



جامعة اليرموك
كلية الشريعة والدراسات الإسلامية
قسم الدراسات الإسلامية
برنامج الماجستير في التربية الإسلامية

رسالة ماجستير بعنوان:
دور الفضائيات الإسلامية في سلوك طلبة الجامعات الأردنية
"دراسة ميدانية"

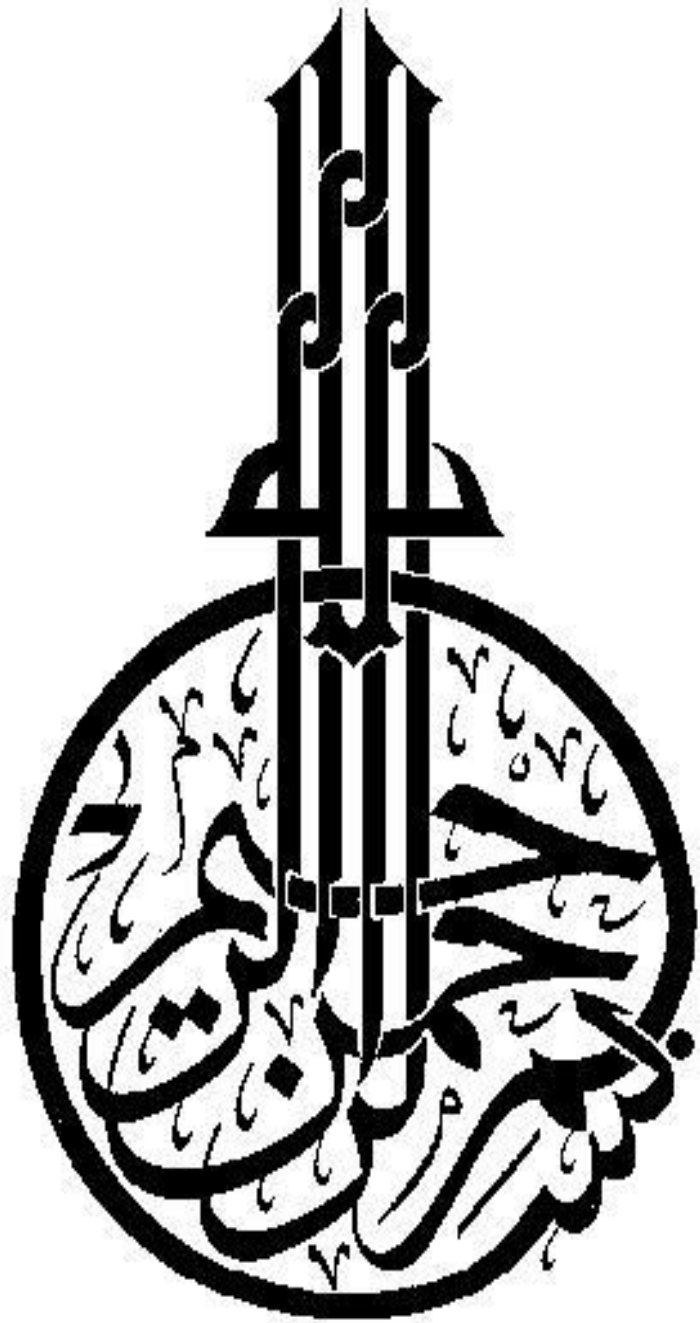
**The role of Islamic satellite channels in the behavior
of Jordanian university students
"Empirical Study"**

إعداد الطالبة:
مها رياض نوافله
(2017351009)

إشراف:
الدكتور إبراهيم خلف سليمان الخالدي

حقل التخصص: التربية الإسلامية

الفصل الدراسي الثاني
1441هـ - 2020م



قرار لجنة المناقشة

دور الفضائيات الإسلامية في سلوك طلبة الجامعات الأردنية
"دراسة ميدانية"

**The role of Islamic satellite channels in the behavior of
Jordanian university students
"Empirical Study"**

قدمت هذه الرسالة استكمالاً لمتطلبات الحصول على درجة الماجستير في التربية الإسلامية في
جامعة اليرموك، إربد، الأردن.

وافق عليها

د. إبراهيم خلف الخالدي رئيساً

أستاذ مشارك، كلية الشريعة، جامعة اليرموك

أ.د. أحلام محمود علي مطالقة عضواً

أستاذ في التربية الإسلامية، كلية الشريعة، جامعة اليرموك

د. حنان علي حسين بدور عضواً

أستاذ مساعد، كلية الشريعة، جامعة اليرموك

د. أحمد حسين محمددين عضواً خارجياً

أستاذ مشارك، كلية الإعلام، جامعة البتراء

تاريخ مناقشة الرسالة 2020/ 7/20م

إعداد الطالبة: مها رياض نوافله

الإهداء

إلى من حُضتْ دروب العلم بفيض دعائها

"أمي"

إلى الشموع التي تنير لي الطريق أخواني..

"د. هشام، معاذ، براء، بهاء، حمودة، عبد الرحمن"

إلى توأمي وغاليتي ووحيدتي أُختي..

"ميس"

إلى جميع الأصدقاء، ومن كانوا برفقتي ومصاحبتي أثناء دراستي

في الجامعة..

"رحمة، رزان"

الشكر والتقدير

إن الحمد والشكر لله وحده من قبل وبعد على عظيم فضله وجزيل رحمته بالنجاح والتوفيق في إنجاز هذه الدراسة.

أتوجه بجزيل الشكر إلى جامعة اليرموك ممثلة برئيسها والقائمين عليها، وإلى كلية الشريعة والدراسات الإسلامية ممثلة بعميدها والقائمين عليها، وإلى قسم الدراسات الإسلامية ممثله برئيس القسم والقائمين عليها.

ومن باب ردّ المعروف إلى أهله وجزاء الإحسان بالإحسان، فإنّي أتقدّم بخالص والشكر والامتنان إلى الدكتور الفاضل: إبراهيم خلف سليمان الخالدي، الذي تفضل بإشرافه على رسالتي، وما أسداه من تشجيع وتوجيه ومُتابعة.

والشكر الموصول لأعضاء لجنة المناقشة، الذين تکرّموا بالموافقة على مناقشة الرسالة، وعلى ملاحظاتهم التي ارتقت بها، وعلى ما بذلوه من جهد القراءة، وتكبد عناء الحضور وهم، الدكتور أحمد محمدين من جامعة البتراء مناقشاً خارجياً، وفضيلة الأستاذة الدكتورة أحلام مطالقة من جامعة اليرموك مناقشاً داخلياً، وفضيلة الدكتورة حنان بدور من جامعة اليرموك مناقشاً داخلياً.

كما أوجّه الشكر والتقدير الخالص لكلّ من أسهم في إبداء الملحوظات القيّمة، والتّوجيهات التي رفعت من سوّية أفكار الرسالة.

قائمة المحتويات

الموضوع	الصفحة
قرار لجنة المناقشة.....	Error! Bookmark not defined.
الإهداء.....	ب
الشكر والتقدير.....	د
قائمة المحتويات.....	هـ
قائمة الجداول.....	ز
قائمة الملاحق.....	ح
الملخص باللغة العربية.....	ط
الفصل الأول: خلفية الدراسة وأهميتها.....	1
المقدمة.....	1
مشكلة الدراسة وأسئلتها.....	4
أهداف الدراسة.....	6
أهمية الدراسة.....	6
حدود الدراسة.....	7
مصطلحات الدراسة.....	7
الفصل الثاني: الأدب النظري والدراسات السابقة.....	9
أولاً: الأدب النظري.....	9
ثانياً: الدراسات السابقة.....	37
الفصل الثالث: الطريقة والإجراءات.....	57
المقدمة.....	57
منهج الدراسة.....	57
مجتمع الدراسة.....	57
عينة الدراسة.....	57
أداة الدراسة.....	59
إجراءات الدراسة.....	63
متغيرات الدراسة.....	63

الموضوع	الصفحة
المعالجة الإحصائية.....	64
الفصل الرابع: عرض النتائج	65
النتائج المتعلقة بالإجابة عن السؤال الأول.....	65
النتائج المتعلقة بالإجابة عن السؤال الثاني.....	699
النتائج المتعلقة بالإجابة عن السؤال الثالث.....	74
الفصل الخامس: مناقشة النتائج والتوصيات	79
مناقشة النتائج المتعلقة بالإجابة عن السؤال الأول.....	79
مناقشة النتائج المتعلقة بالإجابة عن السؤال الثاني.....	83
مناقشة النتائج المتعلقة بالإجابة عن السؤال الثالث.....	91
التوصيات.....	93
قائمة المصادر والمراجع.....	94
الملاحق.....	105
الملخص باللغة الإنجليزية.....	118

قائمة الجداول

الرقم	عنوان الجدول	الصفحة
1	توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغيرات الجنس والعمر والجامعة والسنة الدراسية	65
2	معاملات الارتباط بين كل فقرة والمجال الذي تنتمي إليه وارتباطها بالأداة ككل	68
3	نتائج ثبات الاستبيان بطريقة كرونباخ ألفا (Cronbach's Alpha)، وثبات الإعادة (test- Retest).	69
4	التكرارات والنسب المئوية للقنوات الإسلامية التي يشاهدها طلبة الجامعات الأردنية	72
5	التكرارات والنسب المئوية بوسائل المشاهدة التي يفضلها طلبة الجامعات الأردنية	73
6	التكرارات والنسب المئوية بأنواع البرامج التي يفضلها طلبة الجامعات الأردنية	74
7	التكرارات والنسب المئوية بمدة المشاهدة التي يفضلها طلبة الجامعات الأردنية	75
8	التكرارات والنسب المئوية لفترات المشاهدة التي يفضلها طلبة الجامعات الأردنية	75
9	المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لمجالات مقياس دور الفضائيات الإسلامية في سلوك طلبة الجامعات الأردنية ككل (ن=690)	76
10	المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لجميع فقرات المجال الأول "الديني" والمجال ككل (ن=690)	77
11	المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لجميع فقرات المجال الثاني "الأخلاقي" والمجال ككل (ن=690)	78
12	المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لجميع فقرات المجال الثالث "الاجتماعي" والمجال ككل (ن=690)	79
13	المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لجميع فقرات المجال الرابع "الثقافي" والمجال ككل (ن=690)	80
14	نتائج اختبار (t.test) للكشف عن الفروق في دور الفضائيات الإسلامية في السلوك طلبة الجامعات الأردنية تبعاً لمتغير الجنس.	81
15	نتائج اختبار (One way ANOVA) للكشف عن الفروق في دور الفضائيات الإسلامية في السلوك طلبة الجامعات الأردنية تبعاً لمتغير السنة الدراسية.	82

قائمة الملاحق

الصفحة	عنوان الملحق	التسلسل
112	الاستبانة بالصورة الأولية	أ
118	أسماء محكمي الاستبانة	ب
119	الاستبانة بالصورة النهائية	ج

المخلص

نوافله، مها رياض. دور الفضائيات الإسلامية في سلوك طلبة الجامعات الأردنية "دراسة ميدانية". رسالة ماجستير، جامعة اليرموك، 2020م. (المشرف: الدكتور إبراهيم خلف الخالدي).

هدفت هذه الدراسة التعرف إلى دور الفضائيات الإسلامية في سلوك طلبة الجامعات الأردنية، ومعرفة طبيعة المشاهدة للفضائيات الإسلامية لدى طلبة الجامعات، واعتمدت هذه الدراسة على المنهج الوصفي، وتم استخدام استبانة لجمع البيانات اشتملت على أربعة مجالات، وهي: الديني، والأخلاقي، والاجتماعي، والثقافي، وتم التحقق من مؤشرات صدقها وثباتها، وتكونت عينة الدراسة من (690) طالباً وطالبة من طلبة الجامعات الأردنية الحكومية في الأردن، حيث تم اختيارهم بالطريقة العشوائية من مجتمع الدراسة. أظهرت النتائج أن أبرز القنوات الفضائية التي يشاهدها طلبة الجامعات الأردنية الحكومية كانت قناة (اقرأ) ونسبة مئوية (51.74%)، وأن أبرز الوسائل التي يشاهدها الطلبة (شاشة التلفاز) ونسبة مئوية (70.29%)، وأن أبرز أنواع البرامج التي يشاهدها الطلبة برنامج (القصص القرآنية) ونسبة مئوية (54.35%)، وأن أبرز فترات المشاهدة التي يفضلها الطلبة كانت الفترة (المسائية من الساعة 6-9) ونسبة مئوية (44.9%)، كما أظهرت النتائج أن دور الفضائيات الإسلامية في سلوك طلبة الجامعات الأردنية جاء بدرجة مرتفعة لجميع المجالات وكان أبرزها للمجال الأخلاقي، ثم جاء المجال الديني، ثم المجال الاجتماعي، وأخيراً جاء المجال الثقافي، وأشارت النتائج إلى عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية لدور الفضائيات الإسلامية في سلوك طلبة الجامعات الأردنية تعزى لمتغيري النوع والسنة الدراسية. وفي ضوء النتائج تم تقديم مجموعة من التوصيات.

الكلمات المفتاحية: الفضائيات الإسلامية، سلوك الطلبة، الجامعات الأردنية.

الفصل الأول

خلفية الدراسة وأهميتها

المقدمة

إن التلفاز هو أحدث حضور إعلامي إلكتروني، ويعتبر وسيلة الإعلام الإلكترونية الأكثر فاعلية، لأن الشخصية السمعية والبصرية لا تنتمي إلى وسائل الإعلام الأخرى. وكما ونطاق البث له غير محدود نسبياً، فالبث عبر التلفاز وسيلة تواصلية جيدة في تشكيل المواقف والسلوكيات وأنماط التفكير، وهو خيار في إقناع المشاهدين، فالقوة السمعية والبصرية تبدو قوية للغاية في تقديم رسالة توضيحية (Shah, & Khurshid, 2017).

وكما يقع على عاتق الإعلام الإسلامي الموجه للمجتمعات العربية والإسلامية استثمار منظومة القيم الكامنة في مصادر الإسلام الحنيف (Al Korani, 2015)، وتعزيز مركزية موقع الأمة الإسلامية الحضاري والاستراتيجي، وذلك من أجل القيام بأدواره الإعلامية المنشودة، خاصة في ظل ما يتعرض له الفرد اليوم من رسائل ومضامين إعلامية متعددة الفلسفات ومتناقضة القيم والمبادئ تؤثر في تكوين الفرد الفكري والسلوكي في ظل التحديات الإعلامية في الواقع المعاصر (فوارس، 2015)، وكما أن الدور الذي تقوم به القنوات الفضائية في الحياة الاجتماعية مغير لسلوك الأفراد والمجتمعات المعاصرة (De fany & Geofant, 2019)، فهي تؤثر بشكل كبير على مفاهيم الناس وتصوراتهم عن كافة شؤون الحياة، بالإضافة إلى ما تقوم به من تزويد الأفراد بالخبرات المتنوعة (عبد الرحمن، 2015)، فالإسلام واللغة العربية عاملان مهمان يؤثران على الشباب في انتقاء القنوات العربية حيث يعززان نفس الثقافة والتقاليد التي تشكلها القناة (Indira, 2018).

ويشير زايد (2010) أنه وفي ظل التقنيات المتسارعة، وتناقل الأحداث بشكل سريع ومباشر على شاشات التلفاز من خلال الفضائيات المتعددة والتي يغلب عليها الانفتاح على الحضارة الغربية دون ضوابط، انعكس ذلك سلباً على مخرجات سلوك طلبة الجامعات في غياب التوجيه والإرشاد، حيث عبروا عنها في بعض السلوكيات الغربية نتيجة للفراغ الفكري وضعف الوازع الديني، وإغفال الجانب الأخلاقي في التعليم وتغليب التركيز على الجانب المادي.

وتعد الجامعات من أهم المجالات التي يستهدفها الإعلام والفضائيات، نظراً لكونها تسهم بشكل كبير في إعداد أفراد أكفاء يلبيون حاجة المجتمع، إذ إن هؤلاء الأفراد يشكلون شريحة مهمة من الشرائح التي تتابع التلفاز (Lv,M 2020)، حيث الفضائيات مكانة من اهتمامات الشباب الجامعي في الوطن العربي، وأصبحت مصدراً مهما للاتصال والثقافة وتكوين الاتجاهات والقيم المرتبطة بالسلوك (المناصير، 2011).

وتعتبر قنوات الإعلام الفضائية واحدة من أقوى أدوات الاتصال الحديثة التي تساعد الجمهور المتلقي على التعايش مع العصر والتفاعل معه، وللقنوات دور مهم أيضاً في شرح القضايا الاجتماعية والثقافية والسياسية والدينية وعرضها من أجل إعداد الجمهور في وسائل الإعلام؛ ولذلك يعتبر القرن الحادي والعشرين عصر الإعلام والدعاية الدولية (Sharadgah, 2020).

وكما أن ظهور الفضائيات وانتشارها في الآونة الأخيرة حمل معه تغييراً مقصوداً للمجتمع في بنائه ووظائفه ومعتقداته وقيمه وأفكاره نتيجة التأثير الذي تحدثه لدى المشاهد (Castañeda, 2020)، فمن هذه الفضائيات ما زاد من تطور وتقدم المجتمع، ومنها ما قد زاد من إعاقة المجتمع وتمزيق قيمه وثقافته وتغريبه (مرسول وخطاب، 2005).

وتشير العديد من الدراسات إلى أن الأفراد والشباب على وجه الخصوص يميلون إلى مشاهدة البرامج الفضائية في الأردن بسبب البرامج التلفزيونية المختلفة في جميع المجالات التي زادت من نسبة مشاهدة البرامج إلى حد كبير (Alsari , 2016).

وتمتاز القنوات الفضائية بأنها تجمع بين الكلمة المسموعة والصورة المرئية، وهذا ما يزيد من قوة تأثيرها، وقدرتها على جذب المشاهد وخاصة فئة الشباب عبر تحقيقها درجة عالية من المشاركة من خلال ما تقدمه من محتوى وتعاملها مع المشاهد مباشرة (Althaus, et al, 2018)، ونقل الكثير من الجوانب الثقافية والمعنوية والمادية للمشاهد ونقل خبرات الأشخاص حول العالم، وإلقاء المحاضرات وعرض البرامج، وغيرها من الوسائل التفاعلية المختلفة (شراب، 1996).

وبناءً على تأثير القنوات الفضائية على السلوك الإنساني في المجتمع، إيجابياً كان أم سلبياً، كانت الحاجة إلى ظهور قنوات فضائية إسلامية، لتمثل جزءاً من الإعلام الإسلامي الذي ينطلق من الهوية الإسلامية (الحمود، 2013)، وذلك لتقوم بمعالجة السلبيات التي بثتها القنوات الفضائية الأخرى، وكانت أول قناة فضائية عربية إسلامية هي قناة "اقرأ" التي كانت تتبع لشركة (ART) (الدليمي، 2013).

وأوجدت العديد من القنوات الفضائية الهادفة والدينية الإسلامية عدة برامج يستطيع الطالب الجامعي من خلالها أن يتلقاها بالصوت والصورة وكما أنها تتيح الاتصال بالعلماء؛ وذلك للاستفسار وطلب الفتوى لينتفع بها (Elmahdi, & Ibrahim, 2020). كما حرصت هذه الفضائيات على تخصيص مساحات وافية لكافة أفراد الأسرة بما فيهم الطلاب والطالبات، وذلك في رسالة واضحة إلى أهل الإسلام، بهدف خدمة الإسلام والمسلمين، ودعوة غير المسلمين إلى الإسلام، والدفاع عن هذه القضايا الإسلامية المعاصرة، والوقوف صفاً واحداً أمام الفتن والمغريات،

والشبهات والشهوات، وتوجيه القيم الإنسانية وسلوكيات الفرد وفق الدين الإسلامي (السماسيري، 2008).

فيبنى سلوك الفرد وفقاً للقيم التي يؤمن بها الفرد فتصبح تلك القيم موجهة لسلوكه، ولذلك جاء في القرآن الكريم قوله تعالى: ﴿إِنَّ الَّذِينَ آمَنُوا وَعَمِلُوا الصَّالِحَاتِ كَانَتْ لَهُمْ جَنَّاتُ الْفِرْدَوْسِ نُزُلًا﴾ (الكهف، 107).

وأشارت حسن (2018) أن القنوات الفضائية العربية استطاعت بما تقدمه من برامج للفتاوى الدينية حول مختلف القضايا، تؤثر في المشاهد العربي من خلال توجيه سلوكيات الأفراد في المجتمعات العربية والإسلامية، إذ لم يعد دورها محصوراً في جوانب العبادات وما يتعلق بها. فقنوات التلفاز الإسلامية مهمة للدول الإسلامية وغير الإسلامية لإحياء القيم والمعتقدات الإسلامية لدى الأفراد، وإنَّ القنوات التلفازية الإسلامية تترك أثراً على من يشاهدونها، وأن المشاهدين النشطين للقنوات الإسلامية قد يقومون بتنفيذ التعاليم التي يتلقونها من تلك القنوات في حياتهم (Naz & Mahmood, 2019).

وبشكل عام فإن الإعلام ذو أثر كبير في بناء شخصية المجتمع، وصقل مواهبه، وعرض آرائه ومعطياته، وتوجيه مسار التربية والثقافة بمختلف وسائله المقروءة والمسموعة والمرئية. وهذا ما قامت عليه الدراسة لمعرفة ماهية الأحداث والتغيرات التي قامت بها الفضائيات الإسلامية، في التأثير على الطالب الجامعي، وذلك من خلال مشاهدة برامج القنوات الفضائية الإسلامية (قناة اقرأ، وقناة الرسالة، وقناة المجد).

مشكلة الدراسة وأسئلتها

ازداد في الآونة الأخيرة إقبال فئة الشباب ومن بينهم طلبة الجامعات على مشاهدة القنوات الفضائية على اختلاف مصادرها ومحتواها الإعلامي، وقد مكنت الثورة الرقمية والتطور التكنولوجي

من تكريس ظاهرة الفضائيات المتخصصة وزادت المنافسة بين القنوات المتخصصة في تقديم محتواها، فأصبحت المجتمعات العربية والإسلامية تواجه تأثيرات سلبية تؤثر في قيم الشباب وأفكارهم، وتنشئ لديهم سلوكيات غير سوية تؤدي إلى نتائج سلبية على السلوك الاجتماعي، الديني، الثقافي، والأخلاقي لتلك الفئة من المجتمع، في الوقت الذي لاحظت فيه الباحثة قصور تداول القنوات الإسلامية الفضائية للعديد من السلبيات المرتبطة بحياة الشباب وسلوكهم مع المحيط الذي يعيش عن طريق توصيل رسالة إسلامية مؤثرة في سلوك الفرد والتي تسهم في تنمية القيم الأخلاقية والسلوكيات المستندة إلى تعاليم الدين الإسلامي. ومن هذا المنطلق ارتكزت مشكلة الدراسة في بيان دور الفضائيات الإسلامية في سلوك طلبة الجامعات الأردنية، وتحدت هذه المشكلة في إجابتها عن الأسئلة التالية:

1- ما طبيعة المشاهدة للفضائيات الإسلامية لدى طلبة الجامعات؟

ويتفرع عنه الأسئلة الآتية:

أ- ما القنوات الإسلامية التي يشاهدها طلبة الجامعات الأردنية؟

ب- ما أنواع البرامج التي يفضلها طلبة الجامعات الأردنية؟

ج- ما مدة المشاهدة للقنوات والبرامج الإسلامية التي يشاهدها طلبة الجامعات الأردنية؟

د- ما الساعات التي يفضلها طلبة الجامعات الأردنية في مشاهدة القنوات والبرامج؟

2- ما دور الفضائيات الإسلامية في سلوك طلبة الجامعات الأردنية من وجهة نظر طلبة

الجامعات الأردنية؟

ويتفرع عنه الأسئلة الآتية:

أ- هل توجد فروق ذات دلالة إحصائية لدور الفضائيات الإسلامية في السلوك طلبة الجامعات

الأردنية تعزى لمتغير النوع (ذكر، أنثى)؟

ب- هل توجد فروق ذات دلالة إحصائية لدور الفضائيات الإسلامية في سلوك طلبة الجامعات الأردنية تعزى لمتغير السنة الدراسية (أولى، ثانية، ثالثة، رابعة)؟

أهداف الدراسة

جاءت هذه الدراسة لتحقيق الأهداف التالية:

- 1- توضيح طبيعة المشاهدة لدى طلبة الجامعات للفضائيات الإسلامية، من خلال معرفة القنوات الإسلامية التي يشاهدها الطلبة وأنواع البرامج التي يفضلونها ومدة المشاهدة للقنوات والبرامج الإسلامية والساعات التي يفضلها طلبة الجامعات الأردنية.
- 2- بيان دور الفضائيات الإسلامية في سلوك طلبة الجامعات الأردنية، تبعاً لمتغيرات الجنس، العمر، والسنة الدراسية.

أهمية الدراسة

تنبثق أهمية الدراسة من أهمية القنوات الفضائية - والتي انتشرت سريعاً - بالمحتوى الذي تعرضه للجمهور، فمنها ما هو إعلام يسهم في بناء المجتمع والارتقاء به، ومنها ما هو إعلام يسهم في هدم المعتقدات والأفكار حسب المصالح الشخصية.

وتتمحور أهمية الدراسة من الناحيتين العلمية والنظرية بما يلي:

الأهمية النظرية:

سعت الباحثة في هذه الدراسة إلى التعرف على الفضائيات الإسلامية وأهميتها، ودورها الفعال في التأثير على سلوك طلبة الجامعات الأردنية، وإسهامها الملحوظ في الضبط الذاتي لدى طلبة الجامعات الأردنية وتطوير مهاراتهم وقدراتهم، واكتساب سلوكيات جديدة لم تكن موجودة لديهم.

الأهمية العلمية:

وكما سعت الباحثة عن طريق هذه الدراسة إلى تحليل المتغيرات والعوامل المرتبطة بالفضائيات الإسلامية وأثرها في سلوك طلبة الجامعات الأردنية، لاستخلاص الاستنتاجات والتوصيات التي يمكن أن تساعد استخدامها في تحسين نوعية البرامج الإسلامية المطروحة على القنوات الفضائية.

حدود الدراسة

- **الحدود المكانية:** اقتصرت الدراسة الحالية على عينة من طلاب الجامعات الحكومية في الأردن.
- **الحدود الزمانية:** تم تطبيق الدراسة في العام الجامعي: 2020/2019م.
- **الحدود البشرية:** الجامعات الحكومية الأردنية (جامعة اليرموك، جامعة العلوم والتكنولوجيا، الجامعة الأردنية، الجامعة الهاشمية، جامعة مؤتة، جامعة الحسين بن طلال، جامعة آل البيت، جامعة البلقاء، جامعة الطفيلة).
- **الحدود الموضوعية:** اقتصرت هذه الدراسة على تناول موضوع دور الفضائيات الإسلامية في سلوك الطلبة الجامعات الأردنية، ومن هذه الفضائيات الإسلامية: قناة اقرأ، قناة الرسالة، قناة المجد.

مصطلحات الدراسة

- تناولت الدراسة العديد من المصطلحات، أبرزها ما يلي:
- **الدور** يعرف اصطلاحاً: "مجموعة من أنماط السلوك المتوقع من الفرد أو المؤسسة أداؤها" (صالح، 2008). **ويعرف إجرائياً:** الوظيفة التي تؤديها الفضائيات الإسلامية للتأثير بسلوك الشباب.

- **القنوات الفضائية تعرف اصطلاحًا:** "القنوات المستعملة للأقمار الصناعية في كل ما تبثه من برامج بصرف النظر عن الوسائل المستخدمة أو المناطق التي يمسه بثها الفضائي حتى وإن كان لها في الوقت نفسه بث أرضي إضافي" (العياري، 2006).
- **الفضائيات الإسلامية تعرف اصطلاحًا:** "الفضائيات التي أنشئت لتحقيق أهداف إسلامية تنطلق من مرجعيات إسلامية وإن اختلفت تخصصاتها" (الدليمي، 2013). **وتعرف إجرائياً:** هي القنوات التي المؤثرة سلوك الطلبة الجامعات الأردنية التي تناولتها الدراسة وهي: قناة اقرأ، قناة الرسالة، قناة المجد، تختص بنشر المضامين الإسلامية، الموافقة للمنهج الإسلامي القويم، وتلتزم بالضوابط الإسلامية في صورتها العامة.
- **السلوك الإنساني يعرف اصطلاحًا:** النشاط الإنساني الصادر عن الإنسان سواء أكان ملاحظاً، أم غير ملاحظ (الشريفين، 2002). **ويعرف السلوك إجرائياً** بالأفعال والنشاطات الظاهرة وغير الظاهرة التي تصدر عن الطالب الجامعي ويقاس في هذه الدراسة بالدرجة التي يحصل عليها المستجيب عند إجابته عن استبانة سلوك طلبة الجامعات الأردنية المعدة لهذا الغرض في الدراسة الحالية.

الفصل الثاني

الأدب النظري والدراسات السابقة

أولاً: الأدب النظري

تمهيد

بدأت المحاولات الأولى لإطلاق أقمار الاتصالات منذ بداية الستينات، فكان إطلاق أول قمر عام (1965) باسم الطائر المبكر Early Bird ثم تتابعت الأقمار المختلفة في كافة المجالات" (الهلواني، 2009: 63)، وكانت الأقمار الفضائية متنوعة ومختلفة في أهدافها وسياساتها؛ فمنها أقمار عسكرية؛ وهي من أكثر الأقمار تواجداً في الفضاء، ويعود سبب ذلك لمتابعة المعلومات والنشاطات للدول المختلفة من خلال التجسس الفضائي، وأيضاً منها أقمار مخصصة للطقس؛ وذلك لمعرفة الحالة الجوية المختلفة، ومنها الأقمار التي هي أصل دراستنا، أقمار الاتصال المستخدمة في البث الإذاعي والتلفزيوني (فياض، 2019: 217).

وقد عَرَفَ العالم التلفاز لأول مرة عام (1900م)، وكانت مجرد فكرة عرضت في محاضرة أقيمت في معرض باريس العالمي" (الحمود، 2013: 36)، فالتلفاز عبارة عن كلمة (Television) مركبة من مقطعين (Tele) (Vision) ومعناها الحرفي "الرؤية عن بعد"، أو نقل الصوت والصورة معاً، فبعد أن كانت السينما تنقل للمشاهدين الصوت والصورة معاً، ولكن في أماكن محددة للعروض السينمائية، وأسهمت تجارب العلماء في نشأة التلفاز وتطوره منذ عشرينيات القرن الماضي في أمريكا، وقد استفادوا من مختلف التجارب والدراسات التي قام بها من سبقهم من علماء في مجال التصوير الضوئي والكهرباء والاتصالات السلكية واللاسلكية (أبو عرقوب، 2017).

ومن مزايا (التلفاز) التي ظهرت بعد نشأته وتطوره بأنه يخاطب حاستي السمع والبصر لدى المشاهد ويستحوذ على جل اهتمامه من خلال هذه الخاصية الفريدة، ويساعد على عملية "التقصص الوجداني" الذي هو بمثابة القدرة الذهنية على فهم الحالة الذهنية لشخص آخر، ويؤدي دوراً حضارياً وثقافياً في التقريب بين الشعوب وتواصلها الانساني، كما ويتسم بالآنية أو الحاليتة (خورشيد، 2014).

ولا شك أن الفضائيات قد اخترقت العقول على مختلف درجاتها، وأنها "استطاعت الدخول إلى حياة الشعوب، واحتلت مكاناً بارزاً في قائمة ضروريات المنزل، وتربعت في زاويا المكتب، أو أماكن العمل، بل يصحبها سائق السيارة في سيارته، "حيث تنقل الفضائيات للمشاهد صوراً لشخصيات عالمية يصعب على الإنسان العادي أن يلتقي بهم في الحياة العادية مثل: الرؤساء والملوك والحكام والشخصيات العالمية، والمناسبات الهامة على الهواء مباشرة" (الحلواني، 2002: 79)، ولم يحدث أن انتشرت وسيلة إعلامية جماهيرية كما انتشرت الفضائيات ... حتى في الدول النامية يلاحظ أنه على الرغم من انتشار أجهزة التلفاز المحدود إلا أن الإرسال التلفزيوني يصل إلى جماهير غفيرة من المشاهدين أكثر مما يتوقع" (معوض، 1986: 14).

ولعب التقدم التكنولوجي في إدخال الفضائيات الذي ظهر له تأثير واضح على المجال الاجتماعي والثقافي للمتلقين مما يساعد على تغير السلوك البشري (Shamsher, & Abdullah, 2012).

ووفقاً ل (Zia, 2007) لم تعد تقتصر مشاهدة التلفاز عبر الأقمار الصناعية على طبقة معينة من الناس فمع توفر التلفاز منخفض التكلفة أصبحت منشأة منزلية مشتركة لجميع الفئات، تمكن للمشاهدين الوصول إلى مجموعة متنوعة من القنوات الفضائية، مما يوفر لهم فرصة لمشاهدة جميع أنواع البرامج، ونظراً لسهولة الوصول إلى القنوات الفضائية والتكلفة المنخفضة، أدى

كل ذلك إلى الاهتمام الكبير بالمشاهدة لأغراض الترفيه وإلى النمو السريع للفضائيات في جميع أنحاء العالم.

تعرض الفضائيات الإعلامية للمشاهدين معلومات جديدة حول العالم الخارجي وطرق الحياة الأخرى، والتي قد تؤثر على المواقف والسلوكيات (Gentzkow & Shapiro, 2004) وقد أجريت العديد من الدراسات البحثية لمراقبة تأثير البث الفضائي على المشاهدين، وخاصة على سلوكهم (Gauntlett & Hill, 2002)، وكان تأثير كبير لظهور الفضائيات على الدولة والمجتمع وخاصة على الأعراف والقيم الاجتماعية والثقافية (بوخاري، 2016).

وللفضائيات دور في التغييرات الثقافية والسياسية للبلدان ويعتمد على الظروف السياسية والثقافية الداخلية التي تُحدد مستقبلات الرسالة الإعلامية، ولها تأثير عميق على التفكير والتنشئة الاجتماعية للناس، فلم تلعب دورًا في تثقيف الناس فقط ولكنها ساعدت في فهم الحضارات الأخرى (Curran, 2002)؛ (Chikerema, & Ncube, 2018).

المطلب الأول: نشأة القنوات الفضائية الإسلامية وأهميتها

الفضائيات بشكل عام العربية منها والأجنبية أصبحت وسيلة عظيمة للتأثير بالعالم أجمع، من خلال تشكيل القيم والعقائد والأفكار لدى الجمهور المتابع لها، أو هدم المعتقدات والاتجاهات التي تربي عليها أكثر المتابعين لهذه القنوات (Shah, & Khurshid, 2017).

والمتتبع لنشأة القنوات الفضائية العربية يدرك أن بداية ظهور القنوات العربية لم يكن سوى نوع من النسخ والتطبيع للقنوات الفضائية الأجنبية، سواء بمضمون البرامج والإعلانات أو بطريقة عرضها دون تمحيص أو تدقيق لما يتم عرضه، وهذا أوضح شرحًا واضحًا في الثقافة العربية والعادات الاجتماعية وأيضاً بالهوية الإسلامية (البياتي، 2010، 65).

وزاداد حدة المنافسة بين الفضائيات العربية، بشكل خاص لجذب أكبر عدد من المشاهدين، وسلكت من أجل ذلك شتى الطرق والوسائل والبرامج المشروعة وغير المشروعة؛ فكان أن حققت بعض هذه الفضائيات نجاحاً مشهوداً على المستوى العربي، ونالت المصداقية واستطاعت بالفعل أن تجذب الجماهير إليها، في حين أن بعض الفضائيات ظلت أسير نطاقها الضيق، ولم تعد عن كونها إعادة بث للقناة الأرضية لدولة ما، كثيراً ما يلجأ مواطنوها إلى فضائيات أخرى لمعرفة أخبارهم المحلية الصحيحة، وفي عام (2005) بلغ عدد القنوات (140) قناة، (75) قناة عامة من القنوات الجامعة (65) قناة متخصصة: أطفال، رياضة، أخبار، سينما، دراما، موسيقى، منوعات، ثقافة، تعليمية، خدمات، إعلامية، أفلام وثائقية (العبد الله، 2005).

إلا أن بعض الفضائيات العربية تجاوزت التفسخ الأخلاقي إلى الإفساد الفكري، والعمل على تصديق العقل العربي في وقت أحوج ما يحتاج فيه العرب إلى الوحدة، والتغاضي عن كل ما يدعو إلى الفرقة، متجاهلة ما يحيط بالعرب من أخطار، واستغلت هذه الفضائيات ما أخذته عن الفضائيات الأجنبية - إن لم تكن هي كما يشاع وجهاً لها - من اعتماد على الإثارة، دون بحث عن الحقيقة" (الردادي، 1999: 19).

و فعلاً في السنوات الأخيرة أضاعت الفضائيات العربية هوية الأمة العربية وأصبح ديدنها دعوة الشباب إلى الانحدار الأخلاقي وصارت تقدم الدعارة على أنها وجه لهذا المجتمع العفيف (نخلة، 2011: 85).

على الرغم من أن بعض القنوات الفضائية العربية عززت عملية الحوار وسمحت بظهور الأطراف المختلفة على الشاشة، ونظمت النقاشات، والحوارات المتعلقة بالشؤون الخاصة والعامة وهذا يوحي بتباشير الانفتاح الاجتماعي لتمكين التصدي للشؤون الثقافية (الدليمي، 2005: 110).

وبصفة عامة خاطبت الفضائيات العربية الجماهير على اختلاف ثقافتهم واهتماماتهم بالأسلوب الذي يناسبهم، ويرفع من مستواهم عن طريق لغة مشتركة تستفيد من الصورة والحركة في الاتصال اللغوي، فهذا ساعد على سد الفجوة الثقافية بين الفئات المختلفة فالأمي والمتعلم يتابعون الأخبار والبرامج بكل سهولة، وهذا ما يجعلهما أكثر تفاهماً وتجانساً (الظاهر والمعماري، 2013).

ثم نشأت الفضائيات الإسلامية وتطورت وتعددت طرق وأساليب العرض والتقديم في ظل التطورات المتسارعة في مجال علوم الاتصال وتكنولوجيا المعلومات فتمكنت من تسخير مستجدات هذه التكنولوجيا في طرح الأفكار بأساليب فنية وعملية مبتكرة مستعينة بما وفرت هذه التقنيات من تسهيلات علمية ومعرفية بهدف نشر الوعي والتثقيف الديني تمكنت الفضائيات الإسلامية من توضيح وشرح العديد من المفاهيم وفسح المجال للسؤال وإعطاء مجال فرصة للفتاوى المتوافقة مع العصر (الليحاني، 2012: 33).

حيث كانت بداية ظهور القنوات الإسلامية في حقل الإعلام الفضائي بظهور قناة اقرأ الفضائية في عام 1998م، حيث أعلنت شبكة راديو وتلفزيون العرب (ART) عن إنشاء قناة «اقرأ» الفضائية، كأول فضائية إسلامية متخصصة، "وشهد العام 2003م إطلاق قناتين إسلاميتين في سماء الإعلام المتخصص، وكانت الأولى "قناة المجد"، أما الفضائية الثانية التي أطلقت في العام 2003م وهي "قناة الصفوة الفضائية" (حسينة، 2009: 43)، معلنة بذلك دخول نوع جديد من الفضائيات للمشاهد العربي، تنامت بعد ذلك الأفكار ليزيد عدد القنوات الإسلامية عن (80) قناة في عام 2010م.

وتنقسم القنوات من حيث ملكية القناة إلى قنوات حكومية وأخرى قنوات خاصة فإذا كانت باكورة القنوات الإسلامية الخاصة من حيث الملكية وهي قناة "اقرأ" فان الجهات الحكومية العربية هي الأخرى واكبت موجة القنوات الإسلامية، واستحدثت كثيرا من الدول العربية قنوات بين خاصة

وعمومية القنوات الحكومية كالسنة النبوية، والسعودية للقرآن، والفرقان، والتواصل، والكويت للقرآن الكريم (عبد الظاهر، 2020: 110).

وعلى الرغم من حداثة التجربة الفضائية الإسلامية مقارنة بالقنوات العامة الأخرى أو حتى المتخصصة، إلا إنها استطاعت أن تثبت نفسها رغم حداثة سنّها وقلة خبرتها (Al-Omari, & Tibek, 2011).

فالفضائيات الإسلامية ليست كما يعتقد البعض أنها فقط مقتصرة على القرآن والسنة النبوية والتفسير وأصول الدين في برامجها، وإنما تضم البرامج العامة والهادفة والترفيهية الموافقة للمنهج الإسلامي السليم، فمن خلال البرامج الدينية والدراما الدينية التي تجسد سير الصحابة والغزوات التي قام بها - رسول الله صل الله عليه وسلم- وأصحابه الكرام، والتي تقرب وتشعر المشاهدين كيف كانت الحياة في عصر -الرسول صل الله عليه وسلم-، يكون لها دور عظيم الأثر في نفوس المشاهدين، وتمكينهم من حفظ المعلومات التاريخية الدينية بسلاسة ويسر، لاقتزان الصورة والصوت معاً كأن المشاهد داخل الأحداث المعروضة (حجاب، 2002: 35).

ومن هنا يبرز أهمية دور الفضائيات الإسلامية؛ فبعد أن كان دخول الفضائيات على الوطن العربي ببرامج تابعة للثقافة الغربية، كان لظهور القنوات الفضائية الإسلامية توجيهات قيّمة والسلوكيات العربية الأصيلة، إلى المجتمع العربي الإسلامي، والتي من خلالها تبث البرامج الفضائية النافعة والصالحة، والتي تعود بمشاهدتها على المسلم بشكل عام وعلى طلبة الجامعات بشكل خاص بالأجر والثواب ولكن بشرط؛ صلاح النية، وإخلاص القلب - لله سبحانه وتعالى-.

ويشير حسينة (2009) إلى أن التخصص في القنوات الإسلامية يعد إيجابياً بشكل كبير لأنه يقدم معرفة متعمقة تجعل الإعلام الإسلامي يبتعد عن السطحية ويلتزم بالدقة والوضوح الاهتمام بفئة الأطفال وكان كل ذلك من أهم ميزات الإعلام الإسلامي المتخصص.

ويعرف الإعلام الإسلامي المتخصص: تزويد الجماهير بحقائق الدين الإسلامي المستمدة من كتاب الله وسنة رسوله ويُعنى بالحقائق الدينية وترجمتها في السلوك والمعاملات، ويمتاز الإعلام الإسلامي بالشمولية، ويقصد بشمولية الإعلام في الإسلام أنه ليس إعلاماً دينياً، يقتصر على العبادات والعقائد والوعظ والإرشاد ويهمل شؤون الدنيا، بل هو إعلام شامل يهتم بمجالات أوسع، والإعلام الإسلامي إعلام عقدي ملتزم بالكتاب والسنة، ومرتبب بهما ومنبثق عنهما، فهما الضابط لكل أساليب هذا الإعلام بمضمونه وسائر شؤونه ومرتكزاته (الجنابي، 2016).

وتتمحور المهمة الأساسية للإعلام الإسلامي في مبدأ البلاغ المبين الذي حث عليه القرآن الكريم من خلال التوافق مع رسالة الإسلام السمحة؛ لأنه جزء من البناء الإسلامي الشامل؛ ومن أهداف الإعلام الفضائي الإسلامي الالتزام بمنهج التبليغ القرآني في العرض، واستقطاب الدعاة للدعوة، والتعرف على أساليب التأثير في المتلقي؛ وتحقيق الأغراض الإسلامية التي ينبغي أن تكون في بنية المجتمع لتتقيته من الشوائب ومواجهة الأفكار المنحرفة والمظلمة، فالإعلام الفضائي الإسلامي بينيته أنه جزء من العقيدة الإسلامية، والالتزام بمبادئ الإسلام يقتضي الالتزام بكل ما جاء في كتاب الله- تعالى وفي السنة النبوية.

وللحديث عن وظائف الفضائيات الإسلامية، فهي تتسع لتضم نواح كثيرة من النشاط الإعلامي، وذلك تبعاً للمسؤولية الخاصة والخطيرة، التي يضطلع بها هذا الجانب من حياة الأمة، وهو جانب ذات تأثير كبير وفاعل على أكثر من صعيد، كونه لا يكتفي بنقل الخبر، وإن كان نقله بأسلوب ووجهة نظر إسلاميين أمراً ضرورياً ومطلوباً بالحاح، إلا أن وظائف الإعلام الإسلامي

تتجاوز هذه المهمة بمراحل، بسبب أنّ الإسلام جاء لينظم حياة الإنسان كلها، وليس خطابه موجهاً إلى فئة من البشر، أو مختصاً بمجموعة معيّنة من الناس، ومن هنا كان الإعلام ركناً أساسياً من أركان الدعوة ووسائلها، فضلاً عن أنّه وسيلة من وسائل الجهاد بالكلمة، التي تكون أحياناً أقوى فاعلية من قوة السلاح.

وأسمى وظائف الإعلام الإسلامي والفضائيات الإسلامية تبليغ الدعوة ونشر الرسالة، فالإسلام دين لجميع الناس بلا استثناء، ومنوط بحملة هذه الرسالة السماوية الخالدة، أن يبلغوا دعوة السماء لغيرهم من الأمم، وأن يحصّنوا أبناء المسلمين من الأفكار المسمومة، لذا يجب اعتباره علماً من علوم الدعوة، بل وسيلة أساسية من وسائلها، ومن الواجب أن تتركز أهدافه على تثبيت عقيدة المسلمين، وإبراز عظمتها أمام غير المسلمين.

وأيضاً من وظائف الإعلام الإسلامي، تعميم دعوة الإسلام وإعلاء كلمة الله في الأرض، وتكمل هذه الوظيفة التي تتصدر أغراض وسائل الإعلام، بوظيفة الدعوة، فعلى الفضائيات أن تبتث تعاليم الإسلام بربطها بالواقع، واستيعاب حاجات الأمة ومتطلباتها وقدراتها وإمكاناتها الفكرية والنفسية، من خلال برامج إسلامية هادفة، توجه إلى الشعوب كافة وبلغات متعددة (البكري، 2007: 11).

فأصبح الإعلام الإسلامي يشكل وحدةً واحدة من أهم مرتكزات الدولة الإسلامية التي تسعى للتطوير، فأى مجتمع لا يولي النظام الإعلامي أهمية كبيرة لن يستطيع أن يواكب الدول المتقدمة، ومنها تأتي أهمية تضافر المجالات كافة، لا سيما في ضوء التطور المعرفي والتكنولوجي الهائل، وفي ضوء الانفجار الإعلامي كان المجتمع الإسلامي أحد المجتمعات التي تأثرت به ولا سيما المجتمع الأردني، فأصبح المجتمع يتعرض لسيل عارم من الفضائيات التي تركز على القنوات المختلفة، ولهذا لا بد من العلماء والدعاة أن يكون لهم الدور الكبير في إرشاد الشباب وتوجيههم

إلى الأخلاق والمبادئ الإسلامية، والتحذير من خطر الإعلام الفاسد وذلك من خلال الإعلام الموجه التوعوي الصادق (الخالدي، 2015).

إن الإعلام الإسلامي له أهداف تغطي كل مناحي الحياة، منها الثقافية التي تهدف لنشر الوعي والفهم والمعرفة، والاجتماعية التي ترمي الى تماسك المجتمع وترابطه، وغرس روح التعاون فيما بين أفراد، والاقتصادية التي تسعى إلى تحسين أوضاع المجتمع في الكسب وترشيد الانفاق والحماية من الغش والاحتكار ومحاربة الربا والكسب الغير مشروع، والسياسية وذلك من خلال توثيق العلاقة وتنميتها بين الحاكم والأمة والمحافظة على أمنها والحرية فيها، والعسكرية التي تهدف إلى رفع الروح المعنوية في صفوف الجنود والمواطنين عامة وقت الحرب، وكشف المخططات وفضح مؤامرات العدو، وأخيرا الأهداف الترفيهية التي تسعى للتسلية والترويح ولتجديد النشاط وهو ترفيه منضبط بضوابط الإسلام (عمارة، 2012).

ومن أهم أهداف الإعلام الإسلامي في القرن الحادي والعشرين التعريف الصحيح بالإسلام عبادة ومنهج حياة، وتوضيح القيم الايجابية البناءة التي يؤكدتها الإسلام لإسعاد المجتمع والارتقاء به، فضلا عن التعريف بأحوال المسلمين ونشر أخبارهم في مختلف بقاع العالم (عجوة، 2002). كما وأن أهداف الإعلام الإسلامي الحقيقية هي تلك التي لا يمكن حصرها في نقاط أو تقييدها بأطر محددة، بل هي كل ما من شأنه الدعوة الى الخير العام للإنسانية جمعاء، كما أن أهداف الإعلام الإسلامي كثيرة ومتجددة (الجنابي، 2016).

نشأة التلفاز

وقام (التلفاز) بدور الترغيب البصري والذي جذب إليه شيئا فشيئا جماهير الإذاعة وحتى جماهير الصحافة؛ لأنه قام بدور إخباري وإعلامي واسع. ولقد ظهر الصراع فعليا بين الصحافة من

جهة وبين الإذاعة والإذاعة و(التلفاز) من جهة أخرى، وانحصر هذا الصراع بين الصحافة و(التلفاز) من حيث التصاعد والتنافس بينهما إلى حد بعيد وتبين بعد ذلك أن (التلفاز) كان أكثر تأثيراً من الصحافة في الجماهير بسبب ما يوفره من صوت وصورة وحركة ولون؛ وهذا كله يجذب إليه مختلف الأعمار (العلاق، 2014: 63).

ويتميز (التلفاز) بين الوسائل الإعلامية بجمعه بين العناصر الثلاثة المؤثرة وهي الصوت والصورة والحركة، فيمتلك من الفعالية والتأثير ما لا يتوفر لغيره من الوسائل، ولذلك نجده حائزاً على اهتمام الصغير والكبير والعديد من القطاعات في المجتمع ويمثل (التلفاز) أداة تربوية وتنقيفية وترفيهية فعالة ونافعة إذا أُحسن استخدامه وتوجيهه (السالم، 2016: 68).

النظرية الإعلامية

نظرية الاعتماد المتبادل "Theory Dependency Media"

تعرف نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام، على أنها مجموعة من الأفكار التي تعبر عن اعتماد الطلبة على وسائل الإعلام بطريقة مباشرة، وهذا حتى يتمكنوا من الحصول على المعلومات التي يريدونها في موضوع معين، كما تعرف النظرية بأنها عبارة عن مصادر تساعد على توفير بعض الأخبار المرتبطة بمجال وأهداف معينة يهتم الناس بمتابعته، وتصور نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام، كعلاقة تعتمد فيها تلبية أهداف واحتياجات أحد الأطراف على موارد الطرف الآخر، حيث تركز النظرية بشكل أساسي على العلاقة بين الجمهور ووسائل الإعلام، إن نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام تقوم على علاقة اعتمادية، بحيث تكون هذه العلاقة بين منظومة وسائل الإعلام بشكل إجمالي مع أحد أجزائها، مثل التلفاز (أبو إصبع، 2006).

وترتبط نظرية الاعتماد المتبادل في التأثيرات المحدودة في المتلقي مثل التأثيرات السلوكية والوجدانية والمعرفية بمدى قدرة الوسيلة الإعلامية على عرض محتواها ونقله بشكل جيد وملفت بالنسبة للجمهور، مرتبطاً بالبيئة التي تواجد فيها المتلقي، وتقوم هذه النظرية دورة كاملة ما بين المرسل والمستقبل عن طريق التغذية الراجعة، تصدر الوسيلة الإعلامية المعلومة وترسلها بطريقة محددة ليطلع عليها المتلقي إما يتأثر بها أو لا، ويزيد التأثر بها التأثير الناتج عنها بين أفراد مجتمع معين (Mehrad, & Yousefi, 2018)، وتأخذ الوسيلة الإعلامية تأثيرها السلوكي والوجداني والمعرفي لدى المستقبل لتصبح مؤثرةً فيه، ويعتمد نموذج النظرية على وسائل الإعلام من خلال قيام المتلقي باختيار الوسيلة الإعلامية حسب أهدافه في بادئ الأمر، ثم يتعرض المحتوى لاهتمامه، وفي حال تأثر المتلقي فإن التأثيرات في المجتمع تظهر كتأثيرات سلوكية ناتجة من الفرد، ومنها في المجتمع، وهي إحدى نظريات التأثير الإعلامي التي تعتمد على التغذية الراجعة من قبل المتلقي، وإن علاقة الاعتماد تبنى باعتماد الجمهور على وسائل الإعلام مصدراً للحصول على المعلومات وفق أهداف معينة، ويعتمد أساس نظرية الاعتماد على وجود علاقة تفاعلية بين وسائل الإعلام والجمهور والمجتمع والنظم القائمة به، من خلال تحليل هذه العلاقة يمكن فهم وإدراك تأثير وسائل الإعلام على المجتمع وعلى الطلبة (قادوس، 2016).

وترتبط درجة اعتماد الطلبة على وسائل الإعلام بشكل مباشر، على أسس وفروض متعددة كالأسلوب الفردي فوسائل الإعلان لها القدرة في توفير وتلبية احتياجات الجمهور، مما يحث الفرد على الاعتماد بشكل أكثر على وسائل الإعلام، ما دامت تلك الوسائل تقوم بتلبية احتياجات الفرد وأهدافه، وتتناسب درجة الاعتماد على الاستقرار الاجتماعي فيعيد الطلبة النظر في الممارسات والمعتقدات والسلوكيات الخاص بهم، عندما يجدوا أن هناك تغيير اجتماعي قوي كالنزاعات وأعمال الشغب، أو وجود انتخابات تساعد الفرد على تقييم جديد لاتخاذ قرار معين جديد، وخلال هذه الفترة

تزداد وسائل الإعلام بشكل واسع ويتابعها الطلبة بشكل كبير؛ لأنهم بحاجة للحصول على المعلومات وعلى المشورة والدعم بشكل كبير، كما أن الجمهور النشط من الأسس التي تقوم عليها درجة الاعتماد؛ حيث يقوم الجمهور النشط بالاعتماد على وسائل الإعلام بالاختيار على حسب احتياجاته الفردية وغيرها من العوامل الأخرى التي قد تؤثر عليه مثل الظروف الاقتصادية والثقافية والمجتمعية، إذا كان الإعلام يلبي احتياجات الجمهور، فهذا الأمر سوف يسبب تقليل اعتماد الطلبة

على الوسطاء (Musa, Ibrahim, & Adam, 2017)

وتختلف درجة الاعتماد على نظم وسائل الإعلام باختلاف أهداف ومصالح الجمهور المتلقي؛ حيث يشكل الطلبة نظاماً خاصة لوسائل الإعلام ترتبط بأهدافهم وحاجاتهم وطبيعة اعتمادهم ودرجته على كل وسيلة من الوسائل ومدى علاقتها بهذه الأهداف، وهذا ما دعا إلى اتجاه وسائل الإعلام إلى التخصص في تلبية الأهداف وتقديم محتوى يرتبط بأهداف هذه الفئة أو تلك من جمهور المتلقين (Holbert, 2016).

يعتمد الطلبة على وسائل الإعلام لتحقيق أهداف متنوعة كالفهم لموضوع ما مثل معرفة الذات من خلال التعلم والحصول على الخبرات، الفهم الاجتماعي من خلال معرفة أشياء عن العالم أو الجماعة المحلية وتفسيرها أو التوجيه ويشتمل على توجيه العمل وتوجيه تفاعلي مثل الحصول على دلالات عن كيفية التعامل مع مواقف جديدة أو صعبة، بالإضافة إلى التسلية وتشتمل التسلية المنعزلة مثل الراحة والاستثارة، أو التسلية الاجتماعية كمشاهدة التلفاز مع الأسرة (Jung, 2017).

تتم عملية خلق الاعتماد على وسائل الإعلام أولاً بجذب الجمهور عن طريق وسائل الإعلام التي تقدم محتوى متخصص قادر على تلبية احتياجات الجمهور ضمن أهداف معينة كالفهم والتوجيه، حيث أن القائمين بالاختيار الذين يتسمون بالنشاط، يعرضون أنفسهم لمحتويات وسائل

الإعلام ما يدعو لتوقع أنها سوف تساعدهم على تحقيق هدف أو أكثر من الفهم، أو التوجيه أو التسلية.

وتأخذ علاقة الاعتماد كثافات متباينة، فتزيد كثافة محتوى وسائل الإعلام من التحفيز المعرفي والعاطفي لدى الجمهور، فليس كل الأشخاص تتحرك بواعث اهتمامهم في خلال فترة تعرض عارضة، وسوف تكون التغيرات في شدة اعتماد الطلبة على وسائل الإعلام من إحداث اختلافات في أهدافهم الشخصية وأوساطهم الاجتماعية والتوقعات فيما يتعلّق بالفائدة المحتملة من محتويات وسائل الإعلام. وأنه كلما زاد توقع الأشخاص لتلقي معلومات مفيدة، زادت قوة اعتمادهم (العلاق، 2014).

ويقوم التحفيز المعرفي على تعزيز الحفاظ على مستوى اهتمام الفرد المتلقي بوسائل الإعلام، ويشكل التحفيز العاطفي من تعزيز مستوى رضا الفرد، يعمل تعزيز المحفزات السابقة على تنشيط مستوى أعلى من المشاركة حتى يتيح معالجة المعلومات وحفظها فيعد الاشتراك مفهوماً أساسياً. والأشخاص الذين أثيروا إدراكياً وعاطفياً سوف يشتركون في نوع التنسيق الدقيق للمعلومات بعد التعرض، وبالتالي زيادة التأثيرات الإعلامية في الطلبة على المستوى المعرفي أو الوجداني أو حتى السلوكي على المدى الطويل، فالأشخاص الذين يشتركون بشكل مكثّف في تنسيق المعلومات أكثر احتمالاً بالتأثر بتعرضهم لمحتويات وسائل الإعلام (مكاوي والسيد، 1998).

وتتمثل فكرة نظرية الاعتماد في أن استخدام وسائل الاتصال لا يتم بمعزل من تأثيرات النظام الاجتماعي الذي يعيش فيه الفرد ووسائل الاتصال، والطريقة التي يستخدم بها وسائل الاتصال ويتفاعل بها مع تلك الوسائل تتأثر بما يتعلمه من المجتمع وما تعلمه من وسائل الاتصال، وأي رسالة يتلقاها قد يكون لها نتائج مختلفة اعتماداً على خبرته السابقة عن الموضوع

وكذلك تأثيرات الظروف الاجتماعية المحيطة، وتقوم نظرية الاعتماد بتحديد طبيعة العلاقة بين الفرد ووسائل الإعلام، فكلما اعتمد الفرد على هذه الوسائل لإشباع حاجاته المعرفية، قامت هذه الوسائل بدور مؤثر في حياة الفرد النفسية والاجتماعية، وبالتالي يزداد تأثيرها، وتعمل النظرية على تعريف دور وسائل الإعلام في عملية التنشئة الاجتماعية للفرد (كنعان، 2016).

ويقوم محور نظرية الاعتماد على أن الجمهور يعتمد على وسائل الإعلام لتزويده بالمعلومات التي تلبي حاجاته وتساعد في تحقيق هذه الاحتياجات، وتشتمل على أنماط مختلفة من التأثيرات: التأثير المعرفي، والتأثير العاطفي، والتأثير السلوكي. وتأثيرات الاتصال الجماهيرية في هذه الحقول الثلاثة هي وظيفة مرتبطة إلى حد كبير بدرجة اعتماد الجمهور على المعلومات التي تقدمها وسائل الإعلام، ينشأ تدفق الأحداث من المجتمع الذي يضم مجموعة من النظم الاجتماعية التي يحكمها الوظيفة البنائية، وتحدث علاقات اعتماد متبادلة بين هذه النظم الاجتماعية ووسائل الإعلام، ويتميز كل مجتمع بثقافة خاصة تُعبّر عن القيم والتقاليد والعادات وأنماط السلوك التي يتم نقلها عبر رموز لفظية وغير لفظية تحدث العمليات الدينامية لنشر الثقافة، ويحدد الاعتماد المتبادل بين النظم الاجتماعية ونظم وسائل الإعلام كيفية تطوير الناس اعتمادهم على وسائل الإعلام لإشباع حاجاتهم النفسية والاجتماعية، مما يخلق التنوع في تأثيرات وسائل الإعلام على الطلبة (الديلمي، 2016).

ومن أهم التأثيرات السلوكية Behavioral Effects لوسائل الإعلام الفعل أو فقدان الرغبة في هذا الفعل وهذان التأثيران هما نتيجة مباشرة للتأثيرات المعرفية والوجدانية، وتنقسم التأثيرات السلوكية بحسب نموذج الاعتماد إلى التنشيط وهو يعنى قيام الفرد بعمل ما نتيجة التعرض للوسيلة الإعلامية وهو المنتج النهائي لربط الآثار المعرفية والوجدانية وقد يكون التنشيط عملاً مفيداً اجتماعياً كما في الإقلاع عن التدخين، والمشاركة السياسية، أو ضاراً اجتماعياً كما في محاكاة

السلوكيات السيئة كالعنف، والخمول وهو تجنب القيام بالفعل وقد يحدث هذا التأثير نتيجة تغطية إعلامية مبالغ فيها بما ينعكس على السلوك الشخصي للمتلقي مثل العزوف عن المشاركة السياسية، أو الابتعاد عن الأنشطة المجتمعية (كنعان، 2016)؛ (Ho, Liao, & Rosenthal,) (2015).

وتستفيد الباحثة من الفروض الأساسية التي تنطلق منها نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام في تحديد التأثير السلوكي نتيجة الاعتماد على الفضائيات الإسلامية كمصدر للمعلومات لدى طلبة الجامعات، حيث تستنتج الباحثة أن الاعتماد على وسائل الإعلام يؤدي إلى حصول الفرد على المعلومات التي تفسر الوقائع من حوله، وتساعده على تفهم الأزمات والتفاعل معها وأساليب مواجهتها عن طريق تبني سلوك معين، كما يتمكن من اكتساب القيم والمعايير القائمة في المجتمع وتغيير أو تعديل أو اكتساب آراء واتجاهات خاصة بالمواقف المحيطة به، وترتبط دراسة سلوك طلبة الجامعات الأردنية المتابعين للفضائيات الإسلامية على نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام وخصوصاً الفضائيات بوصفها نوعاً من الإعلام الحديث الذي يفترض به أن يعتمد على تزويد الجمهور بالمعلومات السليمة والحقائق الثابتة، التي تساعدهم على تكوين رأي صائب يتماشى مع العقيدة الإسلامية، وهو ما يعني أن الإعلام الإسلامي يسعى إلى الإقناع عن طريق المعلومات والدلائل الشرعية والنصوص الدينية فإن الطلاب لا يعتمدون على إعلام لا يعبر عن ثقافتهم الدينية وتفكيرهم في اكتساب النفع ويعتبرون أن الإعلام الذي لا يقوم على أساس من العقيدة الإسلامية هو إعلام يدخل في حدود الدعاية التي تعتمد على التضليل في أوقات معينة.

المطلب الثاني: التعريف بالقنوات الفضائية الإسلامية (قناة اقرأ، قناة الرسالة، قناة المجد)

عند الحديث عن القنوات الفضائية الإسلامية، لابد من تعريفها فالقنوات الإسلامية: هي القنوات التي لا تقتصر على البرامج الدينية بكافة وسائلها ولكنها أوسع من ذلك، فهي تقدم مواد دينية ومواد تعليمية عامة، ومواد ترفيهية لكافة أفراد الأسرة ولكن كل ذلك داخل الإطار الإسلامي، بمعنى آخر أنها تقدم كل شيء بشرط أن لا يخالف أصول الدين وضوابطه المحددة والمتفق عليها (عبد الله، 2010: 55).

تقوم الفضائيات الإسلامية باستخدام منهج إسلامي بأسلوب فني إعلامي يقوم به المسلمون العاملون والعاملون بدينهم متفهمون تلك الوسائل المتطورة لنشر الأفكار المتحضرة والأخبار الحديثة والقيم والمبادئ والمثل للمسلمين ولغير المسلمين في كل زمان ومكان في إطار الموضوعية التامة بهدف التوجيه والتوعية، والإرشاد لإحداث التأثير المطلوب (كحيل، 1985: 45).

والمنهج الإعلامي الإسلامي هو تزويد الجماهير بحقائق الدين الإسلامي المستمدة من كتاب الله وسنة رسوله صلى الله عليه وسلم بصورة مباشرة أو من خلال وسيلة إعلامية عامة بواسطة قائم بالاتصال لديه خلفية واسعة متعمقة في موضوع الرسالة التي يتناولها وذلك بغية تكوين رأي عام يعنى بالحقائق الدينية وترجمتها في سلوكه ومعاملاته (عبد الحليم، 1992: 54).

ثانياً: قناة الرسالة الفضائية: (نشأتها، أهدافها)

قناة الرسالة هي قناة فضائية إسلامية وسطية هادفة تتبع مجموعة شبكة روتانا، تأسست سنة 2006، كبادرة من الأمير السعودي الوليد بن طلال وهذه القناة تعمل على تدعيم القيم الإسلامية والإنسانية وجمع الأسرة العربية على شاشتها بتقديم البرامج التربوية الهادفة والمتنوعة الجوانب الاجتماعية والتنموية والشرعية والترفيهية التي تحتاج لها الأسرة العربية بأسلوب هادئ

وطرح متزن لا يعمل على التحريض ويلتزم المبادئ المهنية في إطار عمل إعلامي مؤسسي متناغم متكامل.

وقناة الرسالة هي شركة تلفزيون عربية يمتلكها الأمير السعودي الوليد بن طلال، وهو رئيس مجلس إدارتها، تقوم ببث البرامج الدينية والتنقيفية مجاناً، وعلى مدار الساعة، تعد قناة الرسالة إحدى القنوات الفضائية الإسلامية الوسطية الهادفة، وتتبع مجموعة شبكة روتانا. تأسست عام 2006م. تسعى لتدعيم القيم الإسلامية والإنسانية عن طريق تقديم البرامج التربوية الهادفة والمتنوعة بجوانبها الشرعية، والاجتماعية، والتنمية، والترفيهية وغيرها من البرامج الهادفة التي تحتاج إليها الأسرة المسلمة بأسلوب هادئ ومتزن، معتمدةً على التنوع في طرح برامجها بأسلوب إعلامي إسلامي متميز في أفكاره الإبداعية، وبرامجه الابتكارية العالية الجودة بالتأثير الإيجابي في فكر الأمة العربية الإسلامية، والمحافظة على وسطيتها بعيداً عن التطرف أو التفریط، وتحسين سلوك الشباب وتحفيزهم ودعمهم لحمل مشعل النهضة والتطور ومحاولة التغيير الإيجابي في سلوكيات المشاهدين بمنهجية التعبير العلمي والتربوي (الخالدي، 2015: 379).

رسالة ورؤية القناة

وكانت أسمى رسالة للقناة المساهمة في التأثير الإيجابي في فكر الأمة العربية والمحافظة على وسطية شبابها بعيداً عن التطرف أو التفریط والمساهمة في تحسين سلوكهم وتحفيزهم ودعمهم حمل مشعل النهضة والتطور، وتمثلت رؤية القناة في تقديم إعلاماً إسلامياً متميزاً بأفكار إبداعية وبرامج ابتكارية عالية الجودة وفقاً للمعايير والمواصفات العالمية (الموقع الرسمي لقناة الرسالة)

أما عن البرامج التي تعرض على قناة الرسالة قد تنوعت وتعددت مدة العرض للبرامج منها ما يعرض في ربع ساعة ومنها ما يعرض في ساعة ويكون العرض على مدار الساعة ابتداءً من الساعة الثانية عشرة بعد منتصف الليل إلى الساعة الثانية عشرة في اليوم الآخر وكان من ضمن

البرامج: البرامج الحوارية، وبرامج النساء، والبرامج العلمية، والبرامج التسجيلية والوثائقية، وبرامج اقتصادية، والدراما بأنواعها، وبرامج الأطفال، ونقل الصلوات، والتقارير الميدانية، وبرامج دينية وخيرية، والمسابقات غير التقليدية وغيرها من البرامج النافعة للمشاهدين.

تهدف القناة إلى إشباع حاجات المسلم المعاصر من منظور إعلامي شامل الأهداف في ثوب عصري لتحقيق شعارها: "متعة الإعلام الهادف"، وترسيخ المنهج الوسطي للإسلام لتعرض عبر مختلف برامجها وسطية الإسلام دون غلو يتناقض مع سماحته أو تقريط في ثوابته وأصوله، وتقوية مشاعر الانتماء للهوية الحضارية الموحدة للأمة وتحسينها ضد محاولات الاستلاب الفكري، وإظهار الصورة الحقيقية للدين الإسلامي وتقنين الاتهامات والشبهات المثارة حوله.

بالإضافة إلى التعريف بالشعوب العربية والإسلامية وتسليط الضوء على أحوال الجاليات المسلمة في العالم، والوصول إلى المسلمين في مختلف أنحاء العالم والمساهمة في علاج مشكلاتهم وحل القضايا التي تواجههم، وإبراز الجوانب المشرقة للحضارة العربية الإسلامية، وتقدير مكانة اللغة العربية ونشرها عالمياً.

وعلى مدار أربع عشر سنة عملت قناة الرسالة على الإبداع والأصالة من خلال ربطها بالمواقع الإلكترونية العالمية الحديثة (فيسبوك وتويتر ويوتيوب) أسست قناة الرسالة أولى صفحاتها على الفيسبوك، حتى الآن وصل عدد متابعيها على الفيسبوك (2.5 مليون) متابع، أما على تويتر فقد بلغ عدد المتابعين (163900) متابع وقد تأسست عام (2010)، أما على اليوتيوب فقد تأسست عام (2014) وبلغ عدد المشاهدات (44307332) للقناة.

ثالثاً: قناة المجد الفضائية (رسالة القناة وأهدافها)

شبكة قنوات فضائية سعودية متنوعة ذات ضوابط شرعية إسلامية بدأت بثها بتاريخ 6 نوفمبر 2002، وقنوات شبكة المجد الفضائية هي ثالث مشغل للتلفزيون المدفوع في العالم العربي بعد OSN، beIN وتضم في شبكتها العديد من المشتركين.

تسعى شبكة المجد الفضائية إلى إبراز سماحة الإسلام والدعوة إلى الخير وتعزيز الانتماء للوطن والأمة العربية والإسلامية، والعناية بالطفل والاهتمام بالشباب والفتيات والأسرة وتنمية الحياة الاجتماعية، وتلتزم شبكة المجد بالسياسات الإعلامية للمملكة العربية السعودية وتسعى لتعزيز دور المواطن السعودي في شتى المجالات على المستوى المحلي والعربي والإسلامي (الموقع الرسمي لقناة المجد).

وقد تعددت قنواتها فمنها:

- **القناة العامة:** وهي أولى القنوات التي أسستها شبكة المجد الفضائية وتدخل تحت قسم القنوات المنوعة لتتنوع البرامج الجادة والإخبارية والحوارية والأطفال والمرأة والمسابقات والمنوعات.
- **قناة المجد للقرآن الكريم:** فهي تبث القرآن الكريم على مدار 24 ساعة بأصوات أجمل القراء في العالم الإسلامي مصحوباً أحياناً بترجمة للمعاني ونحوها وهم حريصون أن يختتموا القرآن كل ثلاث ليالي شعارهم ((القرآن فقط)).
- **قناة المجد للسنة النبوية:** وهي قناة جديدة في فكرتها مقاربه للقرآن الكريم وفيها استعراض للسنة النبوية من خلال الأحاديث النبوية عن رسول الله صلى الله عليه وسلم.
- **قناة المجد العلمية:** وهي من الأفكار الرائدة أن تنشئ هذه القناة أكاديمية علمية تستطيع ان تشارك فيها من خلال تسجيلك عن طريق الإنترنت ومن ثم تسمع وتشاهد القناة وتجد أن الدراسة فيها قد ينطبق عليها الدراسة عن بعد للعلوم الشرعية فقط ونجد أن القناة أيضاً تهتم

بالحوارات مع العلماء والدعاة وتبث محاضرة يومية ودروس علمية مسجلة وخطب للجمعة ونحوها.

- قناة المجد الوثائقية: وهي من أروع ما يقال عنها أنها تصنع فكرا وتُحي التأمّل في مخلوقات الله وتجلي أهم أحداث التاريخ فهي مهتمة بالقضايا السياسية التاريخية وبمخلوقات الله وحياتها والصناعات والحضارات.

- قناة المجد للأطفال: قناة ذات هدف سام تبث الرسوم المتحركة بعيدا عن صخب الغناء وسوء الأخلاق وفيها برامج مميزة يقدمها أطفال وبها الكثير من المسابقات والمنوعات التي تخص الاطفال.

وعلى مدار ثمانية عشر سنة عملت قناة المجد العامة من خلال ربطها بالمواقع الإلكترونية العالمية الحديثة (فيسبوك وتويتر ويوتيوب وإنستغرام) أسست قناة المجد أولى صفحاتها على الفيسبوك عام (2002)، حتى الآن وصل عدد متابعيها على الفيسبوك (239375) متابع، أما على تويتر فقد بلغ عدد المتابعين (343 ألف) متابع وقد تأسست عام (2011)، أما على اليوتيوب فقد تأسست عام (2011) وبلغ عدد المشاهدات (144208981) للقناة، أما على الإنستغرام فقد تأسست عام (2012) وبلغ عدد متابعيها (101 ألف).

المطلب الثالث: إيجابيات وسلبيات الفضائيات الإسلامية

وكون الفضائيات الإسلامية أخذت خطأً واضحاً بين الفضائيات العربية المخصصة أو الحكومية، إلا أن موقفها ظهر بمظهر الضعف أمام الفضائيات الأخرى.

إيجابيات الفضائيات الإسلامية

- التعريف بالهوية الإسلامية والمحافظة عليها والدفاع عنها.
- تعزيز الوعي الديني لدى المشاهدين.
- نشر الدين الإسلامي بالعالم الغربي بلغات متعددة، والتصدي للحملات الإعلامية التي حاربت الإسلام، بعد أن تشكلت لدى الغرب الصورة النمطية للإسلام بأنه متعصب ويضطهد المرأة وغير متسامح.
- تقديم المعلومات الدينية بأساليب متطورة وممتعة، تناسب جميع المشاهدين صغاراً أو كباراً نساءً أو رجالاً مسلمين أو غير مسلمين.
- تقديم التراث الديني الذي يعجز الكثير من المشاهدين إحيائه.
- تصحيح صورة الإسلام والمسلمين ونقل الصورة الواقعية للإسلام من كونه عالمي ويتسم بالتسامح وحب الآخر.
- تنشئة الأطفال على المفاهيم الدينية، وتقريب الصورة لهم من خلال البرامج والأفلام الكرتونية.
- إحياء اللغة العربية الفصيحة التي همشت واندثرت منذ زمن بعيد.
- إمكانية وصول الدين الإسلامي للبلاد البعيدة والدول النائية التي يصعب الوصول إليها.
- إذاعة القرآن الكريم بأكثر من رواية من الروايات السبع.
- تبسيط تفسير القرآن الكريم بمختلف التفاسير المتبعة شرعاً.

- تقديم سير حياة الشخصيات الإسلامية المهمة والخلفاء الراشدين والصحابية الكرام بطريقة مرنة باستخدام وسائل حديثة ومتطورة بعيداً عن التعقيد.
- نقل الخطب والمحاضرات من مسجد رسول الله - صل الله عليه وسلم-.
- نقل المناسبات الدينية والشعائر الدينية الهامة من مختلف بقاع العالم.
- انشاء مسابقات تشجيعية عصرية لحفظ القرآن الكريم والأحاديث النبوية.
- مواكبة التطور التكنولوجي والابتعاد عن الطرق القديمة للتأكيد على أن الإسلام عالمي وصالح لكل زمان ومكان.

سلبيات الفضائيات الإسلامية

كما ترى عواد (2010، 223) أن البث الداخل للفضائيات الدينية يعاني من ثلاثة عناصر ضعف، أولها عجز في الجانب الفني، وثانيها انغلاق الخطاب وضعف التنوع في رسالته للمخاطب، وثالثها الفقر المعرفي لمقدمي البرامج الذي سيبقى يطارد هذه الفضائيات لزمان غير قصير.

وترى الباحثة أن هناك جوانب ضعف لهذه القنوات ومنها:

- استغلال بعض الطوائف والأحزاب الدينية المتطرفة شاشات (التلفاز) لنشر الأفكار والقيم التي تنادي بها، وغالباً ما تكون مخالفة لسنة رسول الله - صل الله عليه وسلم-، ولكن برسالة مخفية الجانب لا يكتشفها إلا العالم بأمور الدين الإسلامي القويم.
- جمود مقدمي البرامج الدينية في نشر المعلومات الدينية، على الرغم من تنوع الجماهير المتابعة لهذه البرامج، ولا نقصد هنا بالجمود الشخصي للمقدم، وإنما جمود مصطلحات ومعاني الموضوعات المطروحة، وعدم تبسيطها لعامة الناس من شيوخ كبار وشباب يافعين وأطفال متابعين.

- عدم تنوع المواضيع التي تطرح على الشاشة واقتصارها على جانب العبادات فقط، وعدم تطرقها لأمر الدنيا أو المشاكل التي يتعرض إليها الناس بسبب جهلهم أو قلة معرفتهم بأمور دينهم.
- اقتصار أكثر القنوات على اللغة العربية، على الرغم من تعدد المتابعين للقنوات الإسلامية واختلاف الجنسيات التي دخلت بالإسلام، ورغبتها لتعلم أمور الدين.
- اقتصار الفضائيات الإسلامية على تبليغ الدين الإسلامي للمسلمين، وإهمال جانب غير المسلمين في الدعوة إلى الله، فتركز على إعادة صياغة مفاهيم الدين الإسلامي لدى المسلمين وحدهم.
- زيادة اتكال الجماهير على البرامج الدينية في الحصول على المعلومات الدينية، وعدم الرجوع إلى كتب السيرة أو السنة النبوية، مما أدى إلى زيادة الأمية في الدول العربية وضعف القراءة للسيرة.
- جهل بعض مقدمي البرامج الدينية أو معديها في كيفية نزع الأفكار الخاطئة التي تشكلت في عقول غير المسلمين عن الإسلام وأهله، فضعف إلقاء هذا النوع من الخطاب يضعف مكانتها بين القنوات الفضائية الأخرى.
- ضعف مقدمي البرامج الدينية في اللغة العربية واتقان قواعدها، أو الظهور بمظهر غير لائق على الشاشة.
- تطبع بعض القنوات الإسلامية على الطابع المحلي للقناة، واقتصارها على بلد الانطلاق، وعدم مراعاتها للبلدان المجاورة واللهجات والشعوب العربية المتعددة الأعراق.
- استضافة شيوخ فقط لشهرتهم دون الرجوع إلى مدى معرفتهم بالدين الإسلامي، واستهلاك المواضيع التي طرحت.

المبحث الثاني: سلوك طلبة الجامعات الأردنية

يعد الإعلام من أهم المؤسسات الاجتماعية لوجود علاقة وطيدة بين الإعلام والتربية، فالإعلام ولا سيما الفضائيات التي تشارك في تشكيل السلوكيات بما تقدمه من برامج متنوعة ومتعددة ذات مضامين توعوية، كما تؤدي الفضائيات دورًا إعلاميًا مؤثرًا في سلوك طلبة الجامعات، الأمر الذي يجعل منها جانبًا لساعات طويلة (عبد الجبار، 2009).

المطلب الأول: تعريف سلوك طلبة الجامعات الأردنية

ويعرف السلوك الإنساني لطلبة الجامعات الأردنية: بالأفعال والنشاطات الظاهرة وغير الظاهرة التي تصدر عن الطالب الجامعي، ويقاس هذا السلوك بالدرجة التي يحصل عليها المستجيب عند اجابته عن استبانة سلوك طلبة الجامعات الأردنية.

"فبعد أن تعددت وسائل الإعلام والاتصال الجماهيري، أضحت الإعلام قوة فاعلة في تشكيل العلاقات الإنسانية المختلفة، وبات من أكثر الوسائل تأثيرًا في الرأي العام وتحديدًا لاتجاهاته، بل أصبح مصدرًا أساسيًا للثقافة العامة لفئات المجتمع كافة، بما يحمله من مضامين متعددة تلقى قبولًا لدى مختلف الفئات، ونتيجة لذلك فقد خضع طلبة الجامعات عمومًا لمجموعة من التحولات والمتغيرات والأحداث على كافة الأصعدة الاجتماعية والاقتصادية والثقافية، أثرت في تكوين اتجاهاتهم وأدوارهم ومعتقداتهم وقيمهم واستعداداتهم السلوكية، حتى في أساليب حياتهم وعلاقاتهم المتبادلة فيما بينهم، ونظرًا لأن طلبة الجامعات يمثلون مرحلة حرجة في حياة الأسرة، ويكتسبون عاداتهم واتجاهاتهم ومبادئهم الأخلاقية العامة والعليا لسلوكهم، ومن ثم يتأثرون بالآثار السلبية للإعلام التي تأثرت بها أسرهم فهم نتاج لظروف مجتمعهم وأسرهم" (الدليمي: 2005، 42).

فلقد تحولت القنوات الفضائية إلى أداة للتأثير على الشباب وشخصياتهم وسلوكهم الاجتماعي، و أصبحت ذات أهميه بالغة الأثر ليس على الصعيد الإعلامي فحسب، وإنما على

جميع الأنساق الاجتماعية والاقتصادية والسياسية والأمنية، تستهدف جميع شرائح المجتمع وأطيافه دون استثناء، فهي تعمل بطريقة أو بأخرى في التأثير والتغيير خاصة على طلبة الجامعات سلبيًا أو إيجابًا، وقد تحولت القنوات الفضائية إلى ظاهرة اجتماعية عامة مما دفع بالعديد من الباحثين في مجال علم الاجتماع والإعلام إلى دراستها كظاهرة لها آثارها الاجتماعية والثقافية، وتتبع هذه الآثار في أنماط تفكير وسلوك طلبة الجامعات، ودراسة طبيعة التأثير الاجتماعي والتوجيهي الذي تلعبه الفضائيات في التأثير على قيم الطلبة وسلوكياتهم ومظهرهم الخارجي ومستواهم الدراسي وتوافقهم الأسري الاجتماعي (النصيرات وخاطر، 2014: 1118-1119).

وتعد الفضائيات القوة المؤثرة في السيطرة على نفوس طلبة الجامعات، بما تقدمه من برامج تواكب مبادئهم واتجاهاتهم وتزودهم بالخبرات والمهارات والثقافات المختلفة، حيث أن الثقافة الغربية وبالذات الأمريكية منها قد غزت مجتمع طلاب الجامعات، وأصبح الطالب الجامعي يقضي معظم وقته بمشاهدة البرامج الأجنبية والأفلام القتالية المصنعة من هوليوود (Zia, 2014).

ولو لم يكن تأثير الفضائيات على القيم الأخلاقية والسلوكية للشباب بشكل واضح وسلبي، لم تتجه المؤسسات الدينية والاجتماعية إلى طلب المراقبة على ما تنتجه هوليوود من أفلام سينمائية، هذا الطلب كان بالمجتمع الأصلي المنشئ لهذه الأفلام والبرامج التي سيطرت على عقول المشاهدين، فما هو الحال مع طلاب الجامعات العربية والأردنية، الذين خرجوا من المحيط المحدود الذي ينتمون إليه ويعيشون به، إلى محيط واسع ومتنوع (Apuke, & Dogari, 2017).

"يعمل الإعلام العالمي على تبديد ما يقدم من مواد تقضي على الوقت دون إنتاج، بالإضافة إلى التخريب الفكري والعقدي، والتخدير لكل المواهب، وهذه النتائج تحدث نتيجة تخطيط سابق أحياناً وبطرق عرضية أحياناً أخرى، لكنها في النهاية تحقق أهدافاً كبرى مرسومة من قبل الدول

المتقدمة وهي استدامة التخلف في الدول النامية أطول فترة ممكنة أو إلى الأبد" (آل زغير، 2008: 184).

المطلب الثاني: خصائص سلوك طلبة الجامعات الأردنية

تعتبر الحياة الجامعية بيئة جديدة وخصبة لصقل المواهب وتنمية القدرات المختلفة وتعلم العلوم المتنوعة وممارسة الأنشطة المتنوعة،(Ullah, et al, 2014) ولأن البيئة الجامعية ليست كأي بيئة أخرى، فهي نسيج من مداخلات بيئية شتى القرية والمدينة الصغيرة فالمدينة الكبيرة، فالطلبة المنتسبين للجامعة يحملوا معهم بذرات البيئة التي ينتسبوا إليها إلى جانب الاختلاف في المدارك والنزعات" (التميمي: 2006، 45).

والكثير من علماء النفس ركزوا على فترة الحياة الجامعية وما لها من آثار على سلوك الفرد بشكل إيجابي كان أم سلبياً، فالسلوك ليس شيئاً ثابتاً وهو لا يحدث في الفراغ وإنما في بيئة ما، وقد يحدث بصورة لا إرادية وعلى نحو آلي مثل التنفس أو الكحة أو يحدث بصورة إرادية مثل اختياره لمشاهدة القنوات الفضائية الإسلامية وعندها يكون بشكل مقصود وواعي وهذا السلوك يمكن تعلمه واكتسابه من عوامل البيئة والمحيط الذي يعيش فيه الفرد(Naz. Asif., & Zafar, 2015).

وعليه فإن السلوك يتجزأ إلى مجموعة من الاستجابات، والاستجابة هي الوحدة القابلة للقياس في علم السلوك، وتبعاً لذلك فإن وحدة القياس الرئيسة هي معدل الاستجابة، وهناك نوعان من السلوك كما عرفه العلماء التربويون: الاستجابي والإجرائي.

أما السلوك الاستجابي: أو ما يسمى برد الفعل الانعكاسي، هو السلوك الذي تتحكم به المثيرات التي تسبقه، فبمجرد حدوث المثير يحدث السلوك، وهذا ما يحدث عند مشاهدة القنوات الفضائية، فالإعلام من أساسياته إحداث تغييرات في سلوك الأشخاص، حسب المصالح المرجوة منه. (الخطيب، 2003: 20).

والسلوك الإجرائي: هو السلوك الذي يؤثر في البيئة فيحدث تغييرات فيها، ويتأثر السلوك

بدوره بتلك التغييرات وبخاصة منها التغييرات التي تلي السلوك (الخطيب، 2003: 20).

ولا شك أن نوعية البرامج التي يشاهدها الفرد لها أثرها الواضح في سلوكه، والعكس صحيح،

فمن يشاهد البرامج المثيرة للغرائز قد تكون دافعة للجنوح من خلال ما يكتسبه المشاهد منها من قيم

ومواقف تدفعه لتقمصها ومحاولة تقليدها (السدحان، 1994: 169).

وهذا ما ستقوم عليه الدراسة لمعرفة ما هي الأحداث والتغييرات التي حصلت مع الطالب

الجامعي وكيف أثرت بسلوكه؛ وذلك من خلال مشاهدة القنوات الفضائية الإسلامية.

المطلب الثالث تأثير الفضائيات الإسلامية على سلوك طلبة الجامعات

ويتم تأثير وسائل الإعلام على طلبة الجامعات من خلال مراحل تبدأ بالإدراك للرسالة

الإعلامية ذات المغزى اللغوي والذي تعارفت عليه ، فالطلبة المدركين لموقف معين يأخذوا

مصطلحات من خلال الرموز الاجتماعية، ومن خلال تقديم وسائل الإعلام لهذه المصطلحات

اللغوية في مواقف معينة فإنها تؤثر على الطلبة بإعطائهم معانٍ جديدة للمواقف الاتصالية،

وتضيف للمعاني القديمة عناصر جديدة، وتستبدل المعاني القديمة بأخرى جديدة، أو تثبت

المصطلحات اللغوية التي تتعلق بالمعاني المشتركة للرموز اللغوية المستخدمة في المجتمع وهي

بذلك تؤثر تأثيراً طويلاً غير مباشر على الفرد والمجتمع (تركي، 2016: 33).

ومن خلال التفسير الشامل لتأثير وسائل الإعلام على نظرية الاعتماد المتبادل بين الجمهور

ووسائل الإعلام والمجتمع، هناك علاقات في الاعتبار عند التحدث عنها، فدورها في هذا النظام،

ثم علاقة الجمهور بها، حيث أن استخدام وسائل الإعلام يتم بمعزل عن تأثيرات النظام الاجتماعي

السائد، وأن طريقة التعامل مع تلك الرسائل تتأثر بما يتعلمه المجتمع في الماضي، وبما يحدث في

الحاضر الذي تستقبل فيها الرسالة، وتحدث وسائل الإعلام في هذا السياق ثلاثة من التأثيرات
يشير كنعان (2016: 58):

- التأثيرات المعرفية: إزالة الغموض، ووضع الأجندة، وزيادة نظم المعتقدات، والقيم والسلوكيات.
- التأثيرات الوجدانية: الحساسية للعنف، والمخاوف، والاعترا ب.
- التأثيرات السلوكية: الحركة والفعل أو فقدان الرغبة في الحركة والفعل وهما من نتائج التأثيرات المعرفية، والوجدانية.

ومن أهم التأثيرات السلوكية لنظرية الاعتماد ومن أهم التأثيرات السلوكية هي الفعل بالقيام
بسلوك معين أو فقدان الرغبة لهذا الفعل أو السلوك وهما نتائج التأثيرات المعرفية والوجدانية؛ حيث
يقوم الطلبة بمعرفة قضية معينة ثم يكون اتجاههم نحوها وبناء على هذا الاتجاه يشعروا بالرغبة في
القيام بتصرف ما، ثم تترجم إلى سلوك أو حركة.

وإن التأثيرات المعرفية أو العاطفية قد لا يكون لها تأثير على المجتمع إذا لم تقدم سلوك
معين وتنشيط السلوك أو عدم تنشيطه.

وترتكز النظرية على أساسين هما الأهداف والمصادر أما الأهداف فيحقق الطلبة والجماعات
والمنظمات المختلفة أهدافهم الشخصية والاجتماعية فإن عليهم أن يعتمدوا على موارد يسيطر عليها
أشخاص أو جماعات أو منظمات أخرى، أما المصادر فيسعى الطلبة والمنظمات إلى المصادر
المختلفة التي تحقق أهدافهم، وتعد وسائل الإعلام نظام معلوماتي يسعى إليه الطلبة والمنظمات من
أجل بلوغ أهدافهم ويعتمد الطلبة على وسائل الإعلام لتحقيق الأهداف الآتية (العلاق، 2014:
25):

- الفهم، وتنشأ تبعيات الفهم الاجتماعي عندما يستخدم الطلبة مصادر معلومات وسائل الإعلام
لفهم وتفسير الأشخاص والثقافات وأحداث الماضي والحاضر والمستقبل.

- التوجيه: ويشير إلى توجيه العمل إلى عدد وفير من الطرق التي يقيم فيها الطلبة علاقات اعتماد على وسائل الإعلام من أجل الحصول على توجيهاته سلوكيات معينة لأنفسهم.
- التسلية: تشير إلى حالات تكون فيها محتويات وسائل الإعلام من الجمال أو المتعة هي ذاتها عنصر الجاذبية والتسلية الاجتماعية التي تقوم على أساس قدرة وسائل الإعلام على أن تقدم محتويات تحث على التسلية بين الأشخاص.

ثانياً: الدراسات السابقة

في حدود ما استطاعت الباحثة أن تقوم به من مسح للدراسات السابقة، وذلك بالرجوع إلى مراكز إيداع الرسائل الجامعية في الجامعات الأردنية وغير الأردنية؛ فإن الباحثة لم تحصل على أي دراسة عالجت موضوع الدراسة الحالية بعنوانها ومضمونها، ولكن توصلت إلى مجموعة من الدراسات ذات الصلة ببعض محاور الدراسة، وكانت الدراسات على النحو الآتي:

دراسة الحميدة (2018) بعنوان: (دور البرامج الدينية في الفضائيات العربية بتشكيل الصورة الذهنية لعلماء الدين الإسلامي ودعاته)، هدفت هذه الدراسة على التعرف إلى دور البرامج الدينية بالفضائيات العربية في تشكيل الصورة الذهنية لعلماء الدين الإسلامي ودعاته لدى الجمهور الأردني، حيث استخدمت الباحثة في هذه الدراسة منهج المسح، حيث تكونت العينة من (401) مفردة من سكان محافظة إربد ممن تزيد أعمارهم عن 18 عاماً، وقد خلصت الدراسة إلى عدة نتائج منها: أن نسبة (58.4%) من العينة يعتمدون على البرامج الدينية في تشكيل الصورة الذهنية لعلماء الدين الإسلامي، وأظهرت النتائج وجود علاقة ارتباطية موجبة بين طبيعة الصورة الذهنية لدى أفراد العينة والأبعاد (السلوكية والوجدانية والمعرفية)، وعدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين درجة اعتماد الجمهور الأردني على البرامج الدينية في تشكيل الصورة الذهنية عن العلماء والدعاة تعزى لمتغير (النوع).

اتفقت الدراسة السابقة مع الدراسة الحالية: بتناولها للبرامج الدينية، واتباع المنهج المسحي، واستخدام الاستبيان كأداة قياس، واتفقت بإجراء الدراسة على الجمهور الأردني. وافتقرت الدراسة الحالية عن الدراسة السابقة: في تناولها القنوات الفضائية الإسلامية وأثرها في سلوك الطالب الجامعي، بينما اقتصرت الدراسة السابقة على البرامج الدينية ودورها في تشكيل الصورة الذهنية لعلماء الدين الإسلامي.

دراسة (Miladi, Karim, & Athambawa) (2017) بعنوان: (Fatwa on satellite)

TV and the development of Islamic religious discourse وتهدف إلى فهم مدى أهمية برامج الفتوى على القنوات الفضائية والإذاعة في تشكيل رأي الناس. من خلال تطبيق استبيان واسع النطاق على عينة من المجتمع القطري بالإضافة إلى المقابلات مع الخبراء وعلماء الدين، أظهرت النتائج أن الفتوى في برنامج الأقمار الصناعية يمكن أن تكون مهمة للغاية في مساعدة المشاهدين على فهم دينهم بشكل أفضل، أيضاً أشارت النتائج إلى أن المشاركين في الاستطلاع أظهروا اللامبالاة عندما يتعلق الأمر بتنفيذ الأحكام الواردة من المفتشين على شاشة (التلفاز)، باختصار قد يشاهد المجهلون الفتوى أو البرامج الدينية على القنوات الفضائية أو يمكنهم الاستماع إليهم على إذاعة القرآن في قطر لكنهم لا يعتبرونها بالضرورة أصلية. تبدو وجهات النظر العلمية الأصلية حول المسائل الدينية أكثر مصداقية عندما تنشأ من إمام مرموق يراه وجهاً لوجه. علاوة على ذلك، أظهرت النتائج أن الفضائيات سهلت ظهور المفتي العربي أو الفقيه العالمي. كما سهلت ظهور مفتيين مستقلين وفتوى خالية من السلطات الدينية الرسمية في مختلف البلدان.

اتفقت الدراسة السابقة مع الدراسة الحالية: تناولها برامج الفتوى على القنوات الفضائية والإذاعة في تشكيل رأي الناس، وأيضاً اتفقا على استخدام المنهج المسحي واستخدام الاستبيان كأداة قياس. وافتقرت الدراسة الحالية عن الدراسة السابقة: في تناولها القنوات الفضائية الإسلامية

وأثرها في سلوك الطالب الجامعي، بينما اقتصرَت الدراسة السابقة على البرامج الدينية في تشكيل رأي الناس.

دراسة (Farashbandi & Zangeneh)، (2017)، بعنوان: (**Investigating the Impact Of Satellite Networks**)، حيث هدفت الدراسة إلى الكشف عن تأثير الشبكات الفضائية (GEM TV and Farsi 1) على المعتقدات الدينية للشباب في مدينة فراشبند عام 2015 م، وتكونت عينة الدراسة من (365) شخصاً من شباب المدينة، وتم الحصول على عينة الدراسة من خلال أخذ العينات العنقودية متعددة المراحل. واستخدمت أداة الاستبيان من إعداد الباحث والتي تستند إلى تأثير الشبكات الفضائية والمعتقدات الدينية للشباب. أظهرت نتائج الدراسة أن كمية مشاهدة القنوات الفضائية لها تأثير سلبي على المعتقدات الدينية للشباب بمعنى أن مقدار مشاهدة شبكات الأقمار الصناعية زاد من معتقدات الشباب الدينية. كما أظهرت النتائج أن كمية مشاهدة الأقمار الصناعية تؤثر سلباً على البعد الجماعي للمعتقدات الدينية، مما يعني أنه كلما ازدادت كمية أجهزة (التلفاز) الفضائية، يصبح البعد الجماعي للمعتقدات الدينية للشباب أضعف.

اتفقت الدراسة السابقة مع الدراسة الحالية: تناولهما تأثير الشبكات الفضائية (GEM TV and Farsi 1) على المعتقدات الدينية للشباب، وأيضاً اتفقا على استخدام المنهج المسحي، وطبيعة العينة التي كانت تقتصر على فئة الشباب واستخدام الاستبيان كأداة قياس. وافتقرت الدراسة الحالية عن الدراسة السابقة: في تناولها القنوات الفضائية غير الإسلامية لدراسة تأثيرها على المعتقدات الدينية للشباب.

دراسة (Biberman, Gul, & Ocakli)، (2016) بعنوان: (**Channeling Islam religious narratives on Pakistani television and their influence on Pakistani youth. Asian Affairs**) وهدفت دراسة إلى الكشف عن توجيه الإسلام:

الروايات الدينية على (التلفاز) الباكستاني وتأثيرها على الشباب الباكستاني. واتبعت الدراسة المنهج التحليلي الوصفي، وكشفت الدراسة الاستقصائية على الطلاب والناشطين السياسيين الباكستانيين إلى أن الشباب في باكستان يشاهدون العروض الدينية فقط في بعض الأحيان. ما يدفع الشباب لاستهلاك الدين على شاشات (التلفاز) وهو شعور بالمسؤولية الاجتماعية: أنهم يفعلون ذلك ليس فقط لأنفسهم، ولكن بالنسبة للآخرين، سواء كان ذلك في الأسر أم المجتمعات.

اتفقت الدراسة السابقة مع الدراسة الحالية: تناولها لمفهوم توجيه الإسلام والروايات الدينية وتأثيرها على الشباب، واتفقهما على استخدام المنهج المسحي، ونوع عينة الدراسة التي اقتصرت على فئة الشباب وافتقرت الدراسة السابقة عن الدراسة الحالية: في تناولها القنوات الفضائية غير الإسلامية وأثرها في الشباب من خلال الروايات الدينية.

دراسة سيوان (2016) بعنوان: (استخدام شبكات التواصل الاجتماعي في تعزيز القيم الدينية لدى الطالب الجامعي)، هدفت الدراسة إلى الكشف عن استخدام شبكات التواصل الاجتماعي في تعزيز القيم الدينية لدى الطالب الجامعي من خلال دراسة عينة من طلبة جامعة العربي بن مهدي، حيث استخدمت الباحثة منهج المسح الوصفي، وخُصت الدراسة إلى أبرز النتائج ومنها: أكثر نسبة من الطلبة المبحوثين غالباً ما يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي لأكثر من ثلاث سنوات ويفضلون استخدام المواقع ليلاً وباستخدام الهاتف الذكي ويستخدمون موقع الفيس بوك وأحياناً ما يستخدمون المواقع لتعزيز القيم الدينية كما يحرصون على تعزيز جميع القيم عن طريق استخدامهم هذه الشبكات بصدق، وأيضاً أغلب من يستخدم شبكات التواصل الاجتماعي يكون بدافع التعبير عن الآراء والمواقف بكل حرية ومثلت تحقيق الراحة النفسية بتداول الأذكار.

اتفقت الدراسة السابقة مع الدراسة الحالية: بتناولها استخدام شبكات التواصل الاجتماعي كإحدى وسائل الاعلان لدى الطالب الجامعي كما تم تطبيق الدراساتين على الشباب الجامعي.

وافترقت الدراسة السابقة عن الدراسة الحالية: في تناولها تعزيز القيم الدينية لدى الطالب الجامعي، فاقترنت الدراسة السابقة على تعزيز القيم الدينية، واختلاف استخدام المنهج في كلا الدراستين.

دراسة الصالح (2016) بعنوان: (توظيف الفكر التربوي الإسلامي في تعديل السلوك لدى طلبة المرحلة الجامعية)، هدفت الدراسة إلى تناول مفهوم الفكر التربوي الإسلامي وأثره ومصادره وخصائصه في تعديل سلوك طلبة التعليم الجامعي كما تناولت أعلام الفكر التربوي الإسلامي في القرن السادس الهجري والقرن الثامن واستعراض القوى والعوامل المؤثرة في سلوك طلبة التعليم وتناول خصائص وضوابط السلوك وآليات توظيف الفكر التربوي الإسلامي واللوائح والبيئة الجامعية، واستخدمت الباحثة المنهج المسحي، حيث خلّصت الدراسة إلى عدد من النتائج من أهمها: ضرورة تطبيق السلوك الفعلي من الكتاب والسنة والإجماع والقياس في ظل مقدرات الطالب الجامعي على التفاعل مع المجتمع من حوله دون التسرب الخارجي الذي هو دون حد الظاهرة، وإن تقدير الذات الإيجابي له أثر في التحصيل الأكاديمي والسلوكي والمهاري، وإن قصور الرؤيا الإسلامية نتجت عن قصور كبير في تعزيز مناهج مراحل التعليم العام وأنه انعكس على سلوك الطالب الجامعي الذي يعبر عن العنف والإرهاب وتعثر استمرار الدراسة في عدد كبير من الجامعات بالسودان.

اتفقت الدراسة السابقة مع الدراسة الحالية: تناولها لمفهوم سلوك الطالب الجامعي، وبيان جوانب الانحراف وكيفية معالجته، وأيضاً اتفاقهما على استخدام المنهج المسحي. وافترقت الدراسة الحالية عن الدراسة السابقة: في تناولها القنوات الفضائية الإسلامية وأثرها في سلوك الطالب الجامعي، بينما اقتصرت الدراسة السابقة على تعديل السلوك الإنساني من منظور الفكر التربوي والعلماء التربويين الذين ساهموا في تعديل السلوك بفكرهم.

دراسة الخالدي (2015) بعنوان: (اتجاهات طلبة الجامعات الأردنية نحو البرامج التي تقدمها قناة الرسالة الإسلامية)، هدفت الدراسة إلى الوقوف على اتجاهات طلبة الجامعات الأردنية نحو البرامج التي تقدمها قناة الرسالة الإسلامية، حيث استخدم الباحث المنهج المسحي، من خلال جمع البيانات عن طريق الاستبانة، وشمل مجتمع الدراسة الجامعات الأردنية الحكومية للعام الدراسي 2013-2014، وتم اختيار عينة الدراسة بالطريقة العشوائية الطبقية حيث شملت (1500) طالباً وطالبة من أفراد المجتمع الأصلي، حيث خلّصت الدراسة إلى نتائج عدة أبرزها: أن هنالك اختلافاً في اتجاهات الطلبة الجامعيين نحو البرامج التي تقدمها قناة الرسالة، ووجود فروق ذات دلالة إحصائية ولصالح الإناث في اتجاهات الطلبة نحو هذه البرامج، كما جاءت اتجاهات طلبة السنة الرابعة الأفضل نحو برامج قناة الرسالة.

اتفقت الدراسة السابقة مع الدراسة الحالية: في اتباع المنهج المسحي، وتناولها مرحلة الشباب، والاتفاق على اختيار جامعة اليرموك من الجامعات الأردنية التي ستقام عليها الدراسة. وافتقرت الدراسة الحالية عن الدراسة السابقة: في دور الفضائيات الإسلامية في سلوك طلبة الجامعات الأردنية من خلال ثلاث قنوات فضائية إسلامية (اقرأ، الرسالة، المجد)، بينما اقتصرَت الدراسة السابقة على اتجاهات طلبة الجامعات الأردنية نحو البرامج التي تقدمها قناة (الرسالة).

دراسة عبد الكريم (2015) بعنوان: (دور الفضائيات الإسلامية المتخصصة في تعزيز وحدة الأمة)، حيث هدفت هذه الدراسة إلى إلقاء الضوء على الفضائيات التي تدعو إلى توحيد المجتمع المسلم وجمعه حول كلمة إعلامية واحدة، كما هدفت إلى تنقية العقيدة من الابتداعات والخرافات التي لحقت بالإسلام والعمل على منع نشرها بوسائل الإعلام على المسلمين، حيث استخدمت الباحثة المنهج المسحي بأسلوب مسح العينة كما استخدمت الباحثة أداة الاستبيان وتحليل المضمون والمقابلات من قناتي (الصفا والرحمة)، حيث خلّصت الدراسة إلى عدد من النتائج من

أهمها: نجاح الفضائيات الإسلامية في نشر الوعي والعلم، الجمهور يشاهدون البرامج التي تدعو إلى توحيد الأمة الإسلامية في الفضائيات الدعوية والبرامج التي تناقش الخلافات المذهبية وكذلك البرامج التي تنشر الفكر الإسلامي الصحيح وتزرع الأمل في وحدة الأمة الإسلامية.

اتفقت الدراسة السابقة مع الدراسة الحالية: في استخدام الفضائيات الإسلامية واتباع المنهج المسحي، واستخدام الاستبيان كأداة قياس. وافتقرت الدراسة الحالية عن الدراسة السابقة: في تناولها دور الفضائيات في سلوك طلبة الجامعات الأردنية، بينما اتخذت الدراسة السابقة دور الفضائيات الإسلامية في تعزيز وحدة الأمة.

دراسة الهلال (2015) بعنوان: (تعرض طلاب الجامعات للبرامج الدينية بالقنوات الفضائية وعلاقته باكتساب مفهوم الوسطية في الإسلام)، وهدفت الدراسة إلى التعرف على الدور الذي يمكن أن تقوم به البرامج الدينية عبر القنوات الفضائية وعلاقتها باكتساب مفهوم الوسطية في الإسلام، وقد استخدم الباحث منهج المسح بشقيه الوصفي والتحليلي، وأجريت الدراسة على عينة برامجية من البرامج الدينية بالقنوات الفضائية، وعينة بشرية قوامها (400 مفردة) من طلاب جامعتي (عين شمس - المنوفية)، وقد استخدم الباحث في دراسته أدوات تحليل المضمون والاستبيان لجمع البيانات والمعلومات، حيث توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها: ارتفاع نسبة من يشاهدون البرامج الدينية بالقنوات الفضائية من طلاب الجامعات (عينة الدراسة) إلى نسبة 81 % للذكور والإناث موزعة كالآتي: - 64,5 % للذكور يشاهدونها دائما في مقابل 20,5 للإناث، وجاءت تعدد القضايا المتنوعة التي تتناولها البرامج الدينية في مقدمة الأسباب لمشاهدة تلك البرامج الدينية المذاعة بالقنوات الفضائية، وأظهرت النتائج الميدانية أن نسبة 48,5 % من إجمالي طلاب الجامعات (عينة الدراسة) الذين يشاهدون البرامج الدينية يعتمدون عليها وذلك لمعرفة الآراء الوسطية في الإسلام بدرجة متوسطة وفيها كانت نسبة 28,7 % أن اعتمادها على البرامج في معرفة الآراء

الوسطية في الإسلام محدودة وجاءت نسبة 22,8% يعتمدون عليها في معرفة الآراء الوسطية في الإسلام، واهتمام البرامج الدينية عينة الدراسة بالمعاملات والأخلاق في الترتيب الأول وذلك بنسبة 28.28% يليها جانب العقائد الترتيب الثاني بنسبة 21.93%، يليها الفتاوي وذلك بنسبة 20.90%، ثم جاءت العبادات في الترتيب الرابع ضمن أنواع الموضوعات الواردة بمضمون البرامج الدينية عينة الدراسة بنسبة بلغت 18.65%، يليها الفقه بنسبة بلغت 7.58% من إجمالي أنواع الموضوعات الواردة بمضمون البرامج الدينية عينة الدراسة .

اتفقت الدراسة السابقة مع الدراسة الحالية: في اتباع المنهج المسحي، وتناولها مرحلة الشباب، واختيار عينة من شباب الجامعات الأردنية التي ستقام عليها الدراسة. وافتقرت الدراسة الحالية عن الدراسة السابقة: في تناولها دور الفضائيات الإسلامية في سلوك طلبة الجامعات الأردنية، واستخدام الاستبيان كأداة واحدة للقياس، بينما اقتصرت الدراسة السابقة على الخطاب الديني لدى الشباب، واستخدامها تحليل المضمون لثلاث قنوات عربية وعمل استبيان لعينة من شباب الجامعات الأردنية

دراسة العلي (2015) بعنوان: (الفضائيات العربية المتخصصة ودورها في التنشئة الاجتماعية للطفل، هدفت الدراسة إلى التعرف على دور الفضائيات العربية المتخصصة في تلفزيون (ج) و(MBC) في التنشئة الاجتماعية للطفل، وقياس مدى دور الفضائيتين في تدعيم التنشئة السليمة للطفل، وذلك من خلال تحليل عينة من برامج هاتي الفضائيتين وأيضاً من خلال تحليل آراء الخبراء في مجالي الإعلام والتربية، وقد استخدمت الباحثة المنهج المسحي في إطار البحوث الوصفية بغرض التحليل والتقصي واستخلاص النتائج، مع استخدام الباحثة الاستبيان كأداة أساسية واستخدام المقابلة العلمية والملاحظة العلمية كأدوات مساعدة، وقد اعتمدت الباحثة على استخدام عينة عمدية وخلصت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها: أن جميع أفراد العينة

جامعيين وقد نالوا دراسات فوق الجامعية، وأن الفضائيات المتخصصة تؤثر على الأطفال من خلال توظيف الصورة بفاعلية ثم اللغة المنطوقة، ومن خلال أساليبها الفنية الواقعة على الطفل، مما يؤكد أن هذه الفضائيات مواكبة للعالمية، كما أشارت الدراسة أن الأطفال أكثر تأثراً بما يشاهدونه في الفضائيات المتخصصة ويقومون بالتقليد الفوري.

اتفقت الدراسة السابقة مع الدراسة الحالية: في اتباع المنهج المسحي، وتناولها أداة التحليل الاستنباطي. **وافترقت الدراسة الحالية عن الدراسة السابقة:** في تناولها القنوات الفضائية الإسلامية، بينما اقتصرت الدراسة السابقة على القنوات الفضائية العربية المخصصة، تناولت الدراسة الحالية في سلوك الطلبة الجامعات الأردنية، بينما تناولت الدراسة السابقة التنشئة الاجتماعية للطفل، واختلاف الدراسة الحالية عن الدراسة السابقة بالعينة التي تناولتها من وجهة نظر طلاب الجامعات الأردنية، بينما الدراسة السابقة اعتمدت آراء متخصصين بالإعلام والتربية.

دراسة عبد الرحمن (2015)، بعنوان: **(دور القنوات الفضائية في ترسيخ القيم الإسلامية)**، والتي هدفت إلى التعرف على أسس الإعلام الإسلامي وخصائصه، ودور القنوات الفضائية في ترسيخ القيم الإسلامية التي يجب أن يتحلى بها الفرد والجماعات المسلمة، وكيفية إنشاء فضائيات متخصصة ذات إعلامية هادفة، تضمن الانتقال التلقائي للمشاهد، على أن تكون مادتها الإعلامية لا تتناقض مع القيم الإسلامية وذات تأثير سالب على الفرد المسلم، وقد اتبعت الباحثة المنهج التاريخي والمنهج المسحي، وقد خلّصت الدراسة إلى أهم النتائج ومنها: أنه يمكن ترسيخ القيم الإسلامية عبر القنوات الفضائية عن طريق إنشاء فضائيات متخصصة ذات إعلامية هادفة تضمن الانتقال التلقائي للمشاهد، وأن هناك علاقة وثيقة بين الإعلام الإسلامي والقيم الإسلامية، وأيضاً توجد علاقة بين عمل القنوات الفضائية الإسلامية وتحقيق القيم الفاضلة.

اتفقت الدراسة السابقة مع الدراسة الحالية: تناولها ترسيخ القيم الإسلامية ودور الفضائيات في ذلك، وأيضاً اتفقا على استخدام المنهج المسحي. وافتقرت الدراسة الحالية عن الدراسة السابقة: في تناولها القنوات الفضائية الإسلامية وأثرها في سلوك الطالب الجامعي، بينما اقتصرت الدراسة السابقة على دور القنوات الفضائية في ترسيخ القيم الإسلامية التي يجب أن يتحلى بها الفرد والجماعات المسلمة.

دراسة (Irani, Ghasemzadebli, Domehri, Mokhtar, & Eshglo) (2014)،

بعنوان: (**A sociological investigation of the effect of satellite on the religious identity of the youth of Tehran city**). هدفت الدراسة إلى التعرف على تأثير القمر الصناعي على الهوية الدينية لشباب مدينة طهران. واستخدمت طريقة المسح مع حجم عينة تضم (300) شاب تتراوح أعمارهم بين 19 إلى 29 سنة يقيمون في طهران الذين يستخدمون برامج الأقمار الصناعية بشكل مستمر، وكانت أداة الدراسة عبارة عن استبيان من إعداد الباحث تم تأكيد صلاحيتها ومصداقيتها. أشارت النتائج إلى وجود علاقة سلبية وهامة بين مشاهدة برامج الأقمار الصناعية والهوية الدينية، وان للشبكات تأثير على جمهورها من خلال تقديم برامج متنوعة في مجالات مختلفة مثل الاستهلاك والبعد الاجتماعي والثقافي والهوية الوطنية والدينية وحتى المحلية.

اتفقت الدراسة السابقة مع الدراسة الحالية: تناولها تأثير الفضائيات على الهوية الدينية، وأيضاً اتفقا على استخدام الاستبان كاداة للدراسة واقتصرت الدراسة على فئة الشباب. وافتقرت الدراسة الحالية عن الدراسة السابقة: في تناولها القنوات الفضائية الإسلامية وأثرها في سلوك الطالب الجامعي ككل، بينما اقتصرت الدراسة السابقة على تأثير الفضائيات جميعها على الهوية الدينية لعينة الدراسة.

دراسة (Heidari, Mirfardi, & Ramezani, 2014)، بعنوان: (gender comparison of religious identity and its relationship with media consumption (tv and satellite))، حيث هدفت الدراسة إلى مقارنة بين الهوية الدينية للجنسين وعلاقتها باستهلاك وسائل الإعلام ((التلفاز) والأقمار الصناعية)، وتكونت عينة الدراسة من (300) من طلاب المدارس الثانوية من الذكور والإناث في مارفشت، أشارت النتائج إلى أن الفتيات أكثر ارتباطاً بالأولاد من الأولاد فيما يتعلق بالأبعاد الثلاثة للهوية الدينية، أي العاطفة والمعتقد والممارسة، وأن الفتيات يشاهدن (التلفاز) في الغالب بينما كان الأولاد يشاهدون برامج الأقمار الصناعية. وكان هناك نموذج لاستهلاك الوسائط على أساس الجنس. وكانت العلاقة بين متغيرات (التلفاز) والأقمار الصناعية مع أبعاد الهوية الدينية إيجابية وسلبية على التوالي. من أن (التلفاز) والقمر الصناعي لهما بعض التأثيرات على الهوية الدينية، ف(التلفاز) له تأثيرات النوع الاجتماعي على المعتقد والعاطفة، بينما البرامج الفضائية لها تأثيرات النوع الاجتماعي على الممارسة.

اتفقت الدراسة السابقة مع الدراسة الحالية: تناولها لمفهوم الهوية الدينية وعلاقتها باستهلاك وسائل الإعلام ((التلفاز) والأقمار الصناعية) لدى الجنسين، وأيضاً اتفقا على استخدام المنهج المسحي. وافتقرت الدراسة الحالية عن الدراسة السابقة: في تناولها القنوات الفضائية الإسلامية وأثرها في سلوك الطالب الجامعي، بينما اقتصرت الدراسة السابقة على الهوية الدينية وتأثير (التلفاز) والبرامج الفضائية على المعتقد والعاطفة، كما اقتصرت الدراسة على مرحلة الشباب في المدارس الثانوية.

دراسة عباس (2014) بعنوان: (التعرض لبرامج الشباب في الفضائيات العربية وعلاقته باتجاهات المراهقين نحو مشكلاتهم)، تكمن مشكله الدراسة في رصد وتحليل مشكلات المراهقة

التي يتم تناولها في برامج الشباب بالقنوات الفضائية، وعلاقة مدى تعرض المراهقين له باتجاهاتهم نحو مشكلاتهم التي يتم طرحها داخل هذه البرامج، حيث استخدمت الباحثة المنهج المسحي، من خلال الاستبيان، وطبقت العينة العمدية على (400) فرد من المراهقين في مرحلة المراهقة المتأخرة من عام (18-21) عام، بالإضافة إلى عينة من برامج الشباب المقدمة في الفضائيات العربية، وقد خلّصت الدراسة إلى نتائج ومن أهمها: أن أهم البرامج الشبابية هي عز الشباب بالمرتبة الأولى ويليه في المرتبة الثانية برنامج شباب البلد، كما أن برنامج عز الشباب أهتم ب (43) مشكلة من مشكلات المراهقة بينما برنامج شباب البلد فقد ناقش (22) مشكلة على مدار (12) حلقة خلال ثلاث شهور، كما أن أهم أسباب مشاهدة برامج الشباب على القنوات الفضائية جاء في المرتبة الأولى التسلية والترفيه حيث بلغت بنسبة (58.75%) من إجمالي مفردات العينة، وجاء في الترتيب الثاني اتسام فقراتها بالجاذبية والتنوع بنسبة (38.50%) من إجمالي العينة، وبالمرتبة الثالثة كان الهدف هو شغل أوقات الفراغ بنسبة (27.75%)، أهم ما طرح من مشكلات خاصة بالشباب كانت مشكلات اجتماعية بالمرتبة الأولى بنسبة (59.50%)، ويليه في المرتبة الثانية مشكلات نفسية بنسبة (22.7%)، كما أثبتت الدراسة أن تأثير مشاهدة القنوات الفضائية للبرامج الشبابية عليهم ويختلف ذلك تبعاً لاختلاف كثافة التعرض لهذه البرامج الشبابية.

اتفقت الدراسة السابقة مع الدراسة الحالية: في اتباع المنهج المسحي، واستخدام الاستبيان كأداة قياس. وافتقرت الدراسة الحالية عن الدراسة السابقة: في تناولها دور الفضائيات الإسلامية في سلوك طلبة الجامعات الأردنية، بينما اقتصرت الدراسة السابقة على فترة المراهقة والبرامج الشبابية.

دراسة الهاشم (2012) بعنوان: (دور الفضائيات في تعزيز القيم الإسلامية وسط الشباب اليمني)، تهدف الدراسة إلى التعرف على دور الفضائيات في تعزيز القيم الإسلامية وسط الشباب

اليمني، وذلك من خلال معرفة أساليب ممارسة قناة السعيدة الفضائية ودورها في المجتمع اليمني والكشف عن مضمون الرسالة في القناة، واستقصاء آراء الشباب عن البرامج التي تعرض لهم ومدى تأثيرها القيمي فيهم، وقد استخدم الباحث المنهج المسحي من خلال تحليل الكيفي للمحتوى ومنهج المسح لاستقصاء آراء مشاهدي القناة من فئة الشباب عن الاستبيان، إضافة إلى منهج دراسة حالة من خلال استخدام المقابلة المقننة مع القائمين بالاتصال في القناة، وقد خلّصت الدراسة إلى نتائج ومن أهمها: كان للثورة اليمنية والأزمة السياسية التي مرت بها اليمن تأثير واضح في نوعية البرامج التي تبثها القناة والأساليب الإعلامية المستخدمة ويفضلها الشباب كانت البرامج الإخبارية والسياسية الأكثر بثاً ومتابعة وكان أسلوب الحوار والحديث المباشر الأكثر استخداماً وتفضيلاً، وتعتبر البرامج الدينية الأكثر قدرة على تعزيز القيم الإسلامية، ويعد وقت ما بعد العشاء هو وقت الذروة للمشاهدة، كما أن القناة التزمت بالحيادية والموضوعية والمصادقية في تعاملها مع القضايا الوطنية ومستجدات الأحداث على الساحة اليمنية.

اتفقت الدراسة السابقة مع الدراسة الحالية: في اتباعها السوك القيمي. وافتقرت الدراسة الحالية عن الدراسة السابقة: في تناولها دور الفضائيات الإسلامية في سلوك طلبة الجامعات الأردنية، واستخدام الاستبيان كأداة قياس، بينما اقتصرت الدراسة السابقة على قناة فضائية محلية في بلدها، واستخدام منهجين في الدراسة المنهج المسحي ومنهج دراسة الحالة.

دراسة القضاة (2012) بعنوان: (أثر مشاهدة المحطات الفضائية الأجنبية على السلوك الشباب الخليجي دراسة ميدانية على طلبة جامعة قطر)، هدفت الدراسة إلى التعرف على واقع مشاهدة المحطات الفضائية الأجنبية على عدد من النواحي السلوكية ومدى ما أحدثته الثورة التكنولوجية من آثار متعددة على الشباب وثقافة المجتمع، وخاصة في ظل التغيرات المتسارعة في المجالات الحياتية والاتصالية التي يشهدها عصرنا، حيث استخدم الباحث المنهج المسحي

التحليلي، من خلال الاستبانة وتكونت عينة الدراسة من (700) مفردة، وقد خلصت الدراسة إلى عدة نتائج ومنها: وجود تأثيرات مرتفعة على عدد من النواحي السلوكية، أهمها السهر لأوقات متأخرة وبنسبة (50.1%) تحت متغير كبير جداً وإثارة الغرائز وبما نسبته (44%) تحت نفس المتغير، وكذلك وجود دلائل إحصائية لعدد من الجوانب السلوكية مع متغيرات نوع السكن والجنس بمتوسط (3.71) لصالح منزل مستقل وبمتوسط (3.49) لقاطني الشقق، وأيضاً ونشر المحطات الفضائية الأجنبية للثقافة الأجنبية بمتوسط (4.40%) لصالح الإناث وبمتوسط (4%) للذكور.

اتفقت الدراسة السابقة مع الدراسة الحالية: تناولها لمفهوم السلوك الطالب الجامعي، وبيان أثر، وأيضاً اتفقا على استخدام المنهج المسحي. وافتقرت الدراسة الحالية عن الدراسة السابقة: في تناولها القنوات الفضائية الإسلامية وأثرها في سلوك الطالب الجامعي، بينما اقتصرت الدراسة السابقة على تعديل السلوك الإنساني من منظور الفكر التربوي والعلماء التربويين الذين ساهموا في تعديل السلوك بفكرهم

دراسة الجريبيع (2009) بعنوان: (الخطاب الديني في الفضائيات العربية: دراسة سوسيولوجيا التأثير على الشباب الأردني)، هدفت الدراسة إلى تحليل مضامين الخطاب الديني في البرامج الدينية في الفضائيات العربية، ومعرفة مدى تأثيرها على الشباب في المجتمع الأردني، ولتحقيق أهداف الدراسة تم اختيار مجتمعين للدراسة؛ الأول مجتمع البرامج الدينية في القنوات الفضائية (الجزيرة، الرسالة، القناة الأردنية) أما الثاني فهو الشباب الجامعي في مرحلة البكالوريوس في الجامعات الأردنية الحكومية في الأقاليم الثلاث، وقد اختيرت عینتين تبعاً لمجتمعات الدراسة، العينة الأولى عينة البرامج الدينية وهي عينة غرضية غير عشوائية وهي (الشریعة والحياة في قناة الجزيرة، وبرنامج الوسطية في قناة الرسالة، وبرنامج المجالس العلمية الهاشمية في قناة الفضائية الأردنية)، أما العينة الثانية هي عينة الشباب وهي عينة غرضية تتكون من 480 طالباً وطالبة من

الجامعات الحكومية الثلاث مما يشاهدون برنامجاً واحداً على الأقل من البرامج الدينية المدروسة، وقد استخدم الباحث تحليل المضمون ودراسة ميدانية على عينة من الشباب الجامعي، وقد خلُصت الدراسة إلى أهم النتائج ومنها: أن الخطاب الديني في الفضائيات العربية لا يتطرق بشكل كاف وفصل لأهم مشكلات المجتمع العربي، كما أشارت النتائج إلى أن هناك تخوفاً من قبل العلماء ورجال الدين تجاه ظاهرة العولمة، كما وشكل موضوع المرأة الخلاف بين العلماء والمفكرين في البرامج الدينية في قضية لباس المرأة (الحجاب) وعملها ولم تحسم بعد، كما أشارت الدراسة أن هناك فروق ذات دلالة إحصائية في تأثير الخطاب الديني على الشباب حسب مكان الإقامة، وحسب السنة الدراسية وحسب متغير الجنس.

اتفقت الدراسة السابقة مع الدراسة الحالية: في اتباع المنهج المسحي، وتناولها مرحلة الشباب، واختيار عينة من شباب الجامعات الأردنية التي ستقام عليها الدراسة. وافتقرت الدراسة الحالية عن الدراسة السابقة: في تناولها دور الفضائيات الإسلامية في سلوك طلبة الجامعات الأردنية، واستخدام الاستبيان كأداة واحدة للقياس، بينما اقتصرت الدراسة السابقة على الخطاب الديني لدى الشباب، واستخدامها تحليل المضمون لثلاث قنوات عربية وعمل استبيان لعينة من شباب الجامعات الأردنية.

دراسة بلغيث (2008) بعنوان: (واقع إسهام الفضائيات العربية في نشر الثقافة العربية الإسلامية)، هدفت هذه الدراسة إلى معرفة واقع إسهام الفضائيات العربية في نشر الثقافة العربية الإسلامية من وجهة نظر عينة من الشباب الجامعي الجزائري، وقد استخدم الباحث المنهج المسحي التحليلي، ومن مجموع 950 طالباً وطالبة، طبقت الدراسة على عينة من 100 مبحوث، يمثلون مختلف التخصصات في الجامعة الجزائرية. كما استخدم الباحث أداتي الملاحظة والاستمارة في جمع البيانات. وقد خلُصت الدراسة إلى أهم النتائج ومنها: 70% من المبحوثين يُفضلون

القنوات العربية، ويرى 82% من المبحوثين أن الفضائيات العربية بدرجات متفاوتة في دعم مكتسباتهم اللغوية، في حين يرى 82% أن الفضائيات العربية تُساهم في ربط المشاهد بجذوره الثقافية العربية الإسلامية، بينما 98% من المبحوثين يرون أن الفضائيات العربية تتناول مواد تتعلق بالتاريخ العربي الإسلامي مع التفاوت في حجم البرامج بين القنوات المساهمة في ذلك.

اتفقت الدراسة السابقة مع الدراسة الحالية: تناولها لمفهوم واقع إسهام الفضائيات العربية في نشر الثقافة العربية الإسلامية، وأيضاً اتفاهما على استخدام المنهج المسحي، وعينة الدراسة التي تكونت من شباب الجامعات. وافتقرت الدراسة الحالية عن الدراسة السابقة: في تناولها القنوات الفضائية الإسلامية وأثرها في سلوك الطالب الجامعي، بينما اقتصرت الدراسة السابقة على الفضائيات العربية واسهامها في نشر الثقافة الإسلامية بمنعزل عن السلوك.

دراسة المنصور (2007) بعنوان: (دور الخطاب الديني المقدم بالقنوات الفضائية الدينية المتخصصة في تثقيف المراهقين دينياً)، هدفت الدراسة إلى التعرف على دور القنوات الفضائية الدينية المتخصصة وما تقدمه من خطاب ديني في تثقف المراهقين دينياً، وأيضاً إلى معرفة مستوى الثقافة الدينية المكتسبة لدى المراهقين من خلال تعرضهم للقنوات الدينية، وقد استخدمت الباحثة منهج مسح العينة من خلال تحليل المضمون للبرامج الموثقة على القنوات الدينية، وقد تم أيضاً استخدام الاستبانة على عينة من المراهقين من سن 18-21 سنة بلغ عددهم (400) مفردة، وقد خلُصت الدراسة إلى أهم النتائج ومنها: وجود علاقة ذات دلالة احصائية بين اعتماد المراهقين على الخطاب الديني بالقنوات الفضائية الدينية المتخصصة كمصدر للمعلومات ومستوى الثقافة الدينية لديهم في المجالات الدينية المختلفة، فيما عدا (مجال سيرة الأنبياء والصحابه)، وأيضاً بين الدوافع الهادفة ومستوى الثقافة الدينية لدى المبحوثين، كما وجدت فروق ذات دلالة احصائية بين الذكور والإناث في مستوى ثقافتهم الدينية في مجال القرآن وتفسيره لصالح الإناث، وفروق بين الذكور

والإناث في مستوى ثقافتهم الدينية في مجال الأحاديث الشريفة لصالح الذكور، وفروق بين الذكور والإناث في مستوى ثقافتهم الدينية في مجال الفقه والشريعة لصالح الإناث، أي ما يقارب من عينة الدراسة 6.96% من المراهقين يشاهدون القنوات الدينية المتخصصة في حين لا يشاهدها 1.3%.

اتفقت الدراسة السابقة مع الدراسة الحالية: تناولها القنوات الفضائية الدينية المتخصصة وثقافة المراهقين دينياً، وأيضاً اتفقا على استخدام المنهج المسحي. وافتقرت الدراسة الحالية عن الدراسة السابقة: في تناولها القنوات الفضائية الإسلامية وأثرها في سلوك الطالب الجامعي، بينما اقتصرت الدراسة السابقة على دور الخطاب الديني المقدم بالقنوات الفضائية الدينية المتخصصة في تثقيف المراهقين دينياً.

دراسة (Larijani, A., & Maleki, T. M) (2007) بعنوان: (Strategic review)

حيث (satellite effects on the youth beliefs in national security direction)، هدفت الدراسة إلى استعراض استراتيجي لآثار القمر الصناعي على المعتقدات الشبابية في اتجاه الأمن القومي، والتعرف على ظروف المعتقدات الدينية الأيديولوجية، والقيم الأيديولوجية والدينية لمجموعتين من الشباب، تكونت عينة الدراسة من (1022) شخصاً من شباب طهران بمتوسط عمر 22.5 عاماً، وتم استخدام المنهج المسحي المقارن في الدراسة، وتم استخدام أداة الاستبانة لتحقيق أهداف الدراسة ضمن المجالات الآتية: "معدل الالتزام بالقيم الدينية"، "المعدل القومية"، و"معدل المعتقد الديني والإيديولوجي". وبينت الدراسة أن: معدل المعتقد الديني، ومعدل الالتزام بالقيم الدينية وقومية أولئك الذين يشاهدون برنامج الأقمار الصناعية تختلف عن الذين ليسوا مراقبي برنامج الأقمار الصناعية، ومن بين أولئك الذين يشاهدون برنامج الأقمار الصناعية، إلى جانب عوامل الأقمار الصناعية، هناك بعض العوامل الأخرى التي تجعل فعالية القمر الصناعي قوية أو ضعيفة. من أجل حماية جمهورية إيران الإسلامية نفذت برنامج الأمن ضد برنامج الأقمار

الصناعية، وتنفيذ مسارات العمل لتحقيق الأهداف والسياسات الشاملة، وتتلخص برامج جمهورية إيران الإسلامية في التركيز على وضع السياسات وتقديم سياسات واضحة ومحددة فيما يتعلق بالمشكلات الثقافية والاجتماعية من أجل مواجهة تهديدات برامج الأقمار الصناعية للعدو ضد جمهورية إيران الإسلامية.

اتفقت الدراسة السابقة مع الدراسة الحالية: تناولها لآثار القمر الصناعي على المعتقدات الشبابية، وأيضاً اتفقا على استخدام المنهج المسحي، وعينة الدراسة التي اقتصرت على فئة الشباب، وافتقرت الدراسة الحالية عن الدراسة السابقة: في تناولها القنوات الفضائية الإسلامية وأثرها في سلوك الطالب الجامعي، بينما اقتصرت الدراسة السابقة على آثار القمر الصناعي على المعتقدات الشبابية في اتجاه الأمن القومي.

دراسة الزوبعي (2006) بعنوان: (الدعوة الإسلامية في القنوات الفضائية بحث تحليلي للمواد (التلفاز) المعروضة في قناة اقرأ الفضائية الإسلامية)، وقد هدفت الدراسة إلى تعريف الدعوة الإسلامية وفقاً لتعريفات علماء الشريعة الإسلامية وعلماء اتصال المسلمين، وأيضاً التعرف على نوع وشكل المادة (التلفاز) ونوع البث الذي عرضت به المواد (التلفاز) في قناة اقرأ الفضائية، والتعرف على الأنماط الاتصالية المتحققة ونوع الجمهور المستهدف ونوع اللغات التي تستخدم في المواد (التلفاز) المعروضة على قناة اقرأ الفضائية، وقد استخدم الباحث المنهج المسحي من خلال استمارة التحليل لعينة من البرامج المعروضة على قناة اقرأ الفضائية، وخُصت الدراسة إلى عدة نتائج من أهمها: أن قناة اقرأ الفضائية تعرض موادها من خلال أحد عشر شكلاً فنياً شمل (المسلسلات والبرامج الثقافية وبرامج الأطفال وبرامج الحديث وبرامج الحوار...)، وتعرض القناة موادها (التلفاز) بشكل مباشر بنسبة 14.28% من مجمل المساحة الزمنية للبرامج وقد شكلت

المواد المسجلة نسبة 85.71%، وقد استخدمت القناة لغتين أجنبيتين إلى جانب اللغة العربية هما اللغة الإنجليزية واللغة الفرنسية.

اتفقت الدراسة السابقة مع الدراسة الحالية: تناولها للقنوات الفضائية الإسلامية وقناة اقرأ الفضائية الإسلامية، وبيان جوانب الدعوة الإسلامية المعروضة في البرامج الإسلامية، وأيضاً اتفقا على استخدام المنهج المسحي. وافتقرت الدراسة الحالية عن الدراسة السابقة: في تناولها القنوات الفضائية الإسلامية وأثرها في سلوك الطالب الجامعي، بينما اقتصرت الدراسة السابقة على الدعوة الإسلامية في القنوات الفضائية بحث تحليلي للمواد (التلفزيونية) المعروضة في قناة اقرأ الفضائية الإسلامية.

دراسة دشتي (2005)، بعنوان (أثر مشاهدة البرامج الفضائية على المهارات الاجتماعية لدى عينة من الأطفال بدولة الكويت) حيث سعت هذه الدراسة لبيان العلاقة بين نوعية البرامج الفضائية التي يشاهدها الأطفال وعدد ساعات المشاهدة وبين المهارات الاجتماعية لهؤلاء الأطفال. اشتملت عينة الدراسة على 200 طفل من مدارس دولة الكويت ممن تتراوح أعمارهم بين 5-12 عاماً. توصلت الدراسة إلى عدم وجود علاقة بين نوعية البرامج الفضائية التي يشاهدها الأطفال وعدد ساعات المشاهدة بالمهارات الاجتماعية للأطفال، بمعنى عدم اختلاف المهارات الاجتماعية باختلاف نوعية البرامج الفضائية وعدد ساعات المشاهدة وفقاً للأبعاد التي غطتها أداة الدراسة وهي: التعبير الانفعالي، والحساسية الانفعالية، والضبط الانفعالي، والتعبير الاجتماعي، والحساسية الاجتماعية، والضبط الاجتماعي، وجاءت النتيجة المتعلقة بعدد ساعات المشاهدة متطابقة لنوعية البرامج الفضائية على محاور الدراسة باستثناء كل من الضبط الانفعالي، والضبط الاجتماعي حيث جاء مختلفاً باختلاف عدد ساعات مشاهدة القنوات الفضائية ولصالح الأطفال الذين يشاهدون القنوات الفضائية بصورة أقل.

اتفقت الدراسة السابقة مع الدراسة الحالية: في تناولها أداة القياس الاستبيان. وافترقت
الدراسة الحالية عن الدراسة السابقة: في تناولها دور الفضائيات في سلوك طلبة الجامعات
الأردنية، بينما تناولت الدراسة السابقة الحالة الاجتماعية للأطفال.

التعقيب على الدراسات السابقة:

- اتفقت الدراسة الحالية مع عدة دراسات سابقة فيما يأتي:

1. المنهج المستخدم في الدراسة، وأداة جمع المعلومات.
2. الحديث عن الفضائيات الإسلامية أو البرامج الدينية الموجهة للمجتمع.
3. اختيار العينة لمجموعة من طلبة الجامعة.

- اختلفت الدراسة الحالية مع عدة دراسات سابقة فيما يلي:

1. عدد عينة الدراسة.
2. تركيز عينة الدراسة على جميع محافظات المملكة لعدد من الجامعات الحكومية.
3. تركيز الدراسة على القنوات الفضائية الإسلامية.
4. اشتمال الدراسة الحالية على سلوك الطالب الجامعي.
5. ربط سلوك الطالب الجامعي بمدى تأثره بالقنوات الفضائية الإسلامية خصوصًا.

الفصل الثالث

الطريقة والإجراءات

المقدمة

يتضمّن هذا الفصل وصفاً لمنهج الدراسة ومجتمعها وعينتها، وأداة الدراسة التي تمّ استخدامها لجمع البيانات ودلالات صدقها وثباتها، كما يتضمّن إجراءات الدراسة والمعالجات الإحصائية التي استخدمت للإجابة عن أسئلة الدراسة للوصول إلى النتائج.

منهج الدراسة

اعتمدت الدراسة على المنهج المسحي، بهدف التعرف إلى دور الفضائيات الإسلامية في سلوك طلبة الجامعات الأردنية، إذ تمّ الرجوع إلى الأدب النظري السابق والدراسات السابقة المتعلقة بموضوع الدراسة، واستخدم الاستبانة لجمع آراء أفراد عينة الدراسة.

مجتمع الدراسة

تكوّن مجتمع الدراسة من طلبة الجامعات الأردنية (الحكومية في الأردن)، وهي: (جامعة اليرموك، جامعة العلوم والتكنولوجيا، الجامعة الأردنية، الجامعة الهاشمية، جامعة مؤتة، جامعة الحسين بن طلال)، خلال العام الدراسي 2020/2019م.

عينة الدراسة

تكوّنت عينة الدراسة من (690) طالبا من طلبة الجامعات الأردنية الحكومية في الأردن تمّ اختيارهم بالطريقة العشوائية من مجتمع الدراسة، والجدول التالي يوضح ذلك:

الجدول (1)

توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغيرات الجنس والعمر والجامعة والسنة الدراسية

المتغير	الفئة	العدد	النسبة المئوية
الجنس	ذكور	295	42.8
	إناث	395	57.2
	المجموع	690	100.0
العمر	18-22 سنة	372	53.9
	23-25 سنة	318	46.1
	المجموع	690	100.0
الجامعة	الأردنية	101	14.6
	الهاشمية	84	12.2
	مؤتة	80	11.6
	اليرموك	124	18
	العلوم والتكنولوجيا	114	16.5
	البلقاء التطبيقية	102	14.8
	الحسين بن طلال	85	12.3
	المجموع	690	100.0
السنة الدراسية	أولى	131	19
	ثانية	211	30.6
	ثالثة	170	24.6
	رابعة	178	25.8
	المجموع	690	100.0

يظهر من الجدول (1) ما يلي:

- بالنسبة لمتغير الجنس: بلغ عدد الإناث (395) بنسبة مئوية (57.2%)، بينما بلغ عدد الذكور (295) بنسبة مئوية (42.8%).
- بالنسبة لمتغير العمر: بلغ عدد الطلبة من فئة العمر من 18-22 سنة (372) وبنسبة مئوية (53.9%)، وبلغ عدد الطلبة من فئة العمر من 23-25 سنة (318) وبنسبة مئوية (46.1%).
- بالنسبة لمتغير الجامعة: بلغ عدد الطلبة في الجامعة الأردنية (101) وبنسبة مئوية (14.6%)، وفي الجامعة الهاشمية (84) وبنسبة مئوية (12.2%)، وفي جامعة مؤتة (80)

وبنسبة مئوية (11.6%) وفي جامعة اليرموك (124) وبنسبة مئوية (18.0%) وفي جامعة العلوم والتكنولوجيا (114) وبنسبة مئوية (16.5%) وفي جامعة البلقاء التطبيقية (102) وبنسبة مئوية (14.8%)، وفي جامعة الحسين بن طلال (85) وبنسبة مئوية (12.3%).

- وبالنسبة لمتغير السنة الدراسية: بلغ عدد الطلبة في السنة الأولى (131) وبنسبة مئوية (19%)، وبلغ عدد أفراد العينة في السنة الثانية (211) وبنسبة مئوية (30.6%)، بلغ عدد الطلبة في السنة الثالثة (170) وبنسبة مئوية (24.6%)، وبلغ عدد أفراد العينة في السنة الرابعة (178) وبنسبة مئوية (25.8%).

أداة الدراسة

قامت الباحثة ببناء استبانة للحصول على آراء أفراد عينة الدراسة، بهدف تحقيق أهداف الدراسة بالكشف عن دور الفضائيات الإسلامية في سلوك طلبة الجامعات الأردنية، وذلك بالاستعانة بالدراسات السابقة (الصالح، 2016؛ الخالدي، 2015؛ عباس، 2014؛ الهاشم، 2012؛ الجريبي، 2009؛ الشريفين، 2002)، وتكوّنت الاستبانة من ثلاثة أجزاء، على النحو الآتي:

الجزء الأول: اشتمل على البيانات الديموغرافية لأفراد عينة الدراسة (النوع، والعمر، والجامعة، والسنة الجامعية).

الجزء الثاني: اشتمل على سؤال حول طبيعة المشاهدة للفضائيات الإسلامية لدى طلبة الجامعات.

الجزء الثالث: اشتمل على (31) فقرة تقيس دور الفضائيات الإسلامية في سلوك طلبة الجامعات الأردنية، وتضمن أربعة مجالات، وهي:

- المجال الديني، وتضمّن (7) فقرات.
- المجال الأخلاقي، وتضمّن (9) فقرات.

- المجال الاجتماعي، وتضمّن (8) فقرات.

- المجال الثقافي، وتضمّن (7) فقرات.

صدق الأداة

أ- **صدق المحتوى:** تم التحقق من مؤشرات الصدق الظاهري (المحتوى) لأداة الدراسة من خلال عرضها بصورتها الأولية - ملحق (أ) - على (12) محكماً من ذوي الخبرة والكفاءة في كليات الشريعة والتربية والإعلام في الجامعات الأردنية وخبير في (التلفاز) الأردني - ملحق (ب) -، وذلك بغرض الحكم على درجة سلامة الصياغة اللغوية للفقرات ووضوحها، ومدى مناسبتها لقياس ما وضعت من أجله، ومدى انتماء كل فقرة للمجال الذي تنتمي إليه، بالإضافة إلى أي إجراء يلزم من حذف أو تعديل أو إضافة على فقرات الاستبانة أو اقتراحات يرونها مناسبة، وتمّ الأخذ بملاحظات المحكمين ومقترحاتهم وتعديل فقرات الاستبانة بناءً على إجماع غالبية المحكمين بنسبة اتفاق بلغت (0.89%) على إجراء التعديل، وتمّ إخراج الاستبانة بصورتها النهائية، ملحق (ج).

ب- **صدق البناء:** بغرض استخراج دلالات الصدق البنائي لجميع فقرات أداة الدراسة تمّ تطبيقها على عينة استطلاعية مكونة من (30) طالباً وطالبة من خارج عينة الدراسة ومن مجتمع الدراسة، وحساب معاملات الارتباط بين كل فقرة والمجال الذي تنتمي إليه والأداة ككل، والجدول (2) يوضح ذلك.

الجدول (2)

معاملات الارتباط بين كل فقرة والمجال الذي تنتمي إليه وارتباطها بالأداة ككل

الرقم	ارتباط الفقرة بالمجال	ارتباط الفقرة بالاستبانة	الرقم	ارتباط الفقرة بالمجال	ارتباط الفقرة بالاستبانة
	المجال الديني		المجال الاجتماعي		
1	0.862**	0.855**	1	0.676**	0.613**
2	0.847**	0.782**	2	0.752**	0.560**
3	0.722**	0.628**	3	0.733**	0.657**
4	0.888**	0.850**	4	0.659**	0.431*
5	0.849**	0.798**	5	0.761**	0.683**
6	0.892**	0.840**	6	0.689**	0.546**
7	0.876**	0.818**	7	0.605**	0.569**
	المجال الأخلاقي		8	0.730**	0.681**
1	0.755**	0.842**	المجال الثقافي		
2	0.836**	0.712**	1	0.807**	0.509**
3	0.704**	0.545**	2	0.689**	0.505**
4	0.831**	0.744**	3	0.752**	0.590**
5	0.761**	0.632**	4	0.556**	0.467**
6	0.786**	0.717**	5	0.780**	0.565**
7	0.559**	0.534**	6	0.528**	0.592**
8	0.594**	0.573**	7	0.696**	0.609**
9	.672**	.706**	-		

*معاملات ارتباط مقبولة ودالة عند مستوى الدلالة ($0.05 \geq \alpha$)

**معاملات ارتباط مقبولة ودالة عند مستوى الدلالة ($0.01 \geq \alpha$)

يظهر من الجدول (2) أن معاملات الارتباط بين كل فقرة والمجال الذي تنتمي إليه تراوحت

بين (0.892-0.528)، كما تراوحت معاملات الارتباط بين الفقرات والاستبانة ككل بين (-0.431-

0.855)، وهي معاملات ارتباط دالة ومقبولة لأغراض تطبيق هذه الدراسة.

ثبات الأداة

بغرض التأكد من ثبات أداة الدراسة، تمّ تطبيقها مرتين بفارق زمني أسبوعين على عينة

استطلاعية مكونة من (30) طالباً وطالبة من خارج عينة الدراسة ومن مجتمع الدراسة، وتمّ حساب

معامل ارتباط بيرسون بين التطبيقين لاستخراج ثبات الإعادة، كما تمّ تطبيق معادلة ثبات الأداة

كرونباخ ألفا (Cronbach's Alpha) على جميع مجالات الدراسة والأداة ككل، والجدول (3)

يوضح ذلك.

الجدول (3)

نتائج ثبات الاستبيان بطريقة كرونباخ ألفا (Cronbach's Alpha)، وثبات الإعادة (test- Retest).

المجال	عدد الفقرات	ألفا (Cronbach's Alpha)	ثبات الإعادة
الديني	7	0.82	0.88
الأخلاقي	9	0.90	0.93
الاجتماعي	8	0.87	0.89
الثقافي	7	0.88	0.92
الاستبيان ككل	31	0.95	0.94

يظهر من الجدول (3) أن معاملات الثبات بطريقة كرونباخ ألفا (Cronbach's Alpha)

لمجالات الدراسة، تراوحت بين (0.82 - 0.90) كان أبرزها للمجال الأخلاقي، وأدناها للمجال الديني، وبلغ معامل الثبات للاستبيان ككل (0.95)، وهي مؤشرات مرتفعة وتدل على وجود درجة كبيرة لثبات أداة الدراسة.

يظهر من الجدول (3) أن معاملات الثبات بطريقة وثبات الإعادة (test- Retest)

لمجالات الدراسة، تراوحت بين (0.88 - 0.93) كان أبرزها للمجال الأخلاقي، وأدناها للمجال الديني، وبلغ معامل الثبات للاستبيان ككل (0.94)، وهي مؤشرات مرتفعة وتدل على وجود درجة كبيرة لثبات أداة الدراسة.

تصحيح الاستبانة

تكوّنت الاستبانة بصورتها النهائية من (31) فقرة، حيث استخدم مقياس ليكرت للتدرج

الخماسي بهدف قياس آراء أفراد عينة الدراسة، وتم إعطاء موافق بدرجة كبيرة (5)، موافق (4)،

موافق بدرجة متوسطة (3)، غير موافق (2)، غير موافق بدرجة كبيرة (1)، وذلك بوضع إشارة (v)

أمام الإجابة التي تعكس درجة موافقتهم، كما تمّ الاعتماد على التصنيف التالي للحكم على

المتوسطات الحسابية كالتالي:

$$\text{طول الفترة} = 3 / 1-5 = 1.33$$

- أقل من 2.34 منخفضة.
- من 2.34-3.66 متوسطة.
- أكبر من 3.66 إلى 5.00 مرتفعة.

إجراءات الدراسة

لتحقيق أهداف الدراسة قام الباحث بالإجراءات التالية:

1. الاطلاع على الأدب النظري والدراسات السابقة ذات العلاقة بموضوع الدراسة، وتحديد مشكلة الدراسة.
2. تحديد مجتمع الدراسة، وطريقة اختيار العينة.
3. بناء أداة الدراسة، بالاستعانة بالدراسات السابقة المتعلقة بموضوع الدراسة، والتحقق من مؤشرات صدقها وثباتها، وإخراجها بالصورة النهائية الصالحة للتطبيق.
4. الحصول على كتب تسهيل المهمة من رئاسة جامعة اليرموك، الملحق (د).
5. تطبيق أداة الدراسة بصورتها النهائية على أفراد عينة الدراسة، وجمعها وفرزها.
6. إجراء الأساليب الإحصائية المناسبة على البيانات، والإجابة عن أسئلة الدراسة والتوصل إلى النتائج ومناقشتها، وتقديم مجموعة من التوصيات في ضوء النتائج.

متغيرات الدراسة

اشتملت متغيرات الدراسة على الآتي:

• المتغيرات المستقلة (الضابطة):

- الجنس، وله مستويان: (ذكر، أنثى).
- السنة الجامعية، ولها أربعة مستويات: (أولى، ثانية، ثالثة، رابعة).

• المتغيرات التابعة:

- طبيعة المشاهدة للفضائيات الإسلامية لدى طلبة الجامعات.
- دور الفضائيات الإسلامية في سلوك طلبة الجامعات الأردنية، وتتمثل في المجال الديني، والمجال الأخلاقي، والمجال الاجتماعي، والمجال الثقافي.

المعالجة الإحصائية

- لتحقيق أهداف الدراسة وتحليل البيانات تم استخدام الأساليب الإحصائية المناسبة لموضوع الدراسة باستخدام برنامج الحزم الإحصائية للعلوم الاجتماعية (SPSS):
1. حساب النسب والتكرارات لمتغيرات الدراسة.
 2. حساب المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لاستجابات أفراد عينة الدراسة عن فقرات الاستبانة.
 3. استخدام اختبار (t. Test) للعينات المستقلة للتعرف إلى الفروق في دور الفضائيات الإسلامية في سلوك طلبة الجامعات الأردنية من وجهة نظر طلبة الجامعات الأردنية تبعاً لمتغير الجنس.
 4. استخدام تحليل التباين (ANOVA) للتعرف إلى الفروق في دور الفضائيات الإسلامية في سلوك طلبة الجامعات الأردنية من وجهة نظر طلبة الجامعات الأردنية تبعاً لمتغير السنة الدراسية.

الفصل الرابع

عرض النتائج

يتضمن هذا الفصل عرض نتائج الدراسة التي هدفت التعرف إلى دور الفضائيات الإسلامية

في سلوك طلبة الجامعات الأردنية، وتم عرض النتائج بالاعتماد على أسئلة الدراسة:

النتائج المتعلقة بالإجابة عن السؤال الأول: ما طبيعة المشاهدة للفضائيات الإسلامية لدى طلبة

الجامعات؟

للإجابة عن هذا السؤال تم استخراج التكرارات والنسب المئوية لجميع عناصر طبيعة

المشاهدة للفضائيات الإسلامية لدى طلبة الجامعات، ويتفرع عنه الأسئلة الآتية:

أ- ما القنوات الإسلامية التي يشاهدها طلبة الجامعات الأردنية؟

للإجابة عن هذا السؤال تم حساب التكرارات والنسب المئوية لإجابات أفراد عينة الدراسة

والمعلقة بالقنوات الإسلامية التي يشاهدها طلبة الجامعات، جدول (4) يوضح ذلك.

الجدول (4)

التكرارات والنسب المئوية للقنوات الإسلامية التي يشاهدها طلبة الجامعات الأردنية

الرقم	القناة الإسلامية	التكرار	النسبة المئوية
1	يوتيوب	40	5.80
2	اقرأ	357	51.74
3	الرسالة	277	40.14
4	المجد	309	44.78
5	الإرث النبوي	7	1.01
6	القرآن الكريم	5	0.72
7	الجميلة	5	0.72
8	المحبة	1	0.14
9	الدعوة	5	0.72
10	اياك نعبد	4	0.58
11	الشباب	4	0.58
12	زاد	5	0.72
13	برامج إسلامية متفرقة	3	0.43
14	السنة النبوية	3	0.43
15	الوصال	3	0.43
16	اليقين	3	0.43
17	اليرموك	11	1.59
18	ابوظبي	3	0.43
19	حياة أف أم	2	0.29
20	إذاعة حسني	2	0.29
21	قناة الأقصى	2	0.29
22	مكة	6	0.87
23	الرحمة	5	0.72
24	الندى	2	0.29

يظهر من الجدول (4) أن أبرز القنوات الفضائية التي يشاهدها طلبة الجامعات الأردنية

الحكومية كانت القناة الفضائية الإسلامية (اقرأ) وتكرار بلغ (357) وبنسبة مئوية (51.74%)، ثم

جاءت قناة (المجد) بتكرار (309) وبنسبة مئوية (44.78%)، ومن ثم جاءت قناة (اليرموك)

بتكرار (11) وبنسبة مئوية (1.95%) ومن ثم جاءت القناة الفضائية الأقل مشاهدة قناة (المحبة) بتكرار (1) وبنسبة مئوية (0.14%).

ب- ما وسيلة المشاهدة التي يفضلها طلبة الجامعات الأردنية؟

للإجابة عن هذا السؤال تم حساب التكرارات والنسب المئوية لإجابات أفراد عينة الدراسة والمتعلقة بوسائل المشاهدة التي يفضلها طلبة الجامعات الأردنية، جدول (5) يوضح ذلك.

الجدول (5)

الرقم	وسيلة المشاهدة	التكرار	النسبة المئوية
1	يوتيوب	371	53.77
2	مواقع التواصل الاجتماعي	12	1.74
3	شاشة (التلفاز)	485	70.29
4	المواقع الإلكترونية	113	16.38
5	الراديو	2	0.29
المجموع			

يظهر من الجدول (5) أن أبرز الوسائل التي يشاهدها طلبة الجامعات الأردنية الحكومية كانت وسيلة (شاشة (التلفاز)) وبتكرار بلغ (485) وبنسبة مئوية (70.29%)، ثم جاءت، وسيلة (اليوتيوب) بتكرار (371) وبنسبة مئوية (53.77%)، ومن ثم جاءت مواقع التواصل الاجتماعي بتكرار (12) وبنسبة مئوية (1.74%) ومن ثم جاءت الوسيلة الأقل مشاهدة (الراديو) بتكرار (2) وبنسبة مئوية (0.29%).

ج- ما أنواع البرامج التي يفضلها طلبة الجامعات الأردنية؟

للإجابة عن هذا السؤال تم حساب التكرارات والنسب المئوية لإجابات أفراد عينة الدراسة والمتعلقة بأنواع البرامج التي يفضلها طلبة الجامعات الأردنية، جدول (6) يوضح ذلك.

الجدول (6)

الرقم	أنواع البرامج	التكرار *	النسبة المئوية
1	التاريخ والسير	243	35.22
2	القصص القرآنية	375	54.35
3	الوعظ والإرشاد	360	52.17
4	البرامج المتعلقة بالأسرة والمرأة	221	32.03
5	الفتاوي والفقہ	285	41.30
6	البرامج الحوارية	175	25.36
7	الدراما الدينية	96	13.91
8	برامج المنوعات والمسابقات	108	15.65

* يمكن وضع أكثر من إجابة.

يظهر من الجدول (6) أن أبرز أنواع البرامج التي يشاهدها طلبة الجامعات الأردنية

الحكومية كان برنامج (القصص القرآنية) ويتكرر بلغ (375) وبنسبة مئوية (54.35%)، ثم جاء

برنامج (الوعظ والإرشاد) بتكرار (360) وبنسبة مئوية (52.17%)، ومن ثم جاء البرنامج الأقل

مشاهدة برنامج (الدراما الدينية) بتكرار (96) وبنسبة مئوية (13.91%).

د- ما مدة المشاهدة التي يفضلها طلبة الجامعات الأردنية؟

للإجابة عن هذا السؤال تم حساب التكرارات والنسب المئوية لإجابات أفراد عينة الدراسة

والمتعلقة بمدة المشاهدة التي يفضلها طلبة الجامعات الأردنية، جدول (7) يوضح ذلك.

الجدول (7)

الرقم	مدة المشاهدة	التكرار *	النسبة المئوية
1	من 15 دقيقة - 30 دقيقة	194	28.1
2	من 31 دقيقة - 59 دقيقة	138	20.0
3	من ساعة إلى ساعتين	78	11.3
4	أكثر من ساعتين	26	3.8
5	لا إجابة/ ساعات أخرى	436	63.2

* يمكن وضع أكثر من إجابة.

يظهر من الجدول (7) أن أبرز النتائج المتعلقة بمدة المشاهدة التي يفضلها طلبة الجامعات

الأردنية الحكومية كانت المدة (من 15 دقيقة - 30 دقيقة) بتكرار (194) وبنسبة مئوية (28.1%)،

ومن ثم جاءت المدة (من 31 دقيقة – 59 دقيقة) بتكرار (138) وبنسبة مئوية (20.0%)، ومن ثم جاءت اقل مدة مشاهدة (أكثر من ساعتين) بتكرار (26) وبنسبة مئوية (3.8%).

هـ- ما فترات المشاهدة التي يفضلها طلبة الجامعات الأردنية؟

للإجابة عن هذا السؤال تم حساب التكرارات والنسب المئوية لإجابات أفراد عينة الدراسة والمتعلقة بفترات المشاهدة التي يفضلها طلبة الجامعات الأردنية، جدول (8) يوضح ذلك.

الجدول (8)

الرقم	فترة المشاهدة	التكرار	النسبة المئوية
1	الصباحية من الساعة (7-10)	121	17.5
2	الظهرية من الساعة (1-5)	217	31.5
3	المسائية من الساعة (6-9)	310	44.9
4	فترة السهرة من الساعة (8-11)	42	6.1
	المجموع	690	100.0

يظهر من الجدول (8) أن أبرز النتائج المتعلقة بفترات المشاهدة التي يفضلها طلبة الجامعات الأردنية الحكومية كانت الفترة (المسائية من الساعة (6-9)) وبتكرار بلغ (310) وبنسبة مئوية (44.9%)، ثم جاءت فترة الظهرية (الساعة 1-5) بتكرار (217) ونسبة مئوية (31.5%) وأخيراً جاءت فترة السهرة من الساعة (8-11) بتكرار (42) وبنسبة مئوية (6.1%).

النتائج المتعلقة بالإجابة عن السؤال الثاني: ما دور الفضائيات الإسلامية في سلوك طلبة

الجامعات الأردنية من وجهة نظر طلبة الجامعات الأردنية؟

للإجابة عن هذا السؤال تم استخراج المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لجميع مجالات وفقرات دور الفضائيات الإسلامية في سلوك طلبة الجامعات الأردنية من وجهة نظر طلبة الجامعات الأردنية، ويمكن عرض النتائج على النحو التالي:

مقياس دور الفضائيات الإسلامية في سلوك طلبة الجامعات الأردنية.

الجدول (9)

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لمجالات مقياس دور الفضائيات الإسلامية في سلوك طلبة الجامعات الأردنية والمقياس ككل (ن=690)

الرقم	المجال	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الرتبة	الدرجة
1	الأخلاقي	4.14	0.60	1	مرتفعة
2	الديني	4.12	0.58	2	مرتفعة
3	الاجتماعي	4.11	0.59	3	مرتفعة
4	الثقافي	3.97	0.70	4	مرتفعة
مقياس دور الفضائيات في سلوك الطلبة ككل		4.09	0.54		مرتفعة

يظهر من الجدول (9) أن المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لمجالات مقياس دور

الفضائيات الإسلامية في سلوك طلبة الجامعات الأردنية ككل تراوحت بين (3.97-4.14)، كان

أعلاها للمجال الأخلاقي بمتوسط حسابي (4.14) وبدرجة مرتفعة، ثم جاء المجال الديني بمتوسط

حسابي (4.12) وبدرجة مرتفعة، ثم المجال الاجتماعي بمتوسط حسابي (4.11) وبدرجة مرتفعة،

وأخيرا جاء المجال الثقافي بمتوسط حسابي (3.97) وبدرجة مرتفعة، وبلغ المتوسط الحسابي

لمجالات مقياس دور الفضائيات الإسلامية في سلوك طلبة الجامعات الأردنية ككل (4.09)

وبدرجة مرتفعة.

وفيما يلي عرض المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لفقرات كل مجال على حده:

• المجال الأول: الديني

الجدول (10)

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لجميع فقرات المجال الأول "الديني" والمجال ككل (ن=690)

الرقم	الفقرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الرتبة	الدرجة
1	تقوي الفضائيات الإسلامية الوازع الديني لدي	4.36	0.78	2	مرتفعة
2	تقدم لي الفضائيات الإسلامية الفتاوى الدينية	4.00	0.83	5	مرتفعة
3	تؤثر الفضائيات الإسلامية في ارتيادي المساجد والمراكز الدينية لتلقي الدروس الدينية	3.90	0.97	7	مرتفعة
4	تصحح الفضائيات الإسلامية أفكارى المتناقضة مع مبادئ الإسلام	4.09	0.81	4	مرتفعة
5	توجهني الفضائيات الإسلامية إلى الالتزام بالزي الشرعي	3.96	0.92	6	مرتفعة
6	تحتني الفضائيات الإسلامية على الأخذ والتلقي من كبار علماء الشريعة	4.16	0.79	3	مرتفعة
7	توجهني الفضائيات الإسلامية إلى التدبر والتفكر بعظمة الله تعالى	4.41	0.75	1	مرتفعة
المجال ككل (الديني)		4.12	0.58		مرتفعة

يظهر من الجدول (10) أن المتوسطات الحسابية للمجال الديني تراوحت بين (3.90)– (4.41)، كان أعلاها للفقرة رقم (7) التي تنص على "توجهني الفضائيات الإسلامية إلى التدبر والتفكر بعظمة الله تعالى" وبدرجة مرتفعة، ثم جاءت الفقرة رقم (1) التي تنص على "تقوي الفضائيات الإسلامية الوازع الديني لدي" بمتوسط حسابي (4.36) وبدرجة مرتفعة، ثم جاءت الفقرة رقم (6) والتي تنص على "تحتني الفضائيات الإسلامية على الأخذ والتلقي من كبار علماء الشريعة" بمتوسط حسابي (4.16) وبدرجة مرتفعة، وأدناها للفقرة رقم (3) التي تنص على "تؤثر الفضائيات الإسلامية في ارتيادي المساجد والمراكز الدينية لتلقي الدروس الدينية" وبدرجة متوسطة، وبلغ المتوسط الحسابي للمجال "الديني" ككل (4.12) وبدرجة مرتفعة.

• المجال الثاني: الأخلاقي

الجدول (11)

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لجميع فقرات المجال الثاني "الأخلاقي" والمجال ككل (ن=690)

الرقم	الفقرة	المتوسط	الانحراف	الرتبة	الدرجة
1	تسهم الفضائيات الإسلامية في تعاملي مع الواقع برضا وقناعة	4.19	00.83	2	مرتفعة
2	تشجعني الفضائيات الإسلامية على حفظ الأمانة	4.16	00.74	5	مرتفعة
3	تعزز الفضائيات الإسلامية قيمة التزامي بالصدق في التعامل مع الآخرين	4.19	00.77	2	مرتفعة
4	تحثني الفضائيات الإسلامية على الإخلاص في العمل	4.10	00.82	7	مرتفعة
5	تشجعني الفضائيات الإسلامية على احترام ملكية الغير والمحافظة عليها	4.20	00.81	1	مرتفعة
6	توجهني الفضائيات الإسلامية إلى ضبط النفس	4.14	00.79	6	مرتفعة
7	توضح الفضائيات الإسلامية حدودي في التعامل مع الجنس الآخر	4.10	00.83	7	مرتفعة
8	تعزز الفضائيات الإسلامية قيمة ايثاري صالح الجماعة على مصلحتي	4.02	00.82	9	مرتفعة
9	تحذرنني الفضائيات الإسلامية من المخدرات وأثارها السلبية	4.17	00.85	4	مرتفعة
المجال ككل (الأخلاقي)		4.14	00.60		مرتفعة

يظهر من الجدول (11) أن المتوسطات الحسابية للمجال الأخلاقي تراوحت بين (-4.2).

(4.20)، كان أعلاها للفقرة رقم (5) التي تنص على "تشجعني الفضائيات الإسلامية على احترام

ملكية الغير والمحافظة عليها" وبدرجة مرتفعة، ثم جاءت الفقرة رقم (1) التي تنص على "تسهم

الفضائيات الإسلامية في تعاملي مع الواقع برضا وقناعة" بمتوسط حسابي (4.19) وبدرجة

مرتفعة، ثم جاءت الفقرة رقم (9) والتي تنص على "تحذرنني الفضائيات الإسلامية من المخدرات

وأثارها السلبية" بمتوسط حسابي (4.17) وبدرجة مرتفعة، وأدناها للفقرة رقم (8) التي تنص على

"تعزز الفضائيات الإسلامية قيمة ايثاري صالح الجماعة على مصلحتي" وبدرجة متوسطة، وبلغ المتوسط الحسابي للمجال "الأخلاقي" ككل (4.14) وبدرجة مرتفعة.

• المجال الثالث: الاجتماعي

الجدول (12)

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لجميع فقرات المجال الثالث "الاجتماعي" والمجال ككل (ن=690)

الرقم	الفقرة	المتوسط	الانحراف	الرتبة	الدرجة
1	تزودني الفضائيات الإسلامية من القدرة على تشكيل علاقات مبنية على التقدير والاحترام	4.19	0.82	2	مرتفعة
2	تحتني الفضائيات الإسلامية على مصاحبة الصالحين والجلوس معهم	4.16	0.76	3	مرتفعة
3	تعزز الفضائيات الإسلامية من لغة الحوار وتفاهمي مع الآخرين	4.13	0.80	5	مرتفعة
4	تحتني الفضائيات الإسلامية على المبادرة بالإلقاء تحية الإسلام	4.23	0.76	1	مرتفعة
5	تساعدني الفضائيات الإسلامية في طرح حلولاً لمحاربة الفساد في المجتمع	4.01	0.88	7	مرتفعة
6	تزودني الفضائيات الإسلامية بمعايير اختيار الأقران والأصدقاء	4.05	0.82	6	مرتفعة
7	تقلل الفضائيات الإسلامية ظاهرة العنف لدي	3.99	0.87	8	مرتفعة
8	تعلمني الفضائيات الإسلامية نبذ العنصرية	4.14	0.80	4	مرتفعة
	المجال ككل (الاجتماعي)	4.11	0.59		مرتفعة

يظهر من الجدول (12) أن المتوسطات الحسابية للمجال الاجتماعي تراوحت بين (3.99-)

4.23)، كان أعلاها للفقرة رقم (4) التي تنص على "تحتني الفضائيات الإسلامية على المبادرة

بالإلقاء تحية الإسلام" وبدرجة مرتفعة، ثم جاءت الفقرة رقم (1) التي تنص على "تزودني

الفضائيات الإسلامية من القدرة على تشكيل علاقات مبنية على التقدير والاحترام" بمتوسط حسابي

(4.19) وبدرجة مرتفعة، وأدناها للفقرة رقم (7) التي تنص على "تقلل الفضائيات الإسلامية ظاهرة

العنف لدي" وبدرجة متوسطة، وبلغ المتوسط الحسابي للمجال "الاجتماعي" ككل (4.11) وبدرجة

مرتفعة.

• المجال الرابع: الثقافي

الجدول (13)

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لجميع فقرات المجال الرابع "الثقافي" والمجال ككل (ن=690)

الرقم	الفقرة	المتوسط	الانحراف	الرتبة	الدرجة
1	تساعدني الفضائيات الإسلامية على تعزيز لغتي العربية الفصيحة	4.09	0.89	2	مرتفعة
2	تحتثي الفضائيات الإسلامية على طلب العلم والمعرفة	4.07	0.77	3	مرتفعة
3	تتيح لي الفضائيات الإسلامية الاطلاع على ثقافات الشعوب وتاريخها	3.96	0.94	4	مرتفعة
4	تغنييني الفضائيات الإسلامية عن قراءة بعض الكتب	3.79	1.04	7	مرتفعة
5	توجهني الفضائيات الإسلامية إلى ضرورة إحياء التراث الإسلامي	3.90	0.94	5	مرتفعة
6	تتيح لي الفضائيات الإسلامية الاطلاع على كل جديد في المجال العلمي	3.89	0.95	6	مرتفعة
7	تشجعني الفضائيات الإسلامية على نشر الثقافة الإسلامية	4.13	0.79	1	مرتفعة
المجال ككل (الثقافي)		3.97	0.70		مرتفعة

يظهر من الجدول (13) أن المتوسطات الحسابية للمجال الثقافي تراوحت بين (3.79-4.13)،

كان أعلاها للفقرة رقم (7) التي تنص على "تشجعني الفضائيات الإسلامية على نشر

الثقافة الإسلامية" وبدرجة مرتفعة، ثم جاءت الفقرة رقم (1) التي تنص على "تساعدني الفضائيات

الإسلامية على تعزيز لغتي العربية الفصيحة" بمتوسط حسابي (4.09) وبدرجة مرتفعة، وأدناها

للفقرة رقم (4) التي تنص على "تغنييني الفضائيات الإسلامية عن قراءة بعض الكتب" وبدرجة

متوسطة، وبلغ المتوسط الحسابي للمجال "الثقافي" ككل (3.97) وبدرجة متوسطة.

النتائج المتعلقة بالإجابة عن السؤال الثالث: هل توجد فروق ذات دلالة إحصائية لدور

الفضائيات الإسلامية في السلوك طلبة الجامعات الأردنية تعزى لمتغيري النوع (ذكر، أنثى)

والسنة الدراسية (أولى، ثانية، ثالثة، رابعة)؟

وينقرع منه:

أ- هل توجد فروق ذات دلالة إحصائية لدور الفضائيات الإسلامية في السلوك طلبه الجامعات الأردنية تعزى لمتغير النوع (نكر، أنثى)؟

للإجابة عن هذا السؤال تم تطبيق اختبار (t.test) للكشف عن الفروق في دور الفضائيات الإسلامية في السلوك طلبه الجامعات الأردنية تبعاً لمتغير الجنس، جدول (14) يوضح ذلك.

الجدول (14)

نتائج اختبار (t.test) للكشف عن الفروق في دور الفضائيات الإسلامية في السلوك طلبه الجامعات الأردنية تبعاً لمتغير الجنس.

الدلالة الإحصائية	قيمة t	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	العدد	الجنس	المجال
0.739	-0.333	0.64	4.12	295	ذكور	الديني
		0.53	4.13	395	إناث	
0.015	2.434	0.65	4.08	295	ذكور	الأخلاقي
		0.55	4.19	395	إناث	
0.144	-1.464	0.60	4.08	295	ذكور	الاجتماعي
		0.58	4.14	395	إناث	
0.798	0.256	0.73	3.98	295	ذكور	الثقافي
		0.68	3.97	395	إناث	
0.230	1.201-	0.59	4.06	295	ذكور	الكلي
		0.50	4.11	395	إناث	

يظهر من الجدول (14) ما يلي:

- بالنسبة للمجال الديني: أظهرت النتائج عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) تبعاً لمتغير الجنس، حيث بلغت قيمة (t) (0.333) وبدلالة إحصائية (0.739).
- بالنسبة للمجال الأخلاقي: أظهرت النتائج وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) تبعاً لمتغير الجنس، حيث بلغت قيمة (t) (2.434) وبدلالة إحصائية (0.015) وكانت الفروق لصالح الإناث بمتوسط حسابي (4.19)، بينما بلغ المتوسط للذكور (4.08).

- بالنسبة للمجال الاجتماعي: أظهرت النتائج عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) تبعا لمتغير الجنس، حيث بلغت قيمة (t) (-1.464) وبدلالة إحصائية (0.144)

- بالنسبة للمجال الثقافي: أظهرت النتائج عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) تبعا لمتغير الجنس، حيث بلغت قيمة (t) (0.256) وبدلالة إحصائية (0.798)

- بالنسبة للاستبيان ككل: أظهرت النتائج عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) تبعا لمتغير الجنس، حيث بلغت قيمة (t) (1.201) وبدلالة إحصائية (0.230)

ب- هل توجد فروق ذات دلالة إحصائية لدور الفضائيات الإسلامية في سلوك طلبة الجامعات الأردنية تعزى لمتغير السنة الدراسية (أولى، ثانية، ثالثة، رابعة)؟

للإجابة عن هذا السؤال تم تطبيق اختبار (One way ANOVA) للكشف عن الفروق في دور الفضائيات الإسلامية في السلوك طلبة الجامعات الأردنية تبعا لمتغير السنة الدراسية، جدول (15) يوضح ذلك.

الجدول (15)

نتائج اختبار (One way ANOVA) للكشف عن الفروق في دور الفضائيات الإسلامية في السلوك طلبية الجامعات الأردنية تبعاً لمتغير السنة الدراسية.

الدلالة الإحصائية	قيمة F	متوسط المربعات	درجات الحرية	مجموع المربعات	مصدر التباين	المجال
0.275	1.296	.433 .334	3 686 689	1.299 229.277 230.577	بين المجموعات خلال المجموعات الكلية	الديني
0.150	1.778	.637 .358	3 686 689	1.911 245.786 247.696	بين المجموعات خلال المجموعات الكلية	الأخلاقي
0.331	1.143	.401 .351	3 686 689	1.202 240.536 241.738	بين المجموعات خلال المجموعات الكلية	الاجتماعي
0.490	0.808	.395 .488	3 686 689	1.184 335.053 336.237	بين المجموعات خلال المجموعات الكلية	الثقافي
0.243	1.395	.407 .292	3 686 689	1.220 199.997 201.217	بين المجموعات خلال المجموعات الكلية	الكلية

يظهر من الجدول (15) ما يلي:

- بالنسبة للمجال الديني: أظهرت النتائج عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) تبعاً لمتغير السنة الدراسية، حيث بلغت قيمة F (1.296) وبدلالة إحصائية (0.275).

- بالنسبة للمجال الأخلاقي: عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) تبعاً لمتغير السنة الدراسية، حيث بلغت قيمة F (1.778) وبدلالة إحصائية (0.150)

- بالنسبة للمجال الاجتماعي: عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة $(\alpha \leq 0.05)$ تبعا لمتغير السنة الدراسية، حيث بلغت قيمة F (1.143) وبدلالة إحصائية (0.331).

- بالنسبة للمجال الثقافي: عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة $(\alpha \leq 0.05)$ تبعا لمتغير السنة الدراسية، حيث بلغت قيمة F (0.808) وبدلالة إحصائية (0.490).

- بالنسبة للاستبيان ككل: عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة $(\alpha \leq 0.05)$ تبعا لمتغير السنة الدراسية، حيث بلغت قيمة F (1.395) وبدلالة إحصائية (0.243).

الفصل الخامس

مناقشة النتائج والتوصيات

يتضمن هذا الفصل مناقشة نتائج الدراسة التي هدفت التعرف إلى دور الفضائيات الإسلامية

في سلوك طلبة الجامعات الأردنية، وفيما يلي مناقشة النتائج بالاعتماد على أسئلة الدراسة:

مناقشة النتائج المتعلقة بالإجابة عن السؤال الأول: ما طبيعة المشاهدة للفضائيات الإسلامية

لدى طلبة الجامعات؟

أظهرت النتائج المتعلقة بطبيعة المشاهدة للفضائيات الإسلامية من حيث أبرز القنوات

الفضائية التي يشاهدها طلبة الجامعات الأردنية الحكومية كانت القناة الفضائية الإسلامية (اقرأ).

واتفقت نتائج الدراسة الحالية مع نتائج دراسة الزوبعي (2006) التي هدفت التعرف على نوع

وشكل المادة المعروضة ونوع البث الذي عرضت به المواد (التلفازية) في قناة اقرأ الفضائية،

والتعرف على الأنماط الاتصالية المتحققة ونوع الجمهور المستهدف ونوع اللغات التي تستخدم في

قناة اقرأ الفضائية، وأظهرت نتائجها أن قناة اقرأ الفضائية تعرض موادها من خلال أحد عشر شكلاً

فنياً شمل (المسلسلات والبرامج لتقافية وبرامج الأطفال وبرامج الحديث وبرامج الحوار...)، وتعرض

القناة موادها بشكل مباشر بنسبة 14.28% من مجمل المساحة الزمنية للبرامج، وقد شكلت المواد

المسجلة نسبة 85.71%، وقد استخدمت القناة لغتين أجنبيتين إلى جانب اللغة العربية هما اللغة

الانجليزية واللغة الفرنسية.

ثم جاءت قناة (المجد) بتكرار (309) وهي قناة مشهورة ويرجع تاريخ بدايتها للعام 2003م

وهي متخصصة في الحديث والعلوم الدينية وقد انفردت شبكة المجد الفضائية بهذا المجال "المجد

للعلوم الدينية" و تقدم قراءة علمية من خلال قنواتها "المجد للحديث النبوي" ولعديد من القضايا

الدينية الهامة التي يحتاجها المسلم في حياته اليومية، لذلك برزت بنسبة متابعة كبيرة بالنسبة للجمهور الأردني وخاصة طلبة الجامعات، وتوسى شبكة المجد الفضائية إلى إبراز سماحة الإسلام والدعوة إلى الخير وتعزيز الانتماء للوطن والأمة العربية والإسلامية، والعناية بالطفل والاهتمام بالشباب والفتيات والأسرة وتنمية الحياة الاجتماعية، وتلتزم شبكة المجد بالسياسات الإعلامية للمملكة العربية السعودية وتسعى لتعزيز دور المواطن السعودي في شتى المجالات على المستوى المحلي والعربي والإسلامي.

وعملت قناة المجد على الربط بالمواقع الإلكترونية العالمية الحديثة (فيسبوك وتويتر ويوتيوب وإنستغرام)، حيث أسست قناة المجد أولى صفحاتها على الفيسبوك عام (2002)، ووصل عدد متابعيها على الفيسبوك (239375) متابع تقريباً في العام 2020م، أما على تويتر فقد بلغ عدد المتابعين (343 ألف) متابع، أما على اليوتيوب بلغ عدد المشاهدات للقناة (144208981)، أما على الإنستغرام فقد تأسست عام (2012) وبلغ عدد متابعيها (101 ألف)، لذلك تحظى بشعبية وانتشار واسع، ويسعى طلبة الجامعات إلى متابعتها.

وأشارت نتائج دراسة عبد الرحمن (2015) أنه يمكن ترسيخ القيم الإسلامية عبر القنوات الفضائية عن طريق إنشاء فضائيات متخصصة ذات مواد إعلامية هادفة تضمن الانتقال التلقائي للمشاهد، وأن هناك علاقة وثيقة بين الإعلام الإسلامي والقيم الإسلامية.

وقد جاءت الوسيلة الثانية اليوتيوب ويعود السبب في ذلك إلى الهاتف النقال الذي يوفر هذه الخدمة في عرض البرامج المتنوعة وبطريقة سهلة ومختصرة، ويمكن مشاهدتها في أي وقت حسب ظروف المتلقي، وبالتالي حصلت على عدد كبير من الاستخدام.

كما أن المواقع الالكترونية حصلت على نسبة عالية أيضاً من المتابعة، ويعود السبب في ذلك إلى توفر الهاتف النقال وأجهزة الكمبيوتر الشخصية والتي يمكن بسهولة استعراض أي مواقع الكترونية من خلالها.

وأظهرت نتائج الدراسة الحالية أن أبرز أنواع البرامج التي يشاهدها طلبة الجامعات الأردنية الحكومية كان برنامج (القصص القرآنية)، ثم جاء برنامج (الوعظ والإرشاد) ومن ثم جاء برنامج (الفتاوي والفقهاء) ومن ثم جاء برنامج (التاريخ والسير) ومن ثم جاء برنامج (البرامج المتعلقة بالأسرة والمرأة) ومن ثم جاء البرنامج الأقل مشاهدة برنامج (الدراما الدينية).

وأظهرت الدراسة الحالية أن أبرز النتائج المتعلقة بمدى مشاهدة الطلبة الجامعات الأردنية الحكومية كانت المدة (من 15 دقيقة - 30 دقيقة)، ومن ثم جاءت المدة (من 31 دقيقة - 59 دقيقة) ومن ثم جاءت المدة (من ساعة إلى ساعتين) ومن ثم جاءت أقل مدة مشاهدة (أكثر من ساعتين).

وتعتمد مدة المشاهدة على كثير من العوامل وحسب ما أشارت إليه نظرية الاعتماد الإعلامي، وهو قوة التحفيز العاطفي والعلمي للمشاهدين، حيث يزيد التحفيز العاطفي من مستوى رضا الفرد أو الطالب الجامعي، ويعمل على تنشيط المحفزات السابقة لبلوغ مستوى أعلى من مدة المشاهدة، فالتفاعل المستمر مع قنوات معينة بإثارة ايجابية يزيد لدى الطلبة الذين أثروا إدراكياً وعاطفياً من قبل، فضلاً عن زيادة التنسيق الدقيق للمعلومات بعد التعرض، وبالتالي زيادة التأثيرات الإعلامية في الطلبة على المستوى المعرفي أو الوجداني أو حتى السلوكي على المدى الطويل وبالتالي زيادة مدة المشاهدة.

كما أن معظم الطلبة يعتمدون على وسيلة اليوتيوب وشاشة (التلفاز) في متابعة البرامج الدينية المتنوعة، ومدة هذه البرامج معظمها لا تتجاوز ربع ساعة وخاصة على اليوتيوب وتصل

إلى ساعة على شاشة (التلفاز) لذلك هذه المدة حظيت بأكبر تكرار لدى أفراد عينة الدراسة من الطلبة.

وأظهرت الدراسة الحالية أن أبرز النتائج المتعلقة بفترات المشاهدة التي يفضلها طلبة الجامعات الأردنية الحكومية كانت الفترة (المسائية من الساعة 6-9)، وتعزو الباحثة هذه النتيجة إلى الفترة المسائية فترة السهرة واجتماع العائلة، وبالتالي تكون الفرصة مهيئة بشكل كبير لمشاهدة القنوات الفضائية وبرامجهم المفضلة، ثم جاءت فترة الظهيرة (الساعة 1-5) بالمرتبة الثانية حيث أن بعض الطلبة يشاهدون التلفاز بعد العودة من الجامعة وتناولهم وجبة الغداء، وأخيراً جاءت فترة السهرة من الساعة (10-11)، لأن بعض الطلبة يتأخرون في مشاهدة القنوات الفضائية لساعات متأخرة من الليل.

واتفقت نتائج الدراسة الحالية مع نتائج دراسة الهاشم (2012) والتي أجريت في اليمن وأظهرت أن وقت ما بعد العشاء هو وقت الذروة للمشاهدة.

وأشارت نتائج دراسة سيوان (2016) أن أكثر نسبة من الطلبة المبحوثين غالباً ما يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي لأكثر من ثلاث سنوات ويفضلون استخدام المواقع ليلاً وباستخدام الهاتف الذكي ويستخدمون موقع الفيس بوك وأحياناً ما يستخدمون المواقع لتعزيز القيم الدينية، كما يحرصون على تعزيز جميع القيم عن طريق استخدامهم هذه الشبكات بصدق، وأيضاً أغلب من يستخدم شبكات التواصل الاجتماعي يكون بدافع التعبير عن الآراء والموافق بكل حرية ومثلت تحقيق الراحة النفسية بتداول الأذكار.

مناقشة النتائج المتعلقة بالإجابة عن السؤال الثاني: ما دور الفضائيات الإسلامية في سلوك

طلبة الجامعات الأردنية من وجهة نظر طلبة الجامعات الأردنية؟

أظهرت النتائج أن المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لمجالات مقياس دور الفضائيات الإسلامية في سلوك طلبة الجامعات الأردنية جاءت بدرجة مرتفعة، وكان أعلاها للمجال الأخلاقي، ثم جاء المجال الديني، ثم المجال الاجتماعي، وأخيراً جاء المجال الثقافي.

وتجدر الإشارة إلى أن الفضائيات الإسلامية نشأت وتطورت وتعددت طرق وأساليب العرض والتقديم في ظل التطورات المتسارعة بمجال علوم الاتصال وتكنولوجيات المعلومات فتمكنت من تسخير مستجدات هذه التكنولوجيا في طرح الأفكار بأساليب فنية وعملية مبتكرة مستعينة من بمارته هذه التقنيات من تسهيلات علمية ومعرفية بهدف نشر الوعي والتثقيف الديني، وهي ليست فقط مقتصرة على القرآن والسنة النبوية والتفسير وأصول الدين في برامجها، وإنما تضم البرامج العامة والهادفة والترفيهية الموافقة للمنهج الإسلامي السليم، فمن خلال البرامج الدينية والدراما الدينية التي تجسد سير الصحابة والغزوات التي قام بها - رسول الله صل الله عليه وسلم - وأصحابه الكرام، والتي تقرب وتشعر المشاهدين كيف كانت الحياة في عصر - الرسول صل الله عليه وسلم -، يكون لها دور عظيم الأثر في نفوس المشاهدين، وتمكينهم من حفظ المعلومات التاريخية الدينية بسلاسه ويُسّر، لاقتزان الصورة والصوت معاً كأن المشاهد داخل الأحداث المعروضة.

وبدون شك أصبحت القنوات الفضائية أداة للتأثير على الشباب وشخصياتهم وسلوكهم الاجتماعي، وهي بالغة الأثر على النواحي الاجتماعية والثقافية والأخلاقية، وتستهدف جميع شرائح المجتمع وأطيافه دون استثناء، فهي تعمل بطريقة أو بأخرى في التأثير والتغيير خاصة على

الشباب سلبا أو إيجابا، وتتعكس هذه الآثار في أنماط تفكير وسلوك الشباب، ومظهرهم الخارجي ومستواهم الدراسي وتوافقهم الأسري الاجتماعي.

واتفقت هذه النتائج مع نتائج معظم الدراسات السابقة مثل دراسة الحميدة (2018) التي أظهرت أن نسبة (58.4%) من العينة يعتمدون على البرامج الدينية في تشكيل الصورة الذهنية، وأظهرت النتائج وجود علاقة ارتباطية موجبة بين طبيعة الصورة الذهنية لدى أفراد العينة والأبعاد السلوكية والوجدانية والمعرفية.

كما اتفقت نتائج الدراسة الحالية مع نتائج دراسة الصالح (2016) التي أظهرت ضرورة تطبيق السلوك الفعلي من الكتاب والسنة والإجماع والقياس في ظل مقدرات الطالب الجامعي بالسودان على التفاعل مع المجتمع من حوله.

مناقشة النتائج المتعلقة بالمجال الديني:

أظهرت النتائج أن المجال الديني جاء بدرجة مرتفعة، كان أعلاها للفقرة رقم (7) التي تنص على "توجهني الفضائيات الإسلامية إلى التدبر والتفكر بعظمة الله تعالى" وبدرجة مرتفعة، ثم جاءت الفقرة رقم (1) التي تنص على "تقوي الفضائيات الإسلامية الوازع الديني لدي"، ثم جاءت الفقرة رقم (6) والتي تنص على "تحتني الفضائيات الإسلامية على الأخذ والتلقي من كبار علماء الشريعة"، وأدناها للفقرة رقم (3) التي تنص على "تؤثر الفضائيات الإسلامية في ارتيادي المساجد والمراكز الدينية لتلقي الدروس الدينية" وبدرجة متوسطة.

ويعود السبب في ذلك إلى تركيز أهداف الإعلام الإسلامي في الوقت الحاضر بالتعريف الصحيح بالإسلام عبادة ومنهج حياة، وتوضيح القيم الإيجابية البناءة التي يؤكد الإسلام لإسعاد المجتمع والارتقاء بأفراده، في ظل التشويه الحاصل على صورة الإسلام من بعض الخارجين عن التعاليم الإسلامية الصحيحة وتوضيح رسالة الإسلام القائمة على التسامح والمساواة.

كما أن بنية البرامج في الفضائيات التي تتبنى التوجه الإسلامي تنطلق من القسمين النقلي والعقلي وهي البرامج التفسيرية والتحليلية، والإعلام الإسلامي يحترم العقل الإنساني، ويقدر الفكر البشري، ويضع الحجج العقلية والأساليب المنطقية على رأس طرق التفاهم والنقاش والجدل المفيد، كما يجعل فيما خلق الله أهم مداخل الإيمان بالله، والتصديق بما جاء به محمد صلى الله عليه وسلم، وهي برامج تطرح قضايا جوهرية في الدين كالعقيدة والتوحيد من خلال تقديم تفسير القرآن الكريم والأحاديث النبوية وإضافة إلى هدفها التعليمي فهي تسعى إلى تقوية إيمان المتلقي بدينه عن طريق مقارنة آخر ما توصل إليه العلم بحقائق الدين، وهذا ما يسمى ببرامج الإعجاز العلمي وهذه النوعية من البرامج تكون بكثرة في القنوات المتخصصة كبرامج الطب النبوي.

وبالتالي استفادت الباحثة من الفروض الأساسية التي تنطلق منها نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام في تحديد التأثير السلوكي نتيجة الاعتماد على الفضائيات الإسلامية كمصدر للمعلومات لدى طلبة الجامعات، حيث تستنتج الباحثة أن الاعتماد على وسائل الإعلام يؤدي إلى حصول الفرد على المعلومات التي تفسر الوقائع من حوله، وتساعد على تفهم الأزمات والتفاعل معها وأساليب مواجهتها عن طريق تبني سلوك معين، كما يتمكن من اكتساب القيم والمعايير القائمة في المجتمع وتغيير أو تعديل أو اكتساب آراء واتجاهات خاصة بالمواقف المحيطة به. واتفقت هذه النتيجة مع نتائج دراسة (Farashbandi, & Zangeneh, 2017) التي أظهرت أن كمية مشاهدة القنوات الفضائية لها تأثير على المعتقدات الدينية للشباب بمعنى أن مقدار مشاهدة شبكات الأقمار الصناعية زاد من معتقدات الشباب الدينية.

واتفقت نتائج الدراسة الحالية أيضاً مع نتائج دراسة الهلال (2015) التي أجريت في مصر وأظهرت ارتفاع نسبة من يشاهدون البرامج الدينية بالقنوات الفضائية من طلاب الجامعات إلى نسبة 81 % للذكور والإناث، وجاءت تعدد القضايا المتنوعة التي تتناولها البرامج الدينية في مقدمة

الأسباب لمشاهدة تلك البرامج الدينية المذاعة بالقنوات الفضائية، وأظهرت النتائج الميدانية أن نسبة 48,5% من إجمالي طلاب الجامعات (عينة الدراسة) الذين يشاهدون البرامج الدينية يعتمدون عليها وذلك لمعرفة الآراء الوسطية في الإسلام بدرجة متوسطة.

وفيها كانت نسبة 28,7% أن اعتمادها على البرامج في معرفة الآراء الوسطية في الإسلام محدودة وجاءت نسبة 22,8% يعتمدون عليها في معرفة الآراء الوسطية في الإسلام، واهتمام البرامج الدينية عينة الدراسة بالمعاملات والأخلاق في الترتيب الأول وذلك بنسبة 28.28% يليها جانب العقائد الترتيب الثاني بنسبة 21.93%، يليها الفتاوي وذلك بنسبة 20.90%، ثم جاءت العبادات في الترتيب الرابع ضمن أنواع الموضوعات الواردة بمضمون البرامج الدينية عينة الدراسة بنسبة بلغت 18.65%، يليها الفقه بنسبة بلغت 7.58% من إجمالي أنواع الموضوعات الواردة بمضمون البرامج الدينية عينة الدراسة .

مناقشة النتائج المتعلقة بالمجال الأخلاقي:

توصلت النتائج أن المجال الأخلاقي جاء بدرجة مرتفعة، كان أعلاها المتوسطات للفقرة رقم (5) التي تنص على "تشجعي الفضائيات الإسلامية على احترام ملكية الغير والمحافظة عليها" وبدرجة مرتفعة، ثم جاءت الفقرة رقم (1) التي تنص على "تسهم الفضائيات الإسلامية في تعاملتي مع الواقع برضا وقناعة"، ثم جاءت الفقرة رقم (9) والتي تنص على "تحذرنى الفضائيات الإسلامية من المخدرات وأثارها السلبية"، وأدناها لفقرة رقم (8) التي تنص على "تعزز الفضائيات الإسلامية قيمة إيثاري صالح الجماعة على مصلحتي" وبدرجة متوسطة.

ويعود السبب في ذلك إلى أن الإعلام الإسلامي أصبح يشكل واحدة من أهم مرتكزات الدولة الإسلامية التي تسعى للتطوير، فأى مجتمع لا يولي النظام الإعلامي أهمية كبيرة لن يستطيع أن يواكب الدول المتقدمة، ومنها تأتي أهمية تضافر المجالات كافة، حيث أكد الخالد (2015) أنه في

ضوء التطور المعرفي والتكنولوجي الهائل، وفي ضوء الانفجار الإعلامي كان المجتمع الإسلامي أحد المجتمعات التي تأثرت به ولا سيما المجتمع الأردني، فأصبح المجتمع يتعرض لسيل عارم من الفضائيات التي تركز على القنوات المختلفة، ولهذا لا بد من العلماء والدعاة أن يكون لهم الدور الكبير في إرشاد الشباب وتوجيههم إلى الأخلاق والمبادئ الإسلامية، والتحذير من خطر الإعلام الفاسد، من خلال الإعلام الموجه التوعوي الصادق.

كما أن القنوات الفضائية تتضمن برامج سردية تهدف إلى إبراز الدين الإسلامي وقيمه الأخلاقية بسرد سيرة الرسول عليه السلام والصحابة وكل ما تعلق بالتاريخ الإسلامي، كما تقوم الفضائيات الإسلامية على استخدام منهج إسلامي بأسلوب فني إعلامي يقوم به المسلمون العاملون والعاملون بدينهم والمتفهمون لتلك الوسائل المتطورة لنشر الأفكار المتحضرة والأخبار الحديثة والقيم والمبادئ والمثل الأخلاقية للمسلمين ولغير المسلمين في كل زمان ومكان في إطار الموضوعية التامة بهدف التوجيه والتوعية، والإرشاد لإحداث التأثير المطلوب في الأخلاق والقيم. وانفقت نتائج الدراسة الحالية أيضاً مع نتائج دراسة الهلال (2015) التي أظهرت اهتمام البرامج الدينية في القنوات الفضائية بالمعاملات والأخلاق في الترتيب الأول وذلك بنسبة 28.28%.

كما انفقت مع نتائج دراسة عبد الرحمن (2015) التي أظهرت أن هناك علاقة بين عمل القنوات الفضائية الإسلامية وتحقيق القيم الفاضلة.

مناقشة النتائج المتعلقة بالمجال الاجتماعي:

أظهرت النتائج أن المجال الاجتماعي جاء بدرجة مرتفعة، كان أعلاها المتوسطات للفقرة رقم (4) التي تنص على "تحثي الفضائيات الإسلامية على المبادرة بالإلقاء تحية الإسلام" وبدرجة مرتفعة، ثم جاءت الفقرة رقم (1) التي تنص على "تزودني الفضائيات الإسلامية من القدرة على

تشكيل علاقات مبنية على التقدير والاحترام"، وأدناها للفقرة رقم (7) التي تنص على "تقل الفضائيات الإسلامية ظاهرة العنف لدي" وبدرجة متوسطة.

ويعود السبب في ذلك الى أن الفضائيات تخاطب الجماهير على اختلاف مستوياتهم واهتماماتهم بالأسلوب الذي يناسبهم، ويرفع من مستواهم عن طريق لغة مشتركة تستفيد من الصورة والحركة في الاتصال اللغوي، فهذا ساعد على سد الفجوة بين الفئات المختلفة سواءً أكان من مستوى اقتصادي أو اجتماعي وتعليمي مختلف؛ فالأمي والمتعلم يتابعون الأخبار والبرامج بكل سهولة.

ويشير النصيرات وخاطر (2014) إلى أن الأطباق الفضائية تحولت إلى ظاهرة اجتماعية عامة مما دفع بالعديد من الباحثين في مجال علم الاجتماع والإعلام إلى دراستها كظاهرة لها آثارها الاجتماعية والثقافية، وتتبع هذه الآثار في أنماط تفكير وسلوك الشباب، ودراسة طبيعة التأثير الاجتماعي والتوجيهي الذي تلعبه القنوات الفضائية في التأثير على قيم الشباب وسلوكاته ومظهرهم الخارجي ومستواهم الدراسي وتوافقهم الأسري الاجتماعي. واتفقت هذه النتائج مع نتائج دراسة العلي (2015) التي أظهرت أن الفضائيات تؤثر على الأطفال من خلال توظيف الصورة بفاعلية ثم اللغة المنطوقة، ومن خلال أساليبها الفنية الواقعة على الطفل ومن ثم يقومون بالتقليد الفوري لما يشاهدونه.

واتفقت هذه النتائج مع نتائج دراسة (Biberman, Gul, & Ocakli, 2016) التي هدفت الكشف عن توجيه الإسلام في الروايات الدينية على (التلفاز) الباكستاني وتأثيرها على الشباب الباكستاني. وأظهرت أن الشباب في باكستان يشاهدون العروض الدينية من دافع الشعور بالمسؤولية الاجتماعية، وأنهم يفعلون ذلك ليس فقط لأنفسهم، ولكن بالنسبة للآخرين، سواءً أكان ذلك في الأسر أم المجتمعات.

كما اتفقت هذه النتائج مع نتائج دراسة القضاة (2012) التي أجريت على الشباب الخليجي في قطر وأظهرت وجود تأثيرات مرتفعة على عدد من النواحي السلوكية، أهمها السهر لأوقات متأخرة وبنسبة (50.1%).

كما اتفقت مع نتائج دراسة الجريبيع (2009) التي أظهرت أن الخطاب الديني في الفضائيات العربية لا يتطرق بشكل كاف وفصل لأهم مشكلات المجتمع العربي، وأن هناك تخوفاً من قبل العلماء ورجال الدين تجاه ظاهرة العولمة، كما وشكل موضوع المرأة الخلاف بين العلماء والمفكرين في البرامج الدينية في قضيتي اللباس والعمل.

وأظهرت نتائج دراسة دشتي (2005) التي بحثت أثر مشاهدة البرامج الفضائية على المهارات الاجتماعية لدى عينة من الأطفال بدولة الكويت، أظهرت وجود علاقة بين نوعية البرامج الفضائية التي يشاهدها الأطفال وعدد ساعات المشاهدة بالمهارات الاجتماعية للأطفال وهي: التعبير الانفعالي، والحساسية الانفعالية، والضبط الانفعالي، والتعبير الاجتماعي، والحساسية الاجتماعية، والضبط الاجتماعي.

مناقشة النتائج المتعلقة بالمجال الثقافي:

أظهرت النتائج أن المجال الثقافي جاء بدرجة مرتفعة، وكان أعلاها المتوسطات للفقرة رقم (7) التي تنص على "تشجعي الفضائيات الإسلامية على نشر الثقافة الإسلامية" وبدرجة مرتفعة، ثم جاءت الفقرة رقم (1) التي تنص على "تساعدني الفضائيات الإسلامية على تعزيز لغتي العربية الفصيحة" بمتوسط حسابي (4.09) وبدرجة مرتفعة، وأدناها للفقرة رقم (4) التي تنص على "تغنيني الفضائيات الإسلامية عن قراءة بعض الكتب" وبدرجة متوسطة، وبلغ المتوسط الحسابي للمجال "الثقافي" ككل (3.97) وبدرجة مرتفعة.

ويعود السبب في ذلك إلى إن الإعلام الإسلامي له أهداف تغطي كل مناحي الحياة، منها الثقافية لنشر الوعي والفهم والمعرفة، واجتماعية ترمي إلى تماسك المجتمع وترابطه، وغرس روح التعاون فيما بين أفرادهم. ويؤكد اللحياني (2012) أن الفضائيات الإسلامية تطورت وتعدت طرق وأساليب العرض والتقديم في ظل التطورات المتسارعة بمجال علوم الاتصال وتكنولوجيات المعلومات فتمكنت من تسخير مستجدات هذه التكنولوجيا في طرح الأفكار بأساليب فنية وعملية مبتكرة مستعينة من بما وفرته هذه التقنيات من تسهيلات علمية ومعرفية بهدف نشر الوعي والتثقيف الديني تمكنت الفضائيات الإسلامية من توضيح وشرح العديد من المفاهيم وفسح المجال للسؤال وإعطاء مجال فرصة للفتاوى المتوافقة مع العصر.

واتفقت مع هذه النتائج دراسة عبد الكريم (2015) التي أظهرت نجاح الفضائيات الإسلامية في نشر الوعي والعلم، الجمهور يشاهدون البرامج التي تدعو إلى توحيد الأمة الإسلامية في الفضائيات الدعوية والبرامج التي تناقش الخلافات المذهبية وكذلك البرامج التي تنشر الفكر الإسلامي الصحيح وتزرع الأمل في وحدة الأمة الإسلامية. كما اتفقت مع نتائج دراسة إيراني وآخرون (Irani, Ghasemzadeebli, Domehri, Mokhtar, & Eshglo, 2014) وأظهرت أن للقنوات الفضائية التأثير على جمهورها من خلال تقديم برامج متنوعة في مجالات مختلفة مثل الاستهلاك والبعث الاجتماعي والثقافي والهوية الوطنية والدينية وحتى المحلية.

واتفقت أيضاً مع نتائج دراسة الهاشم (2012) التي أجريت في اليمن وأظهرت أن للثورة اليمنية والأزمة السياسية التي مرت بها اليمن تأثير واضح في نوعية البرامج التي تبثها القناة والأساليب الإعلامية المستخدمة ويفضلها الشباب كانت البرامج الإخبارية والسياسية الأكثر بثاً ومتابعة وكان أسلوب الحوار والحديث المباشر الأكثر استخداماً وتفضيلاً.

كما اتفقت نتائج الدراسة الحالية مع نتائج دراسة بلغيث (2008) التي أظهرت أن 82% من عينة الدراسة ترى أن الفضائيات العربية تُساهم في ربط المشاهد بجذوره الثقافية العربية الإسلامية، وما نسبته 98% من المبحوثين يرون أن الفضائيات العربية تتناول مواد تتعلق بالتاريخ العربي الإسلامي مع التفاوت في حجم البرامج بين القنوات المساهمة في ذلك.

كما اتفقت مع نتائج دراسة المنصور (2007) التي أظهرت وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين اعتماد المراهقين على الخطاب الديني بالقنوات الفضائية الدينية المتخصصة كمصدر للمعلومات ومستوى الثقافة الدينية لديهم، وأيضاً بين الدوافع الهادفة ومستوى الثقافة الدينية. مناقشة النتائج المتعلقة بالإجابة عن السؤال الثالث: هل توجد فروق ذات دلالة إحصائية لدور الفضائيات الإسلامية في السلوك طلبة الجامعات الأردنية تعزى لمتغيري النوع (ذكر، أنثى) والسنة الدراسية (أولى، ثانية، ثالثة، رابعة)؟

أظهرت النتائج المتعلقة بهذا السؤال عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) في جميع المجالات (الديني والأخلاقي والاجتماعي والثقافي) تبعا لمتغير الجنس، والسنة الدراسية.

ويعود السبب في ذلك إلى أن جميع أفراد عينة الدراسة متفقون على دور الفضائيات الإسلامية في سلوك طلبة في جميع المجالات، حيث يتأثر الذكور والإناث بدرجة كبيرة وبنسب متقاربة بهذه القنوات، كما لا يوجد فروق في مستوى هذا التأثير تبعا للسنة الدراسية، حيث أن الطلبة في جميع السنوات الدراسية يتأثرون بمشاهدة الفضائيات الإسلامية، وتجدر الإشارة إلى أن التقدم التكنولوجي ساهم في إدخال الفضائيات بشكل واضح وسهل إلى حياة الناس، وظهر له تأثير واضح على المجال الاجتماعي والثقافي للمتلقين مما يساعد على تغير السلوك البشري (Shamsher, & Abdullah, (2012

واختلفت نتائج الدراسة الحالية مع نتائج (Heidari, Mirfardi, & Ramezani, 2014) التي هدفت إلى مقارنة بين الهوية الدينية للجنسين وعلاقتها باستهلاك وسائل الإعلام ((التلفاز والأقمار الصناعية)، وتكونت عينة الدراسة من (300) من طلاب المدارس الثانوية من الذكور والإناث في مارفشت، وأشارت النتائج إلى أن الفتيات أكثر ارتباطاً بالأولاد من الأولاد فيما يتعلق بالأبعاد الثلاثة للهوية الدينية، أي العاطفة والمعتقد والممارسة، وأن الفتيات يشاهدن (التلفاز) في الغالب بينما كان الأولاد يشاهدون برامج الأقمار الصناعية. وكان هناك نموذج لاستهلاك الوسائط على أساس الجنس. وكانت العلاقة بين متغيرات (التلفاز) والأقمار الصناعية مع أبعاد الهوية الدينية إيجابية وسلبية على التوالي. من أن (التلفاز) والقمر الصناعي لهما بعض التأثيرات على الهوية الدينية، ف(التلفاز) له تأثيرات النوع الاجتماعي على المعتقد والعاطفة، بينما البرامج الفضائية لها تأثيرات النوع الاجتماعي على الممارسة.

كما اختلفت هذه النتائج مع نتائج دراسة القضاة (2012) التي أجريت في قطر، وأظهرت وجود دلالة إحصائية لعدد من الجوانب السلوكية مع متغيرات السكن والجنس بمتوسط (3.71) لصالح منزل مستقل وبمتوسط (3.49) لقاطني الشقق، وأيضاً نشر المحطات الفضائية الأجنبية للثقافة الأجنبية بمتوسط (4.40%) لصالح الإناث وبمتوسط (4%) للذكور.

كما اختلفت هذه النتائج مع نتائج دراسة الجريبيع (2009) التي أظهرت فروق ذات دلالة إحصائية في التأثير الخطاب الديني على الشباب حسب مكان الإقامة، وحسب السنة الدراسية وحسب متغير الجنس.

التوصيات

بالاعتماد على النتائج التي تم التوصل إليها توصي الدراسة بما يلي:

- الاهتمام بالبرامج الدينية التي تبثها الفضائيات الإسلامية من حيث المحتوى والمضمون بحيث تطرح موضوعات مفيدة لها طابع وتفسير عقلي وتخاطب جميع فئات المجتمع.
- رصد الظواهر التي تتعرض لها القنوات الفضائية غير الإسلامية وتحاول تشويه صورة الإسلام من خلالها، ثم عقد ندوات خاصة لتوضيح هذه المفاهيم المغلوطة حول الإسلام ومنها الإرهاب والتطرف.
- التركيز على بث البرامج الشبابية في أوقات المساء أو السهرة بعد المغرب كونها الأكثر مشاهدة من بين فئات المجتمع وخاصة الشباب.
- التركيز في بث البرامج المتعلقة بالأمهات في وقت الصباح والظهر كونها الفترة الأفضل للمشاهدة لدى الأمهات وخاصة غير العاملات.
- استضافة علماء إسلاميين لهم مكانتهم من حيث العلم والثقافة في ندوات تثقيفية وتوعية للشباب للتعريف بالمفاهيم الدينية الصحيحة وتعزيزها وخاصة تلك التي لها علاقة مباشرة بحياتهم الواقعية مثل الأسرة، ومكاسب العيش (الرزق) والزكاة، والتعاون والتآزر في مجتمع مسلم.
- التركيز على الموضوعات الأخلاقية ومحاربة البرامج الفاسدة والتي تهدف إلى طمس الهوية الإسلامية في مجتمعاتنا وخاصة بما يتعلق بالمرأة والتي تبثها القنوات الفضائية المغرضة.
- تخصيص برامج قرآنية تناقش قضايا جدلية مثل الكون والحياة وفلسفة الوجود، وتناقش شمولية ودقة القرآن في توضيح هذه المفاهيم.

قائمة المصادر والمراجع

المراجع العربية

إبراهيم، محمد. (2011). تكنولوجيا العالم، تطبيق على العالم في بعض الدول العربية، القاهرة: دار الكتاب الحديث.

أبو إصبع، صالح. (2006). الاتصال والإعلام في المجتمعات المعاصرة. عمان: دار مجدلاوي للنشر.

أبو عرقوب، إباد. (2017). الإعلام الإذاعي والتلفزيوني. عمان: دار البداية.

البكري، طارق. (2007). أثر الفضائيات الإسلامية في الأفراد والمجتمعات، مؤتمر الفضائيات الإسلامية واقعها وآفاقها، بعنوان: الفضائيات الإسلامية.. واقعها وآفاقها، جامعة الكويت، 6/ مايو/ 2007.

بلغيث، سلطان. (2008). واقع إسهام الفضائيات العربية في نشر الثقافة العربية الإسلامية دراسة ميدانية من وجهة نظر عينة من الشباب الجامعي، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة تبسة، الجزائر.

بوخاري، نهلة. (2016). الفضائيات العربية ودورها في تعزيز القيم الاجتماعية لدى الطالب الجامعي (دراسة ميدانية لعينة من طلبة السنة الأولى ماستر علم الاجتماع)، رسالة ماجستير منشورة، جامعة محمد بوضياف، الجزائر.

البياتي، ياس. (2010). المجتمع الخليجي وإشكاليات تأثير الصورة المتلفزة، الباحث الاعلامي، (8)، 62-87.

تركي، نجوى. (2016). الإعلام وإدارة الأزمات الاحتلال الإسرائيلي للأراضي الفلسطينية، القاهرة: مكتبة جزيرة الورد.

التميمي، مهدي. (2006). مهارات التعليم: دراسات في الفكر والأداء التدريسي. الأردن: دار كنوز المعرفة.

الجريبيع، محمد. (2009). الخطاب الديني في الفضائيات العربية: دراسة سوسيولوجيا التأثير على الشباب الأردني، أطروحة دكتوراه، الجامعة الاردنية، عمان، الأردن.

الجنابي، حردان. (2016). الإعلام الإسلامي الإلكتروني: دراسة للمواقع الإسلامية على الإنترنت. القاهرة: العربي للنشر والتوزيع.

حجاب، محمد منير. (2002). الإعلام الإسلامي، المبادئ، النظرية، التطبيق. عمان: دار الفجر للنشر والتوزيع.

حسن، زينب. (2018). فتاوى الفضائيات.. تأثيرها على الجمهور، القاهرة: دار العربي للنشر والتوزيع، مصر.

حسينة، قانة. (2009). الإعلام الإسلامي في مواجهة العولمة دراسة وصفية تحليلية في الصراع بين القيم قناة الرسالة الفضائية نموذجا. رسالة ماجستير منشورة، جامعة الجزائر، الجزائر.

الحلواني، ماجي. (2002). الإعلام الإذاعي والتلفزيوني والفضائي، ط1، دمشق: دار اليمان للطباعة.

الحميدة، سماح. (2018). دور البرامج الدينية في الفضائيات العربية بتشكيل الصورة الذهنية لعلماء الدين الإسلامي ودعائه. رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة اليرموك، الأردن.

الحمود، سامي. (2013). برامج القنوات الفضائية الإسلامية وضوابطها الشرعية، ط1، المملكة العربية السعودية،: مكتبة الرشد.

الخالدي، إبراهيم. (2015). اتجاهات طلبة الجامعات الأردنية نحو البرامج التي تقدمها قناة الرسالة الإسلامية. مجلة المنارة، 21(2)، 377-394.

الخطيب، جمال. (2003). تعديل السلوك الإنساني. ط1، الكويت: دار الفلاح للنشر.

خورشيد، كامل. (2014). الاتصال الجماهيري والإعلام: التطور والخصائص والنظريات. عمان: دار المسيرة للنشر والتوزيع

دشتي، فاطمة. (2005). أثر مشاهدة البرامج الفضائية على المهارات الاجتماعية لدى عينة من الأطفال بدولة الكويت، مجلة رسالة الخليج العربي، 4 (103)، 1-44.

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

الدليمي، عبد الرزاق. (2013). الإعلام الإسلامي، ط1، عمان: دار المسيرة للنشر.

الدليمي، عبد الرزاق. (2016). نظريات الاتصال في القرن الحادي والعشرين. عمان: اليازوري.

الراوي، خالد حبيب. (2010). تاريخ الصحافة والإعلام في العراق منذ العهد العثماني وحتى حرب الخليج الثانية 1980-1991. دمشق: دار صفحات للدراسات والنشر.

الردادي، عائض. (1999). ضياع الهوية في الفضائيات العربية، كتيب المجلة العربية، عدد (37) 1999.

زايد، فهد. (2010). التحديات الاستراتيجية التي تواجه الأردن والحلول المقترحة: قراءة تحليلية نقدية. ط1، عمان: دار يافا العلمية للنشر والتوزيع.

الزوبعي، هاشم. (2006). الدعوة الإسلامية في القنوات الفضائية - بحث تحليلي للمواد التلفزيونية المعروضة في قناة أقرأ الفضائية الإسلامية. مجلة كلية التربية الأساسية. 9 (48)، 193-222.

السالم، مفيد. (2016). الاعلام الاسلامي. عمان: الجنادرية للنشر والتوزيع

السدحان، عبد الله. (1994). قضاء وقت الفراغ وعلاقته بانحراف الأحداث، الرياض: المركز العربي للدراسات الأمنية والتجريب.

السماسيري، محمود. (2008). فلسفات الإعلام المعاصرة في ضوء المنظور الإسلامي. فيرجينيا: المعهد العالمي للفكر الإسلامي.

سيوان، ليندة. (2016). استخدام شبكات التواصل الاجتماعي في تعزيز القيم الدينية لدى الطالب الجامعي، رسالة ماجستير، جامعة العربي بن مهدي، المغرب.

شراب، محمد. (1996). الإذاعة المرئية وأهميتها في حياة المجتمع. *المجلة الإعلامية*، 1(3)، 122-132.

الشريفين، عماد (2002). *تعديل السلوك الإنساني في التربية الإسلامية*، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة اليرموك، الأردن.

الصالح، الزهراء. (2016). *توظيف الفكر التربوي الإسلامي في تعديل السلوك لدى طلبة المرحلة الجامعية*، رسالة ماجستير غير منشورة، أم درمان، السودان.

صحراوي، حليلة. (2017). *إقبال الشباب الجزائري على القنوات الفضائية الإسلامية -دراسة ميدانية على عينة من شباب مدينة أم البواقي-*، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة العربي بن مهدي - أم البواقي-، الجزائر.

عباس، رضوى. (2014). *التعرض لبرامج الشباب في الفضائيات العربية وعلاقته باتجاهات المراهقين نحو مشكلاتهم*، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة عين شمس، مصر.

عبد الجبار، حسين. (2009). *اتجاهات الإعلام الحديث والمعاصر*. عمان: دار أسامة.

عبد الحليم، محي الدين. (1992). *الإعلام الإسلامي الأصول والقواعد والأهداف*. الرياض: مؤسسة اقرأ الحديثة.

عبد الرحمن، أميرة. (2015). *دور القنوات الفضائية في ترسيخ القيم الإسلامية بالتطبيق على قناة طيبة الفضائية (خلال الفترة 2013 - 2014)*. رسالة ماجستير منشورة، جامعة الرياض الوطني.

عبد الظاهر، حمدي. (2020). *القنوات الفضائية المتخصصة*. القاهرة: دار ضمة للنشر والتوزيع.

عبد الكريم، انتصار. (2015). *دور الفضائيات الإسلامية المتخصصة في تعزيز وحدة الأمة*، أطروحة دكتوراه، جامعة أم درمان، السودان.

عبد الله، إبراهيم. (2010). عادات وأنماط مشاهدة طلبة الجامعات الأردنية للقنوات الفضائية الإسلامية: قناة الرسالة أنموذجاً. رسالة ماجستير غير منشورة. جامعة الشرق الأوسط للدراسات العليا، عمان، الأردن.

العبد الله، مصطفى. (2005). علاقة الفضائيات العربية بالصحافة المصرية، الحديدي، منى، مكاي، حسين، الفضائيات العربية ومتغيرات العصر، أعمال المؤتمر العلمي الأول للأكاديمية الدولية لعلوم الإعلام، الفضائيات العربية، الدار المصرية اللبنانية.

العجيلي، زينب جواد حسين. (2016). المساعدة الفعالة وعلاقتها بالتعاطف والتقمص الوجداني لدى المرشدين التربويين، رسالة ماجستير، كلية التربية الأساسية، الجامعة المستنصرية.

عطوان، فارس. (2009). الفضائيات العربية ودورها الإعلامي. ط1، عمان: دار أسامة للنشر.

العلاق، بشير. (2014). نظريات الاتصال (مدخل متكامل)، اليازوري، عمان.

العلي، تغريد. (2015). الفضائيات العربية المتخصصة ودورها في التنشئة الاجتماعية للطفل، أطروحة دكتوراه، جامعة أم درمان، السودان.

عمارة، محمد. (2012). الإعلام الإسلامي والتحديات المستقبلية، القاهرة: مكتبة الشروق الدولية.

العمري، علي. (2011). واقع الفضائيات الإسلامية في العالم العربي، المجلة العالمية لشرق آسيا، ماليزيا، 2 (11)، 48-75.

عواد، فاطمة. (2010). الإعلام الفضائي. ط1، عمان: أسامة للنشر والتوزيع.

العياري، المنصف. (2006). القنوات التلفزيونية العربية المتخصصة، سلسلة بحوث ودراسات إذاعية (56)، تونس: اتحاد إذاعات الدول العربية.

فوارس، هيفاء. (2015). الوظيفة التربوية للإعلام الإسلامي وواقعها المعاصر: رؤية تحليلية نقدية إسلامية المعرفة، مجلة الفكر الإسلامي المعاصر، 21 (81)، 75-102.

فياض، محمد. (2019). بحوث وقضايا معاصرة في الإعلام. عمان: دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع.

قادوس، أشرف. (2016). إعلام وثقافة الطفل: أوراق بحثية. القاهرة: العربي للنشر والتوزيع.

القضاة، محمد. (2012). أثر مشاهدة المحطات الفضائية الأجنبية على سلوك الشباب الخليجي، دراسات العلوم الإنسانية والاجتماعية، 39 (1)، 77-91.

كحيل، عبد الوهاب. (1985). الأسس العلمية والتطبيقية للإعلام الإسلامي. ط1، بيروت: عالم الكتب.

الكعبي، رعد، والسنجري، بشرى. (2012). واقع الفضائيات الإسلامية في العالم العربي. مجلة الآداب، 3 (102)، 616-645.

كنعان، علي عبد الفتاح. (2016). نظريات الإعلام. عمان: اليازوري.

الليحاني، خضر. (2012). أثر الفضائيات على المراهقين والمراهقات. القاهرة: دار سيبويه للطباعة والنشر والتوزيع.

مرسول، مازن وخطاب، محمد. (2005). الفضائيات والتغير الاجتماعي. مجلة الجندول، 3 (24)، 22-52.

معوض، محمد. (1986). فنون العمل التلفزيوني، القاهرة، دار الفكر العربي.

مكاوي، حسن والسيد، ليلي. (1998). الاتصال ونظرياته المعاصرة. القاهرة، الدار المصرية اللبنانية.

المناصير، أشرف. (2011). اتجاهات طلبة الجامعات الأردنية نحو الدراما التلفزيونية في قناة mbc1 "دراسة ميدانية في الجامعة الأردنية وجامعة البتراء الخاصة"، رسالة ماجستير منشورة، جامعة الشرق الأوسط، الأردن.

المنصور، منال. (2007). دور الخطاب الديني المقدم بالقنوات الفضائية الدينية المتخصصة في تثقيف المراهقين دينياً، رسالة دكتوراة، قسم الإعلام وثقافة الطفل، جامعة عين شمس، مصر.

نخلة، أشرف سعيد. (2011). الأسرة وتحديات العصر الفضائيات، ط1، مصر: دار الفكر الجامعي.

النصيرات، جاد وخاطر، أيمن. (2014). درجة موثوقية تفسير القرآن الكريم المقدم في برامج القنوات الفضائية الدينية من وجهة نظر طلبة كلية الشريعة في الجامعة الأردنية، دراسات، علوم الشريعة والقانون، 41 (3)، 1118-1139.

الهاشم، محمد. (2012). دور الفضائيات في تعزيز القيم الإسلامية وسط الشباب اليمني، أطروحة دكتوراه، جامعة أم درمان، السودان.

الهلال، هاني. (2015). تعرض طلاب الجامعات للبرامج الدينية بالقنوات الفضائية وعلاقته باكتساب مفهوم الوسطية في الإسلام. رسالة دكتوراه منشورة، جامعة عين شمس. مصر.

يوسف، محمد. (2015). صفات مقدمي البرامج الإسلامية في الإذاعة والتلفزيون. ط1. الرياض: توزيع مؤسسة الجريسي للتوزيع والإعلان.

المواقع الإلكترونية

موقع قناة اقرأ الفضائية، (2020\2\2)، <https://www.iqraa.com/Index.aspx?Lang=ar>

موقع قناة الرسالة الفضائية، (2020\2\2)، [/https://www.alresalah.net](https://www.alresalah.net)

موقع قناة المجد الفضائية، (2020\2\2)، https://www.marefa.org/%D9%82%D9%86%D8%A7%D8%A9_%D8%A7%D9%84%D9%85%D8%AC%D8%AF_%D8%A7%D9%84%D9%81%D8%B6%D8%A7%D8%A6%D9%8A%D8%A9

المراجع الإنجليزية

- Al Korani, J. (2015). **Get Yours Today! On the Production and Consumption of the Televised Fatwā**, Master thesis, University of Toronto, Canada.
- Al-Omari, A. M., & Tibek, S. R. H. (2011). The Reality of the Islamic Channels in the Arab World. **International Journal of West Asian Studies**, 3(2), 101-118.
- Alsari, I. (2016). The Impact of Satellite Programs on Forming the Religious Awareness among Individuals with Motor and Visual Disabilities in Jordan, **International Journal of Humanities and Social Science**, 6(11), 90-98.
- Althaus, S. L., Usry, K., Richards, S., Van Thuyle, B., Aron, I., Huang, L., & Zhang, Y. (2018). Global news broadcasting in the pre-television Era: A cross-national comparative analysis of World War II newsreel coverage. **Journal of Broadcasting & Electronic Media**, 62(1), 147-167.
- Apuke, O. D., & Dogari, K.A. (2017). Western Television Programmes and Its Influence on the Cultural Values of Students' in Taraba State University, Jalingo, Nigeria. **Canadian Social Sciences**, 13(1), 21-32.
- Biberman, Y., Gul, S., & Ocakli, F. (2016). Channeling Islam: religious narratives on Pakistani television and their influence on Pakistani youth. *Asian Affairs*, **An American Review**, 43(3), 78-97.
- Castañeda, M. (2020). **Television and its Impact on Latinx Communities**. *The Oxford Handbook of Latino Studies*, 462.
- Chikerema, A. F., & Ncube, T. (2018). A New Wind of Media Freedom: Social Media and Political Participation in Zimbabwe. **Journal of African Interdisciplinary Studies**, 2(4), 64-74.
- Curran, J. (2002). **Media and Power**. London: Routledge.
- De fany, T., & Geofant, A. (2019). **The roles of american television news in influencing american people's opinion and behavior depicted in**

ben affleck's argo, doctoral dissertation, Diponegoro university, Indonesia.

Elmahdi, O. S. H., & Ibrahim, S. A. A. (2020). Towards Islamic Communication Theory Principles: A Communicative. **Majalat Dirassat I'lamiya**, 1 (5), 1-24

Farashbandi, R., & Zangeneh, M. (2017). Investigating the Impact of Satellite Networks (GEM TV and Farsi 1) on the Religious Beliefs of Youth in Farashband City. **Sociological Studies of Youth**, 8(27), 23-46.

Heidari, A., Mirfardi, A., & Ramezani, B. A. (2014). **gender comparison of religious identity and its relationship with media consumption (tv and satellite)**, a case study of the high-school students of marvdasht.

Ho, S. S., Liao, Y., & Rosenthal, S. (2015). Applying the theory of planned behavior and media dependency theory: Predictors of public pro-environmental behavioral intentions in Singapore. **Environmental Communication**, 9 (1), 77-99.

Holbert, R. L. (2016). Entertainment Television and Political Campaigns: The Political Satire Appropriateness (PSA) Model. **Praeger Handbook of Political Campaigning in the United States**, (2), 171.

Indira, M. (2018). Religion and global media: Impact of Arabic TV channels on lowland Eritrean youth, **Journal of Arab & Muslim Media Research**, 9(2), 221-235.

Irani, S., Ghasemzadeebli, Z., Domehri, M., Mokhtar, J., & Eshglo, S. K. (2014). A sociological investigation of the effect of satellite on the religious identity of the youth of Tehran city. **Advances in Environmental Biology**, 3 (4), 811-818.

Jung, J. Y. (2017). Media dependency theory. **The International Encyclopedia of Media Effects**, 1-10.

- Khalil, J. F. (2020). Television in the Arab Region: History, Structure, and Transformations. **A Companion to Television**, 439-458.
- Larijani, A., & Maleki, T. M. (2007). Strategic review satellite effects on the youth beliefs in national security direction. **Defense Strategic Studies Spring**, 8 (29), 135-160.
- Lv, M. (2020). The Brand Construction of Campus Culture with the Opportunity of Humanistic Spirit Cultivation. **Open Access Library Journal**, 7(01), 1-10.
- Mehrad, J., & Yousefi, Z. (2018). Introducing the Theory of " Media System Dependency" with Emphasis on its Potential Application in Theoretical Framework of Researches in the Field of Information Science and Knowledge. **International Journal of Information Science and Management (IJISM)**, 16(1), 1-14.
- Miladi, N., Karim, S., & Athambawa, M. (2017). Fatwa on satellite TV and the development of Islamic religious discourse. **Journal of Arab & Muslim Media Research**, 10(2), 129-152.
- Musa, R., Ibrahim, N. A., & Adam, A. A. (2017). The Factors and Outcomes of Social Media Dependency Framework. **pertanika journal of social science and humanities**, 25, 333-340.
- Naz, F., & Mahmood, S. Discourse of Islamic TV channels in Pakistan. **Journal of the Islamic Culture, University of Karachi**, 1 (41), 2019, 17-30.
- Naz, S, Asif, A, & Zafar, M. (2015). Impact of News Channels on Youth: A Comparative Qualitative Study. **International Journal of Innovation and Applied Studies**. 12(3), 585-592.
- Shah, T & Khurshid, F. (2017). Societal Curriculum: Effects of Television on Social Values System in Pakistani Society. **Bulletin of Education and Research**, 39(1), 75-89.

- Shamsher, R., & Abdullah, M. N. (2012). Effect of satellite television on the culture of Bangladesh: The viewers perception. **European Journal of Business and Management**, 4(9), 45-54.
- Sharadgah, T. (2020). the role of rouya satellite channel in facing the spreading of hate speech from the viewpoint of students of the faculty of media at yarmouk university. **Academic Research International**, 11(1), 14-21
- Ullah, S., Ali, M., Nisar, M., Farid, T., Ali, S., & Alam, I. (2014). The Impacts of Electronic Media on Academic Performance of Female Student. **International Journal of Economics, Commerce, and Management**, 2(9), 1-22.
- Zia, A. (2007). **Effects of Cable Television on Women in Pakistan: A Comparative Study of Heavy and Light Viewers in Lahore**. PHD Thesis, Lahore College for Women University, Lahore.

الملاحق

الملحق (أ)

الاستبانة بالصورة الأولى

بسم الله الرحمن الرحيم

استبانة

تقيس الاستبانة المرفقة دور الفضائيات الإسلامية في سلوك طلبة الجامعات الإسلامية، نرجو منكم قراءة كل فقرة من فقرات الاستبانة بعناية ثم الإجابة عنها بموضوعية خدمة لأهداف الدراسة علماً أن جميع المعلومات ستعامل مع هذه البيانات بسرية تامة ولن تستخدم إلا لأغراض البحث العلمي فقط وشكراً.

الباحثة: مها نوافلة

هل تشاهد قنوات فضائية إسلامية نعم لا
إن كانت الإجابة (لا) يرجى تسليم الاستبانة

أولاً: البيانات الديموغرافية:

- النوع: ذكر أنثى
- العمر: 18-22 23-26 26-30 30 فأكثر
- الجامعة: حكومية خاصة
- السنة الجامعية: أولى ثانية ثالثة رابعة
- ما القنوات الإسلامية التي تشاهدها؟
 اقرأ الفضائية الرسالة الفضائية المجد الفضائية أخرى
- ما نوع البرامج التي تفضلها؟ يمكن اختيار أكثر من نوع
 الفتاوى والفقهاء الوعظ والإرشاد السيرة النبوية وسير الصحابة
 البرامج الحوارية البرامج المتعلقة بالأسرة والمرأة التاريخ الإسلامي برامج المنوعات والمسابقات القصص القرآنية أخرى

7. ما مدة المشاهدة للقنوات والبرامج الإسلامية التي تشاهدها؟

- من ربع ساعة إلى نصف ساعة من نصف ساعة إلى ساعة من ساعة إلى ساعتين
 أكثر من ساعتين ساعات أخرى

8. ما الفترات التي تفضلها في مشاهدة القنوات والبرامج؟

- الصباحية من الساعة (7-10) الظهيرة من الساعة (1-3) المسائية من الساعة (3-5) الليلية من الساعة (5-8)
 فترة السهرة من الساعة (8-11) فترات أخرى لم تذكر

يرجى التكرم بوضع (✓) أمام العبارة المناسبة

الرقم	الفقرات	موافق بدرجة كبيرة	موافق	موافق بدرجة متوسطة	غير موافق	غير بدرجة كبيرة
أ- المجال الاجتماعي						
1.	تسهم برامج الفضائية الإسلامية في زيادة الحوار والتفاعل.					
2.	تسهم برامج الفضائية الإسلامية على تشكيل علاقات مبنية على التقدير والاحترام.					
3.	تسهم برامج الفضائية الإسلامية في مبادرة الطلبة بالسلام.					
4.	تسهم برامج الفضائية الإسلامية في اختيار الجليس والصديق الصالح.					
5.	زادت برامج الفضائية الإسلامية من القيام بالواجبات تجاه المجتمع.					
6.	تزيد برامج الفضائية الإسلامية من نبذ الأفكار العنصرية ضد العرق واللون.					
7.	ساهمت برامج الفضائية الإسلامية في قضاء وقت أطول مع الأهل والأصدقاء.					
8.	ساهمت برامج الفضائية الإسلامية من غرس روح التعاون في تقديم المساعدة.					
9.	عززت برامج الفضائية الإسلامية من لغة الحوار والتفاهم مع الآخرين.					

الرقم	الفقرات	موافق بدرجة كبيرة	موافق	موافق بدرجة متوسطة	غير موافق	غير بدرجة كبيرة
10.	عززت برامج الفضائية الإسلامية معاني الإخاء مع الآخرين.					
11.	شجعت برامج الفضائية الإسلامية على الانخراط بالمجتمع.					
ب- المجال الديني						
1.	قوّت برامج الفضائية الإسلامية من الوازع الديني عند الطلبة.					
2.	مكنت برامج الفضائية الإسلامية من التعامل السليم مع المخالفين في الدين.					
3.	قللت برامج الفضائية الإسلامية من تداول الإشاعات والشبهات عن الإسلام والمسلمين.					
4.	زادت برامج الفضائية الإسلامية من تردد الطلبة إلى المساجد والمراكز الدينية.					
5.	ساعدت برامج الفضائية الإسلامية في تجنب أصحاب الفتن تحت مسمى الدين.					
6.	قللت برامج الفضائية الإسلامية من الانقياد الأعمى وراء الدعوات المختلفة.					
7.	أسهمت برامج الفضائية الإسلامية في الدفاع عن المقدسات الإسلامية.					
8.	زادت برامج الفضائية الإسلامية من مشاركة الطلبة في المفاهيم الجدلية كالجهد والنهي عن المنكر.					
9.	مكنت برامج الفضائية الإسلامية من مواجهة الأفكار المنحرفة بالعلم الشرعي والحجة.					
10.	زادت برامج الفضائية الإسلامية من الأخذ والتلقي عن كبار علماء الدين.					
11.	زادت برامج الفضائية الإسلامية من تمسك الطلبة بالزي الشرعي.					
ج- المجال السياسي						
1.	تزيد برامج الفضائية الإسلامية من الدفاع عن المعتد السياسي.					

الرقم	الفقرات	موافق بدرجة كبيرة	موافق	موافق بدرجة متوسطة	غير موافق	غير بدرجة كبيرة
2.	تعرض برامج الفضائية الإسلامية للرأي العام لدى الطلبة ضد السياسة الداخلية.					
3.	تزيد برامج الفضائية الإسلامية من الاهتمام بالقضية الفلسطينية ومستجداتها.					
4.	تزيد برامج الفضائية الإسلامية من تجنب الطلبة للأفكار السياسية المتطرفة.					
5.	تزيد برامج الفضائية الإسلامية من تحري الفساد الحكومي ومجرياته.					
6.	تتمى برامج الفضائية الإسلامية تبني قيم المواطنة كالولاء والانتماء والدفاع عن الوطن.					
7.	تزيد برامج الفضائية الإسلامية على الطاعة والولاء لولي الأمر.					
8.	تزيد برامج الفضائية الإسلامية بالالتزام بأنظمة وقوانين الدولة.					
9.	تزيد برامج الفضائية الإسلامية الإسلامية من الانحياز إلى بعض الآراء.					
10.	تزيد برامج الفضائية الإسلامية الإسلامية من التوجه والانضمام للأحزاب السياسية.					
د- المجال التربوي						
1.	ساهمت برامج الفضائية الإسلامية بتعامل طلبة الجامعات مع الواقع برضا نفس وقناعة.					
2.	زادت برامج الفضائية الإسلامية من الثقة بالذات لدى طلبة.					
3.	زادت برامج الفضائية الإسلامية من استغلال أوقات الفراغ وتنظيم الوقت.					
4.	شجعت برامج الفضائية الإسلامية الابتعاد عن المخدرات وشرب المواد المسكرة.					
5.	زادت برامج الفضائية الإسلامية من التمسك بالقيم والمبادئ الحميدة.					
6.	تتمى برامج الفضائية الإسلامية التعاطف					

الرقم	الفقرات	موافق بدرجة كبيرة	موافق	موافق بدرجة متوسطة	غير موافق	غير بدرجة كبيرة
	الوجداني مع المسلمين كافة.					
هـ - المجال الأخلاقي						
1.	عززت برامج الفضائية الإسلامية على الالتزام بالصدق في التعامل مع الآخرين.					
2.	عززت برامج الفضائية الإسلامية على الالتزام بحفظ الأمانة.					
3.	ساهمت برامج الفضائية الإسلامية في اللجوء إلى اللطف واللين في حل المشكلات مع الآخرين.					
4.	وضحت برامج الفضائية الإسلامية الإسلامية حدود التعامل مع الأجانب من الجنس الأخر.					
5.	زادت برامج الفضائية الإسلامية من احترام ملكية الغير والمحافظة عليها.					
6.	حثت برامج الفضائية الإسلامية على المشاركة والإخلاص في العمل.					
7.	زادت برامج الفضائية الإسلامية من إبداء مصلحة الجماعة على مصلحة الفرد.					
و - المجال الثقافي						
1.	عززت برامج الفضائية الإسلامية من استخدام اللغة العربية الفصيحة.					
2.	زادت برامج الفضائية الإسلامية من الاطلاع على ثقافات الشعوب وتاريخها.					
3.	قللت برامج الفضائية الإسلامية من تبني الثقافة الغربية الدخيلة.					
4.	مكننت برامج الفضائية الإسلامية من التعامل مع ما يفرضه واقع العولمة.					
5.	زادت برامج الفضائية الإسلامية من حب اطلاع والمعرفة الطالب على ما يدور حول العالم.					
6.	زادت برامج الفضائية الإسلامية من تقصي المعلومات بالقراءة والمطالعة.					

غير بدرجة كبيرة	غير موافق	موافق بدرجة متوسطة	موافق	موافق بدرجة كبيرة	الفقرات	الرقم
					زادت برامج الفضائية الإسلامية من مواكبة التطور التكنولوجي والرقمي.	.7
					تزيد برامج الفضائية الإسلامية الاطلاع على كل جديد في المجال العلمي كالدراسات العلمية، والاختراعات.	.8
					عززت برامج الفضائية الإسلامية من أساليب التفكير المفيدة.	.9

الملحق (ب)

أسماء محكمين الاستبانة

أسماء السادة المحكمين			
الرقم	اسم المحكم	الرتبة الأكاديمية	مكان العمل
1	أ.د محمد هاشم أنيس السلعوس	أستاذ	جامعة اليرموك/كلية الإعلام
2	أ.د عبد الرزاق الدليمي	أستاذ	جامعة البتراء/كلية الإعلام
3	أ.د عدنان مصطفى خطاطبة	أستاذ	جامعة اليرموك/كلية الشريعة
4	أ.د عماد عبدالله الشريفين	أستاذ	جامعة اليرموك/كلية الشريعة
5	د. أحمد ضياء الدين	أستاذ مشارك	جامعة اليرموك/كلية الشريعة
6	د. احسان غديفان السريع	أستاذ مشارك	جامعة آل البيت/كلية التربية
7	د. محمد أحمد ربابعة	أستاذ مشارك	جامعة اليرموك/كلية الشريعة
8	د. سليمان محمد يونس قزاقزه	أستاذ مشارك	جامعة اليرموك/كلية التربية
9	د. عمر مصطفى الشواشرة	أستاذ مشارك	جامعة اليرموك/كلية التربية
10	د. نهيل على حسن الصالح	أستاذ مساعد	جامعة اليرموك/كلية الشريعة
11	د. أسماء خليفة شبول	أستاذ مساعد	جامعة اليرموك/كلية الشريعة
12	د. المخرج فلاح عموش		خبير في (التلفاز) الأردني

الملحق (ج)

الاستبانة بالصورة النهائية



جامعة اليرموك

كلية الشريعة والدراسات الإسلامية

قسم الدراسات الإسلامية

الطالبات العزيمات، الطلاب الأعزاء

السلام عليكم ورحمة الله وبركاته:

تقوم الباحثة بإجراء دراسة بعنوان "دور الفضائيات الإسلامية في سلوك طلبة الجامعات الأردنية دراسة ميدانية"، وتأمل الباحثة منكم التعاون في الإجابة عن أسئلة الاستبانة المرفقة، وذلك لخدمة البحث العلمي.

حيث قامت الباحثة بإعداد استبانة مكونة من (32) فقرة، يرجى قراءة الاستبانة بدقة وموضوعية ووضع علامة (1) على الإجابة التي تعبر عن آراءكم لكل فقرة من الفقرات.

ولكم خالص شكري وتقديري

الباحثة: مها نوافلة

أولاً: البيانات الديموغرافية:

1. النوع: ذكر أنثى
 2. العمر: 18-22 23-25 26 فأكثر
 3. الجامعة: حكومية خاصة
 4. السنة الجامعية: أولى ثانية ثالثة رابعة
- هل تشاهد الفضائيات الإسلامية نعم لا

إن كانت الإجابة (لا) يرجى تسليم الاستبانة مع الشكر

وإن كانت الإجابة (نعم) يرجى التكرم بتعبئة الاستبانة مع الشكر

ثانياً: ما طبيعة المشاهدات للفضائيات الإسلامية لدى طلبة الجامعة؟

1. ما الفضائيات الإسلامية التي تشاهدها؟

اقرأ الفضائية الرسالة الفضائية المجد الفضائية أخرى (أذكرها)

1. ما الوسيلة التي تشاهد الفضائيات الإسلامية من خلالها؟

شاشة (التلفاز) اليوتيوب الموقع الإلكتروني الرسمي للقناة أخرى (أذكرها)

2. ما نوع البرامج التي تفضلها؟ يمكن اختيار أكثر من نوع من البرامج

الفتاوى والفقهاء الوعظ والإرشاد التاريخ والسير

البرامج الحوارية البرامج المتعلقة بالأسرة والمرأة برامج المنوعات والمسابقات

القصص القرآنية الدراما الدينية أخرى (أذكرها)

3. ما مدة مشاهدة الفضائيات الإسلامية؟

من 15 دقيقة - 30 دقيقة من 31 دقيقة - 59 دقيقة

من ساعة إلى ساعتين أكثر من ساعتين ساعات أخرى

4. ما الفترات التي تفضلها في مشاهدة القنوات والبرامج؟

الصباحية من الساعة (7-10) الظهرية من الساعة (1-5) المسائية من الساعة (6-9) فترة

المسيرة من الساعة (8-11) فترات أخرى لم تذكر

الرقم	الفقرة	موافق بدرجة كبيرة	موافق	موافق بدرجة متوسطة	غير موافق	غير موافق بدرجة كبيرة
المجال الديني						
1	تقوي الفضائيات الإسلامية الوازع الديني لدي					
2	تقدم لي الفضائيات الإسلامية الفتاوى الدينية					
3	تؤثر الفضائيات الإسلامية في ارتيادي المساجد والمراكز الدينية لتلقي الدروس الدينية					
4	تصحح الفضائيات الإسلامية أفكارى المتناقضة مع مبادئ الإسلام					
5	توجهني الفضائيات الإسلامية إلى الالتزام بالزي الشرعي					
6	تحتثي الفضائيات الإسلامية على الأخذ والتلقي من كبار علماء الشريعة					
7	توجهني الفضائيات الإسلامية إلى التدبر والتفكر بعظمة الله تعالى					
المجال الأخلاقي						
1	تسهم الفضائيات الإسلامية في تعاملي مع الواقع برضا وقناعة					
2	تشجعني الفضائيات الإسلامية على حفظ الأمانة					
3	تعزز الفضائيات الإسلامية قيمة التزامي بالصدق في التعامل مع الآخرين					
4	تحتثي الفضائيات الإسلامية على الإخلاص في العمل					
5	تشجعني الفضائيات الإسلامية على احترام ملكية الغير والمحافظة عليها					
6	توجهني الفضائيات الإسلامية إلى ضبط النفس					

الرقم	الفقرة	موافق بدرجة كبيرة	موافق	موافق بدرجة متوسطة	غير موافق	غير موافق بدرجة كبيرة
المجال الأخلاقي						
7	توضح الفضائيات الإسلامية حدودي في التعامل مع الجنس الآخر					
8	تعزز الفضائيات الإسلامية قيمة إيثاري صالح الجماعة على مصلحتي					
9	تحذرنني الفضائيات الإسلامية من المخدرات وأثارها السلبية					
المجال الاجتماعي						
1	تزودني الفضائيات الإسلامية من القدرة على تشكيل علاقات مبنية على التقدير والاحترام					
2	تحتني الفضائيات الإسلامية على مصاحبة الصالحين والجلوس معهم					
3	تعزز الفضائيات الإسلامية من لغة الحوار وتفاهمي مع الآخرين					
4	تحتني الفضائيات الإسلامية على المبادرة بالإلقاء تحية الإسلام					
5	تساعدني الفضائيات الإسلامية في طرح حلولاً لمحاربة الفساد في المجتمع					
6	تزودني الفضائيات الإسلامية بمعايير اختيار الأقران والأصدقاء					
7	تقلل الفضائيات الإسلامية ظاهرة العنف لدي					
8	تعلمني الفضائيات الإسلامية نبذ العنصرية					
المجال الثقافي						
1	تساعدني الفضائيات الإسلامية على تعزيز لغتي العربية الفصيحة					
2	تحتني الفضائيات الإسلامية على					

الرقم	الفقرة	موافق بدرجة كبيرة	موافق	موافق بدرجة متوسطة	غير موافق	غير موافق بدرجة كبيرة
	طلب العلم والمعرفة					
3	تتيح لي الفضائيات الإسلامية الاطلاع على ثقافات الشعوب وتاريخها					
4	تغنيني الفضائيات الإسلامية عن قراءة بعض الكتب					
5	توجهني الفضائيات الإسلامية إلى ضرورة إحياء التراث الإسلامي					
6	تتيح لي الفضائيات الإسلامية الاطلاع على كل جديد في المجال العلمي					
7	تشجعي الفضائيات الإسلامية على نشر الثقافة الإسلامية					

Abstract

Maha, Radwan Nawafleh. The role of Islamic satellite channels in the behavior of Jordanian university students "Empirical Study". Master Thesis, Yarmouk University, 2020. (Supervisor: Dr. Ibrahim Khalaf Al-Khaldi).

This study aimed to identify the role of Islamic satellite channels in the behavior of Jordanian university students, and to know the nature of observation of Islamic satellite channels among university students. This study relied on the descriptive approach, and a questionnaire was used to collect data that included four fields: religious, moral, social, and cultural, and its indicators of validity and reliability were verified. The study sample consisted of (690) students from Jordanian public universities in Jordan. The results showed that the most prominent satellite channels that Jordanian public universities students watched were the Iqra TV with a percentage of (51.74%), the most prominent media that students watched (TV) with a percentage of (70.29%), the most prominent types of programs that students watched were a program (Qur'anic stories) with a percentage of (54.35%), and that the most prominent viewing periods that students prefer were the (evening from (6 pm-9 pm)) time with a percentage of (44.9%). The results showed that the role of Islamic satellite channels in the behavior of Jordanian university students came in a high degree for all fields and most notably in the moral field, then the religious field, then the social field, and finally the cultural field. The results indicated that there are no statistically significant differences for the role of Islamic satellite channels in the behavior of Jordanian university students due to gender and academic year variables. In light of the results, a set of recommendations was presented.

Keywords: Islamic satellite channels, student behavior, Jordanian universities.