

# The Usage and Exposure of the Academic and Administrative Staff in Jordanian Universities to Jordan TV Programs and the Gratifications Attained

Mohammad Hashem Salous  
Faculty of Media  
Department of Radio and Television\_Yarmouk University  
mohdsalous1@yahoo.com

Received 23 /04/ 2018

Accepted 23/10/2019

## Abstract:

This study aims to identify on the motives behind the exposure of academic and administrative staff in Jordanian universities to Jordan TV programs, and the ability of these programs to meet their desires and achieve their gratifications.

The study also aims to explore why the respondents of the study sample are less likely to watch Jordan TV programs that they believe do not meet their desires and meet their needs.

The population of the study consists of academic and administrative staff at Yarmouk, National Irbid, and Jerash universities in the north of Jordan. A study sample of (400) from academic and administrative staff who working in these universities are selected. The survey approach is adopted in conducting the study, as a pattern of descriptive studies. The questionnaire is the tool to collect the information.

The study shows a number of results, including the following:

- 1- That (35%) of the study sample rely on satellite TV in getting the news and information.
- 2- All respondents of the study sample watch Jordan TV programs, but in varying degrees, and (50.5%) of respondents watch Jordan TV programs permanently, because they believe that these programs meet their desires and attain their gratifications.
- 3- The religious programs receive the first attention of viewers, followed by the news programs, cultural, economic, and entertainment.

**Keywords:** Television, Uses, Abstract, Motivations, Programs.

# تعرض أساتذة الجامعات الأردنية وإدارييها لبرامج التلفزيون الأردني والإشباع المتحققة منها

محمد هاشم سلعوس

كلية الاعلام

قسم الاذاعة والتلفزيون\_جامعة اليرموك

mohdsalous1@yahoo.com

قبول البحث 2019/10/23

استلام البحث 2018/04/ 23

## الملخص:

هدفت الدراسة التعرف إلى الدوافع وراء تعرض الأكاديميين والإداريين في الجامعات الأردنية لبرامج التلفزيون الأردني، ومدى قدرتها على تلبية رغباتهم وتحقيق إشباعاتهم من ناحية، وتهدف من ناحية أخرى إلى معرفة الأسباب التي تحد من إقبال بعض المشاهدين على تلك البرامج التي يرون أنها لا تلبّي رغباتهم، ولا تحقق احتياجاتهم.

وتكوّن مجتمع الدراسة من الأكاديميين والإداريين العاملين في جامعات: اليرموك، وإربد الأهلية، وجرش، والتي تقع في شمالي الأردن، وبلغت عينة الدراسة من (400 مفردة)، واعتمدت الدراسة على منهج المسح الميداني بوصفه نمطاً من الدراسات الوصفية، في جمع المعلومات.

وتوصّل الباحث إلى عدد من النتائج، وجاء في مقدمتها ما يأتي:

- 1- إنّ ما نسبته (35%) من المشاهدين يعتمدون على الفضائيات التلفزيونية في الحصول على الأخبار والمعلومات، مقابل (30%) يعتمدون على القنوات الفضائية في الحصول على ذلك.
- 2- إنّ كلّ أفراد العينة يُعرّضون أنفسهم لبرامج التلفزيون الأردني، ولكن بنسب متفاوتة، وأنّ ما نسبته (50.5%) منهم يعرّضون أنفسهم لبرامجه بصورة دائمة، لاعتقادهم بأنّه يلبّي رغباتهم، ويحقق إشباعاتهم.
- 3- إنّ البرامج الدينية تحظى بالاهتمام الأول للمشاهدين، يلي ذلك البرامج الإخبارية، فالثقافية، فالاقتصادية، فالترفيهية.

الكلمات المفتاحية: التلفزيون، الاستخدامات الإشباعية، دوافع، برامج.

## لمحة عن التلفزيون الأردني:

الثانية أو قنال 6)، وكانت أول قناة عربية تبث بأربع لغات هي العربية والإنجليزية والفرنسية والعبرية.

وقد ارتبط التلفزيون الأردني عام 1972م بمنظومة الأقمار الصناعية؛ ممّا مكّنه من نقل الأحداث السياسية والرياضية، مثل هبوط الإنسان على القمر، والمباريات الرياضية العالمية المهمة.

وفي مطلع التسعينات كانت دائرة الأخبار في التلفزيون الأردني أول دائرة أخبار في الوطن العربي، تُدخّل نظام الحاسوب في معالجة الأخبار وتحريرها. وفي عام 1993م، أُنشئت قناتان تلفزيونيتان هما: "الفضائية الأردنية"، و"القناة الثالثة"، لتكون قناة للشباب، ونقل الأحداث والمناسبات الخاصة، وجلسات مجلس النواب الأردني؛ ثمّ تحوّلت في العام نفسه إلى قناة للأفلام الأجنبية وبرامج الأطفال، وقد استطاع التلفزيون الأردني تأسيس مكتبة للأرشيف، هي الكبرى من مكتبات الأرشيف في الإذاعات المرئية العربية، وقد تمكّن من إعداد

وُضع الحجر الأساس للتلفزيون الأردني في اليوم السابع من شهر تشرين الثاني من العام ألف وتسعمئة وستة وستين (نصار، 2007: 19)، بعد أن كانت فكرة الإنشاء متولّدة لدى الحكومة بعد الاستقلال بعام، للحاجة إلى الاستقلال في القطاع الإعلامي، والارتقاء به إلى مستوى يضاهاه القطاعين الاقتصادي والاجتماعي في بداية تأسيس المملكة الأردنية الهاشمية<sup>(15)</sup>، وأصبح التلفزيون جاهزاً للبث في السابع عشر من شهر شباط من العام ألف وتسعمئة وثمانية وستين لمدة تسعين دقيقة، واستمر بذلك إلى نهاية شهر نيسان من العام نفسه، وكان عدد الموظفين فيه (89) موظفاً، واشتملت معدّاته على استديو واحد ووحدة للسينما، وجهازي فيديو تيب، وجهاز إرسال واحد بقدرته (128) كيلواط<sup>(4)</sup>.

وفي بداية السبعينات من القرن الماضي بدأ البثّ على قناتين، الأولى باللغة العربية (البرنامج العام)، والثانية بلغاتٍ أجنبية (القناة

متابعة برامج التلفزيون الأردني. وقد تعددت الأسباب واختلقت الآراء المتعلقة بهذا الموضوع. ومع ذلك، فوجئ الباحث بأن (23) ممن استطلعت آراءهم، أي ما نسبته (54.8%) منهم، يتابعون برامج التلفزيون الأردني باستمرار، وهي نسبة جيدة من المشاهدين، إذا أُخذ بالحسبان وجود قنوات عربية منافسة كثيرة تُنافس على الصعيدين المحلي والعربي، وذات إمكانات مالية كبيرة غير متاحة له، فضلاً عن وجود كفاءات إعلامية مدربة تعمل في تلك القنوات.

### الإطار المنهجي للدراسة:

#### مشكلة البحث:

يواجه التلفزيون الأردني مجموعة من الانتقادات من قِبَل عدد من المشاهدين، الذين يرون أنه لا يلبي رغباتهم ولا يحقق إشباعاتهم، ولم يعد مصدرًا رئيسًا لهم للحصول على المعلومات والأخبار حول الأوضاع المحلية، والأحداث الجارية في البلدان العربية المجاورة، ويبدو أن إنشاء عدد كبير من الفضائيات العربية كان له دور في ذلك، ويأتي هذا البحث لدراسة الأسباب التي تكمن وراء عدم قدرة التلفزيون الأردني على القيام بدوره في تلبية رغبات المشاهدين الأردنيين وتحقيق إشباعاته واحتياجاته، والبحث عن العوامل التي يمكن أن تساهم في جذبهم إلى برامجه المختلفة التي يبثها.

#### أهمية البحث:

تتمثل أهمية البحث في الآتي:

- إنه يبحث عن الأسباب الحقيقية التي تدفع المشاهدين إلى عدم تعريض أنفسهم لبرامج التلفزيون الأردني، وتحدُّ بالتالي من قدرته على تلبية رغباتهم وتحقيق إشباعاتهم.
- إنه يبحث عن الأسباب الكامنة وراء تعرض نسبة كبيرة من المشاهدين لبعض الفضائيات العربية، وتحدُّ بالتالي من تعرضهم للتلفزيون الأردني، لاعتمادهم بأنها تلبي رغباتهم وتحقق إشباعاتهم أكثر من قنواتهم الوطنية.
- إنه بحث ميداني يعتمد على آراء المشاهدين حول التعرف إلى أسباب عدم قيام التلفزيون الأردني بتلبية رغباتهم، وتحقيق إشباعاتهم الإعلامية بصورة كافية.
- إنه يكشف عن مواطن القوة والضعف في البرامج التي يبثها التلفزيون الأردني، بوصفه القناة الوطنية الأولى التي يفترض أن تحظى باهتمام المشاهدين، التي تسعى من أجل تلبية رغباتهم واحتياجاتهم.

#### أهداف البحث:

يتمثل الهدف الرئيس الذي تسعى هذه الدراسة إلى تحقيقه يتمثل في البحث عن سبل تطوير البرامج التي يبثها التلفزيون الأردني،

كوادر إعلامية رفيعة المستوى، استطاع بعضها أن يشق طريقه إلى عددٍ من الفضائيات العربية. إلا أن هناك من يرى أن مستوى أدائه بدأ بالتدنّي في الفترة الأخيرة، ولم يعد قادرًا على نقل الصورة الحضارية الحقيقية للأردن بالصورة المطلوبة، واعتمد على نقل صورة نمطية مملّة، جعلت كثيرًا من المشاهدين يعزفون عن متابعة برامجه. وقد يعزى سبب ذلك إلى الترهّل الوظيفي، والوساطات في تعيين العاملين فيه، وإلى العجز عن مجاراة التقدّم الهائل في التكنولوجيا واستقبال المعلومات، وعدم قدرته على مجاراة القنوات الفضائية حتى على الصعيد المحلي، فضلًا عن الصعيدين العربي والعالمي. واتضح هذا العجز حتى في طريقة عرض الأخبار التي لا يتم تقديمها حسب أهميتها وألويتها، وبث الآراء والتحليلات المتعلقة بالأحداث الراهنة أردنيًا وعربيًا وعالميًا. وقد تعرّض التلفزيون الأردني للنقد من قبل عدد من الأعلام المعروفة التي ترى أنه لا يلبي حاجة المواطن إلى الحقيقة والسرعة في نقل الأخبار، ولا يزوده بمعلومات كافية عن الأحداث المهمة بشكل علمي ودقيق، ويضيع وقت النشرة الإخبارية بتقارير محلية مملّة، يتكوّن معظمها من لقاءات منتقاة بعناية<sup>(5)</sup>.

وقد أتجه التلفزيون الأردني إلى بثّ برامج مملّة حول الوعظ والإرشاد، وتقديم برامج تقليدية عن الطفل والمرأة وأسلوب التعامل معهما، وبرامج أخرى عن التراث، يقوم بعض أساتذة الجامعات بتقديمها بنحو تقليديّ خالص، فضلًا عن بثّ برامج حوارية تخلو من أيّ مضمون، بسبب افتقار بعض مقدميها إلى ما يكفي من الثقافة والمعلومات التي تؤهل مقدّم البرامج التلفزيونية إلى تقديمها بأسلوب متنوع ومفيد. ويبدو أن التلفزيون الأردني لم يعد مهتمًا ببرامج المسابقات المليئة بالمعلومات العلمية والثقافية، والبرامج الفكاهية الترويحية الهادفة، فضلًا عن عدم إعداد برامج وثائقية، مع التركيز على تكرار بثّ برامج وثائقية قديمة عن مدينة البتراء ووادي رم، متناسيًا أن المشاهدين يظلّ "في حاجة مستمرة إلى برامج تلفزيونية تشدّه إلى متابعتها، وتجعله يشعر بأنه يقضي أوقاتًا ممتعةً بمشاهدتها"<sup>(2)</sup>، ولعلّ ذلك كلّ هو ما يدفع عددًا متزايدًا من المشاهدين إلى عدم مشاهدة برامج التلفزيون الأردني باستمرار، لأنهم يرون أنها لا تلبي رغباتهم، ولا تحقق إشباعاتهم كما ينبغي.

#### مقدمة:

تسعى هذه الدراسة التعرف إلى الإشباعات التي يحققها التلفزيون الأردني للمشاهدين الأردنيين، وإلى الدور الذي يؤديه في سبيل تحقيق ذلك.

وقد استطلع الباحث آراء (42) فردًا من الجنسين، من جامعات: اليرموك، وإربد الأهلية، وجرش، بغية التعرف إلى الأسباب التي يُعْتَقَد بأنها تجعل عددًا كبيرًا نسبيًا من الناس يُعرضون عن

- يتضاعف اهتمام المشاهد بما يبثه التلفزيون الأردني، عندما تكون الأنباء التي يبثها غير مفصلة أو كافية، بصورة لا تلبي رغباته ولا تحقق احتياجاته.
- يقلّ تعرّض المشاهد للتلفزيون الأردني عندما تزداد الأحداث سخونة في المنطقة، حيث يعرض نفسه للفضائيات العربية التي تغطي الأحداث الجارية مباشرة، وتلبي بالتالي رغباته وتحقق إشباعاته.
- يزداد تعرّض المشاهد للتلفزيون الأردني كلما وجد متعة وفائدة في البرامج التي تلبي رغباته وتحقق إشباعاته.
- يقلّ تعرّض المشاهد للتلفزيون الأردني عندما يشعر بضعف أداء مقدّمي ومقدّمات برامجه، مما يؤثر سلباً على متابعة مضامينها، ويؤدي بالتالي إلى عدم تلبية رغباته وتحقيق إشباعاته.
- يزداد تعرّض المشاهد للتلفزيون الأردني نسبياً عندما يكون الهدف من ذلك معرفة الأخبار المحلية والعربية والعالمية التي تهتمّ، وتلبي بالتالي رغباته وتحقق إشباعاته.

#### علاقة البحث بنظرية الاستخدامات والإشباع (Uses and Gratifications Theory):

يشير مضمون هذه النظرية إلى أنّ المتلقي يهتمّ بالرسائل التي تبث في السرور، وتلبي احتياجاته ورغباته، وبناءً على ذلك يختار الوسيلة الإعلامية التي يعتقد بأنها قادرة على إشباع تلك الاحتياجات والرغبات. وترى هذه النظرية أنّ المتلقي إيجابيّ ونشط في التعرض لوسائل الإعلام. ونظراً لاختلاف وسائل الإعلام بدرجة إشباعها من وسيلة إلى أخرى، ولوجود وعي ذاتي لدى المتلقي يُقدّر من خلاله حاجاته ودوافعه واهتماماته، فهو بالتالي "يختار الوسيلة والمضامين الإعلامية التي تعمل على إشباعها"<sup>(1)</sup>.

وتتمثّل أهمية هذه النظرية في قدرتها على الكشف عن الدوافع التي تحفز الجمهور إلى استخدام وسائل الاعلام المرئي والمسموع والمقروء، والكشف عن كيفية هذا الاستخدام وأسبابه، وتبيّن الإشباع المتحققة منه. وعلى هذا الأساس فإنّ المتلقي قد لا يتعرّض للرسائل التي يتوقع أنّها غير شائقة أو غير سارة أو غير مفيدة، ويتجاهلها أو ينساها إذا تعرّض لها<sup>(7)</sup>. وقد وجد الباحث أنّ المشاهد الأردني يختار من الفضائيات ما يشبع حاجاته من خلال مشاهدته برامجه، وأنّ لديه درجة من الوعي بمدى فائدة ما تقدّمه له من معلومات وآراء وتحليلات، نظراً لأنّه يجد صعوبة في مشاهدتها والاستماع إليها من خلال التلفزيون الأردني.

وتحسين أداء مقدّمها ومقدّماتها، بغية الوصول إلى تلبية رغبات المشاهدين، وتحقيق إشباعاتهم الإعلامية.

ومن أجل تحقيق هذا الهدف يسعى البحث التعرف إلى:

- الأسباب التي تجعل المشاهد يتابع برامج التلفزيون الأردني، أو يعزف عن متابعتها.
- آراء المشاهدين حول مستوى البرامج التي يبثها التلفزيون الأردني، ومدى قدرتها على تلبية رغباتهم وإشباع احتياجاتهم.
- الأسباب التي تدفع المشاهد الأردني إلى مشاهدة الفضائيات العربية كمصادر إعلامية، يعتمد عليها في تلبية رغباته، وتحقيق إشباعاته في الحصول على المعلومات والأخبار وغيرها من المواد التي تقدّمها.

#### أسئلة البحث:

- وضع الباحث عدداً من الأسئلة، محاولاً الإجابة عنها لدى إعداد هذا البحث، وهي:
- ما طبيعة البرامج الأكثر مشاهدة والتي تتال إعجاب المشاهد على شاشة التلفزيون الأردني، وتلبي بالتالي رغباته وتحقق إشباعاته؟
- ما العناصر التي يرى المشاهدون أنّها صالحة للحكم على مدى تلبية التلفزيون الأردني لرغباتهم وتحقيق إشباعاتهم؟
- ما الأسباب التي تجعل المشاهدين يُقبلون على مشاهدة التلفزيون الأردني، أو يمتنعون عن تعريض أنفسهم لبرامجه، أو تحدّ من مشاهدتهم لها؟
- ما رغبات المشاهدين التي ينبغي على التلفزيون الأردني تلبيةها، وتحقيق إشباعاتهم من خلالها؟
- ما مدى قدرة التلفزيون الأردني على تقديم الأردن بصورة حضارية وعصرية لائقة، تلبي رغبات المشاهدين وتحقق إشباعاتهم؟
- ما مدى تلبية التلفزيون الأردني لرغبات المشاهدين، وما مدى قدرته على تحقيق إشباعاتهم بتغطية الأحداث الجارية في بعض الأنظمة العربية؟
- هل تلبية بعض الفضائيات العربية احتياجات المشاهدين الأردنيين الإعلامية المتعلقة بالأحداث الجارية في البلدان العربية المجاورة وغيرها أكثر من التلفزيون الأردني؟

#### فروض البحث:

استناداً إلى نظرية الاستخدامات والإشباع وضع الباحث

الفروض الآتية:

## الدراسات السابقة:

### الدراسات العربية:

مشاهدة هي الفترة من الساعة الثامنة إلى الثانية عشرة ليلاً، ويرى ما نسبته (36.7%) من منهم أنّ برامج التلفزيون الأردني لا تعالج المشكلات التي يعانون منها.

• السكجي، علا، (2013) بعنوان: "الاستخدامات والإشباع المحققة من برنامج يوم جديد للجمهور الأردني"<sup>(11)</sup>. هدفت الدراسة التعرف إلى الإشباع التي يحققها برنامج يوم جديد في التلفزيون الأردني للجمهور الأردني. وقد استخدمت الدراسة منهج المسح الميداني لعينة بلغ عدد أفرادها (400) مفردة في محافظة إربد، واعتمدت الباحثة الاستبانة أداةً لجمع البيانات المتعلقة بالدراسة. وتوصلت الدراسة إلى أنّ (60.5%) من أفراد العينة يشاهدون برنامج يوم جديد أحياناً، بينما يشاهدة دائماً (39.5%).

• دراسة، عريقات، أحمد (2008) بعنوان: دور التلفزيون الأردني في توعية الشباب أثناء الانتخابات البرلمانية عام 2007<sup>(13)</sup>. هدفت الدراسة إلى معرفة دور التلفزيون الأردني في توعية الشباب أثناء الانتخابات البرلمانية عام 2007، واستخدم الباحث المنهج المسحي لعينة من الشباب في الأردن بلغت (600)، مفردة من سن (18) عاماً إلى (39) عاماً. واستخدم الباحث نظرية الاعتماد على وسائل الاتصال.

وأظهرت نتائج الدراسة بأنّ التلفزيون الأردني كان له دور ضعيف في توعية الشباب أثناء الانتخابات البرلمانية، حيث جاءت درجة اعتماد الشباب عليه من بين وسائل الاتصال في معرفة الشأن المحلي متوسطة. وأوصت الدراسة إلى ضرورة قيام مؤسسة الإذاعة والتلفزيون الأردنية بدراسات وبحوث للمستمعين والمشاهدين؛ للتعرف إلى رغباتهم واحتياجاتهم، والبرامج التي يرغبون بها ويفضلونها؛ لتساعد في التخطيط لسياسة الإنتاج والمتابعة الخاصة.

• دراسة: محمد، حسن علي، (2004)، بعنوان: "استخدامات الشباب الجامعي للقنوات الفضائية الغنائية والإشباع المتحققة"<sup>(6)</sup>، وهي دراسة وصفية تنتمي إلى التحليل الكمي والتفسير الكيفي. وقد اعتمد الباحث على منهج المسح لعينة عمدية متاحة مكونة من (150) مفردة، وعلى الأسلوب المقارن. وتوصل الباحث إلى عدد من النتائج، كان في مقدمتها أنّ ما نسبته (89.4%) من أفراد العينة يعرضون أنفسهم للقنوات الفضائية الغنائية، وأنّ الهدف الأول من مشاهدة القنوات الفضائية الغنائية هو نسيان المشكلات اليومية، وتمضية الوقت، فضلاً عن أنّ الدافع النفسي الأول من التعرض للفضائيات الغنائية يعود إلى الرغبة في الحصول على المعلومات عن المطربين والمطربات.

• دراسة العزام، أماني، (2016) بعنوان: "استخدامات طلبة الجامعات الأردنية لبرامج تلفزيون الواقع وتأثيراتها" دراسة ميدانية<sup>(8)</sup>. هدفت الدراسة إلى معرفة استخدامات تأثيرات برامج تلفزيون الواقع من قبل الشباب الجامعي، ومعرفة عادات متابعة هذه البرامج من قبل الشباب الجامعي وأنماطها، ومعرفة طبيعة هذه البرامج ومضمونها. وقد اعتمدت الباحثة على المنهج الوصفي عبر توزيع عينة عشوائية من (400) مفردة من طلبة جامعتي اليرموك وجدارا الأردنيين. وأظهرت نتائج الدراسة أنّ غالبية المبحوثين لا يتابعون برامج تلفزيون الواقع بشكل مستمر، حيث بلغت نسبة المتابعين أحياناً (93.3%)، كما أظهرت النتائج أنّ هذه البرامج تجعل المحرّمات أمراً اعتيادياً ومقبولاً بمتوسط حسابي بلغ (1.27).

• دراسة الفالح، رakan، (2015)، بعنوان: "استخدامات تلاميذ المرحلة الثانوية العامة للتلفزيون الأردني والإشباع المتحققة منها"<sup>(9)</sup>. هدفت الدراسة التعرف إلى عادات مشاهدة تلاميذ المرحلة الثانوية للتلفزيون الأردني وأنماطها، ومدة الوقت الذي يمضيه التلاميذ في المشاهدة، ودوافع التعرض لديهم، والإشباع المتحققة. وقد استخدمت الدراسة المنهج الوصفي، مستخدمةً الاستبانة أداةً لجمع المعلومات، وتكوّنت عينة الدراسة (390) مفردة، من تلاميذ مدارس مديرية لواء القصبه في مدينة إربد. وتوصلت الدراسة إلى وجود درجة منخفضة لعادات مشاهدة تلاميذ المرحلة الثانوية لبرامج التلفزيون الأردني وأنماطها، وعدم مشاهدة برامج التلفزيون الأردني؛ لأنها برامج تبعث على الملل.

• دراسة القبيلات، هيا (2014) بعنوان: دور التلفزيون الأردني في معالجة قضايا الشباب ومشاكلهم<sup>(10)</sup>. وتهدف الدراسة إلى معرفة دور التلفزيون الأردني في معالجة المشكلات التي تواجه الشباب، في إطار نظرية الاعتماد على وسائل الاتصال، ولتحقيق هذا الهدف تمّ استخدام منهج مسح جمهور وسائل الاتصال لعينة من طلبة الجامعة الأردنية، بلغت (400) مفردة، تم اختيارهم بطريقة العينة العشوائية الطبقية. وكانت أبرز نتائج الدراسة أنّ (60.9%) من أفراد العينة يشاهدون برامج التلفزيون الأردني، وأنّ الطالبات أكثر مشاهدة من الطلبة. وبيّنت أنّ أكثر فترة

• دراسة (مكاوي، عماد، حسن، 1992) بعنوان: "استخدامات التلفزيون وإشباعاته في سلطنة عُمان<sup>(7)</sup>". وهي دراسة مسحية مقارنة أجراها الباحث على عينة من طلبة جامعة السلطان قابوس، بلغ عدد أفرادها (399) طالبًا وطالبة. وتشير نتائجها إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الجنس والتعرض للتلفزيون، وبين التعرض ونوعية المضمون الذي يشاهده أفراد العينة. وتشير الدراسة أيضًا إلى عدم وجود دلالة إحصائية بين الجنس ومتوسط زمن التعرض، وأنواع الإشباع المتحققة. وتبين النتائج أن التعرض للتلفزيون قد حقق عددًا من الإشباع، كان من أهمها: الإلمام بخلفيات الأحداث، والتخلص من الملل، ومعرفة بعض الموضوعات، والمتعة وتجديد النشاط، والقدرة على النقاش مع الناس، والاستقلال بالرأي والتميز عن الآخرين.

#### الدراسات الأجنبية:

• دراسة (ديميك والبران، 1994)، بعنوان: "دور فرص الإشباع في تحديد تفضيلات وسائل الاتصال"<sup>(16)</sup>. وتستهدف هذه الدراسة معرفة دور الإشباع لتحديد تفضيلات وسائل الاتصال بين مشاهدة التلفزيون المحلي، والتلفزيون السلبي، وجهاز الفيديو. وقد قمت الدراسة تعريفًا لفرص الإشباع، حيث إنها الخصائص والمميزات لوسيلة ما، مقارنة باستخدام الوقت والاختيارات المتعددة للمحتوى. وقد أشارت نتائج الدراسة إلى أن الوسيلة التي تقدم الكثير من المحتويات المختلفة، غالبًا ما تقدم أنواعًا كثيرة من فرص الإشباع للمشاهدين. وأوضحت الدراسة أيضًا أن فرص الإشباع المطلوبة تختلف عن الإشباع المتحققة، وأن الإشباع كلها مرتبطة باستخدام الوسيلة، وأن استخدام المشاهدين للوسائل يشبع بعض الاحتياجات.

• دراسة: (لامود، ديانا و أندرسون، جيمس، 1992)، بعنوان "استخدامات وإشباع مشاهدة البرامج التلفزيونية المعاد بثها"<sup>(13)</sup>، وأجريت على عينة منتظمة تتكوّن من (489) فردًا من الجنسين. وتراوحت أعمار الباحثين بين (15 إلى 92) سنة. وتبينت النتائج بأن هناك اختلافات ذات دلالة معنوية بين دوافع المشاهدة في العرضين الأول والثاني، وأن البرامج التي يعاد بثها، تعمق دافع الحنين إلى الأيام

• دراسة: (المشمشي، ممدوح محمد، 2002)، وهي دراسة مقارنة تتناول "دوافع تعرّض المشاهد المصري للقنوات التلفزيونية الفضائية في دولة الإمارات"<sup>(3)</sup>. هدف الدراسة التعرف إلى الدوافع الأساسية وراء استخدام الجالية المصرية في دولة الإمارات العربية المتحدة للقنوات التلفزيونية الفضائية الدولية، مقارنة بالدوافع وراء استخدام القناة الفضائية المصرية، ومدى نجاح تلك القنوات في إشباع احتياجاتهم. واعتمدت الدراسة على منهج المسح لعينة عمدية مكونة من (400) مفردة من أبناء الجالية المصرية في دولة الإمارات العربية المتحدة. ومن أهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة: وجود علاقة ذات دلالة بين الجنس ومتوسط ساعات المشاهدة اليومية، إذ تشير النتائج إلى تفوق نسبة الذكور على الإناث، حيث تصل نسبة الذكور إلى (68.6%)، مقابل (31.4%) للإناث. وتبلغ نسبة الباحثين من الإناث اللواتي يشاهدن القنوات الفضائية دائمًا (57.2%)، مقابل (42.8%) للذكور. وتبينت النتائج أيضًا أن أهم الأسباب التي تدفع أفراد العينة للمشاهدة هي معرفتهم في أخبار العالم، وتبلغ نسبتهم (77.2%)، مقابل (74%) يشاهدونها بدافع التواصل مع أخبار الوطن ومشكلاته.

• دراسة: (القليبي، سوزان 1999)، وهي دراسة ميدانية حول "استخدامات الجمهور العربي للقنوات الفضائية في عصر العولمة"<sup>(1)</sup>، وقد أظهرت نتائج الدراسة تأثير البيئة الثقافية والاتصالية للجمهور العربي على استخداماته للقنوات الفضائية المختلفة، سواء الأجنبية أو العربية. وقد أسفرت الدراسة عن أن الجمهور في مصر والمغرب يستخدم الفضائيات الأجنبية في المرتبة الأولى؛ لإشباع احتياجاته الاتصالية. أما الجمهور السعودي فيستخدم الفضائيات العربية لإشباع تلك الاحتياجات. واختلفت دوافع تعرّض الجمهور العربي في مصر والمغرب والسعودية للقنوات الفضائية. وكانت أهم دوافع المصريين معرفة الأخبار والأحداث والتسلية والتخلص من الملل، واختلفت دوافع تعرّض السعوديين للفضائيات العربية، حيث كان أهمها التسلية والتخلص من الملل. وكانت أهم دوافع السعوديين من التعرض للفضائيات الأجنبية التسلية والاستمتاع، بينما كانت دوافع المصريين متمثلة في معرفة الأخبار والأحداث والحقائق للاعتقاد بأن الفضائيات الأجنبية تتناول الموضوعات بحرية وصراحة. أما أهم دافع للجمهور المغربي من تعرّضه للفضائيات الأجنبية فيمثل في فورية الحصول على الأخبار. وتبينت الدراسة كذلك أنه كلما زاد مستوى إجادة الجمهور العربي للغة أجنبية، زاد ميله إلى استخدام الفضائيات الأجنبية.

إليها. وقد استفاد الباحث من أطلّاعه على الدراسات السابقة في تحديد منهج البحث واختيار العينة. وتتطرق فكرة هذا البحث من نظرية الاستخدامات والإشباع، بغية الوصول إلى الأسباب التي تحول دون قدرة التلفزيون الأردني على تلبية رغبات المشاهدين، وتحقيق إشباعهم بصورة كافية.

### منهج البحث:

اعتمد الباحث في إعداد بحثه على منهج المسح الميداني بوصفه نمطاً من البحوث والدراسات الوصفية. وهو منهج ملائم لإعداد هذا البحث؛ لأنه يمكن الباحث من دراسة الأوضاع الراهنة لظاهرة انخفاض نسبة مشاهدي التلفزيون الأردني، من حيث خصائصها والعوامل المؤثرة فيها. وقد استخدم الباحث هذا المنهج لجمع المعلومات المتعلقة بتقييم المشاهدين لبرامج التلفزيون الأردني التي تلبّي رغباتهم وتحقق إشباعاتهم، ولمعرفة المعايير التي يضعونها للحكم على مدى قيامه بتلبية ذلك بصفة عامة.

### أداة البحث:

استخدم الباحث الاستبانة أداةً في إعداد هذا البحث، وذلك بعد أطلّاعه على الدراسات السابقة المشار إليها آنفاً، والتي تدور حول تلبية رغبات المشاهدين وتحقيق إشباعهم من البرامج التي تقدّمها الفضائيات التلفزيونية. وقد ناقش الباحث أسئلة الاستبانة مع عدد من الباحثين، بهدف الحكم على شموليّتها، ومدى دقة العبارات المستخدمة فيها شكلاً ومضموناً. وبعد أن تمّ وضع الاستبانة في صورتها النهائية، أجرى الباحث اختباراً مسبقاً (Pre-Test)، حيث وزّع نسخاً منها على (20) فرداً من أعمارٍ مختلفة، ومهينٍ متنوّعة، ومستويات تعليميةٍ متعدّدة؛ لمعرفة مدى فهم العناصر المكوّنة لها. وقد أوضح الباحث لهم أهميّة البحث وأهدافه، ووجد بعد استرداد نسخ الاستبانة منهم، أنّ ردود أفعالهم كانت إيجابية ومُطمئنة، الأمر الذي يدلّ على فهمها، ممّا يؤكّد خلوّها من الغموض أو اللبس. وقد تمّ تحديد ثبات الأداة بأسلوب الاختبار وإعادة الاختبار، إذ قام الباحث بتوزيعها مجدداً على عيّنة مماثلة للعيّنة الأولى المكوّنة من (20) فرداً. وبعد قيامه بتفريغ إجابات أفرادها وتحليلها، وجد أنّ النتائج التي توصل إليها في الاختبار الثاني مطابقة للنتائج التي تمخّض عنها الاختبار الأول.

### مجتمع البحث وعينته:

يتكوّن مجتمع البحث من العاملين في ثلاث جامعات في محافظة إربد، هي: اليرموك، وإربد الأهلية، وجرش. وقد اشترك في هذا البحث (400) مفردة من الجنسين. ويشكّل هؤلاء الأفراد عيّنة عمدية، حيث ركز الباحث على أن يكونوا ممّن يشاهدون التلفزيون الأردني. وقد اختار الباحث مجتمع البحث من هذه الجامعات،

الماضية، وتتنشّط عملية التذكّر لدى المشاهد. كما بيّنت الدراسة أنّ المشاهد يتعامل مع البرنامج المعاد بثّه بشكل تذكّري، بينما يتعامل مع البرنامج الذي يُبثّ لأول مرة بشكل تعلّمي، وأنّه كلما زادت مشاهدة المبحوثين للبرامج الإخبارية، زاد ارتباطهم بها.

• دراسة: (كاناري، دانيال وسبيترغ، بريان (1992) بعنوان: "الوحدة وإشباع وسائل الاتصال<sup>(14)</sup>". وقد أجراها الباحثان على عينة طبقية تتكون من (194) طالباً وطالبة من سنوات دراسية مختلفة. وقد استخدم الباحثان الاستبانة أداة للدراسة، وقسمها إلى جزئين، يقيس الجزء الأول إشباع الوسيلة، ويقاس الجزء الثاني الأفراد المصابين بالوحدة والذين يعيشونها من جهة، وبين الأفراد العاديين من جهة أخرى. وقد انطلق الباحثان من الفرضية الآتية: "إنّ الأفراد المصابين بمرض الوحدة والعزلة يحصلون على بعض الإشباع من استخدامهم وسائل الاتصال، بنحوٍ أقلّ من الأفراد العاديين الذين يعيشون الوحدة". وقد توصل الباحثان إلى نتائج تدعم فرضيتهما، حيث تشير نتائج الدراسة إلى أنّ الفرد عندما يشعر بأنّ علاقته الاجتماعية لا تُشبع احتياجاته لسبب أو لآخر، فقد يسعى إلى الحصول على تلك الإشباع من وسائل الاتصال. وعندما يقرر الفرد البقاء في منزله وحيداً لأي سبب من الأسباب، تكون وسائل الاتصال هي المطلوبة لإشباع احتياجاته، رغبةً منه في التسلية؛ للهروب من المشكلات التي تنشأ من خلال اتّصاله بالمجتمع.

### التعليق على الدراسات السابقة:

تبيّن الدراسات السابقة أهميّة الفضائيات التلفزيونية في حياة المشاهدين، لما لها من دور فاعل في تلبية رغباتهم، وإشباع احتياجاتهم المتّصلة بالتسلية والترفيه وقضاء أوقات الفراغ، وما يتعلق بدورها في تزويدهم بالمعرفة في كثير من المجالات.

وتبيّن بعض الدراسات أهميّة مدخل الاستخدامات والإشباع في تفسير السلوك الاتصالي للفرد. وقد تناولت كلّ الدراسات السابقة، باستثناء دراسة عريقات، نظرية الاستخدامات والإشباع على جماهير مختلفة تستخدم التلفزيون لإشباع حاجاتها الإعلامية. وقد استفاد الباحث من تلك الدراسات في صياغة مشكلة الدراسة وأسلتها، فضلاً عن استفادته منها في تحديد النظرية التي اعتمد عليها في إعداد بحثه، ومن ثمّ تكيفها وفقاً للأهداف التي يسعى إلى الوصول

ومفيدة، أدت إلى الإجابة عن جميع الأسئلة بيسرٍ ووضوح، وقد حرص الباحث على أن يكون عدد المشتركين بالدراسة من الجنسين متقاربًا، لاعتقاده بأن آراء الإناث مهمة كأراء الذكور حول مختلف القضايا المحلية والإقليمية والدولية التي تحظى باهتمام التلفزيون الأردني وغيره من وسائل الإعلام.

### الفئة العمرية:

جدول (2) توزيع أفراد العينة من الجنسين حسب العمر

الجنس الفئة العمرية	ذكور		إناث		المجموع الكلي	
	العدد	النسبة المئوية	العدد	النسبة المئوية	العدد	النسبة المئوية
24-30	12	5.8%	51	26.6%	63	15.8%
31-37	36	17.3%	57	29.7%	93	23.3%
38-44	44	21.2%	42	21.9%	86	21.5%
45-51	60	28.8%	20	10.4%	80	20%
52-58	34	16.3%	16	8.3%	50	12.5%
58 فما فوق	22	10.6%	6	3.1%	28	7%
المجموع	208	100%	192	100%	400	100%

تشير نتائج الجدول ذي الرقم (2) إلى أن أكثر أفراد العينة إقبالاً ورغبة بالاشتراك في عملية البحث هم الأفراد الذين تقع أعمارهم بين (31-37 سنة)، ويشكل هؤلاء ما نسبته (23.3%) من الجنسين. وبلي ذلك الفئة التي تقع أعمار أفرادها بين (38-44) سنة في المرتبة الثانية، ونسبة مقدارها (21.5%). يلي ذلك الفئة التي تقع أعمار أفرادها بين (45-51) سنة، وتبلغ نسبتها (20%). وأما الفئة العمرية التي تبلغ أعمار أفرادها من (52-58) سنة، وكل أفرادها من أعضاء الهيئة التدريسية. فتبلغ نسبتها (12.5%). يلي ذلك الفئة العمرية (سنة 58 فما فوق)، وتبلغ نسبة أفرادها (7%).

ويلاحظ من النتائج الواردة في هذا الجدول أن الفرصة أُتيحت لمختلف الأعمار من المشاهدين للمشاركة في عملية البحث، حرصاً من الباحث على معرفة آراء جميع مشاهدي التلفزيون الأردني.

### الحالة الاجتماعية:

جدول (3) توزيع أفراد العينة من الجنسين حسب الحال الاجتماعية

الجنس الحالة الاجتماعية	ذكور		إناث		المجموع الكلي	
	العدد	النسبة المئوية	العدد	النسبة المئوية	العدد	النسبة المئوية
متزوج	138	66.3%	124	66.7%	262	65.5%
أعزب	70	33.7%	68	33.3%	132	34.5%
المجموع	208	100%	192	100%	400	100%

لاعتقاده بسهولة الوصول إليهم، بسبب وجودهم في أماكن عملٍ محددة.

وقد شملت العينة أفراداً موزعين حسب عدد من الخصائص الديمغرافية اللازمة، وقد ناقش الباحث مسألة عدد الأفراد المشتركين في الدراسة مع مجموعة من زملائه الباحثين الأكاديميين، ووجدوا معاً أن عدد أفراد العينة كافٍ لإعداد هذا البحث، وخصوصاً أنهم يُعَرِّضون أنفسهم للتلفزيون الأردني وللفضائيات التلفزيونية بوجه عام. وقد جمع الباحث الآراء والمعلومات ونظّمها وعرضها بجدول إحصائية بسيطة؛ بغية دراستها وتحليلها بيسرٍ ووضوح، وبهدف استخلاص عددٍ من الاستنتاجات والتوصيات التي يمكن أن تخدم التلفزيون الأردني وتسهم في تطويره. وقد حرص الباحث على استعادة جميع نسخ الاستبانة التي تم توزيعها في كلّ الجامعات الأردنية موضع الدراسة، وقد ساعده في ذلك مجموعة من طلابه، واستغرق توزيع نسخ الاستبانة واستعادتها قرابة ثلاثة أسابيع، وتحديداً من 2018/1/7م، إلى 2018/1/27م.

### أسلوب تحليل البيانات:

استخدم الباحث الأساليب الإحصائية الآتية لمعالجة موضوعات الدراسة الميدانية، ولتحليل البيانات والمعلومات:

- 1- التكرارات والنسب المئوية؛ لتحديد استجابات أفراد العينة تجاه كلّ عبارة من عبارات الاستبانة.
- 2- مربع كاي للاستقلالية؛ لتحديد الفروق ذات الدلالة الإحصائية بين استجابات الذكور والإناث عند مستوى الدلالة 0.05.

### تحليل النتائج ومناقشتها

#### النوع:

جدول (1) توزيع أفراد العينة حسب الجنس

الجنس	العدد	النسبة المئوية
ذكور	208	52%
إناث	192	48%
المجموع	400	100%

تشير نتائج الجدول ذي الرقم (1) إلى أن نسبة أفراد العينة من الذكور تبلغ (52%)، في حين تبلغ نسبتهم من الإناث (48%)، وقد كلف الباحث مساعديه من الطلاب والطالبات بأن يقوم الطلاب بتوزيع نسخ الاستبانة على الذكور، وأن تقوم الطالبات بتوزيعها على الإناث. وقد أدى ذلك إلى سهولة توزيعها واستردادها، ومنع عرقلة عملية البحث التي يمكن أن تحدث أحياناً عندما يتم استطلاع آراء الإناث في مجتمع محافظ كالمجتمع الأردني، حتى على صعيد الجامعات. وقد تعاون المبحوثون من الجنسين مع الباحث ومساعديه بصورة فعّالة



تبيّن النتائج الواردة في الجدول ذي الرّقم (5) توزيع أفراد العينة من الجنسين حسب المصادر الإعلامية التي يعتمدون عليها في حصولهم على المعلومات والأخبار التي تلبّي رغباتهم وتشبع احتياجاتهم. وتشير النتائج إلى أنّ الشبكة العنكبوتية (الإنترنت) تحتلّ المرتبة الأولى كمصدر للحصول على المعلومات ونسبة (35.0%)، وتليها القنوات التلفزيونية الأخرى بنسبة مقدارها (30.0%)، وتمثّل الكتب المركز الثالث بنسبة تصل إلى (25.0%)، وتليها في المركز الرابع الصحف والمجلات بنسبة (8%)، وتأتي الإذاعة المسموعة كمصدر أخير للحصول على المعلومات بنسبة (4.0%)، والتي تلبّي رغبات المشاهدين وتحقق إشباعاتهم. وتدلّ النتائج المذكورة على مدى أهمية الإعلام الإلكتروني في حياة الناس، وبخاصة التلفزيون والإنترنت. وتعكس النتائج صورة سلبية للصحف والمجلات والكتب كمصادر للمعلومات، حيث يركّز المشاهدون على الوسائل الإعلامية التي يمكن استخدامها بسهولة، والاستفادة منها بسرعة أكثر من غيرها. ويلاحظ أنّ الفرد يبتعد رويداً رويداً عن القراءة، وقد يعود ذلك إلى طغيان وسائل الإعلام الأخرى وجاذبيتها، وإلى عدم تحفيز الفرد منذ دخوله إلى المدرسة على القراءة بصورة جيّدة، وهذا واقع ينعكس سلبيّاً على أداء الفرد عندما يبدأ بالدراسة الجامعية، حيث يُلاحظ أنّ نسبة ضئيلة من الطلاب والطالبات تجيد القراءة والكتابة بالصورة المطلوبة.

كما تبيّن النتائج الواردة في الجدول ذي الرّقم (5)، أنّه توجد فروق بين الذكور والإناث حول المصادر الإعلامية التي يعتمدون عليها في حصولهم على المعلومات والأخبار التي تلبّي رغباتهم وتشبع احتياجاتهم، حيث كانت نسبة الإناث أعلى من نسبة الذكور حول استخدام القنوات التلفزيونية والإنترنت في حصولهم على المعلومات والأخبار التي تلبّي رغباتهم وتشبع احتياجاتهم. بينما زادت نسبة الذكور على نسبة الإناث حول استخدام الصحف والمذيع والكتب في حصولهم على المعلومات والأخبار التي تلبّي رغباتهم وتشبع احتياجاتهم.

جدول 6 توزيع أفراد العينة حسب تعرضهم لبرامج التلفزيون الأردني

مستوى الدلالة الإحصائية	المجموع الكلي		إناث		ذكور		الجنس المتغير
	النسبة المئوية	العدد	النسبة المئوية	العدد	النسبة المئوية	العدد	
0.952							
	50.5%	202	51%	98	44.2%	104	نعم دائماً
	32.5%	130	32.3%	62	32.7%	68	نعم أحياناً
	17%	68	11.5%	32	23.1%	36	نعم نادراً
	100%	400	100%	192	100%	208	المجموع

تبيّن النتائج في الجدول ذي الرّقم (6) أنّ أكثر من نصف المجموع الكلي للمشاهدين من الجنسين، يُعرّض نفسه دائماً لبرامج

تشير النتائج الواردة في الجدول ذي الرّقم (3) إلى توزيع أفراد العينة حسب الحالة الاجتماعية، إذ تبلغ نسبة المتزوجين من الجنسين (65.5%)، ويكاد أن يتلاشى الفرق بين نسبة الذكور والإناث من المتزوجين، حيث تبلغ نسبة المتزوجين من الذكور (66.3%)، مقابل (66.7%) من الإناث. كما وتكاد أن تتساوى نسبة المبحوثين من العزّاب والعزّابات من الجنسين، وتبلغ لدى الذكور (33.7%)، ولدى الإناث (33.3%).

جدول (4) توزيع أفراد العينة حسب مزاوله العمل في الجامعات

الجنس مزاوله العمل	ذكور		إناث		المجموع الكلي	
	النسبة المئوية	العدد	النسبة المئوية	العدد	النسبة المئوية	العدد
عضو هيئة تدريسي	55.8%	116	63.0%	121	59.3%	237
إداري	44.2%	92	37.0%	71	40.7%	163
المجموع	100%	208	100%	192	100%	400

تبيّن نتائج الجدول ذي الرّقم (4) أنّ نسبة المشتركين في البحث من أعضاء الهيئة التدريسية من الذكور في الجامعات كانت أقلّ من نسبة المشتركين في البحث من الذكور من أعضاء الهيئة الإدارية، حيث كانت نسبة اشتراكهم (55.8%)، مقابل ما نسبته (44.2%) من الإداريين، وقد عانى الباحث وبعض الطلاب والطالبات الذين ساعدوه في توزيع الاستبانة من صعوبات في الاستجابة من قبل عددٍ من أعضاء الهيئة التدريسية، الذين تباطؤوا في الإجابة عن أسئلة الاستبانة، في حين كان أفراد العينة من الإناث أكثر تعاوناً مع الباحث ومساعدته من الطلبة الذين ورّعوا عليهم نسخ الاستبانة واسترجعوها منهم.

#### ما مصادر المعلومات التي تحصل عليها حول الأحداث الداخلية والعربية والعالمية وتلبي رغباتك وتحقق إشباعك؟

جدول (5) توزيع أفراد العينة حسب المصادر الإعلامية التي يعتمدون عليها في الحصول على المعلومات والأخبار التي تلبّي رغباتهم وتحقق إشباعاتهم

مستوى الدلالة الإحصائية	المجموع الكلي		إناث		ذكور		الجنس مصدر المعلومات
	النسبة المئوية	العدد	النسبة المئوية	العدد	النسبة المئوية	العدد	
0.026							
	30%	120	35.4%	68	24.8%	52	القنوات التلفزيونية الأخرى
	35%	140	37.5%	72	32.7%	68	الإنترنت
	4.0%	16	3.1%	6	4.8%	10	الراديو
	6%	24	4.2%	8	7.7%	16	الصحف والمجلات
	25%	100	19.8%	38	29.8%	62	الكتب
	100%	400	100%	192	100%	208	المجموع

للجانِب المادي دور في عدم تطوير التلفزيون الأردني، إلا أن هذا الجانب ليس الوحيد، فالعنصر البشري الإداري والفني مهم في هذا الصدد أيضاً.

كما يبين الجدول أعلاه عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين إجابات عينة الدراسة حسب النوع (الذكور والإناث)، حول عدد الساعات التي يقضونها أمام شاشة التلفزيون الأردني يومياً؛ حيث كان مستوى الدلالة أعلى من مستوى الدلالة الإحصائية ( $\alpha=0,05$ ).

ما أفضل الفترات التي تشاهد/ تشاهدين فيها برامج التلفزيون الأردني؟

جدول 8 توزيع أفراد العينة حسب الفترات التي يشاهدون فيها برامج التلفزيون الأردني

الجنس فترات المشاهدة	ذكور		إناث		المجموع الكلي	
	العدد	النسبة المئوية	العدد	النسبة المئوية	العدد	النسبة المئوية
الفترة الصباحية	0	0%	0	0%	0	0%
فترة الظهيرة	0	0%	0	0%	0	0%
الفترة المسائية	208	100%	192	100%	400	100%
المجموع	208	100%	192	100%	400	100%

تشير النتائج في الجدول ذي الرّم (8) إلى أن جميع أفراد العينة لا يعرضون أنفسهم، سواء دائماً أو أحياناً أو نادراً، إلا في الفترة المسائية لبيت التلفزيون الأردني، وقد يكون لذلك علاقة مباشرة بأوقات مزاوله أعمالهم في الجامعات المعنية.

برفقة من تشاهد/ تشاهدين البرامج التي يبتها التلفزيون الأردني؟

جدول 9 توزيع أفراد العينة حسب تعريض أنفسهم لبرامج التلفزيون الأردني بمفردهم أو مع غيرهم

الجنس المتغير	ذكور		إناث		المجموع الكلي		مستوى الدلالة الإحصائية
	العدد	النسبة المئوية	العدد	النسبة المئوية	العدد	النسبة المئوية	
بمفردني دائماً	22	10.6%	18	9.4%	40	10%	0.001
بمفردني أحياناً	32	15.4%	13	6.8%	45	11.3%	
بمفردني نادراً	38	18.2%	41	21.3%	79	19.7%	
مع أفراد الأسرة دائماً	58	27.9%	62	32.3%	120	30%	
مع أفراد الأسرة أحياناً	52	25%	36	18.8%	88	22%	
مع أفراد الأسرة نادراً	6	2.9%	22	11.4%	28	7%	
المجموع	208	100%	192	100%	400	100%	

تشير نتائج الجدول ذي الرّم (9) إلى أن ما نسبته (30%) من أفراد العينة يشاهدون برامج التلفزيون الأردني مع أفراد الأسرة دائماً، وهي نسبة يمكن وصفها بالمرتفعة نسبياً، إذ يميل الفرد عامة إلى مشاهدة البرامج التلفزيونية بمفرده، وذلك بسبب تنوعها الذي يمكن أن يؤدي إلى تعدد الأذواق، فضلاً عن ارتفاع عدد القنوات التلفزيونية،

التلفزيون الأردني، ويشكلون ما نسبته (50.5%)، يلي ذلك المبحوثون الذين يشاهدون برامجه أحياناً، وتبلغ نسبتهم (32.5%). أما المشاهدون الآخرون المشتركون في الدراسة فيعرضون أنفسهم للتلفزيون الأردني نادراً، وينسبة تبلغ (17%). والنسب الواردة في الجدول ينبغي أن تلفت انتباه القائمين على التلفزيون الأردني إلى ضرورة تطويره، وتحسين أداء العاملين فيه، من أجل تلبية رغبات المشاهدين وإشباع احتياجاتهم، حيث الفرصة متاحة أمامهم باستمرار لمشاهدة القنوات الفضائية الأخرى على اختلاف أنواعها ومنطقاتها الفكرية.

كما تشير نتائج الجدول ذي الرّم (6) أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الذكور والإناث حول مدى تعرضهم لبرامج التلفزيون الأردني.

كم من الزمن تقضي/ تقضين يومياً في مشاهدة برامج التلفزيون الأردني؟

جدول 7 توزيع أفراد العينة حسب عدد الساعات التي يقضونها أمام شاشة التلفزيون الأردني يومياً

الجنس عدد الساعات	ذكور		إناث		المجموع الكلي		مستوى الدلالة الإحصائية
	العدد	النسبة المئوية	العدد	النسبة المئوية	العدد	النسبة المئوية	
أقل من ساعة	53	25.5%	46	23.9%	99	24.7%	0.905
ساعة إلى ساعتين	83	39.9%	77	40.1%	160	40%	
ثلاث إلى أربع ساعات	66	31.7%	61	31.8%	127	31.7%	
أكثر من خمس ساعات	6	2.9%	8	4.2%	14	3.5%	
المجموع	208	100%	192	100%	400	100%	

تشير نتائج الجدول ذي الرّم (7) إلى أن (40%) من أفراد العينة الذين يشاهدون برامج التلفزيون الأردني لا يقضون أكثر من ساعتين بمشاهدتها. وتقل نسبة من يشاهدها منهم من ثلاث إلى أربع ساعات، إذ تبلغ نسبة هؤلاء المشاهدين (31.7%). أما نسبة المشاهدين الذين يشاهدون برامج التلفزيون الأردني مدة تقل عن ساعة فتبلغ (24.7%). وأما نسبة المشاهدين الذين يشاهدون برامجه أكثر من خمس ساعات يومياً فلا تزيد عن (3.5%). وتعكس هذه النسبة انخفاضاً نسبياً لجماهيرية التلفزيون الأردني.

وقد يُعزى ذلك إلى أن التلفزيون الأردني لا يلبي رغبات المشاهدين، ولا يحقق إشباعاتهم بالصورة المطلوبة. وتدل النتائج على بُعد المشاهد الأردني عن قناته الوطنية الأولى، والتي تحتاج على ما يبدو إلى تطوير وتحسين مستمرين من أجل جذبها إليها. وقد يكون

الفضائية التي تولي البرامج الدينية اهتماماً أكثر من التلفزيون الأردني. أما الاهتمام الثاني للمشاهدين بالبرامج التي يبثها التلفزيون الأردني، فهو الاهتمام بالبرامج الإخبارية، حيث يرى ما نسبته (21.3%)، أنّ هذه البرامج تلبي رغباتهم وتشبع احتياجاتهم. وتزيد نسبة الذكور عن الإناث في هذا الصدد. تلي ذلك البرامج الثقافية (17%) والاقتصادية (16%)، ويرى ما نسبته (10.3%) من المجموع الكلي لأفراد العينة أنّ البرامج الرياضية التي يشاهدونها على شاشة التلفزيون الأردني، تلبي رغباتهم وتشبع احتياجاتهم، وهي نسبة ضئيلة من المشاهدين، وقد يعود ذلك إلى أنّ أفراد العينة يرون في قنوات فضائية أخرى تلبية لرغباتهم، وإشباعاً لاحتياجاتهم بنحو أفضل مقارنةً بالتلفزيون الأردني، حيث توفرّ الإمكانات الماليّة المتاحة لتلك الفضائيات إمكانيّة تطوير برامجها الرياضية باستمرار، أكثر. وتأتي البرامج الترفيهية في آخر اهتمامات المشاهدين الأردني، إذ تبلغ نسبة من يُعرض نفسه لها من الجنسين (6.5%). وتدلّ النتائج المذكورة على مدى ضعف البرامج الترفيهية التي يبثها التلفزيون الأردني، فهي لا تلبي رغبات سوى عدد قليل من المشاهدين.

كما يبيّن الجدول أعلاه عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين إجابات عينة الدراسة حسب النوع (الذكور والإناث)، حول البرامج التي يفضلون متابعتها على شاشة التلفزيون الأردني؛ حيث كان مستوى الدلالة أعلى من مستوى الدلالة الإحصائية ( $\alpha=0,05$ ).

#### ما درجة تقييمك لجودة برامج التلفزيون الأردني التي تلبي رغباتك وتحقق إشباعك؟

جدول 11 توزيع أفراد العينة حسب تقييمهم لجودة البرامج التي تلبي رغباتهم وتحقق إشباعهم على شاشة التلفزيون الأردني

مستوى الدلالة الإحصائية	المجموع الكلي		إناث		ذكور		الجنس جودة البرامج
	النسبة المئوية	العدد	النسبة المئوية	العدد	النسبة المئوية	العدد	
0.029	النسبة المئوية	العدد	النسبة المئوية	العدد	النسبة المئوية	العدد	جيدة جداً
	24.5%	98	20.8%	40	27.9%	58	جيدة
	23.5%	94	21.9%	42	25%	52	مقبولة
	31%	124	30.2%	58	31.7%	66	لا رأي لي
	21%	84	27.1%	52	15.4%	32	المجموع
	100%	400	100%	192	100%	208	

تبيّن نتائج الجدول ذي الرّم (11) أنّ ما نسبته (24.5%) من أفراد العينة من الجنسين يجدون البرامج التي يبثها التلفزيون الأردني تلبي رغباتهم، وتحقق إشباعهم بدرجة جيدة جداً، مقابل (23.5%) منهم يرون أنّها تلبي رغباتهم وتحقق إشباعهم بدرجة جيدة، إلا أنّ نسبة من يرى أنّ برامج التلفزيون الأردني تلبي رغباته وتحقق إشباعه بدرجة مقبولة فتبلغ (31%)، وهي نسبة لا يستهان بها وتشكّل قرابة ثلث عدد الباحثين الذين يعرضون أنفسهم لتلك البرامج. وفضّل ما نسبته (21%) منهم عدم إبداء الرأي. وتدلّ النتائج على إمكانيّة توجيه

وامتلاك كثير من الأسر أكثر من جهاز تلفزيون. من ناحية أخرى، بيّنت النتائج وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين إجابات عينة الدراسة حسب النوع (الذكور والإناث)، حول السؤال الذي يهدف إلى معرفة الرفيق الذي يكون عند مشاهدة البرامج التي يبثها التلفزيون الأردني؛ حيث كان مستوى الدلالة (0.001) أقل من مستوى الدلالة الإحصائية ( $\alpha=0,05$ )، ويُلاحظ أنّ الإناث أكثر رغبة في مشاهدة البرامج التلفزيونية مع أفراد الأسرة من الذكور، إذ تبلغ نسبة الإناث اللواتي يشاهدن برامج التلفزيون مع أفراد الأسرة دائماً (32.3%)، مقابل ما نسبته (27.9%) من الذكور. وقد يُعزى سبب ذلك إلى شعور الإناث بدفع الجوّ الأسري أكثر من الذكور، وإلى شدّة اهتمامهم بالبرامج التلفزيونية دراميّة المضمون، حيث أثبت استطلاع للرأي أجراه الباحث عام 2011م، أنّ الإناث في الأردن أكثر ميلاً إلى متابعة المسلسلات التلفزيونية الدرامية مع أفراد الأسرة أكثر من الذكور. ويمكن النظر إلى نسبة المشاهدين البالغة (30%) المذكورة آنفاً، بوصفها صورة من صور الترابط داخل المجتمع الأردني. وقد وجد الباحث أنّ أفراد العينة الذين يحرصون على مشاهدة برامج التلفزيون الأردني مع أفراد الأسرة دائماً، هم من المترجّين، وممّن تقع أعمارهم بين (45-58) سنة.

#### ما البرامج التي يبثها التلفزيون الأردني وتلبي رغباتك وتحقق إشباعك؟

جدول 10 توزيع أفراد العينة حسب البرامج التي يفضلون متابعتها على شاشة التلفزيون الأردني

مستوى الدلالة الإحصائية	المجموع الكلي		إناث		ذكور		الجنس برامج التلفزيون الأردني
	النسبة المئوية	العدد	النسبة المئوية	العدد	النسبة المئوية	العدد	
0.176	النسبة المئوية <td>العدد</td> <td>النسبة المئوية <td>العدد</td> <td>النسبة المئوية <td>العدد</td> <td>الإخبارية</td> </td></td>	العدد	النسبة المئوية <td>العدد</td> <td>النسبة المئوية <td>العدد</td> <td>الإخبارية</td> </td>	العدد	النسبة المئوية <td>العدد</td> <td>الإخبارية</td>	العدد	الإخبارية
	21.3%	85	17.7%	34	24.5%	51	الاقتصادية
	16%	64	14.6%	28	17.3%	36	الثقافية
	17%	68	18.8%	36	15.4%	32	الدينية
	29%	116	28.1%	54	29.8%	62	الرياضية
	10.3%	41	13.5%	26	7.2%	15	الترفيهية
	6.5%	26	7.3%	14	5.8%	12	المجموع
	100%	400	100%	192	100%	208	

تبيّن النتائج الواردة في الجدول ذي الرّم (10) أنّ المشاهدين الأردنيين أكثر اهتماماً بالبرامج الدينية، التي قد تلبي رغباتهم وتشبع احتياجاتهم أكثر من غيرها على شاشة التلفزيون الأردني، حيث تبلغ نسبة هؤلاء المشاهدين (29%)، ومع ذلك فهي نسبة منخفضة، إذا قورنت بنسب سابقة في بحث سابق أجراه الباحث، تُبيّن أنّ نسبة المشاهدين الذين يرون أنّ البرامج الدينية التي يبثها التلفزيون الأردني وتلبي رغباتهم وتشبع احتياجاتهم كانت أكثر بقليل من ضعفي النسبة التي توصل إليها في هذا البحث، وقد يُعزى ذلك إلى تعدّد القنوات

التلفزيون الأردني؛ حيث كان مستوى الدلالة (0.029) أقل من مستوى الدلالة الإحصائية ( $\alpha=0,05$ ).

هل يُلبّي التلفزيون الأردني رغباتك ويحقق إشباعك من خلال متابعته للأحداث الجارية محلياً وعربياً وعالمياً؟

جدول 12 توزيع أفراد العينة من الجنسين حسب قيام التلفزيون الأردني بتلبية رغباتهم وإشباع احتياجاتهم خلال متابعته للأحداث الجارية محلياً وعربياً وعالمياً.

مستوى الدلالة الإحصائية	المجموع الكلي		إناث		ذكور		الجنس المتغير
	النسبة المئوية	العدد	النسبة المئوية	العدد	النسبة المئوية	العدد	
0.287							يلبي الرغبات ويحقق الإشباع بما يبثه حول الأوضاع في الأردن.
	25.7%	103	24.5%	47	26.9%	56	يلبي الرغبات ويحقق الإشباع بما يبثه حول الأحداث الجارية في المنطقة العربية.
	18.3%	73	21.9%	42	14.9%	31	يلبي الرغبات ويحقق الإشباع بما يبثه حول الأحداث العالمية.
	15%	60	14%	27	15.9%	33	يلبي قليلاً من الرغبات ويحقق قليلاً من الإشباع بما يبثه عن الأحداث المحلية والعربية والعالمية.
	41%	164	39.6%	76	42.3%	88	المجموع
	100%	400	100%	192	100%	208	

إشباعاتهم بما يبثه حول الأحداث المحلية والعربية والعالمية. وتدل هذه النتائج على تدني عدد المشاهدين الذين يعتمدون على التلفزيون الأردني في الحصول على الأخبار والمعلومات على مختلف الأصعدة المحلية والإقليمية والعالمية. كما بينت النتائج عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين إجابات عينة الدراسة حسب النوع (الذكور والإناث)، حول قيام التلفزيون الأردني بتلبية رغباتهم، وإشباع احتياجاتهم خلال متابعتهم للأحداث الجارية محلياً وعربياً وعالمياً؛ حيث كان مستوى الدلالة (0.287) أعلى من مستوى الدلالة الإحصائية ( $\alpha=0,05$ ).

ما الأسباب التي تدفع المشاهدين إلى تعريض أنفسهم لبرامج التلفزيون الأردني أحياناً أو نادراً، والتي تحول دون قيامه بتلبية رغبات المشاهدين وتحقيق إشباعهم؟

جدول 13 توزيع أفراد العينة حسب المتغيرات التي تحول دون قيام التلفزيون الأردني بتلبية رغباتهم وإشباع احتياجاتهم فلا يشاهدون برامجه إلا أحياناً أو نادراً.

الجنس المتغير	ذكور		إناث		المجموع الكلي	
	العدد	النسبة المئوية	العدد	النسبة المئوية	العدد	النسبة المئوية
التركيز على المنجزات المحلية مهما صغر حجمها.	12	11.5%	7	7.4%	19	9.6%
عدم الاهتمام الجدي بالرأي والرأي الآخر.	21	20.2%	14	14.9%	35	17.7%
التركيز الشديد على الأخبار الرسمية.	6	5.8%	4	4.3%	10	5.1%
عدم حياد مقدمي البرامج السياسية	4	3.8%	----	----	4	2%

المجموع الكلي		إناث		ذكور		الجنس المتغيرات
14.6%	29	21.3%	20	8.7%	9	عدم تمتع بعض مقدّمي ومقدّمات البرامج بالحضور والجاذبية والإقناع لشدّ اهتمامي لمتابعتها.
38.4%	76	43.6%	41	33.7%	35	التعرض لفضائيات عربية تلبّي رغباتي وتشبع احتياجاتي أكثر من التلفزيون الأردني.
12.6%	25	8.5%	8	16.3%	17	عدم تقديم الأخبار المتعلقة بالأحداث العربية الساخنة بصورة مفصلة تلبّي رغباتي وتحقّق إشباعاتي.
100%	198	100%	94	100%	104	المجموع

حجمها، فيمثلّ هذا الرّأي من المبحوثين ما نسبته (9.6%)، والفقرة: التركيز الشديد على الأخبار المتعلقة برجال الدولة الأردنية، فيمثلّ هذا الرّأي من المبحوثين ما نسبته (5.1%)، وأخيراً الفقرة: عدم حياد مقدّمي البرامج السياسيّة فيمثلّ هذا الرّأي من المبحوثين ما نسبته (2%).

ويمكن تفسير النتائج الواردة في الجدول بكثرة الفضائيات العربيّة التي تتناول القضايا السياسيّة والعسكريّة والاقتصاديّة وغيرها في بعض البلدان العربيّة، والتي تتمتع بإمكانات ماديّة وبشريّة تفوق قدرات التلفزيون الأردنيّ، كما ويمكن القول إنّ النتائج تشير إلى مدى وعي المشاهد الأردنيّ بما يجري حوله من أحداث، وإلى تمتّعه بقدرة على النقد وإبداء الرّأي في كثير من الأمور والأحداث على كثيرٍ من الأصعدة.

#### هل يُلبّي التلفزيون الأردنيّ رغباتك ويحقّق إشباعاتك الخاصّة بتقديم الأردنّ إعلامياً وحضارياً؟

جدول 14 توزيع آراء أفراد العينة حول مدى قيام التلفزيون الأردنيّ بتلبية رغباتهم وتحقيق إشباعاتهم بتقديم الأردنّ إعلامياً وحضارياً.

مستوى الدلالة الإحصائيّة	المجموع الكلي		إناث		ذكور		الجنس المتغير
	النسبة المئوية	العدد	النسبة المئوية	العدد	النسبة المئوية	العدد	
0.179							
	3.8%	15	4.7%	9	2.9%	6	يلبّي رغباتي ويحقّق إشباعاتي بصورة ممتازة.
	16.2%	65	18.8%	36	13.9%	29	يلبّي رغباتي ويحقّق إشباعاتي بصورة جيّدة جداً.
	22%	88	21.3%	41	22.6%	47	يلبّي رغباتي ويحقّق إشباعاتي بصورة جيّدة.
	39.5%	158	34.4%	66	44.2%	92	يلبّي رغباتي ويحقّق إشباعاتي بصورة مقبولة.
	18.5%	74	20.8%	40	16.3%	34	لا يلبّي رغباتي ولا يحقّق إشباعاتي.
	100%	400	100%	192	100%	208	المجموع

مقبولة. وأما نسبة المشاهدين الذين يرون أنّ التلفزيون الأردنيّ يلبّي ذلك بصورة جيّدة، فتبلغ (22%)، مقابل (16.2%)، يرون أنّه يقوم بذلك بصورة جيّدة جداً. ولا يرى سوى ما نسبته (3.8%) من المبحوثين أنّه يقوم بذلك. إلا أنّ ما نسبته (18.5%) من الجنسين

تبيّن نتائج الجدول ذي الرّقم (13) المتغيرات التي يرى (198) فرداً من أفراد العينة أنّها تحول دون تلبية رغباتهم وإشباع احتياجاتهم، فلا يعرضون أنفسهم لبرامج التلفزيون الأردنيّ بسببها إلا أحياناً أو نادراً، ويأتي في مقدّمة ذلك التعرّض لقنوات فضائيّة عربيّة، يرون أنّها تلبّي رغباتهم، وتبلغ نسبة هؤلاء المشاهدين (38.4%)، ويأتي عدم الاهتمام الجديّ بالرّأي والرّأي الآخر، في المنزلة الثانية من الأسباب، ويمثلّ هذا الرّأي ما نسبته (17.7%)، يلي ذلك عدم تمتّع بعض مقدّمي ومقدّمات البرامج في التلفزيون الأردنيّ بجاذبيّة تشدّ المشاهد إلى مشاهدة برامجه، ويمثلّ هؤلاء المبحوثين ما نسبته (14.6%)، أمّا ما يخصّ الفقرة: عدم تقديم الأخبار المتعلقة بالأحداث الساخنة في المنطقة العربيّة بصورة مفصلة تلبّي رغبات المشاهدين وتشبع احتياجاتهم، فيمثلّ هذا الرّأي من المبحوثين ما نسبته (12.6%)، وبخصوص الفقرة: التركيز على المنجزات المحليّة مهما صغُر

تبيّن نتائج الجدول ذي الرّقم (14) آراء أفراد العينة حول دور التلفزيون الأردنيّ بتلبية رغباتهم وتحقيق إشباعاتهم في تقديم الأردنّ إعلامياً وحضارياً، حيث يرى ما نسبته (39.5%) من المجموع الكلي للمبحوثين من الجنسين، أنّ التلفزيون الأردنيّ يقوم بهذا الدور بصورة

بتلبية رغباتهم وتحقيق إشباعاتهم بتقديم الأردن إعلامياً وحضارياً، حيث بلغ مستوى الدلالة (0.179) أعلى من مستوى الدلالة الإحصائية ( $\alpha=0,05$ ).

برأيك! ما العناصر التي ترى/ ترى أن بإمكانها أن تجعل التلفزيون الأردني قادراً على تلبية رغباتك وتحقيق إشباعك؟ ملاحظة: يمكن اختيار أكثر من إجابة.

جدول 15 توزيع آراء أفراد العينة حسب العناصر التي يرون أنها كفيلة بتلبية التلفزيون الأردني لرغباتهم وتحقيق إشباعاتهم

المجموع الكلي		إناث		ذكور		الجنس المتغير
النسبة المئوية	العدد	النسبة المئوية	العدد	النسبة المئوية	العدد	
12.5%	75	12.5%	32	12.6%	43	رفع سقف حرية التعبير.
24.4%	146	25%	64	24%	82	مناقشة المشكلات الاقتصادية التي يعاني منها المواطن الأردني بوضوح وشفافية.
8.5%	51	8.2%	21	8.8%	30	تفعيل مشاركة قوى المعارضة في البرامج التي يقدمها التلفزيون الأردني.
14.5%	87	13.7%	35	15.2%	52	منح التلفزيون الأردني نوعاً من الاستقلالية ليتمكن من العمل دون تعليمات أو توجيهات رسمية مباشرة من وزارة الإعلام الأردنية.
9.5%	57	10.2%	26	9.1%	31	تغطية الأحداث الجارية في المنطقة العربية بجرأة وشجاعة وعدم التخلف عن تغطية بعض الأحداث المحلية المهمة.
7.7%	46	7.4%	19	7.9%	27	منح التلفزيون الحرية في نقد الأنظمة القمعية العربية.
10%	60	10.5%	27	9.6%	33	إعادة النظر في بعض البرامج التي يقدمها التلفزيون الأردني من حيث مقدميها ومضامينها.
12.7%	76	12.5%	32	12.8%	44	عدم التعيم على بعض ما يجري من أحداث داخل الأردن.
100%	598	100%	256	100%	342	المجموع

وتدل النتائج على مدى وعي المشاهدين واهتمامهم بما يجري من أحداث محلية، وتطورات في ضد أنظمة الحكم في بعض أقطار الوطن العربي. وتدل النتائج على إمام المبحوثين بالسياسة التي تنتهجها الحكومة الأردنية، والتي تجد لها انعكاساً في وسائل الإعلام الرسمية، وبخاصة في التلفزيون الأردني.

وتدل النتائج كذلك على أن الذكور أكثر اهتماماً من الإناث بما يجري على الصعيدين الأردني والعربي من أحداث وتطورات على مختلف الأصعدة.

وتدل النتائج المذكورة أعلاه إلى مدى النضج الفكري لدى المشاهدين من الجنسين، وإلى مدى إحاطتهم بما يجري حولهم من تطورات وأحداث، وإلى مدى تضامنهم مع أشقائهم في البلدان العربية الذين يعانون من مشكلات وكوارث إنسانية مستمرة، كما وتدل النتائج على توفيق المشاهد الأردني إلى منحه حرية التعبير عن آرائه وأفكاره، رغبةً منه في المساهمة في رفعة بلده ديمقراطياً وتتموياً.

#### نتائج البحث:

#### خلصت الدراسة إلى النتائج الآتية:

- ارتفاع نسبة المبحوثين الذين يعتمدون على الانترنت ، والفضائيات التلفزيونية في الحصول على المعلومات والأخبار، وتدني نسبة من يعتمد منهم على الصحف

يرون أن التلفزيون الأردني لا يلبي رغباتهم، ولا يحقق إشباعاتهم في تقديم الأردن إعلامياً وحضارياً.

وتدل النتائج على الخشية من أن يقل عدد المشاهدين للتلفزيون الأردني مستقبلاً، إذا لم يحدث تطوير شامل فيه.

وأشارت نتائج الجدول السابق إلى عدم وجود فروق دالة إحصائية، بين استجابات أفراد العينة حول مدى قيام التلفزيون الأردني

تشير النتائج الواردة في الجدول (15) إلى العناصر التي يرى المشاهدون بأنها كفيلة بأن تلبي رغباتهم وتحقيق إشباعاتهم من التعرض لبرامج التلفزيون الأردني، وتأتي مناقشة المشكلات الاقتصادية بوضوح وشفافية في مقدمة تلك العناصر، وتبلغ نسبة آراء المبحوثين حول ذلك (24.4%). يلي ذلك رغبة المشاهدين في أن تمنح الدولة التلفزيون الأردني نوعاً من الاستقلالية ليتمكن من العمل دون تعليمات أو توجيهات مباشرة من وزارة الإعلام الأردنية، وتبلغ نسبة الآراء التي عبرت عن ذلك (14.5)، وقد طالب ما نسبته (12.7%) من الآراء التلفزيون الأردني بعدم التعيم على ما يجري من أحداث على الساحة الأردنية، مقابل مطالبة ما نسبته (12.5%) من الآراء برفع سقف حرية التعبير على شاشة التلفزيون الأردني. وقد حظي واقع البرامج التي يبثها التلفزيون الأردني باهتمام المبحوثين، حيث ترى نسبة (10%) من الآراء إعادة النظر في بعض البرامج التي يقدمها التلفزيون الأردني من حيث مقدميها ومضامينها. ويطلب ما نسبته (9.5%) من الآراء التلفزيون الأردني بتغطية الأحداث الجارية في المنطقة العربية بجرأة وشجاعة. ويرى ما نسبته (8.5%) من آراء المبحوثين بتفعيل مشاركة قوى المعارضة في البرامج التي يبثها التلفزيون الأردني، مقابل (7.7%) من الآراء التي تطالب بمنح التلفزيون الحرية في نقد الأنظمة القمعية في المنطقة.

## التوصيات:

### توصي الدراسة بالآتي:

- أن يعيد التلفزيون الأردني النظر في تعامله مع الصورة التي تأتي سريعة وغير مكتملة المضمون أحياناً، حيث أن التعامل معها ينبغي أن لا يتم في بعدها الإخباري فقط.
- أن يعيد التلفزيون الأردني تأهيل إعلاميه في مجال الإعلام الميداني، حيث يحتاج هذا الميدان إلى خبراء متخصصين في الأحداث على كافة الأصعدة، وذلك بغية أن يكون المشاهد مدركاً للأسباب الكامنة وراء اندلاعها من النواحي السياسية والاجتماعية والاقتصادية.
- أن يتخلى التلفزيون الأردني عن أساليب العمل الإعلامي القديمة القائمة على أساس انتظار ما يصرح به وزير الإعلام أو من ينوب عنه، كمنطلق أو أساس لإعداد الرسالة الإعلامية حول مختلف القضايا المحلية والخارجية.
- أن يقدم التلفزيون الأردني الأحداث الجارية في بعض البلدان العربية بدقة وأمانة، وأن تكون الموضوعية والمهنية أساساً لتعامله معها، مع ضرورة التحلي بالقدرة على تقييمها ونقدها، وتقديم الرأي والرأي الآخر كي تكتمل صورة الحدث في ذهن المشاهد.
- أن لا يوحى التلفزيون الأردني أو يحاول أن يغفل أهمية ما يجري من أحداث على الساحة العربية، وما ينجم عنها من اعتقالٍ وبطشٍ وتكليفٍ بالمواطنين المتظاهرين سلمياً، لأنّ من شأن الاهتمام بذلك أن يشدّ اهتمام المشاهد إلى التلفزيون الأردني ويعزز من مصداقيته الإعلامية.
- أن يولي التلفزيون الأردني "الخبر العاجل" عن الأحداث الداخلية والخارجية معلومات أهمية إضافية، كي لا يُترك المشاهد الأردني ينتظر تلك المعلومات في موعد نشرة الأخبار الرئيسية، أو كي لا يبحث عن ذلك في فضائيات أخرى.
- أن يزداد اهتمام التلفزيون الأردني بالبرامج الموجهة إلى كل فئة من فئات المجتمع، مع ضرورة أن يشترك بإعدادها متخصصون تربويون وعلماء نفس واجتماع إلى جانب الإعلاميين الأردنيين.
- أن يزداد اهتمام التلفزيون الأردني بالمباريات الرياضية المحلية وغيرها، بحيث لا يقتصر ذلك على الألعاب والمباريات الرياضية التي تقام في العاصمة فقط.
- أن يقدم التلفزيون الأردني أفلاما ومسلسلات تلفزيونية جديدة ذات مضامين اجتماعية وسياسية مفيدة، وألا يستمر في تركيزه على بث القديم منها، إذا أراد أن يبقى على فئة

والمجلات والإذاعة المسموعة في الحصول على ذلك (جدول رقم 6).

- أن ما نسبته (50.5%) من المبحوثين يعرضون أنفسهم لبرامج التلفزيون الأردني بشكل دائم، لاعتقادهم أنه لا يلبي رغباتهم ولا يحقق اشباعاتهم (جدول رقم 6).
- أن ما نسبته (40%) من المبحوثين لا تزيد ساعات مشاهدتهم للتلفزيون الأردني عن ساعة إلى ساعتين يومياً، وتعكس هذه النتيجة عدم قيامه بتلبية رغبات المشاهدين وتحقيق اشباعاتهم بالصورة المطلوبة (جدول رقم 7).
- تحظى البرامج الدينية والإخبارية التي يبثها التلفزيون الأردني وتلبي رغبات المشاهدين وتحقق اشباعاتهم باهتمام ما نسبته (29%) منهم للأولى، و (21.3%) منهم للثانية. وأما البرامج الثقافية فلا تحظى سوى باهتمام (17%) منهم، يلي ذلك البرامج الاقتصادية (16%)، فالترفيهية التي تحظى باهتمام (6.5%) من المشاهدين (جدول رقم 10).
- أنّ ما نسبته (31%) من المبحوثين من الجنسين يُقيموا برامج التلفزيون الأردني على أساس أنها برامج مقبولة، مقابل (24.5%) يرون أنها جيدة جدا (جدول رقم 11).
- أن (41%) من المشاهدين يرون أن التلفزيون الأردني لا يلبي إلا قليلاً من رغباتهم، ويحقق قليلاً من إشباعاتهم بما يبثه حول الأحداث المحلية والعربية والعالمية (جدول 12).
- أن التلفزيون الأردني لا يلبي رغبات المشاهدين ولا يحقق إشباعاتهم لعدم اهتمامه الجدي بالرأي والرأي الآخر، ولتركيزه على المنجزات المحلية مهما صغر حجمها، ولتركيزه الشديد على الاخبار الرسمية، ولعدم حياد مقدمي البرامج، وعدم تمتع بعضهم بالحضور و الجاذبية و الإقناع لشد اهتمام المشاهد، فضلاً عن عدم تقديمه الأخبار المتعلقة بالأحداث الساخنة في المنطقة العربية بصورة مفصلة (جدول 13) و تخلفه عن تغطية بعض الاحداث المحلية الهامة .
- أن (38.4%) من المشاهدين يُعرضون أنفسهم لفضائيات تلفزيونية عربية تلبي رغباتهم وتحقق إشباعاتهم أكثر من التلفزيون الأردني (جدول رقم 14).
- أن مناقشة المشكلات الاقتصادية، ورفع سقف حرية التعبير، وتغطية الأحداث الجارية بجرأة وشجاعة، وتفعيل مشاركة المعارضة في البرامج التلفزيونية وغير ذلك، يُمكن التلفزيون الأردني من تلبية رغبات المشاهدين وتحقيق إشباعاتهم.

- Gratifications of Television in the Sultanate of Oman: A Survey of Students Universities. Journal of Communication Researches. Media Faculty of Cairo University,7.
- 7- Al-Azzam, Amani (2016). The Use of Jordanian University Students Of Reality TV Programs and its Effects. Yarmouk University, Irbid, Jordan.
- 8- Al-Faleh, Rakan, (2015). The Uses of Jordanian Secondary Schools Students and the Gratifications Achieved. Unpublished Master Thesis, Yarmouk University, Irbid, Jordan.
- 9- Gbeelat, Haya, (2014). The Role of Jordan TV in Dealing with Youth Poblems and their Issues. Unpublished Master Thesis, Yarmouk University, Irbid, Jordan.
- 10- Al-Skji, Ola, (2013). The Uses of Jordanian Public for "A New Day Program" at Jordan TV and the Gratifications Achieved. Unpublished Master Thesis, Yarmouk University, Irbid, Jordan.
- 11- Erekat, Ahmed, (2008). The Role of Jordan TV in Educating Young People during the 2007 Parliamentary Elections. Unpublished Master Thesis, Middle East University, Amman, Jordan.
- 12- Diana Lamude and James Anderson, (1992). The Uses and Gratification of Rerun Viewing, USA, North Carolina. Journalism Quarterly, 69:2.
- 13- Canary, Daniel, and Spitzberg, Brian , (1993). Loneliness and Media Gratification, London: Communication Research, Sage Publication Inc. 20: 6.
- 14- Hafez, Kaik, (1992). Mass Media politics and Society in the Middle East. New Jersey, Hampton Press.
- 15- John, Dimmick and A.B. Albarran, (1994). The Role of Gratification Opportunities in Determining Media Preference. USA., Mass Communication Review, 21:3.

المشاهدين المهتمين بذلك، حيث أن المنافسة كبيرة جدا على هذا الصعيد.

- أن يدرك التلفزيون الأردني أن من أهم أسباب تعريض الفرد نفسه للفضائيات التلفزيونية هو الحصول على المعلومات، وفهم الأحداث من خلال شرح الأخبار وتحليلها بدقة، فضلا عن ضرورة التميز بالجرأة في عرضها، غير غافلٍ عن أن فئات من المشاهدين تنصدر دوافع التسلية والتخلص من الملل قائمة أولويات تعرضهم للتلفزيون.

## References

- 1- Alkaleeni, Suzanne, (1999). The Uses of the Arab Audience for Satellite Channels in the Age of Globalization, A Comparative Study between Arab and Foreign Channels. Journal of Arab Research and Studies, Cairo Institute for Arab Research and Studies, 31 :51-53. Al-Qusous, Nazih, Al-Dustour newspaper, 13/7/2011.
- 2- Al - Mashmashi, Mamdouh, (2010). A Comparative Study of the Motives and Uses of University Students for the Sharjah Satellite Channel and Satellite Channels in the UAE: A Field Study of Arab Satellite Channels and Cultural Identity: Towards Targeted Media in the 21st Century. Faculty of Medi at University of Sharjah.
- 3- Jarrar, Anees, (1997). Radio and Television in Jordan . Amman: Publications of Jordan History Committee, p.20.
- 4- Da'ibat, Jamal, (2011). Assawsana News Websit.
- 5- Mohammed, Hassan Ali, (2004). The Uses of University Students for Music Satellite Channels and Gratifications Achieved: A Field Study. In: the 10 Annual Scientific Conference "Contemporary Media and Cultural Identity", Cairo University, 11-12/5/2016.
- 6- Makkawi, Imad, (1992). The Uses and