



اعتماد الجمهور الأردني على القنوات الفضائية العربية كمصدر للمعلومات حول القضايا الدينية

الدكتور علي منذر الدقاسمة

باحث في مجال الإعلام الإسلامي

E-mail : alida1979@yahoo.com

الملخص:

هدفت هذه الدراسة إلى معرفة طبيعة اعتماد أفراد الجمهور الأردني على القنوات الفضائية العربية كمصدر للمعلومات حول القضايا الدينية ، ومعرفة درجة رضاهم عن هذه القنوات ، كما سعت الدراسة إلى قياس الآثار المعرفية والوجدانية والسلوكية الناتجة من هذا الاعتماد. وتعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية ، وتعتمد على المنهج المسحي . وقد تم استخدام أسلوب العينة العشوائية لتوزيع أداة الدراسة (الاستبانة) على (200) مفردة من أفراد الجمهور الأردني. حيث توصلت الدراسة إلى جملة من النتائج أبرزها :

1. درجة اعتماد الجمهور الأردني جاءت متوسطة ، إذ جاءت فئة (أعتمد أحياناً) المرتبة الأولى بما نسبته (42.9%).
2. من أهم أسباب اعتماد الجمهور الأردني على القنوات الفضائية العربية كمصدر للمعلومات حول القضايا الدينية : " تتيح القنوات الفضائية العربية إمكانية التفاعل مع الموضوعات عبر الاتصالات الهاتفية أو المشاركات الجماهيرية " .
3. جاءت قناة اقرأ الفضائية بالمرتبة الأولى على قائمة القنوات الفضائية بالنسبة للجمهور الأردني بنسبة (15.3%).
4. تصدرت برامج الحوارية+ الجماهيرية المرتبة الأولى على قائمة طبيعة البرامج المفضلة لدى الجمهور الأردني وبما نسبته (43.5%).
5. جاءت فتاوي شرعية بالمرتبة الأولى على قائمة القضايا الدينية المفضلة و بما نسبته (16.9%).

الكلمات المفتاحية: اعتماد ، الجمهور الأردني ، القنوات الفضائية ، القضايا الدينية.



ABSTRACT

This study aimed to find out the nature of the dependence of Jordanian public on Arab satellite channels as a source of information about religious issues, and find out the degree of their satisfaction with these channels, the study also sought to measure the cognitive, emotional and behavioral effects resulting from this dependence. This study is descriptive study, and it depends on the survey method.

The random sampling method was used to distribute the study tool (the questionnaire) on (200) individuals from the Jordanian public.

The study reached a number of results, most notably:

1. The degree of Jordanian public dependence was medium, as the category (sometimes adopted) came first with a rate of (42.9%).
2. One of the most important reasons for the Jordanian public's reliance on Arab satellite channels as a source of information on religious issues is: "Arab satellite channels provide the possibility of interacting with topics through telephone calls or public participation."
3. Iqra'a Satellite Channel ranked first on the list of satellite channels for the Jordanian audience (15.3%).
4. The list of favorite programs for the Jordanian audience was ranked first for the talk show + public programs, with a rate of (43.5%).
5. The talk + public programs topped the list of the nature of favorite programs among the Jordanian public, with a rate of (43.5%).

Key words: dependence, the Jordanian public, satellite channels, religious issues.



مقدمة:

يشكل التلفزيون أحد أهم الوسائل الإعلامية بالرغم من الانتشار الواسع للتكنولوجيا الحديثة للإعلام والاتصال، ذلك أن التلفزيون قد حافظ على مكانته وجمهوره مقارنة بالراديو والصحيفة خاصة في الدول النامية وهذا راجع إلى خصائصه وجمعه بين الصورة والصوت واعتماده في كثير من الأحيان على الوسائل الإعلامية الأخرى¹

وقد شهدت السنوات الأخيرة من القرن الماضي ظهور القنوات الفضائية وانتشارها على نطاق كبير، مما أدى إلى تحول العالم إلى قرية كونية صغيرة تربطها شبكة اتصالات واحدة من خلال الأقمار الصناعية، كما تنامت قوة إعلام القنوات الفضائية، وزادت المنافسة بين القنوات الفضائية على استقطاب المشاهدين ومن بينهم الجمهور الأردني أمام الأجهزة المرئية، وذلك من خلال ما تبثه من برامج دينية أو علمية وثقافية وترفيهية وأخرى²

وبذلك فإن ثورة التكنولوجيا وانتشارها السريع في العالم في هذا القرن والمتمثلة في تطور وسائل حديثة من شبكة الإنترنت والقنوات الفضائية تأثرا في التواصل بين أمم العالم ، ، من خلال ما تبثه من علوم نافعة والتأثير في التوعية الدينية ، فأنتفع المسلمون حول العالم بالقنوات الفضائية الهادفة لاسيما الدينية الإسلامية أو التي تبث محتوى ديني ، والتي ساهمت بانتشار الإسلام ، وتوضيح شريعته وأحكامه ، وعباداته ، وأخلاقه ، وآدابه ، ، كما عنيت الفضائيات بتخصيص مساحات وافية للأسرة ، والطفل ، والشباب ، والطلاب ، وعنيت أيضا بذوي الاحتياجات الخاصة ، وأصبحت هذه القنوات الفضائية لاسيما الإسلامية المتخصصة ذو أهمية بالغة في نشر الدعوة الإسلامية في المجتمع .

وقد ظهرت الكثير من البرامج الدينية التي تستقطب الجمهور ، وتستخدم أساليب كثيرة في ذلك، منها تقديم البرامج من قبل دعاة اسلاميين، ليكونوا أكثر اقناعاً للمشاهدين، ومنها استضافة مختصين من علماء المسلمين، أو دعاة معروفين، أو شخصيات دينية ذات ثقل، وهو ما شجّع الكثير من أفراد الجمهور إلى متابعة هذه البرامج، والتي تمكنت من فتح الباب لهم بالمشاركة والتفاعل، من خلال الاتصالات الهاتفية والاستفسار بشكل مباشر من المقدم، أو الضيف.

وبناءً عليه، جاءت هذه الدراسة في محاولة لرصد طبيعة اعتماد الجمهور الأردني على القنوات الفضائية العربية كمصدر للمعلومات حول القضايا الدينية، وما الآثار الناتجة من هذا الاعتماد، كما سعت الدراسة إلى قياس درجة الرضا عن هذه القنوات وما الأشكال البرمجية المفضلة للجمهور لاستقاء المعلومات الدينية.

مشكلة الدراسة وتساولاتها:

تشكل القنوات الفضائية العربية مصدراً هاماً من مصادر المعلومات، لما تمتلكه من خصائص مميزة وفريدة تميزها عن بقية الوسائل الإعلامية، كما أنها حظيت بجماهيرية عالية طيلة العقود الماضية على الرغم من

¹ رزيق ، البرامج الاجتماعية في الفضائيات الجزائرية الخاصة ، ص5

² دشتي ، أثر مشاهدة البرامج الفضائية على المهارات الاجتماعية لدى عينة من الأطفال بدولة الكويت ، ص66



ظهور وسائل الإعلام الجديدة، إلا أنها بفضل ما تمتلكه من قوة تأثير وإقناع وتوجيه تمكنت من الحفاظ على مكانتها.

وتأسيساً على السابق، تكمن مشكلة الدراسة الرئيسية في محاولة التعرف على طبيعة اعتماد الجمهور الأردني على القنوات الفضائية العربية كمصدر للمعلومات حول القضايا الدينية. وتهدف الدراسة بشكل أساسي إلى الإجابة على مجموعة الأسئلة التالية:

- 1- ما مدى اعتماد الجمهور الأردني على القنوات الفضائية العربية كمصدر للمعلومات حول القضايا الدينية؟
- 2- ما أسباب اعتماد الجمهور الأردني على القنوات الفضائية العربية كمصدر للمعلومات حول القضايا الدينية؟
- 3- ما القنوات الفضائية العربية المفضلة للجمهور الأردني للحصول على المعلومات حول القضايا الدينية؟
- 4- ما طبيعة البرامج المفضلة لدى الجمهور الأردني في متابعة القضايا الدينية عبر القنوات الفضائية العربية؟
- 5- ما القضايا الدينية التي يهتم الجمهور الأردني بمتابعتها من خلال القنوات الفضائية العربية؟
- 6- ما درجة رضا الجمهور الأردني بالقنوات الفضائية العربية كمصدر للمعلومات حول القضايا الدينية؟
- 7- ما (الآثار المعرفية والوجدانية والسلوكية) الناتجة من اعتماد الجمهور الأردني على القنوات الفضائية العربية كمصدر للمعلومات حول القضايا الدينية؟

أهمية الدراسة:

تكمن أهمية هذه الدراسة من جانبين :

الجانب الأول : الأهمية العلمية للدراسة

وتتلخص في قلة البحوث والدراسات التي تعنى بدراسة الحصول على المعلومات حول القضايا الدينية ، ومن جهة أخرى تكتسب هذه الدراسة أهميتها في كونها تقوم بدراسة وسيلة إعلامية قوية ولها حضورها الذي لا يمكن الاستغناء عنه ، وهي (القنوات الفضائية العربية).

الجانب الثاني : الأهمية العملية للدراسة

تعتبر القضايا الدينية من أهم القضايا التي تشغل بال الجمهور الأردني، وذلك نتيجة لتغير نمط الحياة في المجتمع الأردني، ودخول كثير من المتغيرات عليه، والتي أدت إلى التباس في بعض القضايا والأحكام، ومن ناحية أخرى فإن الموضوعات الدينية تشكل عصب الحياة الذي نعيشه لأننا نستمد أحكام حياتنا من الشريعة الإسلامية، لذا لنحن بحاجة ملحة دائماً إلى الاطلاع ومعرفة كل ما يخص القضايا الدينية.

أهداف الدراسة:

تسعى الدراسة إلى تحقيق الأهداف التالية :

- 1- مدى اعتماد الجمهور الأردني على القنوات الفضائية العربية كمصدر للمعلومات حول القضايا الدينية.
- 2- أسباب اعتماد الجمهور الأردني على القنوات الفضائية العربية كمصدر للمعلومات حول القضايا الدينية.
- 3- القنوات الفضائية العربية المفضلة للجمهور الأردني للحصول على المعلومات حول القضايا الدينية.
- 4- طبيعة البرامج المفضلة لدى الجمهور الأردني في متابعة القضايا الدينية عبر القنوات الفضائية العربية.
- 5- القضايا الدينية التي يهتم الجمهور الأردني بمتابعتها من خلال القنوات الفضائية العربية.
- 6- درجة رضا الجمهور الأردني بالقنوات الفضائية العربية كمصدر للمعلومات حول القضايا الدينية.



7- (الآثار المعرفية والوجدانية والسلوكية) الناتجة من اعتماد الجمهور الأردني على القنوات الفضائية العربية كمصدر للمعلومات حول القضايا الدينية.

الإطار النظري للدراسة

يتصل الإطار النظري لهذه الدراسة مع نظرية هامة ولها مكانتها بين نظريات الإعلام والاتصال ، وهي (نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام).

تشير نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام بأن تأثير وسائل الإعلام ليس موحد ولا مباشر ، بل يعتمد هذا التأثير على اعتماد الشخص على وسائل الإعلام لإشباع حاجة أو تحقيق هدف وبالتالي يكون لوسائل الإعلام تأثير أقوى على هذا الشخص ، فوسائل الإعلام تكون أكثر فاعلية عندما تقدم محتوى فريد يرتبط بأهداف المتعرضين لها ، ويزداد تأثير وسائل الإعلام إذا قل اعتماد الفرد على الشبكات الاجتماعية (العلاقات الشخصية) في الحصول على المعلومات.

وتعد نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام كائن اجتماعي معقد وفريد التطور ، ففي أوقات الأزمات يعتمد الأفراد على وسائل الإعلام لإزالة الغموض ومع ذلك فإن وسائل الإعلام تعتمد على الأفراد والموارد البشرية من أجل نفس الهدف (إزالة الغموض).

نشأة النظرية

وكان الظهور المبكر لمسمى نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام من خلال ورقة بحثية للباحثة ساندرا بال – روكيتش بعنوان "منظور المعلومات عام 1974 والتي دعت إلى التحول من المفاهيم التي تركز على دور وسائل الإعلام في عملية الإقناع إلى النظرة إلى وسائل الإعلام كنظام للمعلومات ، وتم اعتبار أن قوة النظام الإعلامي مستمدة من اعتماد الأنظمة الأخرى والأفراد عليه وعلى مصادر المعلومات التي يتحكم فيها ، وذلك بدلاً من النظر إلى وسائل الإعلام باعتبارها أنظمة غير مرتبطة بغيرها أو معزولة.

الهدف الرئيس لنظرية الاعتماد على وسائل الإعلام :

من الأهداف الرئيسية التي سعى كل من " ملفين ديفلير وساندرا بول روكيتش مؤسسا لنظرية الاعتماد على وسائل الإعلام عام 1976 للتوصل إليه ، هو تفسير لماذا يكون لوسائل الاتصال الجماهيرية أحياناً تأثيرات قوية و مباشرة ، وفي احيان أخرى تكون لها تأثيرات غير مباشرة و ضعيفة نوعاً ما¹ .

تأثير وسائل الإعلام في الجمهور نتيجة الاعتماد عليها :

يشير صاحباً النظرية (ملفين دي فلور وساندرا بول روكيتش) إلى الآثار المحتملة نتيجة اعتماد الفرد على وسائل الإعلام من خلال ثلاث فئات أساسية هي : الآثار المعرفية ، والآثار الوجدانية ، والآثار السلوكية² .

أولاً : الآثار المعرفية :

تشتمل الآثار المعرفية وفقاً لهذه النظرية على أربعة أمور هي :

أ . كشف الغموض :

¹ قادوس، إعلام وثقافة الطفل ،ص182

² كنعان ، نظريات الإعلام ،ص 170



فالغموض ناتج عن نقص معلومات في حدث معين يترتب عليه عدم معرفة التفسير الصحيح للحدث من قبل الجمهور، وتكشف وسائل الإعلام الغموض من خلال تقديم التفسير الواضح للحدث أو زيادة المعلومات في هذه الحادثة.

ب . تكوين الاتجاه :

تكوّن وسائل الإعلام الاتجاه لدى الجمهور مع عدم إغفال الدور الانتقائي للفرد في تكوين الاتجاه لديه ، كما في مثل مشكلات البيئة والتربية .

ج . ترتيب الأولويات :

ولهذا الاثر نظرية مستقلة تحمل الاسم نفسه ، حيث إن وسائل الإعلام تبرز قضايا ، وتخفي أخرى مما يشكل أهمية لدى الجمهور من جراء تسليط الإعلام الضوء على قضية دون أخرى .

د . اتساع الاهتمامات :

وذلك أن وسائل الإعلام تعلم الجمهور أشياء ومعارف لا يدركونها من قبل ، مما يشكل لهم أهمية . وذلك مثل الحرية في التعبير ، وأمر المساواة .

ثانياً : الآثار الوجدانية :

يذكر (ملفين دي فلور وساندرا بول روكيش) صاحباً النظرية ان المقصود بالآثار الوجدانية هو المشاعر مثل : العاطفة ، والخوف ، ويعرضها على النحو الآتي :

أ . الفئور العاطفي :

فكثرة التعرض لوسائل الإعلام يؤدي بالفرد إلى الشعور بالفئور العاطفي ، وعدم الرغبة في مساعدة الآخرين ، وهذا نتيجة التعرض لمشاهد العنف التي تصيب الفرد بالتبدل .

ب . الخوف والقلق :

يفترض أن التعرض لمشاهد العنف يصيب الفرد المتلقي بالخوف ، والقلق ، والرعب من الوقوع في هذه الأعمال أو أن يكون ضحية لها .

ج . الدعم المعنوي :

وذلك أن وسائل الإعلام عندما تقوم بأدوار اتصال رئيسية ترفع الروح المعنوية لدى الجمهور نتيجة الإحساس بالتوحد ، والاندماج في المجتمع ، والعكس عندما لا تعبر وسائل الإعلام عن ثقافته ، وانتمائه فيحس بإحساس الغربة .

ثالثاً : الآثار السلوكية :

يحصّر (دي فلور وساندرا بول روكيش) الآثار السلوكية المترتبة على اعتماد الفرد على وسائل الإعلام في أمرين :

التنشيط :

ويعني به قيام الفرد بنشاط ما نتيجة التعرض لوسائل الإعلام ، وهذا هو المنتج النهائي لربط الآثار المعرفية بالوجدانية .

الخمول :



ويعني هذا العزوف عن العمل ، ولم يحظ هذا الجانب بالدراسة الكافية ، ويحدث العزوف نتيجة التغطية المبالغ فيها ، مما يسبب الملل .

من هنا يتضح أن علاقة الاعتماد تتوقف على مدى تحقيق مصدر الإشباع (مصدر التأثير/ وسائل الإعلام كمصدر للمعلومات) لإشباع الفرد المعتمد عليه كماً وكيفاً ، كما يقدرها أو يقيّمها هذا المعتمد ، وليس كما يقدم هذا المصدر الدراسات السابقة

بما يتناسب وينسجم مع طبيعة موضوع الدراسة البحثية ، فقد حاول الباحث إدراج دراسات سابقة ذات صلة بالموضوع ، أو قريب منه بشكل مباشر أو غير مباشر ، ويستعرضها الباحث وفق التالي :

الدراسات العربية:

1- دراسة رابعة (2016) بعنوان : "اعتماد الصحفيين الأردنيين على قناة بي بي سي عربي في الحصول على المعلومات المتعلقة بالأحداث العربية الجارية " . سعت هذه الدراسة إلى معرفة مدى اعتماد الصحفيين الأردنيين على قناة بي بي سي عربي في الحصول على المعلومات المتعلقة بالأحداث العربية الجارية وما الآثار الناتجة من هذا الاعتماد ، وذلك بالاعتماد على المنهج المسحي وتكونت العينة من (400) مفردة باستخدام أسلوب العينة العشوائية . وبينت النتائج أن هناك علاقة ارتباطية إيجابية دالة إحصائياً بين مدى اعتماد الصحفيين الأردنيين على قناة بي بي سي عربي وبين أهمية الأحداث التي تتناولها عن المنطقة العربية في نشراتها الإخبارية ، كما خلصت نتائج الدراسة إلى وجود علاقة ذات دلالة إحصائية إيجابية بين مدى اعتماد الصحفيين الأردنيين على قناة بي بي سي عربي وبين رغبتهم في زيادة الوعي والمخزون المعرفي حول الأحداث الجارية في المنطقة العربية .

2- دراسة العززي (2015) بعنوان : اعتماد طلبة جامعة أم القرى على القنوات الفضائية الإخبارية الناطقة بالعربية في متابعة الأحداث والقضايا السياسية ، هدفت هذه الدراسة إلى معرفة مدى اعتماد طلبة جامعة أم القرى على القنوات الفضائية الإخبارية الناطقة بالعربية في متابعة الأحداث والقضايا السياسية ، وطبق على عينة عشوائية قوامها (300) مفردة من طلبة كليات الجامعة في مدينة مكة المكرمة ، وأظهرت نتائج هذه الدراسة أن (25%) من طلبة جامعة أم القرى يعتمدون بدرجة مرتفعة على القنوات الفضائية الإخبارية ، وتوصلت نتائج الدراسة أن النسبة الأعلى من طلبة جامعة أم القرى بمختلف توجهاتهم الشخصية يقضون أقل من ساعة من أوقاتهم لمشاهدة القنوات الإخبارية . وبينت نتائج الدراسة أن الآثار الناتجة عن اعتماد طلبة جامعة أم القرى على القنوات الإخبارية في متابعة الأحداث والقضايا السياسية ، ظهرت الآثار المعرفية بدرجة مرتفعة أما الآثار السلوكية بدرجة مرتفعة عند الإناث ذوات التخصص الإنساني بينما ظهرت ضعيفة عند الذكور ذوي التخصص الإنساني ، وبشأن الآثار الوجدانية فقد وجدت ضعيفة عند الشباب الجامعي على مستوى النوع أو التخصص .

3- دراسة الروابدة (2014) بعنوان : اعتماد المشاهدين على برامج التلفزيون الأردني في اكتساب المعلومات الصحية . سعت هذه الدراسة إلى التعرف إلى درجة اعتماد المشاهدين على برامج التلفزيون الأردني في اكتساب المعلومات الصحية ، وذلك بالاعتماد على المنهج المسحي ، وتكونت عينة الدراسة من (557) مفردة ، تم توزيع الاستبانة عليهم وفق أسلوب العينة العرضية في مدينة اربد وريفها ، وتوصلت



الدراسة إلى أن (42.9%) يعتمدون على برامج التلفزيون الأردني في اكتساب المعلومات الصحية (أحياناً) ، وفي المرتبة الثانية من يعتمدون (نادراً) بنسبة (27.3%) . وأظهرت النتائج أن ما نسبته (44.3%) من أفراد العينة المبحوثة يشاهدون المضامين الصحية في برامج التلفزيون الأردني (3-4 مرات / أسبوعياً) ، وما نسبته (33.3%) يشاهدونها بشكل نادر . وكشفت الدراسة أن الآثار المعرفية حصلت على المتوسطات الحسابية فيما يتعلق بالآثار الناتجة عن اعتماد المشاهدين على المضامين الصحية التي يقدمها التلفزيون الأردني ، وجاءت الآثار السلوكية في المرتبة الثالثة ، والآثار الوجدانية في المرتبة الثالثة والأخيرة.

4- دراسة فقيه (2002) بعنوان: العلاقة بين الاعتماد على القنوات التلفزيونية الفضائية ومستويات المعرفة بالموضوعات الإخبارية في المجتمع اليمني . هدفت الدراسة إلى معرفة العلاقة الاعتماد على القنوات التلفزيونية الفضائية ومستويات المعرفة بالموضوعات الإخبارية في المجتمع اليمني ، وقد أجرى الباحث دراسة مسحية تحليلية على عينة من النشرات الإخبارية لقنوات الجزيرة الإخبارية، MBC، أبو ظبي الفضائية، الفضائية اليمنية كما أجرى دراسة مسحية ميدانية على عينة غير عشوائية هي العينة المتاحة. قوامها (500) مفردة . وتوصلت الدراسة إلى أن قناة الجزيرة الإخبارية جاءت في المرتبة الأولى في قائمة القنوات الفضائية العربية التي يعتمد عليها المبحوثين في معرفة القضايا والأخبار ، تلتها قناة MBC في المرتبة الثانية ، وقناة الفضائية اليمنية في المرتبة الثالثة . كما بينت النتائج أن الآثار المعرفية تصدرت قائمة الآثار الناتجة من اعتماد المشاهدين على القنوات الفضائية الإخبارية ، تلتها الآثار السلوكية ، ثم الوجدانية . الدراسات الأجنبية

1- دراسة Oliveira (1986) بعنوان : **Satellite TV and dependency: an empirical approach** . هدفت هذه الدراسة إلى اختبار العلاقة بين التعرض للتلفزيون وبين اتجاهات المستهلك في الولايات المتحدة الأمريكية ، وذلك بالاعتماد على المنهج المسحي ، وباستخدام أسلوب العينة العشوائية تم توزيع الاستبانة على (96) مفردة ، (48) مفردة في المدن ، و(48) في الريف . وتوصلت الدراسة إلى أن التعرض للتلفزيون الأمريكي يرتبط بشكل إيجابي في إعطاء الأفضلية للمنتجات الأمريكية، كما أشارت النتائج أن التعرض للتلفزيون الأمريكي يرتبط سلبياً مع تفضيل البضائع الأمريكية المركزية. وبينت النتائج ان مشاهدة التلفزيون الأمريكي مرتبطة إلى حد كبير مع النزعة الاستهلاكية في القرى والريف ، وأوضحت النتائج أنه على العكس بالنسبة للتعرض للتلفزيون المكسيكي كلما زاد التعرض للتلفزيون زادت فرصة إعطاء الأفضلية لمنتجات أمريكا الوسطى .

2- دراسة Becker & Whitney (1980) بعنوان : **Effect of media dependencies Audience Assessment of Government** . هدفت هذه الدراسة إلى قياس آثار اعتماد الجمهور على وسائل الإعلام ، وتقييمهم للأداء الحكومي من خلال هذا الاعتماد ، اعتمدت الدراسة على المنهج المسحي ، واستخدمت المقابلة كأداة للدراسة ، حيث أجرى الباحثان (548) مقابلة عبر الهاتف بشكل عشوائي من دليل الهاتف العام . وبينت نتائج الدراسة أن أفراد العينة كانوا أكثر اعتماداً على الصحف من التلفزيون في الحصول على المعلومات بالشؤون المحلية والوطنية ، كما أوضحت النتائج أن المشاركين كانوا أكثر علماً وإطلاعاً بالشأن المحلي أكثر من الشؤون الوطنية ، حيث أشاروا إلى أنهم يعتمدون على وسائل الإعلام في متابعة المواضيع والأحداث المحلية أكثر من المواضيع الوطنية . وأشارت النتائج إلى أن أفراد العينة أكثر ثقة في المسؤولين المحليين من المسؤولين الوطنيين.



التعليق على الدراسات السابقة

- تتشابه الدراسة الحالية مع غالبية الدراسات السابقة من حيث نوعية الدراسة الوصفية.
- تتشابه الدراسة الحالية مع غالبية الدراسات السابقة من حيث الاعتماد على المنهج المسحي.
- تتشابه الدراسة الحالية مع غالبية الدراسات السابقة من حيث استخدام الاستبانة كأداة للدراسة.
- تتميز الدراسة الحالية عن بقية الدراسات السابقة بأنها تقوم بدراسة الجمهور الأردني كعينة بحثية.
- تختلف الدراسة الحالية عن بقية الدراسات السابقة أنها تتناول القضايا الدينية في القنوات الفضائية العربية.

استفاد الباحث من الدراسات السابقة فيما يلي:

- تطوير الأداة البحثية.
- صياغة الإطار النظري.
- بلورة الموضوع البحثي.

نوعية الدراسة ومنهجها:

- نوع الدراسة : تعتبر هذه الدراسة من نوعية الدراسات الوصفية والتي تعتبر بأنها "طريقة منتظمة لدراسة حقائق راهنة، متعلقة بظاهرة أو موقف أو أفراد، أو أحداث أو أوضاع معينة، بهدف اكتشاف حقائق جديدة، أو التحقق من صحة حقائق قديمة، وآثارها، والعلاقات التي تتصل بها، وتغيرها، وكشف الجوانب التي تحكمها"¹
- المنهج المستخدم : لتحقيق النتائج المرجوة من هذا البحث وبما ينسجم ويتوافق مع طبيعة الأهداف والأسئلة الموضوعية ، فإن المنهج الأنسب لهذه النوعية من الدراسات هو المنهج المسحي والذي يعرف بأنه "المنهج البحثي الذي يهدف إلى مسح الظاهرة موضوع الدراسة ، لتحديدها ، والوقوف على واقعها بصورة موضوعية، تمكن الباحث من الاستنتاج العلمي لمعرفة أسبابها والمقارنة فيما بينها ، وقد تتجاوز ذلك للتقييم تبعاً لما تخلص له من نتائج"².
- مجتمع الدراسة وعينته
- مجتمع الدراسة : تكون مجتمع الدراسة من جميع أفراد المجتمع الأردني ، ممن هم فوق (18) عام ومن كافة محافظات المملكة الأردنية الهاشمية .
- عينة الدراسة : تم استخدام أسلوب العينة العشوائية والتي "يكون فيها احتمال اختيار جميع المفردات متساوٍ ومعروف ويمكن حسابه"³ ، وجرى توزيعها على (200) مفردة من أفراد الجمهور الأردني ، ويبين الجدول التالي خصائص أفراد العينة :

¹ مصطفى ، البحث الاجتماعي في محيط الخدمة الاجتماعية ،ص278

² انصورة ، أساسيات وأصول علم النفس ،ص53

³ النقيب ، مهارات البحث عن المعلومات وإعداد البحوث في البيئة الرقمية ،ص110



جدول رقم (1) خصائص أفراد العينة

المتغير الديموغرافي	البدايل	التكرار	%
النوع الاجتماعي	ذكر	117	58.5
	أنثى	83	41.5
	المجموع	200	100
الحالة الاجتماعية	أعزب	81	40.5
	متزوج	105	52.5
	مطلق	11	5.5
	أرمل	3	1.5
	المجموع	200	100
المستوى التعليمي	ثانوية عامة فأقل	14	7
	بكالوريوس	99	49.5
	دراسات عليا	87	43.5
	المجموع	200	100
الدخل الشهري	أقل من \$(500)	73	36.5
	من \$(500-1000)	75	37.5
	أكثر من \$1000	52	26
	المجموع	200	100



يمثل الجدول رقم (1) خصائص أفراد العينة المبحوثة ، ونلاحظ بشكل مفصل فيما يخص الفئة الأولى (النوع الاجتماعي) ، أن نسبة الذكور كانت أعلى فقد بلغت (58.5%) ، بينما نسبة الاناث كانت (41.5%) ، أما فيما يخص الحالة الاجتماعية فتوضح البيانات أن فئة متزوج جاءت بالمرتبة الأولى بما نسبته (52.5%) ، تلتها بالمرتبة الثانية فئة أعزب بنسبة مئوية قيمتها (40.5%) ، أما فئة مطلق فقد شغلت المرتبة الثالثة بما نسبته (5.5%) ، بينما جاءت فئة مطلق بالمرتبة الرابعة والأخيرة بنسبة (1.5%) ، أما فيما يخص المستوى التعليمي ، فاحتل المستوى البكالوريوس المرتبة الأولى بما نسبته (49.5%) تلتها بالمرتبة الثانية فئة دراسات عليا بنسبة (43.5%) ، أما ثانوية عامة فأقل جاءت بالمرتبة الثالثة والأخيرة بنسبة (7%) .

وبالنسبة للمتغير الديموغرافي الدخل الشهري ، فقد جاءت فئة من (500-1000\$) بالمرتبة الأولى بما نسبته (37.5%) ، تلتها بالمرتبة الثانية فئة قل من (500\$) بنسبة (36.5%) ، أما فئة أكثر من 1000\$ جاءت بالمرتبة الأخيرة بنسبة وصلت إلى (26%) .

أداة الدراسة:

وفقاً لما تقتضيه طبيعة البحث ، فإن الاستبانة هي أداة الدراسة المستخدمة في جمع المعلومات من أفراد العينة ، ويشير البحث إلى أنه لجأ إلى تصميم استبانة إلكترونية لسهولة الوصول إلى المجتمع الأردني من مختلف المحافظات .

محاور الاستبانة:

تكونت الاستبانة من المحاور التالية :

المحور الأول : الخصائص الديموغرافية لأفراد عينة الدراسة (البيانات الشخصية).

المحور الثاني : مدى اعتماد الجمهور الأردني على القنوات الفضائية العربية.

المحور الثالث : درجة ثقة الجمهور الأردني بالقنوات الفضائية العربية فيما يخص القضايا الدينية.

المحور الرابع : آثار اعتماد الجمهور الأردني على القنوات الفضائية العربية للحصول على المعلومات المتعلقة بالقضايا الدينية.

اختباري الصدق والثبات:

اختبار الصدق:

لجأ الباحث إلى اختبار صدق أداة الدراسة من خلال أسلوب الصدق الظاهري ، أو ما يعرف بصدق المحكمين ويكون ذلك من خلال عرض الاستبانة (أداة الدراسة) على ثلاثة من المحكمين من ذوي الخبرة في مجال البحث العلمي ، لغاية تقييم الأداة وإبداء الملاحظات ، ليقوم الباحث فيما بعد بتعديلها وفق ما يتناسب مع طبيعة البحث والأهداف المرجو تحقيقها.

اختبار الثبات:

استناداً إلى طبيعة أسئلة الدراسة ، فقد تم اختبار ثبات فقرات وعبارات أسئلة الدراسة من خلال اختبار الاتساق الداخلي ، وذلك باستخراج معامل الثبات كرونباخ ألفا ، وقد تم التوصل إلى نسبة ثبات مقدارها (91.7%) ، وتعد هذه النسبة عالية وتنم عن توافق وانسجام بين عبارات وفقرات الاستبانة. المقاييس الإحصائية المستخدمة



استخدمت الدراسة عدد من المقاييس والأساليب الإحصائية من خلال البرنامج الإحصائي (SPSS) :

- التكرارات والنسب المئوية.
 - المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية.
 - معامل الثبات كرونباخ ألفا.
- أولاً- مدى اعتماد الجمهور الأردني على القنوات الفضائية العربية كمصدر للمعلومات حول القضايا الدينية

جدول رقم (2)- مدى اعتماد الجمهور الأردني على القنوات الفضائية العربية كمصدر للمعلومات حول القضايا الدينية

الاعتماد	التكرار	%
أعتمد دائماً	75	35.4
أعتمد أحياناً	91	42.9
أعتمد نادراً	34	16
لا أعتمد على الإطلاق	12	5.7
المجموع العام	212	100

توضح بيانات الجدول رقم(2) درجة اعتماد الجمهور الأردني على القنوات الفضائية العربية كمصدر للمعلومات حول القضايا الدينية، وتشير البيانات إلى التفاوت في نسب الاعتماد ، فمنهم من يعتمد دائماً ، وآخرون أحياناً ونادراً ، ومنهم لا يعتمد على الإطلاق .

وتبين النتائج أن درجة اعتماد الجمهور الأردني جاءت متوسطة ، إذ جاءت فئة (أعتمد أحياناً) المرتبة الأولى بما مجموعه (91) تكراراً وما نسبته (42.9%) ، تلتها بالمرتبة الثانية (أعتمد دائماً) بتكرار مجموعه (75) ونسبة مئوية وصلت إلى (35.4%) ، بينما جاءت فئة (أعتمد نادراً) بالمرتبة الثالثة بتكرار بلغ (34) وبما نسبته (16%) ، أما ممن لا يعتمدون بشكل مطلق على القنوات الفضائية العربية فقد شغلوا المرتبة الأخيرة من القائمة بتكرار مجموعه (12) وشكلوا ما نسبته (5.7%). ويوضح الباحث في هذا الصدد أن ممن لا يعتمدون سيخرجون من العينة ليصبح مجموع العينة النهائي (200) مفردة.

وبتفسير النتيجة السابقة ، نجد أنها الاعتماد بشكل متوسط (أحياناً) أمر مقبول ومنطقي ، لاسيما مع توفر الوسائل الاتصالية البديلة في الحصول على المعلومات ، لعل أبرزها شبكات التواصل الاجتماعي ، والاعلام البديل.



ثانياً- أسباب اعتماد الجمهور الأردني على القنوات الفضائية العربية كمصدر للمعلومات حول القضايا الدينية.
جدول رقم (3)-أسباب اعتماد الجمهور الأردني على القنوات الفضائية العربية كمصدر للمعلومات حول القضايا الدينية.

#	أسباب الاعتماد على القنوات الفضائية العربية	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	درجة الموافقة	المرتبة
1 .	تطرح القنوات الفضائية العربية الموضوعات الدينية بجرأة كبيرة	2.21	0.651	محايد	السادسة
2 .	تتيح القنوات الفضائية العربية إمكانية التفاعل مع الموضوعات عبر الاتصالات الهاتفية أو المشاركات الجماهيرية	2.56	0.132	موافق	الأولى
3 .	تمكن القنوات الفضائية العربية من التعرف على موضوعات دينية جديدة	1.66	0.900	غير موافق	التاسعة
4 .	تحتوي القنوات الفضائية العربية على عناصر مرئية لا تحتويها الوسائل الإعلامية الأخرى	2.12	0.804	محايد	الثامنة
5 .	بسبب الاهتمام الكبير بالقضايا الدينية من قبل القنوات الفضائية العربية دون غيرها من وسائل الإعلام	1.64	0.909	غير موافق	العاشرة
6 .	تقوم بفرد مساحة زمنية واسعة للمناقشة والتحليل فيما يخص القضايا المجتمعية	2.45	0.201	موافق	الثالثة
7 .	بسبب ثقتي بطبيع المضمون الذي تقدمه القنوات الفضائية العربية فيما يخص القضايا الدينية	2.14	0.802	محايد	السابعة
8 .	لأنه تقوم باستضافة أصحاب الاختصاص في الشأن الديني	2.38	0.346	موافق	الرابعة
9 .	بسبب استقطابها الدعاة المعروفين والمؤثرين في التقديم للبرامج الدينية	2.53	0.120	موافق	الثانية
10 .	لأنها تتناسب مع توجهاتي وآرائي	2.32	0.432	محايد	الخامسة
	المتوسط العام	2.20	0.529		



تبين بيانات الجدول رقم (3) البيانات الخاصة دوافع اعتماد الجمهور الأردني على القنوات الفضائية العربية كمصدر للمعلومات حول القضايا الدينية ، حيث تشير النتائج إلى أن المتوسط العام لإجابات أفراد العينة بلغ (2.20) وبانحراف معياري قيمته (0.529) ، حيث يقع المتوسط العام ضمن اتجاه (محايد) . وبالنسبة لكل عبارة على حدة ، نجد أن العبارة رقم (2) وهي " تتيح القنوات الفضائية العربية إمكانية التفاعل مع الموضوعات عبر الاتصالات الهاتفية أو المشاركات الجماهيرية " تصدرت المرتبة الأولى على القائمة بأعلى متوسط حسابي بلغ (2.56) حيث يقع هذا المتوسط ضمن اتجاه موافق، تلتها في المرتبة الثانية العبارة رقم (9) وهي " بسبب استقطابها الدعاة المعروفين والمؤثرين في التقديم للبرامج الدينية " بمتوسط حسابي مقداره (2.53) ويبدل هذا المتوسط أن العبارة تقع ضمن اتجاه موافق، بينما شغلت العبارة رقم (6) وهي " تقوم بفرد مساحة زمنية واسعة للمناقشة والتحليل فيما يخص القضايا المجتمعية " المرتبة الثالثة بمتوسط حسابي مقداره (2.45) ويشير هذا المتوسط إلى أن العبارة جاءت ضمن اتجاه موافق. بينما احتلت العبارة رقم (8) وهي " لأنه تقوم باستضافة أصحاب الاختصاص في الشأن الديني " المرتبة الرابعة بمتوسط حسابي مقداره (2.38) مما يعني أن هذه العبارة حازت على موافقة غالبية أفراد العينة المبحوثة ، تلتها في المرتبة الخامسة العبارة رقم (10) وهي " لأنها تتناسب مع توجهاتي وأرائي " بمتوسط حسابي مقداره (3.32) مما يعني أنه يقع ضمن الاتجاه المحايد ، بينما شغلت العبارة رقم (1) وهي " تطرح القنوات الفضائية العربية الموضوعات الدينية بجرأة كبيرة " المرتبة السادسة بمتوسط حسابي يقدر بـ (2.21) حيث يدل هذا المتوسط على أنه يقع ضمن الاتجاه المحايد. بينما جاءت العبارات رقم (5،3،4،7) بمراتب متأخرة بالقائمة.

ثالثاً- القنوات الفضائية العربية المفضلة للجمهور الأردني للحصول على المعلومات حول القضايا الدينية.

جدول رقم (4) - القنوات الفضائية العربية المفضلة للجمهور الأردني للحصول على المعلومات حول القضايا الدينية.

#	القنوات الفضائية	التكرار	%	المرتبة
1.	قناة رؤيا الفضائية	31	5	الثامنة
2.	قناة عمان	84	13.5	الثانية
3.	التلفزيون الأردني	43	6.9	السابعة
4.	قناة اقرأ الفضائية	95	15.3	الأولى
5.	قناة المجد	84	13.5	الثانية
6.	مجموعة قنوات دبي	68	11	الرابعة
7.	مجموعة قنوات	66	10.7	الخامسة



أبوظبي				
8.	مجموعة قنوات النهار	51	8.2	السادسة
9.	قناة الرسالة الفضائية	76	12.3	الثالثة
10.	مجموعة قنوات MBC	22	3.6	التاسعة
	المجموع العام	620	100	

● تمكن المبحوثون في هذا السؤال من اختيار أكثر من بديل

توضح بيانات الجدول رقم (4) القنوات الفضائية العربية المفضلة للجمهور الأردني للحصول على المعلومات حول القضايا الدينية.

وتشير النتائج إلى قناة اقرأ الفضائية احتلت المرتبة الأولى على القائمة بما مجموعه (95) تكراراً ما نسبته (15.3%) بينما جاءت قناتي عمان والمجد الفضائيتين بالمرتبة الثانية بما مجموعه (84) تكراراً ونسبة (13.5%) لكل منهما ، بينما شغلت قناة الرسالة الفضائية المرتبة الثالثة بمجموع تكرار بلغ (76) ونسبة مئوية وصلت إلى (12.3%) ، أما المرتبة الرابعة فقد جاءت بها مجموعة قنوات دبي بما مجموعه (68) تكراراً ونسبة (11%) ، وفيما يخص مجموعة قنوات أبوظبي الفضائية فقد جاءت بالمرتبة الخامسة بتكرار وصل إلى (66) وبما نسبته (10.7%) ، أما المرتبة السادسة فقد شغلتها مجموعة قنوات النهار بما مجموعه (51) تكراراً ونسبة مئوية وصلت إلى (8.2%) ، أما فيما يتعلق بالتلفزيون الأردني فقد احتل المرتبة السابعة بنسبة مئوية تقدر بـ (6.9%) ، تلتها في المرتبة الثامنة قناة رؤيا الفضائية بما نسبته (5%) ، بينما جاءت مجموعة قنوات MBC بالمرتبة التاسعة والأخيرة بنسبة مئوية تساوي (3.6%).

وتعقيباً على النتائج السابقة يفسر الباحث سبب ارتفاع نسبة قنوات رؤيا وعمان والمجد ، إلى أن هذه القنوات تمتلك شهرة واسعة في مجال البرامج الدينية ذات الجماهيري العالية ، إضافة إلى هذه القنوات تقوم باستقدام مذيعين من الدعاة الإسلاميين ، والذين يمتلكون القدرة الكبيرة على الإقناع والتوجيه.

رابعاً - طبيعة البرامج المفضلة لدى الجمهور الأردني في الحصول على المعلومات حول القضايا الدينية من القنوات الفضائية العربية.



جدول رقم (5)- طبيعة البرامج المفضلة لدى الجمهور الأردني في الحصول على المعلومات حول القضايا الدينية من القنوات الفضائية العربية

طبيعة البرامج	التكرار	%
برامج الحديث المباشر	39	19.5
البرامج الجماهيرية	33	16.5
البرامج الحوارية	41	20.5
البرامج الحوارية+ الجماهيرية	87	43.5
المجموع العام	200	100

تشير نتائج الجدول رقم (5) إلى هناك تنوع في الأشكال البرمجية التي يفضل الجمهور الأردني متابعة القضايا الدينية من خلالها ، وتتراوح هذه البرامج بين (برامج الحديث المباشر، البرامج الجماهيرية ، البرامج الحوارية ، البرامج الحوارية + الجماهيرية).

وبالعودة إلى النتائج السابقة ، نجد أن البرامج الحوارية+ الجماهيرية تصدرت المرتبة الأولى بما مجموعه (87) تكراراً وبما نسبته (43.5%) ، تلتها في المرتبة الثانية البرامج الحوارية بتكرار بلغ (41) ونسبة مئوية وصلت إلى (20.5%) ، بينما شغلت برامج الحديث المباشر المرتبة الثالثة بما مجموعه (39) تكراراً ونسبة (19.5%) ، بينما جاء البرامج الجماهيرية بالمرتبة الرابعة والأخيرة بأقل نسبة مئوية بلغت (16.5%). وتعقيباً على النتائج السابقة فإن الجمهور يسعى دائماً إلى وجود ضيوف بالبرنامج يقدموا المعلومة بشكل شخصي وغالباً ما يكونوا أهل الخبرة والاختصاص بالقضايا الدينية ، كما أن البرامج الحوارية تتيح فرصة سماع الآراء المختلفة حول القضية المتناولة ، ومن جهة أخرى فإن إتاحة مشاركة الجماهير بالبرنامج يعزز من التفاعلية وإمكانية التعبير عن الآراء وطرح التساؤلات المختلفة حول القضايا والحصول على الإجابة عليها من الضيوف .



خامساً- القضايا الدينية التي يهتم الجمهور الأردني بمتابعتها من خلال القنوات الفضائية العربية.

جدول رقم(6)- القضايا الدينية التي يهتم الجمهور الأردني بمتابعتها من خلال القنوات الفضائية العربية.

#	القضايا الدينية	التكرار	%	المرتبة
1.	فتاوي شرعية	114	16.9	الأولى
2.	قصص دينية	35	5.2	التاسعة
3.	وعظ وإرشاد	96	14.2	الثالثة
4.	أحكام شرعية	98	14.5	الثانية
5.	السيرة النبوية	61	9.1	السابعة
6.	سيرة الصحابة	52	7.7	الثامنة
7.	السنة النبوية	67	9.9	السادسة
8.	الفقه	78	11.6	الرابعة
9.	العقيدة الإسلامية	73	10.8	الخامسة
	المجموع العام	674	100	

● تمكن المبحوثون في هذا السؤال من اختيار أكثر من بديل

توضح بيانات الجدول رقم (6) القضايا الدينية المفضلة لدى الجمهور الأردني ، حيث تصدرت فتاوي شرعية المرتبة الأولى بما مجموعه (114) تكراراً وما نسبته (16.9%)، تلتها في المرتبة الثانية أحكام شرعية بما مجموعه (98) تكراراً ونسبة مئوية وصلت إلى (14.5%) وشغلت وعظ وإرشاد المرتبة الثالثة بتكرار بلغ (96) ونسبة (14.2%) ، أما المرتبة الرابعة فقد جاءت بها قضية الفقه بتكرار مجموعه (78) ونسبة (11.6%) ، تلتها في المرتبة الخامسة موضوع العقيدة الإسلامية ، بما مجموعه (73) ونسبة مئوية وصلت إلى (10.8%)، أما السنة النبوية فقد جاءت بالمرتبة السادسة بما مجموعه (67) تكراراً وبما نسبته (9.9%). وفيما يخص السيرة النبوية فقد احتلت المرتبة السابعة بما نسبته (9.1%) ، أما المرتبة الثامنة فقد شغلها موضوع سيرة الصحابة بنسبة (7.7%) ، بينما جاءت قصص دينية بالمرتبة التاسعة والأخيرة بنسبة (5.2%).



ويرى الباحث سبب تصدر الفتاوى الشرعية المرتبة الأولى إلى اختلاف نمط الحياة الحالي عما كان عليه سابقاً فظهرت الكثير من القضايا والموضوعات الشائكة التي لم تكن سابقاً ، وهو ما خلق الحاجة إلى فتاوى شرعية لها .

سادساً- درجة رضا الجمهور الأردني بالقنوات الفضائية العربية كمصدر للمعلومات حول القضايا الدينية.
جدول رقم(7)- درجة رضا الجمهور الأردني بالقنوات الفضائية العربية كمصدر للمعلومات حول القضايا الدينية.

درجة الرضا	التكرار	%
راضٍ بدرجة كبيرة	23	11.5
راضٍ بدرجة متوسطة	111	55.5
راضٍ بدرجة قليلة	45	22.5
غير راضٍ على الإطلاق	21	10.5
المجموع العام	200	100

تبين بيانات الجدول رقم (7) درجة رضا الجمهور الأردني بالقنوات الفضائية العربية كمصدر للمعلومات حول القضايا الدينية ، ويلاحظ مدى الاختلاف في إجابات أفراد العينة المبحوثة ، إذ منهم راضٍ بدرجة كبيرة ، وآخرون بدرجة متوسطة ، أو قليلة ، ومنهم غير راضٍ بشكل مطلق.
وتفصيلاً ، تشير بيانات الجدول السابق إلى أن درجة رضا الجمهور الأردني في القنوات الفضائية العربية جاءت متوسطة بشكل رئيس ، إذ تصدرت فئة (راضٍ بدرجة متوسطة) المرتبة الأولى بما مجموعه (111) تكراراً ، وما نسبته (55.5%) ، بينما جاءت فئة راضٍ بدرجة قليلة بالمرتبة الثانية بمجموع تكرار بلغ (45) وبنسبة (22.5%) ، تلتها في المرتبة الثالثة فئة راضٍ بدرجة كبيرة في المرتبة الثالثة بما مجموعه (23) تكراراً وبما نسبته (11.5%) ، أما فئة غير راضٍ على الإطلاق جاءت بالمرتبة الرابعة والأخيرة بأقل نسبة مئوية بلغت (10.5%) .

ويعقب الباحث على النتيجة السابقة ، بأن القنوات الفضائية العربية استطاعت إلى حدٍ ما أن تكسب ثقة ورضا الجمهور الأردني كمصدر هام للمعلومات حول القضايا الدينية ، إلا أن بعض أفراد العينة المبحوثة من الجمهور الأردني راضٍ بدرجة قليلة ، ومن الممكن أن يعود ذلك إلى كثرة القنوات الفضائية العربية التي



باتت تبث مختلف أنواع البرامج حول القضايا الدينية ، والتي أثبتت التجارب العملية أنها تقدم معلومات مغلوطة نوعاً ما .
سابعاً- (الآثار المعرفية والوجدانية والسلوكية) الناتجة من اعتماد الجمهور الأردني على القنوات الفضائية العربية كمصدر للمعلومات حول القضايا الدينية.
جدول رقم(8)- (الآثار المعرفية والوجدانية والسلوكية) الناتجة من اعتماد الجمهور الأردني على القنوات الفضائية العربية كمصدر للمعلومات حول القضايا الدينية.

#	الآثار الناتجة من اعتماد الجمهور الأردني	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	درجة الموافقة	المرتبة
1.	أزالت الغموض عني إزاء بعض القضايا الدينية	2.88	.431	موافق	الأولى
2.	عرفتني ببعض القضايا الدينية التي كنت أجهلها	2.85	.505	موافق	الثانية
3.	كونت لدي آراء واتجاهات حيال بعض القضايا	2.75	.434	موافق	الثالثة
4.	وسعت تجاه بعض القضايا الدينية	2.29	.867	محايد	السادسة
5.	أصابتنني بالفتور والتبذل العاطفي لكثرة القضايا المعروضة	2.30	.892	محايد	الخامسة
6.	أصابتنني بالخوف والرعب إزاء ما يحدث	2.28	.876	محايد	السابعة
7.	دفعتنني لتقويم سلوكي تجاه بعض الأمور	1.99	1.002	محايد	الثامنة
8.	لم أقل بفعل أي شيء إثر تعرضي	2.45	.825	موافق	الرابعة
	المتوسط العام	2.47	0.728		

توضح بيانات الجدول رقم (8) الآثار المعرفية والوجدانية والسلوكية الناتجة من اعتماد الجمهور الأردني على القنوات الفضائية العربية كمصدر للمعلومات حول القضايا الدينية، حيث بلغ المتوسط العام لإجابات أفراد العينة ما مقداره (2.47) وهو يقع ضمن الاتجاه (الموافق).



وبالنسبة لكل عبارة على حدة، فتوضح النتائج أن العبارة رقم (1)، وهي " أزال الغموض عني إزاء بعض القضايا الدينية " احتلت المرتبة الأولى بمتوسط حسابي مقداره (2.88)، ويقع هذا المتوسط ضمن الاتجاه موافق ، تلتها في المرتبة الثانية العبارة رقم (2) ، وهي " عرفتني ببعض القضايا الدينية التي كنت أجهلها "، بمتوسط حسابي مقداره (2.85) وهو يقع ضمن الاتجاه موافق، بينما جاءت العبارة رقم (3)، وهي " كونت لدي آراء واتجاهات حيال بعض القضايا " بالمرتبة الثالثة بمتوسط حسابي مقداره (2.75) حيث يشير هذا المتوسط إلى أنه يقع ضمن الاتجاه موافق، ثم جاءت العبارة رقم (8) وهي " لم أقل بفعل أي شيء إثر تعرضي " بالمرتبة الرابعة بمتوسط حسابي مقداره (2.45) ويقع هذا المتوسط ضمن الاتجاه موافق، بينما شغلت العبارة رقم (5) وهي " أصابتنني بالفتور والتبدل العاطفي لكثرة القضايا المعروضة " المرتبة الخامسة بمتوسط حسابي مقداره (2.30). حيث يقع هذا المتوسط ضمن الاتجاه المحايد. وجاءت العبارات (4،6،7) بمراتب متأخرة من القائمة.

ملخص النتائج

توصلت الدراسة إلى جملة من النتائج، أهمها :

1. درجة اعتماد الجمهور الأردني جاءت متوسطة ، إذ جاءت فئة (أعتمد أحياناً) المرتبة الأولى بما نسبته (42.9%).
2. من أهم أسباب اعتماد الجمهور الأردني على القنوات الفضائية العربية كمصدر للمعلومات حول القضايا الدينية : " تتيح القنوات الفضائية العربية إمكانية التفاعل مع الموضوعات عبر الاتصالات الهاتفية أو المشاركات الجماهيرية " .
3. جاءت قناة اقرأ الفضائية بالمرتبة الأولى على قائمة القنوات الفضائية بالنسبة للجمهور الأردني بنسبة (15.3%) تلتها بالمرتبة الثانية قنواتي عمان والمجد الفضائيتين .
4. تصدرت المرتبة برامج الحوارية+ الجماهيرية الأولى على قائمة طبيعة البرامج المفضلة لدى الجمهور الأردني وبما نسبته (43.5%)
5. جاءت فتاوي شرعية بالمرتبة الأولى على قائمة القضايا الدينية المفضلة و بما نسبته (16.9%).
6. درجة رضا الجمهور الأردني في القنوات الفضائية العربية جاءت متوسطة بنسبة (55.5%).
7. من أهم الآثار الناتجة من اعتماد الجمهور الأردني على القنوات الفضائية العربية كمصدر للمعلومات حول القضايا الدينية " أزال الغموض عني إزاء بعض القضايا الدينية " .

التوصيات:

بناءً على النتائج التي توصلت إليها الدراسة، يوصي الباحث بضرورة مايلي:

1. دعوة القنوات الفضائية العربية إلى تسليط الضوء على القضايا الدينية المغيبة، والتي لا تحظى بتناول إعلامي.
2. إيجاد كوادر إعلامية متخصصة بالشأن الديني، ممن يقدمون البرامج الدينية، والذي ينعكس على قوة التأثير والجذب للجماهير.
3. الاستمرار بالاهتمام بالبرامج الحوارية التي تستضيف متخصصين إسلاميين، والذي يساهم بإقناع المشاهدين بالموضوع التناول.



4. الابتعاد عن تشويه صورة الدين الحنيف بإطلاق أحكام اسلامية غير موجودة، أو فتاوي شرعية غير صحيحة.

المصادر والمراجع

1. أشرف ، قادوس (2018) . إعلام وثقافة الطفل : أوراق بحثية . القاهرة : العربي للنشر والتوزيع .
2. انصورة، نجاة (2015). أساسيات وأصول علم النفس . القاهرة : دار كنوز للنشر والتوزيع.
3. دشتي، فاطمة عبدالصمد (2007). أثر مشاهدة البرامج الفضائية على المهارات الاجتماعية لدى عينة من الأطفال بدولة الكويت، مجلة رسالة الخليج العربي، السعودية، السنة (28)، ع (103).
4. ربابعة ، عبدة (2016) . اعتماد الصحفيين الأردنيين على قناة بي بي سي عربي في الحصول على المعلومات المتعلقة بالأحداث العربية الجارية . رسالة ماجستير غير منشورة . كلية الإعلام . جامعة اليرموك .
5. الروابدة ، نديم (2014) . اعتماد المشاهدين على برامج التلفزيون الأردني في إكتساب المعلومات الصحية . رسالة ماجستير غير منشورة . كلية الإعلام جامعة اليرموك .
6. رزيق ، سامية (2016) . البرامج الاجتماعية في الفضائيات الجزائرية الخاصة ، رسالة ماجستير غير منشورة ، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية ، جامعة العربي التبيسي.
7. العززي ، وديع (2014) . اعتماد طلبة جامعة أم القرى على القنوات الفضائية الإخبارية الناطقة بالعربية في متابعة الأحداث والقضايا السياسية . مجلة جامعة طيبة . العدد 8 ، ص 916-965 .
8. كنعان، علي (2019). نظريات الإعلام . عمان : دار اليازوري للنشر والتوزيع.
9. فقيه ، عبدالوهاب (2002) . العلاقة بين الاعتماد على القنوات التلفزيونية الفضائية ومستويات المعرفة بالموضوعات الإخبارية في المجتمع اليمني . أطروحة دكتوراة غير منشورة . كلية الإعلام . جامعة القاهرة .
10. مصطفى ، خاطر (2001). البحث الاجتماعي في محيط الخدمة الاجتماعية . الاسكندرية : المكتبة الجامعية.
11. النقيب ، متولي (2008) . مهارات البحث عن المعلومات وإعداد البحوث في البيئة الرقمية . القاهرة : الدار المصرية اللبنانية.

12. Becker, L. B., & Whitney, D. C. (1980). Effects of media dependencies: Audience assessment of government. *Communication Research*, 7(1), 95-120.

13. Oliveira, O. S. (1986). Satellite TV and dependency: An empirical approach. *Gazette (Leiden, Netherlands)*, 38(1), 127-145.