



بسم الله وبعد: تم الرفع بحمد الله من طرف

بن عيسى قرمزي متخرج من جامعة المدية

تخصص: إعلام آلي

التخصص الثاني: حفظ التراث بنفس الجامعة

1983/08/28 بالمدية – الجزائر-

الجنسية الجزائر وليس لي وطن فأنا مسلم

للتواصل **وطلب المذكرات** مجاناً وبدون مقابل

هاتف : +213(0)771.08.79.69

بريدي إلكتروني: [benaisa.inf@gmail.com](mailto:benaisa.inf@gmail.com)

MSN : [benaisa.inf@hotmail.com](mailto:benaisa.inf@hotmail.com)

فيس بوك: <http://www.facebook.com/benaisa.inf>

سكايب: benaisa20082

دعوة صالحة بظهر الغيب فر بما يصلك ملفي وأنا في التراب ....

أن يعفو عنا وأن يدخلنا جنته وأن يرزقنا الإخلاص في القول والعمل..

**ملاحظة:** أي طالب أو باحث يضع نسخاً لصق لكامل المذكرة ثم يزعم أنه المذكرة له

فحسبنا الله وسوف يسأل يوم القيامة وما همدنا إلا النفع حيث كان لا أن تنبئ أعمال

الغير والله الموفق وهو نعم المولى ونعم الوكيل....

لا تنسوا الصلاة على النبي صلى الله عليه وسلم

صلى على النبي – سبحانه الله وبحمده سبحانه الله العظيم-

**بن عيسى قرمزي 2012**

استخدام طلبة الجامعات الأردنية للقنوات الفضائية

والاشباع المتحققة

*The Use and Gratifications of Satellite TV Channels by  
Jordanian University Students*

إعداد الطالب

سامر رجا الغليات

إشراف الدكتور

عزت محمد حجاب

قدمت هذه الرسالة استكمالاً للحصول على درجة الماجستير في الإعلام

جامعة الشرق الأوسط للدراسات العليا

كلية الإعلام

كانون الأول / 2009

## التفويض

أنا سامر رجا الغليلات أفوض جامعة الشرق الأوسط للدراسات العليا بتزويد نسخ من رسالتي ورقيا وكترونيا للمكتبات، أو المنظمات، أو الهيئات والمؤسسات المعنية بالأبحاث والدراسات العلمية عند طلبها.

الاسم: سامر رجا الغليلات

التاريخ: .....

التوقيع: .....

## قرار لجنة المناقشة

نوقشت رسالة الطالب سامر رجا الغليلات، الموسومة : استخدام طلبة الجامعات الأردنية للقنوات الفضائية والاشباعات المتحركة.

" وقد أجازت بتاريخ

وقد تكونت لجنة المناقشة من الأساتذة المبينة أسماؤهم تالياً:

<u>الاسم</u>	<u>أعضاء لجنة</u>
<u>التوقيع</u>	
الأستاذ الدكتور: عزت محمد حجاب	رئيساً
الأستاذ الدكتور: عصام موسى	عضواً
الأستاذ الدكتور: عبد الرزاق الدليمي	عضواً
الدكتور: محمد القضاة	مناقشاً خارجياً

## شكر وتقدير

بسم الله الرحمن الرحيم

{وَقُلِ اعْمَلُوا فَسَيَرَى اللَّهُ عَمَلَكُمْ وَرَسُولُهُ وَالْمُؤْمِنُونَ وَسَتُرَدُّونَ إِلَىٰ عَالِمِ الْغَيْبِ وَالشَّهَادَةِ

فَيُنبِّئُكُمْ بِمَا كُنْتُمْ تَعْمَلُونَ (105)} سورة التوبة آية (105)

صدق الله العظيم

أولاً: أشكر الله عز وجل الذي منّ عليّ لإتمام هذه الدراسة فالحمد لله حمداً كثيراً طيباً مباركاً فيه.

ثانياً: أتقدم بالشكر الجزيل المقرون بالعرفان إلى أستاذي الدكتور عزت حجاب على كرمه وعلمه وسعة

صدره لقبوله الإشراف عليّ ومنحي من وقته الكثير.

ثالثاً: أشكر جميع العاملين في كلية الإعلام في جامعة الشرق الأوسط أساتذتي الأفاضل

- الأستاذة الدكتورة: حميدة سميسم.

- الأستاذ الدكتور: عصام موسى.

- الأستاذ الدكتور: عبد الرزاق الدليمي.

وجميع العاملين في جامعة الشرق الأوسط للدراسات العليا.

وأخيراً، أشكر كل من ساهم في إنجاز هذا العمل من طلبة الجامعات الأردنية الذين تم توزيع الاستبانات

عليهم فلهم مني كل الشكر والتقدير، وكذلك الشكر إلى إدارات تلك الجامعات.

## الإهداء

أتشرف بإهداء هذا العمل لوالدي ووالدتي اللذين لم يبخلا علي بالدعاء أبداً مراجياً من الله تبارك وتعالى أن

يمد في أعمارهم ويمتعمهم بموفور الصحة والعافية

إلى الأخوة والأخوات والزوجة العزيزة لكم مني جميعاً كل الحب والوفاء

إلى مروحك الطاهرة أهدي هذا العمل أخي المرحوم (عمر) مرحمك الله وأسكنك فسيح جناته

الفهرس

الصفحة

الموضوع

ب.....	التفويض
ج.....	قرار لجنة المناقشة
د.....	شكر وتقدير
ه.....	الإهداء
ه.....	الفهرس
ز.....	رقم الجدول
1.....	الفصل الأول: خلفية الدراسة وأهميتها
1.....	المقدمة:
3.....	مشكلة الدراسة:
3.....	أسئلة الدراسة:
3.....	أهداف الدراسة:
4.....	أهمية الدراسة:
4.....	التعريفات الإجرائية:
6.....	الفصل الثاني: الإطار النظري للدراسة
6.....	نظرية الاستخدامات والاشبعات
7.....	الإطار العام لنظرية الاستخدامات والاشبعات:
10.....	الدراسات السابقة:
10.....	دراسات عربية سابقة:
24.....	دراسات سابقة أجنبية:
29.....	ملخص الدراسات السابقة:
30.....	الفصل الثالث: الطريقة والإجراءات
30.....	منهجية الدراسة:
31.....	مجتمع الدراسة وعينتها:
32.....	أداة الدراسة:
32.....	اختبارات الصدق والثبات:
34.....	الطرق والأساليب الإحصائية:
34.....	خصائص عينة الدراسة:
41.....	الفصل الرابع: نتائج الدراسة
54.....	الفصل الخامس: النتائج والتوصيات
65.....	قائمة المراجع
65.....	المراجع العربية:
69.....	المراجع الأجنبية:
71.....	الملاحق

## قائمة الجداول

رقم الصفحة	اسم الجدول	رقم الجدول
32	توزيع العينة حسب الجامعة، الجنس، والمستوى الدراسي	1.
33	معاملات كرونباخ الفا لفقرات الاستبانة	2.
34	توزيع عينة الدراسة حسب النوع الاجتماعي للطلبة	3.
35	توزيع عينة الدراسة حسب نوع الجامعة	4.
35	توزيع عينة الدراسة حسب الفئات العمرية للطلبة	5.
36	توزيع عينة الدراسة حسب المستوى الدراسي للطلبة	6.
37	توزيع عينة الدراسة حسب التخصص الأكاديمي للطلبة	7.
38	توزيع عينة الدراسة حسب مكان سكن الطلبة	8.
38	توزيع عينة الدراسة حسب طبيعة سكن الطلبة	9.
39	توزيع عينة الدراسة حسب الدخل الشهري لأسرة الطلبة	10.
39	توزيع عينة الدراسة حسب الحالة الاجتماعية للطلبة	11.
40	توزيع عينة الدراسة حسب توفر أجهزة تلفزيون في منازلهم	12.
40	توزيع عينة الدراسة حسب توفر أجهزة استقبال للقنوات الفضائية (الصحف اللاقط) في منازلهم	13.
41	مشاهدة القنوات الفضائية	14.
42	طبيعة مشاهدة القنوات الفضائية	15.
42	عدد ساعات مشاهدتك للقنوات الفضائية العربية خلال أيام الدوام والدراسة	16.
43	الأوقات المفضلة لمشاهدة القنوات الفضائية	17.
44	لماذا تفضل المشاهدة في هذه الأوقات	18.
44	كيف يتم اختيار القناة في المشاهدة اليومية في المنزل	19.
45	اختيارك القناة الفضائية التي تشاهدها يكون من خلال	20.
46	القنوات الفضائية العربية المفضلة عند المشاهدة من حيث المضمون	21.
47	درجة مشاهدة القنوات الفضائية	22.
48	أسباب وعادات وأنماط مشاهدة القنوات الفضائية لدى طلبة الجامعات	23.
50	درجة الاشباع المتحققة من مشاهدة القنوات الفضائية لدى طلبة الجامعات	24.
51	درجة الدوافع المختلفة من مشاهدة القنوات الفضائية لدى طلبة الجامعات	25.
52	نتائج اختبار (ت) لدرجة الاشباع لدى طلبة الجامعات من مشاهدة القنوات الفضائية حسب اختلاف الجامعات التي يدرسون فيها (حكومية وخاصة)	26.
53	نتائج اختبار (ت) لدرجة الدوافع لدى طلبة الجامعات من مشاهدة القنوات الفضائية حسب اختلاف الجامعات التي يدرسون فيها (حكومية وخاصة)	27.



## قائمة الملحق

رقم الصفحة	اسم الملحق	رقم الملحق
72	قرار لجنة التحكيم	(1)
73	الاستبانة	(2)
82	أعداد طلبة البكالوريوس في الجامعات الأردنية الحكومية والخاصة	(3)
83	عمادة شؤون الطلبة	(4)

# استخدام طلبة الجامعات الأردنية للقنوات الفضائية

## والاشباع المتحققة

### ملخص

تهدف هذه الدراسة إلى التعرف على العادات الاتصالية متمثلة بعادات مشاهدة القنوات الفضائية من قبل طلبة الجامعات الأردنية، والتعرف على الاشباع والدوافع المتحققة من مشاهدة طلبة الجامعات الأردنية للقنوات الفضائية. ولتحقيق ذلك تم استخدام المنهج الوصفي التحليلي، من خلال أسلوب المسح الميداني.

يتكون مجتمع الدراسة من طلبة الجامعات الحكومية والخاصة. وتم اختيار عينة حصصية عمدية قوامها (480) طالباً وطالبة. كذلك تم تطوير استبانته لتطبيقها على عينة الدراسة تضمنت مجموعة من الأسئلة ذات العلاقة بأهداف الدراسة.

وتوصلت الدراسة لعدد من النتائج أهمها أن الغالبية العظمى من الطلبة الجامعيين يشاهدون القنوات الفضائية. وأن أكثر القنوات الفضائية العربية المفضلة لدى طلبة الجامعات الأردنية كانت قنوات الأفلام، واحتلت عائلة قنوات MBC المراتب الأولى في درجات المشاهدة. كذلك بينت النتائج أن درجات الاشباع لدى طلبة الجامعات كانت إيجابية وذات العلاقة بالموثرات النفسية، وأقلها القضايا الاقتصادية. وأشارت نتائج الدراسة أيضاً إلى أن دوافع الطلبة كانت إيجابية وأعلىها دوافع التسلية وأقلها الدوافع الاقتصادية. وتوصلت الدراسة إلى أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في درجة الاشباع لدى طلبة الجامعات من مشاهدة القنوات الفضائية حسب اختلاف الجامعات التي يدرسون فيها، بينما كان هنالك فروق

ذات دلالة إحصائية في درجة الدوافع لدى طلبة الجامعات من مشاهدة القنوات الفضائية حسب اختلاف الجامعات التي يدرسون فيها.

وأوصت الدراسة بضرورة أن تقوم المحطات الفضائية العربية بزيادة نسبة البرامج الخاصة بالشباب، وفتح المجال لهم لإعداد وإنتاج وتقديم البرامج الموجهة لهم، وزيادة الاهتمام بالإنتاج الدرامي العربي والتركيز على بث البرامج والرسائل الإعلامية الهادفة في فترة المساء، كما توصي الدراسة بضرورة إجراء دراسات أخرى للتعرف على الأسباب التي جعلت طلبة الجامعات الأردنية يعزفون عن مشاهدة الفضائية الأردنية كما ظهر في نتائج هذه الدراسة .

# **The Use and Gratifications of Satellite TV Channels by Jordanian University Students**

This study aims to identify the viewing habits of satellite channels by the students of Jordanian universities, and to identify their gratifications and motivations which derived from watching the Jordanian university students for TV channels. To achieve this, descriptive method of analysis has been used, through a method of field survey.

The study population consists of students from public and private universities. The sample was selected by quotas intentional sampling method which consists of (480) students. As well as the questionnaire was developed for application on the study sample included many of questions related to the objectives of the study.

The study recommended to increase the proportion of youth-specific programs, opening the way for them to prepare, production and present of programs intended for them, increased attention to the Arab drama production and a focus on programs useful and media messages aimed at in the evening, the study recommends also to identify the reasons why the Jordanian citizen is reluctant to view the Jordanian TV Satellite channel.

The study revealed many of results such as the vast majority of university students watch the satellite channels. And most Arab satellite channels preferred by them were movies channels, in addition to that the MBC channels of the first ranks of degrees of viewing. As well as the results showed that the degree of gratification of university students was positive and relevant psychological influences, not least on economic issues. Also the study revealed the motivation of the students was positive, and the highest motives were for entertainment, the least for economic issues. The study found also that there were no statistically significant differences in the degree of gratifications of the

students ascribed to university, while there were statistically significant differences in the degree of motivation of university students to watch satellite channels according to the university students.

## الفصل الأول

### خلفية الدراسة وأهميتها

#### المقدمة:

تعد القنوات الفضائية العربية التي تمتلكها وتديرها رؤوس الأموال العربية أحد المعالم الحديثة للإعلام العربي حيث برزت القنوات الفضائية العربية إلى ساحة الإعلام الفضائي نتيجة لثورة الاتصالات بعد عقود طويلة من احتكار الحكومات العربية للإعلام المرئي والمسموع حيث شهدت السنوات القليلة الماضية تدفقاً هائلاً لرأس المال العربي في مجال إطلاق القنوات الفضائية العربية سواء من خارج المنطقة العربية أو من داخلها بالنسبة للدول التي تسمح قوانينها ببث قنوات فضائية ، واستطاع العديد من القنوات الفضائية العربية جذب اهتمام المشاهد العربي وحقق بعضها رغم قصر المدة الزمنية على إطلاقه نجاحاً جماهيرياً رغم وجود بعض وجهات النظر التي تدحض فكرة الاستقلال التام لبعض المحطات ( هبة شاهين، 2008).

يعتبر التطور التكنولوجي الهائل سمة رئيسية للبيئة الاتصالية في العصر الحديث، حيث أدى هذا التطور إلى انتشار واسع للقنوات الفضائية العربية والأجنبية على حد سواء. وتعد القنوات الفضائية إحدى ثمار استخدام الأقمار الصناعية في مجال الاتصالات، وبفضل ذلك أصبح البث التلفزيوني قادراً على تخطي حواجز المكان والتغلب على العوائق الطبيعية والوصول إلى خارج حدود البلاد الجغرافية ومن ثم مخاطبة جمهور أكبر.

لقد أصبح هذا الجمهور قادراً على مشاهدة قنوات تلفزيونية جديدة إلى جانب قنواته المحلية، العربية والأجنبية، بكل ما تقدمه هذه القنوات من مواد إخبارية ومضامين ثقافية وإعلانية وترويجية (مزيد، 2002).

يعد الاقتصاد العالمي السمة الأساسية لعصر العولمة، حيث انعكس ذلك إعلامياً من خلال الفضائيات باعتبار أن الفضائيات تساعد على وصول الفكر والثقافة والحضارة، من خلال رسائل موجهة إلى كافة الأفراد في كافة أنحاء العالم.

تعد القنوات الفضائية من الوسائل الاتصالية المهمة في التأثير بالشباب، حيث إن الرسائل المصورة التي يتم بثها عبر الفضائيات إلى كل أنحاء العالم حاملة الأخبار من موقع الأحداث وتعليقات المراسلين وتحليلات ومناقشات الخبراء في شتى التخصصات وبكافة اللغات العالمية تعد جسراً للربط بين مختلف الثقافات عبر أرجاء الكرة الأرضية. لقد أدت هذه الثورة الاتصالية إلى أن يصبح العالم كما ذكر عالم الاتصال الكندي مارشال ماكلوهان "قرية الكترونية صغيرة" (يسري، 2000).

ومنذ بداية حرب الخليج أصبح العالم شاشة تلفزيونية صغيرة تستطيع من خلالها التعرف على جميع الأحداث التي تجري من حولك.

ويرتكز جوهر الماكلوهانية على فكرة أن المجتمع عبر التاريخ الإنساني دائماً يتشكل بفعل طبيعة الوسيلة التي يتواصل الناس بوساطتها أكثر مما يتشكل بفعل مضمون وسيلة الاتصال. وعليه فإن طبيعة وتطور المعرفة البشرية يمكن فهمها على أتم وجه بدراسة أنماط الإدراك والاتصال، تلك الأنماط المعرضة للتغيير باستمرار، وكما يقول ماكلوهان "فإن الوسيلة هي الرسالة" (سميسم، 2005).

## مشكلة الدراسة:

في ضوء التزايد الكبير في انتشار الفضائيات والاعتماد الكبير على وسائل الإعلام في شتى مجالات الحياة ، فإن فئات الشباب بشكل عام والشباب الجامعي بشكل خاص ، تعد من أكثر فئات المجتمع استخداماً لوسائل الإعلام ، وبالتالي تأثراً بوسائل الاتصال وبالمضمون الذي تقدمه هذه الوسائل سلباً أو إيجاباً. وعليه تهدف هذه الدراسة للتعرف على عادات المشاهدة للقنوات الفضائية لدى عينة من طلبة الجامعات الأردنية ودرجة الإشباع التي تحققها هذه المشاهدة وصولاً إلى وضع سياسات برمجية تأخذ احتياجات واهتمامات الشباب في العالم العربي بعين الاعتبار.

## أسئلة الدراسة:

انطلاقاً من مشكلة الدراسة فقد تمت صياغة الأسئلة التالية:

1. ما عادات مشاهدة القنوات الفضائية وأنماطها لدى طلبة الجامعة؟
2. ما الإشباع المتحققة من وراء مشاهدة طلبة الجامعة للقنوات الفضائية؟
3. ما الدوافع من وراء مشاهدة طلبة الجامعة للقنوات الفضائية؟
4. هل هناك فروق ذات دلالة إحصائية بين طلبة الجامعات الحكومية وطلبة الجامعات الخاصة في الإشباع والدوافع المتحققة من وراء مشاهدة طلبة الجامعات للقنوات الفضائية؟

## أهداف الدراسة:

تهدف هذه الدراسة إلى التعرف على عادات مشاهدة القنوات الفضائية من قبل طلبة الجامعات الأردنية، والتعرف على الإشباع والدوافع المتحققة من مشاهدة طلبة الجامعات



الأردنية للقنوات الفضائية، حيث يأمل الباحث بالخروج بتوصيات للقائمين على القنوات الفضائية العربية لتفعيل دور الشباب من خلال تقديم البرامج التي تلبي احتياجاتهم وتطلعاتهم .

### أهمية الدراسة:

تسعى هذه الدراسة إلى التعرف على حجم وأنماط مشاهدة طلبة الجامعات في الأردن للقنوات الفضائية، والإشباع المتحققة من هذا التعرض. يأمل الباحث أن تساهم نتائج الدراسة في المساعدة على رسم سياسات إعلامية ووضع استراتيجيات لبرامج الشباب مستقبلاً.

### التعريفات الإجرائية:

**الطالب الجامعي :** الشخص المسجل لنيل درجة علمية وفق الأنظمة المعمول بها في الجامعة المعنية.(الأمانة العامة لاتحاد الجامعات العربية، 2008) ولغايات هذه الدراسة تم اعتماد طلبة الجامعات الأردنية الأربع ( الجامعة الأردنية ، جامعة اليرموك ،جامعة العلوم التطبيقية ، جامعة عمان الأهلية ) المسجلين في العام الدراسي 2009 / 2010 .

**الاستخدامات والإشباع:** تهتم نظرية الاستخدامات والإشباع بدراسة جمهور وسائل الاتصال الذين يتعرضون بدافع معين لإشباع حاجات فردية معينة وهناك تعريف آخر وفقاً لنظرية الاستخدامات والإشباع يهتم بوصف أفراد الجمهور باعتبارهم مدفوعين بمؤثرات اجتماعية ونفسية لاستخدام وسائل الإعلام بغية الحصول على نتائج خاصة يطلق عليها " الإشباعات " ( كرادش، 2005 )، ولغايات هذه الدراسة سيتم استخدام التعريف السابق.

**الدوافع:** عوامل انفعالية، حركية، فطرية ، أو مكتسبة شعورية أو لا شعورية تثير نشاط الفرد للأداء والانجاز، أو تحقيق غاية ، وتنشأ داخل الفرد كنتيجة لخبرته السابقة (كرداش، 2005).

**عادات المشاهدة:** كلمة عادات هي جمع (عادة) وهي نمط من السلوك يقوم به الإنسان ويعود إلى فعله مراراً وتكراراً (دار المشرق، 1986).

**أنماط المشاهدة:** كلمة أنماط هي جمع(نمط)، وهو الأسلوب أو الطريقة أو المذهب. (شلهوب، 2004)، وبالتالي فإن أنماط المشاهدة تعني أساليب وطرق المشاهدة التلفزيونية.

**الجامعة:** هي مؤسسة تعليم عالٍ وبحث علمي ذات شخصية اعتبارية مستقلة معترف بها من قبل الدولة القائمة فيها تُعنى بالتعليم بعد الثانوي وتقدم برامج لا تقل مدة الدراسة فيها عن أربع سنوات أو ما يعادلها من ساعات معتمدة للمرحلة الجامعية الأولى. (الأمانة العامة لإتحاد الجامعات العربية، 2008).

**القنوات الفضائية العربية :** هي تلك القنوات التي تقوم بالبث التلفزيوني الفضائي موجهة برامجهما بشكل أساسي إلى الجمهور العربي أينما وجد.

## الفصل الثاني

### الإطار النظري للدراسة

سوف تعتمد الدراسة على نظرية الاستخدامات والاشباع التي تبلورت في بداية السبعينات من القرن العشرين كرد فعل لمفهوم قوة وسائل الإعلام للسيطرة على جمهور وسائل الاتصال الجماهيري، وتعنى هذه النظرية بدراسة الاتصال الجماهيري دراسة تطبيقية منظمة حيث تظهر هذه النظرية ايجابية الجمهور وتعتبره جمهوراً نشطاً وليس مستقبلاً سلبياً لوسائل الاتصال الجماهيري، حيث ينتقي الأفراد الوسائل التي يتعرضون لها وكذلك المضمون الذي يشبع رغباتهم وحاجاتهم النفسية والاجتماعية، عبر قنوات المعلومات والترفيه المتوفرة (كرداش، 2005).

### نظرية الاستخدامات والإشباع

جاء ظهور نظرية الاستخدامات والاشباع في مجال الدراسات الإعلامية كبديل لتلك الأبحاث التي تتعامل مع مفهوم التأثير المباشر لوسائل الاتصال على جمهور المتلقين، وقد عرفت نظرية الاستخدامات والإشباع بأنها دراسة جمهور وسائل الاتصال الذين يتعرضون بدوافع معينة لإشباع حاجات فردية معينة، وقد أكد كاتز وهو أحد رواد هذه النظرية أن استخدام وسائل الاتصال يتضح بصورة واضحة حينما نوجه اهتمامنا بما يفعله الجمهور بتلك الوسائل لا حينما نهتم بما تفعله وسائل الاتصال بالجمهور (Reed , 1982).

## وتستند نظرية الاستخدامات والإشباع إلى الافتراضات التالية:

1. إن أعضاء الجمهور فاعلون في عملية الاتصال، واستخدامهم لوسائل الإعلام يحقق لهم أهداف مقصودة تلبي توقعاتهم.
2. الربط بين الرغبة في إشباع حاجات معينة واختيار وسيلة إعلام محددة يرجع إلى الجمهور نفسه وتحده الفروق الفردية.
3. التأكيد على أن الجمهور هو الذي يختار الوسائل والمضمون الذي يشبع حاجاته، فالأفراد هم الذين يستخدمون وسائل الاتصال وليست وسائل الاتصال تستخدم الجمهور.
4. الاستدلال على المعايير الثقافية السائدة من خلال استخدامات الجمهور لوسائل الاتصال وليس من خلال محتوى الرسائل التي تقدمها هذه الوسائل.
5. يكون الجمهور على علم بالفائدة التي تعود عليه وبدوافعه واهتماماته فهو يستطيع أن يمد الباحثين بصورة فعلية لاستخدامه لوسائل الإعلام ( كرداش، 2005).

## الإطار العام لنظرية الاستخدامات والإشباع:

يمكن الإشارة من المنظور التاريخي إلى أن التناول للاستخدامات والإشباع في وسائل الإعلام قد بدأ تحت مسميات أخرى من بداية الأربعينات وفي مجالات قليلة من علم الاجتماع التي تتعلق بالاتصال الجماهيري، وخلال ذلك العقد ركزت بحوث الاتصال الجماهيري التطبيقية على دراسة محتوى وسائل الإعلام بشكل أكثر من تركيزها على اختلافات إشباع الفرد (Robber & Jenning, 1992).

وتتناول نظرية الاستخدامات والإشباع توقعات الجمهور وتطلعاته واستخداماته، فهو نظرة مختلفة وجديدة للإعلام، وهو نظرة ديمقراطية تنظر إلى الإعلام من وجهة نظر المتلقي لا من وجهة نظر القائم بالاتصال أو السلطة. وتقرر نظرية الاستخدامات والإشباع كيفية قيام العوامل الخاصة بحالة الفرد وميوله بخلق توقعات لإشباع حاجاته، والتي تلبّيها وسائل الإعلام أو رسائلها أو البدائل الوظيفية الأخرى والمنظور النفسي يقرر هنا علاقة الحافز والحالة الداخلية للفرد بالاستجابة للحافز ( Joseph & Alan , 1991 ) .

هذا وتقوم نظرية الاستخدامات والإشباع على مجموعة من الافتراضات قام بوضعها (كاتز وزملاؤه، 1974) ، ثم قام (بالمجرين ، 1985) بتطويرها على النحو التالي:

- الجمهور نشط.
- يترتب على ذلك أن كثيراً من استخدامات الوسيلة الإعلامية يمكن إدراكها كهدف موجه.
- بناء على ذلك يربط الجمهور الحقيقي الحاجات بالوسيلة الإعلامية التي اختارها.
- يمكن استخدام الوسيلة الإعلامية ليرضي نسبة عالية من الإشباع.
- لا يمكن الاعتماد على محتوى الوسيلة الإعلامية فقط كمؤشر للتنبؤ بدرجة الإشباع.
- وخصائص الوسيلة الإعلامية تبني الدرجة التي ربما تكون فيها الوسيلة الإعلامية مشبعة في أوقات مختلفة وذلك لأن الإشباع التي يتم تحقيقها يمكن أن ترجع أصولها إلى محتوى الوسيلة الإعلامية أو إلى حالة اجتماعية أخرى يمكن أن يحدث فيها التعرض ( Conway & Rubin, 1991 ) .

ومن خلال ما سبق عرضه يمكن معرفة أهمية هذه النظرية إذ يمكننا توظيف هذه النظرية من حيث إمكان مدى معرفة استخدام طلبة الجامعات للقنوات الفضائية الذي يتفق مع

أساليب الحياة الاجتماعية التي يعيشونها، ويحكم تعرض الطلبة للقنوات الفضائية متغيرات اجتماعية ونفسية، قد يدركها الطلاب وقد لا يدركونها مثل باقي افراد المجتمع. وعلى هذا، فهذه المتغيرات النفسية والاجتماعية هي التي تحكم استخدام الطلبة للقنوات الفضائية. ويمكن تلخيص الحاجات النفسية والاجتماعية التي يحققها الاتصال في النقاط الثلاث التالية :

1. **الحاجة إلى الانتماء:** إن الإنسان بحاجة لإطار ينطلق منه، سواء العائلة أو الأرض أو الوطن، لكي يحصل على الحب والشعور بالأمن لذلك يتقبل المرء معايير الجماعة وقيمها ويتكيف معها ويتمثلها في حياته وأفكاره، ولدى تبادل الرموز مع الآخرين فيشعر أنه من تلك الجماعة وعضو فيها ومنتم لها
2. **الحاجة إلى الطمأنينة والاستقرار:** تتداخل هذه الحاجة مع الانتماء إذ أن الفرد يحقق عن طريق الاتصال الخروج من العزلة والقلق والانخراط مع الجماعة فيتفاعل معها ويشعر بالاطمئنان والقوة والاستقرار النفسي.
3. **الحاجة إلى توكيد الذات:** يتم تحقيق الذات من خلال تأثر الفرد بالآخرين وتأثيره فيهم فالإنسان بحاجة لان يؤثر في غيره وأن يحقق النجاح وان يعبر عما يعتمل في صدره، وأن لا يبقى مجالاً للتأثر بالآخرين فقط وبالالاتصال ندفع الآخرين للمشاركة في المسائل التي تشغلنا فننتأثر بهم كما يتأثرون بنا وبأفكارنا. ( عصام الموسى، 2003 ) .

## الدراسات السابقة:

لقد اطلع الباحث على عدد من الدراسات السابقة العربية والأجنبية ذات الصلة بشكل مباشر (طلبة الجامعات) أو غير مباشر (الشباب أو الجمهور بشكل عام بدون تحديد فئة عمرية) بالموضوع كان من أهمها:

## دراسات عربية سابقة:

- دراسة عفيفي، (1993)، بعنوان " دور وسائل الإعلام في تنمية الوعي السياسي والمشاركة السياسية"، والتي هدفت إلى معرفة الأسباب التي أدت إلى تدني الوعي السياسي لدى طلاب الجامعات والمشاركة السياسية أيضاً في شؤون المجتمع وقضاياها الراهنة، ومعرفة دور وسائل الإعلام، وبخاصة التلفزيون في الوعي السياسي، والحفز على تحقيق المشاركة السياسية بين شباب الجامعات. اختيرت عينة الدراسة من طلبة كلية الخدمة الاجتماعية بجامعة القاهرة، وكان قوامها (100) طالب وطالبة من مختلف المراحل الدراسية، واستخدم الباحث استمارة المقابلة لجمع البيانات من عينة الدراسة. ومن أهم نتائج الدراسة أن البرامج التي تهتم بالحياة السياسية قد أخذت مرتبة متوسطة من اهتمامات عينة الدراسة، مما يدل على تدني الوعي السياسي والمشاركة السياسية لدى أفراد العينة.

- دراسة الفليني (1994)، بعنوان "استخدامات الجمهور العربي للقنوات الفضائية في عصر العولمة". أجريت الدراسة على عينة قوامها 180 مفردة من ثلاث دول عربية : مصر، المغرب والسعودية، بواقع 60 مفردة لكل دولة. توصلت الدراسة إلى عدة نتائج، من أهمها

ارتفاع نسبة تفضيل الفضائيات الأجنبية عن العربية (53.9% مقابل 46.1%) بالإضافة إلى تأثير البيئة الثقافية والاتصالية للجمهور العربي على استخدامات القنوات الفضائية المختلفة. كذلك توصلت الدراسة إلى أن (55.7%) يشاهد القنوات الفضائية لمدة ثلاث ساعات فأكثر يومياً، و(34.5%) يشاهدونها لمدة ساعتين، و(9.8%) يشاهدونها لمدة ساعة واحدة، وأن أهم المواد والبرامج التي يفضل عينة الدراسة متابعتها بالقنوات الفضائية، هي: برامج المنوعات (94%)، البرامج الدينية (90.1%)، البرامج الثقافية (88.4%)، البرامج الرياضية (85.9%)، البرامج السياسية (84.6%) وبرامج الأطفال (54.4%).

- دراسة العبد والعلي (1995)، بعنوان "عادات وأنماط مشاهدة القنوات الفضائية: دراسة استطلاعية على طلبة وطالبات قسم الإعلام بجامعة الإمارات العربية المتحدة". هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على حجم الإقبال على القنوات الفضائية ومعرفة عادات وأنماط التعامل مع القنوات الفضائية العربية والدولية، استخدم الباحث منهج المسح ومنهج دراسة العلاقات السببية وضمت العينة جميع طلبة وطالبات قسم الإعلام بجامعة الإمارات العربية بإجمالي 120 طالب وطالبة. توصلت الدراسة إلى نتائج من أهمها: ان المبحوثين يشاهدون على الترتيب قنوات دبي الفضائية بنسبة 100% و ابو ظبي بنسبة 96.8% و MBC بنسبة 48.4% و CNN بنسبة 47.4% و STARPLUS بنسبة 46.8% و ZOO بنسبة 45.8% وتدني بعد ذلك نسبة مشاهدة بقية القنوات الفضائية. و اقر 95.6% من إجمالي العينة أن مشاهدتهم للقنوات الفضائية التلفزيونية قللت من مشاهدة تلفزيون دولة الإمارات العربية المتحدة. وأشارت النسبة الغالبة من المبحوثين (78.9%) أن ثمة فوائد يحصلون عليها من مشاهدة القنوات الفضائية التلفزيونية في مقابل (21.1%) نفوا وجود مثل هذه الفوائد.



- دراسة الصفدي (1999)، بعنوان "اتجاهات طلبة الجامعة الإسلامية نحو مشاهدة البرامج العربية في التلفزيون الإسرائيلي القناة الأولى دراسة ميدانية". هدفت الدراسة إلى التعرف على اتجاهات الطلاب نحو مشاهدة القناة الأولى الإسرائيلية حيث استخدم الباحث المنهج الوصفي التحليلي. توصلت الدراسة إلى أن معظم المبحوثين يشاهدون البرامج العربية في التلفزيون الإسرائيلي، ويرى معظمهم أن أسلوب تقديمها يتراوح بين جيد ومقبول، وحظي برنامج الأسبوع في ساعة الإخباري بأكبر نسبة مشاهدة ثم نشرات الأخبار ثم برنامج درشات ثم موكب العلم ثم استوديو كمال وآمال ثم مجلة التلفزيون.

- دراسة الزايغ (1999)، بعنوان "اتجاهات طلبة الجامعة الإسلامية نحو مشاهدة تلفزيون فلسطين - دراسة ميدانية". هدفت إلى معرفة آراء وانطباعات الطلبة في الجامعة الإسلامية نحو تلفزيون فلسطين ومقترحاتهم للرقى بأدائه. استخدم الباحث المنهج الوصفي التحليلي، ومثلت عينة الدراسة عينة طبقية 2.5% من طلبة الجامعة الإسلامية بغزة بواقع 200 طالب وطالبة. توصلت الدراسة إلى أن أفراد العينة يهتمون بمضمون البرامج وأسلوب تقديمها، ويرغبون بزيادة فترة البث مع الاهتمام بالفترة المسائية، كما طالب أفراد العينة بالاهتمام بإفساح المجال للمشاركة السياسية للمشاهدين والاهتمام بالرأي الآخر وتحري الصدق والموضوعية والحيادية.

- دراسة الطهراوي (1999)، بعنوان "اتجاهات طلبة قسم الصحافة والإعلام بالجامعة الإسلامية نحو مشاهدة قناة الجزيرة الفضائية". هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على واقع

قناة الجزيرة، ونظرة الجمهور وموقفه منها، ومكانتها بين الفضائيات الأخرى، والبرامج التي تطرحها وأسلوب طرحها، ومدى تأثير مشاهدة قناة الجزيرة على التلفزيون الفلسطيني. مثلت عينة الدراسة جميع طلبة قسم الصحافة والإعلام بالجامعة الإسلامية المسجلين في الفصل الدراسي 99-2000. اعتمد الباحث على المنهج الوصفي مستخدماً منهج الدراسات المسحية مسح جمهور وسائل الإعلام. أظهرت نتائج الدراسة أن قناة الجزيرة تتفوق على القنوات الفضائية الأخرى بالمشاهدة إذ حصلت على نسبة 71.3 %، وأن من أهم أسباب مشاهدة قناة الجزيرة هو تحريها الصدق، وتقديمها برامج سياسية هادفة، وإبرازها وجهات النظر المختلفة. كذلك أظهرت النتائج أن برنامج "الاتجاه المعاكس" جاء في مقدمة البرامج التي يفضلها المسؤولون ثم برنامج "أكثر من رأي"، علماً أن 86% من المسؤولين تأثروا بقناة الجزيرة على حساب تلفزيون فلسطين.

- دراسة شاهين (2001)، بعنوان "استخدامات الجمهور المصري للقنوات الفضائية العربية" على عينة حصرية قوامها 400 مفردة من المصريين البالغين من محافظة القاهرة. وقد توصلت الدراسة إلى عدة نتائج من أهمها أن (50.2 %) من أفراد الأسرة تشاهد القنوات الفضائية دائماً، بينما يشاهدها أحياناً (49.3 %)، ويشاهدها (55.8%) مع باقي أفراد الأسرة. وأشارت الدراسة كذلك إلى أن أهم فترات المشاهدة هي: فترة السهرة (58%)، فترة الظهر (14.3 %) و الفترة الصباحية بنسبة (8 %)، وفيما يتعلق بأهم القنوات التي يفضل أفراد الأسرة مشاهدتها هي: MBC (47.69%) و الجزيرة و LBC (36.69%) كل على حدة والقناة الفضائية المصرية (36.18%) وتأتي بقية القنوات الفضائية بنسب أقل.

كذلك تتمثل أهم أوجه الاستفادة من مشاهدة القنوات الفضائية العربية في معرفة أخبار العالم والأحداث المهمة (69.2 % )، ومعرفة ثقافات جديدة والانفتاح على العالم (45.8 % )، والتخلص من الملل والتسلية (41.3 % )، والقدرة على فهم الواقع (32.4 % )، والقدرة على الحوار مع الآخرين (21.1 % )، وتعلم مهارات جديدة (15.5 % )، والاستفادة في مجال العمل (13.4 % )، والاندماج مع الشخصيات التي أشاهدها (12.1 % ) .

- دراسة مرابط (2001)، بعنوان "استخدامات طلاب جامعة الجزائر للقنوات الفرنسية وما تحققه من إشباعات"، على عينة عمدية قوامها 400 مفردة من طلاب وطالبات جامعة الجزائر. توصلت الدراسة إلى عدة نتائج منها أن (47%) يتعرضون للقنوات الفرنسية بصفة دائمة، في حين أن (30.5 % ) يتعرضون لها أحيانا، ويتعرضون لها (22.5 % ) بصفة نادرة. ويفضل (66.5 % ) مشاهدة القنوات الفرنسية ، بينما يفضل (33.5 % ) القنوات الجزائرية. إلى جانب ذلك فإن (56 % ) يشاهدون القنوات الفرنسية بانتباه شديد، ولا يقومون بأي نشاط آخر، بينما يقوم (75.23 % ) بالمشاهدة بالإضافة إلى التحدث مع آخرين، ويشاهد (25.2 % ) من عينة الدراسة القنوات الفضائية ويقومون بنشاط آخر أثناء المشاهدة.

- دراسة الدواوسة (2002) بعنوان "استخدامات الجمهور الفلسطيني للقنوات الفضائية العربية والإشباعات المتحققة"، على عينة عشوائية طبقية قوامها 400 مفردة من قطاع غزة بفلسطين ، وقد توصلت الدراسة إلى عدة نتائج من أهمها أن (95%) من عينة الدراسة يمتلك جهاز استقبال القنوات الفضائية، ويشاهد (75.2%) القنوات الفضائية العربية بشكل منتظم ويشاهدها أحيانا (24.8%)، وأن من أهم دوافع مشاهدة المبحوثين للقنوات الفضائية العربية

متابعة الأخبار والأحداث العالمية (69.3%)، وتتعرض القنوات الفضائية للقضية الفلسطينية بشكل أعمق (48.2%)، وتساعد في معرفة ثقافة الشعوب الأخرى (39%)، وتزيد المعلومات والخبرات (37%)، وتعكس الأحوال الفلسطينية بموضوعية (30%). كذلك أظهرت الدراسة أن أهم القنوات الفضائية التي تحرص عينة الدراسة على متابعتها هي: الجزيرة (75.51%)، أبو ظبي (67.3%)، MBC (53.3%)، الفضائية المصرية الأولى (52.5%)، المنار (42.3%)، LBC (36.8%).

- دراسة حمدي (2002)، بعنوان "استخدامات المراهقين للقنوات الفضائية والإشباع المتحققة"، على عينة قوامها (400) مفردة من المراهقين، الذين تتراوح أعمارهم بين 15-20 سنة، وقد تم توزيع العينة بأسلوب التوزيع المتساوي بين الحضر والريف. توصلت الدراسة إلى عدة نتائج من أهمها أن القنوات الفضائية جاءت في مقدمة الوسائل الإعلامية، التي يعتمد عليها المراهق عندما يرغب في معرفة ما يحدث في العالم واكتساب معلومات (66.5%)، وعندما يرغب في قضاء وقت الفراغ والتسلية (46.5%)، ومعرفة موضوعات تصلح للنقاش مع الآخرين (40.5%)، وتعلم السلوك الواجب اتخاذه في المواقف المختلفة (34.3%)، وعند الشعور بالوحدة والاكتئاب (32.8%) وعندما يرغب في أن يتعلم كيف يحل الناس مشاكلهم (29.5%)، وعند الشعور باليأس والإحباط (29%). وبينت الدراسة أن أهم القنوات الفضائية العربية التي يحرص المراهقون على مشاهدتها: قناة MBC (78.8%)، المستقبل (70.8%)، LBC، ART (61.5%) لكل منهما، القناة الفضائية المصرية الأولى (66%)، الجزيرة (64%)، Nile TV (52.3%)، دبي (49.5%)، أبو ظبي (45.8%)، والنيل للدراما (44.3%). أما أهم المواد والبرامج التي حرصت عينة الدراسة على مشاهدتها

في القنوات الفضائية، فهي: الأغاني والمنوعات (97.3%)، والمسلسلات والأفلام العربية (88.8%)، والمسلسلات والأفلام الأجنبية (87.3%)، وبرامج الشباب (83.5%). كذلك بينت الدراسة أن أهم الإشباعات المتحققة من مشاهدة المراهقين للقنوات الفضائية، زيادة المعرفة بالأحداث الخارجية (95.1%)، والتسلية وقضاء الوقت والإمتاع (93.1%)، وزيادة القدرة على إدارة النقاش مع الآخرين (89.8%)، والقضاء على الشعور بالوحدة والاكتئاب (89.1%).

- دراسة مزيد (2002) بعنوان "دوافع استخدام المراهقين المصريين للقنوات الفضائية والإشباعات المتحققة لهم"، على عينة عمدية قوامها (400) مفردة من المراهقين المصريين (15 - 18 سنة) من مدينة القاهرة. توصلت الدراسة إلى عدة نتائج من أهمها، أن جميع أفراد العينة يشاهدون القنوات الفضائية، ويشاهد (79.5%) القنوات الأرضية، ويشاهد (44.7%) القنوات الفضائية دائماً، ويشاهدها (28%) أحياناً، ويشاهدها (17.3%) حسب الظروف، وإن أهم دوافع التعرض للقنوات الفضائية، التسلية والاسترخاء والتخلص من الملل (80.4%)، ومعرفة الأخبار (72%)، والانفتاح على المجتمعات العربية ومعرفتها (63.7%)، وتقديمها برامج أفضل من القنوات الأرضية (29.2%). ويشاهد (46.7%) القنوات الفضائية من ساعتين لأقل من أربع ساعات، ويشاهدها (19.7%) بصفة غير منتظمة، ويشاهدها (16.3%) من ساعة إلى أقل من ساعتين، ويشاهدها (13%) أكثر من أربع ساعات، ويشاهدها (4.3%) أقل من ساعة. كذلك أظهرت النتائج أن (52%) من أفراد عينة الدراسة يشاهدون القنوات الفضائية بمفردهم، و(29.2%) مع الأصدقاء، و(18.8%) مع الأسرة. أما أهم القنوات الفضائية المشاهدة لدى عينة الدراسة فهي: الفضائية اللبنانية LBC (73.2%)،

وقنوات دريم (60.3%)، والقناة العامة ART (59.8%)، MBC (41،36%)، وقناة الجزيرة (42.5%)، والفضائية المصرية الأولى (33%)، والمحور (23.5%)، وقناة المستقبل (18.4%)، وإن أهم المواد المفضلة هي: الدراما العربية (85.4%)، والمنوعات (54.2%)، والمباريات والبرامج الرياضية (48.6%)، والأخبار والبرامج الإخبارية (42.5%)، والبرامج الفنية (32.4%)، والبرامج الدينية (25.7%)، والدراما الأجنبية (17.9%)، والبرامج الثقافية والأدبية (13.4%).

- الرواس، أنور محمد (2003). بعنوان " استخدامات الشباب للقنوات الفضائية الغنائية العربية والإشباع المتحققة". هدفت هذه الدراسة لمعرفة دوافع تعرض الشباب العماني للقنوات الفضائية الغنائية، والإشباع التي تتحقق جراء ذلك، وقد أجريت الدراسة على عينة قوامها (400) مفردة من طلبة الجامعات العمانية، وتوصلت لنتائج عديدة، من أبرزها: (82,5%) من الطلبة يشاهدون القنوات الفضائية الغنائية، ومن يشاهدونها دائماً بلغت نسبتهم (43,5%)، بينما بلغت نسبة الذين يشاهدونها أحياناً (39%).

وكان هدف غالبية الطلبة من المشاهدة ترفيهية وقت الفراغ، ثم الشعور بالسعادة. بينما يجد الطلبة المشاهدون للقنوات الفضائية الغنائية أنهم تنفعهم بالتالي: معرفة أغاني شعوب دول أخرى، وتنمية الجوانب العاطفية لديهم. وتبين النتائج أن (76,8%) من أفراد العينة غير راضين عن مستوى أغاني القنوات الفضائية الغنائية، ويرى (91,8%) منهم أن القنوات الفضائية الغنائية لها تأثير مباشر، وتأثير محدود على ثقافتهم وقيمهم كطلبة في الجامعات العمانية.

- دراسة محمد (2003)، بعنوان: "استخدامات طلبة الجامعات للقنوات الفضائية وعلاقتها بمنظومة القيم في مجتمع الصعيد"، على عينة قوامها 400 مفردة من طلاب وطالبات جامعتي أسيوط والمنيا. توصلت الدراسة إلى عدة نتائج من أهمها: أن (80.5%) من عينة الدراسة يشاهد القنوات الفضائية بانتظام، ويشاهدها (19.5%) بصفة غير منتظمة. كذلك احتلت القنوات الفضائية العربية المرتبة الأولى في تفضيلات عينة الدراسة بنسبة (75.5%) مقابل (24.5%) يشاهدون القنوات الفضائية العربية والأجنبية معاً. أما أهم القنوات الفضائية العربية المشاهدة لدى عينة الدراسة فهي: قناة الجزيرة، وقناة MBC، LBC، وقناة ART الرياضية. وأهم القنوات الفضائية الأجنبية المشاهدة لدى عينة الدراسة هي: Euro News، CNN، BBC، POL-SAT، Super Movies. كما أظهرت نتائج الدراسة أنه توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين المتغيرات الديموغرافية للشباب الجامعي في مجتمع الصعيد والإشباع التي يحققها من التعرض للقنوات الفضائية سواء العربية أو الأجنبية.

- دراسة النمر (2004)، بعنوان "أثر التعرض للقنوات الفضائية على النسق القيمي للمراهقين من طلاب المرحلة الثانوية". ضمت عينة الدراسة الميدانية 400 مفردة من طلاب المدارس الثانوية المصرية. اختارت الباحثة مدينة القاهرة مجالاً لاختبار عينة الدراسة لأنها تمثل قمة الحضارة في المجتمع المصري وجمهورها أكثر تعرضاً لوسائل الإعلام المختلفة، حيث تم تحديد ثلاثة أحياء سكنية تمثل ثلاثة مستويات اجتماعية اقتصادية مختلفة، المرتفع والمتوسط، والمنخفض. حددت الباحثة عينة الدراسة التحليلية بدورة تليفزيونية كاملة في الفترة من الأول من ابريل 2003 إلى 30 يونيه 2003.

توصلت الدراسة إلى نتائج منها: أن القنوات الفضائية تحظى بنسبة مشاهدة مرتفعة بين المراهقين المبحوثين، حيث أفادت نسبة (73.75%) منهم بأنهم يشاهدونها بشكل دائم منتظم ونسبة (24.5%) منهم يشاهدونها بشكل غير منظم ونسبة (1.8%) منهم يشاهدونها بصورة نادرة، كذلك ارتفعت معدلات المشاهدة اليومية المنتظمة لهذه القنوات (41%) يليها المشاهدة من خمسة إلى ستة أيام في الأسبوع بنسبة (20%) ثم ثلاثة إلى أربعة أيام بنسبة (5.75%) ثم من يوم إلى ثلاثة أيام في الأسبوع بنسبة (4.5%) وفي النهاية بنسبة ضعيفة جداً المشاهدة لمدة يوم واحد في الأسبوع وذلك بنسبة (0.5%) مما يعطي مؤشراً قوياً لارتفاع المشاهدة الأسبوعية المنتظمة للقنوات الفضائية.

- دراسة بصلي (2006)، بعنوان "تأثير وسائل الإعلام في توجيه الاختيار المهني لطالبات الجامعة (حالة: طالبات السمي - البصري بقسم علوم الإعلام والاتصال جامعة عنابة)"، هدفت هذه الدراسة إلى إبراز أهم العوامل المؤثرة في الاختيار المهني لطالبات الجامعة: حالة طالبات السمي - البصري وتوصلت الدراسة إلى أن تأثير وسائل الإعلام بالدرجة الأولى كان في الاختيار المهني للطالبات، تليها رغبة الأسرة ثم رغبة الفتيات في تحقيق شهرة وارتقاء اجتماعي عن طريق الربح المادي. كذلك توصلت الدراسة إلى أن تأثير التلفزيون في توجيه الاختيار المهني للطالبات يتأكد من خلال اختيارهن للعمل الصحفي المتمثل في الرغبة في تقديمهن الأخبار في كل من الإذاعة والتلفزيون بنسبة 62.07%، بعد البرامج التعليمية التي احتلت الترتيب الأول بنسبة 66.66%. وحول البرامج التي يتابعها أفراد العينة فقد احتلت برامج الزينة والموضة الترتيب الأول بنسبة 75.86%، تلتها متابعة الأخبار بنسبة 74.71%.



وقد أظهرت نتائج الدراسة قوة تأثير وسائل الإعلام على الاختيار المهني للطلاب، كما أظهرت النتائج تدخل الأسرة في ذلك باحترام الطالبات رغبة أوليائهن في التوجه إلى تخصص السمي - البصري ثم الالتحاق بإحدى مهن مجال السمي - البصري. كما برز أن السعي إلى تحقيق الشهرة والرقي الاجتماعي من خلال التوصل إلى دخل جيد هو من أهم الأسباب للالتحاق بالبرنامج السمي البصري بالجامعة.

- دراسة البياتي (2006)، بعنوان "التأثيرات الاجتماعية المحتملة للتلفزيون على الشباب دراسة ميدانية على شباب الإمارات"، هدفت هذه الدراسة إلى معرفة العلاقة بين ثقافة الصورة المتلفزة وتأثيرها في ثقافة الشباب والكشف عن نوعية الأفلام والبرامج التي يقبل الشباب على مشاهدتها والفرق بين حجم الوقت الذي يقضيه الشباب في مشاهدة القنوات الفضائية وعلاقتها بالفراغ، وهل هناك علاقة بين انحراف الشباب ومشاهدة التلفزيون وعلاقة سلوك الشباب بمشاهدة البرامج التلفزيونية من ناحية التقليد والمحاكاة. وقد اعتمد الباحث على المنهج الاستطلاعي باعتباره المنهج الملائم لتحقيق أهداف الدراسة، وقد اشتملت عينة الدراسة على 200 طالب وطالبة مناصفة من طلبة جامعة عجمان للعلوم والتكنولوجيا بطريقة العينة العشوائية العمدية. أظهرت نتائج الدراسة فيما يتعلق بالتأثيرات الاجتماعية والنفسية ما يأتي: تأكيد الشباب على أهمية التلفزيون في نمو ثقافتهم حيث بلغت النسبة 79% كما أكد معظم المبحوثين بان التلفزيون كان مصدراً أساسياً وعاملاً مهماً في حواراتهم الثقافية والاجتماعية مع الآخرين بنسبة 64.5%. و اتفق معظم المبحوثين على تأثير التلفزيون عليهم من خلال زيادة فهمهم للمشكلات الاجتماعية الموجودة في مجتمعاتهم ونسبتهم 84%. وأجمع معظم الطلاب بتأثير التلفزيون على

عاداتهم وقيمهم بنسبة 66%. وقد أوصت الدراسة بالتأكيد على دور المدرسة والجامعة في خلق الوعي الثقافي وتفعيل النشاطات الثقافية والاجتماعية وإعطاء دور أكبر للشباب في هذه النشاطات. كذلك التقليل من تعرض الشباب للقنوات الفضائية الأجنبية من خلال زيادة القنوات الفضائية المحلية الجادة والترفيهية.

- عبد العظيم، عزة (2006). إدراك الشباب الجامعي لتأثير الفضائيات الغنائية على أخلاقيات المجتمعات العربية: دراسة في تأثير الشخص الثالث على طلاب جامعة الإمارات. هدفت هذه الدراسة لمعرفة مدى إدراك الشباب الجامعي بدولة الإمارات لتأثير الفضائيات الغنائية على أخلاقيات المجتمعات العربية، وأجريت على عينة مكونة من (200) مفردة من طلبة قسم الاتصال الجماهيري بجامعة الإمارات. وتوصلت الدراسة لنتائج عدة، من أهمها: (19%) من أفراد العينة يشاهدون الفضائيات الغنائية دائماً، (54,5%) يشاهدونها أحياناً، (2,5%) يشاهدونها نادراً، بينما تبلغ نسبة الذين لا يشاهدونها أبداً (5%).

وتبين من الدراسة أن أهم أسباب مشاهدة هذه المحطات، هي: التسلية (28,50%)، وعدم وجود سبب (23,2%) ولقضاء وقت الفراغ (21,9%)، ولمعرفة الجديد في عالم الإخراج (19%). وقد جاءت القيم الدينية في مقدمة القيم التي يرى الطلبة أنها تتأثر سلباً بالتعرض للفضائيات الغنائية، ثم القيم: الثقافية، الاجتماعية، والاقتصادية.

ويرى الطلبة أن أكثر السلوكيات متأثراً بشكل سلبي نتيجة مشاهدة الفضائيات الغنائية، هي التي تتعلق بالمظهر، ثم التي تتعلق باللغة، ثم التي تتعلق بطريقة التعامل مع الجنس الآخر.

- دراسة الحديدي (2006)، بعنوان " نظريات الإعلام - اتجاهات حديثة في دراسات الجمهور والرأي العام"، أظهرت هذه الدراسة وجود دور إيجابي للتلفزيون الأردني في تشكيل منظومة القيم لدى طلاب الجامعة الأردنية، وقد جاءت القيم السياسية من الترتيب بمعدلات المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية في الوسط بين القيم الأخرى (قيم العمل الاجتماعي، والقيم الجمالية، والقيم الاجتماعية، والقيم النظرية، والقيم الدينية، والقيم الاقتصادية)، وأن أبرز ثلاث قيم إيجابية فردية مشكلة في منظومة القيم من قبل التلفزيون الأردني لدى طلاب الجامعة الأردنية كانت بداية القيم السياسية.

- دراسة منصور (2007)، بعنوان: "دور التلفزيون الأردني في تشكيل اتجاهات الشباب الجامعي نحو قضية الإرهاب"، التي تمت على عينة من طلاب جامعة العلوم التطبيقية الخاصة، وبعدها 371 مفردة من مختلف الكليات العلمية والإنسانية والاجتماعية حيث وجدت الدراسة من خلال استخدام منهج المسح بشقيه الوصفي والتحليلي، أن الموضوعات السياسية قد جاءت في الترتيب الأول من حيث أفضلية المشاهدة لبرامج التلفزيون الأردني وبنسبة إجمالية للذكور بلغت 68.5% ولدى الإناث بنسبة 59.1%، ووجود فروق ذات دلالة إحصائية لصالح الذكور، وبنسبة إجمالية للجنسين بلغت 66.0% عن باقي المواضيع من حيث أفضلية المشاهدة. كما وجدت الدراسة أن قضايا الإصلاح السياسي أخذت فروقاً ذات دلالة إحصائية لصالح الشباب عن الإناث وبنسبة مئوية بلغت 30.8%، من المشكلات العامة الأكثر متابعة في التلفزيون الأردني، وهي جاءت من مجمل القضايا في الترتيب السابع وبنسبة إجمالية من أفراد العينة البالغين 371 مفردة 26.4% .

- السني، فتحي رمضان (2007). تأثير برامج القنوات الفضائية على الوظائف الأساسية للأسرة: دراسة ميدانية. تناولت الدراسة الأسر المقيمة في العمارات السكنية بأحد الأحياء في ليبيا، وبلغ مجتمع الدراسة (15) ألف أسرة، موزعين على (3700) شقة سكنية، وبلغت العينة (1200) أسرة، ومن أبرز النتائج التي خلصت لها الدراسة: الفضائيات هي من أكثر الوسائل الاتصالية متبعة لدى العائلات الليبية. الغالبية منهم يجدون سلبيات الفضائيات أكثر من إيجابياتها، فاتجاهاتهم نحوها سلبية.

أما سلبيات الفضائيات برأيهم فهي: القضاء على الهوية الوطنية، ونشر ثقافات وأخلاقيات مخالفة لثقافتنا ومتنافية مع قيمنا وعاداتنا وتقاليدنا العربية الإسلامية. وتشير الدراسة لدور الأمهات والآباء الكبير في مواجهة هذه السلبيات من خلال تدعيم أدوارهم في الأسرة والمجتمع.

وتوصي الدراسة بأن تلعب الأسرة دوراً أساسياً في بلورة مفاهيم إيجابية لدى أفرادها، وتعميق وعيهم إزاء التعامل مع برامج الفضائيات، واختيار البرامج المفيدة.

- الحسن، نديم ربحي (2008). اتجاهات طلبة الجامعات الأردنية نحو المحطات الفضائية العربية. هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على اتجاهات طلبة الجامعات الأردنية نحو المحطات الفضائية العربية، وإلى معرفة العادات الاتصالية وأنماط المشاهدة، إضافة إلى حجم تعرضهم لهذه المحطات.

وتتلخص أبرز النتائج التي توصلت لها الدراسة فيما يلي:

- جاءت محطة (MBC1) الأكثر مشاهدة من قبل الطلبة من بين جميع المحطات الفضائية العربية، تليها: (MBC2) (روتانا)، (الجزيرة الإخبارية)، و(LBC). وتجدر الإشارة إلى أن ( الفضائية الأردنية) جاءت بالمرتبة السابعة من ضمن ما يفضل الطلبة للمشاهدة.
- جاءت المحطات الفضائية العربية التالية الأدنى مشاهدة من قبل الطلبة: ( الفضائية المصرية)، (العقارية1)، (Chatco)، (الاقتصادية).
- اتفق معظم الطلبة على أن الكليات الغنائية التي تبث عبر المحطات الغنائية العربية فاضحة وخادشة للحياء العام ولا تراعي الآداب.
- جاء نوع محطات الدراما (المسلسلات والأفلام)، الأكثر تفضيلاً من قبل الطلبة.
- جاء نوع البرامج الدرامية (المسلسلات والأفلام)، الأكثر تفضيلاً من قبل الطلبة.
- يشاهد معظم الطلبة التلفزيون من ( 1-2) ساعة يومياً في أيام الدوام والدراسة، بينما ترتفع إلى (4 ساعات وأكثر) في أيام العطل ونهاية الأسبوع.
- فترة السهرة من (8-11) مساء هي الأكثر مشاهدة لدى الطلبة.
- الهدف الأبرز للطلبة من المشاهدة هو الترفيه والتسلية، ثم قتل الفراغ والملل.

### دراسات سابقة أجنبية:

معظم الدراسات التي وجدها الباحث هي دراسات قديمة نوعاً ما، ولكن تم استعراضها لما لها من فائدة للتعرف على استخدامات الجمهور إضافةً إلى عدد من الدراسات الحديثة.

- دراسة الين، روبن (Alan & Rubin, 1979)، بعنوان "استخدام الأطفال والمراهقين للتلفزيون". حاولت هذه الدراسة التعرف على استخدام الأطفال والمراهقين للتلفزيون ومدى الإشباع الذي يتحقق من مشاهدتهم للتلفزيون، حيث أجرى الباحثان مقابلات مع مجموعة من الأطفال والمراهقين لمعرفة دوافع استخدامهم للتلفزيون وما يتحقق لهم من إشباع وخاصة في مجال التعليم. توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج من أهمها وجود علاقة ارتباطية إيجابية بين مشاهدة الأطفال والمراهقين المكثفة للتلفزيون، وبين إدراك المضمون التلفزيوني على أنه الحقيقة والواقع، حيث تبين أن الذين يستخدمون التلفزيون بكثافة يؤمنون بواقعية المضمون التلفزيوني حتى الدرامي منه نتيجة متابعتهم للمضامين التلفزيونية بشكل مكثف وعدم احتكاكهم بالعالم الخارجي بالقدر نفسه.

- دراسة وبستار، وجيمس (Webster & James, 1983)، بعنوان "تأثيرات قنوات الكابل المدفوع التلفزيونية على جمهور القنوات المحلية". أجريت الدراسة على عينة قوامها 269 مفردة، واستخدم الباحث أداة الاستبانة بالهاتف لجمع البيانات. وقد توصلت الدراسة إلى عدة نتائج من أهمها أن مالكي قنوات الكابل يقضون عدد ساعات أطول في مشاهدة التلفزيون مقارنة بأقرانهم ممن لا يملكون قنوات الكابل، ويستخدم مالكو قنوات الكابل عدداً أكبر من القنوات التلفزيونية مقارنة بأقرانهم ممن لا يملكون قنوات الكابل، إضافة إلى أن قنوات الكابل تؤثر على القنوات المحلية ولكن ذلك يتوقف مستقبلاً على عدة عوامل منها: (معدلات زيادة قنوات الكابل مستقبلاً، مدى تغيير قنوات الكابل إلى الأفضل أو إلى الأسوأ، مدى تغيير القنوات المحلية لسياساتها الإعلامية لمواجهة قنوات الكابل).

- دراسة ستانفورد وبيستي (Serenca Stanford & Riccomini, Besty, 1984)، بعنوان "ارتباط الجمهور ببرامج التلفزيون والإشباع المطلوب تحقيقها". أجريت الدراسة على عينة من طلاب قسم الإعلام قوامها 159 طالباً وطالبة. وقد أظهرت نتائج الدراسة أن الطلاب يحصلون على إشباعات عديدة من أهمها: الحصول على المعلومات والتسلية من مشاهدة البرامج التلفزيونية المتنوعة، حيث يستمتع الطلاب بمشاهدتهم البرامج التي تتضمن معلومات تحتوي على قدر من التسلية، ويخططون لمشاهدتها من خلال اختيارها من الخريطة البرمجية ومتابعتها، وذلك يؤكد مبدأ "الجمهور النشط" في مدخل الاستخدامات والإشباعات. ولقد بينت الدراسات السابقة الملامح العامة لعادات التعرض للقنوات الفضائية والإشباعات المتحققة منها لدى عينة من الجمهور والشباب بشكل عام والشباب الجامعي بشكل خاص.

#### - (Urbahn, 2004). Reporting the Truth.

تم في هذه الدراسة التي قام بها باحث أمريكي مختص بالإعلام لصالح السفارة الأمريكية بأبوظبي استطلاع آراء مجموعة من الشباب من جامعة الإمارات المتحدة، وغيرها. وقد كانت الدراسة حول القنوات الفضائية المفضلة لديهم، وقد تكونت العينة من (535) شاباً منهم (92%) من طلبة جامعة الإمارات بمدينة العين.

وقد توصلت الدراسة إلى أن أكثر المحطات الترفيهية تفضيلاً كانت (أبو ظبي الفضائية). وأما المحطة الإخبارية المفضلة لديهم فهي محطة (الجزيرة الفضائية)، تليها (أبو ظبي)، تليها (العربية). أما محطة (الحررة الإخبارية)، وقنوات الأخبار الأجنبية (BBC, CNN) فقد جاءت

بالمراتب الأخيرة. وأظهرت الدراسة أن الصحف المطبوعة تأتي بالمرتبة الثانية كمصدر للحصول على الأخبار.

- دراسة هيروكو ( 2005)، بعنوان: "استعمال وسائل الإعلام المحلية من قبل طلاب الدراسات العليا الأجانب في المملكة المتحدة". هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على كيفية استخدام وسائل الإعلام المحلية من قبل عائلات الطلاب الذين يعيشون في بريطانيا خلال فترة الدراسة من خلال تحليل المحتوى الاجتماعي الثقافي لنمط حياتهم خلال استعمالهم هذه الوسائل الإعلامية. تضمن البحث مقابلات واستبانة مع 33 عائلة تعيش مع أطفالها من طلبة الدراسات العليا في جامعة ليدز في عام 2005. عكس التحليل ثلاثة أبعاد هي: التحليل السمعي التقليدي مع التركيز على النظرة الثقافية، ومفهوم التنشئة خارج الوطن، والخبرة الثقافية للطلبة الأجانب في المملكة المتحدة. وقد أشارت النتائج إلى أن الفرق في استعمال وسائل الإعلام من قبل الطلبة الأجانب في بلدهم الأم والمملكة المتحدة يعود سببه إلى النقص في الجماعة المعروفة والطلب المرتفع على السكن الخارجي كطالب، عائلات الطلاب تحاول إيجاد شعور بالاستمرار الثقافي بأنهم في بلدهم الأصلي من خلال استعمال المصادر الإعلامية المتوفرة وهذا تأثر ببيئة الإعلام التي واجهته في المملكة المتحدة.



- (Robison, 2005). **The Rest of Arab World.**

خلصت هذه الدراسة إلى أن المشاهدين العرب للقنوات الفضائية يبحثون بالدرجة الأولى عن المحطات التي تقدم لهم برامج ترفيهية.

وأظهرت الدراسة أن محطة (MBC1) هي أكثر المحطات الترفيهية شعبية على مستوى المنطقة العربية ككل، وجاءت محطة (Dream) بالدرجة الأولى في مصر نظراً لتنوع برامجها، وجاءت محطة (روتانا) بالمرتبة الأولى في كل من الأردن والسعودية.

- (Tuggle, et al.,2007). **Reporting Live From the Scene: Enough to Attract the 18-24 Audience ?**

هدفت هذه الدراسة، التي كانت بعنوان: "هل البث المباشر من موقع الحدث يكفي لجذب جمهور الشباب من فئة (18-24) سنة؟" إلى تقييم آراء الشباب حول البث الحي للأخبار من قبل قنوات التلفزيون الفضائية، وذلك نظراً لأن قدرة هذه القنوات على التغطية الحية للأخبار العاجلة يعتبر من أهم عناصر القوة التي لم يسبق لها مثيل للتلفزيون.

وقد تم تصنيف المتغيرات التي أجاب عليها الشباب في إحدى الطرق الثلاثة التالية: مدى الوعي بأهمية البث الحي، والجوانب الإيجابية في البث الحي، والجوانب السلبية في البث الحي.

وقد تم استطلاع آراء (500) شخص من فئة الشباب بعمر (18-24) سنة، وأظهرت النتائج أن الغالبية العظمى منهم لا يستندون في تقييمهم للبرامج الإخبارية على مدى البث الحي لنشرات الأخبار فيها أو على كونها أولى المحطات التي تنشر الأخبار العاجلة مباشرة.

## ملخص الدراسات السابقة:

تناولت الدراسات السابقة العديد من الموضوعات منها ما له علاقة مباشرة بموضوع الدراسة ومنها ما له علاقة غير مباشرة. فقد تناولت الدراسات دور وسائل الإعلام في تنمية الوعي السياسي والمشاركة السياسية، واستخدامات الجمهور العربي للقنوات الفضائية في عصر العولمة، وعادات وأنماط مشاهدة القنوات الفضائية واتجاهات الطلبة نحو مشاهدة برامج الفضائيات إضافة إلى استخدامات الجمهور لهذه القنوات وما تحققه من إشباعات.

وحيث إن هذه الدراسة تتناول نظرية الاستخدامات و الإشباعات لقياس أثر وسائل الإعلام على إشباعات طلبة الجامعات الأردنية، فقد تم الاستفادة من هذه الدراسات في تطوير منهجية ومشكلة البحث، كما ساعدت الباحث في تطوير استبانة البحث والمحاور التي تعرض لها. وستتم مقارنة نتائج هذه الدراسة بنتائج بعض الدراسات السابقة وخاصة التي أجريت في الأردن أو الدول العربية المجاورة لمعرفة مدى التطابق أو التباعد بالنتائج بين هذه الدراسة والدراسات الأخرى.

## الفصل الثالث

### الطريقة والإجراءات

لتحقيق أهداف الدراسة المتمثلة في التعرف على عادات مشاهدة القنوات الفضائية من قبل طلبة الجامعات الأردنية، وللتعرف على الإشباعات والدوافع المتحققة من مشاهدة طلبة الجامعات الأردنية للقنوات الفضائية. تم استخدام الطرق والإجراءات الإحصائية التالية:

#### منهجية الدراسة:

تتنمي هذه الدراسة إلى نوع الدراسات الوصفية التحليلية وفي إطاره يستخدم الباحث منهج المسح بالعينة. ولما كان الهدف الأساسي للدراسات الوصفية تصوير وتحليل وتقويم خصائص ظاهرة أو مجموعة من الظواهر، فإن أهم منهج تعتمد عليه في تحقيق هذا الهدف هو المنهج المسحي، الذي يعتبر جهداً علمياً منظماً للحصول على بيانات ومعلومات وأوصاف عن الظاهرة أو مجموعة الظواهر موضوع البحث من المفردات المكونة للمجتمع ولفترة زمنية كافية للدراسة، وذلك إما بهدف تكوين القاعدة الأساسية من البيانات والمعلومات المطلوبة في مجال تخصص معين أو تحديد كفاءة الأوضاع القائمة عن طريق مقارنة المعلومات التي تم الحصول عليها بمستويات أو معايير قياسية سبق اختيارها وإعدادها، أو التعرف على الطرق والأساليب والممارسات التي اتبعت لمواجهة مشكلات معينة أو استخدام هذه البيانات الشاملة في رسم السياسات ووضع الخطط على أساس من الاستيعاب الكامل لجوانب الموقف (حسين، 1976).

## مجتمع الدراسة وعينتها:

يتكون مجتمع الدراسة من طلبة الجامعات الحكومية والخاصة (الجامعة الأردنية، جامعة اليرموك، جامعة العلوم التطبيقية، جامعة عمان الأهلية) في كل من عمان وإربد. وتم اختيار عينة حصصية عمدية قوامها (480) طالباً وطالبة يراعي فيها تمثيل الذكور والإناث والمستويات الدراسية للطلبة. والعينة الحصصية العمدية هي نوع من العينات يراعى فيها اختيار بعض الأفراد من كل مجموعه من مجموعات المجتمع بحيث إن جميع الطبقات والطوائف والأعمار تدخل في نطاق العينة حتى يمكن الوفاء جزئياً بشرط التمثيل (الوفائي، 1989).

تم توزيع العينة على الجامعات بالتساوي (كل جامعة 120) مفردة، ثم تم توزيع العينة في كل جامعة على المستويات الدراسية الأربعة بالتساوي ومراعاة أن تكون العينة متساوية أيضاً بنسبة الذكور والإناث (الجدول رقم 1 ) ، وتم اعتماد هذه العينة من منطلق أن الدراسة تهدف إلى التعرف على استخدام طلبة الجامعات الأردنية للقنوات الفضائية وعليه اعتمد الباحث على تقسيم العينة بالتساوي بين الجامعات الأربع لأن كون أن موضوع البحث عام وغير متخصص.

## جدول (1)

توزيع العينة حسب الجامعة، والجنس، والمستوى الدراسي

المجموع	جامعة العلوم التطبيقية		جامعة اليرموك		جامعة عمان الأهلية		الجامعة الأردنية		اسم الجامعة
	إناث	ذكور	إناث	ذكور	إناث	ذكور	إناث	ذكور	المستوى الدراسي
120	15	15	15	15	15	15	15	15	سنة أولى
120	15	15	15	15	15	15	15	15	سنة ثانية
120	15	15	15	15	15	15	15	15	سنة ثالثة
120	15	15	15	15	15	15	15	15	سنة رابعة
480	60	60	60	60	60	60	60	60	المجموع

### أداة الدراسة:

تم تطوير استبانته لتطبيقها على عينة الدراسة من طلبة الجامعات، وذلك للحصول على إجابات لتساؤلات الدراسة. وتضمنت الاستبانة مجموعة من الأسئلة غطت خصائص عينة الدراسة ومشاهدة القنوات الفضائية وطبيعتها والفترات الزمنية التي يتم فيها مشاهدة القنوات إلى جانب أكثر القنوات مشاهدة، وكذلك مجموعة أسئلة تتعلق بأسباب وعادات وأنماط مشاهدة القنوات الفضائية ودرجات الإشباع المتحققة من مشاهدة هذه القنوات الفضائية ودرجات الدوافع كذلك.

### اختبارات الصدق والثبات:

الاختبار القبلي : تم إجراء اختبار قبلي على الاستبانة من خلال توزيع الاستبانة على 10% من عينة الدراسة أي بنسبة ( 48 ) طالباً وطالبة من الجامعات الأربع للتأكد

من وضوح الأسئلة وفهمها لدى الطلبة حيث تم إجراء التعديلات المطلوبة على بعض الأسئلة نتيجة لهذا الاختبار.

**الصدق:** للتحقق من صدق أداة الدراسة (الاستبانة)، تم عرضها على عدد من المختصين (ملحق 1) في الإعلام للحكم على بنودها وهل تقيس فعلا ما وضعت لقياسه، وبعد ذلك تم الأخذ بعين الاعتبار جميع الملاحظات التي قدمها هؤلاء المختصون، وأصبحت الاستبانة جاهزة للتطبيق (ملحق 2).

**الثبات:** من أجل التحقق من درجة ثبات أداة الدراسة (الاستبانة)، تم إجراء اختبار كرونباخ ألفا Chronbach's Alpha، وكانت نتائج الاختبار على الشكل الآتي:

## جدول (2)

### معاملات كرونباخ ألفا لفقرات الاستبانة

المتغير	معامل كرونباخ ألفا
أسباب وعادات وأنماط مشاهدة القنوات الفضائية	0.69
الاشباكات المتحققة	0.71
دوافع المشاهدة	0.81
مجملة الفقرات	0.85

يشير الجدول رقم ( 2 ) الى أن أداة الدراسة (الاستبانة) تتمتع بدرجة ثبات عالٍ لأن معامل كرونباخ ألفا كانت لجميع فقرات متغيراتها أعلى من 0.60، وعليه فإن الاستبانة صالحة للتطبيق.

## الطرق والأساليب الإحصائية:

- لغايات تحقيق أهداف الدراسة والإجابة عن أسئلتها، تم استخدام العديد من الإجراءات والأساليب الإحصائية باستخدام برنامج التحليل الإحصائي SPSS على الشكل الآتي:
1. المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية: وذلك لقياس الأسباب والعادات وأنماط مشاهدة القنوات الفضائية، وإشباعات ودوافع مشاهدة القنوات الفضائية.
  2. التوزيعات التكرارية: وذلك لقياس خصائص عينة الدراسة وعادات مشاهدة القنوات الفضائية.
  3. اختبار كرونباخ الفا: وذلك لقياس درجة ثبات أداة الدراسة (الاستبانة).
  4. اختبار ت Independent Sample t-test لاختبار الفروق في إشباعات ودوافع مشاهدة القنوات الفضائية حسب اختلاف الجامعات.

## خصائص عينة الدراسة:

فيما يلي استعراض لأهم خصائص عينة الدراسة :

النوع الاجتماعي ( الجنس):

### جدول (3)

توزيع عينة الدراسة حسب النوع الاجتماعي للطلبة

النسبة المئوية %	التكرارات	الجنس
50	240	ذكر
50	240	أنثى
100	480	المجموع

يشير الجدول رقم ( 3 ) إلى أن نسبة الذكور مساوية لنسبة الإناث في عينة الدراسة، كما جاء عند تصميم إطار العينة.

نوع الجامعة:

#### جدول (4)

توزيع عينة الدراسة حسب نوع الجامعة

النسبة المئوية %	التكرارات	نوع الجامعة
50	240	حكومية
50	240	خاصة
<b>100</b>	<b>480</b>	<b>المجموع</b>

يشير الجدول رقم ( 4 ) إلى أن (50%) من عينة الدراسة كانوا من الجامعات الحكومية، (50%) من الجامعات الخاصة.

الفئات العمرية:

#### جدول (5)

توزيع عينة الدراسة حسب الفئات العمرية للطلبة

النسبة المئوية %	التكرارات	العمر
26.6	128	أقل من 20 سنة
44.5	213	من 20 - 22 سنة
17.9	86	من 23 - 25 سنة
3.5	17	من 26 - 28 سنة
3.0	14	من 29 - 31 سنة
4.5	22	أكثر من 32 سنة
<b>100</b>	<b>480</b>	<b>المجموع</b>



يشير الجدول رقم ( 5 ) إلى أن الطلبة الذين تتراوح أعمارهم بين 20 الى 22 عاماً شكلوا (44.5%) من عينة الدراسة، تلاهم الطلبة الذين تقل أعمارهم عن 20 عاماً بنسبة (26.6%)، ثم الطلبة الذين تتراوح أعمارهم بين (23 - 25) عاماً بنسبة (17.9%).

المستوى الدراسي:

### جدول (6)

توزيع عينة الدراسة حسب المستوى الدراسي للطلبة

النسبة المئوية %	التكرارات	المستوى الدراسي
25	120	بكالوريوس:سنة أولى
25	120	بكالوريوس:سنة ثانية
25	120	بكالوريوس:سنة ثالثة
25	120	بكالوريوس:سنة رابعة
<b>100</b>	<b>480</b>	<b>المجموع</b>

يشير الجدول رقم ( 6 ) إلى أن طلبة البكالوريوس لكافة المستويات الدراسية شكل كل مستوى (25%) من عينة الدراسة.

## التخصص الأكاديمي:

### جدول (7)

#### توزيع عينة الدراسة حسب التخصص الأكاديمي للطلبة

النسبة المئوية %	التكرارات	التخصص الأكاديمي
30.7	146	الآداب
20.3	98	العلوم الادراية
10.2	49	العلوم الاجتماعية والإنسانية
8.9	43	علوم الحاسوب وتكنولوجيا المعلومات
7.3	35	العلوم
5.2	25	التمريض
4.1	20	الحقوق
3.3	16	الفنون الجميلة
3.1	15	الصيدلة
2.5	12	الهندسة
1.7	8	الطب
1.2	6	العلوم التربوية
1.0	5	الشريعة
0.4	2	الزراعة
<b>100</b>	<b>480</b>	<b>المجموع</b>

يشير الجدول رقم ( 7 ) إلى أن طلبة كليات الآداب شكلوا (30.7%) من أفراد العينة

تلاهم تخصص العلوم الادراية بنسبة (20.3%)، ثم تخصص العلوم الاجتماعية والإنسانية

بنسبة (10.2%)، ثم التخصصات الأخرى بنسب متفاوتة تقل عن (10%) حسب الجدول.

## جدول (8)

## توزيع عينة الدراسة حسب مكان سكن الطلبة

النسبة المئوية %	التكرارات	مكان السكن
86.2	414	مدينة
10.6	51	قرية
0.4	2	بادية
2.8	13	مخيم
100	480	المجموع

يشير الجدول رقم ( 8 ) إلى أن (86.2%) من الطلبة المشكلين لعينة الدراسة يسكنون المدن، يليهم سكان القرى بنسبة (10.6%)، ثم المخيمات بنسبة (2.8%) وأخيرا البادية بنسبة (0.4%).

## طبيعة السكن:

## جدول (9)

## توزيع عينة الدراسة حسب طبيعة سكن الطلبة

النسبة المئوية %	التكرارات	مع من تسكن
91.2	438	مع الأسرة
2.7	13	مع الأقارب
3.4	16	وحيداً
2.7	13	سكن طلاب
100	480	المجموع

يشير الجدول رقم ( 9 ) إلى أن الغالبية العظمى من الطلبة أعضاء العينة يسكنون مع أسرهم بنسبة (91.2%)، تلاهم الطلبة الذين يسكنون مع الأقارب أو وحدهم أو في سكن طلاب بنسب بسيطة.

## الدخل الشهري للأسرة:

### جدول (10)

#### توزيع عينة الدراسة حسب الدخل الشهري لأسرة الطلبة

النسبة المئوية %	التكرارات	مستوى الدخل
3.2	15	أقل من 100 دينار
6.5	32	من 100 الى 199 ديناراً
15.4	74	من 200 الى 299 ديناراً
21.1	101	من 300 الى 399 ديناراً
53.8	258	أكثر من 400 دينار
100	480	المجموع

يشير الجدول رقم ( 10 ) إلى أن غالبية الطلبة يزيد دخل أسرهم الشهرية عن 400 دينار مشكلين ما نسبته (53.8%) من عينة الدراسة، تلاهم الذين تتراوح دخول أسرهم الشهرية بين (300 – 399) ديناراً شهرياً بنسبة (21.1%)، ثم الذين تتراوح دخول أسرهم بين (200 – 299) ديناراً شهرياً بنسبة (15,4%).

#### الحالة الاجتماعية:

### جدول (11)

#### توزيع عينة الدراسة حسب الحالة الاجتماعية للطلبة

النسبة المئوية %	التكرارات	الحالة الاجتماعية
90.0	432	أعزب
9.0	43	متزوج
0.8	4	مطلق
0.2	1	ارمل
100	480	المجموع

يشير الجدول رقم ( 11 ) إلى أن الغالبية العظمى من الطلبة أفراد عينة الدراسة لم يتزوجوا بنسبة (90%)، و (9%) منهم متزوجون.

توفر جهاز تلفزيون:

جدول (12)

توزيع عينة الدراسة حسب توفر أجهزة تلفزيون في منازلهم

هل لديك جهاز تلفزيون	التكرارات	النسبة المئوية %
نعم	473	98.6
لا	7	1.4
المجموع	480	100

يشير الجدول رقم ( 12 ) إلى أن (98.6%) من الطلبة يتوفر لديهم أو لدى أسرهم

أجهزة تلفزيون.

توفر جهاز استقبال (رسيقر):

جدول ( 13 )

توزيع عينة الدراسة حسب توفر أجهزة استقبال للقنوات الفضائية  
(الصحن اللاقط) في منازلهم

هل لديك جهاز لاستقبال القنوات الفضائية (الصحن اللاقط)	التكرارات	النسبة المئوية %
نعم	456	95
لا	24	5
المجموع	480	100

يشير الجدول رقم ( 13 ) إلى أن (95%) من الطلبة المشكلين لعينة الدراسة لديهم أو

لدى أسرهم أجهزة استقبال للقنوات الفضائية (الصحن اللاقط)، أما الذين لا يملكون أجهزة

استقبال للقنوات الفضائية فقد طلب منهم تسليم الاستبانة، وعليه تم اجراء التحليل الإحصائي

على (456) مفردة.

## الفصل الرابع

### نتائج الدراسة

في هذا الفصل سيتم تقديم عرض للنتائج التي تم التوصل إليها في هذه الدراسة والتي تستهدف التعرف على عادات مشاهدة القنوات الفضائية من قبل طلبة الجامعات الأردنية، والتعرف على الدوافع المتحققة من مشاهدة طلبة الجامعات الأردنية للقنوات الفضائية. وكانت النتائج على الشكل الآتي:

1. للإجابة عن سؤال الدراسة الذي ينص على " ما هي عادات مشاهدة القنوات الفضائية وأنماطها لدى طلبة الجامعة؟"، تم إجراء التحليلات الإحصائية الوصفية للبيانات الإحصائية ذات العلاقة وكانت على الشكل الآتي:

#### جدول (14)

##### مشاهدة القنوات الفضائية

النسبة المئوية %	التكرارات	هل تشاهد القنوات الفضائية العربية
95	456	نعم
5	24	لا
100	480	المجموع

يشير الجدول رقم ( 14 ) إلى أن الغالبية العظمى من الطلبة الجامعيين يشاهدون القنوات الفضائية، إذ بلغت نسبة الطلبة الجامعيين الذين يشاهدون القنوات الفضائية (95%)،

بينما لا يشاهد القنوات الفضائية ( 5 % ) وعليه تم استبعادهم من الدراسة حيث أصبح عدد عينة الدراسة الفعلية والذين تم إجراء التحليلات الإحصائية لإجاباتهم ( 456 ) مفردة .

### جدول (15)

#### طبيعة مشاهدة القنوات الفضائية

طبيعة المشاهدة	لا أشاهد	نادراً	أحياناً	دائماً	%
بشكل فردي	10.3	18.0	47.2	24.5	100
مع الأسرة	2.9	13.4	48.8	34.9	100
مع الأصدقاء	16.4	50.7	22.9	10	100
في المقاهي والكوفي شوب	21.5	55.3	15.8	7.4	100

يشير الجدول رقم ( 15 ) إلى أن أعلى نسبة مشاهدة للطلبة الجامعيين للقنوات الفضائية كانت مع الأسرة إذ بلغت نسبة الذين يشاهدونها بشكل دائم (34.9%)، يليها الذين يشاهدونها بشكل فردي بنسبة (24.5%)، ثم مع الأصدقاء بنسبة (10%) وفي المقاهي والكوفي شوب بنسبة (7.4%).

### جدول (16)

#### عدد ساعات مشاهدتك للقنوات الفضائية العربية خلال أيام الدوام والدراسة

النسبة المئوية %	التكرارات	عدد ساعات مشاهدتك للقنوات الفضائية العربية خلال أيام الدوام والدراسة
18.8	86	أقل من ساعة
45.0	205	من ساعة إلى ساعتين
27	123	أكثر من ساعتين إلى أربع ساعات
9.2	42	أكثر من أربع ساعات
100	456	المجموع

يشير الجدول رقم ( 16 ) إلى أن (45%) من طلبة الجامعات يشاهدون القنوات الفضائية خلال أيام الدوام والدراسة فترة زمنية تتراوح بين ساعة إلى ساعتين، و (27%) منهم يشاهدونها بمعدل أكثر من ساعتين إلى أربع ساعات، (18.8%) يشاهدونها أقل من ساعة يومياً، و(9.2%) يشاهدونها أكثر من أربع ساعات .

### جدول (17)

#### الأوقات المفضلة لمشاهدة القنوات الفضائية

النسبة المئوية %	التكرارات	الأوقات المفضلة لمشاهدة القنوات الفضائية
5.6	26	الفترة الصباحية
9.0	40	فترة الظهر
43.1	197	المساء المبكر
42.3	193	المساء المتأخر
<b>100</b>	<b>456</b>	<b>المجموع</b>

يشير الجدول رقم ( 17 ) إلى أن الغالبية الساحقة من الطلبة الذين يشاهدون القنوات الفضائية، يشاهدونها خلال الفترات المسائية المبكرة والمتأخرة، إذ بلغت نسبة الطلبة الذين يشاهدون القنوات الفضائية في فترة المساء المبكر (43.1%) والمساء المتأخر (42.3%)، بينما الذين يشاهدونها في فترة الظهر (9.0%) والفترة الصباحية (5.6%).



## جدول (18)

### لماذا تفضل مشاهدة في هذه الأوقات

النسبة المئوية %	التكرارات	لماذا تفضل مشاهدة في هذه الأوقات
32.5	148	الوقت الوحيد المتاح
13.1	60	اجتماع الأسرة
20.6	94	لتمضية وقت الفراغ
33.8	154	الفترة التي تعرض فيها البرامج المميزة والمفضلة لدي
<b>100</b>	<b>456</b>	<b>المجموع</b>

يشير الجدول رقم ( 18 ) إلى أن الأسباب التي تكمن وراء مشاهدة القنوات الفضائية في الأوقات المذكورة أعلاه تعود إلى عدة أسباب، إذ أشار (33.8%) إلى أنها الفترة التي تعرض فيها البرامج المميزة والمفضلة لدى الطلبة، يليها الوقت المتاح للمشاهدة (32.5%)، ثم (20.6%) لتمضية وقت الفراغ، بينما (13.1%) لأنها وقت اجتماع الأسرة.

## جدول (19)

### كيف يتم اختيار القناة في مشاهدة اليومية في المنزل

النسبة المئوية %	التكرارات	كيف يتم اختيار القناة في مشاهدة اليومية في المنزل
36.9	166	بالتشاور بين أفراد الأسرة
12.3	56	باحترام رغبة الأب
3.9	18	باحترام رغبة الأم
19.3	90	بتقسيم الوقت بين أعضاء الأسرة
27.6	126	لدينا أكثر من جهاز
<b>100</b>	<b>456</b>	<b>المجموع</b>

يشير الجدول رقم ( 19 ) إلى أن اختيار القناة الفضائية بشكل أساسي يتم بالتشاور بين أفراد الأسرة، إذا أشار (36.9%) من الطلبة بذلك. يليها (27.6%) أشاروا إلى أن المنزل

يحتوي على أكثر من جهاز لمشاهدة المحطات الفضائية، ثم (19.3%) أشاروا إلى تقسيم الوقت بين أعضاء الأسرة، ثم احترام رغبة الأب (12.3%) وأخيرا احترام رغبة الأم بنسبة (3.9%).

## جدول (20)

### اختيارك القناة الفضائية التي تشاهدها يكون من خلال

النسبة المئوية %	التكرارات	اختيارك القناة الفضائية التي تشاهدها يكون من خلال
12.5	57	توجيهات الأهل
69.7	318	الرغبة الشخصية
7.2	33	ترويجات وإعلانات البرامج
3.0	13	مشورة ونصائح الأصدقاء
7.6	35	مشاهدة ما يبث على الشاشة أيا كان
<b>100</b>	<b>456</b>	<b>المجموع</b>

يشير الجدول رقم ( 20 ) إلى أن ما يقارب ثلثي الطلبة الجامعيين (69.7%) كان اختيارهم للقناة الفضائية بناء على رغبتهم الشخصية، تلاها بنسبة (12.5%) حسب توجيهات الأهل، ثم مشاهدة ما يبث على الشاشة أيا كان، تلاها ترويجات وإعلانات البرامج وأخيرا مشورة ونصائح الأصدقاء.

## جدول (21)

### القنوات الفضائية العربية المفضلة عند المشاهدة من حيث المضمون

النسبة المئوية %	القنوات الفضائية العربية المفضلة عند المشاهدة		
	لا	نعم	
المجموع		من حيث المضمون	
100	47.6	52.4	الأفلام
100	49.8	50.2	الدراما والمسلسلات
100	61.7	38.3	الغنائية والموسيقية
100	74.2	25.8	الدينية
100	75.7	24.3	الأخبار
100	76.2	23.8	الرياضية
100	76.6	23.4	الوثائقية
100	83.9	16.1	الشاملة
100	84.7	15.3	الأطفال
100	87.2	12.8	النسائية
100	88.2	11.8	التعليمية
100	89.7	10.3	برامج المسابقات والدرشة
100	94.5	5.5	التسويقية والإعلانية
100	95.0	5.0	الاقتصاد

يشير الجدول رقم ( 21 ) إلى أن أكثر القنوات الفضائية المفضلة لدى طلبة الجامعات الأردنية كانت قنوات الأفلام، إذ أشار (52.4%) منهم بذلك. تلاها حسب ما هو مرتب في الجدول قنوات الدراما والمسلسلات ثم الغنائية والموسيقية ثم الدينية ثم الأخبار ثم الرياضية والوثائقية والشاملة والأطفال والنسائية والتعليمية وبرامج المسابقات والدرشة والتسويقية والإعلانية وأخيرا القنوات الاقتصادية.

## جدول (22)

### درجة مشاهدة القنوات الفضائية

المجموع	النسبة المئوية %				درجة مشاهدتك للقنوات الفضائية
	دائماً	أحياناً	نادراً	لا أشاهد	
100	63.9	24.4	8.7	3.0	MBC1
100	58.1	20.9	16.9	4.0	MBC2
100	53.1	18.3	23.8	4.9	MBC Action
100	49.7	19.8	24.5	6.0	MBC MAX
100	45.2	22.8	27.1	4.9	روتانا سينما
100	44.9	21.1	28.1	6.0	FOX MOVIES
100	43.7	22.8	27.3	6.2	ميلودي أفلام
100	40.3	20.5	31.9	7.4	ميلودي
100	34.3	21.4	37.9	6.4	مزيكا
100	24.9	12.9	53.4	8.9	الجزيرة الرياضية
100	23.1	30.9	42.6	3.4	الجزيرة الإخبارية
100	23.0	37.2	31.3	8.5	أبو ظبي
100	21.0	32.6	38.8	7.6	LBC
100	18.8	35.0	37.6	8.6	دبي
100	17.4	37.6	39.5	5.5	اقرأ
100	17.0	30.9	44.3	7.8	الرسالة
100	15.6	36.8	39.3	8.2	الفضائية الأردنية
100	12.8	35.2	44.0	8.0	المجد
100	12.7	19.3	57.8	10.2	دبي الرياضية
100	12.7	27.4	51.0	8.9	دريم
100	9.9	15.9	64.1	10.1	BBCعربي
100	9.5	21.8	58.6	10.1	أبو ظبي الرياضية
100	8.4	32.4	52.9	6.3	العربية
100	7.8	12.5	69.5	10.2	CNBCعربي
100	6.8	18.7	65.0	9.6	المحور
100	4.2	14.1	71.4	10.3	الحرّة

يشير الجدول رقم ( 22 ) إلى أن عائلة قنوات MBC قد احتلت المراتب الأولى في

درجات المشاهدة، إذ بلغت أعلى نسبة مشاهدة لقناة MBC1 بنسبة (63.9%) يشاهدونها

بشكل دائم، (24.4%) يشاهدونها أحياناً. تلاها على الترتيب MBC2 ثم MBC Action ثم

MBC MAX ثم روتانا سينما ثم FOX MOVIES ثم ميلودي أفلام ثم ميلودي ثم مزىكا  
 ثم الجزيرة الرياضية ثم الجزيرة الاخبارية ثم أبو ظبي ثم LBC ثم دبي ثم اقرأ ثم الرسالة ثم  
 الفضائية الأردنية ثم المجد ثم دبي الرياضية ثم دريم ثم BBCعربي ثم أبو ظبي الرياضية ثم  
 العربية ثم CNBCعربي ثم المحور وأخيرا الحرة.

### جدول (23)

#### أسباب وعادات وأنماط مشاهدة القنوات الفضائية لدى طلبة الجامعات

الرقم	الفقرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
1.	تعتبر الفترة الصباحية أكثر الفترات ملاءمةً لمشاهدة الفضائيات	2.59	1.152
2.	تعتبر فترة الظهيرة الفترة الأكثر ملاءمةً لمشاهدة الفضائيات	2.75	0.962
3.	تعتبر فترة المساء والليل هي الفترة الأكثر ملاءمةً لمشاهدة الفضائيات	4.22	0.951
4.	تحفز الأحداث السياسية المختلفة في المنطقة على متابعة الفضائيات	3.76	1.04
5.	للأحداث الرياضية أثر كبير على متابعة الفضائيات	3.37	1.29
6.	التنوع الكبير في القنوات الفضائية يساعد في زيادة عدد ساعات مشاهدة القنوات الفضائية	3.80	1.11
7.	تتأثر مشاهدة القنوات الفضائية بالظروف التي يمر بها الطالب الجامعي.	3.81	1.07
8.	وجود اهتمام من قبل طلبة الجامعات لبعض القضايا يجعلهم يشاهدون القنوات في أي وقت	3.48	1.05
9.	ترتبط فترة المشاهدة للقنوات الفضائية من قبل طلبة الجامعات بالظروف الاقتصادية للطلبة	2.94	1.08
10.	لا يوجد فترة محددة لمشاهدة القنوات الفضائية من قبل طلبة الجامعات	3.58	1.09
11.	ترتبط فترة مشاهدة القنوات الفضائية بمكان الإقامة لطلبة الجامعات	3.19	1.13

الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الفقرة	الرقم
1.10	3.25	ترتبط فترة مشاهدة القنوات الفضائية بالحالة الاجتماعية لطلبة الجامعات	.12
1.15	3.08	ترتبط فترة مشاهدة القنوات الفضائية لطلبة الجامعات بالتخصص الأكاديمي للطلاب	.13
0.96	4.21	تساهم العطل الرسمية بمشاهدة الفضائيات بشكل أكبر	.14
1.19	3.49	ترتبط فترة المشاهدة للقنوات الفضائية من قبل طلبة الجامعات بالنواحي الثقافية للطلاب	.15

يشير الجدول رقم ( 23 ) إلى أن أكثر الأسباب تأثيراً على عادات وأنماط مشاهدة القنوات الفضائية لدى طلبة الجامعات الأردنية هي الفترة المسائية لأنها الأكثر ملاءمة لمشاهدة الفضائيات بمتوسط حسابي (4.22) بينما كانت أقل الفترات مشاهدة هي الفترة الصباحية لأنها الأقل ملاءمة لمشاهدة الفضائيات بمتوسط حسابي (2.59).

2. للإجابة عن سؤال الدراسة الذي ينص على " ما الإشباع المتحققة من وراء مشاهدة طلبة الجامعة للقنوات الفضائية؟"، تم استخراج المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية للفقرات ذات العلاقة، وكانت النتائج على الشكل الآتي:

## جدول (24)

### درجة الإشباع المتحققة من مشاهدة القنوات الفضائية لدى طلبة الجامعات

الرقم	الفقرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
1.	للمؤثرات النفسية أثر كبير في زيادة قدرة طلبة الجامعات على تحقيق الإشباع	3.93	0.91
2.	ما تتناوله بعض القنوات الفضائية من قضايا سياسية تساهم في تحقيق الإشباع لدى طلبة الجامعات.	3.48	0.979
3.	ما تتناوله بعض القنوات الفضائية من قضايا اجتماعية تساهم في تحقيق الإشباع لدى طلبة الجامعات	3.55	0.925
4.	ما تتناوله بعض القنوات الفضائية من قضايا اقتصادية تساهم في تحقيق الإشباع لدى طلبة الجامعات	3.20	1.027
5.	ما تتناوله بعض القنوات الفضائية من قضايا ثقافية تساهم في تحقيق الإشباع لدى طلبة الجامعات	3.42	1.07
6.	ما تتناوله بعض القنوات الفضائية من قضايا رياضية تساهم في تحقيق الإشباع لدى طلبة الجامعات	3.52	1.10
7.	ما تتناوله بعض القنوات الفضائية من قضايا دينية تساهم في تحقيق الإشباع لدى طلبة الجامعات	3.69	0.96
8.	مشاهدة القنوات الفضائية تساهم في تحقيق الإشباع العاطفية لدى طلبة الجامعات.	3.42	1.15
9.	مشاهدة القنوات الفضائية تساهم في تحقيق اشباع التسلية وملئ أوقات الفراغ لدى طلبة الجامعات	3.90	1.05

يشير الجدول رقم ( 24 ) إلى أن درجات الاشباع المتحققة من مشاهدة القنوات الفضائية لدى طلبة الجامعات الأردنية تراوحت بين المتوسطات الحسابية (3.20 – 3.93)، وهي معدلات إشباع إيجابية لأنها تزيد عن المتوسط الحسابي المعياري للتدرج الخماسي

المستخدم البالغ (3.0). وكانت أعلى درجة إشباع للفقرة ذات العلاقة بالمؤثرات النفسية، وأقلها للقضايا الاقتصادية.

3. للإجابة عن سؤال الدراسة الذي ينص على " ما الدوافع المتحققة من وراء مشاهدة طلبة الجامعة للقنوات الفضائية؟"، تم استخراج المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لل فقرات ذات العلاقة، وكانت النتائج على الشكل الآتي:

### جدول (25)

#### درجة الدوافع المختلفة من مشاهدة القنوات الفضائية لدى طلبة الجامعات

الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الفقرة	الرقم
0.98	3.77	هناك دوافع ثقافية لمشاهدة طلبة الجامعات للقنوات الفضائية	1.
0.99	3.49	هناك دوافع سياسية لمشاهدة طلبة الجامعات للقنوات الفضائية	2.
0.99	3.25	هناك دوافع اقتصادية لمشاهدة طلبة الجامعات للقنوات الفضائية	3.
0.95	3.63	هناك دوافع اجتماعية لمشاهدة طلبة الجامعات للقنوات	4.
1.11	3.67	هناك دوافع رياضية لمشاهدة طلبة الجامعات للقنوات الفضائية	5.
0.99	3.72	هناك دوافع دينية لمشاهدة طلبة الجامعات للقنوات الفضائية	6.
1.03	3.79	هناك دوافع عاطفية لمشاهدة طلبة الجامعات للقنوات الفضائية	7.
0.93	4.14	هناك دوافع للتسلية وملء وقت الفراغ لمشاهدة طلبة الجامعات للقنوات الفضائية	8.
0.97	4.08	تتميز دوافع الطلبة بأنها دوافع متغيرة	9.
1.09	3.65	قد يكون دافع المشاهدة للقنوات الفضائية مدعوماً بمصلحة ذاتية	10.
1.05	3.74	للقضايا اليومية أثر كبير في دوافع المشاهدة للقنوات	11.
0.95	3.87	تتمثل بعض الدوافع لدى طلبة الجامعات في مشاهدة القنوات الفضائية بأنها مزاجية	12.
1.15	3.88	الفراغ الكبير في حياة الطالب يجعله يتجه لمشاهدة القنوات الفضائية	13.
1.04	3.60	دوافع الطلبة لمشاهدة القنوات الفضائية يعود إلى مشاهدتها من قبل الأصدقاء	14.
1.15	3.44	هناك دوافع المحاكاة والتقليد في مشاهدة القنوات الفضائية لدى طلبة الجامعات	15.
1.16	3.43	هناك دوافع لمتابعة القضايا المحلية والإقليمية والدولية	16.



يشير الجدول رقم ( 25 ) إلى أن درجات الدوافع من مشاهدة القنوات الفضائية لدى طلبة الجامعات الأردنية تراوحت بين المتوسطات الحسابية (3.25 – 4.14)، وهي معدلات دوافع ايجابية لأنها تزيد عن المتوسط الحسابي المعياري للتدرج الخماسي المستخدم البالغ (3.0). وكانت أعلى درجة دافع للفقرة ذات العلاقة بدوافع التسلية، وأقلها المتعلقة بالدوافع الاقتصادية.

4. للإجابة عن سؤال الدراسة الذي ينص على " هل هناك فروق ذات دلالة إحصائية بين طلبة الجامعات الحكومية وطلبة الجامعات الخاصة في الإشباعات والدوافع المتحققة من وراء مشاهدة طلبة الجامعات للقنوات الفضائية؟ تم إجراء اختبار (ت)، **Independent Sample t-test**، وكانت النتائج على الشكل الآتي:

الإشباعات:

نتائج اختبار (ت) لدرجة الإشباعات لدى طلبة الجامعات من مشاهدة القنوات الفضائية حسب اختلاف الجامعات التي يدرسون فيها (حكومية وخاصة)

جدول رقم ( 26 )

نوع الجامعة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة ت	درجات الحرية	الدلالة الإحصائية
جامعات حكومية	3.60	0.56	1.43	445	0.154
جامعات خاصة	3.53	0.57			

يشير الجدول رقم ( 26 ) إلى أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في درجة الإشباعات لدى طلبة الجامعات من مشاهدة القنوات الفضائية حسب اختلاف الجامعات التي

يدرسون فيها (حكومية وخاصة)، وذلك لأن قيمة الدلالة الإحصائية للاختبار بلغت (0.154) وهي أعلى من قيمة الدلالة الإحصائية المعتمدة في هذه الدراسة والبالغة (0.05).

**الدوافع:**

نتائج اختبار (ت) لدرجة الدوافع لدى طلبة الجامعات من مشاهدة القنوات الفضائية حسب

اختلاف الجامعات التي يدرسون فيها (حكومية وخاصة)

**جدول رقم ( 27 )**

الدلالة الإحصائية	درجات الحرية	قيمة ت	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	نوع الجامعة
0.001	436	**4.36	0.51	3.80	جامعات حكومية
			0.55	3.58	جامعات خاصة

\*\* عند مستوى دلالة إحصائية أقل من 0.01

يشير الجدول رقم ( 27 ) إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية في درجة الدوافع لدى طلبة الجامعات من مشاهدة القنوات الفضائية حسب اختلاف الجامعات التي يدرسون فيها (حكومية وخاصة)، وذلك لأن قيمة الدلالة الإحصائية للاختبار بلغت (0.001) وهي أقل من قيمة الدلالة الإحصائية المعتمدة في هذه الدراسة والبالغة (0.05).

## الفصل الخامس

### النتائج والتوصيات

في هذا الفصل ستنتم مناقشة أبرز النتائج والتوصيات التي تم التوصل إليها في هذه الدراسة والتي كانت تهدف إلى التعرف على استخدام طلبة الجامعات الأردنية للقنوات الفضائية والإشاعات المتحققة من خلال التعرف على عادات مشاهدة القنوات الفضائية من قبل طلبة الجامعات الأردنية، والتعرف على الإشاعات والدوافع المتحققة من مشاهدة الطلبة لهذه القنوات الفضائية وربطها بالدراسات السابقة الواردة في هذه الدراسة.

#### نتائج الدراسة:

للإجابة عن سؤال الدراسة الذي ينص على "ما عادات مشاهدة القنوات الفضائية وأنماطها لدى طلبة الجامعات"

#### - مشاهدة القنوات الفضائية:

توصلت الدراسة إلى أن الغالبية العظمى من الطلبة الجامعيين يشاهدون القنوات الفضائية، إذ بلغت نسبة الطلبة الجامعيين الذين يشاهدون هذه القنوات (95%) وهذا يتفق مع دراسة حمدي (2002)، بعنوان "استخدامات المراهقين للقنوات الفضائية والإشاعات المتحققة" حيث توصلت الدراسة إلى عدة نتائج من أهمها أن القنوات الفضائية جاءت في مقدمة الوسائل الإعلامية التي يعتمد عليها المراهقون عندما يرغبون في معرفة ما يحدث بالعالم واكتساب معلومات بنسبة (66,5%).

وكذلك تتفق مع دراسة مزيد(2002)، بعنوان " دوافع استخدام المراهقين المصريين للقنوات الفضائية والإشباعات المتحققة لهم" توصلت الدراسة إلى عدة نتائج من أهمها أن جميع أفراد العينة يشاهدون القنوات الفضائية.

وتتفق أيضاً مع دراسة الرواس، أنور محمد (2003)، بعنوان " استخدامات الشباب للقنوات الفضائية الغنائية العربية والإشباعات المتحققة" وقد أجريت الدراسة على عينة قوامها (400) مفردة من طلبة الجامعات العمانية وتوصلت إلى نتائج عديدة من أبرزها أن (82,5%) من الطلبة يشاهدون القنوات الفضائية الغنائية.

وكذلك دراسة محمد(2003) بعنوان "استخدامات طلبة الجامعات للقنوات الفضائية وعلاقتها بمنظومة القيم في مجتمع الصعيد" وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج من أهمها أن (80,5%) من عينة الدراسة يشاهدون القنوات الفضائية بانتظام، ويعزى ذلك إلى الانتشار الكبير لأجهزة استقبال القنوات الفضائية (الريسيفرات) بسبب انخفاض أسعارها وتوفرها في الغالبية العظمى من المنازل.

#### - طبيعة مشاهدة القنوات الفضائية:

توصلت الدراسة إلى أن أعلى نسبة مشاهدة للطلبة الجامعيين للقنوات الفضائية كانت مع الأسرة وبلغت النسبة بشكل دائم (34,8%) وهذا يختلف عن دراسة مزيد (2002)، بعنوان "دوافع استخدام المراهقين المصريين للقنوات الفضائية والإشباعات المتحققة لهم" حيث أظهرت النتائج أن (52%) من أفراد عينة الدراسة يشاهدون القنوات الفضائية بمفردهم. ويعزى السبب إلى أن المجتمعات العربية مختلفة في عادات المشاهدة للقنوات الفضائية ومختلفة كذلك في درجة الارتباط الأسري فيما بينها.

## - عدد ساعات مشاهدة القنوات الفضائية العربية خلال أيام الدوام والدراسة:

توصلت الدراسة إلى أن (45%) من طلبة الجامعات يشاهدون القنوات الفضائية خلال أيام الدوام والدراسة فترة تتراوح بين ساعة إلى ساعتين، وهذا يختلف عن دراسة القليني (1994)، بعنوان " استخدامات الجمهور العربي للقنوات الفضائية في عصر العولمة" حيث توصلت الدراسة إلى أن (55,7%) من عينة الدراسة يشاهدون القنوات الفضائية ثلاث ساعات يومياً. وهذا يختلف أيضاً عن دراسة مزيد (2002)، بعنوان "دوافع استخدام المراهقين المصريين للقنوات الفضائية والإشباع المتحققة لهم"، حيث توصلت الدراسة إلى أن (46,7%) من العينة يشاهدون القنوات الفضائية من ساعتين إلى أقل من أربع ساعات يومياً. وتتفق هذه الدراسة مع دراسة الحسن، نديم ربحي (2008)، بعنوان " اتجاهات طلبة الجامعات الأردنية نحو المحطات الفضائية العربية "، حيث توصلت الدراسة إلى أن معظم الطلبة يشاهدون القنوات الفضائية من ساعة إلى ساعتين يومياً في أيام الدوام والدراسة. ويعزى ذلك إلى أن وقت المشاهدة المفضل كان في الفترات المسائية المبكرة والمتأخرة، وهي الفترة التي يعود فيها الطلبة من جامعاتهم بعد عناء يوم طويل، فمن الطبيعي أن لا تكون فترة المشاهدة طويلة.

## - الأوقات المفضلة لمشاهدة القنوات الفضائية:

أظهرت نتائج الدراسة أن غالبية الطلبة الجامعيين يشاهدون القنوات الفضائية في فترة المساء المبكر والمتأخر بفارق بسيط، وهذا يتفق مع دراسة شاهين (2001)، بعنوان " استخدامات الجمهور المصري للقنوات الفضائية " وأشارت الدراسة إلى أن أهم فترات المشاهدة هي فترة السهرة (58%)، وتتفق هذه الدراسة أيضاً مع دراسة الحسن، نديم ربحي

(2008)، بعنوان " اتجاهات طلبة الجامعات الأردنية نحو المحطات الفضائية العربية" حيث توصلت الدراسة إلى أن فترة السهرة من (8-11) مساءً هي الفترة الأكثر مشاهدة لدى الطلبة، ويعزى ذلك إلى أن طلبة الجامعات يلتحقون بجامعاتهم في الصباح ولا يعودون إلا في المساء وهذا الوقت المناسب لمتابعة برامج القنوات الفضائية.

#### - أسباب تفضيل المشاهدة في هذه الأوقات:

أظهرت الدراسة أن (33,8%) من عينة الدراسة يشاهدون القنوات الفضائية في الفترة التي تعرض فيها البرامج المميزة والمفضلة لديهم، ويعزى ذلك إلى أن الفترة المسائية المبكرة والمتأخرة هي الفترة التي يتواجد الطلبة في منازلهم، وهي الفترة التي تعرض فيها البرامج والأفلام المشوقة.

#### - كيف يتم اختيار القناة في المشاهدة اليومية:

بينت الدراسة أن أفراد العينة (36,9%) يختارون القناة بالتشاور بين أفراد الأسرة ويعزى ذلك إلى أن معظم الأسر الأردنية لا تملك إلا جهاز تلفاز ومستقبل واحد وتتم هذه من أجل تنظيم عملية المشاهدة بين أفراد الأسرة.

#### - كيف يتم اختيارك للقناة الفضائية المشاهدة:

بينت الدراسة أن ما نسبته (69,7%) من عينة الدراسة تتم عملية اختيار القناة الفضائية التي يشاهدونها بناء على رغبتهم الشخصية إذا ما ترك الأمر لهم بعيداً عن التشاور بين أفراد الأسرة، ويعزى ذلك لأن عينة الدراسة هم من فئة الشباب الذين يرغبون في مشاهدة البرامج

التي تلبي رغباتهم من أفلام ومسلسلات وبرامج مثيرة ومشوقة والابتعاد عن البرامج الحوارية والإخبارية، وهذا ما تبين لنا من نتائج الدراسة.

#### - القنوات الفضائية العربية المفضلة عند المشاهدة من حيث المضمون:

أظهرت الدراسة أن أكثر القنوات الفضائية المفضلة عند المشاهدة لدى طلبة الجامعات الأردنية كانت قنوات الأفلام بنسبة (52,4%) وهذا يختلف عن دراسة القليني (1994) بعنوان " استخدامات الجمهور العربي للقنوات الفضائية في عصر العولمة" حيث توصلت الدراسة إلى أن أهم المواد والبرامج التي تفضل عينة الدراسة متابعتها بالقنوات الفضائية هي برامج المنوعات بنسبة (94%) يليها البرامج الدينية، والبرامج الثقافية. وكذلك تختلف عن دراسة حمدي (2002) بعنوان " استخدامات المراهقين للقنوات الفضائية والإشباع المتحققة" حيث توصلت الدراسة إلى أن أهم المواد والبرامج التي حرصت عينة الدراسة على مشاهدتها في القنوات الفضائية هي الأغاني والمنوعات بنسبة (97,3%) يليها المسلسلات والأفلام العربية بنسبة (88,8%). وتتفق هذه الدراسة مع دراسة الحسن، نديم ربحي (2008)، بعنوان " اتجاهات طلبة الجامعات الأردنية نحو المحطات الفضائية العربية"، حيث بينت هذه الدراسة أن قنوات الأفلام هي الأكثر تفضيلاً من الطلبة بنسبة (60,3%).

#### - القنوات الفضائية الأكثر مشاهدة:

بينت الدراسة أن قنوات الـ MBC احتلت المراتب الأولى بنسب مشاهدة عالية إذ بلغت أعلى مشاهدة لقناة MBC1 (63,9%)، وهذا يتفق مع دراسة شاهين (2001)، بعنوان "استخدامات الجمهور المصري للقنوات الفضائية العربية"، حيث أثبتت الدراسة أن أهم القنوات

التي يفضل أفراد العينة مشاهدتها هي قناة الـ MBC (47,7%)، يليها قناة الجزيرة بنسبة (36,7%)، وكذلك تتفق مع دراسة حمدي (2002)، بعنوان "استخدامات المراهقين للقنوات الفضائية والإشباع المتحققة" حيث بينت الدراسة أن أهم القنوات الفضائية العربية التي يحرص المراهقون على مشاهدتها قناة الـ (MBC) بنسبة (78,8%)، وتختلف هذه الدراسة عن دراسة الدواوسة (2002)، بعنوان "استخدامات الجمهور الفلسطيني للقنوات الفضائية العربية والإشباع المتحققة" حيث بينت الدراسة أن أهم القنوات الفضائية التي تحرص عينة الدراسة على متابعتها هي الجزيرة بنسبة (75,5%) يليها أبو ظبي (67,3%)، ثم الـ (MBC) بنسبة (53,3%)، وتختلف أيضاً هذه الدراسة عن دراسة مزيد (2002)، بعنوان "دوافع استخدام المراهقين المصريين للقنوات الفضائية والإشباع المتحققة لهم"، حيث احتلت الفضائية اللبنانية الـ (LBC) بنسبة (73,2%)، يليها قنوات دريم بنسبة (60,3%)، ثم الـ (MBC) بنسبة (41,4%). ويمكن تفسير احتلال قنوات الـ (MBC) أعلى نسبة مشاهدة إلى التنوع الكبير في هذه القنوات، وهي من العوامل التي تجذب المشاهدين إليها بشكل كبير فعائلة (MBC) تحتوي على القنوات الإخبارية المتخصصة وقنوات الأفلام، والأطفال، والمتنوعة مع الأخذ بعين الاعتبار اختلاف خصائص أفراد العينة في الدراسة .

### الإشباع المتحققة من مشاهدة طلبة الجامعات للقنوات الفضائية:

بينت الدراسة أن درجة الإشباع المتحققة من مشاهدة القنوات الفضائية تراوحت بين المتوسطات الحسابية (3.20 - 3,93) وهي معدلات إشباع إيجابية لأنها تزيد عن المتوسط الحسابي المعياري للتدرج الخماسي المستخدم البالغ (3) وكانت أعلى درجات الإشباع للفقرة ذات العلاقة بالمؤثرات النفسية وأقلها للقضايا الاقتصادية، وهذه الدراسة تختلف عن دراسة



حمدي (2002) ، بعنوان " استخدامات المراهقين للقنوات الفضائية والاشباكات المتحققة"، حيث بينت الدراسة أن أهم الإشباكات المتحققة من مشاهدة المراهقين للقنوات الفضائية هي زيادة المعرفة في الأحداث الخارجية (95,1%) والتسلية وقضاء الوقت والإمتاع بنسبة (93,1%)، وتختلف كذلك عن دراسة الرواس، أنور محمد (2003)، بعنوان " استخدامات الشباب للقنوات الفضائية الغنائية العربية والإشباكات المتحققة"، حيث بينت الدراسة أن هدف الطلبة من المشاهدة هو تمضية وقت الفراغ ثم الشعور بالسعادة. وهذه الدراسة تتفق مع دراسة البياتي،(2006)، بعنوان " التأثيرات الاجتماعية المحتملة للتلفزيون على الشباب: دراسة ميدانية على شباب الإمارات"، حيث أظهرت نتائج الدراسة فيما يتعلق بالتأثيرات الاجتماعية والنفسية تأكيد الشباب على أهمية التلفزيون في نمو ثقافتهم، حيث بلغت النسبة (79%) كما أكد معظم المبحوثين بأن التلفزيون كان مصدراً أساسياً وعاملاً مهماً في حواراتهم الثقافية والاجتماعية مع الآخرين بنسبة (64,5%).

### الدوافع المتحققة من وراء مشاهدة طلبة الجامعة للقنوات الفضائية

بينت الدراسة أن درجات الدوافع لمشاهدة القنوات الفضائية لدى طلبة الجامعات الأردنية تراوحت بين المتوسطات الحسابية (3.25 - 4.14) وهي معدلات دوافع إيجابية لأنها تزيد عن المتوسط الحسابي المعياري لتدريج الخماسي المستخدم البالغ (3) حيث كانت أعلى درجة دافع للفقرة ذات العلاقة بدوافع التسلية وأقلها المتعلقة بالدوافع الاقتصادية. وهذه الدراسة تختلف عن دراسة شاهين(2001)، بعنوان " استخدامات الجمهور المصري للقنوات الفضائية العربية" حيث أظهرت هذه الدراسة أن أهم أوجه الاستفادة من مشاهدة القنوات الفضائية العربية تتمثل في معرفة أخبار العالم والأحداث المهمة بنسبة (69,2%) ومعرفة ثقافات جديدة والانفتاح

على العالم بنسبة (45,8%) يليه التخلص من الملل والتسلية بنسبة (41,3%). وتتفق هذه الدراسة مع دراسة مزيد (2002)، بعنوان "دوافع استخدام المراهقين المصريين للقنوات الفضائية والإشباع المتحققة لهم"، حيث بينت هذه الدراسة أن أهم دوافع التعرض للقنوات الفضائية هي التسلية والاسترخاء والتخلص من الملل بنسبة (80,4%) ومعرفة الأخبار بنسبة (72%).

**الفروق بين طلبة الجامعات الحكومية وطلبة الجامعات الخاصة في الإشباع والدوافع المتحققة من مشاهدة طلبة الجامعات للقنوات الفضائية، وللحصول على هذه النتيجة تم إجراء اختبار (T-test) وكانت النتائج على الشكل الآتي:-**

- نتائج اختبار (T-test) لدرجة الإشباع لدى طلبة الجامعات من مشاهدة القنوات الفضائية حسب اختلاف الجامعات التي يدرسون فيها (حكومية أو خاصة).

بينت الدراسة أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في درجة الإشباع لدى طلبة الجامعات من مشاهدة القنوات الفضائية حسب اختلاف الجامعات التي يدرسون فيها (حكومية وخاصة) وذلك لأن قيمة الدلالة الإحصائية للاختبار بلغت (0,154) وهي أعلى من قيمة الدلالة الإحصائية المعتمدة في هذه الدراسة والبالغة (0.05). ويمكن أن يعزى ذلك إلى أن مشاهدة القنوات الفضائية ظاهرة عامة لا تتأثر بنوع الجامعة سواءً كانت حكومية أو خاصة وهذا يختلف عن دراسة محمد (2003)، بعنوان "استخدامات طلبة الجامعات للقنوات الفضائية وعلاقتها بمنظومة القيم في مجتمع الصعيد"، حيث أظهرت نتائج الدراسة أنه توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متغيرات الديموغرافية بمجتمع الصعيد والإشباع التي يحققها من التعرض للقنوات الفضائية العربية أو الأجنبية.

- نتائج اختبار (T-test) لدرجة الدوافع لدى طلبة الجامعات من مشاهدة القنوات الفضائية حسب اختلاف الجامعات التي يدرسون فيها (حكومية أو خاصة) بينت الدراسة أنه توجد فروق ذات دلالة إحصائية في درجة الدوافع لدى طلبة الجامعات من مشاهدة القنوات الفضائية حسب اختلاف الجامعات التي يدرسون فيها ( حكومية أو خاصة) وذلك لأن قيمة الدلالة الإحصائية للاختبار بلغت (0.01) وهي أقل من قيمة الدلالة الإحصائية المعتمدة في هذه الدراسة والبالغة (0.05).

## توصيات الدراسة:

بعد إتمام هذه الدراسة وربطها مع الدراسات السابقة ومحاولة إيجاد نقاط الاتفاق والاختلاف

بين هذه الدراسات فإن الباحث يقدم مجموعة من التوصيات هي:

- الطلب من القائمين على تخطيط البرامج في القنوات الفضائية العمل على زيادة نسبة البرامج الخاصة بالشباب لأنهم من أكثر الفئات مشاهدةً للقنوات الفضائية وتأثراً بالمضمون التي تبثه هذه القنوات.
- على القنوات الفضائية ان تعمل على فتح باب المشاركة الحقيقية لطلبة الجامعات وإشراكهم في إعداد وإنتاج وتقديم البرامج الموجهة إليهم، لأن هؤلاء الطلبة هم الأقدر على معرفة متطلباتهم واحتياجاتهم.
- الطلب من القنوات الفضائية العربية الاهتمام بالإنتاج الدرامي العربي (مسلسلات وأفلام) بما يتلاءم مع العادات والتقاليد السائدة في الوطن العربي، والابتعاد قدر الإمكان عن شراء المسلسلات والأفلام الأجنبية التي تحمل في طياتها ثقافات تلك الشعوب.
- الطلب من القنوات الفضائية العربية العمل على بث البرامج المفيدة والرسائل الإعلامية الهادفة في فترة المساء والسهرة، لأن هذه الفترة هي الفترة الأكثر متابعة من قبل طلبة الجامعات.
- حث الأسرة العربية على ان تلعب دوراً أكبر في توجيه أبنائها توجيهاً سليماً، لأن الغالبية العظمى من طلبة الجامعات، يتابعون القنوات الفضائية مع أسرهم ويحبذ عند

مشاهدة هذه القنوات فتح باب الحوار والمناقشة حول البرامج والمواضيع التي تم طرحها والاستماع إلى آرائهم واقتراحاتهم.

- فيما يخص الفضائية الأردنية يجب على القائمين على هذه القناة زيادة الاهتمام بما يقدم من خلالها وخاصة البرامج الشبابية وإجراء الدراسات لمعرفة الأسباب التي جعلت الشباب الأردني يعزفون عن مشاهدة هذه القناة ومحاولة إيجاد الحلول المناسبة لتلك الأسباب.

- الطلب من القائمين على مجموعة قنوات MBC لأنها من أكثر القنوات الفضائية مشاهدةً كما اظهرت الدراسة، زيادة الاهتمام بالبرامج الموجهة إلى الشباب بشكل عام ومراعاة أن تحمل هذه البرامج في طياتها المعلومات المفيدة والممتعة للمتلقي والمتماشية مع عاداته وتقاليده .

## قائمة المراجع

### المراجع العربية:

اتحاد الجامعات العربية (2008). دليل التقويم الذاتي والخارجي والاعتماد العام للجامعات

العربية أعضاء الاتحاد، الطبعة الثانية، الأمانة العامة لإتحاد الجامعات العربية، عمان.

الحديدي، محمد (2006). نظريات الإعلام: اتجاهات حديثة في دراسات الجمهور والرأي

العام، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، مكتبة نانسي دمياط.

حسين، سمير، (1976). بحوث الإعلام: الأسس والمبادئ، عالم الكتب، القاهرة.

دار المشرق (1986)، المنجد في اللغة والإعلام، الطبعة الواحدة والعشرين، دار المشرق،

بيروت.

سميسم، حميدة، (2005). نظرية الرأي العام، الدار الثقافية للنشر، القاهرة، الطبعة الأولى.

شاهين، هبة (2008) التلفزيون الفضائي العربي، الدار المصرية اللبنانية، الطبعة الأولى،

القاهرة.

شلهوب، صالح (2004). الكشف، الطبعة الأولى، دار أسامة، عمان.

العبد، عاطف عدلي و العلي، فوزية (1995) دراسات في الإعلام الفضائي، دار الفكر

العربي، القاهرة.

العبد، عاطف، (2006). استطلاعات وبحوث الإعلام والرأي العام، دار الفكر، القاهرة.

العبد، نهى، (2005). أطفالنا والقنوات الفضائية، دار الفكر، القاهرة.

كرداش، فاطمة نصر (2005)، الجالية العربية في كندا واقعها وعلاقتها بوسائل الإعلام، دار

الفكر العربي، القاهرة.

كرداش، فاطمة، (2005). الإعلام الفضائي العربي واستخداماته بين الجاليات العربية، دار الفكر العربي، القاهرة.

الموسى، عصام (2003). المدخل في الاتصال الجماهيري، مكتبة الكتاني، الطبعة الخامسة، اربد- عمان.

الوفائي، محمد،(1989). مناهج البحث في الدراسات الاجتماعية والإعلامية ، مكتبة الانجلو المصرية، القاهرة.

وهبي، سحر، (2004). بحوث جامعية في الصحافة والإعلام، دار الفجر، القاهرة.

### رسائل جامعية ومشاريع طلبة

بصلي، فضاة عباسي (2006). تأثير وسائل الإعلام في توجيه الإختيار المهني لطالبات

الجامعة" (حالة: طالبات السمي - البصري بقسم علوم الإعلام والاتصال جامعة

عنابة)، قسم علوم الإعلام والاتصال جامعة عنابة- الجزائر

البياتي، ياس خضير (2006). التأثيرات الاجتماعية المحتملة للتلفزيون على الشباب: دراسة

ميدانية على شباب الامارات، شؤون اجتماعية، العدد 90 صيف 2006 السنة 23

ص 113.

الحسن، نديم ربحي(2008). اتجاهات طلبة الجامعات الأردنية نحو المحطات الفضائية

العربية. رسالة ماجستير غير منشورة، الجامعة الأردنية، عمان، الأردن.

حمدي، مصطفى، (2002). "استخدامات المراهقين للقنوات الفضائية والاشباعات المتحققة"،

رسالة ماجستير غير منشورة، المنيا، كلية الآداب، جامعة المنيا.

الدواوسه، سلاح، (2002). "استخدامات الجمهور الفلسطيني للقنوات الفضائية العربية والإشباع المتحققة"، رسالة ماجستير غير منشورة، القاهرة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة.

الرواس، أنور محمد (2003). استخدامات الشباب للقنوات الفضائية الغنائية العربية والإشباع المتحققة. دراسة غير منشورة، كلية الآداب والعلوم الاجتماعية، جامعة السلطان قابوس: سلطنة عُمان.

الزايغ، نبيل فرحان (1999). اتجاهات طلبة الجامعة الإسلامية نحو مشاهدة تلفزيون فلسطين - دراسة ميدانية، بحوث إعلامية لطلبة قسم الصحافة والإعلام بالجامعة الإسلامية بغزة، إعداد الهيئة التدريسية في قسم الصحافة والإعلام.

السني، فتحي رمضان (2007). تأثير برامج القنوات الفضائية على الوظائف الأساسية للأسرة: دراسة ميدانية. البحوث الإعلامية، العدد 39.

شاهين، هبة، (2001). "استخدامات الجمهور المصري للقنوات الفضائية العربية"، رسالة دكتوراه غير منشورة، القاهرة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة.

الصفدي، فلاح (1999). اتجاهات طلبة الجامعة الإسلامية نحو مشاهدة البرامج العربية في التلفزيون الإسرائيلي القناة الأولى دراسة ميدانية، بحوث إعلامية لطلبة قسم الصحافة والإعلام بالجامعة الإسلامية بغزة، إعداد الهيئة التدريسية في قسم الصحافة والإعلام.

الطهراوي، نبيل حسن الطهراوي (1999). اتجاهات طلبة قسم الصحافة والإعلام بالجامعة الإسلامية نحو مشاهدة قناة الجزيرة الفضائية، بحوث إعلامية لطلبة قسم الصحافة والإعلام بالجامعة الإسلامية بغزة، إعداد الهيئة التدريسية في قسم الصحافة والإعلام.



عبد العظيم، عزة ( 2006). إدراك الشباب الجامعي لتأثير الفضائيات الغنائية على أخلاقيات المجتمعات العربية: دراسة في تأثير الشخص الثالث على طلاب جامعة الإمارات.

دراسة منشورة، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، جامعة القاهرة، القاهرة، مصر.

عفيفي، السيد، (1993). دور وسائل الإعلام في تنمية الوعي السياسي والمشاركة السياسية، دراسة منشورة في علم الاجتماع ودراسة الاتصال، محمد الجوهري وآخرون، الاسكندرية، دار المعارف.

القليني، سوزان، (1994). "استخدامات الجمهور العربي للقنوات الفضائية في عصر العولمة"، مجلة البحوث والدراسات العربية، القاهرة.

مجلة الأذاعات العربية، عدد 2 ( تونس: اتحاد الإذاعات العربية، الأمانة العامة، 1993 .

محمد، محمد، (2003). "استخدامات طلبة الجامعات للقنوات الفضائية وعلاقتها بمنظومة القيم في مجتمع"، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة أسيوط: كلية الآداب.

مرابط، فتحية، (2001). "استخدامات طلاب جامعة الجزائر للقنوات الفرنسية وما تحققه من إشباع"، رسالة ماجستير غير منشورة، القاهرة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة.

مزيد، محمد، (2002). "دوافع استخدامات المراهقين المصريين للقنوات الفضائية والإشباع المتحققة لهم"، مجلة دراسات طفولة، القاهرة.

منصور، تحسين (2007). دور التلفزيون الأردني في تشكيل اتجاهات الشباب الجامعي نحو قضية الإرهاب، مجلة دراسات الجامعة الأردنية، سلسلة العلوم الإنسانية والاجتماعية

مجلد 34.

النمر، أميرة محمد إبراهيم (2004)، أثر التعرض للقنوات الفضائية على النسق القيمي للمراهقين من طلاب المرحلة الثانوية، رسالة دكتوراة غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة.

يسري، جيهان، (2000). "استخدامات الشباب المصري للقنوات الفضائية والإشباع المتحققة"، مجلة البحوث الإعلامية.

### المراجع الأجنبية:

Elihu Katz, Jay Blumler & Micheal Gurevitch, "*Uses of Mass Communication by the Individual*", in *Mass Communication Research: Meager Issue and the Future*. New York, Praeger Publisher, 1974.

Joseph C. Conway & Alan Rubin, (1991). *Psychological Predictores of T.V Viewing Motivation*. *Communication Research*, Vol. 18, No. 4, PP 343-344.

Hiroko ,Tanaka,"Use of Local Media by foreign Graduate Students in the United Kingdom" , Unpublished MA Thesis, (2005 )

Karl Erik Rosengren, *Uses and Gratification, A paradigm Outlined*, in: J. G. Blumler and Eliku Katz (eds), "*The Uses of Mass Communication*", Beverlyhills, 1975, PP. 269-282 .

Reed , H Blake & Edein O. *Haroldsen "A Taxonomy of Concept in Communication"*, Arts Books, Hasting House Publishers, New York, 1982, 3ed., Printing P54.

Robber L Health & Jenning Bryant, (1992). *Human Communication Theory of Research: Concept Contexts, and Challenges*, Lawrence Erlbaum Publishers, 1992, P.282.

Robison, Gordon, (June 2005). *The Rest of the Arab World*. USC Center on Public Diplomacy, University of Southern California, Los Angeles, California. From: [www.uscpublicdiplomacy.org](http://www.uscpublicdiplomacy.org).

Rubin, Alan, (1979). "Television Use by Children and Adolescents", *Communication Research*, No. 5.

Serenca. Stanford & Riccomini, Besty, (1984). "Linking TV Program Orientations and Gratification". *Communication Abstract*. Vol. 4, No. 1.

Tuggle, C. A, Huffman, Suzanne, and Rosengard, Dana Scott, (April 2007). *Reporting Live From the Scene: Enough to Attract the 18-24 Audience?* *Journal of Broadcasting & Electronic Media*. Vol. 51, Issue 1, p. 58.

Urbahn, Keith, (July 26, 2004). *Reporting the Truth: Media Perceptions, Preferences, and Practices among Young UAE Nationals*. Report submitted to the US Embassy, Abu Dhabi, UAE.

Webster, James, (1983). "The Impact of Cable and Pay Cable Television on Local Station Audiences". *Journal of Broadcasting*. Volume 27, No, 2.

# الملاحق

## ملحق (1)

### لجنة تحكيم الإستبانة

- تم عرض الاستبانة على مجموعة من الأكاديميين المختصين في الإعلام لتحكيم الاستبانة ومن ثم تم إجراء التعديلات التي طلبت من قبل لجنة التحكيم.
1. الدكتور محمد القضاة/ جامعة اليرموك.
  2. الدكتور حاتم علاونة / جامعة اليرموك.
  3. الدكتور أمجد القاضي / مدير عام هيئة المرئي والمسموع.
  4. الدكتور محمد الكرشى / جامعة الشرق الأوسط للدراسات العليا.

## ملحق (2)

### الاستبانة

جامعة الشرق الأوسط للدراسات العليا  
كلية الإعلام

أخي الطالب / أختي الطالبة

يجري الباحث دراسة حول "استخدام طلبة الجامعات الأردنية القنوات الفضائية والإشباع المتحققة" آملاً التكرم بالإجابة عن أسئلة هذه الاستبانة بوضع إشارة X أمام الإجابة التي تتوافق مع وجهة نظركم، مؤكداً أن جميع المعلومات الواردة فيها مخصصة للبحث العلمي فقط.

ولكم جزيل الشكر والتقدير

الباحث  
سامر الغليلات  
هاتف: 0776919109  
[samerglilat@yahoo.com](mailto:samerglilat@yahoo.com)

الجزء الأول: المعلومات العامة

الجنس:

ذكر  أنثى

العمر:

أقل من 20 سنة  من 20 - 22 سنة

من 23 - 25 سنة  من 26 - 28 سنة

من 29 - 31 سنة  أكثر من 32 سنة

المستوى الدراسي:

بكالوريوس: سنة أولى  بكالوريوس: سنة ثانية

بكالوريوس: سنة ثالثة  بكالوريوس: سنة رابعة

بكالوريوس: سنة خامسة

تصنف جامعتك بأنها:

حكومية  خاصة

تخصصك الأكاديمي في الجامعة يصنف ضمن:

الآداب  العلوم الإدارية  الحقوق  الشريعة

الطب  الصيدلة  الهندسة  العلوم التربوية

العلوم  التربية الرياضية  الزراعة  الفنون الجميلة

التمريض  العلوم الاجتماعية والإنسانية

علوم الحاسوب وتكنولوجيا المعلومات

أخرى حدد (.....)

مع من تسكن:

مع الأسرة  مع الأقارب

وحيداً  سكن طلاب

مستوى الدخل الشهري للأسرة:

أقل من 100 دينار  من 100 إلى 199 دينار

من 200 إلى 299 دينار  من 300 إلى 399 دينار

أكثر من 400 دينار

مكان السكن:

- مدينة  قرية  
 بادية  مخيم

الحالة الاجتماعية:

- أعزب  متزوج  
 مطلق  أرمل

الجزء الثاني:

1. هل تملك جهاز تلفزيون:

- نعم  لا

2. هل لديك جهاز لاستقبال القنوات الفضائية (الصحن اللاقط):

- نعم  لا

3. هل تشاهد القنوات الفضائية العربية:

- نعم  لا

• إذا كانت إجابة السؤال الثالث لا أرجو تسليم الاستبانة مع الشكر

• إذا كانت إجابة السؤال الثالث نعم أكمل تعبئة الاستبانة

4. ضع علامة ( X ) أمام طبيعة مشاهدتك للقنوات الفضائية

طبيعة المشاهدة	دائماً	أحياناً	نادراً
بشكل فردي			
مع الأسرة			
مع الأصدقاء			
في المقاهي والكوفي شوب			

5. عدد ساعات مشاهدتك للقنوات الفضائية العربية خلال أيام الدوام والدراسة:

- أقل من ساعة  من ساعة إلى ساعتين

- أكثر من ساعتين إلى أربع ساعات  أكثر من أربع ساعات

6. الأوقات المفضلة لمشاهدة القنوات الفضائية (يمكن اختيار أكثر من إجابة):

- الفترة الصباحية  فترة الظهيرة



المساء المبكر  المساء المتأخر

7. لماذا تفضل مشاهدة في هذه الأوقات:

- الوقت الوحيد المتاح للمشاهدة  اجتماع الأسرة  
 لتمضية وقت الفراغ  الفترة التي تعرض فيها البرامج المميزة والمفضلة لدي  
 غير ذلك حدد (.....)

8. كيف يتم اختيار القناة في مشاهدة اليومية في المنزل (يمكن اختيار أكثر من إجابة):

- بالتشاور بين أفراد الأسرة  باحترام رغبة الأب  
 باحترام رغبة الأم  بتقسيم الوقت بين أعضاء الأسرة  
 لدينا أكثر من جهاز تلفزيون

9. اختيارك القناة الفضائية التي تشاهدها يكون من خلال (يمكن اختيار أكثر من إجابة):

- توجيهات الأهل  الرغبة الشخصية  
 ترويجات وإعلانات البرامج  مشورة ونصائح الأصدقاء  
 مشاهدة ما يبث على الشاشة أياً كان

10. القنوات الفضائية العربية المفضلة عند مشاهدة من حيث المضمون (يمكن اختيار أكثر من إجابة):

- الشاملة  الأخبار  الغنائية والموسيقية  
 الدراما والمسلسلات  الدينية  الأطفال  
 الوثائقية  التعليمية  الاقتصاد  
 التسويقية والإعلانية  النسائية  الأفلام  
 برامج المسابقات والدرشة  الرياضية  غير ذلك حدد (.....)

11. ضع علامة ( X ) أمام درجة مشاهدتك للقنوات الفضائية التالية:

الرقم	الفضائية	دائماً	أحياناً	نادراً
1.	الجزيرة الإخبارية			
2.	العربية			
3.	الحرّة			
4.	أبو ظبي الرياضية			
5.	قنوات المجد			
6.	اقرأ			
7.	الرسالة			
8.	الجزيرة الرياضية			

الرقم	الفضائية	دائماً	أحياناً	نادراً
9.	دبي الرياضية			
10.	الفضائية الأردنية			
11.	MBC 1			
12.	MBC 2			
13.	أبو ظبي			
14.	دريم			
15.	دبي			
16.	المحور			
17.	LBC			
18.	ميلودي			
19.	مزيكا			
20.	روتانا سينما			
21.	ميلودي أفلام			
22.	MBC Action			
23.	MBC MAX			
24.	FOX MOVIES			
25.	BBC عربي			
26.	CNN عربي			

غير ذلك حدد (.....)

12. ما هي القناة الفضائية التي تحظى باهتمامك الأول من بين القنوات المذكورة في السؤال السابق:

اذكرها من فضلك .....

الجزء الثالث: ضع علامة ( X ) أمام درجة أسباب وعادات وأنماط مشاهدة القنوات الفضائية لدى طلبة الجامعات:

الرقم	الفقرة	موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة
1.	تعتبر الفترة الصباحية أكثر الفترات ملائمة لمشاهدة الفضائيات					
2.	تعتبر فترة الظهر الفترة الأكثر ملائمة لمشاهدة الفضائيات					
3.	تعتبر فترة المساء والليل هي الفترة الأكثر ملائمة لمشاهدة الفضائيات					
4.	تحفز الأحداث السياسية المختلفة في المنطقة على متابعة الفضائيات					
5.	للأحداث الرياضية أثر كبير على متابعة الفضائيات					
6.	التنوع الكبير في القنوات الفضائية يساعد في زيادة عدد ساعات مشاهدة القنوات الفضائية					
7.	تتأثر مشاهدة القنوات الفضائية بالظروف التي يمر بها الطالب الجامعي					
8.	وجود اهتمام من قبل طلبة الجامعات لبعض القضايا يجعلهم يشاهدون القنوات في أي وقت					
9.	ترتبط فترة المشاهدة للقنوات الفضائية من قبل طلبة الجامعات بالظروف الاقتصادية للطالب					
10.	لا يوجد فترة محددة لمشاهدة القنوات الفضائية من قبل طلبة الجامعات					
11.	ترتبط فترة مشاهدة القنوات الفضائية بمكان الإقامة لطلبة الجامعات					
12.	ترتبط فترة مشاهدة القنوات الفضائية بالحالة الاجتماعية لطلبة الجامعات					
13.	ترتبط فترة مشاهدة القنوات الفضائية لطلبة الجامعات بالتخصص الأكاديمي للطالب					
14.	تساهم العطل الرسمية بمشاهدة الفضائيات بشكل أكبر					
15.	ترتبط فترة المشاهدة للقنوات الفضائية من قبل طلبة الجامعات بالنواحي الثقافية للطالب					

الجزء الرابع: ضع علامة ( X ) أمام درجة الإشباع المتحققة من مشاهدة القنوات الفضائية لدى طلبة الجامعات:

الرقم	الفقرة	موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة
1.	للمؤثرات النفسية أثر كبير في زيادة قدرة طلبة الجامعات على تحقيق الإشباع					
2.	ما تتناوله بعض القنوات الفضائية من قضايا سياسية تساهم في تحقيق الإشباع لدى طلبة الجامعات					
3.	ما تتناوله بعض القنوات الفضائية من قضايا اجتماعية تساهم في تحقيق الإشباع لدى طلبة الجامعات					
4.	ما تتناوله بعض القنوات الفضائية من قضايا اقتصادية تساهم في تحقيق الإشباع لدى طلبة الجامعات					
5.	ما تتناوله بعض القنوات الفضائية من قضايا ثقافية تساهم في تحقيق الإشباع لدى طلبة الجامعات					
6.	ما تتناوله بعض القنوات الفضائية من قضايا رياضية تساهم في تحقيق الإشباع لدى طلبة الجامعات					
7.	ما تتناوله بعض القنوات الفضائية من قضايا دينية تساهم في تحقيق الإشباع لدى طلبة الجامعات					
8.	مشاهدة القنوات الفضائية تساهم في تحقيق الإشباع العاطفية لدى طلبة الجامعات					
9.	مشاهدة القنوات الفضائية تساهم في تحقيق إشباع التسلية واملء أوقات الفراغ لدى طلبة الجامعات					

الجزء الخامس: ضع علامة ( X ) أمام درجة الدوافع المختلفة من مشاهدة طلبة الجامعات  
للقنوات الفضائية:

الرقم	الفقرة	موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة
1.	هناك دوافع ثقافية لمشاهدة طلبة الجامعات للقنوات الفضائية					
2.	هناك دوافع سياسية لمشاهدة طلبة الجامعات للقنوات الفضائية					
3.	هناك دوافع اقتصادية لمشاهدة طلبة الجامعات للقنوات الفضائية					
4.	هناك دوافع اجتماعية لمشاهدة طلبة الجامعات للقنوات الفضائية					
5.	هناك دوافع رياضية لمشاهدة طلبة الجامعات للقنوات الفضائية					
6.	هناك دوافع دينية لمشاهدة طلبة الجامعات للقنوات الفضائية					
7.	هناك دوافع عاطفية لمشاهدة طلبة الجامعات للقنوات الفضائية					
8.	هناك دوافع التسلية وملء وقت الفراغ لمشاهدة طلبة الجامعات للقنوات الفضائية					
9.	تتميز دوافع الطلبة بأنها دوافع متغيرة					
10.	قد يكون دافع المشاهدة للقنوات الفضائية مدعوم بمصلحة ذاتية					
11.	للقضايا اليومية أثر كبير في دوافع المشاهدة للقنوات الفضائية					
12.	تتمثل بعض الدوافع لدى طلبة الجامعات في مشاهدة القنوات الفضائية بأنها دوافع مزاجية					
13.	الفراغ الكبير في حياة الطالب تجعله يتجه لمشاهدة					

غير موافق بشدة	غير موافق	محايد	موافق	موافق بشدة	الفقرة	الرقم
					القنوات الفضائية	
					دوافع الطلبة لمشاهدة القنوات الفضائية يعود إلى مشاهدتها من قبل الأصدقاء	.14
					هناك دوافع المحاكاة والتقليد في مشاهدة القنوات الفضائية لدى طلبة الجامعات	.15
					هناك دوافع لمتابعة القضايا المحلية والإقليمية والدولية	.16

### ملحق (3)

أعداد طلبة البكالوريوس في الجامعات الأردنية الحكومية والخاصة

العدد	الجامعة
32624	الجامعة الأردنية
26874	جامعة اليرموك
14509	جامعة مؤتة
19879	جامعة العلوم والتكنولوجيا الأردنية
17085	الجامعة الهاشمية
11375	جامعة آل - البيت
26020	جامعة البلقاء التطبيقية
7272	جامعة الحسين بن طلال
3387	جامعة الطفيلة التقنية
1065	الجامعة الألمانية الأردنية
6329	جامعة عمان الأهلية
7934	جامعة العلوم التطبيقية الخاصة
6666	جامعة فيلادلفيا
6852	جامعة الإسراء الخاصة
5771	جامعة البترا الخاصة
7984	جامعة الزيتونة الأردنية الخاصة
5777	جامعة الزرقاء الأهلية
4230	جامعة اربد الأهلية
4807	جامعة جرش الأهلية
1317	جامعة الأميرة سمية للتكنولوجيا
103	الأكاديمية الأردنية للموسيقى
652	كلية العلوم التربوية الجامعية
403	جامعة جدارا
362	كلية الأردن الجامعية

المصدر: [www.mohe.gov.jo](http://www.mohe.gov.jo)