

دور قناة رؤيا الفضائية الأردنية في تناول قضايا الشباب من وجهة نظر

طلبة الإعلام في الجامعات الأردنية

**The Role of Roya Jordanian TV Channel in Dealing with Youth
issues from Media Students Point Of View in the Jordanian
universities**

إعداد

محمد منصور الحنيطي

بإشراف

الدكتور كامل خورشيد مراد

قدمت هذه الرسالة استكمالاً لمتطلبات الحصول على درجة الماجستير في الإعلام

قسم الصحافة والإعلام

كلية الإعلام

جامعة الشرق الأوسط

كانون الثاني - 2019

تفويض

أنا الطالب محمد منصور الحنيطي أفوض جامعة الشرق الأوسط بتزويد نسخ من رسالتي ورقياً
والكترونياً للمكتبات، أو المنظمات، أو الهيئات والمؤسسات المعنية بالأبحاث والدراسات العلمية عند
طلبها.

التاريخ: 2019/1/26

التوقيع: محمد الحنيطي



قرار لجنة المناقشة

نوقشت هذه الرسالة وعنوانها " دور قناة رؤيا الفضائية الأردنية في تناول قضايا الشباب من وجهة نظر طلبة الإعلام في الجامعات الأردنية"

وأجيزت بتاريخ 26 / 01 / 2019

أعضاء لجنة المناقشة

الاسم	الصفة	التوقيع
أ.د. عزت محمد حجاب	مناقشا داخليا - رئيسا	
د. كامل خورشيد مراد	مشرفا	
أ.د. تيسير أبو عرجة	مناقشا خارجيا	

شكر وتقدير

الشكر لله أولاً وأخيراً ،،،

وأشكر أساتذتي الافاضل في كلية الاعلام الذين نهلت من علمهم الكثير ، وأشكر أعضاء لجنة المناقشة المتمثلة بمشرفي الدكتور كامل خورشيد مراد الذي بذل معي الجهود الطيبة وقدم لي النصح والارشاد في جميع خطواتي اثناء كتابة الرسالة فجزاه الله خير الجزاء ،،

كما أشكر الاستاذ الدكتور عزت حجاب ، عميد كلية الاعلام ، الذي تفضل بقبول مناقشة هذه الرسالة فكل التقدير والاحترام ،، والشكر موصول الى الاستاذ الدكتور تيسير ابو عرجة على قبوله مناقشة رسالتي وله كل التقدير ،،

وانتقدم بالشكر ايضا الى عائلتي الكريمة التي وفرت لي التسهيلات الممكنة لانجاز العمل ، والشكر الى زملائي في الدراسة والعمل والى كل من له فضل علي في اتمام هذا العمل ،،

والله ولي التوفيق

الباحث : محمد منصور الحنيطي

الإهداء

بسم الله الرحمن الرحيم

اهدي هذا العمل المتواضع الى وطني العزيز الغالي الاردن الحبيب،،

والى اسرتي الكريمة واهلي وأحبائي ،،،

الباحث : محمد الحنيطي

قائمة المحتويات

أ	العنوان.....
ب	التقويض.....Error! Bookmark not defined.
ج	قرار لجنة المناقشة.....
ج	شكر وتقدير.....
هـ	الإهداء.....
و	قائمة المحتويات.....
ط	فهرس الجداول.....
ك	قائمة الملاحق.....
ل	ملخص باللغة العربية.....
ن	الملخص باللغة الانجليزية.....

الفصل الأول

1	الإطار العام للدراسة.....
1	تمهيد:.....
3	مشكلة الدراسة:.....
3	أهمية الدراسة :.....
4	أهداف الدراسة:.....
4	أسئلة الدراسة:.....
5	مصطلحات الدراسة:.....
6	حدود الدراسة.....

الفصل الثاني

8	الإطار النظري والدراسات السابقة.....
8	وسائل الاتصال الجماهيري وفعاليتها في التأثير:.....

10	مجالات تأثير وسائل الإعلام
17	التلفزيون والمجتمعات المعاصرة
27	مميزات التلفزيون:
28	التلفزيون والشباب :
29	نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام
40	تطبيق نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام على طرح قضايا تهم الشباب:
43	قناة رؤيا الفضائية الأردنية
44	ثانياً: الدراسات السابقة

الفصل الثالث

54	الطريقة والإجراءات
56	وصف المقياس
58	صدق مقياس تقييم قناة رؤيا الفضائية في تناول قضايا الشباب
59	ثبات مقياس تقييم قناة رؤيا الفضائية في تناول قضايا الشباب
60	إجراءات الدراسة العملية
61	منهجية البحث

الفصل الرابع

62	نتائج الدراسة
62	أولاً: النتائج المتعلقة بالسؤال الأول
65	ثانياً: النتائج المتعلقة بالسؤال الثاني
67	ثالثاً: النتائج المتعلقة بالسؤال الثالث
69	النتائج المتعلقة بالسؤال الرابع
71	فرضيات الدراسة

الفصل الخامس

79	مناقشة النتائج والتوصيات.....
	أولاً: مناقشة النتائج المتعلقة بالسؤال الأول: "ما هي أبرز الاهتمامات والبرامج الشبابية التي تركز عليها قناة رؤيا من وجهة نظر طلبة الصحافة والأعلام في الجامعات الأردنية (الشرق الأوسط، وجامعة البترا)؟".....
79	ثانياً: النتائج المتعلقة بالسؤال الثاني: "ما هي وجهة نظر طلبة الصحافة والإعلام في الجامعات الاردنية (الشرق الأوسط، وجامعة البترا) بما تعرضه قناة رؤيا من قضايا شبابية تنال اهتمامهم؟".....
80	ثالثاً: النتائج المتعلقة بالسؤال الثالث.....
82	رابعاً: النتائج المتعلقة بالسؤال الرابع.....
83	توصيات الدراسة.....
84	المراجع العربية:.....
86	المراجع الأجنبية.....
91	

فهرس الجداول

الجدول	الصفحة
(1): توزيع أفراد مجتمع الدراسة حسب متغير إسم الجامعة.....	55
(2): توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغيرات الدراسة.....	55
(3): قيم معاملات الارتباط بين كل فقرة والبعد الذي تنتمي له والمقياس ككل	58
(4): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لمستوى اهتمام قناة رؤيا بالبرامج الشبابية	62
(5): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لمجال اهتمامات قناة رؤيا بقضايا الشباب مرتبة ترتيباً تنازلياً	64
(6): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لمجال قضايا الشباب التي تطرح من خلال قناة رؤيا مرتبة ترتيباً تنازلياً	66
(7): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لتقييم طلبة الصحافة والاعلام في الجامعات الأردنية (الشرق الأوسط، وجامعة البترا) لقناة رؤيا ومدى رضاهم عن البرامج الشبابية التي تعرضها قناة رؤيا مرتبة ترتيباً تنازلياً.....	68
(8): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لتقييم طلبة الصحافة والاعلام في الجامعات الأردنية (الشرق الأوسط، وجامعة البترا) لمجال المعوقات المحتملة بخصوص تغطية قناة رؤيا لقضايا الشباب مرتبة ترتيباً تنازلياً	70

الصفحة	الجدول
(9): اختبار النوع الاجتماعي باستخدام اختبار عينتين مستقلتين (independent t test)	
اختبار (t-test) تبعا للمتغير النوع الاجتماعي مع المجالات الرئيسية الأربعة لعينة الدراسة . 72	
(10): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والعدد لمتغير العمر مع المجالات الرئيسية للدراسة لاستخدام تحليل التباين الأحادي (one way anova)..... 73	
(11): تحليل التباين الأحادي (one way anova) لمتغير العمر مع المحاور الرئيسية للدراسة 75	
(12): تحليل اختبار (t-test) تبعا للمتغير البرنامج الدراسي مع المحاور الرئيسية الأربعة لعينة الدراسة..... 76	
(13): اختبار (t-test) تبعا للمتغير اسم الجامعة مع المجالات الرئيسية الأربعة لعينة الدراسة 80	

قائمة الملاحق

الصفحة	الملحق
94	(1): مقياس دور قناة رؤيا الفضائية الأردنية في تناول قضايا الشباب بصورتها الأولية.....
98	(2): قائمة بأسماء المحكمين.....
101	(3): مقياس دور قناة رؤيا الفضائية الأردنية في تناول قضايا الشباب بصورتها النهائية.....

دور قناة رؤيا الفضائية الأردنية في تناول قضايا الشباب من وجهة نظر طلبة الإعلام في الجامعات الأردنية

إعداد

محمد منصور الحنيطي

المشرف

الدكتور كامل خورشيد مراد

ملخص

هدفت الدراسة إلى معرفة دور قناة رؤيا الفضائية الأردنية في تناول قضايا الشباب - من وجهة نظر طلبة الإعلام في الجامعات الأردنية (جامعة الشرق الأوسط، وجامعة البترا انموذجا). ولتحقيق أهداف الدراسة تم الاستعانة بمنهج البحث المسحي - الوصفي باستخدام اداة قياس رأي عينة الدراسة المأخوذة من مجتمع البحث حيث تم التحقق من دلالات الصدق والثبات .

تكونت عينة الدراسة من (170) مفردة من طلبة الاعلام في جامعتي (الشرق الأوسط، والبترا).

أظهرت نتائج الدراسة أن درجة اهتمام قناة رؤيا بالبرامج الشبابية جاء بدرجة مرتفعة على الأداة ككل، وعلى جميع المجالات، وخاصة مجال اهتمام قناة رؤيا بقضايا الشباب حيث احتلت في المرتبة الأولى، في حين بينت الدراسة أن مساهمة قناة رؤيا في تناولها لبرامجها من قضايا سياسية واجتماعية وثقافية في تحقيق الإشباع المطلوبة لدى الشباب احتلت في المرتبة الأخيرة. كما أظهرت النتائج وجود علاقة إيجابية دالة إحصائياً لدور قناة رؤيا الفضائية الأردنية في تناول قضايا الشباب.

وأظهرت النتائج أن درجة اهتمام قناة رؤيا بالبرامج الشبابية جاء بدرجة مرتفعة بسبب ان وسائل الإعلام تحتل مرتبة هامة في المجتمع عامة وفئة الشباب خاصة . وأظهرت النتائج من وجهة

نظر طلبة الصحافة والأعلام بما تعرضه قناة رؤيا من قضايا شبابية جاءت بدرجة مرتفعة على المحور ككل، وجاءت فقرة "تشجع العمل التطوعي والمجتمعي" في المرتبة الأولى، في حين جاءت فقرة "تساهم في تناولها لبرامجها من قضايا سياسية واجتماعية وثقافية في تحقيق الاشباع المطلوبة" في المرتبة الأخيرة.

اما تقييم طلبة الصحافة والاعلام في الجامعين المبحوثين فظهر ان تقييم الشباب لقناة رؤيا بشكل عام جاء بدرجة مرتفعة على المجال ككل، وجاءت فقرة "أشعر بالرضا عن القناة" في المرتبة الأولى، في حين جاءت فقرة "أشعر بأنها تمثلني وتدافع عني" في المرتبة الأخيرة. و أظهرت النتائج ان المعوقات التي تواجه قناة رؤيا في تغطيتها لقضايا الشباب جاء بدرجة متوسطة على المجال ككل، وجاءت فقرة "مستوى قناة رؤيا في تناول قضايا الشباب متدني مقارنة مع القنوات الفضائية الأخرى" في المرتبة الأولى، في حين جاءت فقرة "لا تقدم الحلول المناسبة في القضايا التي تطرحها" في المرتبة الأخيرة.

الكلمات المفتاحية: قناة رؤيا، الفضائية الأردنية، قضايا الشباب، طلبة كلية إعلام، الجامعات الأردنية.

The Role of Ro'ya, a Jordanian TV Channel, in Dealing with Youth Issues from the Point of View of Media Students in Jordanian Universities"

By

Muhaed Mansour AL-Hunayti

Supervisor

Dr. Kamel K. Mrad

ABSTRACT

This study aims to investigate the role of the Jordanian TV channel, Ro'ya, in dealing with youth issues from the viewpoint of the students of media at two Jordanian universities: Middle East University and University of Petra. In order to achieve the objectives of the study, a measure was established to determine the role of Ro'ya in dealing with the issues of youth; the validity and credibility of the measure were verified .

The study sample consists of 170 participants. All of them are students in the Faculty of Media, Middle East University, Jordan, or in the Faculty of Mass Communication, University of Petra, Jordan. They were selected using the random purposive method .

The results of the study showed that the degree of interest of Ro'ya in youth programmes is generally high in all areas, especially in the field of youth issues, where it occupied the first rank, whereas the contribution of Ro'ya, through its different programs, in addressing political, social and cultural issues in achieving the required aspirations of youth was the least.

The results showed that the degree of interest of the channel in youth programs is high because the media occupies an important position in society in general and in youth in particular. The results showed from the perspective

of the students of journalism and the media that the channel saw a number of youth issues that came high on the whole axis, and the paragraph "encourages volunteering and community" in the first place, while the paragraph "contribute to addressing their programs of political, social and cultural issues in achieving Required saturation "in the last rank. As for the evaluation of the students of the media and journalism in the two surveyed universities, it emerged that the youth assessment of the Roaya channel in general was high on the field as a whole, and the "I am satisfied with the channel" came first, while the "I feel like it represents me and defends me" came in last. The results showed that the obstacles faced by the channel in its coverage of youth issues came to a medium extent on the field as a whole, and the paragraph "the level of channel vision in dealing with youth issues is low compared to other satellite channels" in the first place, while the paragraph "does not provide appropriate solutions In the issues it raises "in the last place.

Keywords: Ro'ya TV, Jordanian Satellite, Youth Issues, Students of Media College, Jordanian Universities.

الفصل الأول

الإطار العام للدراسة

تمهيد:

يشكل التنوع في وسائل الإعلام ومضامينها أثر على الحياة اليومية للأشخاص والشعوب ونمط حياتهم وعلاقاتهم ونظمهم القيمية، وهي بشكل أو بآخر تسهم في نشر المعارف والعلوم والثقافة، وتزويد جمهور الشباب بالجديد وفي المشاركة في الحياة اليومية.

وأصبح التلفزيون منذ سنوات ينفرد عن وسائل الإعلام الأخرى، بل يتميز عنها بفضل الإمكانيات الكبيرة التي أتاحت له، فضلاً عن استخدامه أداة فعالة في مجال البث الفضائي الذي بدأ يمارس دوراً كبيراً في شتى مجالات الحياة، لا سيما في الجانب التوعوي للشباب، وهو ما انعكس بشكل كبير على حياة المجتمع عامة، وما تضطلع به وسائل الإعلام المختلفة من وظائف جعل منها أدوات فاعلة في المجتمع يستطيع من خلالها القائم بالاتصال تحقيق العديد من الأهداف التي أصبحت تجذب الباحثين والمختصين في مجال الإعلام والسياسة والاقتصاد والمجتمع وعلم النفس وغيرها.

وبسبب الارتباط العميق بين علم الاتصال والاهتمام بمواضيع الشباب عن طريق وسائل الإعلام إلى توظيف برامج التلفزيون خدمة للواقع الشبابي في المجتمع مما يساعد على التفاعل الاجتماعي مع القضايا والأحداث اليومية التي تواجه مجتمع الشباب المحلي (عطا الله، 2016، ص: 18).

كما أدى انتشار القنوات التلفزيونية إلى نشوء اهتمامات خاصة ومحددة لدى جمهور المشاهدين، حيث أصبح مطلوباً من القائمين والمعدّين التعبير عن هذه الاهتمامات الخاصة والاستجابة لاهتمامات الجمهور. ومن هنا برزت الحاجة إلى وجود قنوات متخصصة من حيث المحتوى لتلبية احتياجات جمهور المشاهدين بجميع فئاته (الكافي، 2006، ص: 44).

ومن ناحية أخرى يعدّ الاعلام الموجّه الرئيسي لعقول الناس واتجاهاتهم الفكرية، والسياسية، والاجتماعية في وقتنا الحالي، حيث لا يخفى على أحد مدى التأثير الذي يقوم به الاعلام في توجهات الأفراد وحركة الرأي العام في المجتمعات من خلال وسائله المختلفة والمتنوعة والتي أصبحت متيسرة ومتاحة للجميع بفضل التطور العلمي والتكنولوجي الذي تشهده تلك الوسائل ، وخاصة بعد تطور الإنترنت مما أدى الى انتشار الصحافة الإلكترونية، وظهور أعداد كبيرة من القنوات الفضائية، ووسائل التواصل الاجتماعي والتنافس الحاصل بين تلك الوسائل في تقديم الأفضل لجمهورها ومتتبعيها.

وقد بدأت القنوات الفضائية الأردنية الخاصة بالاستحواذ على قدر عال من المتابعة والاهتمام من قبل المشاهد الأردني إلى جانب التلفزيون الحكومي وبرامجه المختلفة، دون أن يكون ذلك عائفاً أو حاجزاً أمام ما تحمله أو تبثّه وسائل الإعلام الأخرى غير الأردنية، مما يُفترض أن يكون لها تأثيراً ما على اتجاهات المجتمع الأردني نحو العديد من الموضوعات خاصة تلك المتعلقة بقضايا الشباب والتي تؤثر على سلوكياتهم، وتوجهاتهم، وشخصياتهم.

برزت قناة رؤيا الفضائية الأردنية في الساحة الإعلامية في المملكة منذ عام 2011 وتؤدي هذه القناة عدة وظائف مجتمعية إعلامية لتكون أحد قنوات الاعلام المحلية التي لها بصمات واضحة في الفضاء الاعلامي الأردني.

وعليه تتبع أهمية هذه الدراسة حول الدور الذي تؤديه قناة رؤيا الفضائية في اهتمامها في قضايا الشباب ومعالجتها من وجهة نظر طلبة الصحافة والاعلام في الجامعات الأردنية، والتعرف على حاجات الشباب حول ما يهمهم من مواضيع يمكن أن يتم تناولها في البرامج المعروضة على شاشتها، حيث يتعرض الشباب إلى رياح تحاول زعزعة قيمه، وأراءه، ومعتقداته، ووعيه من جهات إعلامية متعددة، بعد الانتشار الواسع للقنوات الفضائية ووسائل الإعلام الأخرى متجاوزة كل الحدود والحواجز في سياق ثورة الاتصالات والعولمة الإعلامية التي نشهد فصولها في وسائل الإعلام المختلفة.

مشكلة الدراسة:

تتمحور مشكلة الدراسة حول معرفة رأي طلبة تخصصات الصحافة والإعلام في الجامعات الاردنية بما تقدمه قناة رؤيا الفضائية من برامج تهتم شريحة الشباب الاردني ودور هذه القناة في بلورة مفاهيم مجتمعية تخص الشباب وكيفية تناول قضاياهم العامة ومدى اقتراب القناة من قطاع الشباب من وجهة نظرهم.

أهمية الدراسة :

تكتسب هذه الدراسة أهميتها من جانبين:

الأول وهو الجانب النظري إذ أن بحث موضوع اهتمام القنوات المحلية بالشؤون المتعلقة بقضايا الشباب تعد أولوية تفرض نفسها في العمل البحثي فضلا عن أهمية معرفة ارتباط وسائل الأعلام بقضايا المجتمع عموما وقضايا الشباب خصوصا.

اما الجانب الثاني لهذه الدراسة وهو اقتصر على الأهمية التطبيقية حيث تكتسب الدراسة أهمية تطبيقية من خلال معرفة رأي شريحة الطلبة الجامعيين الدارسين في تخصص الأعلام بأهمية

قناة رؤيا الفضائية، ومدى أقبال الشباب على متابعة برامج الشباب في قناة رؤيا الفضائية، والوقوف على اهتمام القناة بقضاياهم.

أهداف الدراسة:

هدفت هذه الدراسة إلى معرفة دور قناة رؤيا الفضائية الأردنية في تناول قضايا الشباب من وجهة نظر طلبة الصحافة والإعلام في الجامعات الأردنية، ويتفرع عن هذا الهدف الرئيسي الأهداف الفرعية التالية:

- 1- معرفة اهتمامات قناة رؤيا بمواضيع الطلبة والشباب من وجهة نظر طلبة الصحافة والإعلام في الجامعات الأردنية.
- 2- بيان وجهة نظر طلبة الصحافة والإعلام بالجامعات الأردنية بما تعرضه قناة رؤيا من برامج بشكل عام وبرامج متخصصة بالشباب بشكل خاص.
- 3- تقييم طلبة الصحافة والإعلام بالبرامج التي تعرض على قناة رؤيا.

أسئلة الدراسة:

تسعى هذه الدراسة للإجابة عن الأسئلة التالية:

- 1- ما هي أبرز الاهتمامات والبرامج الشبابية التي تركز عليها قناة رؤيا من وجهة نظر طلبة الصحافة والأعلام في الجامعات الأردنية (الشرق الأوسط، وجامعة البترا)؟
- 2- ما هي وجهة نظر طلبة الصحافة والأعلام في الجامعات الأردنية (الشرق الأوسط، وجامعة البترا) بما تعرضه قناة رؤيا من قضايا شبابية تنال اهتمامهم؟

3- ما تقييم طلبة الصحافة والاعلام في الجامعات الأردنية (الشرق الأوسط، جامعة البترا)

لقناة رؤيا وما مدى رضاهم عن البرامج الشبابية التي تعرضها قناة رؤيا؟

4- ما هي المعوقات التي تواجهه قناة رؤيا في تغطيتها لقضايا الشباب من وجهة نظر طلبة

الصحافة والإعلام في الجامعات الأردنية (الشرق الأوسط، جامعة البترا)؟

5- هل هناك فروق ذات دلالة الإحصائية في متابعة البرامج والقضايا الشبابية التي تعرضها

قناة رؤيا تعزى للمتغيرات الديموغرافية (النوع الاجتماعي، العمر، البرنامج الدراسي ، أسم

الجامعة) من وجهة نظر طلبة الصحافة والإعلام في الجامعات الأردنية (الشرق الأوسط،

وجامعة البترا)؟

مصطلحات الدراسة:

اشتملت هذه الدراسة على بعض المصطلحات منها:

1- الدور: عرف اصطلاحاً بأنه مجموعة من المسؤوليات والأنشطة والصلاحيات الممنوحة

لشخص أو فريق ويمكن ان يكون لهما أدواراً متعددة (معجم الوسيط ، 2004 ص 333).

أما ناصر (1993) عرف الدور بأنه السلوك المتوقع من الفرد، إذ أنه نموذج السلوك تعطيه

مكانة الفرد في المجتمع.

2- ويقصد به إجراءات لأغراض هذه الدراسة بأنه وظيفة قناة رؤيا وبرامجها العامة في مجال طرح

موضوعات وقضايا تهتم بالشباب الجامعي الاردني من خلال استطلاع رأي عينة منهم من

طلبة الاعلام.

3- القضايا: عرفت " القضية " اصطلاحاً حسب معجم الوسيط (2004) بأنها قول مكون من

موضوع ومحمول يحتمل الصدق والكذب لذاته ، ويصح أن يكون موضوعاً للبرهنة، والجمع

: قضايا.

- ويقصد بها إجراءات لأغراض هذه الدراسة بأنها الأحداث والمواقف التي تعرض على قناة رؤيا

الفضائية والتي تحدث داخل المجتمع وتتضمن خلل أو أزمة بحاجة إلى معالجة من أجل

الوصول إلى هدف معين، وسيتم معرفتها من خلال تصميم فقرات الاستبانة.

4- الشباب: في اللغة بمعنى الفتى والحداثه ويقال شب الغلام يشب شباباً وشبواً، والشباب جمع

شاب وكذلك شبان وشبيبة وشباب الشيء أوله يقال: لقيت فلاناً في شباب النهار أي أوله

(مصطفى وآخرون، 2010، ص472) . ويقصد بالشباب اصطلاحاً: هو من أدراك سن

البلوغ إلى سن الطفولة والشباب هو الحداثه ، والشباب إلى الشيء له (الوسيط 2004 ،

ص 470).

حدود الدراسة

تقتصر هذه الدراسة على الحدود التالية:

1- الحدود الجغرافية : تم إجراء هذه الدراسة في جامعات المملكة الأردنية الهاشمية من خلال

توزيع استبانته خاصة على مجتمع الدراسة وهم طلاب الصحافة والاعلام في الجامعات

الأردنية .

2- الحدود الزمانية : تم إجراء هذه الدراسة خلال الأشهر تشرين الأول 2018-لغاية تشرين

الثاني 2018 .

3- الحدود التطبيقية : تتمثل الحدود التطبيقية في إجراء دراسة مسحية لتقييم البرامج الشبابية

التي تعرض على قناة رؤيا الفضائية ، وذلك باختيار مقصود من طلاب الصحافة والاعلام

في الجامعات الأردنية.

الفصل الثاني

الإطار النظري والدراسات السابقة

أولاً : الاطار النظري :

وسائل الاتصال الجماهيري وفاعليتها في التأثير :

أفرز التطور الهائل لتقنيات الإعلام ظاهرة التحول الحضاري، بحيث يترك العصر الصناعي ومجتمع الاستهلاك تدريجياً مكانهما لما يسمى: "مجتمع الاتصال". ولقد أثار هذا التدفق الإعلامي والثقافي القادم من الولايات المتحدة الأمريكية قلعة عالمية، باعتبار الظاهرة الإعلامية من أخطر الظواهر تهديداً للأمن الثقافي، والأيديولوجي، والوحدة والهوية داخل الإقليم الوطني للدول العربية (البيب، 1994، ص: 41-42).

الإعلام ليس مجرد إعطاء معلومات ومعارف وإنما المقصود هو عملية تغيير اتجاهات وتحريك الجماعات في اتجاه محدد لتحقيق أهداف محددة، حيث أن وسائل الإعلام توضح صورة المستقبل، بصورة قادرة على دفع الإنسان لعمل ما يجب أن يعمل، ويؤكد علماء النفس والاجتماع بأن الإعلام بوسائله المتعددة هو أهم وأكثر وسائل التأثير على عقول وأفكار الشباب، وبذلك فإنه الوسيلة الأولى والأهم التي تشكل اتجاهات الشباب نحو المواقف والمواضيع الحياة اليومية التي تعيشها وتواجهها المجتمعات المحلية والعالمية على حد سواء، وكما أصبح الإعلام يستخدم في التنظيم وبناء اجتماعي متكامل من أجل مصلحة الشباب والمجتمع ككل في شتى مجالات الحياة المعاصرة سواء في الجوانب الاجتماعية، أو النفسية، أو السياسية، أو الاقتصادية وعلى كافة المستويات المتصلة بها (الابشيهي، 2009، ص: 669 - 672).

ومع التطور الهائلة التي شهدتها العالم منذ أواخر القرن الحالي حتى الآن، وخاصة في مجال الاتصال وتكنولوجيا المعلوماتية أصبح العالم قرية صغيرة لا يمكن فصلها إعلاميا، فقد أصبحنا نعيش في عصر الأقمار الصناعية وما تنقله من أخبار ومعلومات وأفكار، وما أحدثه الإعلام من تقارب معرفي وثقافي أتاح اطلاع الشباب على أحداث العالم فور حدوثها، مما زاد تأثير الإعلام وقدرته ووسائله على السيطرة على الشباب والمجتمعات ككل (Sulltivan, 2001).

و تمر عملية التأثير الإعلامي بعدة مراحل لخصها الدليمي (2012، ص: 52-54) فيما يلي:

- 1- التوقع: إن دورة وسائل الاعلام في ملاحقة الفرد أينما كان، وبغض النظر عن محتوى عقله الباطن فجده على استعداد وبدرجات متفاوتة لاستقبال هذه الرسائل، فنجد مثلا في حالة الترويج الدعائي لمنج يستخدم وسائل سمعية بصرية متعددة، يلجأ المعلن إلى تحضير المستقبل ذهنيا وعاطفيا باستعمال المقدمات والألحان المميزة، فهذه المنبهات تعمل على شد انتباه الجمهور وتهيئة توقعاته. ومن هنا يتضح أن كل معلومة تنقلها وسائل الاعلام تتكيف عند استقبالها من منطلق أنها تبدأ بحالة شعورية وتوقعية معينة.
- 2- الانتباه: بعد التوقع يأتي دور الانتباه وهو المرحلة الثانية، حيث يمكن اللجوء إلى عنصر الإثارة المتزايد كالألوان الصارخة، المؤثرات الموسيقية، ولكن كثرة استعمالها بطريقة غير متوازنة ربما يولد لدى الجمهور حساسية ضد هذا النوع من الإثارة فيحجم عن الاستجابة وأحيانا يمكنك أن تشد الانتباه بأن تكون هادئا.

- 3- المشاركة: إن شد الانتباه ليس مجرد الانبهار أو الاندهاش لأنه لحظي ووقتي ولكن هناك شيء آخر يتجسد بالمشاركة، ففائدة الجمهور كمستهلك ليست في انبهاره بل في السيطرة عليه وإجباره على الفعل والمشاركة.

- 4- تجميع المعلومات: وهي في المرحلة الرابعة حيث يصل إلى مرحلة تجميع المعلومات عن الموضوع، فيأتي دور العقل فيبدأ بالاستجابة بشكل مثير فتتضخم بعض المعلومات ذات الصلة بالموضوع يستمدّها العقل من مستودع ذاكرته، وتبرز وتخرج إلى حيز الاهتمام.
- 5- تكوين الآراء: عندما ينشط العقل لا يتوقف فقط عند استقبال المعلومات وجمعها بل يأخذ في استنباط الأفكار وتكوين الآراء حول هذا الموضوع.
- 6- الاستعداد للاستجابة أو للأداء الفعل: عند تكوين الأفكار يبدأ الاستعداد للاستجابة أو لأداء الفعل وتحقيق الأثر المطلوب، والدوافع التي تدفعها وسائل الاعلام تتطلب التعبير عنها بطريق الفعل.

مجالات تأثير وسائل الإعلام

وسائل الإعلام وإمداد الفرد بالمعلومات

تتركز عملية استقبال المعلومات في عدد من الأعضاء والأجهزة في دماغ الفرد، وهي الممثلة لأعضاء الاستقبال الحسي ومهمتها الأساسية استقبال المعلومات وإعادة إرسالها في صورة متطورة إلى أجهزة التحليل والتعامل، والفرد منذ ولادته وهو يستقبل المعلومات ويخزنها بمساعدة حواسه، وبعد عدة تجارب وجد أن الفرد يحصل على معلوماته بنسب مئوية مختلفة فعن طريق البصر 75%، والسمع 13%، والتذوق 3%، والشم 3%، وعلى الرغم من سعة ذاكرة الفرد في تخزين المعلومات، إلا أن حجم دماغه صغير مقارنة بكميات المعلومات التي يتلقاها. هذا وقد بينت العديد من الدراسات أن التعرض لوسائل الاعلام يزيد معلومات الفرد بصفة عامة ولدى الشباب بصفة خاصة، والفرد لا يبقى سلبيا أمام وسائل الاعلام بل يأخذ منها ويتأثر بها إذا كان ما يتعلمه مأخوذ منها، ولعل من اهم العوامل المساعدة لذلك هو جذب الانتباه، كما أنها تقرب الأماكن البعيدة كما تجذب ميل

المشاهدين عامة والشباب خاصة باعتبار أن تصديق المرئيات أكثر من اللفظيات (الجوهري وآخرون، 1992، ص: 289).

دور وسائل الاعلام في خلق موضوعات وآراء جديدة

يرى عدد كبير من المختصين بأن وسائل الاعلام تستطيع خلق موضوعات وآراء جديدة، فالمشاهد ليس مهياً لرفض وجهة النظر التي يسمعا حول الموضوعات الجديدة عليه، وهذا بالرغم من قدره الفرد على اختيار الموضوعات التي يحتاجها لكن ذلك لا يلغي تأثير وسائل الاعلام عليه. وقد دلت الدراسات على أن الأفراد قد تولد لديهم آراء واتجاهات عن مواضيع جديدة عليهم، فمثلاً يبدلون آرائهم ووجهات نظرهم حول مواضيع وقضايا لم يسبق لهم معرفتها

دور وسائل الاعلام في تغيير وتدعيم الاتجاهات

كما هو معروف فإن الاعلام يحدث التغيير والتحول بقدر ما يحدث من التدعيم والمحافظة، ففوة وسائل الاعلام وتأثيرها ينظر إليها من خلال القوى والعوامل الوسيطة والتي تحد من تأثيرها وتجعلها عاملاً مساعداً ومسانداً في التأثير وليست السبب الوحيد له، وهناك عوامل وسيطة تعمل على المحافظة وتدعيم اتجاهات معينة منها: الاستعدادات السابقة والعمليات الانتقائية والتي تعمل على اختيار وتحديد المادة الإعلامية وكذلك الجماعات التي ينتمي إليها الفرد والتي تعمل على تثبيت اتجاهات دون أخرى. في حين أن الدراسات الإعلامية تؤكد من جهة أخرى أن هناك تحول في الاتجاهات والرؤى نتيجة للتعرض لوسائل الاعلام حيث يرون أنها وسيلة لنشر التغيير، وتمكين شعوب الدول النامية بتعلم طرق جديدة للتفكير والسلوك. وبذلك وسائل الاعلام تستطيع أن توسع افاق الفرد وتركيز الانتباه والاهتمام ورفع مستوى التطلعات (ولبر شرام، 1970، ص: 125).

دور وسائل الاعلام في زيادة الشعور بالانتماء إلى منطقة أو أمة أو دولة

تساهم وسائل الاعلام في تعريف الأفراد بعضهم ببعض، وتمكنهم من التعارف والتعاون ضمن جماعات ومنظمات يشتركون فيها، وذلك بغض النظر عن أسرهم وعائلاتهم أو روابطهم العرقية، حيث تساهم وسائل الاعلام بشكل كبير في تحطيم العزلة التقليدية في مختلف المجتمعات. فالدول التي يتكلم مواطنوها لغة محددة بإمكانها استعمال وسائل الاعلام بمختلف أنواعها وأشكالها بشكل أكثر فعالية في غرس الشعور بالانتماء القومي

يرتبط عادة النشاط الإعلامي بجملة من الشروط الاجتماعية، والثقافية، والسياسية، والاقتصادية، والتي تصبغه بنوع وتوجهات الفكر الذي يعبر ويخدم مصالح المجتمع ككل، ومن ثم يصبح بديهيا القول بأن المؤسسة الإعلامية تعمل ضمن الإطار العام المرسوم لها، ووفق الأهداف المحددة التي تسعى إلى تحقيقها، وفي ذات الوقت فإن الخطاب الإعلامي للمؤسسة الإعلامية يتأثر بالمجتمع الذي ينتمي إليه، وبما يحمله هذا المجتمع من قيم، وعادات، وأفكار، واتجاهات، وتسهم جميعها في تحديد شكل ومضمون الخطاب الإعلامي عبر وصوله إلى جماهيره من أبناء مجتمعه (حنوش، 1995، ص: 46 - 49).

وفي واقع الأمر، يعيش الشباب العربي في أزمة ما يسمى بالتغيير، حيث يواجه الشباب العديد من الظواهر السلبية التي تتصل بالمحيط الاجتماعي والذي يسوده جملة من التناقضات الثقافية، والقيم الرديئة، والفقر، والفوضى الاقتصادية، والتسلط، والانحراف بكل أشكاله وصوره وأنواعه، في عصر تتزاحم فيه وسائل الإعلام وشبكات الإنترنت على بث أكبر قدر ممكن من المعلومات المختلفة في ظل سياسة الانفتاح وعصر العولمة، وبالتالي أصبح الشباب أكثر عرضة للتيارات المتلاطمة والأفكار المتناقضة والمعلومات المتجددة التي أصابت قدرتهم على تحديد خياراتهم

واحتياجاتهم وألويات مجتمعهم، مما جعلهم يستمدون منها سلوكهم، ونمط تفكيرهم، وأسلوب حياتهم بحيث أصبح التقليد والمحاكاة لمظاهر الحياة الغربية نمطا اجتماعيا مقبولا وسائدا في حياتهم اليومية (البياتي، 2001، ص: 113-116).

كما أن وسائل الإعلام المختلفة ظلت عاجزة حتى هذه اللحظة عن بلورة خطاب إعلامي للشباب، ينطلق من بلورة رؤى ومفاهيم جديدة للدور الهام الذي يلعبه الشباب في المجتمعات العربية، بل إن تلك الوسائل تقوم بعرض كما هائلا من المعلومات والبرامج التي تعكس في مجموعها توجهها يختلف عن الحاجات الاجتماعية والثقافية والتنموية للمجتمعات العربية، وخاصة فئة الشباب فهي تعكس ثقافة استهلاكية عادية وتروج لمفاهيم مختلفة عن واقع الشباب وقضاياها، مما يؤدي إلي زيادة الفجوة والهوة بين الشباب ومجتمعه (مطر، 2003، ص: 151-152).

وعلى الرغم من أن البحوث النفسية والاجتماعية والإعلامية لم تقدم إجابات شافية عن كيفية تأثير وسائل الإعلام على الشباب، لكن الثابت أن لوسائل الإعلام تأثيرا وربما يكون (المثير) الأقوى من بين (المثيرات) التي يتعرض لها الشباب، حيث تمارس وسائل الإعلام تأثيراً مباشراً وغير مباشر في الشباب من خلال تأثيرها في المثيرات الأخرى التي تمارس تأثيرها فيهم، وعلى الرغم من محاولة التفريق بين دور وسائل الإعلام وتأثيراتها في الأفراد والجماعات، لكننا نرى أن التأثير يرتبط ارتباطا وثيقاً بالدور، فلا يمكن أن يحدث التأثير من دون دور فاعل تمارسه هذه الوسائل، ولعل المشكلة في دراسة تأثيرات الإعلام تكمن في أن المضامين توجه لقطاع عريض من الأفراد، أقل منهم يفهمونه، وعدد أقل ممن يفهمون يقتنعون بما يقدم، وعدد أقل ممن يقتنعون يرغبون فيما يقدم (الرغبة محدد أساسي من محددات الإنتاجية) وعدد أقل ممن يرغبون به يتخذون سلوكا ويمارسوه، فمن الأسس التي ترتكز عليها نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام كلما زاد اعتماد الأفراد على وسائل الإعلام

في استقاء المعلومات زادت التأثيرات المعرفية والوجدانية والسلوكية لتلك الوسائل على هؤلاء الأفراد
(Barran, 1995, p. 184 & Davis)

ان أداة الاعلام خطيرة، وأثرها لا يكاد يخفى ولا ينكر، ولذا لم تكن وليدة عصر من العصور، بل استخدمت تقريبا منذ كان الإنسان، باختلاف في الوسائل فقط لا في أصل الاستخدام.. وإذا تساءلنا عن دور الإعلام في المجتمع، وما يستطيع أن يسهم به الإعلام في بناء المجتمع وتطويره، فإن الإجابة أكبر وأوسع من أن تحتويها عبارة محددة؛ ذلك لأن المجتمع - كل مجتمع إنساني - يقوم أساساً على الاتصال بين أفرادهِ وجماعاتهِ، وكل اتصال بين البشر يحمل في ثناياه ضرباً أو ضروباً من الإعلام. وهذا التعطش الفطري المتجدد لدى البشر - إلى المعرفة والتعارف - هو ما أكسب التجمعات البشرية منذ القدم صفة "المجتمعات" وخصائصها، وهو أيضاً ما حدا بالإنسان في كل العصور إلى تطوير وسائل الاتصال بغيره - من قريب وبعيد حتى تطورت تلك الوسائل إلى ما نشهد الآن في العصر الحديث من وسائل الإعلام المتقدمة. ولا شك أن الإعلام في العصر الحديث - أصبح يمثل قوة كبرى لها خطرُها وأثرُها في بناء وتطوير المجتمعات البشرية المختلفة.

ويستطيع الإعلام أن يسهم به في تطوير المجتمع بشتى فئاتهِ وقطاعاتهِ، وحل مشكلاتهِ، ومن ذلك وصل المواطن بكل ما يعنيه في المجالات التي تتصل باهتماماتهِ المختلفة ونقل الخبرات وتنمية المهارات في مختلف مجالات النشاط الإنساني معاونة قطاعات الخدمات المختلفة في تأدية رسالتها والإسهام في حل مشكلات المجتمع بإلقاء الضوء عليها، والتوعية بها، واقتراح أفضل الحلول لمعالجتها ورفع مستوى الثقافة وتطوير الفكر العام للمجتمع وتكوين الرأي العام المستنير إزاء قضايا المجتمع الداخلية والخارجية من خلال توفير المعلومات الصحيحة والكافية وعرض مختلف الآراء الواعية الصادقة.

وهكذا نرى أنه لا يمكن فصل الإعلام عن أي من جوانب الحياة اليومية في المجتمع، ذلك أن الإعلام يحمل على عاتقه مهمة نقل وتطوير "الإرث الحضاري" والإرث الاجتماعي من جيل إلى جيل، وهي مهمة دائبة يومية، بل إنها تكاد تكون مهمة "الخطبة".

ففي كل لحظة تتسابق وكالات الأنباء إلى الحصول على كل خبر جديد من أقصى الأرض إلى أقصاها، وينكبّ عليه الخبراء المختصون بالدرس والتحليل ثم تطيره وسائل الإعلام إلى جماهير الناس كتابةً وإذاعةً وصورة.

ومجمل القول أن الإعلام - بالنسبة للمجتمع الإنساني المعاصر - أشبه ما يكون بجامعة كبرى مفتوحة لها مناهجها اليومية المتجددة والمتغيرة مع الظروف والأحداث، والمتطورة بتطور الحاجات والاهتمامات، والمتسعة باتساع الوعي العام والنشاط العام للمجتمع.

كما أن الإعلام يمثل ساحة كبرى، يلتقي فيها أبناء المجتمع الواحد على اختلاف فئاتهم ومشاربهم.. يلتقون على الخبر الواحد والحدث الواحد، ويتعارفون على صعيد واحد رغم اختلاف اهتماماتهم وثقافتاتهم، لكنهم رغم ذلك يتعارفون على الاهتمامات الأساسية والمشاركة بينهم، والتي تعنيهم كأبناء مجتمع واحد، ثم يتشعّبون - كلّ إلى ما يهّمه ويعنيه في تلك المأدبة اليومية المتجددة. وأيضًا فإن الإعلام يمثل مرآة المجتمع الكبرى، والتي يتطلع فيها الجميع ليرى بعضهم بعضًا، يتطلع فيها المواطن ليرى ويسمع الآخرين في مسيرة الحياة اليومية للمجتمع.

وهكذا يتضح لنا أن دور الإعلام في أي مجتمع بشري - دور عظيم وخطير، وهو في المجتمعات المعاصرة أشد أهمية وأكبر خطرًا، حيث تتعدد الاهتمامات وتتناقض الميول وتختلف

الاتجاهات، وحيث يقوم الإعلام بهمة البناء ومهمة الحماية والوقاية والتصدي للغزو الفكري الخارجي في آن واحد.

ولا شك أن الإعلام إذا استكمل مقوماته ووسائله الصحيحة وأحسن استخدامه وتوجيهه في مجتمع ما، كان قوة دافعة كبرى للبناء والتطور والنهوض بالمجتمع.

وعلى الجانب الآخر فإن الإعلام الذي يفشل في أداء دوره وتحقيق رسالته في المجتمع لا يقف أثره عند حد الفشل الذاتي، وإنما يتعدى ذلك إلى إحداث آثار سيئة في المجتمع - أدناها الشعور بالإحباط النفسي في الوجدان العام للمجتمع - وهو ما يدفع أفراد المجتمع إلى الإعراض وعدم التجاوب واللامبالاة - ثم البحث والتطلع إلى مصادر إعلامية بديلة. ونستطيع أن نميز في هذه الحالة بين نوعين من الإعلام:

الأول: الإعلام المتحير: وهو الإعلام الذي لا يعتمد على الحقائق المجردة ويجنح إلى الدعاية لمذهب سياسي أو خط معين عن طريق التلفيق والتزوير، ومثل هذا الإعلام سرعان ما يفقد ثقة الجماهير، وحتى إذا تضمن بعض الحقائق فإن الجماهير تنظر إليها بعين الريبة والشك والحذر.

الثاني: الإعلام القاصر: وهو إعلام يعتمد على الحقائق المجردة، ولكنه يفشل في تحقيق التأثير المطلوب بتلك الحقائق لدى الجمهور. وغالبًا ما يرجع ذلك إلى خطأ الأسلوب الإعلامي المستخدم.

وليس من شك في أن الخطورة الكبرى للإعلام لا تكون بقدر ما تكون الأثر السيئ والبالغ السوء حين يتخذ الإعلام وجهة غير بناءة، أو وجهة متجردة من المثل والقيم العليا. وهو ما نشهده في بعض المجتمعات الرأسمالية الغربية من تقويض البنيان الاجتماعي وتغشي الميل العدواني إلى

الجريمة، وقد كان ذلك نتيجة مباشرة للإعلام المتحرر من القيم الخلقية وتعاليم الأديان السماوية، والذي لا يحده قيد في اندفاعه نحو تحقيق الكسب المادي في سباق الرأسمالية الطاحن المسعور.

وغاية القول أن الإعلام سلاح ذو حدين: فإذا أُحسن استخدامه وتوجيهه كان ركيزة تطور يجد فيه أفراد المجتمع ينبوع المعارف ومصدر التوجيه والإرشاد والتوعية فيما يعن لهم من مشكلات، يجدون فيه العون على تربية أبنائهم وإسعاد أسرهم وتحقيق انتمائهم إلى مجتمعاتهم.

أما إذا اتخذ الإعلام تلك الوجهة التي تعتمد على الإثارة المجردة التي نشهدها في بعض المجتمعات الغربية فلا شك أنه يمثل أداة تخريب وانهلال، بالرغم من تطوره وتقدمه وفعاليته

التلفزيون والمجتمعات المعاصرة

يعد التلفاز من أكثر وسائل الإعلام أهمية في عصرنا الحالي، نظرا لقدرته على التأثير والتأثير في شرائح المجتمع، وذلك من خلال مثيراته المشوقة والجذابة والتي تشد المتلقي من المشاهدين وتحفزه على المتابعة لفترات طويلة دون ملل.

ومن المعروف نفسيا وتربويا أن تعدد المثيرات التي تشترك فيها أكثر من حاسة فعالة عند الإنسان تؤدي إلى شد الانتباه إليه والانجذاب نحوها، وبالتالي الحصول على التأثيرات والفائدة بصورة أسرع وأقوى وأكبر وأدوم سواء أكان سلبا أو إيجابا. وفي ذات السياق يعد التلفزيون من أهم وأبرز المصادر الرئيسية التي يلجأ إليها المتلقي للحصول على معلوماته، فهو لم يعد أداة لنقل المعلومات فقط، بل أصبح أداة لتوجيه الأفراد والجماعات و تقويم مواقفهم الاجتماعية و الفكرية ، كما ان دور التلفزيون لا ينحصر فقط في توعية و تثقيف الافراد ، بل تعداه الى أكثر من ذلك ، حيث يهدف الى ترسيخ أفكار وقيم قد تكون بعيدة عن الثقافات المحلية.

ومن المعلوم أن البدايات الأولى لظهور واختراع التلفزيون في أوروبا ثم انتقلت هذه التكنولوجيا إلى دول العالم الأخرى. فقد أدى اختراع الطباعة وتطورها في القرن الخامس عشر الميلادي على يد يوحنا غوتنبيرغ إلى جعل الصحافة المطبوعة وسيلة رئيسية من وسائل الاتصال في جميع المجتمعات، ومن ثم تفتحت آفاق جديدة لوسائل الاتصال لم تكن معروفة في العصور السابقة مثل اختراع الراديو حيث اخترق البث الإذاعي الحدود الإقليمية وصار بالإمكان الاستماع إلى إذاعات العالم .

ويعد التلفزيون من أهم وسائل الاتصال أهمية إذ يتميز بخصائص فريدة منها قدرته على الإبهار وجذب الانتباه وشدة التأثير فهو يجمع بين مزايا الإذاعة الصوتية - الراديو - من حيث الصوت ومزايا السينما من حيث الصور ومزايا المسرح من حيث الحركة التي تضيف الحيوية على المشاهد التي يعرضها التلفزيون (الانصاري، 2003، ص: 266). ويمتاز التلفزيون أيضا بالقدرة الفائقة والسريعة على نقل الصور المتحركة للمشاهد أي أنه يجمع بين الخصائص الصحفية والخصائص المرئية والسمعية والبصرية كما أنه أحال الكلمات المتدفقة من الراديو إلى مشاهد حية متتابعة.

ويعرفه الطائي (2007، ص: 86) "بأنه أداة اتصال شاملة لها دور إقناعي مهم وأساسي في كل ناحية من نواحي الحياة المعاصرة سواء اجتماعية، أم سياسية، أو اقتصادية". وهناك من عرفة على أنه: "جامع بين إمكانيات الصحيفة والراديو في وقت واحد، بالإضافة أنه أحال الصور الثابتة في الصحيفة إلى صورة متحركة وضمتها إلى أحاديث وحوارات لا حدود لها، كما أنه أحال الكلمات المتدفقة من الراديو إلى مشاهد حية متتابعة" (راغب، 1999، ص: 46). كما يمكن تعريفه

أيضا "بأنه طريقة استقبال وإرسال الصورة المرئية المتحركة والصوت المصاحب لها عن طريق موجات كهرومغناطيسية (الحلواني، 2005، ص: 267).

وتتكون كلمة تلفزيون (Television) من مقطعين الأول (Tele) وتعني عن بعد، والثاني (vision) تعني الرؤية أي إن كلمة تلفزيون تعني الرؤية عن بعد، وقد ساعدت تطور تقنيات الصناعة الإلكترونية على تحسين إنتاج أجهزة التلفزيون، في السنوات التي أعقبت الحرب العالمية الثانية بالإضافة إلى الانتعاش الاقتصادي، مما جعل هناك رغبة ملحة في الإقبال على اقتناء هذا الجهاز من قبل الأفراد، لاسيما بعد أن أصبح مجال التغطية للبث التلفزيوني يشمل جميع أنحاء العالم (الراوي، 1993، ص: 5).

أما في منتصف السبعينيات حدث تطور جديد، أضفى ميزة جديدة أخرى على التلفزيون حيث تم ابتكار نظام أجهزة الاستقبال الملون وفي هذا المجال ساهمت اليابان في زيادة حجم التنافس مع الشركات الأوروبية والأمريكية مما أسفر عنه إنتاج أجهزة استقبال ملونة ذات جودة عالية وبأثمان متواضعة للجميع ولعل من أهم التعريفات التي تناولت شخصية التلفزيون كنظام إرسال معقد، تلك المحاور التي ناقشها البروفيسور جون كورن الأستاذ في جامعة ليفر بول في بريطانيا والمتخصص في مادة جماليات التلفزيون، حيث تناول فيها تعريف التلفزيون من خلال ثلاثة محاور وهي (كورن، 1999، ص: 263).

- التلفزيون وسيلة اتصال إلكترونية: حيث أنه ينتج صور وأصول إلكترونية سواء كانت مسجلة أم حية، وبعد زمن يجري بثها وبالتالي فإن الأساس الإلكتروني لأنظمة التلفزيون يعد أحد الجوانب الأساسية للتلفزيون.

- التلفزيون وسيلة اتصال بصرية: فمقدرته على إنتاج صور متحركة مسجلة أو حية مباشرة تعد أهم السمات التعريفية له كوسيلة، فالتلفزيون لديه القدرة على إعطاء المشاهد مفهوم (انظر بنفسك) ويعد ذلك من دائم الثقة بين التلفزيون و جماهيره.

- التلفزيون وسيلة اتصال منزلية وجماهيرية: حيث إن الطبيعة الجماهيرية للبث التلفزيوني أحد المعالم المهمة المميزة للتلفزيون، وهذه الطبيعة ذات تأثير مهم على طبيعة الجهاز، وعلى الأساليب المتميزة التي يفكر بها التلفزيون.

ومنذ الأيام الأولى لظهور التلفزيون في العالم لأول مرة تميز هذا الجهاز بقدرته العجيبة على جذب انتباه الجمهور وجذبهم الى سحره الفريد فقد كان الناس يرون فيه الجهاز الترفيهي الكامل الذي يجمع بين مزايا الراديو ومتعة الأفلام السينمائية ، ومع ذلك ما لبث ان حدث تطور في وظيفة التلفزيون في عقد الستينات من كونه اداة تسلية وترفيه الى تحوله الى وسيلة تعليمية ايضا .

ويعتبر التلفزيون من بين الوسائل الأكثر أهمية عند الأفراد، وتكمن أهميته في عدة مجالات نذكر منها ، مثلا ، المجالات الاجتماعية والاقتصادية: فحسب ما أشار إليه "فريدريك هاردسون" في دراسته لمشكلة القوة البشرية حيث أشار إلى أن تقدم الأمم يعتمد أولا وقبل كل شيء على تقدم شعبها، ويتم ذلك عن طريق بناء الأفراد أو بناء رأس المال البشري وتحسين الصحة العقلية والجسمانية لأفرادها، بالإضافة إلى أن التلفزيون يصنع حبل التواصل والتعارف بين الشعوب والمجتمعات، فالفرد الحالي أصبح يتعرف على عادات وتقاليد شعوب أخرى تبعده مسافات على عكس الماضي الذي كان يكتفي بعاداته وتقاليده فقط. أما أهمية التلفزيون في المجالات السياسية، فقد استخدم على نطاق واسع في الدعاية السياسية للمجتمعات والحرب الإعلامية النفسية، وهو ما شوهد في السنوات القليلة الماضية من الأحداث التاريخية والسياسية الذي شاهده جميع دول العالم كان ذا تأثير وطابع سياسي

ونفسي على دول المنطقة والعالم ككل. وللتلفزيون خاصية الجمع بين الكلمة المسموعة والصورة المرئية وهذا من شأنه أن يزيد من قوة تأثيره على الأفراد، والزيادة من فوائده في التنقيف لاعتماده على وسيلتين هامتين من وسائل التنقيف، لأن له القدرة على نقل الصورة المتحركة إلى أعداد كبيرة من الأفراد في مختلف أماكن وذلك بواسطة التقنيات الحديثة مثل الأقمار الصناعية.

وفيما يتعلق بخاصية التقنية المتطورة حيث تساعد على مواجهة المشكلات التعليمية والتربوية، فهو وسيط جيد لمساعدة الطلاب على اكتساب مهارات علمية وإبداعية، وذلك لما يعرضه من تجارب علمية، وتعليم اللغة بالجمع بين صوت الكلمة وصوت حروفها الملفوظة، كذلك الدراسات التاريخية الجغرافية لأنه يوضح الأحداث التاريخية بوسائله المختلفة، كذلك تقديم نماذج واقعية للبيئات الجغرافية المختلفة (الدسوقي، 2004، ص: 119 - 121).

إن للتلفزيون تأثير مهم وإيجابي على مهارات التعامل في المجتمع ، إذ يعتبر التلفزيون من أهم وسائل الاتصال الحديثة، حيث إنه يقوم بتنمية مهارات التعامل بين أفراد المجتمع وله تأثيرات كبيرة على العلاقات الإنسانية ومثال ذلك تأثيره على العلاقة بين الفرد والجماعة وهي عن طريق متابعة الفرد على أحدث الأخبار سواء كانت محلية أو عالمية عن طريق التلفزيون والتي تتيح له الفرصة في إدارة أعماله أو اتصالاته الشخصية، وهذا أيضا من أهم مميزات التلفزيون فهو يعد بمثابة مرآة إلى العالم الخارجي وما يجري في العالم من أحداث تهم الفرد العربي والمسلم، ويعتبر التلفزيون وسيلة إعلامية تربوية، وذلك بسبب أنه يعرض تجارب علمية، وهو وسيلة ناجحة في الدراسات التاريخية والجغرافية، والتلفزيون في هذا الجانب العلمي التربوي قادر على متابعة التغيرات والأحداث الطارئة، والتلفزيون في هذا الدور يساعد المجتمعات على فهم ظاهرة الانفجار السكاني وما يصاحبها من مشكلات ولكي يكون التلفزيون وسيلة إعلامية تربوية هامة في هذا المجال.

ويمكن تحديد أهمية التلفزيون في المجتمعات العربية في ظل تبادل الثقافات وعصر

التكنولوجية ما يلي (نجم ، 2008 ، ص: 203) :

- تعميق ونشر الثقافة العربية خصوصا بين الأجيال الشابة.
- تعزيز التواصل الفكري والثقافي بين المشرق العربي ومغربه.
- نقل الصوت العربي المثقف إلى خارج حدود الدول العربية.
- إتاحة الفرصة الواسعة والكاملة للناتج الثقافي العربي.
- السعي لتطوير قدرات المثقف العربي فكريا ولغويا ومعرفيا.
- إتاحة الفرصة للمثقف العربي للاستفادة من الفرص المتاحة له بواسطة شبكات المعلومات العالمية المتخصصة.
- إتاحة المنابر الفكرية والثقافية من خلال تخصيص مساحات زمنية أوسع للثقافة.

وتكمن أهمية التلفزيون أيضا في كونه أداة للتطور الحضاري والثقافي في المجتمع فهو ظاهرة اجتماعية تؤثر وتتأثر بالأطر الثقافية والاجتماعية والمعرفية، ويكمن الأساس الوظيفي للتلفزيون في التأثير الاجتماعي والتثقيف والترفيه الواعي، وتسلط ضوء الرأي العام للمشكلات المختلفة داخل المجتمعات، هذا إلى جانب أيضا دور التعويض النفسي الواعي، وتأكيد القيم والمفاهيم الاجتماعية، كما يعد التلفزيون من أهم وسائل الاتصال في العصر الحديث نظرا لخصائصه التقنية التي تميزه عن باقي الوسائل .

اما بخصوص الآثار الإيجابية للتلفزيون فقد ساهم التلفاز في الحصول على المعلومات المفيدة حول بعض جوانب المعرفة، حيث مكن الأفراد من التعرف على العالم الخارجي دون عناء السفر، كما ساهم في تطوير التبادل الثقافي والعلمي وإتاحة فرص غير محدودة للتعرف على الثقافات

والحضارات العالمية ومما ساعد على تحقيق المزيد من الاحتكاك الثقافي والحضاري والانفتاح، بإضافة الى مساهمه التلفزيون في تعدد الفضائيات على الانفتاح على الثقافات والحضارات ومواكبة الأحداث (البدوي، 2006، ص: 56).

أما عن الآثار السلبية للتلفزيون فيعتبر الكثير من ذوي الاختصاص أن التلفزيون سلاح ذو حدين، إذا ما أحسن استغلاله ساهم في تحقيق الأهداف الاجتماعية والفكرية والثقافية، وأما إذا أسئ استعماله انقلب سلبا على الأفراد والجماعات والأهداف، أما عن سلبياته على المستوى الاجتماعي فلقد أثبتت الدراسات أن الإعلام ولاسيما التلفزيون أحد الأسباب المؤدية إلى التأخر في سن الزواج وانتشار ظاهرة الطلاق، وأما من الناحية الاقتصادية فلقد ساهم التلفزيون في ترسيخ ثقافة استهلاك السلع غير الضرورية والترويج للمنتجات الأجنبية على حساب المنتج المحلي والوطني، أما عن المستوى السلوكي والأخلاقي وحتى عن مستوى الروح الوطنية سجل عدد من التغيرات السلبية على سلوك الأفراد والجماعات يمكن حصرها فيما يلي

(البدوي، 2006، ص: 56-78):

* تفشي اللامبالاة بالمصلحة العامة.

* انتشار سبل الفساد بأشكالها المختلفة الأخلاقي والاجتماعي والاقتصادي والسياسي.

* المحاباة والرشوة والمحسوبية.

* عدم المشاركة بفعالية والالتكالية في قضايا المجتمع المختلفة.

* التحرر من المعايير الدينية والأخلاقية وتقليد المجتمعات الغربية.

* تفشي الاستهلاك المنزف والغير ضروري.

وللتلفزيون وظائف عديدة للأفراد والمجتمعات وتتمثل هذه الوظائف فيما يلي:

1- الإرشاد والتوجيه:

ترتبط عملية الإرشاد والتوجيه بتكوين اتجاهات الأفراد وفي نفس الوقت تتطلب تكوين الاتجاهات الفكرية المرغوبة عند مجتمع الشباب لتنسيق بين المسؤولين في التلفزيون والحكومة والمجتمع بمؤسساته المختلفة، خاصة إذا كان المجتمع يمر بمرحلة إصلاح أو تغيير واسع النطاق، وللتلفزيون دور هام في إكساب الشباب اتجاهات جديدة، أو تعديل وتغيير اتجاهاته القديمة بما يتلاءم مع طبيعة المجتمع والتي تسمى بالاتجاهات المرغوبة، ويتوقف ذلك على حسن اختيار المادة الإعلامية.

2- النقاش والحوار:

يساهم التلفزيون في تبادل المعلومات والآراء والأفكار في مختلف جوانب الحياة الفكرية، والسياسية، والاقتصادية والترفيهية، وذلك من خلال الحوار البناء والمناقشة وتوضيح وجهات النظر، مما يخلق لدى الشباب زيادة في القدرة المعرفية وتطور الوعي الاجتماعي في المجتمع، إضافة إلى مساهمته على توحيد الأفكار والمشاركة في الوقت نفسه وزيادة النقاهاهم الكامل، ويساعد على التعرف والاطلاع على ظروف الأحوال المعيشية.

3- الوظيفة الترفيهية:

تحتل قدرا كبيرا من برامج التلفزيون اليوم، ويطلق عليها البعض بوظائف التسلية، الإقناع وتتمثل في الطرائف وتشمل الإعلانات، والأغاني والمسرحيات وتختلف هذه الوظيفة باختلاف الزمان ومستوى التحضر.

4- الوظيفة الثقافية:

وهي مرتبطة بنشر المعرفة وتكوين شخصية الشباب وتنمية الأذواق وتهذيبها، وتنمية الطاقات البشرية، ونشر الوعي الاجتماعي والصحي والسياسي والاقتصادي وغيره.

5- الوظيفة الإعلامية:

والتي تشمل البيانات والصور والأنباء والتعليقات وبثها بعد معالجتها ووضعها في الإطار الملائم لها، وتمكين معها مشاهد الخبر من اتخاذ القرار السليم، إضافة إلى الدور المهم من الدعاية التجارية والأغراض التي تمكن من وراء هذه الدعاية سواء بالنسبة للسلعة المعلن عنها أو بالنسبة للمستهلك.

6- الوظيفة الخدماتية:

وتشمل في النشرات الجوية ومعرفة أحوال الطقس، والاستشارة القانونية والطبية والتعرف على العادات والتقاليد من مجتمع لآخر وغيرها.

7- الوظيفة التربوية:

حيث يتمثل في الاتساع في برامجه وخاصة برامج التوجيه والتربية.

ويمكن استخلاص الخصائص التالية للتلفزيون بصفته وسيلة اتصال جماهيرية:

1- اعتماد التلفزيون على اللون والحركة والصوت يجعله يتميز بخاصية معايشة الواقع.

2- يتسم التلفزيون بالحياد أحيانا في نقل الواقع باعتبار الصورة مرآة حقيقية للواقع.

3- استخدام التلفزيون لأنواع اللقطات المختلفة والمحددة يجعل المعنى أقرب إلى المشاهد وتجعله في المعنى المطلوب توصيله إليه.

4- التميز والتخصص وتتمثل بظهور قنوات متخصصة في مضامين مختلفة مثل الأخبار والمرأة والإعلانات والأسرة والشباب والأطفال مما يجذب جمهور أكبر لهذه الوسيلة.

5- الاعتماد على حاستي البصر والسمع لأنه يعتمد على الصورة والصوت وهو ما يؤثر على المشاهدين حيث أن ارتباط الصورة والصوت يثيران مشاعر الأفراد.

6- يعد التلفزيون وسيلة مهمة لعرض الإعلانات، مما يكسبه خاصية إعلامية تساعد على نجاحه، وإقبال الناس على مشاهدته.

7- تتطلب مشاهدة التلفزيون التفرغ الكامل لمتابعة برامجه والتركيز الكلي على عكس الراديو الذي لا يشترط التركيز.

8- يعتبر التلفزيون وسيلة من السهل الوصول إليها، حيث تصل الصورة والصوت إلى المشاهدين دون جهد أو عناء من حيث المتابعة في النظر والتحليل للمشهد الصامت أو صعوبة في الوصول إلى برامجه.

9- يمتاز التلفزيون بسهولة وصوله إلى أي مكان، مما تسهل على الأفراد جهد الانتقال والذهاب إلى مكان آخر، مما ييسر عليهم الجهد والوقت والتنقل.

10- كما اكتسب التلفزيون ميزة صدق المحتوى لاعتماده على الصورة ويعطي إحساساً بالألفة والمصادقية والواقعية .

11- يعتبر التلفزيون من وسائل الاتصال ذات الجماهيرية القوية حيث يغطي جميع أنحاء العالم.

12- يلاحق التلفزيون الفرد في معظم فترات يومه وهذا يرجع لكثرة الفضائيات التي يمتلكها، كما له القدرة على تلبية رغبات واحتياجات الجمهور من خلال تقديم مضامين مختلفة ومتنوعة لكل.

13- الاستحواذ حيث أن التلفزيون وفر جهد ومال المشاهد الذي كان يسعى للخروج إلى السينما والمسرح.

مميزات التلفزيون:

يتميز التلفزيون بعدد من المميزات منها:

- 1- التغطية الواسعة حيث أن رسالته تصل إلى ملايين المشاهدين بالصوت والصورة وفي نفس الوقت، على الرغم من التباين الشديد بين المشاهدين من حيث المكان الجغرافي وأماكن التجمع، إلا أنه يصل إلى كافة الفئات.
- 2- قدرته على ملاحقة الأحداث ونقلها وسرعة تطورها على الهواء مباشرة لحظة وقوعها بالصوت والصورة والحركة معا، كالندوات العلمية والمؤتمرات، والحروب وما يحدث فيها.
- 3- يتميز أيضا بإعطاء المادة الحية بعرضه للفكرة الواحدة عن طريق الصوت والصورة والحركة ومن زوايا مختلفة مما يحدث أكبر أثر في نفوس المشاهدين.
- 4- يعد وسيلة اقتصادية مما جعله يجذب أنظار العالم كله رغم تنوع أساليب العرض فيه، كما بإمكانه تقديم الأفكار جاهزة للمشاهد وبصورة مستمرة.
- 5- المساهمة في التخلص من مساوئ وعيوب القراءة باعتماده على الصوت و الصورة سواء بالنسبة للأطفال أو حتى الشباب

6- يجمع بين الكلمة المسموعة والصورة المرئية مما يزيد من قوة تأثيره ومدى فائدته التثقيفية

لإعتماده على وسيلتين من وسائل التثقيف التي تستخدم في وقت واحد.

7- أصبح يسيطر على جميع ميادين الاتصال المختلفة بشكل يتزايد يوما بعد يوم، وهذا بسبب

مميزاته التي يقدمها للأفراد

التلفزيون والشباب :

إن التلفزيون بمثابة الصديق الوفي للإنسان الذي يصاحبه في كل مكان ويبعث له الراحة

النفسية خاصة بعد قضاءه يوم شاق فالتلفزيون ينزع عنه الغمامة، وللتلفزيون أهداف يصبو إلى

تحقيقها من خلال بثه للبرامج ومن بين هذه الأهداف ما يلي :

1- يهدف التلفزيون إلى تنمية قدرة الشباب على الحوار والنقد والبناء .

2- يسعى لإكساب الشباب حب الوطن والإخلاص له.

3- تشمل برامج التلفزيون فلسفة المجتمع وقيمه وكيفية تنميتها لدى الشباب.

4- تشجع البرامج التلفزيونية الشباب في مراحل العمر المختلفة على الاهتمام بالقراءة والمطالعة

(حجاب،

5- يساهم في التقارب الاجتماعي الذي أصبح واسعاً بشكل ملحوظ، لأنه اثبت واقعه في التواصل

الاجتماعي بين الأمم والشعوب في شتى أنحاء العالم على الرغم من بعد المسافات واختلاف

الثقافات.

6- قدرة التلفزيون في وجود لغة اجتماعية مشتركة بين الشباب جميعاً مثل لغة الحوار

الاجتماعي.

7- يهدف التلفزيون إلى تبصير الشباب بالقواعد الصحية السليمة حتى يتقيدوا بها والقواعد الصحية الغير سليمة التي يبتعدون عنها، كذلك تعليمهم عادات صحية سليمة كزيارة المرضى والمستشفيات، وزيارة الأطباء والاستماع إلى نصائحهم والانخراط بالأعمال التطوعية .

نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام

تستند هذه الدراسة على نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام وسبب اختياري لهذه النظرية كونها تعد نظرية تجمع بين العناصر الرئيسة لنموذج الاستخدامات والإشباعات من جانب ونظريات التأثير التقليدية من جانب آخر فهي تعد أعمق في التناول والأبعاد من نموذج الاستخدامات والإشباعات الذي يركز على أين يذهب الجمهور لإشباع احتياجاته في حين تركز نظرية الاعتماد على لما يذهب الجمهور إلى وسيلة معينة لإشباع حاجاته فهي تسعى إلى التفسير على المدى البعيد والطويل سواء على مستوى الفرد أو الجماعة أو الأنظمة وتبرز دور العلاقات التكاملية بين هذه الأطراف مع بعضها البعض .

وترى نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام إن التأثير يعتمد على العلاقات المتداخلة بين الوسائل والجمهور والمجتمع فرغبة الفرد في الحصول على المعلومة هي المتغير الرئيسي الذي يفسر التأثيرات النفسية والمعرفية لوسائل الإعلام كما أن الاعتماد على الوسائل يشتد ويقوى عندما يرى الفرد أن أهدافه تتحقق من خلال المعلومات التي يحصل عليها (يوسف، 2006، ص: 51).

ومن أبرز التحولات الهامة في بحوث التأثير المحاولة التي قام بها كلاً من ملفين لـ د.يفليير وساندرا بول روكتش في وضع ملامح لبناء نظريات الإعلام وتقديم نظرة متكاملة وشاملة لدور هذه النظريات والوسائل في إطار ما يسمى "بالنظريات المتكاملة" وقد عُرفت هذه النظرية باسم الاعتماد على وسائل الإعلام.

كما إن ظهور مفهوم نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام كان ضمن التأثير غير المباشر لوسائل الإعلام، حيث أن تأثيراته مرت بدراسات ومراحل اختلفت في النتائج الخاصة بالتأثير، ولكي نعرف تأثير وسائل الإعلام على الأفراد و الجماعات فأن هناك جانبين لدراسة الإعلام الجماهيري و هما المدخل أو الجانب التأثيري والمدخل أو الجانب الوظيفي وسوف نتحدث عنهما حتى نصل إلى السبب في ظهور نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام، أما النظريات التي تفترض التأثيرات الفورية والعامة لوسائل الإعلام تعتمد على ثلاث صور هي البناء الوظيفي والخلاف والمنظورات التطورية (الاجتماعية) وتستخدم هذه الصور لدراسة نظم اجتماعية واسعة النطاق من أجل تقييم عمليات اجتماعية عامة مثل التغيير والاستقرار والصراع، حيث أن فكرة البناء والتنظيم لمجتمع ما كمصدر لاستقراره تقوم على أساس أن كل فئة من المشاركين في هيكل اجتماعي تقوم بإنجاز الأنشطة التي تساهم في تحقيق النسق الاجتماعي العام وفكرة البناء تشير إلى الطريقة التي تنظم بها الأنشطة المتكررة في المجتمع ويعتبر سلوك الأسرة والنشاط السياسي والنشاط الاقتصادي والعقيدة وغيرها من أشكال الأنشطة المجتمعية عالية التنظيم، ومصطلح الوظيفية أو الدور يشير إلى مساهمة نشاط معين من الأنشطة المتكررة في الحفاظ على توازن واستقرار المجتمع وتعتبر وسائل الإعلام من الأنشطة المتماثلة والمتكررة في النظام الاجتماعي للمجتمع الذي تعمل فيه والعملية البنائية بين وسائل الإعلام والأنظمة الاجتماعية الأخرى، لا تؤثر فقط في الحياة اليومية لمجتمعنا بل تؤثر أيضا في الطريقة التي يستخدم بها الأفراد لوسائل الإعلام في حياتهم اليومية وتساهم في تحقيق عملية التوازن الاجتماعي لهذا المجتمع (ديفلير وروكيتش ، 2002، ص: 65- 66).

كما ويشير المنظور التطوري أن المجتمع كالكائن العضوي حيث أن الاستقرار والتوازن ليس هي الصورة الدائمة داخل المجتمعات وذلك بسبب أن المجتمعات تشهد تطورا وتغيرا بفضل القوانين

الثابتة لمجال التطور الاجتماعي والتي تقود بها المجتمع إلى الأفضل حيث أن نمو الإعلام يعتبر عملية تطورية سواء أكان تكنولوجيا أو اجتماعيا، وذلك بفضل الأفراد الذين يبحثون دائما عن الوسائل الأكثر فعالية لتحقيق الأهداف الهامة للفرد والمجتمع على حد سواء.

أما عن نموذج الصراع الاجتماعي فهو يقوم على أساس أن وسائل الإعلام هي مشروعات تنافسية تكرر جُل جهودها لتحقيق الأرباح ولتحقيق المصلحة وسط قيود تفرضها القيم والأخلاق والقوانين داخل المجتمع والهيكل التنظيمي الخاصة لكل مشروع إعلامي.

ويقع هذا العرض ضمن التحليل الوظيفي حيث يركز على ظاهرة معينة تحدث في المجتمع وبعد ذلك يسعى التحليل الوظيفي بأن يظهر كيف أن لهذه الظاهرة نتائج تساهم في استقرار ودوام النظام ككل ويحدث هذا ضمن نظام إعلامي وذلك عندما تُقدم وسائل الإعلام "مضمونا ما" تصبح هذه الظاهرة المتكررة التي يحتاج إلى تحليل وبعد تركيز الاهتمام على المادة التي تتكرر علينا نبداً عندها بتعريف أو تحديد حدود النظام الاجتماعي في الإطار الذي تحدث فيه الظاهرة وذلك حتى نصبح قادرين أن نضع فروضا استقرائية عن الظاهرة التي تقدمها تلك المادة مع الإبقاء على النظام في حالة توازن، والجدير بالذكر أن الجمهور هو العنصر الأساسي الأول لوسائل الإعلام كنظام اجتماعي.

ومن ناحية أخرى فإن المستوى الصغير من التحليلات اهتم بدراسة وحدات محددة ويقصد به في العلوم الاجتماعية الفرد، وذلك لأن النظريات النفسية اهتمت بتأثير وسائل الإعلام على المستوى الصغير مع التركيز على بعض من المتغيرات العمليات التي تؤثر على الأفراد، ويتضح هذا في النموذج الإدراكي والذي يقوم على أساس أن وسائل الإعلام تقدم رسائلها إلى الجماهير ولكنها تفسر بشكل انتقائي، وأساس هذه الانتقائية يرجع إلى الاختلافات في طبيعة الإدراك بين

الأفراد، والاختلاف في الإدراك يرجع إلى أن كل فرد له تنظيم متميز من القيم والمعتقدات و الاتجاهات والحاجات وما إلى ذلك، ولأن الإدراك انتقائي فإن الاستجابة والتذكر أيضا انتقائية فلذلك تأثيرات وسائل الإعلام ليست مباشرة ولا متماثلة ولا قوية وهذه التأثيرات محدودة وانتقائية وذلك بسبب الاختلافات النفسية للأفراد (إسماعيل، 2003، ص: 248).

أما عن النظريات النفسية المهمة بتأثير وسائل الإعلام على الأفراد، فإنها تركز على النتائج المباشرة للتعرض القصير الأجل لمحتويات وسائل الإعلام وبرز ما يميز هذا النهج أو الأسلوب هو أنه يسمح للباحثين بالتركيز على المتغيرات الأكثر بساطة وأن يمارسوا سيطرة أكثر وأن يكونوا محددين للغاية ، أي أن أغلب الدراسات التي تناولت تأثير وسائل الإعلام استخدمت التجارب التي تخضع للسيطرة وذلك لتحديد العوامل التي تحدد فعالية وسائل الإعلام بعد أن يتعرض المتلقي لها لكن هذا النوع من الدراسات يعطى في كثير من الأحيان قدر كبير من النتائج أو التأثيرات المبالغ فيها، وقد اهتمت البحوث بالتأثيرات القصيرة الأمد، وبالموضوعات البسيطة وبالمتغيرات التي تطرأ على المشاعر والمعتقدات أكثر من اهتمامها بالسلوك الناتج عن التعرض لوسائل الإعلام.

كما نجد أن مفهوم الاعتماد على وسائل الإعلام قد ظهر في السبعينيات من القرن الماضي وذلك على يد كلا من "ملفين ل . ديفلير وساندرا بول روكيتش"، ليسدوا الثغرات التي خلفها نموذج الاستخدامات والاشباع والذي أهمل تأثير وسائل الإعلام وركز على المتلقي فقط وأسباب استعماله لوسائل الإعلام، حيث اقترحا علاقة الاندماج بين الجمهور ووسائل الإعلام و النظام الاجتماعي وهذه كانت البداية الأولى لهذه النظرية، كما يرى باحثوا هذه النظرية أن هناك اعتمادا متبادلا بين الإعلام الجماهيري والنظام الاجتماعي والجمهور، حيث لاحظت "ساندرا بول روكيتش" أن شمولية

نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام ودقتها تجعلها إحدى النظريات الإعلامية المتكاملة التي تساعد على فهم تأثيرات الإعلام واستخداماته، وتعد هذه النظرية من النظريات المتكاملة وذلك بسبب:

- لأنها تتضمن بعض العناصر من علم الاجتماع وبعض المفاهيم من علم النفس.
- لأنها تفسر العلاقة السببية بين الأنظمة المختلفة في المجتمع مما يؤدي إلى تكامل هذه الأنظمة مع بعضها.
- لأنها تعتبر من النظريات البنائية التي تقوم على أساس أن المجتمع مركب من تركيب عضوي تتعدد فيه الأنظمة (صغيرة وكبيرة) وتتربط وتتفاعل سوية ومن بينها وسائل الإعلام التي ترتبط بالأفراد والجماعات والنظم الاجتماعية الأخرى بعلاقة تبادلية.
- لأنها جمعت هذه النظرية بين العناصر الرئيسية لنموذج الاستخدامات والاشباع من جانب ونظريات التأثير التقليدية من جانب آخر، حيث أنها أعمق في التناول والأبعاد من نموذج الاستخدامات والاشباع الذي يركز فقط على أين يذهب الجمهور لإشباع احتياجاته؟ بينما تركز نظرية الاعتماد على لماذا يذهب الجمهور إلى وسيلة معينة لإشباع احتياجاته؟ .
- إذن فهي نظرية تسعى إلى التفسير على المدى الطويل سواء على المستوى الفردي أو الجماعي أو الأنظمة وتبرز دور العلاقات التكاملية بين هذه الأطراف مع بعضها البعض.
- ومن الأهداف الرئيسية لنظرية الاعتماد على وسائل الإعلام هو تفسير لماذا يكون لوسائل الإعلام الجماهيري أحيانا تأثيرات مباشرة وقوية وأحيانا أخرى تكون لها تأثيرات غير مباشرة وضعيفة.
- وتوصف نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام بأنها نظرية بيئية، أي أنها تنظر إلى المجتمع باعتباره تركيباً عضوياً، وهي تبحث في كيفية ارتباط أجزاء من النظم الاجتماعية "صغيرة وكبيرة"

حيث يرتبط كل منها بالآخر ثم تحاول تفسير سلوك الأجزاء التي تتعلق بهذه العلاقات (مكاوي والسيد، 2003، 237-239).

بمعنى آخر أن هذه النظرية تعتمد على فكرة استخدامنا لوسائل الإعلام لا يتم بمعزل عن تأثيرات النظام الاجتماعي الذي نعيش فيه أو بداخله نحن ووسائل الإعلام والطريقة التي تُستخدم بها وسائل الإعلام ونتفاعل بها مع تلك الوسائل تتأثر وتُأثر بما نتعلمه من المجتمع كما يشمل هذا أيضا ما تعلمناه من وسائل الإعلام كما إننا نتأثر كذلك بما سيحدث في اللحظة التي نتعامل فيها مع وسائل الإعلام، أي أن نظام وسائل الإعلام يفترض أن يكون جزء من هذا النسيج الاجتماعي للمجتمع الحديث وذلك له نظام وعلاقة بالأفراد والجماعات والمنظمات والنظم الاجتماعية الأخرى، وهذه العلاقة قد تتسم فيما بينها بالصراع أو التعاون وقد تكون متحركة متغيرة أو ساكنة ثابتة أو قد تكون مباشرة قوية أو ضعيفة وغير مباشرة .

ويمكننا القول إن العلاقة الرئيسية التي يقوم عليها نظرية الاعتماد هي علاقة تبعية وقد تكون هذه العلاقة مع نظام وسائل الإعلام بشكل إجمالي أو مع مكوناته مثل التلفزيون أو الإذاعة أو الصحافة، وتقوم علاقة الاعتماد على وسائل الإعلام على المصادر من جهة والأهداف من جهة أخرى حيث يرتبط مدى تحقيق الأفراد والجماعات والمنظمات لأهدافهم بالتعرض لمصادر المعلومات في ظل الوسيلة كما يرتبط مدى تحقيق نظام وسيلة الإعلام لأهدافه بالمصادر التي يتحكم فيها الأفراد والجماعات والمنظمات على التوالي.

كما تسيطر وسائل الإعلام على ثلاث أنواع من مصادر المعلومات وهي:

1- جمع المعلومات

2- تنسيق المعلومات بمعنى تنقيح المعلومات التي تم جمعها بالزيادة أو النقصان لكي تخرج

بصورة مناسبة.

3- نشر المعلومات أو القدرة على توزيعها إلى الجمهور

وهناك أهداف تقوم بتوجيه الأفراد ولتحقيق هذه الأهداف يقوم الأفراد بالاعتماد على وسائل

الإعلام كمصدر لتحقيق الأهداف التالية:

• الفهم: كمعرفة الذات من خلال التعلم والحصول على الخبرات والفهم الاجتماعي من خلال معرفة

أشياء عن العالم أو الجماعة المحلية والدولية وتفسيرها.

• التوجيه: ويقصد به توجيه الفرد على كيفية التعامل مع المواقف الصعبة أو الجديدة.

• التسلية: وتشتمل على التسلية المنعزلة كالاسترخاء والراحة والاستثارة والتسلية الاجتماعية

كالذهاب إلى السينما أو الاستماع إلى الموسيقى أو مشاهدة التلفزيون.

وبذلك فإن نموذج اعتماد الأفراد على وسائل الإعلام يقوم على نقطتين رئيسيتين وهما:

- النقطة الأولى: هناك أهداف يسعى الفرد إلى تحقيقها وذلك من خلال المعلومات التي توفرها

المصادر المختلفة سواء أكانت الأهداف شخصية أو اجتماعية.

- النقطة الثانية: اعتبار نظام وسائل الإعلام نظام معلوماتية ويتحكم في مصادر تحقيق

الأهداف الخاصة بالأفراد.

كما تتضح عملية اعتماد الأفراد على وسائل الإعلام من خلال النماذج الآتية:

أولاً: يقوم جمهور المتلقي بانتقاء محتوى معين من وسائل الإعلام لذا هو يتسم بالنشاط، ويتوقع عائد من هذا التعرض سواء أكان لتوجيه أو فهم أو تسلية، وهذا التوقع يعتمد على تجارب وخبرات سابقة للفرد أو تحدث مع الأصدقاء وزملاء العمل أو إشارات وتلميحات يحصل عليها من مصادر وسائل الإعلام، ويمكن أن يحدث هذا دون خيار أو انتقاء بمعنى يحدث هذا نتيجة التعرض بالصدفة.

ثانياً: الأفراد من المتلقين الذين يتعرضون لمحتوى معين من وسائل الإعلام اختياريًا يختلفون في كيفية ومدى اعتمادهم على وسائل الإعلام، بمعنى ذلك أنه ليس بنفس القدر من الاعتماد على وسائل الإعلام يحتاج المتلقي ويختلف مقدار اعتماد الأفراد على وسائل الإعلام وفقاً للأهداف الشخصية و التوقعات وأوساطهم الشخصية والاجتماعية وذلك فيما يتعلق بالفائدة أو العائد المحتمل نتيجة لتعرض الفرد لمحتوى وسائل الإعلام، وأيضاً سهولة الوصول إلى ذلك المحتوى، وتعتبر البيئة الغامضة أو المهددة متغير قوي يدفع الأفراد إلى الاعتماد على وسائل الإعلام للوصول إلى مصادر معلومات لحل هذا الغموض.

ثالثاً: يقوم الأفراد من المتلقين الذين أثيروا عاطفياً وإدراكياً بالاشتراك في النسق الدقيق للمعلومات بعد التعرض لوسائل الإعلام وهذا انعكاس للمشاركة النشيطة في تنسيق المعلومات من قبل الجمهور.

رابعاً: يشارك الأفراد من المتلقين الذين يشاركون في تنسيق المعلومات يتأثروا عادةً بمحتوى وسائل الإعلام بشكل أكثر كما وتتحصر مجالات التأثير فيما يلي (عبد الحميد، 2010، ص:

- 1- التأثيرات المعرفية: يشير مفهوم التأثيرات المعرفية إلى كافة التأثيرات العقلية ومنها:
 - إزالة الغموض من خلال معلومات واضحة وكافية.
 - وضع أجندة للجمهور والتي هي عبارة عن التفاعل بين الاهتمامات الخاصة الناتجة عن اختلافات فردية وموقف الفرد داخل النظام الاجتماعي.
 - تكوين المعتقدات والقيم التي يحققها الأفراد في حياتهم وكذلك الأنماط السلوكية.
 - زيادة المعتقدات عند الأفراد واتساعها لمعرفة المزيد من المعرفة عن الآخرين .
- 2- التأثير الوجداني: ويشير مفهوم التأثير الوجداني إلى مشاعر الحب والكراهية ويظهر هذا التأثير عندما تقوم وسائل الإعلام بتقديم معلومات تؤثر على مشاعر الأفراد من المتلقين واستجاباتهم وتظهر هذه الآثار على شكل فتور عاطفي أو خوف وقلق وحزن أو الشعور بالاغتراب.
- 3- التأثير السلوكي: حيث تنحصر في سلوكين أساسيين هما التنشيط والخمول أي الحركة أو الفعل المنعكس في السلوك العلني والتأثير السلوكي ناتج عن التأثير الوجداني والمعرفي بمعنى هو المنتج النهائي للآثار المعرفية والوجدانية عند الفرد وترتبط نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام بنظرية ترتيب الأولويات حيث أن هناك علاقة بين الطريقة التي تعرض بها وسائل الإعلام الإخبارية للموضوعات وبين ترتيب أهمية هذه الموضوعات كما يراها المتابعون للأخبار، وتتضح هنا قوة وسائل الإعلام وذلك من خلال دورها المؤثر في تحريك اهتمامات جمهور المتلقين بالموضوعات والقضايا لتتفق في ترتيبها مع الترتيب الذي تضعه وسائل الإعلام لأهمية هذه الموضوعات والقضايا.

وهذه العلاقة تقوم على أساس أن نموذج ترتيب الأولويات يقوم على ترتيب الأولويات الشخصية للجمهور تجاه بعض الموضوعات وتساعد نظرية الاعتماد على تفسير هذه الأولويات، فالجمهور يعتمدون عادة على وسائل الإعلام في اختيارهم للموضوعات التي تقدمها بشكل يتوافق إلى حد كبير مع احتياجاتهم وخصائصهم الشخصية.

كما ترتبط نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام بنظرية الفجوة المعرفية حيث تقوم نظرية فجوة المعرفة على أساس أن تدفق المعلومات من وسائل الإعلام داخل النظام الاجتماعي يؤدي إلى جعل فئات الجمهور ذوي المستوى الاجتماعي والاقتصادي المرتفع يكتسبون هذه المعلومات بمعدلات أسرع من الفئات ذوي المستوى الاجتماعي والاقتصادي المنخفض وبالتالي تتجه فجوة المعرفة بين فئات الجمهور المختلفة إلى الزيادة بدلا من النقصان، كما وتساهم نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام بفهم النظرية فالأفراد الأكثر اعتمادا على وسائل الإعلام يحصلون على معلومات أكثر من غيرهم .

ويأتي ارتباط نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام بمدخل الاستخدامات والاشباع حيث أن الاستخدامات والاشباع تقرر كيف تكون العوامل الخاصة بحالة الفرد وميوله بخلق توقعات لإشباع حاجاته والتي تلبيها وسائل الإعلام، وذلك باللجوء إلى وسائل الإعلام والاعتماد عليها لتلبية حاجاته والتي هي وظائف وسائل الإعلام.

وعليه علينا أن نعترف كما أن للجمهور النشاط والعنيد وجود لا نستطيع أن ننكر تأثير وقوة وسائل الإعلام وهذا ناتج من وجود جمهور سريع التأثير بوسائل الإعلام واختلاف الجمهور من حيث التأثير راجع إلى مرجعية أو خلفية هذا الجمهور من حيث محيطه وثقافته وتنشئته وتختلف التأثيرات

فهناك تأثيرات قوية وسريعة وهناك تأثيرات وهي الأغلب تأثيرات بعيدة الأمد وتراكمية (الحديدي، 2006، ص: 15).

وتعتبر نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام من النظريات المتكاملة والشاملة لأنها تقدم نظرة كلية للعلاقة بين الإعلام والرأي العام وتبتعد عن الأسئلة البسيطة الخاصة بما إذا كانت لوسائل الإعلام تأثير كبير على المجتمع، وتعتبر أهم إضافة لهذه النظرية هي أنها لا تقدم نماذج منفصلة من الأسباب والنتائج ولكنها نظرية تعكس الميل العلمي السائد في العلوم الاجتماعية الحديثة للنظر إلى الحياة كمنظومة اجتماعية مركبة من عدد من العناصر المتفاعلة، وهذا فقد وجهت لهذه النظرية انتقادات والتي ترى أن وظيفة وسائل الإعلام من خلال هذه النظرية هي مساندة أصحاب السلطة في المجتمع على فرض نفوذهم والعمل على دعم الوضع القائم .

وأيضاً ضخ استثمارات هائلة في صناعة الإعلام التي أصبحت تحقق أرباحاً طائلة، وكما تزايد دور الملكية الخاصة وتراجع دور الملكية العامة لوسائل الإعلام، وخضوع العمل الإعلامي للمنافسة التجارية مع غلبة المواد الإعلامية الاستهلاكية مما اضطر الكثير من المؤسسات الإعلامية العامة الدخول في المنافسة مع المؤسسات الخاصة حتى تحافظ على جماهيريتها وتأثيرها وهذا جعلها تتنازل نسبياً عن توجهاتها الثقافية رغبة في الوصول إلى الجماهيرية التي تؤهلها للمنافسة وهو الأمر الذي أفقدها الكثير من مبررات وجودها كملكية عامة .

ومع أن نظام الإعلام الغربية تقر بأنه من حق الفرد المعرفة مع الأخذ بالتعددية الإعلامية والملكية الفردية لوسائل الإعلام ورفض أية قيود تأتي من خارج هذه الوسائل إلا أن الممارسة العملية لهذه التجربة أثبتت أن هذه الحرية هي حرية متحيزة لصالح من يملكون الوسيلة الإعلامية وسيطر الطابع التجاري الاحتكاري عليها وفرض نوع من الرؤى المتشابهة للأحداث والقضايا والتي تتطابق

مع مصالح وسياسات الاحتكارات التجارية، وحتى الذين يدعون حرية الاختيار في بيئة متنوعة إعلاميا وثقافيا هم يرزحون تحت وهم و يتعزز هذا الوهم من خلال الميل الذي يعمد المسيطرون على الإعلام إلى المحافظة على استمراره وإلى الخلط بين وفرة الكم الإعلامي و بين التنوع وحقيقة الأمر أنه باستثناء قطاع صغير جدا من الجمهور يحسن الانتقاء وبالتالي يستطيع أن يستفيد من التدفق الإعلامي الهائل فإن معظم الجمهور محصورون داخل نطاق مرسوم من الإعلام لا اختيار فيه فتتويع الآراء فيما يتعلق بالأخبار الداخلية والخارجية أو بالنسبة لشؤون المجتمعات المحلية لا وجود لها في المادة الإعلامية وهو ما ينتج أساسا عنها التطابق الكامن للمصالح المادية والأيدولوجية وأصحاب الملكية.

وهذا ما جعل أصوات غير قليلة في المجتمعات الصناعية المتقدمة ترتفع مطالبة بالحد من تأثير الطابع التجاري والسوق على الإنتاج الإعلامي لما تشكله من أخطار الممارسة الديمقراطية ولضمان حق الجمهور في معرفة موضوعية وصحيحة ما تقدمه، وقدمت اقتراحات من بينها النظر في إمكان تغيير أنماط التمويل القائمة حاليا لوسائل الإعلام التجارية بهدف تعديل الدور النسبي لكل من حجم الإعلانات والحوافز المالية والدعم المالي والضرائب من أجل تأكيد الوظيفة الاجتماعية لوسائل الإعلام وتدعيم دورها في توفير المعلومات لأكبر عدد من جمهور المتلقين (أبو زيد، 2010، ص: 31).

تطبيق نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام على طرح قضايا تهم الشباب:

من المعلوم إن مفهوم الاتصال الإعلامي يتضمن كل العمليات التي يؤثر بمقتضاها الفرد على أخيه الفرد أو نقل المعلومات والأفكار والخبرات والتجارب والاتجاهات من فرد لآخر في سبيل المقدرة على التعامل مع البيئة وتسييرها أو بهدف التأثير أو الدعاية أو الإقناع أو الإيحاء، وعملية

الاتصال لا تنتهي بمجرد إن تصل الرسالة من المصدر إلى المتلقي فهناك عوامل وسيطة تجعل من هذه العملية التفاعلية لا تنحصر في مدى معرفه كل من المرسل والمتلقي بالموضوع أو الرسالة ولكن يتأثر كل منهما بما لديه من معتقدات وقيم وانتماءات اجتماعية وثقافية والتي تؤثر في صياغة الرسالة أو ردة فعل المتلقي تجاه ما يتلقاه هذا على المستوى البسيط من الاتصال أما على المستوى الكبير والمعقد من الاتصال فيقصد به الإعلام الجماهيري وهنا يجب أن نعترف أن أي نظام فاعليته ترتبط بنظام إعلامي كفاء وفعال وأي وسيلة إعلامية قدرتها على التأثير مرتبطة بمدى اتفاقها مع أيديولوجية النظام الاجتماعي وأيضا مع عوامل البيئة الاجتماعية والاقتصادية المحيطة في النظام الاجتماعي ككل وهنا يمكن الربط بينهما في طرح قضايا الشباب (المحنة، 2001، ص: 17). وبالنظر للمرحلة التي تمر بها الشباب فإن طبيعة المتغيرات والأحداث المتغيرة تجبر أو تدفع الأفراد للبحث عن المعلومات وليس بالغريب أن تكون وسائل الإعلام الجماهيري (التلفزيون) من المصادر التي نستقي منها معلوماتنا ومعارفنا حتى أن هناك 95% من بعض المجتمعات أقرروا أن معلوماتهم يحصلوا عليها من وسائل الإعلام ، وتعد أيضاً وسائل الإعلام إحدى عوامل التنشئة أو التنمية الاجتماعية والثقافية وهذا ينطبق على ما يمر به الشباب في مرحله نضجهم حيث نجد أن الكم الهائل من المعلومات التي يحصل عليها الشباب تأتي من خلال الوسائل الإعلامية وهي تصلهم مباشرة من خلال تعرضهم الاختياري لتلك الوسائل.

وحديثنا لا يتضمن فقط رغبة الشباب في الحصول على معلومات لمجرد الحصول عليها ولكن الهدف النهائي للحصول على المعلومات من جانب الشباب ونشرها من جانب وسائل الإعلام على نطاق واسع هو المساعدة في اتخاذ القرارات المناسبة في ظروف معينة أو وقت الأزمات أو الصراع تكون من ضمن وظائف وسائل الإعلام الوظيفة التثقيفية والتي تؤديها بكفاءة في كل

المجتمعات لأن جمهور الشباب أصبح شديد الاهتمام بما يجري حوله ومن المعلوم أن تلك البرامج تنطوي على كثير من التجارب والحقائق التي تؤثر على حياتنا اليومية وتبنى عليها القرارات التي يتعين علينا اتخاذها واختيارها، كما تساهم وسائل الإعلام في دعم الاختيارات الشخصية والتطلعات ودعم الأنشطة الخاصة بالشباب والتي تتجه نحو تحقيق الأهداف المتفق عليها أي بمعنى عمليات التشجيع والتحفيز المعنوي وذلك عن طريق خلق الدوافع وتعزيز الروح المعنوية ومكافأة السلوكيات ومن المفترض إن تقوم وسائل الإعلام بإمداد الشباب بالمعلومات عن الأوضاع والإحداث التي تهمهم، حيث أن أفكار و أيديولوجية ومشاريع الشباب وهويتهم غير معروفة فكانت حاجة الشباب للمعلومة، ومن ثم أصبح دافعا لهم للبحث عنها من مصادر سواء كانت مصادرها وسائل الإعلام (التلفزيون) أو المصادر الأخرى وهنا نذكر ما طرحناه سابقا من أن رغبة الفرد في الحصول على معلومات هي المتغير الرئيسي الذي يفسر التأثيرات النفسية والمعرفية لوسائل الإعلام كما أن الاعتماد على الوسائل يقوى عندما يرى الفرد أن أهدافه تتحقق من خلال المعلومات التي يحصل عليها .

هذا ويعمل التلفزيون على تكوين البناء المعرفي للفرد أثناء عملية تلقيه للمعلومات والذي بدوره يؤثر في البناء الوجداني سواء بالسلب أو الإيجاب، وعندما تسيطر الوسيلة (التلفزيون) على البناء المعرفي والوجداني تخلق نوع من الدافعية لسلوك ما، هذا السلوك هو تطبيق ما تم معرفته.

ويعد المكون المعرفي أهم متطلبات الشباب من هذه المرحلة العمرية ويقصد بالمكون المعرفي المعلومات التي يحصل عليها الفرد عن موضوع أو شخص ما عن طريق الإعلام وتمثل الرسائل الإعلامية وحدات البناء المعرفي لدى كل فرد وهي تختلف من فرد إلى آخر، والناس يتعرضون بشكل انتقائي إلى مختلف الرسائل الإعلامية وفقا لوجهة نظرهم وأراءهم واهتماماتهم واستعداداتهم السابقة، ويتجنب ما يعارضهم ويختلف معهم وينطبق هذا مع من ينتمون ويعتقدون هدف محدد وأيديولوجية

معينة وهؤلاء يختلفون في طرق تعرضهم أو تأثيرهم لوسائل الإعلام عن غيرهم من فئات المجتمع الأخرى.

ومن هنا كانت حاجة الشباب إلى المعلومة في ظل الغموض وسعي وسائل الإعلام إلى إعطاء المعلومة وبناء الجانب المعرفي الذي بدوره يؤثر في الجانب الوجداني لدى الشباب للتأثير على سلوكهم في ممارستهم الحياة اليومية.

قناة رؤيا الفضائية الأردنية

قناة رؤيا الفضائية الأردنية هي قناة أردنية خاصة، انطلقت ابتداء من 1 يناير 2011، وتملك جماهيرية شعبية لجميع شرائح المجتمع الأردني وتستقطب بشكل كبير فئة الشباب لما تبثه من مواضيع وقضايا متنوعة تجذب هذه الفئة، حيث تتميز بخبرة واسعة من خلال ملكيتها وإدارتها لقناة "صانعو القرار" التي تبث من مدينة دبي، كما تكمن الغاية من إطلاق هذه القناة التلفزيونية في إيجاد محطة تقوم على رؤية فضائية ذات شكل عصري ورقمي متطور يرقى بمضمون إعلامي عالي المهنية والجودة ويلبي اهتمامات واحتياجات وتطلعات المشاهد العربي بشكل عام والمشاهد الأردني بشكل خاص في الداخل والخارج، كما تقدم القناة مادة إعلامية شاملة ومتكاملة من البرامج الإخبارية والثقافية والترفيهية الشيقة والمنوعة بمهنية.

وتهدف قناة رؤيا إلى إحداث تغيير جذري في نظرة المشاهد الأردني والعربي إلى الإمكانيات المحلية والمساهمة في تكوين فكرة ايجابية لتغطية إعلامية محلية تمتاز بالدقة والحيادية وتقديم أحدث ما توصل إليه القطاع السمعي والبصري من تكنولوجيا حديثة ومتطورة، كما تعمل قناة رؤيا على نهج يوازن بين الانفتاح العالمي والالتزام بالهوية الأردنية العربية وما يرافقها من مبادئ وقيم تناسب العادات الأردنية، حيث أنها تُتيح منبرا للتواصل والتفاعل مع المشاهد بطرح أهم البرامج والمواضيع

الحياتية، لتخاطب جمهوراً أردنياً عربياً ومن مختلف الفئات العمرية والمستويات العلمية والمهنية، كما تعتمد قناة رؤيا في إنتاجها للبرامج المطروحة على أحدث المعدات حيث تستفيد القناة من مساحة إنتاجية داخلية تصل إلى 2500م وذلك لبث برامجها الصباحية والمسائية بطريقة حية والمباشرة وكذلك تسعى للتغطيات الميدانية والتسجيلات الحية، وقد تعاقدت قناة رؤيا مع شركات مرموقة من خبراء وفنيين من ذوي الخبرة والاختصاص ومن التجهيزات الفنية الرقمية العالية الجودة، بحيث بدأت قناة "رؤيا" من حيث انتهى الآخرون للخروج بمحطة أردنية ذات رؤية فضائية.

ثانياً: الدراسات السابقة

1- شقير (1999) "تأثير التعرض للدراما الأجنبية في التلفزيون على إدراك الشباب اللبناني

للوواقع الاجتماعي فيما يتصل بمفهوم العنف والإدمان"

هدفت الدراسة إلى معرفة تأثير الدراما الأجنبية على إدراك الشباب اللبناني لواقعهم الاجتماعي فيما يتصل بالعنف والإدمان كظواهر اجتماعية . استخدم البحث المنهج المسحي باستخدام دراسة المضمون لعينة من البرامج بلغت 125 ساعة من الدراما الأمريكية والبريطانية ولمكسيكية المذاعة في القنوات اللبنانية . بلغت عينة الدراسة (400) من الشباب اللبناني من كافة المحافظات . وخرجت الدراسة بنتائج منها أن الأفلام والمسلسلات الأجنبية تحتل المرتبة الأولى من حيث المواد التي يفضل الشباب مشاهدتها ووجد 62.5% من مفردات العينة أن الولايات المتحدة هي أكثر المجتمعات عنفاً، ووجد 40.5% أن المكسيك أقل المجتمعات عنفاً، وأن هناك علاقة بين حجم التعرض للتلفزيون وبين إدراك الشباب اللبناني للواقع الاجتماعي وذلك فيما يتصل بقضيتي العنف والإدمان.

2- دراسة الكحكي (2004) "انعكاس القنوات الفضائية الأجنبية على الهوية وأزمة القيم لدى

عينة من الشباب العربي في مرحلة المراهقة"

هدفت هذه الدراسة إلى معرفة أثر القنوات الفضائية الأجنبية وانعكاساتها على الهوية وأزمة القيم لدى الشباب العربي في مرحلة المراهقة ومدى تأثيرهم بها، استخدم الباحث المنهج الوصفي والاستبانة كأداة لجمع معلومات الدراسة، وقد أجرت الدراسة على عينة عمرية من (200) من الشباب ومن عدة جنسيات مختلفة في دولة قطر، وبينت نتائج الدراسة ارتفاع معدلات تعرض الشباب في التسلية والترفيه وتمضية وقت الفراغ والحكاية مع الأصدقاء ومسيرة الحياة العصرية، وفيما يتعلق بالهوية فقد ارتفع معدل تشتت الهوية بين عينة المراهقين على ما يقارب نصف العينة (49.5%)، واتضح وجود فروق بين مستويات كثافة مشاهدة الشباب العربي للقنوات الفضائية الأجنبية في درجات الهوية وأزمة القيم، حيث كان تشتت الهوية أعلى لدى كثيفي المشاهدة، كما اتضح أن تشتت الهوية وأزمة القيم أعلى لدى الذكور عن الإناث، وارتفع معدل تشتت الهوية بين الأعلى تعليم.

3- دراسة عبد الحليم (2006) "علاقة تعرض الشباب للصحافة المطبوعة والإلكترونية

باتجاهاتهم نحو ظاهرة الإرهاب: دراسة تحليلية ميدانية"

هدفت الدراسة إلى التعرف على خصائص وسمات فئة الشباب المتعرضة للمواقع الإلكترونية، فضلا عن التعرف عن دور الصحف المطبوعة والإلكترونية في توضيح المفهوم الصحيح لظاهرة الإرهاب، ومن ثم تغير اتجاهاتهم نحو الظاهرة نفسها، ودوافعهم نحو الأقبال على هذه الصحف والفوائد التي تعود عليهم من هذا التعرض، واستخدمت الدراسة مدخل الاعتماد على وسائل الإعلام، واستخدمت الدراسة منهج المسح الإعلامي، حيث تم تطبيق استمارتي الاستبيان وتحليل المضمون، أجريت الدراسة في مصر وعلى عينة بلغت (400) شاب، وتوصلت الدراسة إلى عدد من النتائج

من أهمها: أن البطالة والفقر والكبت السياسي تمثل البذور الأساسية لنمو ظاهرة الإرهاب، وأن لشبكة الأنترنت دور هام في إمداد الشباب بالمعلومات التي قد تساهم بشكل أو بآخر في تغيير اتجاهاتهم نحو ظاهرة الإرهاب سواء بالإيجاب أو بالسلب. وأكدت الدراسة على الدور الكبير الذي تلعبه مؤسسات المجتمع المدني في وقاية الشباب من خطر الانحراف.

4- دراسة سيل (Selah, 2007) " Impact of violence television shows and music video clip on adolescent"

"تأثير المضامين العنيفة الواردة في البرامج الحوارية والفيديو كليب على المراهقين"

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على تأثير المواد الإعلامية التي تتضمن مواد عنف في البرامج الحوارية والفيديو كليب على المراهقين، واعتمدت الدراسة على المنهج المسحي، وطبقت الدراسة على عينة بلغت (921) مراهقاً، وتوصلت الدراسة إلى وجود فروق بين المراهقين على أساس النوع والمستوى التعليمي والثقافي في تقبلهم للمضامين العنيفة واستعدادهم لمشاهدتها أكثر من مرة، حيث يفضل الذكور من ذوي المستوى التعليمي الأقل مشاهدة لهذه المضامين العنيفة بدرجة أكبر عن بقية المراهقين، أما متغير العمر فلم يكن من المتغيرات المؤثرة في هذه الدراسة.

5- دراسة باركين (Parkin, 2010)

Talking late night comedy seriously: How candidate appearance on late night television can engage viewers

"النظر بجدية الى البرامج الحوارية المسائية المتأخرة الترفيهية: كيف يمكن لظهور المرشح

في البرامج الحوارية التلفزيونية المسائية المتأخرة أن يجذب المشاهدين"

هدفت الدراسة للتعرف على اختبار كيفية تأثير ظهور مرشحي الانتخابات الرئاسية في البرامج الحوارية المسائية المتأخرة على معلومات المشاهدين عنهم وكيفية تقييمهم وتقديرهم للمرشحين

وكيف، يمكن أن تؤثر إلى حد كبير على المعرفة السياسية للمشاهد، وأجريت الدراسة على (250) فرد أمريكي، واعتمدت الدراسة على الأسلوب التجريبي بالتطبيق على إحدى حلقات برامج (Latterman David) وتوصلت الدراسة إلى أنه أسهمت هذه البرامج في زيادة المعرفة السياسية للمشاهدين كما اتضح أن البرامج المسائية هي المسئول الأول والأساسي عن اندماج المشاهدين واجتذابهم للشئون السياسية وتزيد من قبول القضايا التي يتم مناقشتها.

6- دراسة صلاح الدين (2010) "صورة البطل في الأفلام العربية بالقنوات الفضائية المتخصصة وعلاقته بالصورة الذهنية لدى الشباب "

هدفت الدراسة إلى التعرف على صورة البطل في الأفلام العربية، والصورة الذهنية المنعكسة على البطل لدى الشباب من خلال الواقع. واعتمدت هذه الدراسة على استمارة تحليل المضمون للأفلام على قناة روتانا سينما في الفترة من يناير 2010 حتى نهاية فبراير 2010، كما بلغت العينة على (400) شاب في المجتمع المصري، وتوصلت الدراسة إلى أن هناك إعجاباً شديداً من الشباب بأبطال الأفلام التي يشاهدونها، واتضح أن المواقف التي يمكن أن يتبناها الشباب في الحياة امتثالاً لما يفعله البطل.

7- رضوان (2011) " اعتماد الجمهور المصري على وسائل الإعلام التقليدية والحديثة كمصدر للمعلومات أثناء ثورة 25 يناير "

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على كثافة استخدام الجمهور لوسائل الإعلام التقليدية والحديثة، أثناء أحداث ثورة 25 يناير 2011، والعوامل المؤثرة في اعتماد الجمهور على هذه الوسائل، ومدى تحقق التأثيرات المعرفية والوجدانية والسلوكية بالاعتماد على هذه الوسائل، بلغ حجم العينة (300) من مستخدمي المواقع الإلكترونية الإخبارية في مصر، واستخدم منهج المسحي، وتوصلت

الدراسة إلى عدد من النتائج منها: أن القنوات التلفزيونية الإخبارية كالجزيرة والعربية جاءت في مقدمة الوسائل، تلتها الصحف الخاصة، تلتها المواقع الالكترونية الإخبارية. كما أكدت الدراسة أن العديد من التأثيرات المعرفية والوجدانية والسلوكية، قد تحققت نتيجة اعتماد الجمهور على وسائل الإعلام أثناء الثورة.

8- دراسة عبد النبي (2011) "اعتماد الشباب العراقي على وسائل الإعلام الجديدة في متابعة الأحداث الجارية في العراق"

هدف هذه الدراسة إلى التعرف على مدى اعتماد الشباب العراقي على وسائل الإعلام الجديدة كمصدر للمعلومات ومتابعة الأحداث الجارية في العراق، وتمثلت عينة الدراسة من (400) من الشباب بالمجتمع العراقي، واستخدم الباحث المنهج الوصفي والاستبانة كأداة لجمع معلومات الدراسة، وجاءت نتائج الدراسة أن احتلت الصحف والمجلات المرتبة الأولى من حيث معدلات المتابعة لدى الشباب العراقي وجاءت في المرتبة الثانية القنوات الفضائية ثم يليها شبكة الإنترنت ليحتل المرتبة الثالثة. كما بينت النتائج ازدياد استخدام الإنترنت أثناء اللزمات وعند تعذر الوصول إلى وسائل الإعلام الأخرى، كما تأتي المواقع الاجتماعية والإخبارية الأكثر مواقع استخداما لدى الشباب العراقي.

9- دراسة نجم والرواس (2011) "العلاقة بين تعرض الشباب العماني لوسائل الإعلام الجديدة ومستوى المعرفة السياسية"

هدفت الدراسة إلى رصد العلاقة بين وسائل الإعلام الجديدة والمعرفة السياسية لدى الشباب العماني من خلال التعرف على مظاهر اهتمام الطلاب بجامعة السلطان قابوس بالقضايا السياسية ودوافع تعرضهم لها عبر الإنترنت، والتعرف على علاقة الطلاب بالمدونات والمواقع الإلكترونية، وتمثلت عينة الدراسة من (400) من طلاب جامعة السلطان قابوس، واستخدم الباحثان الاستبانة

كأداة لجمع معلومات الدراسة، وجاءت أهم النتائج أن المواقع الإلكترونية لوسائل الإعلام التقليدية في المرتبة الأولى من حيث استخدام الشباب العماني تليها المواقع الإلكترونية الإخبارية. كما جاءت النسخ الإلكترونية للصحف المطبوعة في مقدمة أنواع الصحف الإلكترونية التي يستخدمها عينة الدراسة. كما أكدت عينة الدراسة أن المدونات الإلكترونية تعبر عن كل ألوان الطيف السياسي وتمكن الأفراد من التعبير عن آراءهم للأخريين دون عوائق وهي المنفذ للفئات المهمشة لحرية التعبير.

10- دراسة مصلح (2011) "دور وسائل الإعلام التقليدية والحديثة في إمداد الشباب المصري بالمعلومات السياسية"

هدفت الدراسة إلى التعرف على دور وسائل الإعلام التقليدية والحديثة وأثرها في إمداد الشباب المصري بالمعلومات السياسية، وتمثل عينة الدراسة من (400) من الشباب من المجتمع المصري تتراوح أعمارهم بين 19 - 35 سنة، وتم تطبيق الاستمارة في محافظتي القاهرة والجيزة، واستخدمت الباحثة المنهج المسحي، وبينت نتائج الدراسة التي توصلت إليها الباحثة أن الفضائيات المصرية احتلت المرتبة الأولى من حيث تفضيلات الشباب وذلك بنسبة 90.5%، وأن هناك علاقة بين المستوى التعليمي ومعدل التعرض لوسائل الإعلام التقليدية.

11- دراسة الجمال (2011) "اعتماد الشباب على وسائل الإعلام الثقافية التقليدية والحديثة كمصدر للمعرفة الثقافية"

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على مدى اعتماد الشباب على وسائل الإعلام الثقافية التقليدية والحديثة كمصدر للمعرفة الثقافية في المجتمع المصري، واستخدمت الباحثة في دراستها المنهج المسحي، وبلغت حجم العينة (300) شاب مصري، وتوصلت الدراسة لعدد من النتائج أهمها عدم الرضا الكامل للشباب من عينة الدراسة عن أداء منظومة وسائل الإعلام الثقافية وذلك على الرغم

من أغلب أفراد العينة (80.3%) مستوى إدراكهم "قوى" لمدى أهمية الثقافة بالمجتمع، وهو ما يمكن ارجاعه إلى عدم قدرة الوسائل الإعلامية الثقافية على استقطاب فئة الشباب لزيادة متابعتها.

12- دراسة حمدي (2011) "دور الإنترنت والراديو والتلفزيون في إمداد الجمهور المصري بالمعلومات"

هدفت هذه الدراسة إلى معرفة دور وسائل الإعلام الحديثة حيث أنه تتمتع بمميزات تفوق الوسائل التقليدية من راديو وتلفزيون، والتعرف على مدى قدرة هذه الوسائل في إمداد الجمهور بالمعلومات في ضوء بعض المتغيرات "درجة الاهتمام والمستوى المعرفي والسمات الديموغرافية" وبلغت حجم العينة (400) شاب مصري، استخدمت الباحثة المنهج المسحي باستخدام صحيفة استبيان وتم توزيعهم على مجموعتين "مجموعة تستخدم الإنترنت ومجموعة تستخدم الراديو والتلفزيون، ومن أهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة: احتل الإنترنت المصدر الأول لدى عينة الدراسة لمعرفة المعلومات، وتراجع نسبة الاعتماد على التلفزيون وهذا يعتبر مؤشر لتراجع بعض وسائل الإعلام التقليدية أمام الوسائل الحديثة لما تملكه من مميزات في الفورية والتفاعلية والحالية والأنية.

13- دراسة الدبوبي وعمر (2011) "اتجاهات طلبة جامعة العلوم التطبيقية نحو الفضائيات وأثرها في شخصياتهم وآرائهم"

هدفت الدراسة إلى معرفة اتجاهات طلبة جامعة العلوم التطبيقية نحو الفضائيات وأثرها في شخصياتهم وآرائهم، و الآثار المترتبة لمشاهدتهم لهذه الفضائيات اجتماعيا ونفسيا، حيث أجريت الدراسة على عينة عشوائية مكونة من (341) طالب وطالبة من جامعة العلوم التطبيقية في الأردن، وتم استخدام المنهج الوصفي واستخدمت الاستبانة كأداة لجمع البيانات حيث توصلت هذه الدراسة

إلى عدة نتائج بينت أثر الفضائيات في قيم الطلبة ومدى تخوفهم من الدور السلبي لها، وأثرها في انحراف الشباب، وتأثيرها في ثقافتهم وسلوكهم داخل الجامعة كما بينت الدراسة مدى وعي الطلبة بأهمية ودور القيم الدينية في حياتهم وضرورة استغلال الفضائيات لنشر الوعي الديني والأهداف التي تسعى هذه الفضائيات إلى تحقيقها من خلال مجموعة البرامج والمسلسلات والأفلام التي تعرضها ووعيمهم بأثر هذه البرامج في التحصيل الدراسي.

14- دراسة زين (2014) "تأثير الدراما التركية على القيم الاجتماعية للشباب"

هدفت الدراسة للتعرف على تأثير الدراما التركية على القيم الاجتماعية للشباب وأثارها عليهم ومدى التأثير بها وانعكاسها على سلوك الشباب، حيث اعتمدت الدراسة على عينة من الشباب المتمثلين في طلبة جامعة الشهيد حمه لخضر بالجزائر المتابعين للدراما التركية، وبلغت العينة (70) طالب وطالبة، وتم استخدام المنهج الوصفي واستخدمت الاستبانة كأداة لجمع البيانات، وخلصت الدراسة إلى عدة نتائج وهي ان الدراما التركية تؤدي إلى تشجيع العلاقات المحرمة بين الجنسين ونشر قيمة (الرزيلة، ثقافة الأرياء الفاضحة) بنسبة 60%، كما تؤدي إلى نشر قيمة (الصدق) بنسبة 45.7% وقيمة (الوفاء بالعهد) بنسبة 44.3%.

15- دراسة السلوم (2015) "وظيفة البرامج الحوارية في الفضائيات السورية في التنقيف والاندماج والإحساس بالأمان"

هدفت هذه الدراسة للتعرف على دور البرامج الحوارية في الفضائيات السورية وأثرها في تنقيف الشباب واندماجهم في المجتمع وشعورهم بالأمان في ظل الأحداث السياسية التي تمر فيها سوريا، حيث طبقت الدراسة على عينة عشوائية من طلبة جامعة دمشق والمؤلفة من (803) طالبا وطالبة، وتم استخدام المنهج الوصفي واستخدمت الاستبانة كأداة لجمع البيانات، وخلصت الدراسة إلى وجود

وظيفة عالية للبرامج الحوارية في الفضائيات السورية من خلال دورها في تثقيف وتوضيح ما تمر به البلاد من أحداث، وجعل المتلقين يشعرون بالأمان من خلال التكوين والتغيير المعرفي، وأن مستوى بعد التثقيف والاندماج، والإحساس بالأمان للبرامج الحوارية لدى عينة من الطلبة الجامعيين كان مرتفع مما يدل على وجود مستوى مرتفع لوظيفة البرامج الحوارية لدى معظم أفراد العينة.

16- دراسة ابراهيم والعمر (2016) "وجهات نظر الشباب السعودي في دور برامج القنوات

الفضائية في تنمية المسؤولية الاجتماعية لدى الشباب السعودي في جامعة حائل"

هدفت الدراسة للتعرف على دور برامج القنوات الفضائية وأثرها في تنمية المسؤولية الاجتماعية لدى الشباب السعودي، حيث تكونت عينة الدراسة من (460) طالب وطالبة من جامعة حائل، واستخدم الباحثان الاستبانة كأداة لمعرفة وجهة نظر الشباب السعودي، وكانت أهم نتائج الدراسة أن محاكاة المهارات أو الخبرات المتعلقة ترتبط بمهارات المسؤولية المجتمعية بمدى محاولة الاستفادة حياتياً من المهارات أو الخبرات المتعلقة بمهارات المسؤولية المجتمعية التي تقدم بهذه النوعية من البرامج بالقنوات الفضائية، وأن هناك إدراك لعينة الدراسة للعديد من قيم المسؤولية الاجتماعية التي تقدم خلال برامج القنوات الفضائية تأتي في مقدمتها قيمة مسؤولية الفرد في المشاركة في المناسبات الاجتماعية، وأنه توجد علاقة ارتباطية موجبة بين الدوافع النفعية لمشاهدة العينة المدروسة للشباب السعودي للبرامج المرتبطة بالمسؤولية الاجتماعية وبين كثافة المشاهدة لمشاهدة هذه البرامج وطول فترة مشاهدة هذه البرامج واتجاه الشباب السعودي نحو المسؤولية الاجتماعية التي تعرضها هذه البرامج وإدراك الشباب السعودي لمضمون هذه البرامج. ولا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الجنس وكل من: كثافة مشاهدة برامج المسؤولية الاجتماعية.

التعليق على الدراسات السابقة:

لقد تناولت العديد من الدراسات دور قنوات التلفزيون في طرح قضايا مختلفة تهم الشباب، وهذا ما ساعد العديد من المؤسسات الإعلامية في تبني دور الإعلام التلفزيوني بما يسهم مع أهدافها، وفي هذه الدراسة تناول الباحث دور قناة رؤيا الفضائية الأردنية في تناول قضايا الشباب من وجهة نظر طلبة الإعلام في الجامعات الأردنية، حيث تتمثل عدم الاستفادة من الدراسات السابقة وبالنظر الى أهمية دور البرامج التلفزيونية من وجهة نظر طلبة الإعلام فان الباحث استطاع الوصول الى بعض الدراسات السابقة ذات الصلة بموضوع الاعلام والشباب والتلفزيون ، اذ أن الدراسات السابقة تناولت دور قنوات التلفزيون بشكل عام، رغم قلة ما بحث في البرامج التي تعني بقضايا الشباب ومدى تأثيرها على الشباب، و ان ما يميز هذه الدراسة عن مثيلاتها هو انها بحثت تحديدا في تناول قضايا الشباب عند قناة رؤيا الفضائية الأردنية في تناول قضايا الشباب من وجهة نظر طلبة الإعلام في الجامعات الأردنية. ولقد تمكن الباحث من الاستفادة من الدراسات السابقة بالرجوع إلى ما توصلت إليه الدراسة من تقييم برامج قناة رؤيا التلفزيونية بتناولها واهتمامها بقضايا الشباب، والبدء من حيث انتهى الباحثون، وكذلك الاستفادة من النتائج العلمية والعملية لدراساتهم بالمقارنة مع النتائج التي يحصل عليها الباحث في هذه الدراسة، وملاحظة إن كان هناك فروقا تعود إلى الأسلوب الذي تتبناه قناة رؤيا الفضائية الأردنية في تناول قضايا الشباب من وجهة نظر طلبة الإعلام في الجامعات الأردنية.

الفصل الثالث

الطريقة والإجراءات

يتناول هذا الفصل وصفا لعينة الدراسة والأدوات التي تم استخدامها في جمع وتحليل البيانات، وطرق التحقق من صدقها وثباتها. كما يتضمن هذا الفصل وصفا لإجراءات تطبيق الدراسة ومتغيراتها والمنهجية التي تم استخدامها فيها، بالإضافة إلى المعالجات الإحصائية الأخرى التي استخدمت في معالجة البيانات واستخلاص النتائج منها.

مجتمع الدراسة:

تكون مجتمع الدراسة من طلاب الصحافة والإعلام في الجامعات الأردنية وتحديدا في جامعتي (جامعة الشرق الأوسط، وجامعة البترا) حيث أنهم من ذوي الاختصاص والمعرفة بمجال برامج قضايا الشباب المطروحة في قناة رؤيا وتقييمهم لقناة رؤيا، حيث أشارت النتائج في عام 2018 أن مجموع عدد في الجامعتين أنفة الذكر بلغ عددهم (700) طالب وطالبة في كلية الصحافة والإعلام، وإن عينة الدراسة اختيرت كعينة عشوائية منتظمة ، وبذلك ستكون عدد العينة (170) من طلاب كلية الصحافة والإعلام والجدول (1) يبين توزيع أفراد مجتمع الدراسة حسب أسم الجامعة في جامعتين (جامعة الشرق الأوسط، وجامعة البترا).

جدول (1)

توزيع أفراد مجتمع الدراسة حسب إسم الجامعة

مكان العمل	العدد
جامعة الشرق الأوسط	90
جامعة البترا	70
المجموع الكلي	169

عينة الدراسة : تكونت عينة الدراسة من (170) من طلبة كلية الصحافة والإعلام في الجامعات الأردنية التالية (جامعة الشرق الأوسط، وجامعة البترا) من إجمالي العدد (700) من طلبة الصحافة والإعلام في الجامعتين آنفة الذكر، كما انه تم حذف استبانة واحدة فقط وذلك لعدم اكتمال جميع الشروط فيها، وبالتالي أصبح عدد عينة الدراسة النهائية (169) من طلبة كلية الصحافة والإعلام في جامعتي (جامعة الشرق الأوسط، وجامعة البترا) ، وتم اختيارهم باستخدام الطريقة العشوائية المنتظمة. ومن ثم تمّ تصنيف طلبة كلية الصحافة والإعلام وفق متغيرات الدراسة (النوع الاجتماعي، العمر، البرنامج الدراسي، أسم الجامعة). والجدول (2) يبين توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغيراتها الديمغرافية.

جدول (2)

توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغيرات الدراسة

المتغير	المستوى	التكرار
1-النوع الاجتماعي	□ ذكر	122
	□ أنثى	47
2- العمر	□ من 18-21	55
	□ من 22-25	44
	□ من 26-29	39
	□ من 30-قأكثر	31

118	☐ بكالوريوس	3- البرنامج الدراسي
51	☐ ماجستير	
90	☐ جامعة الشرق الأوسط	4- اسم الجامعة
70	☐ جامعة البترا	
169	المجموع	

أدوات الدراسة

للإجابة عن أسئلة الدراسة قام الباحث باستخدام أداة مقياس تم بناءها بما يتناسب مع الدراسة، وفيما يلي وصف تفصيلي لهذه الأداة.

مقياس تقييم دور قناة رؤيا الفضائية الأردنية في تناول قضايا الشباب من وجهة نظر طلبة كلية الصحافة والإعلام في الجامعات الأردنية (جامعة الشرق الأوسط، وجامعة البترا)

قام الباحث بالرجوع إلى الأدب النظري السابق ذي العلاقة، والاستفادة من آراء الباحثين والمختصين في هذا المجال، وبعض الدراسات السابقة التي اطلع عليها الباحث أثناء مراجعته للدراسات السابقة المتعلقة بتقييم قناة رؤيا الفضائية في تناول قضايا الشباب؛ دراسة الكحكي (2004)، عبد الحليم (2006)، رضوان (2011)، عبد النبي (2011)، مصلح (2011)، وزين (2014)، ابراهيم والعمرو (2016). ثم قام الباحث ببناء المقياس المعد للدراسة لجمع البيانات حول موضوع هذه الدراسة.

وصف المقياس

تكون مقياس تقييم قناة رؤيا الفضائية في تناول قضايا الشباب من ثلاثة أجزاء: الجزء الأول: يتضمن البيانات الشخصية عن أفراد عينة الدراسة، في ضوء متغيرات (النوع الاجتماعي، العمر،

البرنامج الدراسي، واسم الجامعة). أما الجزء الثاني فيتكون من سؤال واحد يحدد مصير الاستجابة أما متابعة المستجيب لأسئلة وفقرات المقياس، وأما توقعه عند هذا السؤال وبالتالي إعادة الاستبانة إلى الباحث، بحيث أن السؤال يندرج له خيارين (هل تشاهد قناة رؤيا) فإذا كانت إجابة المستجيب (لا أشاهد)، يتم توقف إجابة المستجيب عند هذا الحد من إجابته على الاستبيان، ويعيد الاستبيان إلى الباحث، أما إذا كانت إجابة المستجيب الخيار الآخر (نعم أشاهد) فيكمل أسئلة الاستبيان ومجالاتها. أما الجزء الثالث فتكون من (30) فقرة، موزعة على أربعة مجالات، وهي: مجال اهتمام قناة رؤيا بقضايا الشباب، وتكون من (10) فقرات، مجال قضايا الشباب التي تطرح من خلال قناة رؤيا، وتكون من (11) فقرة، ومجال مدى رضا الشباب عن قناة رؤيا بشكل عام وتكون من (5) فقرات، ومجال المعوقات المحتملة لتغطية قضايا الشباب في قناة رؤيا، وتكون من (4) فقرات. وقد تم تدريج مستوى الإجابة على كل فقرة من الفقرات وفق مقياس ليكرت الخماسي، وحددت بخمس مستويات، وهي: موافق بشدة (5 درجات)، موافق (4 درجات) ، محايد (3 درجات)، غير موافق (2 درجتان)، لا غير موافق بشدة (1 درجة واحدة).

صدق مقياس تقييم قناة رؤيا الفضائية في تناول قضايا الشباب

تم استخراج مؤشرات الصدق الآتية:

أ- صدق المحتوى

بعد إعداد المقياس بصورته الأولية، والذي تكون من (30) فقرة، والملحق رقم (1) يبين المقياس بصورته الأولية، تم عرضه على (7) محكمين من أعضاء هيئة التدريس في جامعة الشرق الأوسط، وجامعة البتراء من المختصين في الصحافة والإعلام، والصحافة، وذلك بهدف تحكيمه من حيث مناسبته لموضوع الدراسة، ومدى دقة الصياغة اللغوية لل فقرات ووضوحها، ومدى ملاءمتها للهدف الذي تقيسه. وقد تم الأخذ بملاحظات المحكمين حول المقياس، ثم أجريت التعديلات بناءً على الملاحظات التي قدمها المحكمون، والملحق (2) يبين ذلك.

ب- صدق البناء

لحساب صدق البناء تم تطبيق المقياس على عينة مكونة من (50) من طلبة كلية الصحافة والإعلام في جامعتي (جامعة الشرق الأوسط، وجامعة البتراء) وذلك من خارج أفراد عينة الدراسة، حيث تم حساب قيم معاملات الارتباط بين الفقرة، والبعد الذي تنتمي له، والدرجة الكلية للمقياس، والجدول (3) يوضح ذلك.

جدول (3)

قيم معاملات الارتباط بين فقرات المجالات الأربعة والبعد الذي تنتمي له والمقياس ككل

رقم السؤال	الارتباط مع البعد	الارتباط مع المقياس ككل
المجال الأول	0.68	**0.84
المجال الثاني	0,65	**0.88
المجال الثالث	0,59	**0.81
المجال الرابع	0,35	0.08

يلاحظ من الجدول (3) أن جميع معاملات الارتباط بين كل مجال والبعد والمقياس ككل كانت دالة إحصائياً، وتراوح قيم معاملات الارتباط بين فقرة المجال والبعد بين (0.35 - 0.68)، في حين تراوحت قيم معاملات الارتباط بين فقرات المجالات والمقياس ككل بين (0.08 - 0.88) وهذا يدل على صدق بناء هذه الدراسة.

ثبات مقياس تقييم قناة رؤيا الفضائية في تناول قضايا الشباب

تم التحقق من ثبات المقياس بحساب قيم معاملات الاتساق الداخلي باستخدام معادلة (كرونباخ ألفا)، وبلغت قيمة الاتساق الداخلي للمقياس ككل (0.943)، كما تم حساب ثبات مجالات المقياس الأربعة (مجال اهتمام قناة رؤيا بقضايا الشباب، ومجال قضايا الشباب التي تطرح من خلال قناة رؤيا، ومجال مدى رضا الشباب عن قناة رؤيا بشكل عام، ومجال المعوقات المحتملة لتغطية قضايا الشباب في قناة رؤيا) باستخدام معادلة (كرونباخ ألفا)، حيث بلغت قيمة ثبات بعد مستوى مجال اهتمام قناة رؤيا بقضايا الشباب (0.979)، وبلغت قيمة ثبات بعد درجة مجال قضايا الشباب التي تطرح من خلال قناة رؤيا (0.965)، وبلغت قيمة ثبات بعد مجال مدى رضا الشباب عن قناة رؤيا بشكل عام (0.959)، وبلغت قيمة ثبات مجال المعوقات المحتملة لتغطية قضايا الشباب في قناة رؤيا (0.943)، وبالنظر إلى هذه القيم، فإنها تعد مقبولة لاستخدام المقياس لأغراض الدراسة.

طريقة التصحيح

تكون مقياس تقييم دور قناة رؤيا الفضائية في تناول قضايا الشباب النهائية جزأين، الجزء الأول أسئلة يتم الإجابة عليها، أما الجزء الثاني فيتكون من (30) فقرة موزعة على (4) مجالات، والملحق (2) يبين ذلك ، وللإجابة على فقرات المقياس يضع المستجيب إشارة (x) أمام كل فقرة لبيان مدى تطابق ما يرد في الفقرة مع قناعاته الشخصية، على تدرج يتكون من خمس درجات، وفقاً

لتدريج ليكرت (Likert) الخماسي، وهي: موافق بشدة؛ وتعطى (5) درجات، موافق؛ وتعطى (4) درجتان، محايد؛ وتعطى (3) درجات، غير موافق؛ وتعطى (2) درجات، غير موافق بشدة؛ وتعطى (1) درجات، وبناءً على ذلك، فقد تراوحت الدرجة على كل فقرة من فقرات المقياس بين واحد وخمس درجات، وبما أن المقياس يتكون من (30) فقرة، فإن الدرجة الكلية للمقياس تراوحت بين (30) درجة، وهي أدنى درجة يمكن أن يحصل عليها المفحوص، و(150) درجة، وهي أعلى درجة يمكن أن يحصل عليها المفحوص. وقد تم تصنيف المتوسطات الحسابية وفق المعيار التالي: (2.33 فما دون منخفض)، ومن (2.34 - 3.66 متوسط)، ومن (3.67 - 5 مرتفع)، وذلك لتحديد دور قناة رؤيا الفضائية في تناول قضايا الشباب من وجهة طلبة كلية الصحافة والإعلام، لدى أفراد عينة الدراسة.

إجراءات الدراسة العملية

ولتحقيق أهداف الدراسة قام الباحث بإتباع الإجراءات العملية الآتية في دراسته:

1. الرجوع إلى الدراسات السابقة، والأدب النظري للدراسة.
2. تم تحديد عينة الدراسة، وهم طلبة كلية الصحافة والإعلام في جامعتي (جامعة الشرق الأوسط، وجامعة البترا) لعام 2018.
3. قام الباحث بتوزيع استبانة الدراسة شخصياً على طلبة كلية الصحافة والإعلام بالجامعات أنفة الذكر، وتمت عملية متابعة تطبيق استبانة الدراسة من خلال المتابعة الشخصية من الباحث مع توضيح الإرشادات الضرورية اللازمة للإجابة على فقرات أداة الدراسة.
4. تم إعلام المستجيبين بأن إجاباتهم على فقرات استبانة الدراسة سوف تستخدم لغايات البحث العلمي فقط وستعامل بسرية تامة.

5. تم إعطاء المستجيبين الوقت الكافي للإجابة على فقرات أداة الدراسة، إضافة إلى متابعة استفساراتهم.

6. طبقت أداة الدراسة على كامل أفراد العينة، وتم التأكد على أن الاستبيانات مستوفية كامل الشروط مثل (ذكر البيانات الشخصية التي تخص معلومات عن المستجيبين ك النوع الاجتماعي، والعمر، والبرنامج الدراسي، واسم الجامعة. وبذلك فإن عينة الدراسة الفعلية تكونت من (169) من طلبة كلية الصحافة والإعلام موزعين حسب متغيرات الدراسة، ومن ثم جمعت البيانات وتم تحليلها عن طريق معالجتها بواسطة الحاسوب، واستخدام الرزمة الإحصائية المختلفة (SPSS).

منهجية البحث

قام الباحث باستخدام المنهج الوصفي المسحي لتحقيق أهداف الدراسة، والإجابة عن أسئلتها. حيث بأن المنهج الوصفي هو أسلوب من أساليب التحليل المرتكز على المعلومات الدقيقة والكافية حول ظاهرة أو موضوع معين ومن خلال فترة أو فترات زمنية معلومة وذلك من أجل الحصول على نتائج عملية يتم تفسيرها بطريقة موضوعية وبما ينسجم مع المعطيات الفعلية للظاهرة، كما ويعتبر المنهج الوصفي من أكثر وأنسب المنهجيات استخداما في الظواهر الإنسانية والاجتماعية، ويتم استخدامه في ظل المعرف الكافية والمسبقة حول ظاهرة معينة، كما يتسم بالواقعية لأنه يدرس الظاهرة كما هي في الواقع. ومن أهم خطوات المنهج الوصفي هي الإحساس بالمشكلة وجمع البيانات والمعلومات التي تساعد على تحديدها، وتحديد المشكلة المراد دراستها وصياغتها في شكل سؤال، واختيار العينة التي ستجرى عليها الدراسة وتحديد حجمها ونوعها، واختيار أدوات جمع البيانات والمعلومات المناسبة كالمقابلة والاستبيان، وأخيرا يقوم الباحث بكتابة النتائج وتفسيرها ويقدم عدد من التوصيات (عبيدات وعدس وعبد الحق، 1982).

الفصل الرابع

نتائج الدراسة

يتضمن هذا الفصل عرضاً للنتائج التي توصلت إليها الدراسة للإجابة عن الأسئلة التي تم طرحها، وفيما يلي عرض لهذه النتائج:

أولاً: النتائج المتعلقة بالسؤال الأول: "ما هي أبرز الاهتمامات والبرامج الشبابية التي تركز عليها قناة رؤيا من وجهة نظر طلبة الصحافة والأعلام في الجامعات الأردنية (الشرق الأوسط، وجامعة البترا)؟".

للإجابة على هذا السؤال تم استخراج المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لمجالات اهتمام قناة رؤيا بالبرامج الشبابية من وجهة طلبة كلية الصحافة والإعلام، كما هو مبين في الجدول (4).

جدول (4)

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لمستوى اهتمام قناة رؤيا بالبرامج الشبابية

الرتبة	المجالات	المتوسط الحسابي*	الانحراف المعياري	المستوى العام
1	اهتمامات قناة رؤيا بقضايا الشباب.	4.31	0,85	مرتفع
2	قضايا الشباب التي تطرح من خلال قناة رؤيا.	4.00	0,75	مرتفع
3	مدى رضا الشباب عن قناة رؤيا بشكل عام.	4.09	0,83	مرتفع

4	معوقات محتمة بخصوص تغطية قضايا الشباب.	2.84	1,36	متوسط
*	مستوى اهتمام قناة رؤيا بالبرامج الشبابية ككل	3,96	0,61	مرتفع

يتبين من الجدول (4) أن المتوسطات الحسابية تراوحت ما بين (2.84 - 4.31)، فجاء

مجال اهتمامات قناة رؤيا بقضايا الشباب في المرتبة الأولى، بأعلى متوسط حسابي بلغ (4.31)،

بينما جاء مجال مدى رضا الشباب عن قناة رؤيا بشكل عام في المرتبة الثانية، بمتوسط حسابي

بلغ (4.09)، وجاء مجال قضايا الشباب التي تطرح من خلال قناة رؤيا، في المرتبة الثالثة،

بمتوسط حسابي (4.00)، وجاء مجال معوقات محتمة بخصوص تغطية قضايا الشباب، في

المرتبة الأخيرة بمتوسط حسابي بلغ (2.84)، كما وبلغ مستوى اهتمام قناة رؤيا بالبرامج الشبابية

ككل (3,96) حيث جاءت بمستوى مرتفع.

أما من ناحية المجال الأول في أداة الدراسة وهو مجال (اهتمامات قناة رؤيا بقضايا

الشباب) والذي اشتمل على (10) فقرات فقد تم حساب المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية

لكل فقرة في هذا المجال، حيث رتبت كل فقرة مع درجة اهتمام قناة رؤيا بقضايا الشباب من وجهة

نظر طلبة كلية الصحافة والإعلام في الجامعات الأردنية (جامعة الشرق الأوسط، وجامعة البترا)

ترتيباً تنازلياً على النحو الآتي:

جدول (5)

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لمجال اهتمامات قناة رؤيا بقضايا الشباب مرتبة

ترتيب تنازلياً

الترتيب	الفقرات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	درجة الممارسة	رقم الفقرة
1	تشجيع العمل التطوعي والمجتمعي	4.50	0.87	مرتفعة	1
2	تنمي الجانب الاجتماعي والثقافي للشباب	4.36	0.88	مرتفعة	2
10	تعالج مشكلات الشباب النفسية	4.34	1.04	مرتفعة	3
7	تساهم القضايا المختلفة التي تناقشها قناة رؤيا على جذب الشباب لمتابعتها.	4.33	0.94	مرتفعة	4
8	تخصص قناة رؤيا برامج تُعني بالقضايا الموجهة للشباب.	4.32	0.95	مرتفعة	5
6	تساهم القضايا اليومية التي تتعرض الشباب في اعداد برامج قناة رؤيا تناقش تلك القضايا.	4.30	0,96	مرتفعة	6
3	يؤدي تنوع برامج قناة رؤيا في طرح قضايا تهم الشباب إلى زيادة متابعتهم لهذه البرامج.	4.30	0,89	مرتفعة	7
9	تهتم قناة رؤيا بفعاليات ونشاطات تهم الشباب.	4.28	0,95	مرتفعة	8
4	تعالج قضايا الشباب الأردني ومشكلاتهم.	4.24	0,91	مرتفعة	9
5	تساهم في تناولها لبرامجها من قضايا سياسية واجتماعية وثقافية في تحقيق الإشباعات المطلوبة لدى الشباب.	4.21	0,98	مرتفعة	10
	مجال اهتمام قناة رؤيا بقضايا الشباب ككل	4.31	0.85	مرتفعة	

يبين الجدول (5) المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والمرتبة لكل فقرة من فقرات المجال الأول، والمجال ككل، ويلاحظ أن المتوسطات الحسابية تتراوح بين (4.21 – 4.50) وبدرجة ممارسة مرتفعة لجميع الفقرات، أما المجال ككل فقد حصل على متوسط حسابي (4.31) وانحراف معياري (0.85)، وبدرجة ممارسة مرتفعة.

حيث جاءت في المرتبة الأولى الفقرة رقم (1) ونصها " تشجع العمل التطوعي والمجتمعي " بمتوسط حسابي (4.50) وانحراف معياري (0.87) ودرجة ممارسة مرتفعة، وجاءت في المرتبة الثانية الفقرة رقم (2) ونصها " تنمي الجانب الاجتماعي والثقافي للشباب " بمتوسط حسابي (4.36) وانحراف معياري (0.88) ودرجة ممارسة مرتفعة، وكما جاءت في المرتبة الثالثة فقرة رقم (10) ونصها " تعالج مشكلات الشباب النفسية " بمتوسط حسابي (4.34) وانحراف معياري (1.04) ودرجة ممارسة مرتفعة، وجاءت في المرتبة الرابعة الفقرة رقم (7) ونصها " تساهم القضايا المختلفة التي تناقشها قناة رؤيا على جذب الشباب لمتابعتها " بمتوسط حسابي (4.33) وانحراف معياري (0.94) ودرجة ممارسة مرتفعة، وجاءت في المرتبة الأخيرة الفقرة رقم (5) ونصها " تساهم في تناولها لبرامجها من قضايا سياسية واجتماعية وثقافية في تحقيق الإشباع المطلوبة لدى الشباب " بمتوسط حسابي (4.21) وانحراف معياري (0.98) ودرجة ممارسة مرتفعة.

ثانياً: النتائج المتعلقة بالسؤال الثاني: ما هي وجهة نظر طلبة الصحافة والأعلام في الجامعات الاردنية (الشرق الأوسط، وجامعة البترا) بما تعرضه قناة رؤيا من قضايا شبابية تنال اهتمامهم ؟

للإجابة على هذا السؤال تم حساب المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لكل فقرة في مجال قضايا الشباب التي تطرح من خلال قناة رؤيا، والمكونة من (11) فقرة والمرتبة ترتيباً تنازلياً مع درجة الممارسة، وجدول رقم (6) يوضح ذلك:

جدول (6)

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لمجال قضايا الشباب التي تطرح من خلال قناة رؤيا مرتبة ترتيب تنازلياً

الترتيب	الفقرات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	درجة الممارسة	الرقم
11	مناقشة قضايا الخريجين من الشباب.	4.13	0.92	مرتفعة	11
12	مناقشة قضايا الشباب الجامعي.	4.04	0.91	مرتفعة	12
20	تناقش قضايا قرار اختيار التخصص العلمي	4.01	0.92	مرتفعة	13
19	تطرح قضايا إثبات الذات	4.00	0.93	مرتفعة	14
18	تعالج قضايا إنحراف الشباب وأسبابها.	4.00	0.86	مرتفعة	15
13	تطرح قضايا البطالة المتفشية بين الشباب	3.99	0.84	مرتفعة	16
17	تناقش قضايا العنف بين الشباب.	3.99	0.82	مرتفعة	17
21	تناقش قضايا عزوف الشباب عن الانتخابات وأسبابها	3.98	0.92	مرتفعة	18
16	تهتم بقضايا الإدمان بين الشباب.	3.98	0.82	مرتفعة	19
14	تعالج قضايا أسباب عزوف الشباب عن الزواج.	3.96	0.83	مرتفعة	20
15	تتناول قضايا ارتفاع نسبة الطلاق بين الشباب.	3.96	0.86	مرتفعة	21
	مجال قضايا الشباب التي تطرح من خلال قناة رؤيا ككل	4.00	0.75	مرتفعة	

يبين الجدول (6) المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والرتبة لكل فقرة من فقرات المجال الثاني، والمجال ككل، ويلاحظ أن المتوسطات الحسابية تتراوح بين (3.96-4.13) بدرجة ممارسة مرتفعة لجميع الفقرات، أما المجال ككل فقد حصل على متوسط حسابي (4.00) وانحراف معياري (0.75) وبدرجة ممارسة مرتفعة.

حيث جاءت في المرتبة الاولى الفقرة رقم (11) ونصها " مناقشة قضايا الخريجين من الشباب " بمتوسط حسابي (4.13) وانحراف معياري (0.92) ودرجة ممارسة مرتفعة، وجاءت في

المرتبة الثانية الفقرة رقم (12) ونصها " مناقشة قضايا الشباب الجامعي " بمتوسط حسابي (4.04) وانحراف معياري (0.91) ودرجة ممارسة مرتفعة، وكما جاءت في المرتبة الثالثة الفقرة رقم (20) ونصها " تناقش قضايا قرار اختيار التخصص العلمي " بمتوسط حسابي (4.01) وانحراف معياري (0.92) ودرجة ممارسة مرتفعة، وجاءت في المرتبة قبل الاخيرة الفقرة رقم (14) ونصها " تعالج قضايا أسباب عزوف الشباب عن الزواج " بمتوسط حسابي (3.96) وانحراف معياري (0.83) ودرجة ممارسة مرتفعة، وجاءت في المرتبة الاخيرة الفقرة رقم (15) ونصها " تتناول قضايا ارتفاع نسبة الطلاق بين الشباب " بمتوسط حسابي (3.96) وانحراف معياري (0.86) ودرجة ممارسة مرتفعة .

ثالثاً: النتائج المتعلقة بالسؤال الثالث: ما تقييم طلبة الصحافة والاعلام في الجامعات الأردنية (الشرق الأوسط، وجامعة البترا) لقناة رؤيا وما مدى رضاهم عن البرامج الشبابية التي تعرضها قناة رؤيا ؟

للإجابة على هذا السؤال تم حساب المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لكل فقرة في المجال الثالث وهو رضا الشباب عن قناة رؤيا بشكل عام، وقد اشتمل هذا المحور على (5) فقرات، مرتبة ترتيباً تنازلياً مع درجة الممارسة، جدول رقم (7) يوضح ذلك:

جدول (7)

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لتقييم طلبة الصحافة والاعلام في الجامعات الأردنية (الشرق الأوسط، وجامعة البترا) لقناة رؤيا ومدى رضاهم عن البرامج الشبابية التي تعرضها قناة رؤيا مرتبة ترتيب تنازلياً

الترتيب	الفقرات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	درجة الرضا	الرقم
22	أشعر بالرضا عن القناة.	4.25	0.88	مرتفعة	22
23	تشعربي بالمصداقية.	4.15	0.91	مرتفعة	23
24	تشعربي بتغير النظرة التقليدية في مناقشة قضايا الشباب بشكل أكثر حرية وإيجابية.	4.05	0.93	مرتفعة	24
25	تهتم بحرية التعبير من خلال طرح ومناقشة قضايا الشباب.	4.03	0.86	مرتفعة	25
26	شعر أنها تمثلني وتدافع عني.	3.99	0.92	مرتفعة	26
	مجال مدى رضا الشباب عن قناة رؤيا بشكل عام ككل	4.09	0.83	مرتفعة	

يبين الجدول (7) المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والرتبة لكل فقرة من فقرات

المجال الثالث، والمجال ككل، ويلاحظ ان المتوسطات الحسابية تتراوح بين (3.99 – 4.25) وبدرجة

رضا مرتفعة لجميع الفقرات، اما المجال ككل فقد حصل على متوسط حسابي (4.09) وانحراف

معيارى (0.83) وبدرجة رضا مرتفعة.

حيث جاءت في المرتبة الاولى الفقرة رقم (22) ونصها " أشعر بالرضا عن القناة." بمتوسط حسابي (4.25) وانحراف معياري (0.88) ودرجة رضا مرتفعة، وجاءت في المرتبة الثانية الفقرة رقم (23) ونصها " تشعرنني بالمصادقية" بمتوسط حسابي (4.15) وانحراف معياري (0.91) ودرجة رضا مرتفعة، وكما جاءت في المرتبة قبل الاخيرة الفقرة رقم (25) ونصها " تهتم بحرية التعبير من خلال طرح ومناقشة قضايا الشباب" بمتوسط حسابي (4.03) وانحراف معياري (0.86) ودرجة رضا مرتفعة، وجاءت في المرتبة الاخيرة الفقرة رقم (26) ونصها " شعر أنها تمثلني وتدافع عني" بمتوسط حسابي (3.99) وانحراف معياري (0.92) ودرجة رضا مرتفعة.

النتائج المتعلقة بالسؤال الرابع: ما هي المعوقات التي تواجه قناة رؤيا في تغطيتها لقضايا الشباب من وجهة نظر طلبة الصحافة والإعلام في الجامعات الأردنية (الشرق الأوسط، وجامعة البترا)؟

للإجابة على هذا السؤال تم حساب المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لكل فقرة في المجال الرابع وهو المعوقات المحتملة بخصوص تغطية قضايا الشباب، وقد اشتمل هذا المحور على (4) فقرات، مرتبة ترتيباً تنازلياً مع درجة الممارسة، جدول رقم (8) يوضح ذلك:

جدول (8)

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لتقييم طلبة الصحافة والاعلام في الجامعات الأردنية (الشرق الأوسط، وجامعة البترا) لمجال المعوقات المحتملة بخصوص تغطية قناة رؤيا لقضايا الشباب مرتبة ترتيب تنازلياً

الترتيب	الفقرات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	درجة الممارسة	الرقم
27	مستوى قناة رؤيا في تناول قضايا الشباب متدني مقارنة مع القنوات الفضائية الأخرى.	2.98	1.50	متوسطة	27
28	تفتقر برامج قناة رؤيا في إعدادها للتعرف على رغبات واحتياجات الشباب.	2.89	1.45	متوسطة	28
29	لا تعكس برامج قناة رؤيا قضايا الشباب ومعاناتهم الفعلية.	2.82	1.41	متوسطة	29
30	لا تقدم الحلول المناسبة في القضايا التي تطرحها.	2.68	1.40	متوسطة	30
	مجال المعوقات المحتملة بخصوص تغطية قضايا الشباب ككل	2.84	1.36	متوسطة	

يبين الجدول (8) المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والرتبة لكل فقرة من فقرات

المجال الرابع، والمجال ككل، ويلاحظ ان المتوسطات الحسابية تتراوح بين (2.68 - 2.98) بدرجة

ممارسة متوسطة لجميع الفقرات، اما المجال ككل فقد حصل على متوسط حسابي (2.84) وانحراف

معيارى (1.36) وبدرجة ممارسة متوسطة.

وجاءت في المرتبة الاولى الفقرة رقم (27) ونصها " مستوى قناة رؤيا في تناول قضايا الشباب متدني مقارنة مع القنوات الفضائية الأخرى" بمتوسط حسابي (2.98) وانحراف معياري (1.50) ودرجة ممارسة متوسطة. وكما جاءت في المرتبة الثانية الفقرة رقم (28) ونصها " تفنقر برامج قناة رؤيا في إعدادها للتعرف على رغبات واحتياجات الشباب" بمتوسط حسابي (2.89) وانحراف معياري (1.45) ودرجة ممارسة متوسطة. وجاءت في المرتبة قبل الاخيرة الفقرة رقم (29) ونصها " لا تعكس برامج قناة رؤيا قضايا الشباب ومعاناتهم الفعلية" بمتوسط حسابي (2.82) وانحراف معياري (1.41) ودرجة ممارسة متوسطة. وأخيرا جاءت في المرتبة الاخيرة الفقرة رقم (30) ونصها " لا تقدم الحلول المناسبة في القضايا التي تطرحها" بمتوسط حسابي (2.68) وانحراف معياري (1.40) ودرجة ممارسة متوسطة.

فرضيات الدراسة

تم الإجابة على فرضيات الدراسة باستخدام حساب معادلة الانحدار الخطي البسيط (Regression liner module) لاختبار الفرضية الرئيسية.

الفرضية الرئيسية: هل هناك فروق ذات دلالة الإحصائية في متابعة البرامج والقضايا الشبابية التي تعرضها قناة رؤيا تعزى للمتغيرات الديموغرافية (النوع الاجتماعي، العمر، البرنامج الدراسي، اسم الجامعة) من وجهة نظر طلبة الصحافة والإعلام في الجامعات الأردنية (الشرق الأوسط، وجامعة البترا)؟

اولا : النوع الاجتماعي : لاختبار النوع الاجتماعي فإنه تم استخدم اختبار عينتين مستقلتين (independent t test) اختبار (t-test) تبعا للمتغير النوع الاجتماعي مع المجالات الرئيسية الاربعة لعينة الدراسة وجدول التالي يبين ذلك.

جدول (9)

اختبار النوع الاجتماعي باستخدام اختبار عينتين مستقلتين (independent t test)

اختبار (t-test) تبعا للمتغير النوع الاجتماعي مع المجالات الرئيسية الأربعة لعينة الدراسة

الرقم	مجالات الاستبانة	مستوى المتغير	عدد الافراد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة (ت)	مستوى الدلالة	القرار
1	اهتمامات قناة رؤيا بقضايا الشباب	ذكر	122	4.31	0.97	-0.10	0.91	غير دال احصائيا
		انثى	47	4.32	0.41			
2	قضايا الشباب التي تطرح من خلال القناة	ذكر	122	3.99	0.80	-0.25	0.77	غير دال احصائيا
		انثى	47	4.02	0.63			
3	مدى رضا الشباب عن قناة رؤيا بشكل عام	ذكر	122	4.10	0.86	0.27	0.78	غير دال احصائيا
		انثى	47	4.06	0.74			
4	المعوقات المحتملة بخصوص تغطية القناة	ذكر	122	2.68	1.41	-2.70	0.00*	دال احصائيا
		انثى	47	3.25	1.16			
	الاستبانة ككل	ذكر	122	3.94	0.65	-0.81	0.41	دال احصائيا
		انثى	47	4.03	0.48			

* دال عند مستوى دلالة احصائية $(0.05 \geq \alpha)$

بالاعتماد على جدول (9) فإننا نجد انه لا يوجد فروق ذات دلالة احصائية عند مستوى

الدلالة $(0.05 \geq \alpha)$ في مجال اهتمامات قناة رؤيا بقضايا الشباب، كما لا يوجد فروق ذات دلالة

احصائية عند مستوى الدلالة $(0.05 \geq \alpha)$ في مجال قضايا الشباب التي تطرح من خلال قناة رؤيا،

ولا يوجد فروق ذات دلالة احصائية عند مستوى الدلالة ($0.05 \geq \alpha$) في مجال مدى رضا الشباب عن قناة رؤيا بشكل عام، ويوجد فروقات ذات دلالة احصائية عند مستوى الدلالة ($0.05 \geq \alpha$) في مجال المعوقات المحتملة بخصوص تغطية قناة رؤيا وكانت لصالح الاناث، وأخيرا لا يوجد فروقات ذات دلالة احصائية عند مستوى الدلالة ($0.05 \geq \alpha$) في الاستمارة ككل.

ثانيا : العمر

تم استخدام تحليل التباين الاحادي (one way anova) كما هو موضح في الجدول التالي:

الجدول (10)

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والعدد لمتغير العمر مع المجالات الرئيسية للدراسة

لاستخدام تحليل التباين الاحادي (one way anova)

الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	العدد	مستويات المتغير العمر	المجال
0.59	4.56	55	21-18	اهتمامات قناة رؤيا بقضايا الشباب
0.59	4.32	44	25-22	
0.89	4.29	39	29-26	
1.28	4.88	31	30 فاكث	
0.85	4.31	169	المجموع	
0.71	4.09	55	21-18	قضايا الشباب التي تطرح من خلال القناة
0.61	4.00	44	25-22	
0.76	3.95	39	29-26	
0.98	3.91	31	30 فاكث	
0.75	4.00	169	المجموع	
0.79	4.16	55	21-18	مدى رضا الشباب عن قناة رؤيا بشكل عام
0.62	4.35	44	25-22	
0.79	3.92	39	29-26	
1.09	3.83	31	30 فاكث	
0.83	4.09	169	المجموع	

المعوقات المحتملة	21-18	55	3.04	1.34
بخصوص تغطية القناة	25-22	44	2.99	1.32
	29-26	39	2.60	1.35
	30 فأكثر	31	2.57	1.45
	المجموع	169	2.84	1.36
الاستبانة ككل	21-18	55	4.12	0.47
	25-22	44	4.03	0.42
	29-26	39	3.88	0.66
	30 فأكثر	31	3.71	0.86
	المجموع	169	3.96	0.61

بالاعتماد على الجدول (10) نجد بأن المتوسطات الحسابية والانحراف المعياري والعدد لكل

فئة في متغير العمر، حيث جاء في المرتبة الاولى من حيث المتوسط الحسابي فئة (18 - 21 سنة) بمتوسط حسابي (4.12) وانحراف معياري (0.47)، وكما جاء في المرتبة الثانية من حيث المتوسط الحسابي فئة (22 - 25) بمتوسط حسابي (4.03) وانحراف معياري (0.42) ، وجاء في المرتبة الثالثة من حيث المتوسط الحسابي فئة (26 - 29) بمتوسط حسابي (3.88) وانحراف معياري (0.66)، وجاء في المرتبة الرابعة من حيث المتوسط الحسابي فئة (30 فأكثر) بمتوسط حسابي (3.71) وانحراف معياري (0.86) .

الجدول (11)

تحليل التباين الأحادي (one way anova) لمتغير العمر مع المحاور الرئيسية للدراسة

المجال	مصدر التباين	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	قيمة ف	مستوى الدلالة	القرار
اهتمامات قناة رؤيا بقضايا الشباب	بين المجموعات	9.091	3	3.03	4.39	*0.00	دال احصائيا
	داخل المجموعات	113.92	165	0.69			
	المجموع	123.02	168				
قضايا الشباب التي تطرح من خلال القناة	بين المجموعات	0.826	3	0.27	0.47	0.69	غير دال احصائيا
	داخل المجموعات	95.19	165	0.57			
	المجموع	96.02	168				
مدى رضا الشباب عن قناة رؤيا بشكل عام	بين المجموعات	6.28	3	2.09	3.12	*0.02	دال احصائيا
	داخل المجموعات	110.44	165	0.66			
	المجموع	116.72	168				
المعوقات المحتملة بخصوص تغطية القناة	بين المجموعات	7.68	3	2.56	1.37	0.25	غير دال احصائيا
	داخل المجموعات	307.14	165	1.86			
	المجموع	314.82	168				
الاستبانة ككل	بين المجموعات	3.78	3	1.26	3.50	*0.01	دال احصائيا
	داخل المجموعات	59.40	165	0.36			
	المجموع	63.19	168				

* دال عند مستوى دلالة احصائية $(0.05 \geq \alpha)$

بالاعتماد على الجدول السابق فإننا نجد بأنه يوجد فروق ذات دلالة احصائية عند مستوى

الدلالة $(0.05 \geq \alpha)$ في الاستبانة ككل وفي مجال اهتمامات قناة رؤيا بقضايا الشباب ومجال مدى

رضا الشباب عن قناة رؤيا بشكل عام وكانت والفروق لصالح الفئة العمرية (20 - 24) سنة مع

فئة 40 سنة فأكثر ولصالح فئة (40 سنة فأكثر) وذلك لارتفاع المتوسط الحسابي لها، وكما نجد

أنه يوجد فروق ذات دلالة احصائية عند مستوى الدلالة $(0.05 \geq \alpha)$ في مجال اهتمامات قناة رؤيا

بقضايا الشباب، بين الفئة العمرية (18 - 21 سنة) مع الفئة (30 فأكثر) لصالح الفئة العمرية

(18 - 21 سنة)، ونجد أيضا أنه لا يوجد فروق ذات دلالة احصائية عند مستوى الدلالة $(0.05 \geq \alpha)$

(0.05) في مجال قضايا الشباب التي تطرح من خلال قناة رؤيا، ويوجد فروق ذات دلالة احصائية عند مستوى الدلالة ($0.05 \geq \alpha$) في مجال مدى رضا الشباب عن قناة رؤيا بشكل عام بين الفئة العمرية (18-21 سنة) مع الفئة (30 فأكثر) لصالح الفئة العمرية (18-21 سنة)، ونجد أنه لا يوجد فروق ذات دلالة احصائية عند مستوى الدلالة ($0.05 \geq \alpha$) في مجال المعوقات المحتملة بخصوص تغطية قناة رؤيا، وأخيرا يوجد فروق ذات دلالة احصائية عند مستوى الدلالة ($0.05 \geq \alpha$) في الاستمارة ككل بين الفئة العمرية (18-21 سنة) مع الفئة (30 فأكثر) لصالح الفئة العمرية (18-21 سنة).

ثالثا : قضايا الشباب :

تم استخدام اختبار عينتين مستقلتين (independent t test) اختبار (t-test) تبعا للمتغير (نوع الدراسة للمبحوثين) مع المحاور الرئيسية الاربعة لعينة الدراسة جدول التالي يبين ذلك.

جدول (12)

الرقم	مجالات الاستبانة	مستوى المتغير	عدد الافراد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة (ت)	مستوى الدلالة	القرار
1	اهتمامات قناة رؤيا بقضايا الشباب	بكالوريوس	118	4.51	0.65	4.17	*0.00	دال احصائيا
		ماجستير	51	3.84	1.07			
2	قضايا الشباب التي تطرح من خلال القناة	بكالوريوس	118	4.15	0.65	4.10	*0.00	دال احصائيا
		ماجستير	51	3.65	0.85			
3	مدى رضا الشباب عن قناة رؤيا بشكل عام	بكالوريوس	118	4.33	0.70	6.14	*0.00	دال احصائيا
		ماجستير	51	3.55	0.86			
4	المعوقات المحتملة بخصوص تغطية القناة	بكالوريوس	118	2.90	1.43	0.94	0.34	غير دال احصائيا
		ماجستير	51	2.70	1.20			
	الاستبانة ككل	بكالوريوس	118	4.13	0.46	5.06	*0.00	دال احصائيا
		ماجستير	51	3.57	0.73			

* دال عند مستوى دلالة احصائية ($0.05 \geq \alpha$)

بالاعتماد على جدول (12) نجد انه يوجد فروق ذات دلالة احصائية عند مستوى الدلالة ($0.05 \geq \alpha$) في مجال اهتمامات قناة رؤيا بقضايا الشباب وكانت لصالح الذكور، كما ويوجد فروق ذات دلالة احصائية عند مستوى الدلالة ($0.05 \geq \alpha$) في مجال قضايا الشباب التي تطرح من خلال قناة رؤيا وكانت لصالح الذكور، ويوجد فروق ذات دلالة احصائية عند مستوى الدلالة ($0.05 \geq \alpha$) في مجال مدى رضا الشباب عن قناة رؤيا بشكل عام وكانت لصالح الذكور أيضا، وكما لا يوجد فروق ذات دلالة احصائية عند مستوى الدلالة ($0.05 \geq \alpha$) في مجال المعوقات المحتملة بخصوص تغطية قناة رؤيا، وأخيرا يوجد فروق ذات دلالة احصائية عند مستوى الدلالة ($0.05 \geq \alpha$) في الاستمارة ككل وكانت لصالح الذكور.

رابعا : اسم الجامعة :

تم استخدم اختبار عينتين مستقلتين (independent t test) اختبار (t-test) تبعا للمتغير اسم الجامعة مع المجالات الرئيسية الاربعة لعينة الدراسة والجدول التالي يبين ذلك.

جدول (13)

م	مجالات الاستبانة	مستوى المتغير	عدد الافراد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة (ت)	مستوى الدلالة	القرار
1	اهتمامات قناة رؤيا بقضايا الشباب	الشرق الاوسط	90	4.10	0.90	-	*0.00	دال احصائيا
		البتراء	79	4.55	0.73	3.53		
2	قضايا الشباب التي تطرح من خلال القناة	الشرق الأوسط	118	3.87	0.77	-	*0.01	دال احصائيا
		البتراء	51	4.14	0.71	2.36		
3		الشرق الأوسط	118	4.03	0.94		0.28	

	مدى رضا الشباب عن قناة رؤيا بشكل عام	البتراء	51	4.16	0.68	-	1.10	غير احصائيا	دال
4	المعوقات المحتملة	الشرق الأوسط	118	3.48	1.12	7.49	0.00*	دال احصائيا	
	بخصوص تغطية القناة	البتراء	51	2.11	1.25				
	الاستبانة ككل	الشرق الأوسط	118	3.92	0.68	-	0.34	غير احصائيا	دال
		البتراء	51	4.01	0.51	0.95			

* دال عند مستوى دلالة احصائية ($0.05 \geq \alpha$)

بالاعتماد على جدول (13) نجد أنه يوجد فروق ذات دلالة احصائية عند مستوى الدلالة

($0.05 \geq \alpha$) في مجال اهتمامات قناة رؤيا بقضايا الشباب وكانت لصالح الاناث، وكما يوجد فروق

ذات دلالة احصائية عند مستوى الدلالة ($0.05 \geq \alpha$) في مجال قضايا الشباب التي تطرح من خلال

قناة رؤيا وكانت لصالح الاناث أيضا، ولا يوجد فروق ذات دلالة احصائية عند مستوى الدلالة ($0.05 \geq \alpha$)

(0.05) في مجال مدى رضا الشباب عن قناة رؤيا بشكل عام، ويوجد فروق ذات دلالة احصائية

عند مستوى الدلالة ($0.05 \geq \alpha$) في مجال المعوقات المحتملة بخصوص تغطية قناة رؤيا وكانت

لصالح الاناث، وأخيرا لا يوجد فروق ذات دلالة احصائية عند مستوى الدلالة ($0.05 \geq \alpha$) في

الاستمارة ككل.

الفصل الخامس

مناقشة النتائج والتوصيات

سنناول في هذا الفصل عرضاً لمناقشة النتائج التي توصلت إليها الدراسة والتوصيات التي انبثقت عنها وفيما يأتي مناقشة لهذه النتائج وعلاقتها بالأدب النظري السابق.

أولاً: مناقشة النتائج المتعلقة بالسؤال الأول: "ما هي أبرز الاهتمامات والبرامج الشبابية التي تركز عليها قناة رؤيا من وجهة نظر طلبة الصحافة والأعلام في الجامعات الأردنية (الشرق الأوسط، وجامعة البترا)؟".

أظهرت النتائج أن درجة اهتمام قناة رؤيا بالبرامج الشبابية جاء بدرجة مرتفعة على الأداة ككل، وعلى جميع المجالات، وجاء مجال اهتمام قناة رؤيا بقضايا الشباب في المرتبة الأولى، ويمكن تفسير هذه النتيجة بأن وسائل الإعلام تحتل مرتبة هامة في المجتمع عامة وفئة الشباب خاصة، كما أنها تخترق جميع مجالات الحياة اليومية بمختلف أنواعها تقريباً، وتستحوذ على جزء كبير من أوقات فراغ الشباب، ويقضي الشباب عدداً معتبراً من الساعات أسبوعياً في مشاهدة التلفزيون وهو ما يساعدهم على إكساب ثقافة جديدة أو حتى إحداث بعض التغير فيها من خلال ما يقع بثه في التلفاز.

كما وتلعب البرامج التلفزيونية دوراً أساسياً في خلق الوعي بين الشباب، حيث أنها تعزز على اكتساب القيم الاجتماعية والثقافية والتعليمية.

ومن جانب آخر يمكن تفسير هذه النتيجة على ضوء طبيعة تنافس قناة رؤيا فيما تقدمه من برامج وأفكار شبابية متنوعة، وذلك لتنافس غيرها من البرامج في القنوات الفضائية الأخرى، حيث أصبح الإعلام يعتمد ويخطط على كيفية استقطاب فئة الشباب خاصة، وذلك لكون تلك الفئة مستهدفة

في جميع المجالات والميادين، كما أن الاعتماد على التلفاز أضحى أمراً مهماً، إذ أنه يقدم للشباب أنواعاً مختلفة من السلوك حتى يستطيعوا أن يندمجوا في المجتمع ويتكيفوا معه، بل إنه يعد وسيلة مهمة تسعى بها الثقافة إلى الاستمرار والانتقال ولذلك فإن مسؤولية إعداد البرامج الهادفة للشباب في الوقت الحاضر تصبح مسؤولية معقدة نظراً لتعدد الثقافة وازدياد تشابكها.

واتفقت نتيجة الدراسة الحالية مع دراسة شقير (1999) الذي أشار إلى وجود علاقة بين حجم التعرض للتلفزيون وبين إدراك الشباب اللبناني للواقع الاجتماعي وذلك فيما يتصل بقضيتي العنف والإدمان.، واتفقت مع دراسة عبد الحليم (2006) الذي أشار إلى وجود علاقة بين شبكات التواصل وبين دورها الهام في إمداد الشباب بالمعلومات التي قد تساهم بشكل أو بآخر في تأثير وتغيير اتجاهاتهم نحو ظاهرة الإرهاب سواء بالإيجاب أو بالسلب.، كما اتفقت مع دراسة رضوان (2011) الذي أشار إلى وجود علاقة بين اعتماد الجمهور على وسائل الإعلام ومدى تحقق التأثيرات المعرفية والوجدانية والسلوكية بالاعتماد على هذه الوسائل.

ثانياً: النتائج المتعلقة بالسؤال الثاني: "ما هي وجهة نظر طلبة الصحافة والإعلام في الجامعات الاردنية (الشرق الأوسط، وجامعة البترا) بما تعرضه قناة رؤيا من قضايا شبابية تتال اهتمامهم؟".

أظهرت النتائج من وجهة نظر طلبة الصحافة والأعلام بما تعرضه قناة رؤيا من قضايا شبابية جاءت بدرجة مرتفعة على المحور ككل، وجاءت فقرة "تشجع العمل التطوعي والمجتمعي" في المرتبة الأولى، في حين جاءت فقرة "تساهم في تناولها لبرامجها من قضايا سياسية واجتماعية وثقافية في تحقيق الاشباكات المطلوبة" في المرتبة الأخيرة.

ويمكن تفسير هذه النتيجة على ضوء قلة البرامج المتوفرة الموجه للشباب التي تعرض على قناة رؤيا، بحيث وجب على المعنيين قبل إعداد البرامج الشبابية في قناة رؤيا الوقوف على رأي الشباب أنفسهم والتوجه إلى الجامعات وسوق العمل لمعرفة ما يريده الشباب والعمل جدياً على تقديم

برامج تلبي تطلعاتهم ورغباتهم واحتياجاتهم، مع الأخذ بالاعتبار أحقية تلك القنوات المحلية بتلك البرنامج الشبابية التي تلبي طموحاتهم وتحقق معها حاجة التوازن بين البرامج السياسية والاقتصادية والاجتماعية، وبالتالي ستحقق نسبة مشاهدة عالية وهذا بحد ذاته فرصة كبيرة لقناة رؤيا لتحقيق الهدف الذي تبحث عنه.

ومن جانب آخر فإن الشباب يستفيد مما تقدمه تلك الوسائل من المعلومات، حيث تتمثل تلك المعلومات في ربطها بمشاكل وقضايا العالم المحلي والدولي من خلال ما تثيره، كما أن تلك البرامج لها دور في تواصل الشباب مع مختلف المؤسسات والجهات الأخرى، وبالتالي تعتبر تلك البرامج والقضايا التي تقدمها قناة رؤيا وسيلة لتنفس الشباب ولرفع أصوات من لا صوت لهم، من خلال عرض قضاياهم وهمومهم، بالإضافة لتوعيتهم وحمايتهم من الظواهر السلبية التي تعترضهم في المجتمع، مثل: البطالة، والعزلة الاجتماعية، ومكافحة السرقة، والتخريب، والرشوة، والاختلاس، والمخدرات.

واتفقت نتيجة الدراسة الحالية مع دراسة الكحكي (2003) الذي أشار إلى وجود علاقة بين مستويات كثافة مشاهدة الشباب العربي للقنوات الفضائية الأجنبية في تشتت الهوية وأزمة القيم، واتفقت مع دراسة Selah (2007) التي أشارت إلى وجود علاقة بين المراهقين على أساس النوع والمستوى التعليمي والثقافي في تقبلهم للمضامين العنيفة واستعدادهم لمشاهدتها عبر التلفاز أكثر من مرة.

واتفقت هذه الدراسة مع دراسة Parkin (2010) والتي أشارت إلى أنه أسهمت البرامج الهادفة في زيادة المعرفة السياسية للمشاهدين كما اتضح أن البرامج المسائية هي المسئول الأول والأساسي عن اندماج المشاهدين واجتذابهم للشئون السياسية وتزيد من قبول القضايا التي يتم مناقشتها.

ثالثاً: النتائج المتعلقة بالسؤال الثالث "ما تقييم طلبة الصحافة والاعلام في الجامعات الأردنية (الشرق الأوسط، وجامعة البترا) لقناة رؤيا وما مدى رضاهم عن البرامج الشبابية التي تعرضها قناة رؤيا ؟"

أظهرت النتائج أن مدى تقييم الشباب لقناة رؤيا بشكل عام جاء بدرجة مرتفعة على المجال ككل، وجاءت فقرة "أشعر بالرضا عن القناة" في المرتبة الأولى، في حين جاءت فقرة "أشعر بأنها تمثلي وتنافع عني" في المرتبة الأخيرة.

ويمكن تفسير هذه النتيجة على ضوء أن أهمية البرامج الشبابية التي تقدمها قناة رؤيا هي رسائل اعلامية تحمل في مضامينها أفكاراً وتقاليد تعكس مجتمعنا وتقدم مواضيع هادفة تزيد من اهتمامات الشباب ووعيهم ومعرفتهم وتساهم في عمق فكرهم وتحاكي عقل الشباب وتركز على قضاياهم الهامة وتثري من ثقافتهم وتزيد من معرفتهم.

ومن ناحية أخرى فإن أكثر البرامج الموجهة للشباب تفتقد للجرأة وللتنوع في طرح الواقع الفعلي لمعاناه الشباب الأردني، بحيث أن هناك الكثير من القضايا الساخنة التي تهم الشباب وتحتاج للطرح بجرأة ومن هذه المواضيع البطالة، والزواج، والتعلم وغير ذلك، وأنه للأسف الشديد يتم تناول هذه المواضيع بشكل سطحي وتقديمها ضمن قالب جامد روتيني من دون ان تقدم أي شيء جديد أو حلول تساعد الشباب على حل مشاكلهم.

واتفقت نتيجة الدراسة الحالية مع دراسة الدبوبي وعمر (2011) التي أشارت إلى وجود علاقة بين أثر الفضائيات في قيم الطلبة ومدى تخوفهم من الدور السلبي لها، وأثرها في انحراف الشباب، وتأثيرها في ثقافتهم وسلوكهم داخل الجامعة ومدى وعي الطلبة بأهمية ودور القيم الدينية في حياتهم وضرورة استغلال الفضائيات لنشر الوعي الديني ، واتفقت مع دراسة السلوم (2015) التي أشارت إلى وجود علاقة بين وظيفة البرامج الحوارية في الفضائيات السورية من خلال دورها

في تثقيف وتوضيح ما تمر به البلاد من أحداث، وجعل المتلقين يشعرون بالأمان من خلال التكوين والتغيير المعرفي، وأن مستوى التثقيف والاندماج، والإحساس بالأمان للبرامج الحوارية كان مرتفع مما يدل على وجود مستوى مرتفع لوظيفة البرامج الحوارية لدى معظم أفراد العينة.

رابعاً: النتائج المتعلقة بالسؤال الرابع "ما هي المعوقات التي تواجه قناة رؤيا في تغطيتها لقضايا الشباب من وجهة نظر طلبة الصحافة والإعلام في الجامعات الأردنية (الشرق الأوسط، وجامعة البترا)؟"

أظهرت نتائج المعوقات التي تواجه قناة رؤيا في تغطيتها لقضايا الشباب جاء بدرجة متوسطة على المجال ككل، وجاءت فقرة "مستوى قناة رؤيا في تناول قضايا الشباب متدني مقارنة مع القنوات الفضائية الأخرى" في المرتبة الأولى، في حين جاءت فقرة "لا تقدم الحلول المناسبة في القضايا التي تطرحها" في المرتبة الأخيرة.

ويمكن تفسير هذه النتيجة على ضوء قلة البرامج الموجه للشباب في قناة رؤيا الفضائية، والتي تعبر عن احتياجاتهم ومشاكلهم وخصائصهم النفسية والفروق الفردية في تلقيهم لتلك البرامج، والتي أغلبها قد تكون برامج بعيدة عن الواقع الفعلي والتطبيقي للشباب، مع عدم وصف تلك البرامج بدقة لمعاناتهم، وتهتم فقط بزيادة المتابعين والترفيهية على حساب وظائف أخرى هامة والتي ينبغي تسليط الضوء عليها.

ومن جانب آخر فإن البرامج التي يتابعها الشباب هي البرامج التي تحترم فيها عقول الشباب الأردني ويراعي فيها طريقة تفكيرهم والتي يجب أن تتميز بالموضوعية في طريقة طرحها للفكرة وتغوص في عمق الواقع الحقيقي للشباب من دون أية مجاملة أو تزييف للواقع، فالشباب الأردني يمتلك قدرة عالية على التمييز بين تلك البرامج التي تطرح في القنوات الفضائية بشكل عام وقناة رؤيا بشكل خاص.

واتفقت نتيجة الدراسة الحالية مع دراسة ابراهيم والعمرو (2017) التي أشارت إلى وجود علاقة بين عدم الرضا الكامل للشباب عن أداء منظومة وسائل الإعلام الثقافية وهو ما يمكن ارجاعه إلى عدم قدرة الوسائل الإعلامية الثقافية على استقطاب فئة الشباب لزيادة متابعتها، كما اتفقت مع دراسة مخلافي (2005) التي أشارت إلى وجود علاقة بين ارتباطية موجبة بين الدوافع النفعية لمشاهدة المدروسة للشباب السعودي للبرامج المرتبطة بالمسؤولية الاجتماعية وبين كثافة المشاهدة لمشاهدة هذه البرامج وطول فترة مشاهدة هذه البرامج واتجاه الشباب السعودي نحو المسؤولية الاجتماعية التي تعرضها هذه البرامج وإدراك الشباب السعودي لمضمون هذه البرامج.

توصيات الدراسة

- استناداً إلى ما توصلت إليه الدراسة من نتائج يمكن للباحث أن يوصي بما يلي:
- ضرورة أن تعطي قناة رؤيا مزيداً من الاهتمام في البرامج والقضايا الشباب الأردني وذلك عند طريق معالجة واقع الشباب، وافراد مساحات برامجية إضافية كيميا ونوعيا، وبشكل يراعي خصوصية المجتمع الأردني.
 - ضرورة تنوع قناة رؤيا في الأساليب المتبعة لطرح برامجها وقضاياها التي تهم الشباب بشكل فعال وعدم الاقتصار فقط على أسلوب سرد المعلومات.
 - ضرورة اجراء قناة رؤيا مزيداً من الدراسات والبحوث للتعرف على حاجات ورغبات الشباب والتي بناء عليها يتم اعداد البرامج المناسبة لاستقطابهم.
 - تمكين الشباب من إعداد محتوى البرامج والقضايا التي تهمهم، وذلك عن طريق استفتاء يعرض عبر الوسائل المتعددة كوسائل التواصل الاجتماعي، وذلك مما يؤدي إلى تسهيل ممارستهم للتعبير عن المواضيع والقضايا التي تهمهم.

- ضرورة تعزيز قناة رؤيا في مشاركة الشباب لوسائلها الإعلامية، وخصوصا في مناصب صنع القرار ضمن مؤسساتها الإعلامية ولا سيما عند تناول البرامج الشبابية.
- ضرورة توفير قناة رؤيا شبكة تربط الشباب بالإعلاميين من داخل القناة، وذلك من أجل تشجيع التعاون والحوار بين الشباب والعمل على تحسين البرامج الإعلامية للقضايا التي تعني الشباب.
- ضرورة تعاون قناة رؤيا مع مختصين متنوعين وذلك لتقديم الحلول المناسبة والمنطقية لحل المشكلات التي تعرض ضمن البرامج والقضايا الشبابية.

المصادر والمراجع

- المراجع العربية:

- اسماعيل، محمود حسن، (2003)، مبادئ علم الاتصال ونظريات التأثير، ط1، الدار العالمية للنشر والتوزيع، القاهرة.
- الجمال، نجلاء، (2011)، اعتماد الشباب على وسائل الإعلام الثقافية التقليدية والحديثة كمصدر للمعرفة الثقافية، رسالة دكتوراه غير منشورة، جامعة القاهرة، مصر.
- أبو زيد، فاروق، (2010)، الإعلام والديمقراطية، ط1، عالم الكتب، القاهرة.
- البدوي، محمد علي، (2006)، دراسات سوسيو إعلامية، ط1، دار النهضة العربية، لبنان.
- الراوي، خالد حبيب، (1993)، تاريخ الإذاعة والتلفزيون في العراق، دار الحكمة للطباعة، بغداد.
- الحديدي، محمد فضل، (2006)، نظريات الإعلام واتجاهات حديثة في دراسات الجمهور والرأي العام، مكتبة نانسي، دمياط، مصر.
- الدليمي، عبد الرزاق محمد، (2012)، عولمة التلفزيون، دار جرير للنشر، ط1، عمان، الأردن.
- الحلواني، ماجي، (2005)، مدخل إلى الفن الإذاعي والتلفزيوني والفضائي، عالم الكتب، القاهرة.
- الدسوقي، إبراهيم عبده، (2004)، التلفزيون والتنمية، ط1، دار الوفاء لدنيا النشر والطباعة، الإسكندرية.

- أبو نعام، محمود أبو بكر، (2008)، الأطفال والقنوات التلفزيونية، دار قباء الحديثة للطباعة والنشر والتوزيع، القاهرة.
- العيد، عاطف عدلي والعيد، نهى عاطف، (2008)، نظريات الإعلام وتطبيقاتها العربية، دار الإيمان للطباعة، القاهرة.
- الزبادي، أحمد والخطيب، إبراهيم ياسين، (2000)، أثر وسائل الإعلام على الطفل، ط2، الأهلية للنشر والتوزيع، عمان.
- الطائي، مصطفى حيدر كاظم، (2007)، الفنون الإذاعية والتلفزيونية وفلسفة الإقناع، دار الوفاء لدنيا الطباعة والنشر، ط1، الإسكندرية.
- المحنة، فلاح كاظم، (2001)، علم الاتصال بالجمهور، الأفكار - نظريات - الأنماط، ط1، مؤسسة الورق للنشر والتوزيع، عمان، الأردن.
- الابشيهي، محمد يوسف، (2009)، بناء الاتصال الشخصي والجمهور في الإعلام الأمني، مطابع الشرطة، الابشيهي.
- إمام، إبراهيم، (1999)، العالم الإذاعي والتلفزيوني، دار الفكر العربي، القاهرة.
- حجاب، محمد منير، (2003)، الموسوعة الإعلامية، دار الفجر للنشر، مصر.
- الدبوبي، عبد الله وأمر، علي، (2011)، اتجاهات طلبة جامعة العلوم التطبيقية نحو الفضائيات (دراسة اجتماعية تربوية)، مجلة جامعة النجاح للأبحاث في العلوم الإنسانية، 25 مجلد، عدد 3، فلسطين. - الجوهري، محمد وآخرون، (1992)، دراسة في الاعلام والاتصال، دار المعرفة، الإسكندرية.
- البياتي، باسل، (2001)، فضائيات الثقافة الوائدة وسلطة الصورة، مجلة المستقبل العربي، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت.

- الكحكي، عزة مصطفى، (2004)، القنوات الفضائية الأجنبية وانعكاساتها على الهوية وأزمة القيم لدى عينة من الشباب العربي في مرحلة المراهقة، المؤتمر العلمي السنوي العاشر للإعلام المعاصر والهوية العربية، كلية الاعلام، جامعة القاهرة.
- بو معال، عبد الفتاح، (2006)، أثر وسائل الإعلام على تعليم الأطفال وتنقيفهم، ط1، دار الشروق للتوزيع والنشر، عمان.
- بن عروس، محمد، (1999)، الأسس الفنية للإذاعتين المسموعة والمرئية، الدار الجماهيرية للنشر والتوزيع، بنغازي.
- حمدي، عبير محمد، (2011)، دور الإنترنت والراديو والتلفزيون في إمداد الجمهور المصري بالمعلومات- دراسة ميدانية، رسالة ماجستير غير منشورة جامعة القاهرة، مصر .
- حنوش، زكي، (1995)، أزمة الشباب العربي بين التغيير والإرهاب، وصراع القيم، الفكر العربي، السنة 16 ، العدد 8.
- رضوان، أحمد، (2011)، اعتماد الجمهور المصري على وسائل الإعلام التقليدية والحديثة كمصدر للمعلومات أثناء ثورة 25 يناير 2011، المؤتمر العلمي عن دور وسائل الإعلام في التحولات المجتمعية، كلية الإعلام، جامعة اليرموك، إربد.
- راغب، نبيل، (1999)، العمل الصحفي، الشركة المصرية العالمية للنشر، ط1، لو نجمان، القاهرة.
- زين، صباح، (2014)، تأثير الدراما التركية على القيم الاجتماعية للشباب، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة الشهيد حمه لخضر، الجزائر.
- شكري، عبد المجيد، (2003)، تكنولوجيا الاتصال، دار الفكر العربي، ط1، القاهرة.

- شعبان، حمدي محمد، (2005)، الإعلام الأمني وإدارة الأزمات والكوارث، مكتبة النهضة المصرية، القاهرة.
- شقير، بارعة حمزة، (1999)، تأثير التعرض للدراما الأجنبية في التلفزيون على إدراك الشباب اللبناني للواقع الاجتماعي. دكتوراه غير منشورة، جامعة القاهرة، القاهرة.
- صلاح الدين، تامر محمد، (2010)، صورة البطل في الأفلام العربية بالقنوات الفضائية المتخصصة، وعلاقته بالصورة الذهنية لدى الشباب. (دراسة دكتوراه غير منشورة ، جامعة عين شمس معهد للدراسات العليا للطفولة، مصر.
- عبد النبي، جمعة محمد، (2011)، اعتماد الشباب العراقي على وسائل الإعلام الجديدة في متابعة الأحداث الجارية في العراق، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة الدول العربية، معهد البحوث والدراسات العربية، قسم الدراسات الإعلامية، القاهرة.
- عبد الحليم، سهير عثمان، (2006)، علاقة تعرض الشباب للصحافة المطبوعة والإلكترونية باتجاهاتهم نحو ظاهرة الإرهاب: دراسة تحليلية ميدانية، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة القاهرة.
- عبد الحميد، عبد الحميد، (2010)، نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، ط2، عالم الكتب، القاهرة.
- عبيدات، ذوقان وعدس، عبد الرحمن وعبد الحق، كايد (1982). البحث العلمي مفهومة وأدواته، دار الفكر للطباعة والنشر: عمان- الأردن.
- كورن، جون، (1999)، التلفزيون والمجتمع (الخصائص- التأثير - النوعية -الإعلانات). (ترجمة أديب خضر)، سلسلة المكتبة العالمية، دمشق.

- لبيب، سعد، (1994)، مدخل لتحديد مفهوم الاختراق الإعلامي، ندوة الاختراق الإعلامي للوطن معهد البحوث العربية، ط 2 - العربي، القاهرة.
- مطر، عاطف، (2003)، دور التلفزيون، في تشكيل الوعي الاجتماعي، لطلاب الجامعات، رسالة ماجستير، غير منشورة، معهد البحوث والدراسات العربية، القاهرة.
- مصلح، مي عبد الرحمن، (2011)، دور وسائل الإعلام التقليدية والحديثة في إمداد الشباب المصري بالمعلومات السياسية، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة عين شمس، القاهرة.
- مكاوي، حسن عماد و السيد، ليلي حسين، (2003)، الاتصال ونظرياته المعاصرة، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة.
- نجم، طه والرواس، أنور، (2011)، العلاقة بين تعرض الشباب العماني لوسائل الإعلام الجديدة ومستوى المعرفة السياسية، دراسة ميدانية على عينة مستخدمي الإنترنت، مجلة دفاتر السياسية والقانون، جامعة السلطان قابوس، العدد الرابع، سلطنة عمان.
- نجم، طه عبد العاطي (2008). الاتصال الجماهيري في المجتمع الحديث، دار المعرفة الجامعية، مصر.
- يفيلير، ملفين، روكيتش، ساندرا، (2002)، نظريات وسائل الإعلام، ترجمة كمال عبد الرؤف، الدار الدولية للنشر والتوزيع، القاهرة.
- يوسف، حنان، (2006)، الإعلام والسياسة مقارنة ارتباطية، أطلس للنشر والإنتاج الإعلامي، ط2، القاهرة.
- ولبر شرام، (1970)، أجهزة الاعلام والتنمية الوطنية، ترجمة محمد فتحي، الهيئة المصرية العامة للكتاب، القاهرة.

المراجع الأجنبية

- Michael, P. & Sulltivan, International Relation, Theories and evidence (Arizon University, Arizona 2001) p. 120& .
- Stanly. J. Barran & Dennis , R. Davis : Mass Communication Theory , Foundation , Ferment and Future (New York :Wads Worth Publishing Company 1995) , p. 226....
- Snory, timothy (2002)." the images of youth contemporary American cinema" 10-01-2004, from <http://www.walproduct.oct.,university of texas>.
- Selah, Revita(2007). Impact of violence television shows and music video clip on adolescent,In: International Journal of adolescent and youth, Vol.

قائمة الملاحق

(ملحق رقم 1)

جامعة الشرق الأوسط - كلية الإعلام

استمارة تحكيم

تحية طيبة وبعد،،

الأستاذ الدكتور.....المحترم

بالنظر إلى المكانة العلمية التي تتمتعون بها أرجو منكم التفضل بإبداء الرأي والمشورة العلمية باستمارة تحكيم المضمون المرفقة بها طياً، وذلك استكمالاً لمتطلبات الحصول على درجة الماجستير في

الإعلام من جامعة الشرق الأوسط. وذلك بإشراف الأستاذ الدكتور: كامل خورشيد مراد

تسعى هذه الدراسة بالتعرف على (دور قناة رؤيا الفضائية الأردنية في تناول قضايا الشباب من وجهة نظر طلبة الإعلام في الجامعات الأردنية). إن هذه الإستبانة جزء من متطلبات الحصول على درجة الماجستير في تخصص الإعلام في جامعة الشرق الأوسط، وإيماناً بأهمية الاستشارة برأيكم وبخبرتكم المشهودة في هذا المجال فإننا نأمل من حضرتكم التكرم بإبداء رأيكم في أدواتها المرفقة وتعديل ما ترونه مناسباً من تعديلات ومقترحات من شأنها إثراء الدراسة وتجويدها وذلك من حيث مدى ملائمة وحدات التحليل وملائمة مع طبيعة الدراسة وهدفها ومدى كفاية هذه الفئات ووضوح مدلولاتها.

مع فائق الشكر والتقدير لتعاونكم،،،

الباحث

محمد منصور الحنيطي

اسم المحكم	الرتبة	التخصص	مكان العمل

استبانة دراسة ماجستير

السلام عليكم ورحمة الله وبركاته.

تحية طيبة وبعد ،،،

يقوم الباحث بإجراء دراسة ميدانية مسحية بعنوان (دور قناة رؤيا الفضائية الأردنية في تناول

قضايا الشباب من وجهة نظر طلبة الإعلام في الجامعات الأردنية)، حيث تهدف الدراسة إلى

معرفة دور قناة رؤيا الفضائية الأردنية لما تقدمه من مواضيع وقضايا تهم الشباب من وجهة نظر

طلبة كلية الإعلام في الجامعات الأردنية.

حيث إن هذه الاستبانة جزء من متطلبات الحصول على درجة الماجستير في تخصص الإعلام في

جامعة الشرق الأوسط، وهي أداة، صممت للوصول إلى نتائج علمية.

وعليه سأكون شاكراً لكم حسن تعاونكم في ملئ حقول الاستبانة المرفقة بوضع علامة (✓) بحسب

الخيارات المتاحة للإجابة عن كل فقرة من فقراتها. علماً بأن إجاباتكم على فقرات هذه الاستبانة

ستعامل بسرية تامة وستستخدم لأغراض البحث العلمي فقط. آملين الإجابة بما يعبر عن رأيكم

بموضوعية تامة.

مع فائق الشكر والتقدير لتعاونكم

الباحث

محمد منصور الحنيطي

رقم الموبايل

أسئلة الاستبانة:

الرجاء وضع علامة (٧) عند الاختيار الذي يناسب إجابته :

المجال الأول : اهتمامات قناة رؤيا بقضايا الشباب من وجهة نظرهم

الرقم	الفقرات	موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة
1.	مضمونها يناسب اهتمامات الشباب.					
2.	تعد برامجها متنفساً للشباب ومخرجاً لمشكلاتهم النفسية والاجتماعية والسلوكية.					
3.	تشجع العمل التطوعي والمجتمعي					
4.	تتامي الجانب الاجتماعي والثقافي للشباب.					
5.	يؤدي تنوع برامج قناة رؤيا في طرح قضايا تهم الشباب إلى زيادة متابعتهم لهذه البرامج.					
6.	تعالج قضايا الشباب الأردني ومشكلاتهم.					
7.	تساهم في تناولها لبرامجها من قضايا سياسية واجتماعية وثقافية في تحقيق الإشباع المطلوب لدى الشباب.					
8.	تساهم القضايا اليومية التي تتعرض لها الشباب في اعداد برامج قناة رؤيا تناقش تلك القضايا.					

					9. تساهم القضايا المختلفة التي تناقشها قناة رؤيا على جذب الشباب لمتابعتها.
					10. تخصص قناة رؤيا برامج تُعني بالقضايا الموجهة للشباب.
					11. تهتم قناة رؤيا بفعاليات ونشاطات تهتم الشباب.

المجال الثاني : قضايا الشباب التي تطرح من خلال قناة رؤيا

الرقم	الفقرات	موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة
12	تناقش قضايا الخرجين من الشباب.					
13	تساعدني القناة على معرفة الواقع كما هو.					
14	تساعد على إذكاء روح التمرد لدى الشباب					
15	متابعني للقناة تنثير فضولي لمعرفة الأخبار والقضايا التي تناقشها.					
16	أتابع القناة لتمضية وقت الفراغ وتقليل الشعور بالوحدة					
17	تساعدني القناة في اكتساب معلومات جديدة تهمني					
18	تساهم برامج قناة رؤيا في توعية الشباب بمختلف القضايا.					
19	تتعرض على قناة رؤيا على سلوكي داخل مجتمعي.					
20	تساعد قناة رؤيا في وضع الحلول المناسبة والواقعية للقضايا التي تهتم الشباب.					
21	يتأثر الشباب بمتابعتهم قناة رؤيا على حسب الظروف التي يمرون بها.					

المجال الثالث : مدى رضا الشباب عن قناة رؤيا بشكل عام

الرقم	الفقرات	موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة
22	أشعر بالسعادة والرضا عن محتوى برامج قناة رؤيا					
23	أشعر بالراحة وبلاسترخاء والهروب من الضغط النفسي لدى مشاهدي القناة					
24	تشعربي بالمصداقية					
25	تشعربي بتغير النظرة التقليدية في مناقشة قضايا الشباب بشكل أكثر حرية وإيجابية.					
26	نجحت في زيادة متابعيها من الشباب.					
27	تواكب الجوانب والقضايا التي تهتم الشباب بصفة خاصة.					
28	تهتم بحرية التعبير من خلال طرح ومناقشة قضايا الشباب.					

المجال الرابع: صعوبات ومعوقات تغطية قضايا الشباب

الرقم	الفقرات	موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة
29	مستوى قناة رؤيا في تناول قضايا الشباب متدني مقارنة مع القنوات الفضائية الأخرى.					
30	تفتقر برامج قناة رؤيا للتعرف على رغبات واحتياجات الشباب.					
31	لا تعكس برامج قناة رؤيا قضايا الشباب ومعاناتهم الفعلية					
32	لا تقدم الحلول المناسبة والمنطقية في القضايا التي تطرحها					

انتهت الأسئلة ،،،

الباحث

محمد منصور الحنيطي

ملحق رقم (2)

قائمة بأسماء المحكمين

الاسم	الرتبة	التخصص	الجامعة
د. عزت حجاب	استاذ	سياسات اعلامية	جامعة الشرق الأوسط
د. إبراهيم فؤاد الخصاونة	استاذ مشارك	إذاعة وتلفزيون	جامعة البترا
د. ليلى جرار	استاذ مساعد	اعلام	جامعة الشرق الاوسط
محمد القرعان	استاذ مساعد	صحافة	جامعة الشرق الاوسط
د. حنان الشيخ	استاذ مساعد	الاعلام	جامعة الشرق الاوسط
د. منال المزاهرة	استاذ مساعد	اعلام	جامعة البترا

ملحق رقم (3) الاستبانة بعد التحكيم

بسم الله الرحمن الرحيم

السلام عليكم ورحمة الله وبركاته.

تحية طيبة وبعد ،،،

يقوم الباحث بإجراء دراسة ميدانية مسحية بعنوان (دور قناة رؤيا الفضائية الأردنية في تناول قضايا الشباب من وجهة نظر طلبة الإعلام في الجامعات الأردنية)، حيث تهدف الدراسة إلى معرفة دور قناة رؤيا الفضائية الأردنية لما تقدمه من مواضيع وقضايا تهم الشباب من وجهة نظر طلبة كلية الإعلام في الجامعات الأردنية. حيث إن هذه الاستبانة جزء من متطلبات الحصول على درجة الماجستير في تخصص الإعلام في جامعة الشرق الأوسط، وهي أداة، صممت للوصول إلى نتائج علمية. وعليه سأكون شاكراً لكم حسن تعاونكم في ملئ حقول الاستبانة المرفقة بوضع علامة (√) بحسب الخيارات المتاحة للإجابة عن كل فقرة من فقراتها. علماً بأن إجاباتكم على فقرات هذه الاستبانة ستعامل بسرية تامة وستستخدم لأغراض البحث العلمي فقط. آملين الإجابة بما يعبر عن رأيكم بموضوعية تامة.

مع فائق الشكر والتقدير لتعاونكم

الباحث

محمد منصور الحنيطي

بيانات شخصية

(1) النوع الاجتماعي

○ ذكر

○ أنثى

(2) الفئة العمرية

○ 18 سنة - 21 سنة

○ 22 سنة - 25 سنة

○ 26 سنة - 29 سنة

○ 30 سنة - فأكثر

(3) البرنامج الدراسي

○ بكالوريوس ○ ماجستير

(4) أسم الجامعة

○ جامعة الشرق الأوسط ○ جامعة البتراء

(5) هل تشاهد قناة رؤيا

○ نعم

○ لا

(6) إذا كانت الإجابة (نعم) فانقل إلى الإجابة على فقرات الاستبانة لطفا .

- إذا كانت الإجابة (لا) نرجو ذكر الأسباب لطفا وإعادة الاستبانة الى الباحث مع

الشكر .

أسئلة الاستبانة:

الرجاء وضع علامة (√) عند الاختيار الذي يناسب إجابتكم :

المجال الأول : اهتمامات قناة رؤيا بقضايا الشباب :

أرى أن قناة رؤيا الفضائية تهتم بقضايا الشباب كما يلي :

الرقم	الفقرات	موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة
1	تشجع العمل التطوعي والمجتمعي					
2	تنمي الجانب الاجتماعي والثقافي للشباب.					
3	يؤدي تنوع برامج قناة رؤيا في طرح قضايا تهتم الشباب إلى زيادة متابعتهم لهذه البرامج.					
4	تعالج قضايا الشباب الأردني ومشكلاتهم.					
5	تساهم في تناولها لبرامجها من قضايا سياسية واجتماعية وثقافية في تحقيق الإشباع المطبوع لدى الشباب.					
6	تساهم القضايا اليومية التي تتعرض الشباب في اعداد برامج قناة رؤيا تناقش تلك القضايا.					
7	تساهم القضايا المختلفة التي تناقشها قناة رؤيا على جذب الشباب لمتابعتها.					
8	تخصص قناة رؤيا برامج تُعني بالقضايا الموجهة للشباب.					
9	تهتم قناة رؤيا بفعاليات ونشاطات تهتم الشباب.					
10	تعالج مشكلات الشباب النفسية					

المجال الثاني : قضايا الشباب التي تطرح من خلال قناة رؤيا: تطرح قناة رؤيا القضايا التالية

للشباب :

الرقم	الفقرات	موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة
11	مناقشة قضايا الخريجين من الشباب.					
12	مناقشة قضايا الشباب الجامعي					
13	تطرح قضايا البطالة المتفشية بين الشباب					
14	تعالج قضايا أسباب عزوف الشباب عن الزواج					
15	تتناول قضايا إرتفاع نسبة الطلاق بين الشباب					
16	تهتم بقضايا الإدمان بين الشباب					
17	تتناقش قضايا العنف بين الشباب					
18	تعالج قضايا إنحراف الشباب وأسبابها					
19	تطرح قضايا إثبات الذات					
20	تتناقش قضايا قرار إختيار التخصص العلمي					
21	تتناقش قضايا عزوف الشباب عن الإنتخابات وأسبابها					

المجال الثالث : مدى رضا الشباب عن قناة رؤيا بشكل عام

الرقم	الفقرات	موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة
22	أشعر بالرضا عن القناة					
23	تشعرنني بالمصادقية					
24	تشعرنني بتغير النظرة التقليدية في مناقشة قضايا الشباب بشكل أكثر حرية وإيجابية.					
25	تهتم بحرية التعبير من خلال طرح ومناقشة قضايا الشباب.					
26	أشعر أنها تمثلني وتدافع عني					

المجال الرابع: معوقات محتملة بخصوص تغطية قضايا الشباب

الرقم	الفقرات	موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة
27	مستوى قناة رؤيا في تناول قضايا الشباب متدني مقارنة مع القنوات الفضائية الأخرى.					
28	تفتقر برامج قناة رؤيا في إعدادها للتعرف على رغبات واحتياجات الشباب.					
29	لا تعكس برامج قناة رؤيا قضايا الشباب ومعاناتهم الفعلية					
30	لا تقدم الحلول المناسبة في القضايا التي تطرحها					

انتهت الأسئلة ،،،

الباحث

محمد منصور الحنيطي