التزاماً بالجواهر. لذلك إشتهرت الصحيفة الأمريكية (بول هوايت) في كتابة وبناء النشرة الإخبارية في الراديو والتلفزيون، والتي تنص على:

1. قل لهم ما ستقوله لهم -Tell them what you are going to tell them-.

2. قل لهم -Tell them-.

3. قل لهم ماذا قلت لهم -Tell them what you have told them-.

أي إعداد موجز في البداية، وماذا سيرد في النشرة من أخبار وكذلك موجز في النهاية، وعرض مفهوم القصة الخبرية في المتن. وهذا يجعل النشرة الإخبارية سهلة وجذابة مع مراعاة البساطة والوضوح، وإن تبدو الأخبار كما لو كانت تحدث الآن من خلال الفورية المطلقة وإستخدام صيغة الفعل المضارع (شلبية، 2007، مجموعة محاضرات غر منشورة).

تستخدم هود Leona Hood منتجة الأخبار السابقة في محطة KUSA-TV من شبكة ABC الأمريكية (Amarican Broadcast Corporation) مبدأً what in it for me? عندما تكتب نشرة تلفزيونية، أي ما الذي يخصني في النشرة ويرمز me إلى المشاهد. تقول هود "أهم شيء في البث هو أن لدى الناس فرصة واحدة فقط لسماع ما تقوله. فإذا فاتك شيء فأمامهم العديد من الخيارات في أيام تعدد القنوات لذلك يجب أن تتضمن كل جملة شيئاً ما، يثير إهتمامهم، قل شيئاً عن هذا الخبر يجعلهم يبدون اهتماماً".

وتقول أيضاً "حتى إذا كنت تصل إلى مئات الآلاف من المشاهدين حاول أن تتحدث إليهم على مستوى فردي".

وإن إحدى طرق الكتابة الشفافة هي أن تكتب جملاً بسيطة اجعل الفاعل قريباً من فعله وتجنب ذكر العبارات والجمال الزائدة عن الحاجة. إن تبسيط الأشياء للمشاهد ليس بالعمل السهل بالنسبة للكاتب فأنت تجمع من المعلومات أكثر بكثير مما تستخدم. تقول هود "في الكتابة للتلفزيون أحد القرارات أهمية هو ليس ما ستضعه بالخبر وإنما ما الذي ستهمله، إن عملك هو إعطاء الجوهر من أهم الأشياء".

يدير مقدم النشرة العرض الإخباري ويقوم بالربط بين خبر وآخر ومقدم النشرة هو الشخصية الأساسية والعنصر الوحيد الذي لا يمكن الإستغناء في أخبار التلفزيون. وهذه

الشخصية الأساسية يجب أن تكون غير متكلفة حتى لا يملها المشاهد، ولا يكتفي أن يتمتع قارئ النشرة بصوت جيد بل إن العنصر المهم هو أن يكون بارعا في البساطة وقراءة النص بأسلوب يوحى للمشاهدين انه هو معدده وصاحبه (مرزوق، 1981 : 201).

نهاية نشرات الأخبار:

تعتبر نهاية نشرات الأخبار في التلفزيون من اللحظات الهامة التي تستحوذ على الإهتمام الكبير للمشاهدين بأن يقدموا موجزاً مصوراً لأهم الأخبار التي تتناولها نشرة الأخبار قبل نهاية النشرة ، وتعد النشرات الرياضية من أمتع الفقرات التي تقدم في نهاية نشرات الأخبار لما تتميز به من الحركة والسرعة والحيوية ، كذلك يرى البعض أن الأخبار الخفيفة تعبير عن الأخبار الطريفة والشيقة التي تجذب إنتباه المشاهدين (عبد القادر، 1972 : 263).

والشكل النهائي الذي تظهر عليه النشرة الإخبارية يعبر عن مدى إبداع ومهنية المخرج وخبرته، لذلك فإن معظم المحطات التلفزيونية تحرص على أن يتولى تنفيذ نشراتها الإخبارية مخرجون مهرة ومحترفون. بإعتبار أن النشرات الإخبارية تمثل فقرات هامة لدى معظم المحطات كتقارير المندوبين أو إستخدام وسائل إيضاحية مرئية أو بالتعليق الصوتي للمادة الخبرية (معوض وعبد العزيز، 2000:177).

أهمية الخبر المحلي:

فالمشاهد يهتم بالأخبار الأقرب فالأقرب والخبر المحلي يكون موضع إهتمام وإنتباه أكبر قاعدة محلية وهو الخبر الذي يتناول القضايا المحلية ويرى عالم الإتصال والبرشرام أن نسبة

الأخبار المحلية تتراوح في وسائل الإتصال ما بين 60-90% وإن القليل الذي يرد من الخارج وله دلالة لان معظمه يأتي من الدول المتقدمة إلى الدول النامية بالرغم من إنتشار الأقمار الصناعية التي من شأنها زيادة التوازن الإخباري (معوض وعبد العزيز، 2000: 161_162).

أهمية الأسلوب الدرامي في أخبار التلفزيون:

تحتاج نشرات أخبار التلفزيون إلى خبرة ومهارة لتقدم بشكل ناجح ولتجذب إنتباه المشاهدين، وتستحوذ على إهتمامهم، ويعتبر الأسلوب الدرامي الخفيف من أفضل أساليب جذب إنتباه المشاهدين ويمكن عن طريق إستخدام الأخبار الطريفة والخفيفة جذب إهتمام وإنتباه المشاهد، فمن خلال هذه الأخبار يمكن الإحتفاظ بالمشاهد طوال العرض الإخباري، وكثيراً ما تتضمن القصص الاخبارية الهامة والساخنة مواقفًا درامية، تزيد من تقرب المعاني المجردة للموضوعات السياسية أو الإقتصادية أو الإجتماعية، لذلك فإن أخبار التلفزيون تتطلب دراما أكثر جودة ومغزى وصدق (معوض، 1994:111).

مصادر الأخبار في التلفزيون:

تتعدد مصادر الأخبار في التلفزيون، وكون التلفزيون وسيلة مرئية فانه يعتمد بالأساس على مصادر الأخبار المصورة ويشارك باقي وسائل الإتصال في الحصول على الأخبار غير المصورة من مصادرها التقليدية. ومن أهم مصادر الأخبار في التلفزيون:

1. طاقم التغطية الإخبارية التلفزيونية - TV. News Crew -: ويتكون طاقم التلفزيون من

المندوب أو المراسل سواء المحلي أو الخارجي بالإضافة إلى طاقم التطوير. ويقوم طاقم

التغطية بتغطية أهم الأحداث وإعداد الرسائل والقصص الإخبارية وتزويد المحطة التلفزيونية بها (عقاد، 1998:134).

2. وكالات الأنباء العالمية المصورة-International News Film Agencies:- تعتبر وكالات الأنباء العالمية المصورة مصدراً أساسياً من مصادر الأخبار في التلفزيون، وتقدم وكالات الأنباء تغطية للأحداث العالمية الهامة. وأصبحت الشريك الكامل في عملية التبادل الإخباري اليومي، وأصبحت المصدر الرئيسي للأخبار المصورة لليوروفيزيون (إتحاد الإذاعات الأوروبية) (معوض وعبد العزيز، 2000:110).

3. التبادل الإخباري-News Exchange:- بدأ التبادل الإخباري في أوائل الخمسينيات من القرن الماضي وكان بين بريطانيا وفرنسا، أما الربط الرسمي في مجال التلفزيون بدأ في أوائل الستينات، حيث تم إنشاء شبكة يوروفيزيون التي تعتبر وليدة الاتحاد الإذاعي الأوروبي وتقوم بدور (المقاصة) أي وسيط يستقبل الأخبار الفلمية المصورة من الوكالات الفلمية العالمية ثم يعمل على تزويد محطات الدول الأعضاء والمشاركين بالأخبار الفلمية المصورة. (امام، 1975:93).

4. هناك مصادر أخرى للتبادل الإخباري، مثل وكالات الأنباء الصحفية (رويترز، الفرنسية، الاسوشيتدبرس...). لكن التلفزيون يقوم بإعادة صياغة الخبر الصحفي من جديد ليتلائم مع طبيعة التلفزيون. وهناك مصادر أخرى مثل المندوبون الدائمون والمصورون بالقطعة، ودوائر العلاقات العامة في المؤسسات المختلفة، والدوريات المتخصصة (معوض وعبد العزيز، 2000: 144-145).

القنوات الإخبارية المتخصصة:

لقد برزت ظاهرة القنوات المتخصصة الإخبارية والرياضية والفنية في عقد التسعينيات من القرن الماضي وجاءت القنوات الإخبارية نتيجة الحاجة الملحة للأخبار كظاهرة متنامية في كل المجتمعات. ومن أهم هذه القنوات:

1. قناة CNN الأمريكية (Cable News Network): لقد تغيرت عملية جمع الأخبار والمعلومات عالمياً بسبب ظهور شبكة الأخبار السلكية (CNN) التي تأسست عام 1980. فتغيرت أنماط المشاهدة من النمط القائم على نشرة الأخبار الرئيسية التي تستغرق ثلاثين أو ستين دقيقة إلى النمط الذي يقدم الأخبار وبرامج الشؤون العامة من وجهات نظر وطنية وعالمية على مدار الأربع والعشرين ساعة (ميكافيلي، 2005:198).
- وأصبحت قناة CNN أول شبكة إخبارية عالمية كاملة تعمل على مدار اليوم وتقوم بنقل الأخبار إلى المشاهدين في جميع أنحاء العالم، وقد كانت الأقمار الصناعية القوة التقنية الرئيسية وراء هذا النجاح. وبدأ عهد جديد في العمل الإخباري بعد أن أصبحت الحدود الوطنية غير ذات قيمة في عصر الأقمار الصناعية وشبكات الكابيل. وكانت CNN وسيلة الاتصال الأولى في العالم التي تقدم تغطية حية لحرب الخليج الثانية عام 1991 (ميكافيلي، 2005: 200-201).

2. قناة الجزيرة الإخبارية: تهتم هذه القناة بالتغطية الإخبارية باللغة العربية بالدرجة الأولى كما تسعى إلى تغطية الأحداث وتحليلها من خلال عدة محاور. فهي تقدم نشرات وموايز إخبارية على مدار الساعة مع التحليل من خلال شبكة من المراسلين المنتشرين في عدد من عواصم دول العالم.

كما تقدم أخبار المال والأعمال والأخبار الرياضية والبرامج التعليمية والثقافية. وبرزت قناة الجزيرة التي تأسست في دولة قطر عام 1996 خلال الحرب الأخيرة على أفغانستان والعراق. وللجزيرة سبق في العديد من الأخبار وأصبحت مصدراً للعديد من المحطات التلفزيونية في العالم.

ونتيجة لتركيز محطة CNN على بث الرؤية الأمريكية للأحداث الدولية بشكل أساسي، بدأت بعض الدول لتطوير بدائل لشبكة CNN، ومن أبرز هذه البدائل تلفزيون هيئة الإذاعة البريطانية (British Broadcasting Corporation) BBC. وشبكة Euro News التي تم إنشاؤها لتقديم الرؤية الأوروبية في الأخبار العالمية الكبرى تتركز في الدول العظمى. لذلك هي تقدم رؤية هذه الدول في الأخبار التي تغطيها. وتعمل بشكل تجاري عن طريق جذب أكبر عدد من المشاهدين، لزيادة قدراتها التجارية وخدمة شركات الإعلان العالمية. ونادراً ما تغطي أخبار الدول النامية وإن فعلت ذلك فإنها تغطي أخبار الانقلابات العسكرية والكوارث والزلازل (ميكافيلي، 2005: 234-235).

التلفزيون الأردني النشأة والتطور:

بدأ التفكير بإنشاء محطة تلفزيونية منذ عام 1964، فخصصت الحكومة ميزانية لإجراء دراسة جدوى للمشروع التي قام بها فريق دولي من الخبراء والمستشارين وقد نصح هؤلاء بإقامة محطة تلفزيونية بداية في عمان، وفي عام 1965 اقترح مجموعة من رجال الأعمال المحليين إنشاء محطة تلفزيونية في الأردن على غرار تلفزيون لبنان، وأن يقوم هذا الإنشاء على أسس تجارية مع السماح للحكومة بقدر كبير من الإشراف على برامج التلفزيون.

وافق مجلس الوزراء الأردني على الخطة المقترحة من قبل رجال الأعمال، لكن عند دراسة البرامج المقترحة، كان أغلبها ترفيهية، فأخذت الحكومة على عاتقها إنشاء محطة تلفزيونية حكومية (Boyd, 1982: 90-91).

ومن أجل إخراج التلفزيون الأردني إلى حيز الوجود، شكل مجلس الوزراء الأردني لجنة وزارية عليا عام 1965 سميت "اللجنة العليا المشرفة على مشروع التلفزيون" ويتلخص واجب اللجنة في الإشراف على كافة الأعمال والمتابعة المطلوبة لإنجاح مشروع التلفزيون. وقررت اللجنة الحكومية توزيع عطاء التلفزيون بين خمس شركات عالمية. كما أقر مجلس الأمة الأردني القانون المؤقت للتلفزيون لسنة 1966، والذي نص على أن يعهد تأسيس وتشغيل التلفزيون إلى مؤسسة تملكها الحكومة هي مؤسسة التلفزيون الأردني. وتم وضع حجر الأساس لمبنى التلفزيون في 1966/7/11 كما تم تعيين محمد كمال مديراً عاماً لمؤسسة التلفزيون اعتباراً من 1966/11/1 (نصار، 2007: 209).

وقد تعاقد التلفزيون الأردني مع مؤسسة إستشارية للقيام بمهام تدريب كوادر التلفزيون في مجالات الإنتاج والبرامج وإعداد الفنانين في مختلف المجالات اللازمة لتشغيل محطة التلفزيون، لذلك فقد تم إيفاد عدد من موظفي التلفزيون الأردني في دورات تدريبية إلى عدة دول أوروبية والولايات المتحدة الأمريكية وكذلك إلى لبنان الذي قد أنشئ التلفزيون فيه عام 1956. وكان إعتقاد التلفزيون الأردني واضحاً في الحصول على البرامج التي يقدمها من عدة دول هي مصر ولبنان للبرامج العربية، ومن الولايات المتحدة وبريطانيا وفرنسا للبرامج الترفيهية والثقافية (نصار، 2007: 210).

لقد أخرجت حرب حزيران عام 1967 افتتاح التلفزيون الأردني ، فقد احتلت اسرائيل الضفة الغربية، وتعرض الاردن إلى مشاكل سياسية وعسكرية وإقتصادية أدت إلى تحويل إنتباه الحكومة عن التلفزيون (91: 1982, Boyd).

وأصبحت محطة التلفزيون جاهزة لاجراء البث في 17 من شباط 1968 ودامت تجربة البث الاولى تسعين دقيقة في اليوم الاول وبقيت كذلك حتى نهاية شهر نيسان من عام 1968 وقد كان عدد العاملين في التلفزيون الاردني آنذاك 89 موظفا واستديو واحد مساحته 2م70 ووحدة للسينما وجهازي فيديو تيب وجهاز ارسال بقوة 128كيلوواط (جرار، 1997: 109).

باشر التلفزيون الأردني بثه من منطقة أم الحيران قرب العاصمة عمان في 28/نيسان عام 1968 لمدة ثلاث ساعات يوميا في فترة المساء وعلى قناة واحدة وباللونين الأبيض والأسود، ثم زيد البث إلى أربع ساعات ونصف يوميا في العام التالي (الموسى، 1986: 278).

وقد واجه التلفزيون الاردني في بداية تأسيسه صعوبات جمة من أبرزها:

جاء إنشاء التلفزيون الأردني مواكبا لنكسة عام 1967 وما حملته من أثار مادية ونفسية على الاردن والشعب الأردني وبالتالي لم يعد هناك أجواء مناسبة لإنشاء مؤسسة ثقافية وفنية كالتلفزيون. كذلك إرتفاع الكلفة المالية للتلفزيون سواء في مرحلة التأسيس أو أثناء التشغيل وعدم توفر الكادر البشري المهني والمتخصص بشكل كافٍ (جرار، 1997 : 111).

وبالرغم من ذلك فقد شهد التلفزيون الاردني منذ تأسيسه تطورات عديدة فقد تم البدء بعمليات البث المباشر والنقل الخارجي عام 1970 وبدأ التلفزيون التربوي في عام 1971 وتم إنشاء محطات ارسال عديدة لتوسعه البث وأصبح بالإمكان التقاط شارة التلفزيون في جميع انحاء المملكة بالإضافة الى فلسطين وقد بلغ عدد محطات الارسال 42 محطة.

وقد خطى التلفزيون الأردني خطوة مهمة عندما بدأ بالبث الملون عام 1974، وأصبح لديه ثلاثة استوديوهات يتم فيها إنتاج وتصوير البرامج المحلية والمسلسلات وبرامج المنوعات. إرتبطت استوديوهات التلفزيون الأردني مع العالم الخارجي من خلال المحطة الأرضية للأقمار الصناعية في البقعة التي أنشأت عام 1972 ولاحقا تم إنشاء محطة عمره داخل مبنى التلفزيون حيث تتصل مع القمر الأوروبي والدولي والآسيوي والعربي (نصار، 2007:348).

أما بخصوص طبيعة البرامج المختلفة ونسب المضامين وتوزيعها التي كان يبثها التلفزيون الأردني في السنوات الأولى من بثه في عام 1972، كانت على النحو المبين في الجدول التالي (الموسى، 1986:279) :

جدول رقم (1)

مضامين برامج القتال العام في التلفزيون الأردني الأسبوعية عام 1972

النسبة المئوية	عدد ساعات البث	المضمون
41,7%	21,50	1. برامج اجتماعية وترفيهية
15,5%	8,05	2. برامج ثقافية
10,8%	5,40	3. برامج أطفال
9%	4,40	4. برامج إخبارية
8%	4,10	5. برامج دينية
4%	2,15	6. برامج الرياضة والشباب
4%	2,10	7. برامج منوعات
4%	2,00	8. خدمات عامة
3%	1,25	9. برامج تنموية
100%	52,15	المجموع

وفي عام 1972، تم البث من قناة جديدة، وهي القناة الثانية والتي تبث برامجها باللغة الانجليزية والتي تم إستيراد برامجها بصفة أساسية من الولايات المتحدة الأمريكية والمملكة

المتحدة، فأصبح التلفزيون الأردني يتألف من قناتين، الأولى وهي البرنامج العام والذي يقدم برامجه باللغة العربية عبر القناة الأولى، والثانية هي البرنامج الأجنبي، والذي يقدم برامجه عبر القناة الثانية. وتتوعد البرامج الأجنبية والتي تتضمن الأفلام الوثائقية والروائية والمسلسلات وأعمال التأليف الدرامي ونشرات أخبار باللغات الأجنبية المختلفة وخصوصاً الإنجليزية والفرنسية والعبرية (Boyd, 1982:92).

ويتوحد بث القناتين الأولى والثانية عند بث نشرة الأخبار الرئيسية باللغة العربية والتي تبث الساعة الثامنة مساءً وتستمر عادة حوالي نصف ساعة، وأحياناً يتم توحيد البث في القناتين لبث الأحداث الخاصة أو الطارئة (Boyd, 1982:93).

وللمساهمة في تغطية حاجات التلفزيون الأردني من البرامج المختلفة، تم إنشاء " الشركة الأردنية للإنتاج التلفزيوني والإذاعي والسينمائي " وذلك في عام 1982، وهي شركة مستقلة جاءت كشراكة بين القطاع العام والخاص، وأنتجت الشركة العديد من البرامج المختلفة والمسلسلات التي تم تسويقها محلياً وعربياً (الموسى، 1986:280).

في عام 1985 تم دمج الإذاعة والتلفزيون في مؤسسة واحدة سميت بمؤسسة الإذاعة والتلفزيون وصدر قانون جديد ينظم عمل هذه المؤسسة. وكان التلفزيون الأردني أول تلفزيون عربي يدخل نظام "التيلتيكست" المجلة المرئية، وهي عبارة عن جريدة تلفزيونية تهدف لإيصال المعلومات للمشاهدين عبر الشاشة كأخبار وأقوال الصحافة والرياضة المنوعة وحركة الطيران وأسعار البورصة وحالة الجو وكان ذلك في عام 1986 (جرار، 1997: 120).

وفي 1993/4/27 تم افتتاح القناة العربية الأردنية، لتقوم ببث جلسات مجلس الأمة الاردني بالإضافة لبث أهم الأحداث الرياضية المحلية والعالمية . وفي شهر كانون ثاني عام 2001 تم دمج القناة الأولى والثانية في قناة واحدة وخصصت القناة الثالثة لبرامج الأطفال

صباحاً ، والأفلام بعد الساعة السادسة مساءً (مقابلة مع مدير التلفزيون الاردني، هالة زريقات، بتاريخ 2008/6/19).

قنوات التلفزيون الأردني (2008):

يضم التلفزيون الأردني أربع قنوات وهي:

✳ القناة الرئيسية.

✳ قناة الأفلام.

✳ القناة الفضائية الأردنية.

✳ القناة العربية الأردنية.

القناة الرئيسية:

وتقدم البرامج الإخبارية والثقافية والوثائقية والتعليمية والترفيهية والأفلام العربية والأجنبية والمسلسلات. والنشرات الإخبارية باللغات العربية والإنجليزية والفرنسية وتركز القناة الرئيسية في برامجها على القضايا المحلية التي تحظى باهتمام غالبية افراد المجتمع الأردني ومن هذه البرامج:

يوم جديد: وهو برنامج صباحي يبث على الهواء مباشرة يوميا عدا يوم الجمعة ويبدأ بث البرنامج من الساعة صباحا وحتى العاشرة صباحا . ويتضمن البرنامج نشرة أخبار وموايز إخبارية ويتناول البرنامج قضايا إجتماعية وصحية وبيئية وإقتصادية ودينية وإرشادية . واعتبارا من 2008/4/1 تم تقسيم برنامج يوم جديد الى جزئين، الجزء الأول يتضمن تقارير ميدانية كالوضع المروري اليومي، وكذلك إستضافة

مسؤول، أما الجزء الثاني الذي يبدأ عند الساعة الثامنة والنصف ولغاية الساعة

العاشرة صباحاً، يتضمن فقرات متنوعة ورياضية تهتم بالأساس ربات البيوت.

برنامج يحدث اليوم: وهو برنامج يبث على الهواء مباشرة. يبث بعد الساعة العاشرة صباحاً،

ويعنى بمتابعة أبرز القضايا المحلية كبرنامج خدمة عامة ويقوم بمتابعة

ميدانية لأهم الفعاليات والأنشطة المستجدة والمتعلقة بشؤون المحافظات.

يسعد صباحك: وهو برنامج يبث على الهواء مباشرة صباح كل يوم جمعة ويقدم فقرات محلية

منوعة من مختلف أنحاء المملكة كما يسلط الضوء على المواهب المحلية

والفنانين المحليين والمناسبات والإنجازات الوطنية. وهو برنامج ترويجي

ويبرز إنجازات الأردن الحضارية وأماكنه السياحية والأثرية وطبيعته المنوعة.

ستون دقيقة: وهو برنامج إخباري يتابع القضايا السياسية والاجتماعية والإقتصادية التي تهتم

المجتمع المحلي ويتضمن نشرة إخبارية ويبث على الهواء مباشرة عند الساعة

الثامنة من مساء كل جمعة.

البرامج الحوارية: وهي مجموعة متنوعة من البرامج التي تهتم بعدد كبير من قضايا الشباب

والقضايا الاجتماعية والسياسية كبرنامج ملفات سياسية والبرنامج الإقتصادي

ووجهها لوجه والبرنامج الصحي وحوارات الدكتورة نجوى، وبرنامج الحكي

إلنا.

البرامج الرياضية: كبرنامج المجلة الرياضية الذي يبث على الهواء مباشرة من بعد ظهر كل

يوم جمعة وكذلك النشرات الرياضية التي تبث يومياً والتي تهدف الى متابعة

الأحداث والمسابقات الرياضية المحلية والإقليمية والدولية.

البرامج الدينية (كبرنامج جدد حياتك وأسألوا اهل الذكر): هي مجموعة متنوعة من البرامج

التي تهتم بعدد كبير من القضايا الاسلامية والاجتماعية من وجهة نظر اسلامية

وترد على اسئلة واستفسارات المشاهدين وتقدم لهم النصح والارشاد.

والجدول التالي يبين الأنماط البرمجية المقدمة على القناة الرئيسية وعدد ساعات البث

الإسبوعية في احصاء قامت به دائرة الاحصاءات العامة عام 2006.

القناة الفضائية الأردنية:

بدأت بالبث في شباط عام 1993 ويصل بثها إلى كافة الدول العربية وجنوب أوروبا

وتركيا وغرب إيران وبعض دول إفريقيا. وتبث القناة الفضائية الأردنية معظم برامج القناة

الرئيسية إضافة إلى البرامج الخاصة ومناقشات مجلس النواب والأحداث الهامة كالسياسية

والثقافية والرياضية، والنشرات الإخبارية بعدة لغات. ويصل عدد ساعات بثها اليومي أكثر من

ثمان عشرة ساعة. وتهدف القناة إلى إيصال صوت الأردن ووجهة نظره إلى العالم الخارجي.

القناة العربية الأردنية*:

تم افتتاحها في 1993/4/27 لتقوم ببث جلسات مجلس الأمة الأردني بالإضافة لبث أهم

الأحداث الرياضية، المحلية والعالمية.

* تم الغاء القناة العربية الاردنية وقناة الافلام الاردنية في 2008/4/1 ضمن اعادة هيكلة مؤسسة الاذاعة والتلفزيون لعام 2008. (مقابلة مع مدير التلفزيون الاردني، هاله زريقات بتاريخ 2008/6/19)

قناة الأفلام الأردنية:*

بدأت هذه في البث في حزيران 2001 وهي مشروع مشترك بين التلفزيون الأردني والقطاع الخاص. وتبدأ البث في فترة الظهيرة ببث برامج الأطفال وأفلام الكرتون حتى الساعة السادسة مساءً حيث تبدأ ببث الأفلام الأجنبية والإنجليزية والفرنسية .

الخدمة الإخبارية في التلفزيون الأردني:

تحظى نشرات الأخبار التلفزيونية في اي محطة تلفزيونية باهتمام ومتابعة مستمرة من قبل المشاهدين لانها النافذة التي يطل من خلالها المشاهدون على العالم ومعرفة ما يجري من أحداث ووقائع. لذلك خصص التلفزيون الأردني فترات إخبارية عديدة على شكل نشرات وباللغات العربية والإنجليزية والفرنسية وبأوقات مختلفة ومتقاربة وعلى شكل نشرات رئيسية وموجزة ومواجيز للأخبار وذلك لإطلاع المشاهد على آخر التطورات المحلية والإقليمية والعالمية (نصار، 2007:211).

وتحتل نشرات الأخبار في التلفزيون الأردني أهمية بالغة في ظل التنافس الشديد الذي أحدثه البث الفضائي، وتعتبر نشرة الأخبار المرآة التي تعكس النشاطات المحلية والعربية والعالمية من خلال تقديم عرض يومي شامل لأخبار الاردن والوطن العربي والعالم، كما أنها حلقة وصل ما بين المشاهد وما يدور حوله من أحداث (جرار، 1997:135).

وكان هناك نشرتان للأخبار، الاولى وهي رئيسية تقدم عند الساعة الثامنة مساءً والثانية موجزة تقدم عند الساعة الحادية عشرة ليلاً ، اي مع نهاية ارسال التلفزيون الذي كان بثه آنذاك يبدأ من الساعة الخامسة مساءً. ونتيجة لتطور البث التلفزيوني . فقد عمل التلفزيون الأردني على تطوير النشرات الإخبارية التي يقدمها خلال ساعات البث اليومي حيث تعددت النشرات

خاصة في ظل وجود منافسة شديدة من قبل المحطة التلفزيونية الفضائية التي تقدم نشرات إخبارية على مدار الساعة حول آخر الأخبار والأحداث في المنطقة والعالم .

نشرات الأخبار الحالية في التلفزيون الأردني:

النشرات الإخبارية باللغة العربية:

نشرة الساعة السابعة صباحاً وهي نشرة موجزة وتستمر حوالي خمس دقائق تتناول

أهم الأحداث والأخبار وتأتي ضمن برنامج يوم جديد الذي يبث يومياً عدا الجمعة.

موجز الساعة العاشرة صباحاً يتم فيه عرض أهم وآخر الأنباء.

نشرة موجزة في الساعة الثانية عشرة ظهراً يومياً عدا يوم الجمعة، يتم فيها تقديم أهم

وآخر الأخبار المحلية والعربية والدولية وتستمر النشرة الموجزة حوالي خمس دقائق.

برنامج منتصف النهار وهو برنامج إخباري يتناول بالدرجة الأولى القضايا المحلية

وهموم المواطن، ويستضيف شخصيات سياسية وإقتصادية وإجتماعية. ويتضمن البرنامج تقارير

ميدانية محلية إخبارية. ويقدم هذا البرنامج الإخباري عند الساعة الواحدة ظهراً ويستغرق بحدود

ساعة كاملة، وبدأ تقديمه على شاشة التلفزيون الأردني اعتباراً من 2008/6/1

نشرة أخبار الساعة الثالثة عصراً وتبث في كل أيام الأسبوع وهي نشرة مفصلة لآخر

الأنباء والأحداث وتتضمن تقارير إخبارية وتستغرق النشرة حوالي خمس عشرة دقيقة.

نشرة أخبار الساعة السادسة مساءً وهي نشرة محلية تهتم بالأخبار والشؤون المحلية

حيث تتضمن تقارير ورسائل مندوبي المحافظات التي تتناول الأخبار المحلية وهموم الوطن

والمواطنين ويستغرق بثها حوالي خمس عشرة دقيقة وتتضمن هذه النشرة إشارة الصم والبكم.

نشرة الأخبار الرئيسية في الساعة الثامنة مساءً وتعد أهم نشرة يقدمها التلفزيون الأردني وتشمل أهم وآخر الأخبار العالمية والاقليمية من التقارير والمقابلات التي يجريها المندوبون ويستغرق بثها حوالي نصف ساعة وقد تمتد الى ساعة كاملة.

وتحظى نشرة الساعة الثامنة بنسبة مشاهدة عالية، وهي النافذة التي تطل من خلالها الحكومة على الشعب، وتحديد مواقفها تجاه مختلف القضايا المطروحة بإعتبار ان التلفزيون هو مؤسسة حكومية يعبر عن وجهه النظر الرسمية. وتشمل النشرة أخبار وتقارير وتحقيقات ومقابلات تتناول قضايا ومواضيع محلية وعربية ودولية.

ويؤخذ بعين الإعتبار عند إختيار الأخبار مراعاة عدة اعتبارات منها السياسة العامة للدولة والسياسة الإعلامية وأخلاقيات المهنة والوقت ورغبات المشاهدين.

وتتضمن نشرة الثامنة النشرة الإقتصادية المحلية والعربية والدولية. كما وتتضمن ايضا النشرة الرياضية التي تضع المشاهد في صورة آخر وأهم الأحداث والنشاطات الرياضية المحلية والدولية ويتبعها النشرة الجوية.

وهناك مندوبون ومراسلون للتلفزيون الأردني موزعين على كافة محافظات المملكة كما اقام التلفزيون الأردني استديوهات محلية في كل من اربد ومعان والكرك . كذلك يوجد للتلفزيون الأردني مندوبين في كل من بغداد وبيروت وأراضي السلطة الفلسطينية . ويتم احيانا إرسال مندوبين بشكل مؤقت لتغطية الأحداث الهامة كعقد مؤتمرات القمة العربية.

وضمن إعادة هيكلة مؤسسة الإذاعة والتلفزيون تم إعادة النظر بترتيب وتوقيت نشرة أخبار الثامنة مساءً. حيث أصبح هناك نشرة إقتصادية ورياضية ويتبعها النشرة الجوية تقدم عند الساعة السابعة والنصف مساءً تستغرق حوالي ربع ساعة. ثم تقدم نشرة أخبار سياسية محلية ودولية عند الساعة الثامنة مساءً تستغرق حوالي نصف ساعة وتتضمن النشرة الجوية. ويلي هذه

النشرة برنامج حوارى يتناول قضايا تهـم المجتمع المحلي يقدم عند الساعة التاسعة مساءً ولمدة ساعة كاملة ومن هذه البرامج "وطنى حبيبى" يقدم يوم السبت، وبرنامج "ملفات سياسية" يقدم يوم الاحد، وبرنامج دينى يقدم يوم الثلاثاء، وبرنامج نيابى يقدم يوم الاربعاء، وبرنامج ثقافى يقدم يوم الخميس، وبرنامج "الحكى لنا" يقدم يوم الجمعة. (مقابلة مع مدير التلفزيون الاردنى، هاله زريقات، بتاريخ 2008/6/19)

نشرة أخبار الثانية عشرة منتصف الليل الموجزة حيث يتم تقديم عرض إخبارى لأهم وآخر الأنباء والأحداث المحلية والعالمية وتستغرق النشرة بحدود خمس عشرة دقيقة.

ستون دقيقة وهو برنامج يتناول قضايا سياسية وإقتصادية وإجتماعية محلية ودولية ويتضمن نشرة إخبارية موجزة ومجموعة من التقارير والتحقيقات المنوعة. ويستغرق بث النشرة حوالي خمس عشرة دقيقة.

نشرة الأخبار باللغة الفرنسية: يتم تقديم نشرة يومية باللغة الفرنسية عند الساعة الخامسة والنصف مساءً وتتناول أهم وآخر الانباء حيث تستغرق وقتها حوالي خمسة عشرة دقيقة.

نشرة الأخبار باللغة الإنجليزية: يتم تقديم نشرة يومية باللغة الإنجليزية عند الساعة العاشرة مساءً وتتناول أهم وآخر الأخبار والأحداث و تستغرق بحدود ربع ساعة. وأصبحت تقدم هذه النشرة عند الساعة الحادية عشرة ليلاً وذلك اعتباراً من 2008/4/1.

التبادل الإخبارى فى التلفزيون الأردنى:

يرتبط التلفزيون الأردنى باتفاقيات مع الإتحادات الإذاعية والتلفزيونية العربية والدولية

ووكالات الأنباء العالمية، والتلفزيون الأردنى عضو فى:

- إتحاد إذاعات الدول العربية
- إتحاد إذاعات الدول الإسلامية
- إتحاد إذاعات الدول الآسيوية
- إتحاد إذاعات الدول الأوروبية. والاردن عضو ومشارك بخدمات شبكة اليوروفيزيون (Eurovision) التي تعتبر وليدة اتحاد الإذاعات الأوروبية. ومن خلال هذه العضوية يستقبل التلفزيون الأردني يومياً حقيبتين إخباريتين من إتحاد إذاعات الدول العربية إحداهما صباحية والأخرى مساءية تتضمنان آخر الأخبار والأحداث التي تجري على الساحة العربية. كما يستقبل خمس حقائب إخبارية من إتحاد إذاعات الدول الأوروبية تتضمن الأحداث والأنشطة على مستوى الدول الأوروبية والولايات المتحدة الأمريكية بشكل خاص ودول العالم بشكل عام. كما يستقبل التلفزيون الأردني حزمة إخبارية مصورة من شبكة الكوابل الإخبارية (CNN) وكذلك من وكالة رويترز التلفزيونية ومحطات عالمية وعربية أخرى حيث يتم عرض المواد المطلوبة خلال النشرات الإخبارية المختلفة التي يقدمها. (جرار، 1997:136)
- وتم إنشاء محطة عمرة عام 1988 في حرم مؤسسة الإذاعة لتتعامل مع الأقمار الصناعية الأوروبية، لتمكين التلفزيون الأردني من إستقبال البرامج التلفزيونية المختلفة التي تبث بواسطة إتحاد إذاعات الدول الأوروبية والتي تشتمل على الحقائق الإخبارية، والبرامج الترفيهية، والبرامج الرياضية، والبطولات العالمية مثل الألعاب الأولمبية وغيرها. كما تعمل المحطة على تمكين التلفزيون من بث الرسائل الإخبارية لوكالات الأخبار في المنطقة (جرار، 1997:121).

يفتقر التلفزيون الأردني للمراسلين الذين يتولون نقل الأخبار والأحداث المختلفة في مناطق العالم فهناك مراسلين فقط في بغداد وأراضي السلطة الفلسطينية وبيروت لذلك يعتمد التلفزيون الأردني على ما تبثه محطات التلفزة الدولية من أخبار مصورة ويقوم التلفزيون الأردني بإيفاد مراسلين خاصين له لتغطية المناسبات والأحداث المختلفة في مناطق العالم، فهناك مراسلين فقط خاصين له لتغطية المناسبات والأحداث التي تجري على الساحتين العربية والدولية ويعمل هؤلاء المراسلين بتقديم رسائلهم الإخبارية وتعرض خلال نشرة الأخبار الرئيسية. ويعزى ذلك الى شح الإمكانيات المادية المتوفرة لدى إدارة التلفزيون الأردني.

ومثال ذلك قيام مندوب التلفزيون الأردني بتغطية جلسات مؤتمر القمة العربي أو مؤتمر الدول الإسلامية أو مؤتمر دول عدم الإنحياز وكذلك مرافقة مندوب التلفزيون للزيارات الرسمية التي يقوم بها المسؤولين الأردنيين الى خارج المملكة.

أما على الصعيد المحلي هناك العديد من المراسلين والمندوبين الموزعين على كافة محافظات المملكة ومندوبين موزعين على دوائر الدولة المهمة كمندوب الديوان الملكي وآخر لرئاسة الوزراء، ومجلس الأمة. بالإضافة إلى مندوبين مختصون يغطون العديد من النشاطات التي تجري في العاصمة.

كما يقوم التلفزيون الأردني بإرسال فريق من المراسلين والمندوبين لتغطية حدث محلي مهم كالانتخابات النيابية أو البلدية مثلاً، فيقوم هؤلاء المراسلين بالتغطية الإخبارية وإرسال تقاريرهم من منطقة الحدث ليتم عرضها في النشرات الإخبارية.

السياسة الإعلامية للتلفزيون الأردني:

يقع الأردن جغرافياً بين دول ومناطق يجري فيها صراع شبه دائم ويتأثر سياسياً بما يدور من حوله من متغيرات وصراعات سياسية وعسكرية بالإضافة الى التحدي الإقتصادي وشح الموارد والإمكانات المادية، في خضم هذه التأثيرات من عوامل سياسية وإقتصادية. فلا يوجد سياسة إعلامية ثابتة ومحددة ، وانما يلتزم التلفزيون الأردني بثوابت ومبادئ عامة متمثلة بما يلي:

- دعم وتأييد الولاء والانتماء والالتزام بدستور المملكة الأردنية الهاشمية ومبادئ الديمقراطية.
- التأكيد على مبدأ سيادة القانون ومبادئ العدل والمساواة بين الجميع .
- العمل على تقدم الوطن ورفعة المواطن والتمسك بالقيم الدينية السمحة والسمو بالقيم الإنسانية والروحية والثقافية العربية الإسلامية الأصيلة .
- دعم وتأييد الإيمان بالتعايش السلمي الشرعي والقانوني في الأردن والوطن العربي وبقية دول العالم .
- بث ونشر الحقيقة الكاملة في كل ميادين الحياة الوطنية والقومية إلى الشعب الأردني والأمة العربية والإسلامية والعالم ، مما يبقي المواطن الأردني على اطلاع واع في جميع المواقف الوطنية والقومية والعالمية.
- يقوم التلفزيون الأردني بتبني وجهة نظر الحكومة فيما يتعلق بالسياسة الداخلية والخارجية وبطريقة اقرب الى الموضوعية.
- يعمل التلفزيون الأردني على تبني الخبر الموجه الذي يقع في إطار الصالح العام وفي صالح القضايا الوطنية والقومية.

- الدفاع عن المملكة الأردنية الهاشمية وإستقلالها وأمنها، والتأكيد على الوحدة الوطنية.
- العمل على تشجيع الإبداع في جميع ميادين الحياة الأردنية وإبراز الإنتاج الفكري والإقتصادي والسياسي.
- بث ونشر الترفيه والتسلية الهادفة، وبث الفن الراقي والأدب الرفيع وإبراز التراث الأردني خاصة والعربي عامة. (مقابلة مع مدير التلفزيون الأردني، هاله زريقات،

بتاريخ 2008/6/19)

وفي دراسة للمجلس الأعلى للإعلام عام 2005 بعنوان "التلفزيون الأردني... رؤية تطويره". وتناولت مقترحات لتطوير التلفزيون الأردني وتعزيز قدرته التنافسية من خلال التركيز في المرحلة الأولى على تطوير قناة البرنامج العام، لتصبح قناة تدار على أسس مهنية وإبداعية حديثة تقوم على التوازن والمصادقية في برامجها الإخبارية، والتنوع والجودة في برامجها الأخرى. وتأخذ بعين الإعتبار المتغيرات على مستوى الجمهور والتقنيات الحديثة وصناعة الإعلام.

وفي المجال الإداري، دعت الدراسة إلى تشكيل مجلس الإدارة، ومنحه كافة صلاحياته التي يمنحها له قانون المؤسسة العامة للإذاعة والتلفزيون، بما في ذلك الصلاحيات الإدارية، والتنظيمية، والمالية، وضمان الإستقلالية البرامجية، واستقلالية تحرير الأخبار والبرامج الإخبارية. ويجب أن يراعى عند تشكيل مجلس الإدارة، اختيار أعضائه بشكل يمثل مختلف فئات المجتمع.

ووضعت الدراسة تصوراً للهيكل التنظيمي للتلفزيون الأردني على النحو التالي:

(1) إدارة برامج المنوعات

(2) إدارة برامج الأطفال والشباب

- (3) إدارة البرامج الرياضية
- (4) إدارة التلفزيونات المحلية
- (5) إدارة الأخبار والبرامج الإخبارية
- (6) إدارة الإنتاج والتسويق والإعلان
- (7) إدارة الخدمات التفاعلية
- (8) إدارة التخطيط والبرمجة والتدريب
- (9) إدارة الهندسة والتكنولوجيا
- (10) إدارة الشؤون المالية والإدارية

وتتبع هذه الإدارات مدير التلفزيون، وتنسق أدوارها على أساس أفقي، من خلال اللجنة التنفيذية التي تجتمع شهرياً برئاسة المدير العام لأغراض المتابعة وتقديم الأداء، وحل المشكلات، وتقديم الاقتراحات والتوصيات، ويكون مدير التلفزيون مسؤولاً عن تنظيم أدوار هذه الإدارات ومتابعة أدائها.

وفي مجال الإطار البرامجي تقترح الدراسة، تطوير قناة إعلامية شاملة، في إطارها البرامجي، يوازن بين البرامج بأشكالها ومضامينها المختلفة، وبين الأخبار واعتماد التخطيط البرامجي المدروس والقائم على التنوع من حيث الشكل والمضمون. والأخذ بعين الاعتبار حاجات ورغبات الجمهور وعاداته الإتصالية.

وفي مجال الأخبار، دعت الدراسة إلى اعتماد سياسة إخبارية متوازنة تتسم بالدقة والاعتدال، والإنتاج على الرأي الآخر، وإبراز وجهات النظر المختلفة في الأحداث المحلية والإقليمية والدولية. وتطوير نمط إخباري يقوم على الاستقصاء والعمق والتفسير والتحليل، والابداع في مجال الصياغة والمعالجة الإخبارية.

وفي مجال الإنتاج، دعت الدراسة إلى اعتماد سياسة برامجية تركز على مجموعة من المحددات منها:

- (1) اعتماد سياسة برامجية مرنة ومتجددة
 - (2) الاستفادة من كافة الطاقات الإبداعية الوطنية
 - (3) اعتماد سياسة الإنتاج المشترك
 - (4) اشتراك القطاع الخاص في الإنتاج
 - (5) تطوير مفهوم الإعداد البرامجي، والعمل بروح الفريق الواحد
 - (6) الاستفادة القصوى من الخدمات الفنية والتقنية المتوفرة في المؤسسة
- وتناولت الدراسة الجانب التخطيطي من خلال إخضاع عمل المؤسسة لمفهوم التخطيط الإستراتيجي، الذي يحدد أهدافاً واضحة، ودقيقة وقابلة للقياس، وتقديم ذلك سنوياً. كما تخضع القرارات الخاصة بتشكيل الخطط البرامجية والإدارية، لدراسة مسبقة تحدد الإحتياجات والمتطلبات. وفي ضوء ذلك، يتم الإعداد للدورات البرامجية المختلفة بحيث تغطي وبدرجة عالية إحتياجات الجمهور الإتصالية، وهذا يتطلب ما يلي:

- (1) توفير كادر عالي المهارة في مجال التخطيط والبرمجة
- (2) مراعاة حاجات الجمهور ورغباته خلال فترات البث اليومي
- (3) مراعاة طبيعة الفترة البرامجية وخصائصها
- (4) مراعاة طبيعة فترة الذروة للمشاهدة، وإستغلالها يخدم المؤسسة برامجياً وإعلانياً
- (5) مراعاة المنافسة مع القنوات الأخرى على أساس مهني
- (6) تحديد دقيق وعلمي للإحتياجات البشرية وعلى أساس متخصص
- (7) اعتماد أساليب صارمة في عملية التوظيف أو التكليف

(8) اعتماد سياسة التدريب قبل وأثناء الخدمة للكوادر الإبداعية والفنية والإدارية*.

ملاح المرحلة القادمة للتلفزيون الأردني

من خلال المقابلة مع مدير التلفزيون الأردني السيدة هاله زريقات التي تم إجراؤها بتاريخ 2008/6/19 أشارت السيدة زريقات إلى عدة نقاط متعلقة بمستقبل التلفزيون الأردني تتلخص فيما يلي:

1. التركيز على البرامج التي تعنى بالشأن المحلي بالدرجة الأولى، والتي تتناول قضايا وهموم الوطن والمواطن.
2. التوجه لإشراك القطاع الخاص بشكل أكبر في إنتاج البرامج المختلفة.
3. الحد من الاعتماد على البرامج المستوردة والتركيز على البرامج المنتجة محلياً وخصوصاً في مجال الدراما والبرامج الوثائقية.
4. هناك هجرة للكفاءات الإعلامية الأردنية إلى الخارج وخصوصاً إلى منطقة الخليج، لذلك تعمل مؤسسة الإذاعة والتلفزيون على إعادة هيكلة رواتب وحوافز العاملين في التلفزيون لتتناسب مع مؤهلاتهم وخبراتهم وبالتالي جعل التلفزيون الأردني عنصر جذب للكفاءات وليس طارداً لها.
5. إلغاء نظام الدورات البرمجية المعمول به سابقاً حيث كان مدة الدورة البرمجية ما بين ثلاثة إلى أربعة شهور. أما إعتباراً من 2008/4/1 هناك إستمرارية بالبرامج المقدمة على إختلاف أنواعها مع مراعاة طبيعة بعض البرامج المقدمة في أوقات ومناسبات خاصة كشهر رمضان، وكذلك مراعاة فصلي الصيف والشتاء وإنعكاسهما على تفضيل برامج على أخرى.

6. يعمل التلفزيون الأردني على توفير موازنته من مصادره الذاتية وخصوصاً الإعتماد على الدائرة التجارية، للحد من العجز السنوي في الموازنة علماً بأن موازنة عام 2008 بلغت (22) مليون دينار أردني.

7. إعادة هيكلة القناة الفضائية الأردنية وتنويع برامجها بما يتناسب مع أذواق ورغبات وإهتمامات جمهور المشاهدين وخصوصاً المغتربين الأردنيين المنتشرين في دول العالم المختلفة. وتزويد هذه القناة ببرامج ناطقة باللغة الإنجليزية لتعريف شعوب العالم بإنجازات الدولة الأردنية الحضارية والتاريخية والأثرية والسياحية وكذلك الإنجازات العصرية.

ويرى الباحث:

1. انه لا بد من اعتماد التلفزيون الأردني على مصادره الذاتية لتغطية موازنته السنوية من خلال تفعيل دور الدائرة التجارية الموجودة في التلفزيون، بدلاً من إعتماده بشكل كبير على الاشتراكات السنوية التي يدفعها المواطنون.

2. وكذلك إيجاد شراكة حقيقية مع القطاع الخاص وخصوصاً في إنتاج البرامج المختلفة أو رعايتها لإبراز برامج تلفزيونية جديدة تعكس هموم وقضايا الوطن والمواطن.

3. اعتماد التخطيط الإستراتيجي لعمل التلفزيون الأردني، بحيث تخضع الخطط البرمجية والإدارة للتخطيط المسبق في ضوء أهداف ورؤية واضحة يكون هدفها الرئيسي التميز وتلبية حاجات ورغبات المشاهدين.

4. اعتماد سياسة تدريب العاملين في التلفزيون الأردني على أساس منهجي ومهني وعلمي.

الفصل الثالث

المنهجية والإجراءات

يتضمن هذا الفصل وصفاً مفصلاً لمجتمع الدراسة، وعينتها، وأدوات الدراسة المستخدمة والتأكد من مدى ملائمة أدوات الدراسة والخطوات اللازمة للتأكد من صدقها وثباتها، وكذلك متغيرات الدراسة، وطريقة جمع البيانات، والطريقة الإحصائية التي أستخدمت في تحليل بيانات الدراسة.

مجتمع الدراسة وعينتها:

مجتمع الدراسة:

يتكون مجتمع الدراسة من جمهور المشاهدين على مستوى المملكة الأردنية الهاشمية بكافة فئاته وشرائحه للأشخاص الذين تزيد أعمارهم عن 15 سنة وتم إختيار عينة نسبية بحسب عدد السكان لهذا المجتمع وذلك بتقسيم الأردن إلى ثلاثة أقاليم: إقليم الشمال، وإقليم الوسط، وإقليم الجنوب.

عينة الدراسة:

وقد تم إختيار عينة **عمدية قصدية** بنسبة عدد السكان لكل إقليم وبالنسبة إلى متغير الجنس 44,2% إناث و 55,8% ذكور وهي نسبة قريبة إلى توزيع سكان المملكة والمتمثلة بـ 48% إناث و 52% ذكور (دائرة الإحصاءات العامة، قسم التعداد السكاني، 2007).

حجم العينة:

وقد تكون حجم العينة من (600) مفردة تم توزيعها حسب التعداد السكاني في الأقاليم الثلاثة بحيث يكون نصيب إقليم الشمال 27,8% أي (167) مفردة، وإقليم الوسط 62,9% أي

(377) مفردة، وإقليم الجنوب 9,3% أي (56) مفردة. علماً بأنه تم توزيع (700) استبانة وتم إسترجاع (656) استبانة وبنسبة 93.5 % ، وتبين أن (56) شخص لم يشاهدوا التلفزيون الأردني.

بناء على الإحصائية العامة للسكان لعام 2006 والمنظمة من قبل دائرة الإحصاءات العامة (الكتاب الإحصائي السنوي 2006 العدد 57) فقد بلغ عدد سكان الأردن 5600000 نسمة ، وبلغ عدد من أعمارهم 15 سنة فما فوق 3510080 وبنسبة 62.68 % من إجمالي عدد السكان واستثني من الدراسة هم دون سن 15 سنة وعددهم 2089920 وبنسبة 37.32 %.

وقد تم توزيع الاستبانات على أقاليم المملكة الثلاثة ممثلة بالمحافظات الاثني عشرة وكالتالي:

- إقليم الشمال:

بلغ عدد سكان إقليم الشمال 975802 نسمة وبنسبة 27.8% من سكان المملكة وزعت على محافظات اربد والمفرق وجرش وعجلون كما يلي:

جدول (2)

توزيع أفراد العينة على إقليم الشمال

المحافظة	عدد السكان	النسبة المئوية من عدد سكان الإقليم	الاستبانات	ذكور	إناث
اربد	624513	64%	107	59	48
المفرق	165886	17%	28	16	12
جرش	105387	10.8 %	18	10	8
عجلون	80016	8.2 %	14	8	6
المجموع	975802	100 %	167	93	74

- إقليم الوسط :

بلغ عدد سكان إقليم الوسط 2207840 نسبة 62.9% من سكان المملكة وزعت على

محافظات العاصمة والزرقاء والبلقاء ومادبا كما يلي:

جدول (3)

توزيع أفراد العينة على إقليم الوسط

المحافظة	عدد السكان	النسبة المئوية من عدد سكان الإقليم	الاستبانات	ذكور	اناث
العاصمة	1362237	% 61.7	233	128	105
الزرقاء	523258	% 23.7	89	49	40
البلقاء	234031	% 10.6	40	22	18
مادبا	88314	% 4	15	9	6
المجموع	2207840	% 100	377	208	169

- إقليم الجنوب:

بلغ عدد سكان إقليم الجنوب 326438 بنسبة 9.3% من سكان المملكة وزعت على

محافظات الكرك والعقبة ومعان والطفيلة كما يلي:

جدول (4)

توزيع أفراد العينة على إقليم الجنوب

المحافظة	عدد السكان	النسبة المئوية من عدد سكان الإقليم	الاستبانات	ذكور	اناث
الكرك	137104	%42	23	13	10
العقبة	75081	%23	13	7	6
معان	65287	%20	11	6	5

4	5	9	%15	48966	الطفيلة
25	31	56	%100	326438	المجموع

منهجية البحث:

وتعتمد هذه الدراسة:

المنهج الوصفي Descriptive Method:

وهي البحوث التي تركز على وصف وسمات وخصائص مجتمع معين أو جماعة، وتكرارات حدوث الظواهر المختلفة (حسين، 1976: 114).
واتجهت معظم البحوث الوصفية إلى استخدام الأساليب الكمية في التعبير عن البيانات والنتائج الخاصة بها إستناداً إلى وحدات قياس يمكن عدها والإعتماد على الطرق الإحصائية في تبويب البيانات وجدولتها وتحليلها وإستخراج النتائج (الحيزان، 2001: 20).

الدراسات المسحية:

يعرّف المنهج المسحي على أنه "الدراسة التي تجمع المعلومات من خلال طرح الاسئلة على الجمهور" (الحيزان، 2001: 78).
ومنهج المسح من أبرز المناهج المستخدمة في مجال الدراسات الإعلامية للتعرف على الخصائص الأساسية للجمهور من حيث السن والجنس ودرجة التعليم والمهنة والسكن، وهي التي يتميز بها جمهور المشاهدين حتى تتمكن الوسيلة من تقديم المادة الإعلامية التي تتناسب مع نوعيات هذا الجمهور أو تحاول إجراء بعض التعديلات.

وما يهمننا في هذه الدراسة مسح جمهور مشاهدي التلفزيون الذي يشكل مجتمعاً لا يتسم بالتجانس الكامل، لذلك يجب دراسته من حيث المتغيرات الديمغرافية.

وتعد الاستبانة من أشهر وسائل جمع المعلومات في البحوث النظرية والتي يمكن تعريفها على إنها نموذج مقابلة تحريرية مع عينة البحث ويتم طرحها اما عن طريق المقابلة الشخصية أو عن طريق البريد.

ويفيد منهج مسح جمهور وسائل الإتصال في التعرف على الخصائص الأساسية التي يتميز بها جمهور المشاهدين:

- حتى يتمكن التلفزيون من تقديم نوع المادة الإعلامية التي تتناسب مع نوعيات هذا الجمهور.
- إجراء التعديلات الضرورية على السياسة الإعلامية.
- التعرف على حجم الجمهور ودوافع التعرض وأوقاته والإشباعات المتحققة من التعرض.
- البرامج التلفزيونية المفضلة لدى الجمهور.
- آراء وإتجاهات الجمهور نحو برامج التلفزيون وبناء السياسة الإعلامية في ضوء رغبات ودوافع المشاهدين (حسين، 1976: 134-135).

وقد تم إستخدام منهج المسح في هذه الدراسة للدورة البرمجية الأخيرة للتلفزيون الأردني والممتدة من 2007/10/10 ولغاية 2007/12/31 وكذلك الدورة البرمجية الأولى من عام 2008 والممتدة من 2008/1/1 ولغاية 2008/3/31.

أداة الدراسة:

تم تطوير إستبانه كأداة للبحث وجمع المعلومات في ضوء أهداف الدراسة وأسئلتها وفرضياتها.

إختبار الصدق والثبات:

وقد تم عرض الإستبانه على محكمين مختصين* وعددهم اربعة ، وتم إحتساب درجة التوافق في آراء المحكمين على فقرات الإستبانه والتي بلغت (78 %) أي أن (78%) من أسئلة الإستبانه وافقوا عليها بالكامل كما هي . وقام الباحث بإجراء التعديلات اللازمة على أداة البحث والتي أشار اليها المحكمون، والمتمثلة في توضيح أنواع الإتجاهات وكذلك توزيع العبارات بين دوافع المشاهدة.

وتم إجراء إختبار قبلي على عينة مكونة من (20) مفردة.

وقد تم توزيع جزء كبير من الإستبانات على قاعات إنتظار المراجعين لدوائر الأحوال المدنية المختلفة، لان هذه الدوائر يراجعها مختلف شرائح المجتمع الأردني وكذلك مختلف الأعمار والمستويات التعليمية ذكوراً واناثاً سواء سكان المدن او القرى.

كما تم توزيع جزء من الإستبانات على طلبة الجامعات الأردنية الحكومية والخاصة وذلك لأن نسبة الذين تقع أعمارهم بين 19-24 من المجتمع الأردني جزء كبير منهم طلاب جامعات.

* 1- أ.د جودت سعادة

2- أ.د حميده سميسم

3- أ.د غازي خليفة

4- د سولافه الزعبي

جدول رقم (5)
نتائج (كرونباخ - الفا لمتغيرات الدراسة)

قيمة كرونباخ	البعد
72%	1. درجة رضا المشاهدين عن برامج التلفزيون الأردني
87%	2. اسباب مشاهدة برامج التلفزيون الاردني
68%	3. اتجاهات المشاهدين نحو برامج التلفزيون الاردني
77%	4. الواقع الحالي للتلفزيون الأردني
74%	5. اتجاهات المشاهدين نحو الخدمة الإخبارية في التلفزيون الاردني

وبين جدول رقم (5) أن قيمة كرومباخ لأبعاد الإستبانة هي (6 و 75 %) وهي مناسبة للبحث .

طرق تحليل البيانات والإحصائيات المستخدمة:

تم استخراج البيانات التالية لغايات هذا البحث:

- النسب المئوية والتكرارات
- الانحراف المعياري
- المتوسط الحسابي
- اختبار مربع كاي (The Chi-Square Test) لاختبار وجود علاقة بين متغيرين.
- معامل الارتباط لسبيرمان
- اختبار (t-test)
- اختبار تحليل التباين الأحادي (One Way ANOVA)

محددات الدراسة:

لقد واجه الباحث عدة صعوبات تتلخص فيما يلي:

1. لم تكن العينة ممثلة وكانت محدودة في بعض جوانبها وبالتالي لم تعكس صفات المجتمع.
2. اتساع المنطقة جغرافيا التي شملها المسح.
3. رفض العديد من افراد المجتمع تعبئة الاستبانة.

الفصل الرابع

التحليل الإحصائي وعرض النتائج

أولاً: خصائص عينة الدراسة: توزيع العينة حسب الخصائص الديموغرافية والاجتماعية والإقتصادية

(1) الجنس

جدول (6)
توزيع العينة حسب الجنس

النسبة %		العدد	الخاصية	
55.8	335	ذكر	الجنس	
44.2	265	أنثى		
%100	600	المجموع		

يشير الجدول رقم (6) إلى أن نسبة الذكور بلغت (55.8%) من إجمالي العينة، بينما بلغت نسبة الإناث (44.2%) من إجمالي العينة. وهذه النسبة قريبة من نسبة الإحصاءات العامة التي تبين أن نسبة الإناث للذكور في المملكة (48% : 52%) (دائرة العلاقات العامة، 2006 :

(10

(2) العمر

جدول (7)
توزيع العينة حسب العمر

النسبة %	العدد	الخاصية	
14.2	85	15 - 19 سنة	العمر
29.7	178	20 - 24 سنة	
12.8	77	25 - 29 سنة	
13.5	81	30 - 34 سنة	

النسبة %	العدد	الخاصية
9.7	58	39 – 35 سنة
6.7	40	44 – 40 سنة
4.5	27	49 – 45 سنة
4.2	25	54 – 50 سنة
2.2	13	59 – 55 سنة
2.5	16	60 سنة فأكثر
%100	600	المجموع

يشير الجدول رقم (7) إلى أن الذين كانت تتراوح أعمارهم ما بين (20-24) قد بلغ نسبتهم (29.7%) من مجمل العينة، وبلغت نسبة الذين تراوحت أعمارهم ما بين (15-19) سنة (14.2%) من مجمل العينة، وبلغت نسبة الذين تراوحت أعمارهم ما بين 30-34 سنة (13.5%) من مجمل العينة، وبلغت نسبة الذين تراوحت أعمارهم ما بين 25 – 29 سنة (12.8%) من مجمل العينة، والذين كانت أعمارهم ما بين 35 – 39 سنة قد بلغت نسبتهم (9.7%) من مجمل العينة، في حين كان نسبة الذين تراوحت أعمارهم ما بين 40-44 سنة (6.7%) من مجمل العينة، وكان نسبة الذين تراوحت أعمارهم ما بين 45-49 سنة (4.5%) من مجمل العينة، وبلغت نسبة الذين تراوحت أعمارهم ما بين 50 – 54 سنة (4.2%) من مجمل العينة، وكانت نسبة الذين كانت أعمارهم 60 سنة فأكثر (2.5%) من مجمل العينة، وأخيراً فقد بلغت نسبة الذين تراوحت أعمارهم ما بين 55-59 سنة (2.2%) من مجمل العينة.

(3) المستوى التعليمي

جدول (8)

توزيع العينة حسب المستوى التعليمي

النسبة %	العدد	الخاصية
3.5	21	أمي
7.8	47	أقل من الثانوية العامة
22.7	136	الثانوية العامة
11.7	70	دبلوم متوسط
50.2	301	بكالوريوس
4.1	25	دراسات عليا
%100	600	المجموع

يشير الجدول رقم (8) إلى أن حملة شهادة البكالوريوس بلغت نسبتهم (50.2%) من مجمل العينة، وبلغت نسبة الحاصلين على شهادة الثانوية العامة (22.7%) من مجمل العينة، وبلغت نسبة الحاصلين على شهادة دبلوم متوسط (11.7%) من مجمل العينة، وبلغت نسبة الذين كان مستواهم التعليمي ما دون الثانوية العامة (7.8%) من مجمل العينة، وكان نسبة الحاصلين على شهادات في الدراسات العليا - دبلوم عالي وماجستير ودكتوراه - (4.1%) من مجمل العينة، وأخيراً بلغت نسبة الأميين (3.5%) من مجمل العينة.

4 المهنة

جدول (9)

توزيع العينة حسب المهنة

النسبة %	العدد	الخاصية
35.8	215	طالب
23.8	143	موظف
7.5	45	متقاعد
4.3	26	تاجر
2.2	13	عامل
3.5	21	عاطل عن العمل
5.7	34	عسكري
4.2	25	مهني
0.5	3	مزارع
9.8	59	ربة بيت
2.7	16	غير ذلك
%100	600	المجموع

يشير الجدول رقم (9) إلى أن نسبة الطلبة قد بلغت (35.8%) من مجمل العينة، في حين بلغت نسبة الموظفين (23.8%) من مجمل العينة، وبلغت نسبة ربات البيوت (9.8%) من مجمل العينة، وبلغت نسبة المتقاعدين (7.5%) من مجمل العينة، وبلغت نسبة العسكريين (5.7%) من مجمل العينة، وبلغت نسبة التجار (4.3%) من مجمل العينة، وبلغت نسبة المهنيين (4.2%) من مجمل العينة، في حين بلغت نسبة العاطلين عن العمل (3.5%) من مجمل العينة، وبلغت نسبة أصحاب المهن الأخرى (2.7%) من مجمل العينة، وبلغت نسبة العمال (2.2%) من مجمل العينة، وأخيراً فقد بلغت نسبة المزارعين (0.5%) من مجمل العينة.

(5) مستوى الدخل الشهري

جدول (10)

توزيع عينة الدراسة حسب مستوى الدخل

النسبة %	العدد	الخاصية
21.0	126	أقل من 150 دينار
11.7	70	150 – 199 دينار
15.0	90	200 – 249 دينار
15.5	93	250 – 299 دينار
11.5	69	300 – 349 دينار
4.3	26	350 – 399 دينار
5.7	34	400 – 449 دينار
4.3	26	450 – 499 دينار
11.0	66	500 دينار فأكثر
%100	600	المجموع

يشير الجدول رقم (10) إلى أن نسبة الذين كان مستوى دخلهم أقل من 150 (21.0%) من مجمل العينة، في حين بلغت نسبة الذين تراوحت دخولهم ما بين 250-299 دينار (15.5%) من مجمل العينة، وبلغت نسبة الذين تراوحت دخولهم ما بين 200-249 دينار (15.0%) من مجمل العينة، وبلغت نسبة الذين تراوحت دخولهم ما بين 150 – 199 دينار (11.7%) من مجمل العينة، وبلغت نسبة الذين تراوحت دخولهم ما بين 300-349 دينار (11.5%) من مجمل العينة، وبلغت نسبة الذين بلغت دخولهم 500 دينار فأكثر (11.0%) من مجمل العينة، وبلغت نسبة الذين تراوحت دخولهم ما بين 400-449 دينار (5.7%) من مجمل العينة، وبلغت نسبة الذين تراوحت دخولهم ما بين 350-399 دينار (4.3%) من مجمل العينة، وأخيراً بلغت نسبة الذين تراوحت دخولهم ما بين 450-499 دينار (4.3%) من مجمل العينة.

(6) مكان السكن

جدول (11)

توزيع عينة الدراسة حسب مكان السكن

النسبة %	العدد	الخاصية
74.2	445	مدينة
20.5	123	قرية
3.2	19	بادية
2.1	13	مخيم
%100	600	المجموع

يشير الجدول رقم (11) إلى أن غالبية العينة كانوا من سكان المدينة إذ بلغت نسبتهم

(74.2%) من مجمل العينة، وبلغت نسبة سكان القرية (20.5%) من مجمل العينة، وبلغت نسبة

سكان البادية (3.2%) من مجمل العينة، وبلغت نسبة سكان المخيم (2.1%) من مجمل العينة.

(7) الإقليم

جدول (12)

توزيع عينة الدراسة حسب الإقليم

الخاصية		ذكر		أنثى	
		العدد	النسبة %	العدد	النسبة %
الإقليم	شمال	96	28.7	74	27.9
	وسط	207	61.8	167	63.0
	جنوب	32	9.6	24	9.1
المجموع		335	100	265	100

يشير الجدول رقم (12) إلى أن غالبية العينة من الذكور كانوا من إقليم الوسط إذ بلغت

نسبتهم (61.8%) من مجمل أفراد العينة الذكور، وبلغت نسبة الذكور من إقليم الشمال

(28.7%) من مجمل أفراد العينة الذكور، في حين بلغت نسبة الذكور من إقليم الجنوب (9.6%) من مجمل أفراد العينة الذكور. فيما أشار الجدول إلى أن غالبية العينة من الإناث كانوا من إقليم الوسط أيضاً إذ بلغت نسبتهم (63.0%) من مجمل أفراد العينة الإناث، وبلغت نسبة الإناث من إقليم الشمال (27.9%) من مجمل أفراد العينة الإناث، وبلغت نسبة الإناث من إقليم الجنوب (9.1%) من مجمل أفراد العينة الإناث.

8) الحالة الاجتماعية

جدول (13)

توزيع عينة الدراسة حسب الحالة الاجتماعية

النسبة %	العدد	الخاصية
51.5	309	أعزب
44.8	269	متزوج
1.5	9	مطلق
2.2	13	أرمل
100%	600	المجموع

يشير الجدول رقم (13) إلى أن غالبية العينة كانت من غير المتزوجين إذ بلغت نسبة (51.5%) من مجمل العينة، وبلغت نسبة المتزوجين (44.8%) من مجمل العينة، وبلغت نسبة الأرامل (2.2%) من مجمل العينة، وبلغت نسبة المطلقين (1.5%) من مجمل العينة.

جدول (14)

امتلاك جهاز تلفزيون

الإجابة	ذكر	أنثى
---------	-----	------

النسبة المئوية %	العدد	النسبة المئوية %	العدد	
98.5	261	99.1	332	نعم
1.5	4	0.9	3	لا

يشير الجدول رقم (14) إلى امتلاك جهاز تلفزيون لدى أفراد العينة، وأشارت النتائج إلى أن غالبية العينة من الذكور يمتلكون جهاز تلفزيون إذ بلغت نسبة (99.1%) من مجمل العينة، وغالبية العينة من الإناث يمتلكون جهاز تلفزيون أيضاً إذ بلغت نسبة (98.5%) من مجمل العينة، في حين بلغت نسبة الذكور الذين لا يمتلكون جهاز تلفزيون (0.9%) من مجمل العينة، والإناث وبنسبة (1.5%).

جدول (15)

امتلاك جهاز استقبال ستالايت

أنثى		ذكر		الإجابة
النسبة المئوية %	العدد	النسبة المئوية %	العدد	
94.3	250	94.6	317	نعم
5.7	15	5.4	18	لا

يشير الجدول رقم (15) إلى امتلاك جهاز استقبال ستالايت لدى أفراد العينة، وأشارت النتائج إلى أن غالبية العينة من الذكور لديهم جهاز استقبال (ستالايت) إذ بلغت نسبة (94.6%) من مجمل العينة، وغالبية العينة من الإناث أيضاً لديهم جهاز استقبال (ستالايت) إذ بلغت نسبة (94.3%) من مجمل العينة، في حين أن نسبة أفراد العينة الذكور الذين ليس لديهم جهاز استقبال (ستالايت) (5.4%) من مجمل العينة، ونسبة أفراد العينة الإناث اللواتي ليس لديهن جهاز استقبال (ستالايت) (5.7%).

جدول (16)

أين يشاهد الأشخاص الذين لا يمتلكون جهاز استقبال القنوات الفضائية

الإجابة	ذكر		أنثى	
	العدد	النسبة المئوية %	العدد	النسبة المئوية %
عند الأصدقاء	9	50.0	5	35.7
عند الجيران	1	5.6	1	7.1
في الكوفي شوب	—	—	—	—
في النادي	1	5.6	—	—
في المقهى	—	—	—	—
في أماكن أخرى	1	5.6	—	—
لا أشاهد	6	33.2	8	57.2
المجموع	18	100	14	100

يشير الجدول رقم (16) إلى الأماكن التي يشاهد فيها الأشخاص الذين لا يمتلكون جهاز استقبال (ستالايت) القنوات الفضائية فيها، وقد أشارت النتائج أعلاه إلى أن (50%) من أفراد العينة الذكور يشاهدون القنوات الفضائية عند الأصدقاء، في حين أن غالبية العينة من الإناث (57.2%) لا يشاهدون القنوات الفضائية، وأظهرت النتائج أن (33.2%) من أفراد العينة الذكور لا يشاهدون القنوات الفضائية، و(5.6%) من أفراد العينة الذكور يشاهدون القنوات الفضائية عند الجيران، كذلك (5.6%) من أفراد العينة الذكور يشاهدون القنوات الفضائية في النادي، و(5.6%) من أفراد العينة الذكور يشاهدون القنوات الفضائية في أماكن أخرى، في حين أن (35.7%) من أفراد العينة الإناث يشاهدون القنوات الفضائية عند الأصدقاء، و(7.1%) من أفراد العينة الإناث يشاهدون القنوات الفضائية عند الجيران.

جدول (17)
مشاهدة التلفزيون الأردني

أنثى		ذكر		الإجابة
النسبة المئوية %	العدد	النسبة المئوية %	العدد	
88.9	265	93.5	335	يشاهد
11.1	33	6.5	23	لا يشاهد

يشير الجدول رقم (17) إلى إجابات أفراد العينة فيما يتعلق بمشاهدة التلفزيون الأردني، حيث بلغت نسبة الذكور الذين يشاهدون التلفزيون الأردني (93.5%) من مجمل العينة، في حين بلغت نسبة الإناث اللواتي يشاهدن التلفزيون الأردني (88.9%) من مجمل العينة.

ثانياً: خصائص عينة الدراسة للأشخاص الذين لم يشاهدوا برامج التلفزيون الأردني:

أشارت النتائج إلى أن غالبية العينة ممن لم يشاهدوا برامج التلفزيون الأردني كانوا من الإناث إذ بلغت نسبتهن (58.9%) من هذه العينة، في حين بلغت نسبة الذكور (41.1%) من هذه العينة. وفيما يتعلق بعمر أفراد العينة فقد أشارت النتائج إلى أن نسبة الذين تراوحت أعمارهم ما بين 20-24 سنة (44.6%) من هذه العينة، وبلغت نسبة الذين كانت أعمارهم ما بين 15-19 سنة (30.4%) من هذه العينة. وفيما يخص المستوى التعليمي لأفراد هذه العينة فقد أشارت النتائج إلى أن غالبية العينة ممن لم يشاهدوا برامج التلفزيون الأردني كانوا من حملة شهادة البكالوريوس إذ بلغت نسبتهم (66.1%) من هذه العينة، وبلغت نسبة الحاصلين على شهادة الثانوية (17.9%) من هذه العينة. وبالنسبة لمهنة أفراد هذه العينة فقد أشارت النتائج إلى أن نسبة الطلبة قد بلغت (44.6%) من هذه العينة، في حين بلغت نسبة الموظفين (28.6%) من هذه العينة. وفيما يتعلق بمستوى الدخل الشهري فقد أشارت النتائج إلى أن نسبة الأشخاص الذين كان مستوى دخلهم أقل من 150 (30.4%) من هذه العينة، في حين بلغت نسبة الذين تراوحت دخولهم ما بين 200-249 دينار (25.0%) من هذه العينة، وبلغت نسبة الذين تراوحت دخولهم ما بين 150-199 دينار (14.3%) من هذه العينة. أما عن مكان السكن فقد أشارت النتائج إلى أن غالبية العينة ممن لم يشاهدوا برامج التلفزيون الأردني كانوا من سكان المدينة إذ بلغت نسبة (89.3%) من هذه العينة. وبالنسبة للأقاليم فقد أشارت النتائج إلى أن غالبية العينة ممن لم يشاهدوا برامج التلفزيون الأردني كانوا من إقليم الوسط إذ بلغت نسبتهم (75.0%) من هذه العينة. وأما عن الحالة الاجتماعية لأفراد هذه العينة فقد أشارت النتائج إلى أن غالبية العينة ممن لم يشاهدوا برامج التلفزيون الأردني كانوا من غير المتزوجين إذ بلغت نسبتهم (69.6%) من هذه العينة.

جدول (18)

توزيع أفراد العينة الذين لم يشاهدوا التلفزيون الأردني حسب الخصائص الديموغرافية والاجتماعية والاقتصادية

النسبة %	العدد	الخاصية
41.1	23	ذكر
58.9	33	أنثى
30.4	17	19 - 15 سنة
44.6	25	24 - 20 سنة
10.7	6	29 - 25 سنة
7.1	4	34 - 30 سنة
5.4	3	39 - 35 سنة
1.8	1	44 - 40 سنة
-	-	49 - 45 سنة
-	-	54 - 50 سنة
-	-	59 - 55 سنة
-	-	60 سنة فأكثر
1.8	1	أمي
5.4	3	أقل من الثانوية العامة
17.9	10	الثانوية العامة
7.1	4	دبلوم متوسط
66.1	37	بكالوريوس
1.8	1	دراسات عليا
44.6	25	طالب
28.6	16	موظف
-	-	متقاعد
5.4	3	تاجر
-	-	عامل
1.8	1	عاطل عن العمل
5.4	3	عسكري
5.4	3	مهني

النسبة %	العدد	الخاصية
–	–	مزارع
5.4	3	ربة بيت
3.6	2	غير ذلك
30.4	17	أقل من 150 دينار
14.3	8	150 – 199 دينار
25.0	14	200 – 249 دينار
7.1	4	250 – 299 دينار
8.9	5	300 – 349 دينار
1.8	1	350 – 399 دينار
1.8	1	400 – 449 دينار
1.8	1	450 – 499 دينار
8.9	5	500 دينار فأكثر
89.3	50	مدينة
8.9	5	قرية
–	–	بادية
1.8	1	مخيم
19.6	11	شمال
75.0	42	وسط
5.4	3	جنوب
69.6	39	أعزب
26.8	15	متزوج
–	–	مطلق
3.6	2	أرمل

ثالثاً: الإجابة على أسئلة الدراسة:

السؤال الأول: ما معدل مشاهدة التلفزيون الأردني؟

تم قياس معدل مشاهدة التلفزيون الأردني عن طريق عدد ساعات مشاهدة برامج

التلفزيون الأردني على مستوى اليوم الواحد:

جدول (19)

عدد ساعات مشاهدة برامج التلفزيون الأردني في اليوم الواحد

عدد الساعات		ذكر		أنثى
النسبة المئوية (%)	العدد	النسبة المئوية (%)	العدد	النسبة المئوية (%)
أقل من ساعة	108	32.4	77	29.1
من ساعة إلى أقل من ساعتين	89	26.7	74	27.9
من ساعتين إلى أقل ثلاث ساعات	82	24.6	74	27.9
من ثلاث ساعات إلى أقل من أربع ساعات	24	7.2	19	7.2
أربع ساعات فأكثر	31	9.1	22	7.9
المجموع	334	100	266	100

يشير الجدول رقم (19) إلى عدد الساعات التي يقضيها المشاهدون في مشاهدة برامج

التلفزيون الأردني على مستوى اليوم الواحد، وقد أشارت النتائج أعلاه إلى أن (32.4%) من

أفراد العينة الذكور و(29.1%) من أفراد العينة الإناث يقضون أقل من ساعة في مشاهدة برامج

التلفزيون الأردني، في حين أن (26.7%) من أفراد العينة الذكور و(27.9%) من أفراد العينة

الإناث يقضون من ساعة إلى أقل من ساعتين في مشاهدة برامج التلفزيون الأردني، وكان

(24.6%) من أفراد العينة الذكور و(27.9%) من أفراد العينة الإناث يقضون من ساعتين إلى

أقل من ثلاث ساعات في مشاهدة برامج التلفزيون الأردني، و(7.2%) من أفراد العينة الذكور

و(7.2%) من أفراد العينة الإناث يقضون من ثلاث ساعات إلى أقل من أربع ساعات في مشاهدة برامج التلفزيون الأردني، وأخيراً فإن (9.1%) من أفراد العينة الذكور و(7.9%) من أفراد العينة الإناث يقضون أربع ساعات فأكثر في مشاهدة برامج التلفزيون الأردني.

جدول (20)

عدد الفترات الزمنية لمشاهدة التلفزيون الأردني

أنثى		ذكر		الفترة الزمنية
النسبة المئوية %	العدد	النسبة المئوية %	العدد	
28.1	74	24.3	81	فترة واحدة
4.6	12	4.8	16	فترتين
27.0	71	16.2	54	ثلاث فترات
38.8	102	50.8	169	أربع فترات
1.5	6	3.9	15	خمس فترات
100	265	100	335	المجموع

يشير الجدول رقم (20) إلى أن نسبة المشاهدين الذين يقضون أربع فترات في مشاهدة التلفزيون الأردني كانت (50.8%) من أفراد العينة الذكور، و(38.8%) من أفراد العينة الإناث، في حين أن نسبة المشاهدين الذين يقضون فترة واحدة فقط في مشاهدة التلفزيون الأردني قد بلغت (24.3%) من أفراد العينة الذكور، و(28.1%) من أفراد العينة الإناث، بينما بلغت نسبة الذين يقضون ثلاث فترات في مشاهدة التلفزيون الأردني (16.2%) من أفراد العينة الذكور، و(27.0%) من أفراد العينة الإناث، وكانت نسبة الذين يقضون فترتين في مشاهدة التلفزيون الأردني قد بلغت (4.8%) من أفراد العينة الذكور، و(4.6%) من أفراد العينة الإناث،

فيما بلغت نسبة الذين يقضون خمس فترات في مشاهدة التلفزيون الأردني (3.9%) من أفراد العينة الذكور، و(1.5%) من أفراد العينة الإناث.

جدول (21)

الفترات المفضلة لمشاهدة التلفزيون الأردني *

أنثى		ذكر		الفترة الزمنية
النسبة المئوية %	العدد	النسبة المئوية %	العدد	
28.3	75	24.5	82	الفترة الصباحية من 6 - 11
4.9	13	5.4	18	فترة الظهيرة من 11 إلى ما قبل الثالثة
29.8	79	20.9	70	فترة المساء المبكر من 3 إلى ما قبل الثامنة
53.2	141	66.3	222	فترة السهرة من 8 إلى ما قبل 12
1.9	5	6.6	22	بعد منتصف الليل وحتى الثانية صباحاً

* يمكن اختيار أكثر من فترة.

يشير الجدول رقم (21) إلى أن غالبية العينة تفضل مشاهدة التلفزيون الأردني في فترة السهرة من 8 إلى ما قبل 12، إذ بلغت نسبتهم (66.3%) من الذكور، و(53.2%) من الإناث، فيما بلغت نسبة الذين يفضلون مشاهدة التلفزيون الأردني في فترة المساء المبكر من الثالثة عَصراً إلى ما قبل الثامنة (20.9%) من الذكور، و(29.8%) من الإناث. بينما بلغت نسبة الذين يفضلون مشاهدة التلفزيون الأردني في الفترة الصباحية (24.5%) من الذكور، و(28.3%) من الإناث. في حين بلغت نسبة الذين يفضلون مشاهدة التلفزيون الأردني بعد منتصف الليل وحتى الثانية صباحاً (6.6%) من الذكور، و(1.9%) من الإناث. وأخيراً بلغت نسبة الذين يفضلون مشاهدة التلفزيون الأردني في فترة الظهيرة من الحادية عشر إلى ما قبل الثالثة (5.4%) من الذكور، و(4.9%) من الإناث.

السؤال الثاني: ما الأنماط البرمجية المفضلة لدى المشاهدين على شاشة التلفزيون الأردني؟

جدول (22)

الأنماط البرمجية المفضلة على شاشة التلفزيون الأردني

أنثى		ذكر		الأنماط البرمجية
النسبة المئوية %	العدد	النسبة المئوية %	العدد	
20.4	54	20.6	69	الأفلام
12.5	33	12.2	41	المواد الفنية (الفديو كليب)
22.6	60	16.7	56	البرامج الوثائقية
30.6	81	26.3	88	البرامج والمواد الدينية
49.1	130	54.6	183	الأخبار والبرامج الإخبارية
11.3	30	9.3	31	الندوات والمناقشات
5.3	14	7.5	25	الإعلانات
17.7	47	19.1	64	البرامج المختصة بقضايا الشباب
9.8	26	11.6	39	برامج المسابقات
12.8	34	15.5	52	البرامج المختصة بقضايا المرأة
14.0	37	17.6	59	البرامج العلمية والصحية
13.6	36	14.0	47	البرامج الثقافية
6.8	18	9.0	30	البرامج التعليمية
7.2	19	8.7	29	البرامج الاقتصادية
14.7	39	18.8	63	البرامج الرياضية
43.4	115	47.8	160	المسلسلات
17.7	47	19.1	64	برامج المنوعات
8.3	22	9.9	33	برامج الأطفال

يشير الجدول رقم (22) إلى الأنماط البرمجية التي يفضلها المشاهدون على شاشة

التلفزيون الأردني، ولقد أشارت النتائج إلى أن أكثر الأنماط مشاهدة من قبل أفراد العينة من

الذكور والإناث هي الأخبار والبرامج الإخبارية إذ بلغت نسبة مشاهديها من الذكور (54.6%)، في حين بلغت نسبة اللواتي يفضلنها من الإناث (49.1%). في حين أن الإعلانات كانت من أقل الأنماط مشاهدة من قبل أفراد العينة إذ بلغت نسبة الذين يفضلون مشاهدتها من الذكور (7.5%)، ونسبتها من الإناث (5.3%).

ويعزو الباحث تفضيل الذكور للأخبار والبرامج الإخبارية إلى إهتمامهم بالأحداث وشؤون الساعة أكثر من الإناث، كذلك إن سبب تفضيل الذكور للمسلسلات يعود إلى أن الفترة المفضلة لديهم هي فترة السهرة من (8-12) مساءً وهي الفترة التي يعرض فيها مسلسل السهرة.

السؤال الثالث: ما درجة رضا المشاهدين عن برامج التلفزيون الأردني؟

قياس درجة رضا المشاهدين عن برامج التلفزيون الأردني عن طريق تحديد رضاهم عن البرامج التالية على شاشة التلفزيون الأردني وكالاتي:

جدول رقم (23)

التوزيعات التكرارية والنسب المئوية لدرجة رضا المشاهدين عن برامج التلفزيون الأردني

أنثى %						ذكر %						برامج التلفزيون الأردني
منخفضة		متوسطة		عالية		منخفضة		متوسطة		عالية		
%	العدد	%	العدد	%	العدد	%	العدد	%	العدد	%	العدد	
48.7	129	5.7	15	45.7	121	47.2	158	4.8	16	48.1	161	نشرة أخبار الثامنة مساء
44.5	118	5.3	14	50.2	133	49.3	165	6.0	20	44.8	150	يسعد صباحك
69.1	183	2.6	7	28.3	75	57.9	194	4.5	15	37.6	126	يوم جديد
62.3	165	4.9	13	32.8	87	59.4	199	3.3	11	37.3	125	ستون دقيقة
70.2	186	4.2	11	25.7	68	66.9	224	2.4	8	30.7	103	جدد حياتك
76.2	202	3.4	9	20.4	54	68.4	229	2.7	9	29.0	97	اسألوا أهل الذكر
70.2	186	2.6	7	27.2	72	69.3	232	3.3	11	27.5	92	الحكي إلنا
79.6	211	3.4	9	17.0	45	73.7	247	1.5	5	24.8	83	البرامج الرياضية (المجلة الرياضية)
74.3	197	1.5	4	24.2	64	76.7	257	3.3	11	20.0	67	يحدث اليوم

أنثى %						ذكر %						
منخفضة		متوسطة		عالية		منخفضة		متوسطة		عالية		
79.2	210	2.3	6	18.5	49	82.1	275	1.8	6	16.1	54	
91.3	242	1.1	3	7.5	20	87.5	293	1.5	5	11.0	37	دليل المستهلك
89.1	236	1.1	3	9.8	26	88.1	295	1.2	4	10.7	36	تحت الضوء
89.4	237	1.5	4	9.1	24	90.7	304	0.9	3	8.4	28	وجهاً لوجه
89.4	237	1.5	4	9.1	24	90.7	304	0.9	3	8.4	28	البرنامج الصحي
92.5	245	1.1	3	6.4	17	94.0	315	0.3	1	5.7	19	الحوار الإقتصادي
90.2	239	1.5	4	8.3	22	94.9	318	-	-	5.1	17	ملفات سياسية

يشير الجدول رقم (23) إلى درجة رضا المشاهدين عن برامج التلفزيون الأردني المذكورة في الجدول، فقد أشارت النتائج إلى أن نشرة أخبار الثامنة كانت من أكثر البرامج الحاصلة على رضا أفراد العينة الذكور إذ بلغت نسبتهم (48.1%) من مجمل الذكور، في حين كان برنامج يسعد صباحك من أكثر البرامج الحاصلة على رضا أفراد العينة الإناث إذ بلغت نسبتهم (50.2%) من مجمل الإناث. بينما حصل برنامج ملفات سياسية على أقل درجة رضا من أفراد العينة الذكور بنسبة (5.1%) من الذكور، فيما حصل برنامج الحوار الاقتصادي على أقل درجة رضا من أفراد العينة الإناث بنسبة (6.4%) من الإناث.

ولقياس مدى رضا المشاهدين عن برامج التلفزيون الأردني فقد تم إستخراج المتوسطات والانحرافات المعيارية لفقرات هذا المجال، حين تم إستخراج المدى للترج الثلاثي المستخدم وكان على الشكل الآتي: 3-1=2، ثم تم تقسيم المدى المستخرج على (3) مستويات (منخفض، متوسط، مرتفع)، لمعرفة طول كل فئة منها، وكان طول الفئة يساوي (67). أي ناتج تقسيم المدى/الترج الثلاثي 67=3/2. علماً بأنه إذا كانت قيمة المتوسط الحسابي ما بين 1-1.67 يعني درجة رضا منخفضة، وعندما تكون قيمة المتوسط الحسابي ما بين 1.68-2.34 يعني درجة

رضا متوسطة، وعندما تكون قيمة المتوسط الحسابي أكثر من (2.34) فذلك يعني درجة رضا عالية، وكانت النتائج على النحو التالي:

جدول (24)

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لقياس مدى رضا المشاهدين عن برامج التلفزيون الأردني

درجة الرضا	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	برامج التلفزيون الأردني	
متوسطة	0.97	2.00	يسعد صباحك	2
متوسطة	0.97	1.99	نشرة أخبار الثامنة	10
متوسطة	0.95	1.75	ستون دقيقة	9
متوسطة	0.94	1.71	يوم جديد	1
منخفضة	0.90	1.60	جدد حياتك	14
منخفضة	0.89	1.58	الحكي إلنا	11
منخفضة	0.87	1.53	اسألوا أهل الذكر	15
منخفضة	0.83	1.46	يحدث اليوم	3
منخفضة	0.82	1.45	البرامج الرياضية (المجلة الرياضية)	5
منخفضة	0.76	1.36	دليل المستهلك	13
منخفضة	0.61	1.22	وجهاً لوجه	7
منخفضة	0.59	1.20	تحت الضوء	6
منخفضة	0.57	1.19	البرنامج الصحي	4
منخفضة	0.50	1.14	ملفات سياسية	8
منخفضة	0.48	1.13	الحوار الاقتصادي	12
منخفضة	0.29	1.49	المجموع	

أشارت النتائج في الجدول رقم (24) إلى مدى رضا المشاهدين عن برامج التلفزيون

الأردني، فقد حصلت الفقرة رقم (2) والتي تمثل برنامج "يسعد صباحك" على أعلى متوسط

حسابي قدره (2.00) وهو يقع ما بين (1.68-2.34) مما يشير إلى أن درجة رضا المشاهدين

عن هذا البرنامج كانت متوسطة، في حين حصلت الفقرة رقم (12) والتي تمثل برنامج "الحوار الاقتصادي" على أقل متوسط حسابي قدره (1.13) وهو يقع ما بين (1-1.67) مما يشير إلى أن درجة رضا المشاهدين عن هذا البرنامج كانت منخفضة. فيما حصلت الفقرات رقم (10، 9، 1) والتي تمثل "نشرة أخبار الثامنة، وبرنامج ستون دقيقة، وبرنامج يوم جديد" على قيم متوسطات حسابية مقدارها (1.99، 1.75، 1.71) وهي تقع ما بين (1.68-2.34) مما يشير إلى أن درجة رضا المشاهدين عن هذه البرامج كانت متوسطة. بينما حصلت الفقرات رقم (14، 11، 15، 3، 5، 13، 7، 6، 4، 8) على قيم متوسطات حسابية مقدارها (1.60، 1.58، 1.53، 1.46، 1.45، 1.36، 1.22، 1.20، 1.19، 1.14) على التوالي، وهي تقع ما بين (1-1.67) مما يدل على أن درجة رضا المشاهدين عن البرامج التي تمثلها هذه الفقرات كانت منخفضة. وبالمجمل فإن درجة رضا المشاهدين على برامج التلفزيون الأردني المذكورة أعلاه كانت منخفضة.

السؤال الرابع: ما أكثر الدوافع التي تحث المشاهدين على مشاهدة التلفزيون الأردني؟

تم قياس دوافع مشاهدة المعرفة والسلوكية والوجدانية عن طريق إجابة المشاهدين

لدرجة تأييدهم للعبارات التالية:

1) الدوافع المعرفية

جدول رقم (25)

التوزيعات التكرارية والنسب المئوية للدوافع المعرفية لمشاهدة التلفزيون الأردني

الدوافع المعرفية			ذكر %			أنثى %		
	عالية	متوسطة	منخفضة	عالية	متوسطة	منخفضة	عالية	متوسطة
معرفة الأخبار المحلية وجديد أخبار الوطن والمواطنين	50.4	5.7	43.9	53.2	6.0	40.8		
معرفة السلع والخدمات من خلال الإعلانات	36.1	41.5	22.4	32.8	49.8	17.4		

67.9	4.9	27.2	64.2	2.4	33.4	فهم الواقع والأحداث الجارية
30.9	54.0	15.1	27.7	51.6	21.2	معرفة ثقافات جديدة
41.5	43.8	14.7	39.4	42.4	18.2	الإستفادة في مجال العمل

يشير الجدول رقم (25) إلى أن نسبة المشاهدين للتلفزيون الأردني بسبب معرفة الأخبار المحلية وجديد أخبار الوطن والمواطنين قد بلغت (50.4%) من الذكور، و(53.2%) من الإناث. في حين أن نسبة المشاهدين للتلفزيون الأردني للتعرف على السلع والخدمات من خلال الإعلانات قد بلغت (36.1%) من الذكور، و(32.8%) من الإناث. بينما كانت نسبة المشاهدين للتلفزيون الأردني لفهم الواقع والأحداث الجارية قد بلغت (33.4%) من الذكور، و(27.2%) من الإناث. في حين أن نسبة المشاهدين للتلفزيون الأردني ليتعرفوا على ثقافات جديدة قد بلغت (21.2%) من الذكور، و(15.1%) من الإناث. وأخيراً فإن نسبة المشاهدين للتلفزيون الأردني للاستفادة في مجال العمل فقد بلغت (18.2%) من الذكور، و(14.7%) من الإناث.

ولقياس درجة تأثير الدوافع المعرفية نحو مشاهدة التلفزيون الأردني فقد تم استخراج المتوسطات والانحرافات المعيارية لفقرات هذا المجال، علماً بأنه إذا كانت قيمة المتوسط الحسابي ما بين 1-1.67 يعني درجة تأثير منخفضة، وعندما تكون قيمة المتوسط الحسابي ما بين 1.68-2.34 يعني درجة تأثير متوسطة، وعندما تكون قيمة المتوسط الحسابي أكثر من (2.34) فذلك يعني درجة تأثير عالية، وكانت النتائج على النحو التالي:

جدول (26)

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لقياس درجة تأثير الدوافع المعرفية نحو مشاهدة التلفزيون الأردني

الدرجة	الانحراف	المتوسط	الدوافع المعرفية
التأثير	المعياري	الحسابي	

الدرجة	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الدوافع المعرفية	
متوسطة	0.73	2.15	معرفة السلع والخدمات من خلال الإعلانات	4
متوسطة	0.97	2.09	معرفة الأخبار المحلية وجديد أخبار الوطن والمواطنين	2
متوسطة	0.68	1.90	معرفة ثقافات جديدة	3
متوسطة	0.72	1.76	الإستفادة في مجال العمل	5
منخفضة	0.92	1.65	فهم الواقع والأحداث الجارية	1
متوسطة	0.44	1.90	الدرجة الكلية	

يشير الجدول رقم (26) إلى درجة تأثير الدوافع المعرفية نحو مشاهدة التلفزيون الأردني، فقد حصلت الفقرة (4) والتي تنص على "معرفة السلع والخدمات من خلال الإعلانات" على أعلى متوسط حسابي قدره (2.15) وهو يقع ما بين (1.68-2.34) مما يشير إلى أن درجة تأثير هذا الدافع نحو مشاهدة التلفزيون الأردني كانت متوسطة، في حين حصلت الفقرة رقم (1) والتي تنص على "فهم الواقع والأحداث الجارية" على أدنى متوسط حسابي قدره (1.65) وهو يقع ما بين (1-1.67) مما يدل على أن درجة تأثير هذا الدافع نحو مشاهدة التلفزيون الأردني كانت منخفضة. في حين حصلت الفقرات رقم (2، 3، 5) على قيم متوسطات حسابية مقدارها (2.09، 1.90، 1.76) وهي تقع ما بين (1.68-2.34) ويشير ذلك على أن درجة تأثير هذه الدوافع نحو مشاهدة التلفزيون الأردني كانت متوسطة. وبالمجمل فإن درجة تأثير الدوافع المعرفية لدى المشاهدين نحو مشاهدة التلفزيون الأردني كانت متوسطة.

(2) الدوافع السلوكية

جدول رقم (27)

التوزيعات التكرارية والنسب المئوية للدوافع السلوكية لمشاهدة التلفزيون الأردني

الدوافع السلوكية			ذكر %			أنثى %		
عالية	متوسطة	منخفضة	عالية	متوسطة	منخفضة	عالية	متوسطة	منخفضة
37.6	46.9	15.5	37.7	47.5	14.7	37.6	46.9	15.5
20.3	45.4	34.3	21.5	53.6	24.9	20.3	45.4	34.3
19.4	46.6	34.0	17.7	46.8	35.5	19.4	46.6	34.0
18.5	41.8	39.7	9.8	49.1	41.1	18.5	41.8	39.7
10.7	49.3	40.0	9.1	53.2	37.7	10.7	49.3	40.0

يشير الجدول رقم (27) إلى أن نسبة المشاهدين للتلفزيون الأردني بسبب ترشيد الاستهلاك قد بلغت (37.6%) من الذكور، و(37.7%) من الإناث. في حين أن نسبة المشاهدين للتلفزيون الأردني بسبب التسلية والترفيه قد بلغت (20.3%) من الذكور، و(21.5%) من الإناث. بينما كانت نسبة المشاهدين للتلفزيون الأردني للاندماج مع شخصيات جديدة قد بلغت (19.4%) من الذكور، و(17.7%) من الإناث. في حين أن نسبة المشاهدين للتلفزيون الأردني حتى يتمكنوا من التصرف في المواقف المختلفة قد بلغت (18.5%) من الذكور، و(9.8%) من الإناث. وأخيراً فإن نسبة المشاهدين للتلفزيون الأردني لاكتساب مهارات جديدة فقد بلغت (10.7%) من الذكور، و(9.1%) من الإناث.

ولقياس درجة تأثير الدوافع السلوكية نحو مشاهدة التلفزيون الأردني فقد تم استخراج المتوسطات والانحرافات المعيارية لفقرات هذا المجال، علماً بأنه إذا كانت قيمة المتوسط الحسابي ما بين 1-1.67 يعني درجة تأثير منخفضة، وعندما تكون قيمة المتوسط الحسابي ما بين 1.68-2.34 يعني درجة تأثير متوسطة، وعندما تكون قيمة المتوسط الحسابي أكثر من (2.34) فذلك يعني درجة تأثير عالية، وكانت النتائج على النحو التالي:

جدول (28)

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لقياس درجة تأثير الدوافع السلوكية نحو مشاهدة التلفزيون الأردني

درجة التأثير	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الدوافع السلوكية	
متوسطة	0.69	2.23	ترشيد الإستهلاك	10
متوسطة	0.71	1.91	التسلية والترفيه	6
متوسطة	0.71	1.84	الاندماج مع شخصيات جديدة	8
متوسطة	0.70	1.74	القدرة على التصرف في المواقف المختلفة	9
متوسطة	0.64	1.71	إكتساب مهارات جديدة	7
متوسطة	0.44	1.88	الدرجة الكلية	

يشير الجدول رقم (28) إلى درجة تأثير الدوافع السلوكية نحو مشاهدة التلفزيون الأردني، فقد حصلت الفقرة (10) والتي تنص على "ترشيد الاستهلاك" على أعلى متوسط حسابي قدره (2.23) وهو يقع ما بين (1.68-2.34) مما يشير إلى أن درجة تأثير هذا الدافع نحو مشاهدة التلفزيون الأردني كانت متوسطة، في حين حصلت الفقرة رقم (7) والتي تنص على "اكتساب مهارات جديدة" على أدنى متوسط حسابي قدره (1.71) وهو يقع ما بين (1.68-2.34) مما يدل على أن درجة تأثير هذا الدافع نحو مشاهدة التلفزيون الأردني كانت متوسطة. في حين حصلت الفقرات رقم (6، 8، 9) على متوسطات حسابية مقدارها (1.91، 1.84، 1.74) على التوالي، وهي تقع ما بين (1.68-2.34) الأمر الذي يشير إلى أن درجة تأثير هذه الدوافع كانت متوسطة. وبالمجمل فإن درجة تأثير الدوافع السلوكية لدى المشاهدين نحو مشاهدة التلفزيون الأردني كانت متوسطة.

(3) الدوافع الوجدانية

جدول رقم (29)

التوزيعات التكرارية والنسب المئوية للدوافع الوجدانية لمشاهدة التلفزيون الأردني

الدوافع الوجدانية			ذكر %			أنثى %		
			عالية	متوسطة	منخفضة	عالية	متوسطة	منخفضة
تتمية القيم الدينية			43.3	40.9	15.8	44.5	41.5	14.0
التوجيه والإرشاد			34.6	43.0	22.4	23.8	55.5	20.8
الحصول على مواضيع تنمي قدرة الحوار مع الآخرين			21.8	48.7	29.6	21.9	50.9	27.2
الهروب من مشاكل الحياة اليومية			17.0	37.9	45.1	16.6	36.6	46.8
الإنفتاح على العالم			18.5	47.8	33.7	14.0	41.1	44.9

يشير الجدول رقم (29) إلى أن نسبة المشاهدين للتلفزيون الأردني لتتمية القيم الدينية والروحية قد بلغت (43.3%) من الذكور، و(44.5%) من الإناث. في حين أن نسبة المشاهدين للتلفزيون الأردني بدافع التوجيه والإرشاد قد بلغت (34.6%) من الذكور، و(23.8%) من الإناث. بينما كانت نسبة المشاهدين للتلفزيون الأردني للحصول على مواضيع تنمي قدرة الحوار مع الآخرين قد بلغت (21.8%) من الذكور، و(21.9%) من الإناث. في حين أن نسبة المشاهدين للتلفزيون الأردني بدافع الهروب من مشاكل الحياة اليومية قد بلغت (17.0%) من الذكور، و(16.6%) من الإناث. وأخيراً فإن نسبة المشاهدين للتلفزيون الأردني بدافع الانفتاح على العالم فقد بلغت (18.5%) من الذكور، و(14.0%) من الإناث.

ولقياس درجة تأثير الدوافع الوجدانية نحو مشاهدة التلفزيون الأردني فقد تم استخراج المتوسطات والانحرافات المعيارية لفقرات هذا المجال، علماً بأنه إذا كانت قيمة المتوسط الحسابي ما بين 1-1.67 يعني درجة تأثير منخفضة، وعندما تكون قيمة المتوسط الحسابي ما

بين 1.68-2.34 يعني درجة تأثير متوسطة، وعندما تكون قيمة المتوسط الحسابي أكثر من

(2.34) فذلك يعني درجة تأثير عالية، وكانت النتائج على النحو التالي:

جدول (30)

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لقياس درجة تأثير الدوافع الوجدانية نحو مشاهدة التلفزيون الأردني

درجة التأثير	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الدوافع الوجدانية	
متوسطة	0.71	2.29	تنمية القيم الدينية	15
متوسطة	0.71	2.08	التوجيه والإرشاد	12
متوسطة	0.71	1.93	الحصول على مواضيع تنمي قدرة الحوار مع الآخرين	13
متوسطة	0.71	1.78	الإنفتاح على العالم	11
متوسطة	0.74	1.71	الهروب من مشاكل الحياة اليومية	14
متوسطة	0.46	1.95	الدرجة الكلية	

يشير الجدول رقم (30) إلى درجة تأثير الدوافع الوجدانية نحو مشاهدة التلفزيون

الأردني، فقد حصلت الفقرة (15) والتي تنص على "تنمية القيم الدينية والروحية" على أعلى

متوسط حسابي قدره (2.29) وهو يقع ما بين (1.68-2.34) مما يشير إلى أن درجة تأثير هذا

الدافع نحو مشاهدة التلفزيون الأردني كانت متوسطة، في حين حصلت الفقرة رقم (14) والتي

تنص على "الهروب من مشاكل الحياة اليومية" على أدنى متوسط حسابي قدره (1.71) وهو يقع

ما بين (1.68-2.34) مما يدل على أن درجة تأثير هذا الدافع نحو مشاهدة التلفزيون الأردني

كانت متوسطة. في حين حصلت باقي الفقرات رقم (12، 13، 11) على قيم متوسطات حسابية

مقدارها (2.08، 1.93، 1.78) على التوالي، وهي تقع ما بين (1.68-2.34) الأمر الذي يدل

على أن درجة تأثير هذا الدافع كانت متوسطة. وبالمجمل فإن درجة تأثير الدوافع الوجدانية لدى المشاهدين نحو مشاهدة التلفزيون الأردني كانت متوسطة.

السؤال الخامس: ما اتجاهات المشاهدين تجاه برامج التلفزيون الأردني؟

(1) الاتجاهات الإيجابية

جدول رقم (31)

التوزيعات التكرارية والنسب المئوية للاتجاهات الإيجابية للمشاهدين نحو التلفزيون الأردني

أنثى %			ذكر %			الاتجاهات الإيجابية
موافق	محايد	غير موافق	موافق	محايد	غير موافق	
20.5	16.6	62.9	20.8	19.4	59.9	يولي التلفزيون الأردني اهتماماً خاصاً للقضايا العربية الرئيسية
6.4	47.5	46.0	5.7	51.0	43.3	يتابع التلفزيون الأردني هموم وقضايا الوطن والمواطن
69.4	3.8	26.8	61.8	3.3	34.9	يقدم التلفزيون الأردني كل ما هو جديد
72.8	1.9	25.3	75.8	3.3	20.9	ملئمة برامج التلفزيون الأردني للذوق العام
23.0	58.5	18.5	23.3	57.0	19.7	ينجح التلفزيون الأردني في طرح حلول واقعية للقضايا التي يتناولها
23.0	58.5	18.5	23.3	57.0	19.7	مساحة الحرية في التلفزيون الأردني كبيرة
91.3	0.8	7.9	92.8	0.9	6.3	يوجد التلفزيون الأردني لغة مشتركة بين أفراد المجتمع

يشير الجدول رقم (31) إلى أن نسبة المشاهدين المؤيدين على أن التلفزيون الأردني

يولي اهتماماً خاصاً للقضايا العربية الرئيسية قد بلغت (59.9%) من الذكور، و(62.9%) من

الإناث. بينما بلغت نسبة المشاهدين الذين أيدوا بأن التلفزيون الأردني يقوم بمتابعة هموم وقضايا

الوطن والمواطن (43.3%) من الذكور، و(46.0%) من الإناث. في حين بلغت نسبة المشاهدين

الذين يرون بأن التلفزيون الأردني يقدم كل ما هو جديد (34.9%) من الذكور، و(26.8%) من

الإناث. في حين بلغت نسبة الذين يشيرون إلى ملائمة البرامج للذوق العام (20.9%) من الذكور، و(25.3%) من الإناث. وبلغت نسبة المشاهدين المؤيدين بأن التلفزيون الأردني ينجح في طرح حلول واقعية للقضايا التي يتناولها (19.7%) من الذكور، و(18.5%) من الإناث. وبلغت نسبة المشاهدين المؤيدين بأن مساحة الحرية في التلفزيون الأردني كبيرة (19.7%) من الذكور، و(18.5%) من الإناث. وأخيراً فقد بلغت نسبة المشاهدين المؤيدين بأن التلفزيون الأردني يوجد لغة مشتركة بين أفراد المجتمع (6.3%) من الذكور، و(7.9%) من الإناث.

ولقياس اتجاهات المشاهدين الإيجابية نحو التلفزيون الأردني فقد تم استخراج المتوسطات والانحرافات المعيارية لفقرات هذا المجال، علماً بأنه إذا كانت قيمة المتوسط الحسابي ما بين 1-1.67 يعني درجة تأثير منخفضة، وعندما تكون قيمة المتوسط الحسابي ما بين 1.68-2.34 يعني درجة تأثير متوسطة، وعندما تكون قيمة المتوسط الحسابي أكثر من (2.34) فذلك يعني درجة تأثير عالية، وكانت النتائج على النحو التالي:

جدول (32)

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لقياس اتجاهات المشاهدين الإيجابية تجاه التلفزيون الأردني

	الاتجاهات الإيجابية	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	تأثير الاتجاه
7	يولي التلفزيون الأردني اهتماماً خاصاً للقضايا العربية الرئيسية	2.40	0.81	عالية
2	يتابع التلفزيون الأردني هموم وقضايا الوطن والمواطن	2.39	0.60	عالية
3	ينجح التلفزيون الأردني في طرح حلول واقعية للقضايا التي يتناولها	1.96	0.65	متوسطة
6	مساحة الحرية في التلفزيون الأردني كبيرة	1.96	0.65	متوسطة
4	يقدم التلفزيون الأردني كل ما هو جديد	1.66	0.92	منخفضة
1	ملائمة برامج التلفزيون الأردني للذوق العام	1.48	0.84	منخفضة

5	يوجد التلفزيون الأردني لغة مشتركة بين أفراد المجتمع	1.15	0.52	منخفضة
الدرجة الكلية		1.84	0.34	متوسطة

يشير الجدول رقم (32) إلى تأثير الاتجاهات الإيجابية نحو التلفزيون الأردني، فقد حصلت الفقرة (7) والتي تنص على "يولي اهتماماً خاصاً للقضايا العربية الرئيسية" على أعلى متوسط حسابي قدره (2.40) وهو أعلى من (2.34) مما يشير إلى أن تأثير هذا الاتجاه كان عالياً، في حين حصلت الفقرة رقم (5) والتي تنص على "إيجاد لغة مشتركة بين أفراد المجتمع" على أدنى متوسط حسابي قدره (1.15) وهو يقع ما بين (1-1.67) مما يدل على أن تأثير هذا الاتجاه كان منخفضاً. في حين حصلت الفقرة رقم (2) على متوسط حسابي قدره (2.39) وهو أعلى من (2.34) الأمر الذي يدل على أن تأثير هذا الاتجاه كان عالياً. بينما حصلت الفقرات رقم (3، 6) على متوسطات حسابية مقدارها (1.96، 1.96) على التوالي، وهي تقع ما بين (1.68-2.34) الأمر الذي يشير إلى تأثير هذا الاتجاه كان متوسطاً. وحصلت الفقرات رقم (4، 1) على متوسطات حسابية مقدارها (1.66، 1.48) على التوالي، وهي تقع ما بين (1-1.67) الأمر الذي يشير إلى أن تأثير هذا الاتجاه كان منخفضاً. وبالمجمل فإن درجة تأثير الاتجاهات الإيجابية لدى المشاهدين نحو التلفزيون الأردني كان متوسطاً.

2) الاتجاهات السلبية

جدول رقم (33)

التوزيعات التكرارية والنسب المئوية للاتجاهات السلبية للمشاهدين تجاه التلفزيون الأردني

الانحيازات السلبية			ذكر %			أنثى %		
موافق	محايد	غير موافق	موافق	محايد	غير موافق	موافق	محايد	غير موافق
59.9	29.6	10.5	57.0	33.6	9.4			

لا يجري التلفزيون الأردني بحوث المشاهدين للتعرف على رغباتهم

أنثى %			ذكر %			الاتجاهات السلبية
غير موافق	محايد	موافق	غير موافق	محايد	موافق	
						واحتياجاتهم
16.6	29.1	54.3	11.4	32.0	56.6	يقوم التلفزيون الأردني بتكرار وإعادة البرامج
16.6	29.1	54.3	11.4	32.0	56.6	يفتقر التلفزيون الأردني للجرأة والصراحة في مناقشة القضايا
12.5	27.9	59.6	12.0	32.0	56.0	ضعف مستوى البرامج في التلفزيون الأردني
18.9	44.5	36.6	15.0	44.6	40.4	تدني مستوى أداء العاملين في التلفزيون الأردني
24.9	53.6	21.5	34.3	45.4	20.3	يركز التلفزيون الأردني على برامج التسلية أكثر من البرامج الجادة
45.7	41.5	12.8	43.9	40.9	15.2	إبتعاد ما يقدمه التلفزيون الأردني عن القيم الدينية

يشير الجدول رقم (33) إلى أن نسبة المشاهدين الذين يرون بأن التلفزيون الأردني لا يجري بحوث المشاهدين للتعرف على رغباتهم واحتياجاتهم التلفزيون قد بلغت (59.9%) من الذكور، و(57.0%) من الإناث. بينما بلغت نسبة المشاهدين الذين يرون بأن التلفزيون الأردني يقوم بتكرار وإعادة البرامج (56.6%) من الذكور، و(54.3%) من الإناث. في حين بلغت نسبة المشاهدين الذين يرون بأن التلفزيون الأردني يفقر للجرأة والصراحة في مناقشة القضايا (56.6%) من الذكور، و(54.3%) من الإناث. في حين بلغت نسبة الذين يشيرون إلى ضعف مستوى البرامج في التلفزيون الأردني (56.0%) من الذكور، و(59.6%) من الإناث. وبلغت نسبة المشاهدين الذين أشاروا إلى تدني مستوى أداء العاملين في التلفزيون الأردني (40.4%) من الذكور، و(36.6%) من الإناث. وبلغت نسبة المشاهدين الذين أشاروا إلى أن التلفزيون

الأردني يركز على برامج التسلية أكثر من البرامج الجادة (20.3%) من الذكور، و(21.5%) من الإناث. وأخيراً فقد بلغت نسبة المشاهدين الذين يعتقدون بأن التلفزيون الأردني يبتعد فيما يقدمه من برامج عن القيم الدينية (15.2%) من الذكور، و(12.8%) من الإناث.

ولقياس اتجاهات المشاهدين السلبية نحو التلفزيون الأردني فقد تم استخراج المتوسطات والانحرافات المعيارية لفقرات هذا المجال، علماً بأنه إذا كانت قيمة المتوسط الحسابي ما بين 1-1.67 يعني درجة تأثير منخفضة، وعندما تكون قيمة المتوسط الحسابي ما بين 1.68-2.34 يعني درجة تأثير متوسطة، وعندما تكون قيمة المتوسط الحسابي أكثر من (2.34) فذلك يعني درجة تأثير عالية، وكانت النتائج على النحو التالي:

جدول (34)

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لقياس اتجاهات المشاهدين السلبية تجاه التلفزيون الأردني

الاتجاهات السلبية	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	تأثير الاتجاه
7 لا يجري التلفزيون الأردني بحوث المشاهدين للتعرف على رغباتهم واحتياجاتهم	2.49	0.67	عالية
2 ضعف مستوى البرامج في التلفزيون الأردني	2.45	0.70	عالية
1 التكرار والإعادة للبرامج في التلفزيون الأردني	2.42	0.72	عالية
6 يفتقر التلفزيون الأردني للجرأة والصراحة في مناقشة القضايا	2.42	0.72	عالية

3	تدني مستوى أداء العاملين في التلفزيون الأردني	2.22	0.71	متوسطة
5	التركيز على برامج التسلية أكثر من البرامج الجادة	1.91	0.71	متوسطة
4	ابتعاد ما يقدمه عن القيم الدينية	1.69	0.70	متوسطة
	الدرجة الكلية	2.23	0.38	متوسطة

أشارت النتائج في الجدول رقم (34) إلى تأثير الاتجاهات السلبية نحو التلفزيون الأردني، فقد حصلت الفقرة (7) والتي تنص على "لا يجري التلفزيون الأردني بحوث المشاهدين للتعرف على رغباتهم واحتياجاتهم" على أعلى متوسط حسابي قدره (2.49) وهو أعلى من (2.34) مما يشير إلى أن تأثير هذا الاتجاه كان عالياً. في حين حصلت الفقرة رقم (4) والتي تنص على "ابتعاد ما يقدمه عن القيم الدينية" على أدنى متوسط حسابي قدره (1.69) وهو يقع ما بين (1.68-2.34) مما يدل على أن تأثير هذا الاتجاه كان متوسطاً. في حين حصلت الفقرات رقم (2، 1، 6) على متوسطات حسابية مقدارها (2.45، 2.42، 2.42) على التوالي وهو أعلى من (2.34) الأمر الذي يدل على أن تأثير هذه الاتجاهات كان عالياً. بينما حصلت الفقرات رقم (3، 5) على متوسطات حسابية مقدارها (2.22، 1.91) وهي تقع ما بين (1.68-2.34) الأمر الذي يشير إلى تأثير هذا الاتجاه كان متوسطاً. وبالمجمل فإن درجة تأثير الاتجاهات السلبية لدى المشاهدين نحو التلفزيون الأردني كان متوسطة.

السؤال السادس: ما رؤية المشاهدين لواقع التلفزيون الأردني؟

يتم قياس رؤية المشاهدين لواقع التلفزيون الأردني عن طريق إجابة المشاهدين لدرجة

موافقته على العبارات الست التالية:

جدول رقم (35)

التوزيعات التكرارية والنسب المئوية لإجابات المشاهدين عن رؤيتهم لواقع التلفزيون الأردني

أنثى %						ذكر %						الاتجاهات الإيجابية
غير موافق		محايد		موافق		غير موافق		محايد		موافق		
%	العدد	%	العدد	%	العدد	%	العدد	%	العدد	%	العدد	
38.7	94	45.7	111	15.6	38	42.5	138	44.0	143	13.5	44	ينافس التلفزيون الأردني القنوات الفضائية العربية
38.3	93	45.7	111	16.0	39	44.9	146	42.5	138	12.6	41	الخدمة الإخبارية في التلفزيون الأردني متقدمة مقارنة بالقنوات الفضائية
72.5	192	10.9	29	16.6	44	68.9	230	7.5	25	23.7	79	قوة الإمكانيات المادية في التلفزيون الأردني مقارنة مع القنوات الفضائية

يشير الجدول رقم (35) إلى أن (23.7%) من الذكور، و(16.6%) من الإناث كانت

لديهم رؤية إيجابية للتلفزيون الأردني حيث أشاروا إلى قوة الإمكانيات المادية في التلفزيون

الأردني مقارنة بالقنوات الفضائية. وأشار (12.6%) من الذكور، و(16.0%) من الإناث إلى أن

الخدمة الإخبارية في التلفزيون الأردني متقدمة مقارنة بالقنوات الفضائية. وكانت توجهات

(13.5%) من الذكور، و(15.6%) من الإناث إيجابية فيما يتعلق بمنافسة التلفزيون الأردني

للقنوات الفضائية الأخرى.

جدول رقم (36)

التوزيعات التكرارية والنسب المئوية لإجابات المشاهدين عن رؤيتهم لواقع التلفزيون الأردني

أنثى %						ذكر %						الاتجاهات السلبية
غير موافق		محايد		موافق		غير موافق		محايد		موافق		
%	العدد	%	العدد	%	العدد	%	العدد	%	العدد	%	العدد	
16.6	44	36.2	96	47.2	125	15.3	51	36.5	122	48.2	161	تدني مستوى الأداء في البرامج والإخراج في التلفزيون الأردني مقارنة بالقنوات الفضائية
12.8	34	30.2	80	57.0	151	7.5	25	34.4	115	58.1	194	تسرب الكفاءات والخبرات من التلفزيون

أنثى %						ذكر %						
غير موافق		محايد		موافق		غير موافق		محايد		موافق		
												الأردني إلى الخارج
												تؤثر مشاهدة القنوات الفضائية على حجم مشاهدة التلفزيون الأردني
7.9	21	18.1	48	74.0	196	7.5	25	18.6	62	74.0	247	

يشير الجدول رقم (36) إلى أن الأفراد الذكور كانت رؤيتهم لواقع التلفزيون الأردني سلبية إذ أشاروا إلى أن مشاهدة القنوات الفضائية تؤثر على حجم مشاهدته وبنسبة (74.0%) من الذكور، و(74.0%) من الإناث. وأشار (58.1%) من الذكور، و(57.0%) من الإناث إلى أنه هناك تسرب في الكفاءات والخبرات من التلفزيون الأردني للخارج. كذلك كان (48.2%) من الذكور، و(47.2%) من الإناث قد أشاروا إلى تدني مستوى الأداء في البرامج والإخراج في التلفزيون الأردني مقارنة بالقنوات الفضائية.

ولقياس درجة إيجابية إجابات المشاهدين فيما يتعلق بواقع التلفزيون الأردني فقد تم استخراج المتوسطات والانحرافات المعيارية لفقرات هذا المجال، علماً بأنه إذا كانت قيمة المتوسط الحسابي ما بين 1-1.67 يعني درجة إيجابية منخفضة، وعندما تكون قيمة المتوسط الحسابي ما بين 1.68-2.34 يعني درجة إيجابية متوسطة، وعندما تكون قيمة المتوسط الحسابي أكثر من (2.34) فذلك يعني درجة إيجابية عالية، وكانت النتائج على النحو التالي:

جدول (37)

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لقياس درجة إيجابية إجابات المشاهدين فيما يتعلق بواقع التلفزيون الأردني

درجة الإيجابية	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الاتجاهات الإيجابية
----------------	-------------------	-----------------	---------------------

1	ينافس التلفزيون الأردني القنوات الفضائية العربية	1.74	0.70	متوسطة
2	الخدمة الإخبارية في التلفزيون الأردني متقدمة مقارنة بالقنوات الفضائية	1.72	0.70	متوسطة
3	قوة الإمكانيات المادية في التلفزيون الأردني مقارنة مع القنوات الفضائية	1.50	0.81	منخفضة
الدرجة الكلية		2.03	0.23	متوسطة

أشارت النتائج في الجدول رقم (37) إلى درجة إيجابية إجابات المشاهدين فيما يتعلق بواقع التلفزيون الأردني، فقد حصلت الفقرة رقم (1) والتي تنص على "ينافس التلفزيون الأردني القنوات الفضائية العربية" على أعلى متوسط حسابي قدره (1.74) وهو يقع ما بين (1.68-2.34) مما يشير إلى أن درجة إيجابيتها كانت متوسطة. في حين حصلت الفقرة رقم (2) والتي تنص على "الخدمة الإخبارية في التلفزيون الأردني متقدمة مقارنة بالقنوات الفضائية" على أدنى متوسط حسابي قدره (1.72) وهو يقع ما بين (1.68-2.34)، مما يدل على أن درجة إيجابيتها كانت متوسطة. بينما حصلت الفقرة رقم (3) والتي تنص على "قوة الإمكانيات المادية في التلفزيون الأردني مقارنة مع القنوات الفضائية" على متوسط حسابي قدره (1.50) وهو يقع ما بين (1.67-1)، مما يدل على أن درجة إيجابيتها كانت منخفضة.

ولقياس درجة سلبية إجابات المشاهدين فيما يتعلق بواقع التلفزيون الأردني فقد تم استخراج المتوسطات والانحرافات المعيارية ل فقرات هذا المجال، علماً بأنه إذا كانت قيمة المتوسط الحسابي ما بين 1-1.67 يعني درجة سلبية منخفضة، وعندما تكون قيمة المتوسط الحسابي ما بين 1.68-2.34 يعني درجة سلبية متوسطة، وعندما تكون قيمة المتوسط الحسابي أكثر من (2.34) فذلك يعني درجة سلبية عالية، وكانت النتائج على النحو التالي:

جدول (38)

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لقياس درجة سلبية إجابات المشاهدين فيما يتعلق
بواقع التلفزيون الأردني

درجة السلبية	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الاتجاهات السلبية	
مرتفعة	0.61	2.66	تؤثر مشاهدة القنوات الفضائية على حجم مشاهدة التلفزيون الأردني	6
مرتفعة	0.67	2.48	تسرب الكفاءات والخبرات من التلفزيون الأردني إلى الخارج	5
متوسطة	0.73	2.32	تدني مستوى الأداء في البرامج والإخراج في التلفزيون الأردني مقارنة بالقنوات الفضائية	4
متوسطة	0.38	2.23	الدرجة الكلية	

أشارت النتائج في الجدول رقم (38) إلى درجة سلبية إجابات المشاهدين فيما يتعلق بواقع التلفزيون الأردني، فقد حصلت الفقرة رقم (6) والتي تنص على "تؤثر مشاهدة القنوات الفضائية على حجم مشاهدة التلفزيون الأردني" على أعلى متوسط حسابي قدره (2.66) وهو أعلى من (2.34) مما يشير إلى أن درجة سلبيتها كانت مرتفعة. في حين حصلت الفقرة رقم (4) والتي تنص على "تدني مستوى الأداء في البرامج والإخراج في التلفزيون الأردني مقارنة بالقنوات الفضائية" على أدنى متوسط حسابي قدره (2.32) وهو يقع ما بين (1.68-2.34)، مما يدل على أن درجة سلبيتها كانت متوسطة. بينما حصلت الفقرة رقم (5) والتي تنص على "تسرب الكفاءات والخبرات من التلفزيون الأردني إلى الخارج" على متوسط حسابي قدره (2.48) وهو أعلى من (2.34)، مما يدل على أن درجة سلبيتها كانت مرتفعة.

السؤال السابع: ما اتجاهات المشاهدين تجاه الخدمة الإخبارية في التلفزيون الأردني؟

جدول (39)

مشاهدة الأخبار على التلفزيون الأردني

الإجابة		ذكر		أنثى	
	النسبة المئوية %	العدد	النسبة المئوية %	العدد	النسبة المئوية %
دائماً	69.8%	234	56.5%	149	
أحياناً	26%	86	36.3%	97	
نادراً	4.2%	15	7.2%	19	
المجموع	100%	335	100%	265	

يشير الجدول رقم (39) إلى أن غالبية العينة يشاهدون الأخبار على التلفزيون الأردني بشكل مستمر ودائم وبنسبة (69.8%) من الذكور، و(56.5%) من الإناث. في حين بلغت نسبة الذين يشاهدون الأخبار على التلفزيون الأردني أحياناً (26%) من الذكور، و(36.3%) من الإناث. وشكل من لا يشاهدون الأخبار على التلفزيون الأردني إلا نادراً نسبة (4.2%) من الذكور، و(7.2%) من الإناث.

جدول (40)

متابعة نشرة الأخبار على شاشة التلفزيون الأردني

الإجابة		ذكر		أنثى	
	النسبة المئوية %	العدد	النسبة المئوية %	العدد	النسبة المئوية %
دائماً	58.9%	197	42.6%	113	
أحياناً	32.2%	108	35%	93	
نادراً	8.9%	30	22.4%	59	
المجموع	100%	335	100%	265	

يشير الجدول رقم (40) إلى أن الذكور يتابعون نشرة الأخبار على شاشة التلفزيون الأردني بشكل يومي وبنسبة (58.9%)، و(42.6%) من أفراد العينة للإناث. في حين بلغت

نسبة الذين يتابعون نشرة الأخبار على التلفزيون الأردني أحياناً (32,2%) من الذكور، و (35%) من الإناث. وشكل من يتابعون نشرة الأخبار على التلفزيون الأردني إلا نادراً نسبة (8,9%) من الذكور، و (22,4%) من الإناث.

يتم قياس هذا السؤال من خلال الإجابة على (14) فقرة تتعلق باتجاهات المشاهدين نحو

مشاهدة الأخبار في التلفزيون الأردني ودرجة موافقتهم عليها:

جدول رقم (41)

التوزيعات التكرارية والنسب المئوية لإجابات المشاهدين عن اتجاهاتهم الإيجابية تجاه مشاهدة الأخبار في التلفزيون الأردني

أنثى %						ذكر %						الاتجاهات
غير موافق		محايد		موافق		غير موافق		محايد		موافق		
%	العدد	%	العدد	%	العدد	%	العدد	%	العدد	%	العدد	
7.3	7	11.5	11	81.3	78	6.8	10	12.2	18	81.0	119	يولي التلفزيون الأردني الاهتمام الأكبر للأخبار الرسمية والمحلية والتوسع فيها
64.6	62	24.0	23	11.5	11	57.1	84	20.4	30	22.4	33	يتمتع القائمون على الأخبار في التلفزيون الأردني بخبرة واسعة
72.9	70	13.5	13	13.5	13	67.3	99	12.9	19	19.7	29	كفاية الإمكانات البشرية في التلفزيون الأردني
67.7	65	22.9	22	9.4	9	60.5	89	23.8	35	15.6	23	ارتفاع مستوى الرواتب والأجور للعاملين في التلفزيون الأردني
76.0	73	20.8	20	3.1	3	78.2	115	11.6	17	10.2	15	يقوم التلفزيون الأردني بتقديم عدد كبير من برامج التعليقات والتحليلات الإخبارية التي تساعد المشاهد على تكوين وجهة نظر حول الأحداث وشؤون الساعة
83.3	80	13.5	13	3.1	3	74.1	109	19.0	28	6.8	10	يمتاز المذيعون ومراسلو الأخبار في التلفزيون الأردني بعنصر الإقناع والقبول
86.5	83	10.4	10	3.1	3	85.0	125	10.2	15	4.8	7	يقوم التلفزيون الأردني بتغطية وقائع الأحداث الهامة مباشرة من موقع الحدث

يشير الجدول رقم (41) إلى اتجاهات المشاهدين الإيجابية نحو مشاهدة الأخبار في

التلفزيون الأردني، فقد أشارت النتائج إلى أن (81.0%) من الذكور، و(81.3%) من الإناث

يرون بأن التلفزيون الأردني يولي الاهتمام الأكبر للأخبار الرسمية والمحلية والتوسع بها. في حين أشار (22.4%) من الذكور، و(11.5%) من الإناث فقط إلى تمتع القائمين على الأخبار في التلفزيون الأردني بخبرة واسعة. بينما أشار (19.7%) من الذكور، و(13.5%) من الإناث إلى كفاية الإمكانيات البشرية في التلفزيون الأردني. وأكد (15.6%) من الذكور، و(9.4%) من الإناث على ارتفاع مستوى الرواتب والأجور للعاملين في التلفزيون الأردني. إضافة إلى أن (10.2%) من الذكور و(3.1%) من الإناث قد أشاروا إلى أن التلفزيون الأردني يقوم بتقديم عدد كبير من برامج التعليقات والتحليلات الإخبارية. كذلك فإن (6.8%) من الذكور و(3.1%) من الإناث يرون بأن المذيعين ومراسلي الأخبار في التلفزيون الأردني يمتازون بعنصر الإقناع والقبول. وأخيراً فإن (4.8%) من الذكور، و(3.1%) من الإناث يرون بأن التلفزيون الأردني يقوم بتغطية وقائع لأحداث هامة مباشرة من موقع الحدث.

جدول رقم (42)

التوزيعات التكرارية والنسب المئوية لإجابات المشاهدين عن اتجاهاتهم السلبية تجاه مشاهدة الأخبار في التلفزيون الأردني

أنتى %						ذكر %						الاتجاهات
غير موافق		محايد		موافق		غير موافق		محايد		موافق		
%	العدد	%	العدد	%	العدد	%	العدد	%	العدد	%	العدد	
2.1	2	4.2	4	93.8	90	4.1	6	9.5	14	86.4	127	يتخلف التلفزيون الأردني عن تغطية بعض الأحداث المحلية الهامة
4.2	4	6.3	6	89.5	85	7.5	11	6.8	10	85.7	126	ضعف الإمكانيات المادية والتقنية في التلفزيون الأردني
2.1	2	5.2	5	92.7	89	6.1	9	12.9	19	81.0	119	قلّة مراسلي التلفزيون الأردني المنتشرين في دول العالم المختلفة يساهم في ضعف

أنثى %						ذكر %						
غير موافق		محايد		موافق		غير موافق		محايد		موافق		
												مستوى الخدمة الإخبارية
12.5	12	14.6	14	72.9	70	7.5	11	14.3	21	78.2	115	تسرب الكفاءات الإعلامية المدربة من التلفزيون الأردني
3.1	3	12.5	12	84.4	81	8.8	13	18.4	27	72.8	107	العاملين الجدد في أخبار التلفزيون الأردني بحاجة إلى تدريب كاف
11.5	11	22.9	22	65.6	63	15.0	22	19.0	28	66.0	97	لا تتوافق بعض محتويات النشرات الإخبارية في التلفزيون الأردني مع اهتمامات المشاهدين
17.7	17	17.7	17	64.6	62	25.2	37	21.1	31	53.7	79	ضعف مستوى أداء القائمين على الأخبار ومقدمي النشرات الإخبارية في التلفزيون الأردني

يشير الجدول رقم (42) إلى اتجاهات المشاهدين السلبية نحو مشاهدة الأخبار في التلفزيون الأردني، فقد أشارت النتائج إلى أن (86.4%) من الذكور، و(93.8%) من الإناث يشيرون إلى أن التلفزيون الأردني يتخلف عن تغطية بعض الأحداث المحلية الهامة. بينما كان (85.7%) من الذكور، و(89.5%) من الإناث أكدوا على ضعف الإمكانيات المادية والتقنية في التلفزيون الأردني. وإن (81.0%) من الذكور، و(92.7%) من الإناث يشيرون إلى قلة مراسلي التلفزيون الأردني المنتشرين في دول العالم المختلفة مما يساهم في ضعف مستوى الخدمة الإخبارية. كذلك فإن (78.2%) من الذكور، و(72.9%) من الإناث أشاروا إلى تسرب الكفاءات

الإعلامية المدربة من التلفزيون الأردني. بينما أشار (72.8%) من الذكور، و(84.4%) من الإناث أكدوا حاجة العاملين الجدد في التلفزيون الأردني إلى تدريب كافٍ. فيما أشار (66.0%) من الذكور، و(65.6%) من الإناث إلى عدم توافق بعض محتويات النشرات الإخبارية في التلفزيون الأردني مع اهتمامات المشاهدين. كذلك فإن (53.7%) من الذكور، و(64.6%) من الإناث يؤكدون على ضعف مستوى أداء القائمين على الأخبار ومقدمي النشرات الإخبارية في التلفزيون الأردني.

ولقياس اتجاهات المشاهدين الإيجابية نحو الخدمة الإخبارية في التلفزيون الأردني، فقد تم استخراج المتوسطات والانحرافات المعيارية لفقرات هذا المجال، علماً بأنه إذا كانت قيمة المتوسط الحسابي ما بين 1-1.67 يعني درجة إيجابية منخفضة، وعندما تكون قيمة المتوسط الحسابي ما بين 1.68-2.34 يعني درجة إيجابية متوسطة، وعندما تكون قيمة المتوسط الحسابي أكثر من (2.34) فذلك يعني درجة إيجابية مرتفعة، وكانت النتائج على النحو التالي:

جدول (43)

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لقياس اتجاهات المشاهدين الإيجابية تجاه الخدمة الإخبارية في التلفزيون الأردني

الدرجة الإيجابية الاتجاه	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الاتجاهات	
مرتفعة	0.58	2.74	يولي التلفزيون الأردني الاهتمام الأكبر للأخبار الرسمية والمحلية والتوسع فيها	6
منخفضة	0.78	1.58	يتمتع القائمون على الأخبار في التلفزيون الأردني بخبرة واسعة	3
منخفضة	0.72	1.50	ارتفاع مستوى الرواتب والأجور للعاملين في التلفزيون الأردني	2
منخفضة	0.77	1.48	كفاية الإمكانيات البشرية في التلفزيون الأردني	1
منخفضة	0.60	1.30	يقوم التلفزيون الأردني بتقديم عدد كبير من برامج التعليقات والتحليلات الإخبارية التي تساعد المشاهد على تكوين وجهة نظر حول الأحداث وشؤون	7

الاتجاهات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	درجة إيجابية الاتجاه
الساعة			
4	1.28	0.55	منخفضة
5	1.19	0.48	منخفضة
الدرجة الكلية	1.58	0.27	منخفضة

يشير الجدول رقم (43) إلى درجة إيجابية اتجاهات المشاهدين نحو الخدمة الإخبارية في التلفزيون الأردني، حيث حصلت الفقرة رقم (6) والتي تنص على "يولي التلفزيون الأردني الاهتمام الأكبر للأخبار الرسمية والمحلية والتوسع فيها" على متوسط حسابي قدره (2.74) وهو أعلى من (2.34) مما يشير إلى أن درجة إيجابية هذا الاتجاه كانت مرتفعة. في حين حصلت الفقرة رقم (5) والتي تنص على "يقوم التلفزيون الأردني بتغطية وقائع الأحداث الهامة مباشرة من موقع الحدث" على أقل متوسط حسابي قدره (1.19) وهو يقع ما بين (1-1.67)، مما يشير إلى أن درجة إيجابية هذا الاتجاه منخفضة. بينما حصلت باقي الفقرات رقم (3، 2، 1، 7، 4) على متوسطات حسابية مقدارها (1.58، 1.50، 1.48، 1.30، 1.28) على التوالي، وهي تقع ما بين (1-1.67) هذا يؤشر على أن درجة إيجابية هذه الاتجاهات منخفضة.

جدول (44)

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لقياس اتجاهات المشاهدين السلبية تجاه الخدمة الإخبارية في التلفزيون الأردني

الاتجاهات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	درجة سلبية الاتجاه
12	2.86	0.43	مرتفعة
14	2.81	0.49	مرتفعة

الاتجاهات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	درجة سلبية الاتجاه
العالم المختلفة يساهم في ضعف مستوى الخدمة الإخبارية			
8	2.81	0.53	مرتفعة
11	2.71	0.53	مرتفعة
9	2.67	0.64	مرتفعة
13	2.52	0.72	مرتفعة
10	2.36	0.82	مرتفعة
الدرجة الكلية			
	2.68	0.30	مرتفعة

يشير الجدول رقم (44) إلى درجة إيجابية اتجاهات المشاهدين نحو الخدمة الإخبارية في التلفزيون الأردني، حيث حصلت الفقرة رقم (12) والتي تنص على "يتخلف التلفزيون الأردني عن تغطية بعض الأحداث المحلية الهامة" على متوسط حسابي قدره (2.86) وهو أعلى من (2.34) مما يشير إلى أن درجة سلبية هذا الاتجاه مرتفعة. بينما حصلت باقي الفقرات رقم (14)، 8، 11، 9، 13، 10 على متوسطات حسابية مقدارها (2.81، 2.81، 2.71، 2.67، 2.52، 2.36) على التوالي، وهي أعلى من (2.34) هذا يؤشر على أن درجة سلبية هذه الاتجاهات مرتفعة.

يعزي الباحث سبب زيادة اتجاهات المشاهدين السلبية تجاه الخدمة الإخبارية في التلفزيون الأردني عن الاتجاهات الإيجابية، إلى عدم تلبية نشرات الأخبار في التلفزيون الأردني لرغبات وحاجات المشاهدين.

رابعاً: اختبار الفرضيات

الفرضية الأولى: لاختبار الفرضية الأولى والتي تنص على أنه "لا توجد فروق ذات

دلالة إحصائية في اتجاهات المشاهدين تجاه برامج التلفزيون الأردني تعزى إلى إختلاف

المتغيرات الديموغرافية"، تم تقسيمها إلى الفرضيات الفرعية التالية:

الفرضية الفرعية الأولى: لاختبار الفرضية الفرعية الأولى والتي تنص على أنه "لا توجد فروق

ذات دلالة إحصائية في اتجاهات المشاهدين تجاه برامج التلفزيون الأردني تعزى إلى متغير

الجنس"، تم استخدام اختبار (ت) (Independent Sample T-Test) وكانت النتائج كما يلي:

جدول (45)

اختبار ت (Independent Sample T-Test) لاتجاهات المشاهدين تجاه برامج التلفزيون

الأردني تبعاً لمتغير الجنس

الدوافع	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	درجات الحرية	قيمة (ت) المحسوبة	قيمة (ت) الجدولية	الدلالة الإحصائية
الاتجاهات الإيجابية	1.85	0.33	598	0.43	1.96	0.669
	1.84	0.36				
الاتجاهات السلبية	2.24	0.37	598	0.61	1.96	0.540
	2.22	0.40				
مجمّل الاتجاهات	2.04	0.22	598	0.77	1.96	0.443
	2.03	0.23				

يشير الجدول رقم (45) إلى عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية في اتجاهات

المشاهدين الإيجابية والسلبية ومجمّل الإتجاهات تجاه برامج التلفزيون الأردني تعزى إلى متغير

الجنس، وذلك لأن قيم الدلالة الإحصائية لها كانت أعلى من (0.05)، وقد ثبت صحة هذه

الفرضية.

الفرضية الفرعية الثانية: لاختبار الفرضية الفرعية الثانية والتي تنص على أنه "لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في اتجاهات المشاهدين تجاه برامج التلفزيون الأردني تعزى لمتغير العمر"، تم استخدام اختبار تحليل التباين الأحادي (One Way ANOVA)، وكانت النتائج كما يلي:

جدول (46)

نتائج تحليل التباين الأحادي (One Way ANOVA) لاتجاهات المشاهدين تجاه برامج التلفزيون الأردني تبعاً لمتغير العمر

المجال	مصدر التباين	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	قيمة (ف) المحسوبة	قيمة (ف) الجدولية	الدلالة الإحصائية
الاتجاهات الإيجابية	بين المجموعات	2.306	9	0.26	2.24*	1.89	0.018
	داخل المجموعات	67.41	590	0.11			
	الكلي	69.71	599				
الاتجاهات السلبية	بين المجموعات	2.14	9	0.24	1.63	1.89	0.102
	داخل المجموعات	85.69	590	0.15			
	الكلي	87.83	599				
مجموع الاتجاهات	بين المجموعات	0.17	9	0.01	0.37	1.89	0.950
	داخل المجموعات	30.50	590	0.05			
	الكلي	30.67	599				

* عند مستوى دلالة إحصائية أقل من (0.05)

يشير الجدول رقم (46) إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الاتجاهات الإيجابية للمشاهدين تجاه برامج التلفزيون الأردني تعزى لاختلاف متغير العمر، وذلك لأن قيمة الدلالة الإحصائية لها بلغت (0.018) وهي أقل من (0.05)، إذ حصل أصحاب الفئة العمرية من 55-59 سنة على أعلى متوسطات حسابية مقارنة بالفئات العمرية الأخرى، وقد ثبت خطأ هذه الفرضية. في حين أشارت النتائج إلى عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية في اتجاهات المشاهدين السلبية ومجموع الاتجاهات تجاه برامج التلفزيون الأردني تعزى لاختلاف متغير العمر، وذلك لأن قيم الدلالة الإحصائية لها كانت أعلى من (0.05).

يعزو الباحث ذلك إلى أن الفئة العمرية من 55-59 أكثر إرتباطا بالتلفزيون الأردني وعاصرته منذ تأسيسه ، وبالرغم من ظهور القنوات الفضائية إلا أن هذه الفئة العمرية أصبحت مشاهدة التلفزيون الاردني لديهم بحكم العادة.

الفرضية الفرعية الثالثة: لاختبار الفرضية الفرعية الثالثة والتي تنص على أنه "لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في اتجاهات المشاهدين تجاه برامج التلفزيون الأردني تعزى لإختلاف متغير المستوى التعليمي"، تم استخدام إختبار تحليل التباين الأحادي (One Way ANOVA)، وكانت النتائج كما يلي:

جدول (47)

نتائج تحليل التباين الأحادي (One Way ANOVA) لإتجاهات المشاهدين تجاه برامج التلفزيون الأردني تبعاً لمتغير المستوى التعليمي

المجال	مصدر التباين	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	قيمة (ف) المحسوبة	قيمة (ف) الجدولية	الدلالة الإحصائية
الاتجاهات الإيجابية	بين المجموعات	0.66	5	0.13	1.13	2.23	0.343
	داخل المجموعات	69.06	594	0.12			
	الكلي	69.71	599				
الاتجاهات السلبية	بين المجموعات	1.49	5	0.30	2.06	2.23	0.069
	داخل المجموعات	86.34	594	0.15			
	الكلي	87.83	599				
مجمل الاتجاهات	بين المجموعات	0.39	5	0.07	1.51	2.23	0.185
	داخل المجموعات	30.28	594	0.05			
	الكلي	30.67	599				

يشير الجدول رقم (47) إلى عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية في اتجاهات

المشاهدين الإيجابية والسلبية ومجمل الاتجاهات تجاه برامج التلفزيون الأردني تعزى إلى

متغير المستوى التعليمي، وذلك لأن قيم الدلالة الإحصائية لها كانت أعلى من (0.05)، وقد ثبت صحة هذه الفرضية.

الفرضية الفرعية الرابعة: لاختبار الفرضية الفرعية الرابعة والتي تنص على أنه "لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في اتجاهات المشاهدين تجاه برامج التلفزيون الأردني تعزى لاختلاف متغير المهنة"، تم استخدام اختبار تحليل التباين الأحادي (One Way ANOVA)، وكانت النتائج كما يلي:

جدول (48)

نتائج تحليل التباين الأحادي (One Way ANOVA) لاتجاهات المشاهدين تجاه برامج التلفزيون الأردني تبعاً لمتغير المهنة

المجال	مصدر التباين	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	قيمة (ف) المحسوبة	قيمة (ف) الجدولية	الدلالة الإحصائية
الاتجاهات الإيجابية	بين المجموعات	2.34	10	0.23	2.05*	1.84	0.027
	داخل المجموعات	67.37	589	0.11			
	الكلي	69.71	599				
الاتجاهات السلبية	بين المجموعات	1.92	10	0.19	1.32	1.84	0.218
	داخل المجموعات	85.91	589	0.15			
	الكلي	87.83	599				
مجموع الاتجاهات	بين المجموعات	0.74	10	0.07	1.46	1.84	0.152
	داخل المجموعات	29.93	589	0.05			
	الكلي	30.67	599				

* عند مستوى دلالة إحصائية أقل من (0.05)

يشير الجدول رقم (48) إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الاتجاهات الإيجابية للمشاهدين تجاه برامج التلفزيون الأردني تعزى لاختلاف متغير المهنة، وذلك لأن قيمة الدلالة الإحصائية لها بلغت (0.027) وهي أقل من (0.05)، وكانت الفروق لصالح المهنيين، وقد ثبت خطأ هذه الفرضية. وأشارت النتائج أيضاً إلى عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين

اتجاهات المشاهدين السلبية ومجمل الاتجاهات تجاه برامج التلفزيون الأردني تعزى لاختلاف متغير المهنة، وذلك لأن قيم الدلالة الإحصائية لها كانت أعلى من (0.05).

الفرضية الفرعية الخامسة: لاختبار الفرضية الفرعية الخامسة والتي تنص على أنه "لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في اتجاهات المشاهدين تجاه برامج التلفزيون الأردني تعزى لاختلاف متغير مستوى الدخل الشهري"، تم استخدام اختبار تحليل التباين الأحادي (One Way ANOVA)، وكانت النتائج كما يلي:

جدول (49)

نتائج تحليل التباين الأحادي (One Way ANOVA) لاتجاهات المشاهدين تجاه برامج التلفزيون الأردني تبعاً لمتغير مستوى الدخل الشهري

المجال	مصدر التباين	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	قيمة (ف) المحسوبة	قيمة (ف) الجدولية	الدلالة الإحصائية
الاتجاهات الإيجابية	بين المجموعات	0.50	8	0.06	0.53	1.95	0.836
	داخل المجموعات	69.22	591	0.12			
	الكلي	69.71	599				
الاتجاهات السلبية	بين المجموعات	1.47	8	0.18	1.26	1.95	0.265
	داخل المجموعات	86.36	591	0.15			
	الكلي	87.83	599				
مجمل الاتجاهات	بين المجموعات	0.60	8	0.07	1.48	1.95	0.161
	داخل المجموعات	30.07	591	0.05			
	الكلي	30.67	599				

يشير الجدول رقم (49) إلى عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية في اتجاهات

المشاهدين الإيجابية والسلبية ومجمل الاتجاهات تجاه برامج التلفزيون الأردني تعزى إلى متغير مستوى الدخل الشهري، وذلك لأن قيم الدلالة الإحصائية لها كانت أعلى من (0.05)، وقد ثبت صحة هذه الفرضية.

الفرضية الفرعية السادسة: لاختبار الفرضية الفرعية السادسة والتي تنص على أنه "لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في اتجاهات المشاهدين تجاه برامج التلفزيون الأردني تعزى لاختلاف متغير مكان السكن"، تم استخدام اختبار تحليل التباين الأحادي (One Way ANOVA)، وكانت النتائج كما يلي:

جدول (50)

نتائج تحليل التباين الأحادي (One Way ANOVA) لاتجاهات المشاهدين تجاه برامج التلفزيون الأردني تبعاً لمتغير مكان السكن

المجال	مصدر التباين	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	قيمة (ف) المحسوبة	قيمة (ف) الجدولية	الدلالة الإحصائية
الاتجاهات الإيجابية	بين المجموعات	0.39	3	0.13	1.25	2.62	0.338
	داخل المجموعات	69.32	596	0.12			
	الكلي	69.71	599				
الاتجاهات السلبية	بين المجموعات	1.61	3	0.54	3.71*	2.62	0.012
	داخل المجموعات	86.22	596	0.15			
	الكلي	87.83	599				
مجموع الاتجاهات	بين المجموعات	0.21	3	0.07	1.39	2.62	0.246
	داخل المجموعات	30.46	596	0.05			
	الكلي	30.67	599				

* عند مستوى دلالة إحصائية أقل من (0.05)

يشير الجدول رقم (50) إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية في اتجاهات المشاهدين السلبية تجاه برامج التلفزيون الأردني تعزى لمتغير مكان السكن، وذلك لأن قيمة الدلالة الإحصائية لها بلغت (0.012) وهي أقل من (0.05)، إذ أن سكان المدن حصلوا على أعلى متوسطات حسابية مقارنة مع سكان المناطق الأخرى، وقد ثبت خطأ هذه الفرضية. كما يشير الجدول إلى عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين اتجاهات المشاهدين الإيجابية ومجموع

الاتجاهات نحو برامج التلفزيون الأردني تعزى لمتغير مكان السكن، وذلك لأن قيم الدلالة الإحصائية لها كانت أعلى من (0.05).

يعزو الباحث ذلك إلى توفر بدائل اتصالية لدى سكان المدن، وكذلك عدم قدرة التلفزيون الأردني على تلبية رغبات وحاجات سكان المدن بشكل كافٍ.

الفرضية الفرعية السابعة: لإختبار الفرضية الفرعية السابعة والتي تنص على أنه "لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في اتجاهات المشاهدين تجاه برامج التلفزيون الأردني تعزى لاختلاف متغير الأقليم"، تم استخدام اختبار تحليل التباين الأحادي (One Way ANOVA)، وكانت النتائج كما يلي:

جدول (51)

نتائج تحليل التباين الأحادي (One Way ANOVA) لاتجاهات المشاهدين تجاه برامج التلفزيون الأردني تبعاً لمتغير الأقليم

المجال	مصدر التباين	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	قيمة (ف) المحسوبة	قيمة (ف) الجدولية	الدلالة الإحصائية
الاتجاهات الإيجابية	بين المجموعات	0.004	2	0.002	0.02	3.02	0.980
	داخل المجموعات	69.71	597	0.12			
	الكلي	69.71	599				
الاتجاهات السلبية	بين المجموعات	0.24	2	0.12	0.82	3.02	0.441
	داخل المجموعات	87.59	597	0.15			
	الكلي	87.83	599				
مجموع الاتجاهات	بين المجموعات	0.06	2	0.03	0.61	3.02	0.545
	داخل المجموعات	30.61	597	0.05			
	الكلي	30.67	599				

يشير الجدول رقم (51) إلى عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية في اتجاهات

المشاهدين الإيجابية والسلبية ومجموع الاتجاهات تجاه برامج التلفزيون الأردني تعزى إلى متغير

الأقليم، وذلك لأن قيم الدلالة الإحصائية لها كانت أعلى من (0.05)، وقد ثبت صحة هذه الفرضية.

الفرضية الفرعية الثامنة: لاختبار الفرضية الفرعية الثامنة والتي تنص على أنه "لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في اتجاهات المشاهدين تجاه برامج التلفزيون الأردني تعزى لاختلاف متغير الحالة الاجتماعية"، تم استخدام اختبار تحليل التباين الأحادي (One Way ANOVA)، وكانت النتائج كما يلي:

جدول (52)

نتائج تحليل التباين الأحادي (One Way ANOVA) لاتجاهات المشاهدين تجاه برامج التلفزيون الأردني تبعاً لمتغير الحالة الاجتماعية

المجال	مصدر التباين	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	قيمة (ف) المحسوبة	قيمة (ف) الجدولية	الدلالة الإحصائية
الاتجاهات الإيجابية	بين المجموعات	0.19	3	0.06	0.55	2.62	0.650
	داخل المجموعات	69.52	596	0.12			
	الكلي	69.71	599				
الاتجاهات السلبية	بين المجموعات	0.23	3	0.07	0.51	2.62	0.675
	داخل المجموعات	87.60	596	0.15			
	الكلي	87.83	599				
مجموع الاتجاهات	بين المجموعات	0.03	3	0.01	0.21	2.62	0.893
	داخل المجموعات	30.64	596	0.05			
	الكلي	30.67	599				

يشير الجدول رقم (52) إلى عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية في اتجاهات

المشاهدين الإيجابية والسلبية ومجموع الاتجاهات نحو برامج التلفزيون الأردني تعزى إلى متغير

الحالة الاجتماعية، وذلك لأن قيم الدلالة الإحصائية لها كانت أعلى من (0.05)، وقد ثبت صحة

هذه الفرضية.

الفرضية الثانية: لاختبار الفرضية الثانية والتي تنص على أنه "لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في دوافع المشاهدين نحو مشاهدة التلفزيون الأردني تعزى لاختلاف المتغيرات الديموغرافية"، وتم تقسيم هذه الفرضية إلى الفرضيات الفرعية التالية:

الفرضية الفرعية الأولى: لاختبار الفرضية الفرعية الأولى والتي تنص على أنه "لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في دوافع المشاهدين تجاه مشاهدة التلفزيون الأردني تعزى لاختلاف متغير الجنس" تم استخدام اختبار (ت) (Independent Sample T-Test)، وكانت النتائج على الشكل الآتي:

جدول (53)

اختبار ت (Independent Sample T-Test) لدوافع المشاهدين تجاه مشاهدة التلفزيون الأردني تبعاً لمتغير الجنس

الدوافع	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	درجات الحرية	قيمة (ت) المحسوبة	قيمة (ت) الجدولية	الدلالة الإحصائية
الدوافع المعرفية	1.92	0.41	598	1.06	1.96	0.291
	1.89	0.41				
الدوافع السلوكية	1.89	0.47	598	0.06	1.96	0.952
	1.88	0.41				
الدوافع الوجدانية	1.98	0.49	598	1.12	1.96	0.265
	1.93	0.45				
مجموع الدوافع	1.93	0.38	598	0.89	1.96	0.372
	1.90	0.35				

يشير الجدول رقم (53) إلى عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية في دوافع المشاهدين المعرفية والسلوكية والوجدانية ومجموع الدوافع تجاه مشاهدة التلفزيون الأردني تعزى إلى متغير الجنس، وذلك لأن قيم الدلالة الإحصائية لها كانت أعلى من (0.05)، وقد ثبت صحة هذه الفرضية.

الفرضية الفرعية الثانية: لاختبار الفرضية الفرعية الثانية والتي تنص على أنه "لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في دوافع المشاهدين تجاه مشاهدة التلفزيون الأردني تعزى لاختلاف متغير العمر"، تم استخدام اختبار تحليل التباين الأحادي (One Way ANOVA)، وكانت النتائج كما يلي:

جدول (54)

نتائج تحليل التباين الأحادي (One Way ANOVA) لدوافع المشاهدين تجاه مشاهدة التلفزيون الأردني تبعاً لمتغير العمر

المجال	مصدر التباين	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	قيمة (ف) المحسوبة	قيمة (ف) الجدولية	الدلالة الإحصائية
الدوافع المعرفية	بين المجموعات	2.48	9	0.28	1.65	1.90	0.099
	داخل المجموعات	98.67	590	0.17			
	الكلية	101.15	599				
الدوافع السلوكية	بين المجموعات	1.87	9	0.21	1.07	1.90	0.383
	داخل المجموعات	114.63	590	0.19			
	الكلية	116.51	599				
الدوافع الوجدانية	بين المجموعات	2.77	9	0.31	1.41	1.90	0.182
	داخل المجموعات	128.95	590	0.22			
	الكلية	131.72	599				
مجموع الدوافع	بين المجموعات	1.72	9	0.19	1.43	1.90	0.173
	داخل المجموعات	78.87	590	0.13			
	الكلية	80.59	599				

يشير الجدول رقم (54) إلى عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية في دوافع المشاهدين المعرفية والسلوكية والوجدانية ومجموع الدوافع تجاه مشاهدة التلفزيون الأردني تعزى إلى متغير العمر، وذلك لأن قيم الدلالة الإحصائية لها كانت أعلى من (0.05)، وقد ثبت صحة هذه الفرضية.

الفرضية الفرعية الثالثة: لاختبار الفرضية الفرعية الثالثة والتي تنص على أنه "لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في دوافع المشاهدين تجاه مشاهدة التلفزيون الأردني تعزى إلى اختلاف متغير المستوى التعليمي" تم استخدام اختبار تحليل التباين الأحادي (One Way ANOVA)، وكانت النتائج كما يلي:

جدول (55)

نتائج تحليل التباين الأحادي (One Way ANOVA) لدوافع المشاهدين تجاه مشاهدة التلفزيون الأردني تبعاً لمتغير المستوى التعليمي

الدلالة الإحصائية	قيمة (ف) الجدولية	قيمة (ف) المحسوبة	متوسط المربعات	درجات الحرية	مجموع المربعات	مصدر التباين	المجال
0.001	2.23	5.00**	0.82	5	4.09	بين المجموعات	الدوافع المعرفية
			0.16	594	97.07	داخل المجموعات	
				599	101.15	الكلية	
0.011	2.23	2.98*	0.57	5	2.86	بين المجموعات	الدوافع السلوكية
			0.19	594	113.65	داخل المجموعات	
				599	116.51	الكلية	
0.001	2.23	4.14**	0.89	5	4.43	بين المجموعات	الدوافع الوجدانية
			0.21	594	127.29	داخل المجموعات	
				599	131.72	الكلية	
0.001	2.23	5.37**	0.70	5	3.49	بين المجموعات	مجموع الدوافع
			0.13	594	77.10	داخل المجموعات	
				599	80.59	الكلية	

* عند مستوى دلالة أقل من (0.05)

** عند مستوى دلالة أقل من (0.01)

يشير الجدول رقم (55) إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية في دوافع المشاهدين المعرفية والسلوكية والوجدانية ومجموع دوافعهم تجاه مشاهدة التلفزيون الأردني تعزى إلى متغير المستوى التعليمي، وذلك لأن قيم الدلالة الإحصائية لها كانت أقل من (0.05)، إذ أن المشاهدين

الذين كان مستواهم التعليمي أقل من الثانوية العامة حصلوا على أعلى متوسطات حسابية مقارنة مع باقي المستويات التعليمية الأخرى، وقد ثبت خطأ هذه الفرضية.

ويعزو الباحث ذلك إلى أن المشاهدين الذين مستواهم التعليمي أقل من الثانوية العامة لديهم دافع أكبر لمشاهدة التلفزيون الأردني من أجل الحصول على المعرفة ، إما لإرتباطهم أكثر من غيرهم بالتلفزيون الأردني، أو لأن مستوى الدخل لديهم لا يوفر لهم بدائل اتصالية كالانترنت مثلاً.

الفرضية الفرعية الرابعة: لاختبار الفرضية الفرعية الرابعة والتي تنص على أنه "لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في دوافع المشاهدين تجاه مشاهدة التلفزيون الأردني تعزى لاختلاف متغير المهنة"، تم استخدام اختبار تحليل التباين الأحادي (One Way ANOVA)، وكانت النتائج كما يلي:

جدول (56)

نتائج تحليل التباين الأحادي (One Way ANOVA) لدوافع المشاهدين تجاه مشاهدة التلفزيون الأردني تبعاً لمتغير المهنة

المجال	مصدر التباين	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	قيمة (ف) المحسوبة	قيمة (ف) الجدولية	الدلالة الإحصائية
الدوافع المعرفية	بين المجموعات	2.73	10	0.27	1.63	1.85	0.094
	داخل المجموعات	98.43	589	0.17			
	الكلي	101.15	599				
الدوافع السلوكية	بين المجموعات	1.83	10	0.18	0.94	1.85	0.496
	داخل المجموعات	114.68	589	0.20			
	الكلي	116.51	599				
الدوافع الوجدانية	بين المجموعات	2.07	10	0.21	0.94	1.85	0.495
	داخل المجموعات	129.65	589	0.22			

المجال	مصدر التباين	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	قيمة (ف) المحسوبة	قيمة (ف) الجدولية	الدلالة الإحصائية
	الكلية	131.72	599				
مجموع الدوافع	بين المجموعات	1.74	10	0.17	1.30	1.85	0.228
	داخل المجموعات	78.85	589	0.13			
	الكلية	80.59	599				

يشير الجدول رقم (56) إلى عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية في دوافع المشاهدين المعرفية والسلوكية والوجدانية ومجموع الدوافع تجاه مشاهدة التلفزيون الأردني تعزى إلى متغير المهنة، وذلك لأن قيم الدلالة الإحصائية لها كانت أعلى من (0.05)، وقد ثبت صحة هذه الفرضية.

الفرضية الفرعية الخامسة: لاختبار الفرضية الفرعية الخامسة والتي تنص على أنه "لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في دوافع المشاهدين تجاه مشاهدة التلفزيون الأردني تعزى لاختلاف متغير مستوى الدخل الشهري"، تم استخدام اختبار تحليل التباين الأحادي (One Way ANOVA)، وكانت النتائج كما يلي:

جدول (57)

نتائج تحليل التباين الأحادي (One Way ANOVA) لدوافع المشاهدين تجاه مشاهدة التلفزيون الأردني تبعاً لمتغير مستوى الدخل الشهري

المجال	مصدر التباين	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	قيمة (ف) المحسوبة	قيمة (ف) الجدولية	الدلالة الإحصائية
الدوافع المعرفية	بين المجموعات	2.49	8	0.31	1.87	1.96	0.063
	داخل المجموعات	98.66	591	0.17			
	الكلية	101.15	599				

المجال	مصدر التباين	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	قيمة (ف) المحسوبة	قيمة (ف) الجدولية	الدلالة الإحصائية
الدوافع السلوكية	بين المجموعات	5.60	8	0.70	3.74**	1.96	0.001
	داخل المجموعات	110.90	591	0.19			
	الكلي	116.51	599				
الدوافع الوجدانية	بين المجموعات	6.61	8	0.83	3.91**	1.96	0.001
	داخل المجموعات	125.11	591	0.21			
	الكلي	131.72	599				
مجموع الدوافع	بين المجموعات	4.14	8	0.52	4.00**	1.96	0.001
	داخل المجموعات	76.45	591	0.13			
	الكلي	80.59	599				

** عند مستوى دلالة إحصائية أقل من (0.01)

يشير الجدول رقم (57) إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية في دوافع المشاهدين السلوكية والوجدانية ومجموع الدوافع تجاه مشاهدة التلفزيون الأردني تعزى لمتغير مستوى الدخل الشهري، وذلك لأن قيم الدلالة الإحصائية لها كانت أقل من (0.05). إذ أن أصحاب الدخل من 200-249 دينار حصلوا على أعلى متوسطات حسابية في دوافعهم السلوكية ومجموع الدوافع لديهم تجاه التلفزيون الأردني مقارنة مع باقي مستويات الدخل الأخرى، وقد ثبت خطأ هذه الفرضية. فيما حصل أصحاب الدخل من 250-299 دينار على أعلى المتوسطات الحسابية في الدوافع الوجدانية لديهم تجاه التلفزيون الأردني مقارنة مع باقي مستويات الدخل الأخرى. كما أشارت إلى عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية في الدوافع المعرفية لدى المشاهدين تجاه مشاهدة التلفزيون الأردني تعزى إلى متغير مستوى الدخل الشهري، وذلك لأن قيمة الدلالة الإحصائية لها كانت أعلى من (0.05).

ويعزو الباحث ذلك إلى أن أصحاب الدخول من (200-249) و (250-299) هم من أصحاب الدخول المتدنية وهذه الدخول تتناسب مع مستوى تعليمي دون الثانوية العامة. فنتيجة هذه الفرضية مرتبطة بنتيجة الفرضية الفرعية الثانية/الفرضية الثانية.

الفرضية الفرعية السادسة: لاختبار الفرضية الفرعية السادسة والتي تنص على أنه "لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في دوافع المشاهدين تجاه مشاهدة التلفزيون الأردني تعزى لاختلاف متغير مكان السكن"، تم استخدام اختبار تحليل التباين الأحادي (One Way ANOVA)، وكانت النتائج كما يلي:

جدول (58)

نتائج تحليل التباين الأحادي (One Way ANOVA) لدوافع المشاهدين تجاه مشاهدة التلفزيون الأردني تبعاً لمتغير مكان السكن

المجال	مصدر التباين	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	قيمة (ف) المحسوبة	قيمة (ف) الجدولية	الدلالة الإحصائية
الدوافع المعرفية	بين المجموعات	0.75	3	0.25	1.49	2.62	0.217
	داخل المجموعات	100.40	596	0.17			
	الكلي	101.15	599				
الدوافع السلوكية	بين المجموعات	1.16	3	0.39	1.99	2.62	0.113
	داخل المجموعات	115.34	596	0.19			
	الكلي	116.51	599				
الدوافع الوجدانية	بين المجموعات	2.33	3	0.78	3.58*	2.62	0.014
	داخل المجموعات	129.39	596	0.22			
	الكلي	131.72	599				
مجموع الدوافع	بين المجموعات	1.19	3	0.40	2.98*	2.62	0.031
	داخل المجموعات	79.40	596	0.13			
	الكلي	80.59	599				

* عند مستوى دلالة إحصائية أقل من (0.05)

يشير الجدول رقم (58) إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية في دوافع المشاهدين والوجدانية ومجمل الدوافع تجاه مشاهدة التلفزيون الأردني تعزى لمتغير مكان السكن، وذلك لأن قيمة الدلالة الإحصائية لها كانت أقل من (0.05). إذ أن سكان المخيمات حصلوا على أعلى متوسطات حسابية مقارنة بسكان المناطق الأخرى، وقد ثبت خطأ هذه الفرضية. يشير الجدول كذلك إلى عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين دوافع المشاهدين المعرفية والسلوكية تجاه مشاهدة التلفزيون الأردني تعزى لمتغير مكان السكن، وذلك لأن قيم الدلالة الإحصائية لها كانت أعلى من (0.05).

ويعزو الباحث ذلك إلى طبيعة وخصائص سكان المخيمات وظروفهم الاقتصادية ومتطلبات الحياة المعيشية اليومية، وبما إن التلفزيون الأردني ناطق بإسم الحكومة ويتناول هموم وقضايا الوطن والمواطن، وبالتالي يستحق التلفزيون الأردني المتابعة والمشاهدة من وجهة نظر سكان المخيمات.

الفرضية الفرعية السابعة: لاختبار الفرضية الفرعية السابعة والتي تنص على أنه "لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في دوافع المشاهدين تجاه مشاهدة التلفزيون الأردني تعزى لاختلاف متغير الأقليم"، تم استخدام اختبار تحليل التباين الأحادي (One Way ANOVA)، وكانت النتائج كما يلي:

جدول (59)

نتائج تحليل التباين الأحادي (One Way ANOVA) لدوافع المشاهدين تجاه مشاهدة التلفزيون الأردني تبعاً لمتغير الإقليم

المجال	مصدر التباين	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	قيمة (ف) المحسوبة	قيمة (ف) الجدولية	الدلالة الإحصائية
الدوافع المعرفية	بين المجموعات	1.03	2	0.51	3.06*	3.02	0.048
	داخل المجموعات	100.13	597	0.17			
	الكلي	101.15	599				
الدوافع السلوكية	بين المجموعات	0.73	2	0.37	1.89	3.02	0.152
	داخل المجموعات	115.77	597	0.19			
	الكلي	116.51	599				
الدوافع الوجدانية	بين المجموعات	1.42	2	0.71	3.26*	3.02	0.039
	داخل المجموعات	130.30	597	0.22			
	الكلي	131.72	599				
مجموع الدوافع	بين المجموعات	1.04	2	0.52	3.89*	3.02	0.021
	داخل المجموعات	79.55	597	0.13			
	الكلي	80.59	599				

* عند مستوى دلالة إحصائية أقل من (0.05)

يشير الجدول رقم (59) إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية في دوافع المشاهدين المعرفية والوجدانية ومجموع الدوافع نحو مشاهدة التلفزيون الأردني تعزى لمتغير الإقليم، وذلك لأن قيم الدلالة الإحصائية لها كانت أقل من (0.05)، إذ أن سكان إقليم الجنوب حصلوا على أعلى متوسطات حسابية مقارنة بسكان الأقاليم الأخرى، وقد ثبت خطأ هذه الفرضية. أشارت النتائج كذلك إلى عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية في دوافع المشاهدين السلوكية تعزى لمتغير الإقليم، وذلك لأن قيمة الدلالة الإحصائية لها كانت أعلى من (0.05).

ويعزو الباحث ذلك لبعد إقليم الجنوب عن المركز وهي العاصمة عمان، وحاجتهم للخدمات المختلفة وتدني المستوى الإقتصادي.

الفرضية الفرعية الثامنة: لاختبار الفرضية الفرعية الثامنة والتي تنص على "لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في دوافع المشاهدين نحو مشاهدة التلفزيون الأردني تعزى لاختلاف متغير الحالة الاجتماعية"، تم استخدام اختبار تحليل التباين الأحادي (One Way ANOVA)، وكانت النتائج كما يلي:

جدول (60)

نتائج تحليل التباين الأحادي (One Way ANOVA) لاتجاهات المشاهدين تجاه مشاهدة برامج التلفزيون الأردني تبعاً لمتغير الحالة الاجتماعية

المجال	مصدر التباين	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	قيمة (ف) المحسوبة	قيمة (ف) الجدولية	الدلالة الإحصائية
الدوافع المعرفية	بين المجموعات	1.33	3	0.45	2.66*	2.62	0.048
	داخل المجموعات	99.82	596	0.17			
	الكلي	101.15	599				
الدوافع السلوكية	بين المجموعات	0.51	3	0.17	0.87	2.62	0.456
	داخل المجموعات	115.99	596	0.20			
	الكلي	116.51	599				
الدوافع الوجدانية	بين المجموعات	0.44	3	0.15	0.66	2.62	0.577
	داخل المجموعات	131.28	596	0.22			
	الكلي	131.72	599				
مجموع الدوافع	بين المجموعات	0.21	3	0.06	0.51	2.62	0.678
	داخل المجموعات	80.39	596	0.14			
	الكلي	80.59	599				

* عند مستوى دلالة إحصائية أقل من (0.05)

يشير الجدول رقم (60) إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية في دوافع المشاهدين المعرفية تجاه مشاهدة التلفزيون الأردني تعزى لمتغير الحالة الاجتماعية، وذلك لأن قيمة الدلالة الإحصائية لها كانت أقل من (0.05)، إذ أن المتزوجين حصلوا على أعلى المتوسطات الحسابية

مقارنة بالحالات الاجتماعية الأخرى، وقد ثبت خطأ هذا الفرض. كذلك يشير الجدول إلى عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية في دوافع المشاهدين السلوكية والوجدانية ومجمل الدوافع تجاه مشاهدة التلفزيون الأردني تعزى لمتغير الحالة الاجتماعية، وذلك لأن قيم الدلالة الإحصائية لها كانت أعلى من (0.05).

ويعزو الباحث حصول المتزوجين على أعلى متوسطات حسابية مقارنة بالحالات الاجتماعية إلى ارتباط أفراد العينة المتزوجين بأسرة مكونة من زوجة وأطفال، يشاركون رب الأسرة في قراراته، وهناك متطلبات لمعرفة الأخبار المحلية والخدمات المقدمة، وغالباً يكون المتزوجين عاملين وبحاجة إلى معلومات تفيدهم في مجال عملهم.

الفرضية الثالثة: لاختبار الفرضية الثالثة والتي تنص على أنه "لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في اتجاهات المشاهدين تجاه الخدمة الإخبارية في التلفزيون الأردني تعزى لاختلاف المتغيرات الديموغرافية"، وتم تقسيم هذه الفرضية إلى الفرضيات الفرعية التالية:

الفرضية الفرعية الأولى: لاختبار الفرضية الفرعية الأولى والتي تنص على أنه "لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في اتجاهات المشاهدين تجاه الخدمة الإخبارية في التلفزيون الأردني تعزى لاختلاف متغير الجنس" تم استخدام اختبار (ت) (Independent Sample T-Test)، وكانت النتائج على الشكل الآتي:

جدول (61)

اختبار ت (Independent Sample T-Test) لاتجاهات المشاهدين تجاه الخدمة الإخبارية في التلفزيون الأردني تبعاً لمتغير الجنس

الاتجاهات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	درجات الحرية	قيمة (ت) المحسوبة	قيمة (ت) الجدولية	الدلالة الإحصائية
الاتجاهات الإيجابية	1.62	0.28	241	2.61*	1.96	0.010
الاتجاهات السلبية						

				0.25	1.52	أنثى	
0.029	1.96	2.20*	241	0.32	2.64	ذكر	الاتجاهات السلبية
				0.25	2.73	أنثى	
0.845	1.96	0.20	241	0.14	2.13	ذكر	مجمّل الاتجاهات
				0.12	2.12	أنثى	

* عند مستوى دلالة إحصائية أقل من (0.05)

يشير الجدول رقم (61) إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية في اتجاهات المشاهدين الإيجابية والسلبية تجاه الخدمة الإخبارية في التلفزيون الأردني تعزى لمتغير الجنس، وذلك لأن قيم الدلالة الإحصائية لها قد بلغت (0.010، 0.029) على التوالي، وهي أقل من (0.05)، إذ أن الاتجاهات الإيجابية كانت لصالح الذكور، فيما كانت الاتجاهات السلبية لصالح الإناث، وقد ثبت خطأ هذه الفرضية. ويعزو الباحث ذلك إلى أن الذكور يفضلون البرامج الإخبارية كما تم ذكره سابقاً. كذلك أشارت النتائج إلى عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية في مجمل الاتجاهات نحو الخدمة الإخبارية في التلفزيون الأردني تعزى لاختلاف متغير الجنس، وذلك لأن قيمة الدلالة الإحصائية لها كانت أعلى من (0.05).

الفرضية الفرعية الثانية: لاختبار الفرضية الفرعية الثانية والتي تنص على أنه "لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في اتجاهات المشاهدين تجاه الخدمة الإخبارية في التلفزيون الأردني تعزى لاختلاف متغير العمر"، تم استخدام اختبار تحليل التباين الأحادي (One Way ANOVA)، وكانت النتائج كما يلي:

جدول (62)

نتائج تحليل التباين الأحادي (One Way ANOVA) لاتجاهات المشاهدين تجاه الخدمة الإخبارية في التلفزيون الأردني تبعاً لمتغير العمر

الاتجاهات	مصدر التباين	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	قيمة (ف) المحسوبة	قيمة (ف) الجدولية	الدلالة الإحصائية
الاتجاهات الإيجابية	بين المجموعات	0.95	9	0.11	1.44	1.88	0.171
	داخل المجموعات	17.07	233	0.07			
	الكلي	18.02	242				
الاتجاهات السلبية	بين المجموعات	1.10	9	0.12	1.39	1.88	0.194
	داخل المجموعات	20.56	233	0.08			
	الكلي	21.67	242				
مجموع الاتجاهات	بين المجموعات	0.13	9	0.01	0.82	1.88	0.602
	داخل المجموعات	4.20	233	0.02			
	الكلي	4.33	242				

يشير الجدول رقم (62) إلى عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية في اتجاهات المشاهدين الإيجابية والسلبية ومجموع الاتجاهات نحو الخدمة الإخبارية في التلفزيون الأردني تعزى إلى متغير العمر، وذلك لأن قيم الدلالة الإحصائية لها كانت أعلى من (0.05)، وقد ثبت صحة هذه الفرضية.

الفرضية الفرعية الثالثة: لاختبار الفرضية الفرعية الثالثة والتي تنص على أنه "لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في اتجاهات المشاهدين تجاه الخدمة الإخبارية في التلفزيون الأردني تعزى لاختلاف متغير المستوى التعليمي"، تم استخدام اختبار تحليل التباين الأحادي (One Way ANOVA)، وكانت النتائج كما يلي:

جدول (63)

نتائج تحليل التباين الأحادي (One Way ANOVA) لاتجاهات المشاهدين تجاه الخدمة الإخبارية في التلفزيون الأردني تبعاً لمتغير المستوى التعليمي

الاتجاهات	مصدر التباين	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	قيمة (ف) المحسوبة	قيمة (ف) الجدولية	الدلالة الإحصائية
الاتجاهات الإيجابية	بين المجموعات	0.21	5	0.04	0.55	2.21	0.735
	داخل المجموعات	17.82	237	0.07			
	الكلي	18.02	242				
الاتجاهات السلبية	بين المجموعات	0.22	5	0.04	0.50	2.21	0.778
	داخل المجموعات	21.44	237	0.09			
	الكلي	21.67	242				
مجموع الاتجاهات	بين المجموعات	0.10	5	0.02	1.12	2.21	0.348
	داخل المجموعات	4.23	237	0.01			
	الكلي	4.33	242				

يشير الجدول رقم (63) إلى عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية في اتجاهات

المشاهدين الإيجابية والسلبية ومجموع الاتجاهات تجاه الخدمة الإخبارية في التلفزيون الأردني

تعزى إلى متغير مستوى التعليمي، وذلك لأن قيم الدلالة الإحصائية لها كانت أعلى من (0.05)،

وقد ثبت صحة هذه الفرضية.

الفرضية الفرعية الرابعة: لاختبار الفرضية الفرعية الرابعة والتي تنص على أنه "لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في اتجاهات المشاهدين تجاه الخدمة الإخبارية في التلفزيون الأردني تعزى لاختلاف متغير المهنة"، تم استخدام اختبار تحليل التباين الأحادي (One Way ANOVA)، وكانت النتائج كما يلي:

جدول (64)

نتائج تحليل التباين الأحادي (One Way ANOVA) لاتجاهات المشاهدين تجاه الخدمة الإخبارية في التلفزيون الأردني تبعاً لمتغير المهنة

الاتجاهات	مصدر التباين	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	قيمة (ف) المحسوبة	قيمة (ف) الجدولية	الدلالة الإحصائية
الاتجاهات الإيجابية	بين المجموعات	1.13	10	0.11	1.55	1.83	0.122
	داخل المجموعات	16.89	232	0.07			
	الكلي	18.02	242				
الاتجاهات السلبية	بين المجموعات	0.94	10	0.09	1.05	1.83	0.401
	داخل المجموعات	20.73	232	0.08			
	الكلي	21.67	242				
مجموع الاتجاهات	بين المجموعات	0.26	10	0.02	1.51	1.83	0.135
	داخل المجموعات	4.07	232	0.01			
	الكلي	4.33	242				

يشير الجدول رقم (64) إلى عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية في اتجاهات المشاهدين الإيجابية والسلبية ومجموع الاتجاهات تجاه الخدمة الإخبارية في التلفزيون الأردني تعزى إلى متغير المهنة، وذلك لأن قيم الدلالة الإحصائية لها كانت أعلى من (0.05)، وقد ثبت صحة هذه الفرضية.

الفرضية الفرعية الخامسة: لاختبار الفرضية الفرعية الخامسة والتي تنص على أنه "لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في اتجاهات المشاهدين تجاه الخدمة الإخبارية في التلفزيون الأردني تعزى لاختلاف متغير مستوى الدخل الشهري"، تم استخدام اختبار تحليل التباين الأحادي (One Way ANOVA)، وكانت النتائج كما يلي:

جدول (65)

نتائج تحليل التباين الأحادي (One Way ANOVA) لاتجاهات المشاهدين تجاه الخدمة الإخبارية في التلفزيون الأردني تبعاً لمتغير مستوى الدخل الشهري

الاتجاهات	مصدر التباين	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	قيمة (ف) المحسوبة	قيمة (ف) الجدولية	الدلالة الإحصائية
الاتجاهات الإيجابية	بين المجموعات	1.10	8	0.14	1.90	1.94	0.060
	داخل المجموعات	16.92	234	0.07			
	الكلي	18.02	242				
الاتجاهات السلبية	بين المجموعات	1.06	8	0.13	1.51	1.94	0.155
	داخل المجموعات	20.60	234	0.08			
	الكلي	21.67	242				
مجموع الاتجاهات	بين المجموعات	0.05	8	0.01	0.36	1.94	0.938
	داخل المجموعات	4.28	234	0.01			
	الكلي	4.33	242				

يشير الجدول رقم (65) إلى عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية في اتجاهات المشاهدين الإيجابية والسلبية ومجموع الاتجاهات تجاه الخدمة الإخبارية في التلفزيون الأردني تعزى إلى متغير مستوى الدخل الشهري، وذلك لأن قيم الدلالة الإحصائية لها كانت أعلى من (0.05)، وقد ثبت صحة هذه الفرضية.

الفرضية الفرعية السادسة: لاختبار الفرضية الفرعية السادسة والتي تنص على أنه "لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في اتجاهات المشاهدين تجاه الخدمة الإخبارية في التلفزيون الأردني تعزى لاختلاف متغير مكان السكن"، تم استخدام اختبار تحليل التباين الأحادي (One Way ANOVA)، وكانت النتائج كما يلي:

جدول (66)

نتائج تحليل التباين الأحادي (One Way ANOVA) لاتجاهات المشاهدين تجاه الخدمة الإخبارية في التلفزيون الأردني تبعاً لمتغير مكان السكن

الاتجاهات	مصدر التباين	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	قيمة (ف) المحسوبة	قيمة (ف) الجدولية	الدلالة الإحصائية
الاتجاهات الإيجابية	بين المجموعات	0.17	3	0.05	0.77	2.60	0.511
	داخل المجموعات	17.85	239	0.07			
	الكلي	18.02	242				
الاتجاهات السلبية	بين المجموعات	1.16	3	0.39	4.54	2.60	0.004
	داخل المجموعات	20.50	239	0.08			
	الكلي	21.67	242				
مجموع الاتجاهات	بين المجموعات	0.23	3	0.07	4.52	2.60	0.004
	داخل المجموعات	4.10	239	0.01			
	الكلي	4.33	242				

** عند مستوى دلالة إحصائية أقل من (0.01)

يشير الجدول رقم (66) إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية في اتجاهات المشاهدين السلبية ومجموع الاتجاهات تجاه الخدمة الإخبارية في التلفزيون الأردني تعزى لاختلاف متغير مكان السكن، وذلك لأن قيم الدلالات الإحصائية لها بلغت (0.004، 0.004) على التوالي، وهي أقل من (0.01)، إذ كانت الاتجاهات السلبية لصالح سكان المدينة، ويعزو الباحث ذلك إلى ارتفاع دخول سكان المدن وتوفر بدائل اتصالية أخرى لديهم وتم الإشارة سابقاً إن المتعلمين أكثر عزوفاً عن متابعة نشرات الأخبار لعدم تلبية احتياجاتهم واحتياجاتهم. فيما كانت مجمل

الاتجاهات لصالح سكان القرية، وقد ثبت خطأ هذه الفرضية. كذلك أشارت النتائج إلى عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية في اتجاهات المشاهدين الإيجابية والسلبية ومجمل الاتجاهات تجاه الخدمة الإخبارية في التلفزيون الأردني تعزى إلى متغير مكان السكن، وذلك لأن قيم الدلالة الإحصائية لها كانت أعلى من (0.05).

الفرضية الفرعية السابعة: لاختبار الفرضية الفرعية السابعة والتي تنص على أنه "لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في اتجاهات المشاهدين تجاه الخدمة الإخبارية في التلفزيون الأردني تعزى لاختلاف متغير الإقليم"، تم استخدام اختبار تحليل التباين الأحادي (One Way ANOVA)، وكانت النتائج كما يلي:

جدول (67)

نتائج تحليل التباين الأحادي (One Way ANOVA) لاتجاهات المشاهدين تجاه الخدمة الإخبارية في التلفزيون الأردني تبعاً لمتغير الإقليم

الاتجاهات	مصدر التباين	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	قيمة (ف) المحسوبة	قيمة (ف) الجدولية	الدلالة الإحصائية
الاتجاهات الإيجابية	بين المجموعات	0.25	2	0.13	1.71	3.00	0.183
	داخل المجموعات	17.77	240	0.07			
	الكلي	18.02	242				
الاتجاهات السلبية	بين المجموعات	0.15	2	0.07	0.85	3.00	0.430
	داخل المجموعات	21.52	240	0.08			
	الكلي	21.67	242				
مجمل الاتجاهات	بين المجموعات	0.003	2	0.02	0.09	3.00	0.911
	داخل المجموعات	4.33	240	0.02			
	الكلي	4.34	242				

** عند مستوى دلالة إحصائية أقل من (0.01)

يشير الجدول رقم (67) إلى عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية في اتجاهات المشاهدين الإيجابية والسلبية ومجمل الاتجاهات تجاه الخدمة الإخبارية في التلفزيون الأردني تعزى لاختلاف متغير الإقليم، وذلك لأن قيم الدلالات الإحصائية لها كانت أعلى من (0.05)، وقد ثبت صحة هذه الفرضية.

الفرضية الفرعية الثامنة: لاختبار الفرضية الفرعية الثامنة والتي تنص على أنه "لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في اتجاهات المشاهدين تجاه الخدمة الإخبارية في التلفزيون الأردني تعزى لاختلاف متغير الحالة الاجتماعية"، تم استخدام اختبار تحليل التباين الأحادي (One Way ANOVA)، وكانت النتائج كما يلي:

جدول (68)

نتائج تحليل التباين الأحادي (One Way ANOVA) لاتجاهات المشاهدين تجاه الخدمة الإخبارية في التلفزيون الأردني تبعاً لمتغير الحالة الاجتماعية

الاتجاهات	مصدر التباين	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	قيمة (ف) المحسوبة	قيمة (ف) الجدولية	الدلالة الإحصائية
الاتجاهات الإيجابية	بين المجموعات	0.25	3	0.08	1.10	2.60	0.348
	داخل المجموعات	17.77	239	0.07			
	الكلي	18.02	242				
الاتجاهات السلبية	بين المجموعات	0.18	3	0.06	0.69	2.60	0.560
	داخل المجموعات	21.48	239	0.09			
	الكلي	21.67	242				
مجمل الاتجاهات	بين المجموعات	0.04	3	0.01	0.77	2.60	0.511
	داخل المجموعات	4.29	239	0.02			
	الكلي	4.33	242				

** عند مستوى دلالة إحصائية أقل من (0.01)

يشير الجدول رقم (68) إلى عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية في اتجاهات المشاهدين الإيجابية والسلبية ومجمل الاتجاهات تجاه الخدمة الإخبارية في التلفزيون الأردني تعزى لاختلاف متغير الحالة الاجتماعية، وذلك لأن قيم الدلالات الإحصائية لها كانت أعلى من (0.05)، وقد ثبت صحة هذه الفرضية.

الفصل الخامس

مناقشة أهم النتائج والتوصيات

مناقشة النتائج المتعلقة بالسؤال الأول: ما معدل مشاهدة التلفزيون الأردني؟

تم احتساب معدل المشاهدة من خلال احتساب التكرارات والنسب المئوية لعدد ساعات مشاهدة التلفزيون الأردني. ووجد أن نسبة 30.9% يشاهدون التلفزيون الأردني بمعدل أقل من ساعة يومياً وكانت أعلى نسبة، ونسبة 27.3% يشاهدون من ساعة إلى ساعتين، ونسبة 26.1% يشاهدون من ثلاث إلى أربع ساعات. وهذه النتيجة مؤشر على تدني الفترة الزمنية التي يقضيها المشاهد لمشاهدة برامج التلفزيون الأردني.

وأظهرت نتائج الدراسة بأن الفترة المفضلة للمشاهدين للفترة المسائية من الساعة الثامنة مساءً ولغاية الثانية عشر ليلاً، وبنسبة 66.3% للذكور و 53.2% للإناث، ويعزو الباحث ذلك إلى أن النسبة الأعلى من المشاهدين يشاهدون التلفزيون الأردني أقل من ساعة وأن الفترة المفضلة هي من الساعة الثامنة مساءً ولغاية الثانية عشر ليلاً، وأن أخبار الساعة الثامنة مساءً من البرامج المفضلة لدى المشاهدين. هذه النتائج تؤكد أن المشاهد الأردني يشاهد التلفزيون الأردني لمعرفة الشأن المحلي بالدرجة الأولى.

وتتفق نتيجة الدراسة مع دراسة Ipsos stat 2007 حيث أظهرت النتائج أن نسبة 45% من أفراد العينة يفضلوا مشاهدة التلفزيون في الفترة ما بين الساعة الثامنة والعاشرة مساءً.

وأظهرت نتائج الدراسة أن نسبة 91.2 % من أفراد العينة تشاهد التلفزيون الأردني، في حين لا تتعرض له نسبة 8.8 % ، وهي أعلى من دراسة عريقات 2008 حيث يتابع التلفزيون الأردني 83% من المشاهدين.

ويعزو الباحث سبب تفضيل المشاهدين للأخبار لإهتمامهم بمتابعة أخبار الوطن وما يستجد على الساحة المحلية وذلك لأن التلفزيون الأردني تلفزيون رسمي وعلى إطلاع بنشاطات ومشاريع الحكومة والقطاع العام.

مناقشة النتائج المتعلقة بالسؤال الثاني: ما الأنماط البرمجية المفضلة على شاشة

التلفزيون الأردني؟

من خلال التكرارات والنسب المئوية لهذا السؤال، أظهرت الدراسة أن أكثر الأنماط البرمجية مشاهدة من قبل أفراد العينة هي الأخبار والبرامج الإخبارية إذ بلغت النسبة 52.2%، وجاءت المسلسلات بالمرتبة الثانية بنسبة 45.6%، وكانت الإعلانات أقل الأنماط مشاهدة حيث بلغت النسبة 6.5%. وتتفق هذه النتائج مع نتائج دراسة هبه شاهين 2001، حيث جاءت الأخبار أفضل المضامين التي تجذب إنتباه المشاهدين وكانت النسبة 65.3% تليها المسلسلات والأفلام وبنسبة 62.6%، وتختلف نتائج الدراسة مع نتائج دراسة درويش 2005 حيث جاءت المسلسلات العربية في المرتبة الأولى من حيث رضا المشاهدين وبنسبة 57.3%.

مناقشة النتائج المتعلقة بالسؤال الثالث: ما درجة رضا المشاهدين عن برامج

التلفزيون الأردني؟

من خلال التكرارات والنسب المئوية أشارت النتائج ان برنامج يسعد صباحك من أكثر البرامج الحاصلة على رضا المشاهدين حيث بلغت النسبة 50.2% للإناث و 44.8% للذكور، ونشرة أخبار الثامنة بنسبة 48.1% للذكور و 45.7% للإناث.

يفضل الذكور نشرة أخبار الساعة الثامنة بالمقابل تفضل الإناث برنامج يسعد صباحك الذي يبث صباح يوم الجمعة، تتفق هذه النتيجة مع نتائج دراسة Ipsos stat التي أظهرت بأن الذكور يفضلوا مشاهدة التلفزيون الأردني في الفترة ما بين الساعة الثامنة والثانية عشرة مساءً وبنسبة 45% مقابل 40% للإناث. بينما تفضل الإناث الفترة ما بين الساعة السابعة صباحاً والسابعة مساءً وبنسبة 35% مقابل 25% للذكور.

كذلك تتفق نتيجة الدراسة مع دراسة بواعنة 1999 التي أظهرت نتائجها بأن 67.3% من أفراد العينة أجابوا بأن وقت بث نشرة الأخبار الرئيسية في الساعة الثامنة مساءً مناسب. وهذه النتيجة تؤكد صحة نتائج السؤال الثاني المتعلقة بتفضيل أفراد العينة للأخبار والبرامج الإخبارية. أما سبب تفضيل المشاهدين برنامج يسعد صباحك يعود إلى طبيعة موضوعات البرنامج المتنوعة وكذلك توقيت بث البرنامج الذي يبث صباح يوم الجمعة الذي يصادف عطلة رسمية ويكون معظم أفراد الأسرة في المنزل. إضافة إلى عمر البرنامج الذي يزيد عن عشر سنوات.

ويعزو الباحث كذلك سبب تفضيل المشاهدين لبرنامج يسعد صباحك ونشرة أخبار الثامنة إلى ان هذه البرامج تعنى أكثر من غيرها بالشأن المحلي وهموم وقضايا الوطن والمواطنين.

وتتفق نتيجة هذه الدراسة بخصوص تفضيل برنامج يسعد صباحك مع دراسة الزعبي 1992 التي أظهرت نتائجها أن أفضل يوم لتقديم المجلة الرياضية هو يوم الجمعة.

مناقشة النتائج المتعلقة بالسؤال الرابع: ما أكثر الدوافع التي تحت المشاهدين على

مشاهدة التلفزيون الأردني؟

أ- الدوافع المعرفية:

من خلال التكرارات والنسب المئوية للدوافع المعرفية فإن "معرفة الأخبار المحلية وجديد أخبار الوطن والمواطنين" بلغت 50.4% من الذكور و 53.2% من الإناث فكانت أعلى نسبة في الدوافع المعرفية. وحقت عبارة "فهم الواقع والاحداث الجارية" أدنى متوسط حسابي 1.65 وهذه النتيجة لا تتفق مع نتائج دراسة مجموعة (BBC) حيث اعتبر 87% من أفراد العينة ان أخبار تلفزيون BBC تضع المشاهدين بصورة الاحداث الجارية. وأظهرت الدراسة ان هناك فروق ذات دلالة إحصائية اقل من 0.05. لدوافع المشاهدين المعرفية نحو مشاهدة التلفزيون الأردني تعزى إلى متغير المستوى التعليمي للذين مستواهم التعليمي اقل من الثانوية العامة.

ويعزو الباحث ذلك بأن النسبة الأكبر من مشاهدي التلفزيون الأردني مستواهم التعليمي اقل من الثانوية العامة وهذا يدل على عزوف نسبة كبيرة من المتعلمين عن متابعة برامج التلفزيون الأردني.

كما أظهرت الدراسة وجود فروق ذات دلالة إحصائية اقل من 0.05. في دوافع المشاهدين المعرفية نحو مشاهدة التلفزيون الأردني تعزى لمتغير الإقليم. حيث حصل سكان إقليم الجنوب على أعلى متوسطات حسابية مقارنة مع باقي سكان الأقاليم الأخرى.

ويعزو الباحث ذلك لبعد إقليم الجنوب عن مركز الدولة الأردنية العاصمة عمان، وحاجتهم للخدمات المختلفة، وتدني المستوى الاقتصادي، الأمر الذي لا يوفر لهم مصدر آخر للمعرفة كالانترنت مثلاً.

وأظهرت الدراسة ان هناك فروق ذات دلالة إحصائية اقل من 0.05. في دوافع المشاهدين المعرفية نحو مشاهدة التلفزيون الأردني تعزى لمتغير الحالة الاجتماعية، إذ ان المتزوجين حصلوا على اعلى متوسطات حسابية أي أعلى نسبة مشاهدة مقارنة بالحالات الاجتماعية الأخرى. ويعزو الباحث ذلك إلى ارتباط الأشخاص المتزوجين بأسرة مكونة من زوجة وأطفال فهؤلاء يشاركون في التأثير على قرار رب الأسرة، وهناك متطلبات لمعرفة الأخبار المحلية والسلع والخدمات المقدمة وكذلك غالباً ما يكون المتزوجين عاملين وبحاجة إلى معلومات تفيدهم في مجال عملهم.

ب- الدوافع السلوكية:

من خلال التكرارات والنسب المئوية جاءت نسبة المشاهدين للتلفزيون الأردني بسبب ترشيد الاستهلاك أعلى نسبة حيث بلغت 37.6% للذكور و 37.7% للإناث بينما عبارة "اكتساب مهارات جديدة" حققت أدنى نسبة 10.7% للذكور و 9.1% للإناث.

وهذه النتيجة لا تتفق مع نتائج دراسة أبو اصبع ويعقوب التي جاء فيها ان التلفزيون يستخدم أساساً للترفيه وبنسبة 64% بينما في هذه الدراسة يستخدم المشاهدون التلفزيون للتسلية والترفيه بنسبة 20.9%.

وأظهرت الدراسة ان هناك فروقا ذات دلالة إحصائية اقل من 0.05. في دوافع المشاهدين السلوكية نحو مشاهدة التلفزيون الأردني تعزى إلى متغير المستوى التعليمي، إذ أن

المشاهدين الذين كان مستواهم التعليمي اقل من الثانوية العامة حصلوا على أعلى متوسطات حسابية.

إن متغير المستوى التعليمي لصالح الذين مستواهم اقل من الثانوية العامة متكرر في مجمل الدوافع المعرفية والسلوكية والوجدانية.

كما أظهرت الدراسة وجود فروق ذات دلالة إحصائية اقل من 0.05 في دوافع المشاهدين السلوكية نحو مشاهدة التلفزيون الأردني تعزى لمتغير مستوى الدخل الشهري، فكان أصحاب الدخل من 200-249 دينار حصلوا على أعلى متوسطات حسابية في دوافعهم السلوكية.

ويعزو الباحث ذلك إلى أن أصحاب الدخل من 200-249 هم أكثر متابعة لبرامج التلفزيون الأردني لرخص التكلفة وعدم قدرتهم المادية على إيجاد بدائل اتصالية أخرى واصحاب هذا الدخل غالبا ما يكون مستواهم التعليمي متدنٍ.

ج- الدوافع الوجدانية:

من خلال التكرارات والنسب المئوية أشارت النتيجة إلى أن عبارة " تنمية القيم الدينية والروحية " حصلت على أعلى نسبة في دوافع المشاهدين الوجدانية وبلغت 43.3% للذكور و44.5% للإناث. بينما حصلت عبارة "الهروب من مشاكل الحياة اليومية" على أدنى نسبة وبلغت 17% للذكور و16.6% للإناث.

أشارت النتائج إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية اقل من 0.05 في دوافع المشاهدين الوجدانية نحو مشاهدة التلفزيون الأردني تعزى إلى متغير المستوى التعليمي، إذ أن المشاهدين الذين كان مستواهم التعليمي اقل من الثانوية العامة حصلوا على أعلى متوسطات حسابية مقارنة مع باقي المستويات التعليمية.

وأظهرت الدراسة وجود فروق ذات دلالة إحصائية أقل من 0.05. في دوافع المشاهدين الوجدانية نحو التلفزيون الأردني تعزى لمتغير مستوى الدخل الشهري، وحصل أصحاب الدخل من 200-249 على أعلى متوسطات حسابية في دوافعهم الوجدانية مقارنة مع مستويات الدخل الأخرى.

كما أظهرت الدراسة وجود فروق ذات دلالة إحصائية أقل من 0.05. في دوافع المشاهدين الوجدانية نحو التلفزيون الأردني تعزى لمتغير مكان السكن وذلك لأصحاب سكان المخيمات الذين حصلوا على أعلى متوسطات حسابية مقارنة بسكان المناطق الأخرى. ويعزو الباحث ذلك الى طبيعة وخصائص سكان المخيمات وظروفهم الاجتماعية والاقتصادية ومتطلبات الحياة المعيشية الملحة، وبما ان التلفزيون الاردني تلفزيون رسمي وناطق باسم الحكومة ويتناول هموم وقضايا الوطن والمواطن، وبالتالي يعتبر التلفزيون الاردني مؤسسة تستحق المتابعة من وجهة نظر سكان المخيمات.

وبينت النتائج وجود فروق ذات دلالة إحصائية اقل من 0.05. في دوافع المشاهدين الوجدانية نحو مشاهدة التلفزيون الأردني تعزى لمتغير الإقليم. ولصالح سكان إقليم الجنوب الذين حصلوا على أعلى متوسطات حسابية مقارنة بسكان الأقاليم الأخرى.

ومن خلال استعراض نتائج السؤال الرابع فقد حصلت الدوافع الوجدانية على أعلى متوسطات حسابية وبلغت 1.95 من (3) مقارنة مع متوسط حسابي 1.90 من (3) للدوافع المعرفية و 1.88 من (3) للدوافع السلوكية. أي ان المشاهدين يشاهدوا التلفزيون الأردني من أجل إشباع حاجات وجدانية. وتتفق الدراسة مع دراسة عريقات 2008 التي توصلت إلى أن أعلى متوسطات حسابية كانت للدوافع الوجدانية.

ولا تتفق نتائج الدراسة مع نتائج دراسة درويش 2005 التي أظهرت نتائجها ان أفراد العينة يشاهدون التلفزيون المصري من اجل إشباع حاجات نفعية وكان أعلى متوسط حسابي 2.4 لعبارة: أشاهد التلفزيون المصري لأعرف ما يحدث حولي.

ويعزو الباحث ذلك إلى ان المشاهدين يشاهدون برامج التلفزيون الأردني المختلفة ليس بدافع الحصول على المعرفة وانما يشاهدوا التلفزيون الأردني من باب الشعور الوطني وبدافع وجداني.

مناقشة النتائج المتعلقة بالسؤال الخامس: ما اتجاهات المشاهدين نحو برامج

التلفزيون الأردني؟

أ-الاتجاهات الايجابية:

من خلال التكرارات والنسب المئوية جاءت عبارة"يولي التلفزيون الأردني اهتماماً للقضايا العربية الرئيسية" في الترتيب الأول لاتجاهات المشاهدين الايجابية نحو برامج التلفزيون الأردني، حيث كانت النسبة 59.9% للذكور و 62.9% للإناث.

وأشارت نتائج هذا السؤال إلى وجود فروق ذات دلالة احصائية اقل من 0.05 بين الإتجاهات الإيجابية للمشاهدين نحو برامج التلفزيون الأردني تعزى لإختلاف متغير العمر ولصالح الفئة العمرية 55-59 سنة حيث حصلت هذه الفئة العمرية على أعلى متوسطات حسابية مقارنة مع الفئات العمرية الأخرى.

تتفق نتيجة هذه الدراسة مع دراسة مركز Ipsos stat 2007 حيث أظهرت نتائج الدراسة بأن أعلى نسبة مشاهدة لأفراد العينة ممن تزيد اعمارهم عن 45 سنة فكانت النسبة 60% والوقت المفضل للمشاهدة ما بين الساعة الثامنة والتاسعة مساءً.

ويعزو الباحث ذلك إلى ان هذه الفئة العمرية اعتادت منذ فترة طويلة على مشاهدة التلفزيون الأردني خصوصا قبل ظهور الفضائيات والانترنت فأصبحت المشاهدة لديهم بحكم العادة. وأظهرت نتائج الدراسة إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية اقل من 0.05. بين الإتجاهات الإيجابية للمشاهدين نحو التلفزيون الأردني تعزى لإختلاف متغير المهنة. وكانت لصالح المهنيين حيث حصلت على أعلى متوسطات حسابية مقارنة مع المهن الأخرى.

ب-الإتجاهات السلبية:

من خلال التكرارات والنسب المئوية حصلت عبارة " لا يجري التلفزيون الأردني بحوث المشاهدين للتعرف على رغباتهم" على أعلى نسبة 59.9% للذكور و 57% للإناث. بينما جاءت عبارة "إبتعاد ما يقدمه التلفزيون الأردني عن القيم الدينية" في آخر الترتيب وبنسبة 15.2% للذكور و 12.8% للإناث. وهذا يبين أن التلفزيون الأردني ملتزم بالقيم الدينية في تقديمه للبرامج.

وأشارت نتائج السؤال الخامس إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية اقل من 0.05. في إتجاهات المشاهدين السلبية نحو برامج التلفزيون الأردني تعزى لمتغير مكان السكن، وكانت لصالح سكان المدن الذين حصلوا على أعلى متوسطات حسابية مقارنة مع سكان المناطق الأخرى.

ويعزو الباحث ذلك إلى ارتفاع المستوى التعليمي والدخل الشهري وتوفر بدائل اتصالية أخرى لدى سكان المدن وكذلك عدم قدرة التلفزيون الأردني على تلبية إحتياجات ورغبات هذه الفئة من السكان.

وأظهرت نتائج السؤال الخامس ان الإتجاهات السلبية للمشاهدين افراد العينة نحو برامج التلفزيون الأردني تزيد عن الإتجاهات الإيجابية. حيث بلغ المتوسط الحسابي للإتجاهات السلبية 2.23 مقارنة مع 1.84 للإتجاهات الإيجابية.

ونتايج الدراسة تتفق مع نتائج دراسة درويش بعنوان "واقع إستخدام الجمهور المصري وإتجاهاته نحو التلفزيون" 2005 حيث أشارت النتائج بأن مجموع المتوسطات الحسابية للإتجاهات السلبية لدى عينة الدراسة نحو التلفزيون المصري بلغت 23.03 وهي تزيد عن الإتجاهات الإيجابية التي بلغ مجموع المتوسطات الحسابية لها 18.65.

مناقشة النتائج المتعلقة بالسؤال السادس: ما رؤية المشاهدين لواقع التلفزيون

الأردني؟

- الإتجاهات الإيجابية:

من خلال التكرارات والنسب المئوية حصلت عبارة "قوة الامكانات المادية في التلفزيون الأردني مقارنة مع القنوات الفضائية" على أعلى نسبة 23.7% للذكور و16.6% للإناث.

- الإتجاهات السلبية:

من خلال التكرارات والنسب المئوية جاءت عبارة "تؤثر مشاهدة القنوات الفضائية على حجم مشاهدة التلفزيون الأردني" الأولى وبنسبة 74% للذكور والإناث.

ويعزو الباحث ذلك إلى عدم قدرة التلفزيون الأردني منافسة القنوات الفضائية ، وهجرة

الكفاءات الإعلامية والفنية إلى الخارج وخصوصاً إلى دول الخليج والفضائيات الأجنبية.

وجاءت نتيجة الدراسة متفقة مع دراسة درويش 2005 التي بينت ان مشاهدة القنوات الفضائية أثرت على مشاهدة التلفزيون المصري حيث يرى 54.3% من أفراد العينة ان مشاهدة القنوات الفضائية يمكن ان تغني عن مشاهدة التلفزيون المصري.

مناقشة النتائج المتعلقة بالسؤال السابع: ما اتجاهات المشاهدين نحو الخدمة الإخبارية في التلفزيون الأردني؟

من خلال التكرارات والنسب المئوية كان غالبية أفراد العينة يشاهدون الأخبار على التلفزيون الأردني بشكل مستمر وبنسبة 56.6% للذكور و 69.8% للإناث. كذلك يتابع نشرات الأخبار ما نسبته 42.6% ذكور و 58.9% إناث. أي ان غالبية أفراد العينة يشاهدون نشرات الأخبار ويتابعوها باستمرار.

أ- الاتجاهات الإيجابية:

من خلال التكرارات والنسب المئوية فإن عبارة "يولي التلفزيون الأردني الإهتمام الأكبر للأخبار المحلية الرسمية والإهتمام بها" حصلت على أعلى نسبة في الاتجاهات الإيجابية وبلغت 81% للذكور و 81.3% للإناث.

وهذه النتيجة تشير إلى ان المشاهدين يشاهدون الأخبار للاطلاع على آخر الأخبار المحلية وما يتعلق بالشأن المحلي وهي تأكيد للنتائج المتعلقة بالأسئلة التالية: الثاني والثالث والرابع- فرع (أ).

وأظهرت النتائج السؤال السابع وجود فروق ذات دلالة إحصائية اقل من 0.05 في اتجاهات المشاهدين الإيجابية نحو الخدمة الإخبارية في التلفزيون تعزى لمتغير الجنس ولصالح الذكور.

ويعزو الباحث ذلك إلى ان الذكور يفضلون مشاهدة التلفزيون الأردني في فترة السهرة من الساعة الثامنة مساء ولغاية الثانية عشر ليلا وهي الفترة التي تعرض فيها نشرة الأخبار الرئيسية نشرة الثامنة، كما ان درجة رضا الذكور عن نشرات الأخبار كانت أعلى من الإناث 48.1% ذكور و 45.7% إناث.

ب- الإتجاهات السلبية:

من خلال التكرارات والنسب المئوية فإن عبارة "يتخلف التلفزيون الأردني عن تغطية بعض الأحداث المحلية الهامة" جاءت بالمرتبة الأولى في الإتجاهات السلبية وبنسبة 86.4% للذكور و 93.8% للإناث. ويعزو الباحث ذلك إلى تخلف أو تأخر التلفزيون الأردني عن تغطية بعض الأحداث الهامة التي حدثت في الأردن وذلك كما حدث في "تفجيرات عمان" عام 2005 حيث تأخر التلفزيون الأردني عن تغطية الحدث حوالي (45) دقيقة بينما قامت بعض القنوات الفضائية مثل قناة الجزيرة بتغطية ذلك الحدث وقت وقوعه تقريبا. وأظهرت الدراسة وجود دلالة إحصائية اقل من 0.05 في إتجاهات المشاهدين السلبية نحو الخدمة الاخبارية في التلفزيون الأردني تعزى لمتغير الجنس ولصالح الإناث.

الاستنتاجات الرئيسية للدراسة

تحدد نظرية الإعتماد طبيعة العلاقة بين الفرد ووسائل الإتصال، فكلما إعتمد الفرد على هذه الوسائل لإشباع حاجاته المعرفية، قامت الوسائل بدور مؤثر في حياة الفرد النفسية والإجتماعية (الحديدي وآخرون، 2005: 315). كما ان الأفراد يستخدمون معلومات وسائل الإتصال في تشكيل الإتجاهات نحو القضايا المثارة في المجتمع، فقد ساهمت وسائل الإتصال في

تكوين إتجاهات الأفراد نحو قضايا مثل: أزمات الطاقة والمشكلات البيئية (الحديدي وآخرون، 2005: 318).

وفي نظرية الإستخدامات والإشباعات ظهر مفهوم الجمهور النشط الذي حول دراسة علاقة الجمهور بوسيلة الإتصال من الإجابة على سؤال (ماذا) إلى الإجابة على سؤال (لماذا)، للتعرف على أسباب تعرض الجمهور لوسائل الإتصال وهو ما يعرف بدوافع المشاهدة، كما انها تحاول التعرف على الإشباعات التي يحققها التعرض لوسائل الإتصال بالنسبة للجمهور (العبد، 2005: 13) وبناء على ذلك نجد ان:

1. ان الأسباب التي تدفع المشاهد الأردني لمشاهدة ومتابعة برامج التلفزيون الأردني هي دوافع وجدانية من باب الإحساس والشعور الوطني، بينما تقوم وسائل الإتصال بدور مؤثر في حياة الفرد كلما زاد إشباع وسائل الإتصال لحاجات الفرد المعرفية.
2. إرتفاع المتوسطات الحسابية للإتجاهات السلبية للمشاهدين مقارنة مع الإتجاهات الإيجابية نحو برامج التلفزيون الأردني المختلفة، هذه النتيجة تشير إلى ان المعلومات التي يقدمها التلفزيون الأردني لم تساهم في تشكيل إتجاهات الأفراد نحو قضايا المجتمع المختلفة.
3. يلجأ المشاهدون لمتابعة برامج التلفزيون الأردني لمعرفة الشأن المحلي وبمعدل مشاهدة متدنٍ اقل من ساعة يوميا. وأحيانا يلجأ المشاهد إلى وسائل إتصالية أخرى وفي الغالب خارجية عندما يتخلف التلفزيون الأردني عن تغطية بعض الأحداث المحلية الهامة كما حدث في "تفجيرات عمان" عام 2005 حيث تأخر التلفزيون الأردني عن تغطية الحدث بحدود (45) دقيقة عندها تحول المشاهد الأردني إلى القنوات الفضائية العربية لمعرفة ما يجري من أحداث في غاية الخطورة والأهمية وخصوصاً ان هذا الحدث وقع داخل حدود الدولة الأردنية، وقيام قنوات فضائية عربية كالجريدة بنقل حي ومباشر للحدث وتطوراتها.

التوصيات

خلصت الدراسة إلى التوصيات التالية:

- انخفاض معدل المشاهدة للتلفزيون الأردني فكانت أعلى نسبة (30.9) من أفراد العينة تشاهد التلفزيون الأردني اقل من ساعة يومياً. فهذا يتطلب من إدارة التلفزيون الأردني التخطيط لسياسات الإنتاج والمتابعة والدورات البرمجية على ضوء نتائج بحوث المشاهدين وإعادة النظر في نوعية البرامج المقدمة وأسلوب الأداء والإخراج بما يحقق رغبات وإهتمامات المشاهد الأردني ومحاكاة همومه وإحتياجاته.
- بينت نتيجة الدراسة ان أغلب أفراد العينة الذين لا يشاهدون التلفزيون الأردني هم من فئة الشباب الذين تقع أعمارهم ما بين 20-24 لذلك هناك حاجة ملحة لإعادة النظر في برامج الشباب ويتطلب ذلك التخطيط البرامجي السليم والتعرف على إحتياجات ورغبات هذه الفئة الهامة من المشاهدين.
- ضرورة إعداد برامج التلفزيون الأردني بإتجاه تقوية روابط الوحدة الوطنية وتقوية النسيج الإجتماعي القائم بين أفراد وفئات المجتمع المختلفة، لان التلفزيون الأردني وحسب رأي أفراد العينة وبنسبة (91.3 %) لم ينجح في إيجاد لغة مشتركة بين أفراد المجتمع.
- ان يقوم التلفزيون الأردني بإجراء دراسات وبحوث للتعرف على رغبات وحاجات المشاهدين، وبناءً على ذلك يتم إعداد البرامج المناسبة وتقديمها بالوقت المناسب. علماً بأنه كان هناك قسم للبحوث والدراسات ضمن أقسام التلفزيون الأردني في بداية السبعينيات من القرن الماضي لكن تم إلغائه لاحقاً دون إبداء اسباب لقرار الإلغاء.
- التأثير الكبير للقنوات الفضائية على حجم مشاهدة التلفزيون الأردني وقد أجاب 74% من افراد العينة بأن هناك تأثير سلبي للقنوات الفضائية على حجم المشاهدة للتلفزيون الأردني.

وهذا التأثير لا يقتصر على التلفزيون الأردني لوحده وإنما معظم التلفزيونات العربية الرسمية تتعرض لهذا التأثير. لكن لا يمنع ذلك الإستفادة من نقاط القوة الموجودة في الفضائيات وتعزيز فرص التحسين، والإستغلال الأمثل للإمكانيات الموجودة والإستفادة من تكنولوجيا الاتصال وتوظيفها لتحقيق الأهداف الموضوعية وتحقيق الإستراتيجية المرسومة.

- إيلاء تدريب العاملين في التلفزيون الأردني سواء الجدد أو القدامى الإهتمام الأكبر، فهناك دول كاليابان أخضعت العاملين لدى المؤسسات المختلفة لديها لبرامج تدريبية في مجال عملهم لتزويدهم بالمعلومات والمعرفة عن كل ما هو جديد ومفيد في مجال العمل على أن لا تقل فترة التدريب عن ثلاثة أيام شهرياً.

قائمة المراجع

المراجع العربية:

- إبراهيم، اسماعيل، (2003). فن التحرير الصحفي بين النظرية والتطبيق، (ط3)، القاهرة: دار الفجر للنشر والتوزيع.
- أبو إصبع، صالح، (2005). قضايا إعلامية، (ط2)، عمان: دار مجدلاوي للنشر والتوزيع.
- أبو زيد، فاروق، (1998). فن الخبر الصحفي، (ط1)، القاهرة، عالم الكتب.
- أبو النيل، محمود، (1985). علم النفس الاجتماعي، (ج1 ط3)، بيروت، دار النهضة العربية.
- إمام، إبراهيم، (1975). الإعلام والاتصال بال جماهير، (ط2)، القاهرة: الأنجلو.
- بلقيس ومرعي، أحمد وتوفيق، (1984). الميسر في علم النفس الاجتماعي، (ط2)، عمان: دار الفرقان.
- بورتيسكي، وآخرون، (1978)، الصحافة والتلفزيون، (ط1)، ترجمة ابتسام علوان، بغداد.
- التلفزيون الأردني ، منشورات دائرة العلاقات العامة والعلاقات الدولية ، (2006) .
- جرار، فاروق، (1997). الإذاعة والتلفزيون في الأردن، (ط1)، عمان: منشورات لجنة تاريخ الأردن.
- جرين، موري، (1972). أخبار التلفزيون بين التحليل والتنفيذ، (ط1)، ترجمة حمدي قنديل وأحمد سعيد، القاهرة: مكتبة النهضة العربية.
- جواد، عبد الستار، (2001). فن كتابة الأخبار، (ط2)، عمان: دار مجدلاوي للنشر.
- حجاب، محمد، (2003). الموسوعة الإعلامية، المجلد 7، (ط1)، عمان: دار الفجر للنشر.
- الحديدي، محمد، (2006). نظريات الإعلام - اتجاهات حديثة في دراسات الجمهور والرأي العام، (ط1)، دمياط: مكتبة نانسي دمياط.
- الحديدي، منى وآخرون، (2005). الفضائيات العربية ومتغيرات العصر، (ط1)، القاهرة: الدار المصرية اللبنانية.
- حسين، سمير، (1976). بحوث الإعلام - الأسس والمبادئ، القاهرة.
- الحسيني، أميرة، (2005). فن الكتابة للإذاعة والتلفزيون، (ط1)، بيروت: دار النهضة العربية.

الحيزان، محمد، (2001). البحوث الإعلامية أسسها - أساليبها - مجالاتها، (ط1)، الرياض: مطبعة سفير.

الخريجي، عبد الله، (1985). التغير الاجتماعي والثقافي، (ط1)، جدة.

خضور، أديب، (1997). دراسات تلفزيونية، (ط1)، القاهرة: المكتبة الإعلامية.

دائرة الإحصاءات العامة، (2006). الكتاب الإحصائي السنوي، العدد 57.

درويش، عبد الرحيم، (2006). دراسات في الاتصال، القاهرة: مكتبة نانسي دمياط.

الدسوقي، ابراهيم، (2004). وسائل وأساليب الاتصال الجماهيرية والاتجاهات الاجتماعية، (ط1)، الاسكندرية: دار الوفاء لدنيا النشر.

الدليمي، عبد الرزاق، (2005). عولمة التلفزيون، (ط1)، عمان: دار جرير للنشر.

ديفلير، روكيتش، ملفين وساندرا، (1992) نظريات وسائل الاعلام، (ط1)، القاهرة: الدار الدولية للنشر والتوزيع، ترجمة كمال عبدالرؤوف.

رج، كارل، (2006). كتابة الأخبار والتقارير الصحفية، (ط1)، ترجمة عبد الستار جواد، غزة: دار الكتاب الجامعي.

رشتي، جيهان، (1986). الأسس العلمية لنظريات الإعلام، (ط3)، القاهرة: دار الفكر العربي.

روو، وليم، (1987). الصحافة العربية، (ط2)، ترجمة مركز الكتاب الأردني.

زهران، عبد السلام، (1977). علم النفس الاجتماعي، (ط4)، القاهرة: دار الكتب.

شاوي، برهان، (2003). مدخل في الاتصال الجماهيري ونظرياته، (ط1)، اريد: دار الكندي.

شريف، سامي، (1999). القنوات التلفزيونية المتخصصة، رؤية نقدية، العدد 5، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، القاهرة.

شطاح، محمد، (2007). الإعلام في التلفزيون - نشرات الأخبار - المحتوى والجمهور، (ط1)، الجزائر: دار الكتاب الحديث.

شليبي، كرم، (1973). الخبر الإذاعي - فنونه وخصائصه في الراديو والتلفزيون، (ط1)، جدة: دار الشروق.

عبد الحميد، محمد، (1997). نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، (ط1)، القاهرة: عالم الكتاب.

عبد السلام، عبد الغفار، (1970). مقدمة في الصحة النفسية، (ط1)، القاهرة: دار العلم.

- عبد القادر، محمد، (1972). الإعلام والدعاية - نظريات وتجارب، (ط1)، القاهرة: الأنجلو.
- العبد الله، مي، (2001). التلفزيون في لبنان والعالم العربي - أي دور لتقنيات الغد؟، (ط1)، بيروت: دار النهضة العربية.
- العبد، نهى، (2005). أطفالنا والقنوات الفضائية، (ط1)، القاهرة: دار الفكر العربي.
- عبد الحميد، محمد، (1997). نظريات الاعلام واتجاهات التأثير، (ط1)، القاهرة: عالم الكتب.
- العبدالله، مي، (2006). التلفزيون وقضايا الاتصال في عالم متغير، (ط1)، بيروت: دار النهضة العربية.
- عقاد، ليلي، (1998). مدخل إلى التلفزيون، (ط1)، دمشق: جامعة دمشق.
- الغزاوي، زهير، (1993). نمو القيم والاتجاهات عند الطفل ما قبل المدرسة، (ط1)، بيروت: دار المبتدأ للطباعة والنشر.
- فلحي، محمد، (2002). صناعة العقل في عصر الشاشة، (ط1)، عمان: دار العلمية الدولية للنشر.
- القليني، السمري، سوزان وهبة الله، (1993). إنتاج البرامج للراديو والتلفزيون، (ط1)، القاهرة: النيل للطباعة.
- كامل، فرج، (2001). بحوث الإعلام والرأي العام: تصميمها وإجرائها وتحليلها، (ط1)، القاهرة: دار النشر للجامعات.
- لويس، كارولين، (1993). التغطية الإخبارية للتلفزيون، (ط1)، ترجمة محمد شكري العدوي، القاهرة: المكتبة الإعلامية.
- مرزوق، يوسف، (1981). العوامل التي تؤثر على القائمين بالأخبار بإذاعة القاهرة، (ط1).
- معوض، عبد العزيز، محمد وبركات، (2000). الخبر الإذاعي والتلفزيوني، (ط2)، القاهرة: دار الكتاب الحديث.
- معوض، محمد، (1986). فنون العمل التلفزيوني، (ط1)، القاهرة: دار الفكر العربي.
- معوض، محمد، (1994). الخبر في وسائل الاعلام، (ط1)، القاهرة: دار الفكر العربي.
- مكاوي، السيد، حسن ومنى، (1998). الاتصال ونظرياته المعاصرة، (ط1)، القاهرة: الدار المصرية اللبنانية.

مكاوي، الشريف، حسن ومحمد (2000). نظريات الإعلام، (ط1)، القاهرة، مركز جامعة القاهرة للتعليم المفتوح.

الموسى، عصام، (1986). المدخل في الاتصال الجماهيري، (ط1)، اربد: مكتبة الكتاني.

الموسى، عصام، (1998). تطور الصحافة الأردنية (1920-1997)، (ط1)، عمان: منشورات لجنة تاريخ الأردن.

ميكافيل، توماس، (2005). الإعلام الدولي، (ط1)، ترجمة حسني نصر وعبد الله الكندي، العين: دار الكتاب الجامعي.

نصار، تركي، (2007). تاريخ الإعلام الأردني، (ط2)، اربد: عالم الكتب الحديث.

هستبر، البرت وآخرون، (1988). دليل الصحف في العالم الثالث، (ط1)، ترجمة كمال عبد الرؤوف، القاهرة: الدار الدولية للنشر.

وليد، فضل، (2003). الاتصال مفاهيمه - نظرياته - وسائله، القاهرة: دار الفجر للنشر.

أبحاث ودراسات غير منشورة

بواعنة، رياض، (1999). نشرة الأخبار الرئيسية في التلفزيون الأردني باللغة العربية - القناة الأولى، رسالة ماجستير في الإعلام غير منشورة، جامعة بغداد.

الحديد، علي، (2006). دور التلفزيون الأردني في تشكيل منظومة القيم لدى طلبة الجامعة الأردنية. رسالة ماجستير غير منشورة، الجامعة الأردنية، عمان.

الزعبي، محمد، (1992). اتجاهات طلبة الجامعات الأردنية نحو المجلة الرياضية في التلفزيون الأردني، رسالة ماجستير غير منشورة، الجامعة الأردنية، عمان.

شلبية، محمود، (2007). مجموعة محاضرات أُلقيت على طلبة ماجستير الإعلام جامعة في الشرق الأوسط، مساق " الأخبار والتقارير الإخبارية للإذاعة والتلفزيون " ، غير منشورة ، عمان .

عريقات، احمد، (2008). دور التلفزيون الأردني في توعية الشباب أثناء الانتخابات البرلمانية عام 2007. رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة الشرق الأوسط، عمان.

مراجع أخرى

المقابلات

مقابلة مع مدير التلفزيون الأردني، هالة زريقات، بتاريخ 2008/6/19، عمان.

المراجع الأجنبية:

Book: Douglas A. Boyed, (1982), **Broadcasting in the Arab World a Survey of Radio and Television in the Middle East**, 1st Edition, a series edited by Sydney W. Heed, Temple University Press Philadelphia.

Articles:

1. Institute of Marketing and Polls IMAS, (2004), "Usage, Attitude and Satisfaction of Radio and TV Viewers", arhiva.cna.ro/english/imas_study.pdf .
2. Barrie Gunter, (2005), "Trust in the News on Television", Emerald Journal, pp(397-384), . www.emeraldinsight.com/researchregister.
3. Ipsos Stat, (2007), "National Media Analysis NMA Jordan 2007 TV Section", Amman.

Websites:

1. www.hmc.org.jo/HMC_public/stres_list.aspx , 2008

الملاحق

ملحق رقم (1)

الاستبانة (أداة الدراسة)

بسم الله الرحمن الرحيم

جامعة الشرق الأوسط

كلية العلوم الإنسانية

قسم الإعلام

يقوم الباحث بإجراء هذه الدراسة بعنوان اتجاهات المشاهدين نحو البرامج والخدمة الإخبارية في التلفزيون الأردني استكمالاً لمتطلبات الحصول على درجة الماجستير في الإعلام من جامعة الشرق الأوسط للدراسات العليا 0

لذا يرجى التكرم بالإجابة على أسئلة هذه الاستبانة بدقة وموضوعية علماً بأن المعلومات التي سيتم الحصول عليها لن تستخدم الا لإغراض البحث العلمي فقط0

شاكرين لكم حسن تعاونكم

الباحث قبلان حـ رب

2008م

خلوي (0776738727) البريد الالكتروني Qablan1968@ yahoo.Com

1. الجنس : ☐ ذكر ☐ أنثى
 2. العمر : ☐ من 15 – 19 ☐ من 20 – 24 ☐ من 25 – 29 ☐ من 30 – 34 ☐ من 35 – 39 ☐ من 40 – 44 ☐ من 45 – 49 ☐ من 50 – 54 ☐ من 55 - 59 ☐ من 60 فأكثر
 3. المستوى التعليمي : ☐ أمي ☐ أقل من الثانوية العامة ☐ الثانوية العامة ☐ دبلوم متوسط ☐ بكالوريوس ☐ دراسات عليا (دبلوم عال ، ماجستير ، دكتوراه)
 4. المهنة : ☐ طالب ☐ موظف ☐ متقاعد ☐ تاجر ☐ عامل ☐ عاطل عن العمل ☐ عسكري ☐ مهني ☐ مزارع ☐ ربة بيت ☐ غير ذلك
 5. مستوى الدخل الشهري (بالدينار) : ☐ أقل من 150 ☐ 150 – 199 ☐ 200 – 249 ☐ 250 – 299 ☐ 300 – 349 ☐ 350 – 399 ☐ 400 – 449 ☐ 450 – 499 ☐ 500 فأكثر
 6. مكان السكن : ☐ مدينة ☐ قرية ☐ بادية ☐ مخيم
 7. الإقليم : ☐ شمال ☐ وسط ☐ جنوب
 8. الحالة الاجتماعية : ☐ أعزب ☐ متزوج ☐ مطلق ☐ أرمل

9. هل تملك جهاز تلفزيون ؟
☐ نعم ☐ لا
10. هل لديك جهاز استقبال ستالايت ؟
☐ نعم ☐ لا
11. إذا كانت الإجابة (لا) فأين تشاهد القنوات الفضائية ؟
☐ عند ☐ عند الجيران ☐ في الكوفي شوب
☐ الاصدقاء ☐ في النادي ☐ في المقهى ☐ في أماكن أخرى
☐ لا اشاهد
12. هل تشاهد التلفزيون الأردني ؟
☐ نعم ☐ لا
(إذا كانت الإجابة (لا) لطفاً لا تجب على باقي الاسئلة)
13. ما عدد الساعات التي تقضيها في مشاهدة برامج التلفزيون الاردني على مستوى اليوم الواحد ؟
☐ اقل من ساعة ☐ من ساعة إلى اقل من ساعتين
☐ من ساعتين إلى اقل من ثلاث ساعات ☐ من ثلاث ساعات إلى اقل من أربع ساعات
☐ اربع ساعات فأكثر
14. ما الفترة التي تفضل فيها مشاهدة التلفزيون الأردني (يمكن اختيار أكثر من اجابة) ؟
☐ الفترة الصباحية من 6 - 11 ☐ فترة الظهر من 11 إلى ما قبل الثالثة
☐ فترة المساء المبكر من 3 إلى ما قبل الثامنة ☐ فترة السهرة من 8 إلى ما قبل 12
☐ بعد منتصف الليل وحتى الثانية صباحاً
15. ما الأنماط البرامجية التي تفضل مشاهدتها على شاشة التلفزيون الأردني (يمكن اختيار أكثر من اجابة) ؟
☐ الأفلام ☐ المواد الفنية (الفيديو كليب)
☐ البرامج الوثائقية ☐ البرامج والمواد الدينية
☐ الإخبار والبرامج الإخبارية ☐ الندوات والمناقشات
☐ الاعلانات ☐ البرامج المختصة بقضايا الشباب
☐ برامج المسابقات ☐ البرامج المختصة بقضايا المرأة
☐ البرامج العلمية والصحية ☐ البرامج الثقافية
☐ البرامج التعليمية ☐ البرامج الاقتصادية
☐ البرامج الرياضية ☐ المسلسلات
☐ برامج المنوعات ☐ برامج الاطفال
16. ما درجة رضاك عن برامج التلفزيون الأردني التالية ؟

الرقم	البرامج	عالية	متوسطة	منخفضة
1	يوم جديد			
2	يسعد صباحك			
3	يحدث اليوم			
4	البرنامج الصحي			
5	البرامج الرياضية (المجلة الرياضية)			
6	تحت الضوء			
7	وجهاً لوجه			
8	ملفات سياسية			
9	ستون دقيقة			
10	نشرة أخبار الثامنة مساء			
11	الحكي لنا			
12	الحوار الاقتصادي			
13	دليل المستهلك			
14	جدد حياتك			
15	اسألوا أهل الذكر			

17. ما الأسباب التي تدفعك لمشاهدة برامج التلفزيون الأردني ؟

الرقم	الدوافع	عالية	متوسطة	منخفضة
1	فهم الواقع والأحداث الجارية			
2	معرفة الأخبار المحلية وجديد أخبار الوطن والمواطنين			
3	معرفة ثقافات جديدة			
4	معرفة السلع والخدمات من خلال الإعلانات			
5	الإستفادة في مجال العمل			
6	التسلية والترفيه			
7	إكتساب مهارات جديدة			
8	الإندماج مع شخصيات جديدة			
9	القدرة على التصرف في المواقف المختلفة			
10	ترشيد الاستهلاك			
11	الإنتفاع على العالم			
12	التوجيه والإرشاد			
13	الحصول على مواضيع تنمي قدرة الحوار مع الآخرين			
14	الهروب من مشاكل الحياة اليومية			
15	تنمية القيم الدينية والروحية			

18. ما إتجاهاتك نحو مشاهدة برامج التلفزيون الأردني ؟

الرقم	الاتجاهات	موافق	محايد	غير موافق
1	ملائمة برامج التلفزيون الأردني للذوق العام			
2	يتابع التلفزيون الأردني هموم وقضايا الوطن والمواطن			
3	ينجح التلفزيون الأردني في طرح حلول واقعية للقضايا التي يتناولها			
4	يقدم التلفزيون الأردني كل ما هو جديد			
5	يوجد التلفزيون الأردني لغة مشتركة بين أفراد المجتمع			
6	مساحة الحرية في التلفزيون الأردني كبيرة			
7	يولي التلفزيون الأردني اهتماماً خاصاً للقضايا العربية الرئيسية			
8	يقوم التلفزيون الأردني بتكرار وإعادة البرامج			
9	ضعف مستوى البرامج في التلفزيون الأردني			
10	تدني مستوى أداء العاملين في التلفزيون الأردني			
11	إبتعاد ما يقدمه التلفزيون الأردني عن القيم الدينية			
12	يركز التلفزيون الأردني على برامج التسلية أكثر من البرامج الجادة			
13	يفتقر التلفزيون الأردني للجرأة والصراحة في مناقشة القضايا			
14	لا يجري التلفزيون الأردني بحوث المشاهدين للتعرف على رغباتهم واحتياجاتهم			

19. كيف ترى الواقع الحالي للتلفزيون الأردني ؟

الرقم	الاتجاهات	موافق	محايد	غير موافق
1	ينافس التلفزيون الأردني القنوات الفضائية العربية			
2	الخدمة الإخبارية في التلفزيون الأردني متقدمة مقارنة بالقنوات الفضائية			
3	قوة الإمكانيات المادية في التلفزيون الأردني مقارنة مع القنوات الفضائية			
4	تدني الأداء في البرامج والإخراج في التلفزيون الأردني مقارنة بالقنوات الفضائية			
5	تسرب الكفاءات والخبرات من التلفزيون الأردني إلى الخارج			
6	تؤثر مشاهدة القنوات الفضائية على حجم مشاهدة التلفزيون الأردني			

20. هل تشاهد الأخبار على التلفزيون الأردني؟

☐ دائما ☐ احيانا ☐ نادرا

21. ما مدى متابعتك للأخبار على شاشة التلفزيون الأردني؟

☐ دائما ☐ احيانا ☐ نادرا

22. ما اتجاهاتك نحو مشاهدة الأخبار في التلفزيون الأردني ؟

الرقم	الاتجاهات	موافق	محايد	غير موافق
1	كفاية الإمكانيات البشرية في التلفزيون الأردني			
2	ارتفاع مستوى الرواتب والأجور للعاملين في التلفزيون الأردني			
3	يتمتع القائمون على الأخبار في التلفزيون الأردني بخبرة واسعة			
4	يمتاز المذيعون ومراسلو الأخبار في التلفزيون الأردني بعنصر الإقناع والقبول			
5	يقوم التلفزيون الأردني بتغطية وقائع الأحداث الهامة مباشرة من موقع الحدث			
6	يولي التلفزيون الأردني الاهتمام الأكبر للأخبار الرسمية والمحلية والتوسع بها			
7	يقوم التلفزيون الأردني بتقديم عدد كبير من برامج التعليقات والتحليلات الإخبارية التي تساعد المشاهد على تكوين وجهة نظر حول الأحداث وشؤون الساعة			
8	ضعف الإمكانيات المادية والتقنية في التلفزيون الأردني			
9	تسرب الكفاءات الإعلامية المدربة من التلفزيون الأردني			
10	ضعف مستوى أداء القائمين على الأخبار ومقدمي النشرات الإخبارية في التلفزيون الأردني			
11	العاملين الجدد في أخبار التلفزيون الأردني بحاجة إلى تدريب كافٍ			
12	يتخلف التلفزيون الأردني عن تغطية بعض الأحداث المحلية الهامة			
13	لا تتوافق بعض محتويات النشرات الإخبارية في التلفزيون الأردني مع اهتمامات المشاهدين			
14	قلة مراسلي التلفزيون الأردني المنتشرين في دول العالم المختلفة يساهم في ضعف مستوى الخدمة الإخبارية			

ملحق رقم (2)

عدد سكان المملكة المقدر حسب الجنس وفئة العمر في نهاية 2006

Table () Estimated Population of the Kingdom by Sex and Age Group, at End-Year 2006

نسبة الجنس Sex Ratio	المجموع Total		اناث Female		ذكور Male		فئة العمر Age Group
	%	عدد	%	عدد	%	عدد	
105.5	12.75	714190	12.81	347590	12.70	366600	4-0
105.3	12.61	705770	12.67	343790	12.54	361980	9-5
105.9	11.96	670270	12.00	325610	11.94	344660	14-10
106.1	10.98	614570	10.99	298200	10.96	316370	19-15
107.6	10.59	593140	10.53	285720	10.65	307420	24-20
111.1	8.95	501260	8.75	237420	9.14	263840	29-25
108.3	7.83	438600	7.76	210560	7.90	228040	34-30
108.2	6.34	355410	6.29	170670	6.40	184740	39-35
105.9	4.73	264870	4.74	128620	4.72	136250	44-40
104.8	3.34	187280	3.37	91440	3.32	95840	49-45
101.8	2.51	140740	2.57	69730	2.46	71010	54-50
96.4	2.23	124700	2.34	63500	2.12	61200	59-55
111.4	1.94	108430	1.89	51280	1.98	57150	64-60
102.5	3.24	180770	3.29	89270	3.17	91500	65+
106.4	100.00	5600000	100.00	2713400	100.00	2886600	المجموع Total