

الفضائيات العربية الإسلامية تقريب أم تعريب

حاتم علاونة* و عزت حجاب**

ملخص

تهدف هذه الدراسة إلى التعرف على دور الفضائيات العربية الإسلامية في التقريب أو زيادة الفرقة بين المسلمين من وجهة نظر النقابيين في محافظة إربد، والتعرف على حجم التعرض لهذه الفضائيات ودوافع هذا التعرض والإشباع المتحققة منه.

وتعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية التي استخدمت المنهج المسحي، الذي تم تطبيقه على عينة تكونت من (376) نقابياً يمثلون النقابات السبع الأعضاء في مجمع النقابات المهنية بإربد.

ومن أبرز النتائج التي توصلت إليها هذه الدراسة أن غالبية النقابيين يتعرضون للفضائيات الإسلامية، وأن الذين ينتمون للأحزاب الإسلامية جاءوا في مقدمة النقابيين الذين يتعرضون لهذه الفضائيات.

وأعرب غالبية النقابيين عن رضاهم عن مستوى البرامج والموضوعات التي تقدمها هذه الفضائيات، وأن غالبيتهم يرون أن مستوى المصادقية فيما تطرحه مرتفع، وبالتالي فإنها حظيت بثقة 92.7% من النقابيين.

وأكدت النتائج أن النقابيين يرون أن الفضائيات الإسلامية ساهمت في خدمة قضايا المسلمين، وكان لها دور في التقريب بينهم، وأنها عملت على عرض صورة إيجابية عن الإسلام والمسلمين، من خلال خطابها الإعلامي الذي حظي بالقبول والاستحسان.

المقدمة:

حرصت العقيدة الإسلامية على أن تكون العلاقات المقامة بين أفراد المجتمع المسلم مبنية على أسس دينية، ليكون هذا المجتمع اهلاً لخلافة الله في الأرض، وليكون لهذا البناء الفاعلية في تقدم المجتمع ورفقه في مختلف مناحي الحياة الإنسانية، ويبعث فيه روح العمل للسمو بالإنسان، في معارفه ومداركة وجوهر حياته إلى ما يقربه من هذه العقيدة.

فقد أراد الله سبحانه وتعالى أن تكون العلاقة عقدية حتى بين الأب والإبن، رغم قوة هذه العلاقة من حيث الأبوة والبنوة، ويتضح ذلك عندما طلب نوح عليه السلام من الله سبحانه وتعالى

© جميع الحقوق محفوظة لجمعية كليات الآداب في الجامعات الأعضاء في اتحاد الجامعات العربية 2009.

* قسم الصحافة، كلية الاعلام، جامعة اليرموك، اربد، الأردن.

** قسم الاذاعة والتلفزيون، كلية الاعلام، جامعة اليرموك، اربد، الأردن.

أن ينقذ ابنه من الغرق " ونادى نوح ربه فقال رب إن ابني من أهلي وأن وعدك الحق وأنت أحكم الحاكمين قال يا نوح إنه ليس من أهلك إنه عمل غير صالح".⁽¹⁾

ولا بد من وجود عوامل جذب لتثقيف المسلم وتوعيته بأموره الحياتية والدينية، سيما وأن مجتمعاتنا الإسلامية تعيش في حالة من القلق والتوتر، نظراً لوجود تيارات فكرية واجتماعية واقتصادية، تهدد الإنسان وتعصف بأفكاره، وتسعى للتأثير عليه لاجتثاث المسلم من واقعه وتغريبه عن هويته الإسلامية، لذلك فإن الأمة الإسلامية وهي تحاول النهوض تحتاج إلى مجموعة من المقومات والأدوات.

ويأتي الإعلام ليمثل ركناً أساسياً في قضية الإصلاح والتطوير والتغيير التي تشهدها المجتمعات الإسلامية، ووسيلة ضرورية في التوعية والتثقيف والتربية بأمور الدين والحياة.

وقد تزايد الوعي بأهمية الإعلام الإسلامي خلال العقود الثلاثة الماضية، فصدرت العديد من الصحف الدينية، وانطلقت العديد من القنوات الفضائية المتخصصة في الإعلام الإسلامي، كقناة "إقرأ" الفضائية التي تعد أول فضائية عربية إسلامية تأسست في عام (1998)، حتى وصل عددها اليوم إلى أكثر من (40) فضائية عربية إسلامية.

إن وجود قنوات فضائية إسلامية قد مثل مصدراً بديلاً للمعرفة الإسلامية والفتوى الدينية، وهي مدعوة لتقديم إعلام عربي هادف ومميز، يلي حاجة المشاهد من خلال مجموعة من البرامج الجادة التي تلامس حياة الناس، وتتناول اهتماماتهم الروحية والثقافية والاجتماعية والاقتصادية، وتشبع رغباتهم من منظور إسلامي، وتقدمها برؤية عصرية.

ولا يجب أن يقتصر دور الفضائيات الإسلامية على قضايا معينة تحققها لهذا المجتمع أو ذاك، لأنها كرافد من روافد الإعلام العربي، يجب أن يكون لها دورها في كل قضية من قضايا الإنسان المسلم، سواء كانت هذه القضايا عقائدية أو اقتصادية أو سياسية وما إلى ذلك.

ويرى العاني أن أهداف الإعلام الإسلامي تتمثل بالسعي إلى تحقيق ما يلي:⁽²⁾

- 1- التفسير والتوضيح والإرشاد والتوجيه وفق القيم والمبادئ الإسلامية.
- 2- هدف عقائدي: فقد انتشرت عقائد مذهبية وأيديولوجيات متباينة، الأمر الذي يتطلب من وسائل الإعلام أن تفسر وتوضح للناس ما يجب أن تكون عليه حياتهم السياسية والأخلاقية واعتقادهم في شؤون الدين والحياة.
- 3- التثقيف والتعليم: وذلك من خلال نشر وتأهيل الثقافة الإسلامية فكراً وسلوكاً، ونشر المبادئ الإسلامية والأخلاق الرفيعة ومحاربة الثقافات المنافية لقيم وتعاليم نظم الإسلام.

- 4- خلق مجتمع متعارف من خلال ما تقدمه من قضايا اجتماعية وأنشطة إنسانية وخبرات فكرية وسلوكية شريفة، وذلك من خلال تكريم ما كرم الله ورسوله ونبذ ما نبذ الله ورسوله.
- 5- الإسهام في إرساء قواعد التقويم على أساس تكريم المخلصين والمنتجين ونبذ الكسالى والمفسدين، وقبول الأعمال الصالحة واحتكار الفاسدة.
- 6- الإسهام في الدعوة إلى الخير والأمر بالمعروف والنهي عن المنكر.
- 7- الإسهام في تحقيق عوامل الاستقرار والأمن والرخاء للمجتمع.

والسؤال الذي يطرح نفسه يتمثل بهذا الكم الكبير من الفضائيات العربية الإسلامية، التي تعود في مرجعياتها إلى أفراد، أو شركات، أو أحزاب إسلامية، أو حركات إسلامية، أو مذاهب إسلامية، وما إلى ذلك من جهات وأطراف تعرض أفكارها ومعتقداتها ومواقفها من خلال هذه الفضائيات.

ومع أن العديد من الدراسات الإعلامية المتخصصة أشارت إلى أن البرامج الدينية لا تحظى بنسبة عالية من المشاهدين. فالمشاهد العربي يقبل على مشاهدة الاخبار والبرامج الحوارية والمسلسلات والأفلام والبرامج السياسية أكثر من إقباله على مشاهد البرامج الدينية⁽³⁾، إلا أن الملاحظ أن هناك وفرة في المحطات الفضائية الإسلامية التي تبث البرامج الدينية وغير الدينية، مما يخلق نوعاً من التشويش لدى المتلقي العربي والمسلم، لكثرة هذه الفضائيات وتباين مواقفها ومعتقداتها من القضايا العربية الإسلامية سواء كانت جوهرية أو ثانوية.

إن وجود قنوات فضائية متخصصة أمر مرغوب فيه، ومطلوب إعلامياً واجتماعياً وثقافياً، فهناك القنوات الإخبارية والقنوات الاقتصادية والرياضية والفنية والنسائية وما إلى ذلك من قنوات، مما يحتم وجود قنوات إسلامية متخصصة لأهميتها في حياة الفرد والمجتمع، قنوات تحمل رسالة الاسلام، وتكون محافظة وجريئة في الطرح والحوار في الحدود الدنيا التي صانها الاسلام وباركها المجتمع، لأن وجودها أصبح من الضروريات بسبب الأوضاع التي تعيشها المجتمعات العربية والإسلامية.

الإطار النظري للدراسة

تعتمد هذه الدراسة على نظرية الاستخدامات والإشباع التي تهتم بدراسة الاتصال الجماهيري دراسة وظيفية منظمة. ويرجع استخدام هذه النظرية إلى ثلاثينيات القرن الماضي عندما أجريت دراسات على قراءة الكتب وقراءة المجلات، للتعرف على أسباب استخدام الناس لوسائل الإعلام، والنتائج التي تترتب على ذلك.

إلا أن الدراسات التي أجريت في الثلاثينيات والأربعينيات تعرضت إلى انتقادات تمثلت في أنها تشابهت في استخدام نفس المنهج، الذي اعتمد على الأسئلة المفتوحة للمبحوثين حول الإشباع التي تقدمها وسائل الإعلام، وأنها جميعاً اشتركت في استخدام المنهج الكيفي لجمع بيانات الإشباع من الجمهور، ولم تحاول أن تكتشف الروابط بين الإشباع، وفشلت في بحث العلاقات المتداخلة بين الوظائف المتنوعة التي تقدمها وسائل الإعلام.⁽⁴⁾

وتعتمد هذه النظرية على أن الجمهور المتلقي يقوم باستمرار باختيار الرسائل الإعلامية من بين الرسائل الكثيرة التي يريد هو أن يتلقاها، مما يؤكد على فاعلية الجمهور المتلقي الذي يقرر بنفسه ماذا سيأخذ من الإعلام بدلاً من أن يفتح المجال أمام وسائل الإعلام لتوجهه كما تشاء.⁽⁵⁾

ويقوم نموذج الاستخدامات والإشباع على مجموعة من الافتراضات هي:⁽⁶⁾

- 1- الجمهور نشط.
- 2- يترتب على ذلك أن كثيراً من استخدامات الوسيلة الإعلامية يمكن إدراكها كهدف.
- 3- وبناء على ذلك فإن الجمهور المتلقي يربط الحاجات بالوسيلة.
- 4- إن استخدام الوسيلة يمكن أن يرضي نسبة عالية من الإشباع.
- 5- لا يمكن الاعتماد على محتوى الرسالة الإعلامية فقط كمؤشر للتنبؤ بدرجة الإشباع.
- 6- الإشباع التي يتم تحقيقها يمكن أن ترجع أصولها إلى محتوى الرسالة، أو إلى التعرض نفسه.

ويرى شرام أن استخدامات وسائل الإعلام على مستوى جماهيري تتمثل في المساهمة بالشعور للانتماء للأمة، وتكون صوتاً للتخطيط القومي، ومعبراً لهذا الصوت، ولمساعدة الناس في تعليم المهارات للأفراد، وتهيئة الناس لتأدية أدوار جديدة تتلاءم مع خطوات الخطة القومية، وتهيئة الناس للعب دورهم كأمة بين الأمم الأخرى.⁽⁷⁾

لذلك فإن رغبة الفرد في إشباع حاجات معينة من التعرض لوسائل الإعلام، تمثل الإطار العام للعلاقة بين تعرض الفرد لوسائل الإعلام ومحتوى هذه الوسائل، ومدى ما يحققه هذا التعرض من إشباع للحاجات المتعددة وتلبية لهذه الحاجات.⁽⁸⁾

وقد توصلت الدراسات إلى أن الإشباع التي يبحث عنها الفرد ترتبط بطبيعة الإشباع التي يحصل عليها، وذلك لأنه ليس من الضروري أن يحصل الإنسان على الإشباع نفسه الذي يبحث عنه، لأنه قد يحصل أحياناً على إشباع بالصدفة لم يكن يبحث عنها.⁽⁹⁾

ويحقق منظور الاستخدامات والإشباعات ثلاثة أهداف رئيسة هي: (10)

- 1- السعي إلى اكتشاف كيفية استخدام الأفراد لوسائل الإعلام.
 - 2- شرح دوافع التعرض لوسيلة معينة من وسائل الإعلام.
 - 3- التفاعل الذي يتم نتيجة هذا التعرض.
- واستناداً إلى هذه النظرية فإن وسائل الإعلام تلبى عدداً من الحاجات التي يبحث الجمهور عن إشباعها، وهذه الحاجات هي: (11)

- 1- حاجات معرفية.
- 2- حاجات عاطفية.
- 3- حاجات الاندماج الشخصي.
- 4- حاجات الاندماج الاجتماعي.
- 5- حاجات هروبية.

كما أن هذه الدراسة تركز على نموذج الاعتماد على وسائل الإعلام الذي يقوم على أن الجمهور يعتمد على المعلومات التي تقدمها وسائل الإعلام، ليحقق من خلالها حاجاته، ويحصل بالتالي على أهداف معينة، وهو بذلك يلتقي مع نموذج الاستخدامات والإشباعات، لكنه يختلف عنه لأنه يفترض أن هناك تفاعلاً وتأثيراً بين وسائل الإعلام والجمهور، وذلك من خلال ثلاثة أنماط من التأثيرات هي تأثيرات معرفية وعاطفة وسلوكية. (12)

ولعل الجانب الأهم في هذا النموذج مفاده بأن تأثير وسائل الإعلام على الجمهور يرتبط بدرجة اعتماد هذا الجمهور على المعلومات التي تقدمها وسائل الإعلام.

وتأسيساً على ما سبق فقد تم تصميم استبانة البحث في ضوء المعطيات التي تقوم عليها هذه النظرية.

الدراسات السابقة:

1- دراسة الشامي (2006)

تناولت هذه الدراسة دور الخطاب الديني في وسائل الاتصال في تشكيل اتجاهات الشباب المصري نحو القضايا السياسية، وخلصت إلى أن الإعلام الديني لا يمثل خطاباً واحداً، فهناك أنواع مختلفة من هذا الخطاب، سببها اختلاف المرجعيات الدينية والفكرية لمنتجي الخطاب الديني.

وأشارت الدراسة إلى كثرة اعتماد الخطاب الديني الصحفي على المضمون التنظيري لا التحريضي، واعتماده في اقناع المخاطبين على كل من الأطر المرجعية الدينية والحياتية.

وتوصلت الدراسة إلى رؤية لتجديد الخطاب الديني تقوم على خمسة مرتكزات رئيسة هي تجديد لغة الخطاب، وإعمال العقل في فهم النص والواقع، والانطلاق إلى الحاضر لا الماضي، وتغليب المصالح الإنسانية، والتعامل مع الاسلام كرسالة عالمية.⁽¹³⁾

2- دراسة دسوقي (2006)

هدفت الدراسة إلى التعرف على رؤية كل من الخبراء والقائمين بالاتصال في القنوات الفضائية العربية، لأساليب تطوير الخطاب الديني في تلك القنوات.

وأظهرت الدراسة أن جميع أفراد العينة يشاهدون القنوات الفضائية بنسبة 100% وأن 76.7% من أفراد العينة يشعرون بالرضا عن الخطاب الديني في القنوات الفضائية العربية.

وأوضحت الدراسة أن عدم قدرة الخطاب الديني على اظهار جوهر الدين الاسلامي الصحيح شكّل أبرز أوجه القصور التي يعاني منها الخطاب الديني، وأشارت إلى أن أهم ضوابط تطوير الخطاب الديني من وجهة نظر الخبراء والقائمين بالاتصال في القنوات الفضائية العربية هو أن ينطلق فكر التطوير من القرآن الكريم والسنة النبوية الشريفة أولاً، ثم اجتهاد العلماء والمفكرين، على ألا يؤدي التطوير إلى التصادم مع النصوص الشرعية أو الاخلال بها، مع مراعاة التطوير للقواعد العامة في الافتاء.⁽¹⁴⁾

3- دراسة سليم (2006)

توصلت الدراسة إلى وجود اهتمامات بارزة لقضايا الاصلاح السياسي في كل من الفضائيات الإخبارية والصحف، مما يشير إلى وجود ارتباط مباشر بين التوجهات السياسية وتحديد الإهتمامات البارزة لقضايا الاصلاح السياسي في وسائل الإعلام، حيث تصدرت أولويات اهتمامات قناتي الجزيرة والعربية ثلاث قضايا هي احترام حقوق الإنسان وتعديل الدستور وإلغاء القوانين السالبة للحرية.

وأبرزت الدراسة قدرة الفضائيات الإخبارية والصحف على توفير مدى واسع من المعلومات والقضايا بما يمثل قاعدة معرفية للرأي العام، كما أوضحت هذه الدراسة أن كثافة التعرض للمضمون الاخباري في الفضائيات الإخبارية يمثل متغيراً مهماً في تدعيم تأثيرات تلك الوسائل في تشكيل اهتمامات الرأي العام المصري.⁽¹⁵⁾

4- دراسة أنور (2006)

خلصت هذه الدراسة إلى أن الصحافة الدينية في إسرائيل تتبع أهواء الحاخامات عند معالجتها للقضايا الداخلية، وأن هذه الصحف تحض على فرض احترام قدسية السبت، وأنها تعمل على بث الخوف من العلمانيين، وتحذر من الاختلاط بهم، وتساوي بينهم وبين الكفرة والزنادقة.

وكشفت الدراسة أنه وعلى الرغم أن القوة الدينية والصحافة المعبرة عنها في إسرائيل ترفض الديمقراطية، على اعتبار أنها تتعارض مع الشريعة اليهودية، إلا أنها لا تتورع عن استخدام الديمقراطية والمطالبة بها إذا كانت تحقق مصالحها، من خلال الهجوم على من ترى أنهم لا يلتزمون بالديمقراطية من القوى العلمانية.

وأوضحت الدراسة أن الصحافة الدينية الإسرائيلية تعتبر أن الفلسطينيين غير جادين في المضي قدماً في طريق السلام، وأن هدفهم الحقيقي هو تدمير إسرائيل، وأن هذه الصحافة تتمسك بترديد مزاعم الحقوق التاريخية اليهودية في القدس، وتسعى لنزع السيادة والسيطرة الإسلامية عن الحرم القدسي.⁽¹⁶⁾

5- دراسة المزروعي (2007)

تناولت هذه الدراسة الموضوعات الدينية في صحافة الأقليات المسيحية والصابئية والبيزيدية، للوقوف على طريقة تناولها للموضوعات الدينية، وكيفية تفاعلها مع الأحداث الجارية، وتحديد دور هذه الصحف في نشر الوعي الديني لدى هذه الأقليات.

واستخدم الباحث منهج تحليل المضمون للصحف الصادرة عن هذه الأقليات قبل احتلال العراق 2003 وبعده، من حيث الشكل والفنون الصحفية واتجاهات الموضوعات.⁽¹⁷⁾

6- دراسة الشماس (2005)

هدفت هذه الدراسة إلى الكشف عن عادات مشاهدة الشباب للفضائيات الأجنبية وجوانب تأثيراتها الثقافية والاجتماعية باستخدام المنهج الوصفي التحليلي، على عينة من طلبة السنة الرابعة في كلية التربية بجامعة دمشق.

وأظهرت هذه الدراسة أن نسبة كبيرة من الشباب يشاهدون الفضائيات ما بين (2-4) ساعات، حيث بلغت النسبة (43.4%) عند الذكور و(36.9%) عند الإناث، و(39.2%) عند أبناء المدينة و(57.2%) عند أبناء الريف، وأن (48%) من الشباب يشاهدون الفضائيات الأجنبية في فترة السهرة، وأن 70% منهم يفضلون مشاهدة البرامج الاجتماعية.

وأوضحت الدراسة أن الذكور يتأثرون بالفضائيات أكثر من تأثر الاناث، ويعود السبب إلى انفتاح الشباب وإتاحة المجال أمامهم لمشاهدة الفضائيات أكثر مما يتاح للاناث. (18)

7- دراسة عمارة (2005)

هدفت هذه الدراسة إلى قياس حجم تعرض الجمهور العام في مصر وقطر للقنوات الفضائية، وقياس مستوى معرفة الجمهور في كلا البلدين بمفهوم وقضايا العولمة.

وأشارت الدراسة إلى أن أكثر من 70% من العينة يشاهدون القنوات الفضائية بشكل مرتفع، كما أشارت إلى تباين مستويات المعرفة والاتجاه نحو العولمة، وأوضحت أن هناك علاقة ارتباطية بين حجم التعرض للقنوات الفضائية ومستوى المعرفة بالعولمة، وأن عينة الدراسة من القطريين أكثر معرفة وأشد ايجابية نحو العولمة وأنها أكثر مشاهدة للقنوات الفضائية مقارنة بالمصريين. (19)

8- دراسة الدواوسة (2002)

توصلت هذه الدراسة التي أجريت على عينة من مواطني قطاع غزة في فلسطين، إلى أن أكثر من 75% من عينة الدراسة يشاهدون القنوات الفضائية بشكل منظم، وأن أهم دوافع المشاهدة هي متابعة الأخبار، وأوضحت الدراسة أن القنوات المفضلة لدى الجمهور الفلسطيني تتمثل بقناة الجزيرة والقطرية تلتها قناة أبو ظبي ثم قناة MBC، فالقناة المصرية والمنار. (20)

9- دراسة خرينو (2001)

خلصت هذه الدراسة إلى أن الصحف الإسلامية في الأردن تمثل التيار الاسلامي في كافة أنحاء العالم باستثناء الأردن، وأن هذه الصحف أقرب إلى الجهوية (الحزبية أو الشخصية) منها إلى تمثيل شرائح واسعة من الشعب، على الرغم أنها تعلن استقلاليتها وعدم تبعيتها لأي جهة أو حزب، سعيًا منها لتمثيل التيار الإسلامي على اتساعه، أو لتمثيل كافة المسلمين، أو لتمثيل كافة القوى المعارضة في الأردن.

وتوصلت هذه الدراسة إلى أن الصحف الإسلامية في الأردن لا تتبنى التعددية السياسية نهجاً ثابتاً، فثبات النهج يعني التمسك به وهو ما لم تفعله هذه الصحف. (21)

أهمية الدراسة:

تناولت الدراسات الإعلامية موضوع القنوات الفضائية في العديد من المجالات، وأجرى الباحثون عشرات الدراسات عن أدوارها وتأثيراتها في المجتمعات العربية، وهناك العديد من الدراسات التي تناولت الفضائيات المتخصصة في مجالات معينة، إلا أن الملاحظ هو قلة الدراسات

الإعلامية التي تناولت القنوات الفضائية العربية الإسلامية كفضائيات متخصصة، ويمكن أن يعود السبب في ذلك إلى أن تزايد أعداد هذه الفضائيات جاء متأخراً نسبياً، حيث أن أعدادها تضاعفت كثيراً خلال السنوات الخمس الماضية عما كانت عليه في أواخر القرن الماضي.

إن تعدد الفضائيات العربية الإسلامية (أكثر من 40 فضائية) قضية إعلامية تستوجب البحث والتحليل للوقوف على جماهيريتها، وعلى الدور الذي يمكن أن تقوم به في المجتمعات العربية والإسلامية، ومن هنا فإن أهمية هذه الدراسة تزداد في كونها غير مسبوقة على الصعيد الأردني، وقليلة جداً على الصعيد العربي، وذلك لمعرفة الدوافع والإشباع التي تتحقق من مشاهدة هذه الفضائيات لدى شريحة اجتماعية أردنية على درجة عالية من التعليم والثقافة ممثلة بالنقابيين في محافظة إربد.

مشكلة الدراسة:

شهدت السنوات القليلة الماضية زيادة ملحوظة في أعداد الفضائيات الإسلامية التي تنتمي إلى خلفيات ومرجعيات متعددة، انعكس بالضرورة على ما تقدمه من موضوعات وقضايا، لذلك فإن مشكلة هذه الدراسة تتحدد في الوقوف على دور هذه الفضائيات في التقريب بين المسلمين، أو زيادة الاختلاف والفرقة بينهم، لذلك فهي تركز على جمهور الفضائيات الإسلامية من النقابيين، للوقوف على مدى تعرضهم لهذه الفضائيات، ودوافع هذا التعرض، والإشباع المتحققة من تعرضهم لهذه الفضائيات.

أهداف الدراسة:

تسعى هذه الدراسة للوصول إلى الأهداف التالية:

- 1- التعرف على مدى تعرض النقابيين للفضائيات الإسلامية.
- 2- التعرف على دوافع النقابيين في مشاهدة الفضائيات الإسلامية.
- 3- التعرف على الموضوعات والقضايا الأكثر مشاهدة لدى النقابيين.
- 4- التعرف على آراء النقابيين بمستوى ما تقدمه الفضائيات الإسلامية من برامج وموضوعات.
- 5- التعرف على تقييم النقابيين لحاجة المتلقي العربي لهذا الكم الكبير من الفضائيات الإسلامية.
- 6- الوقوف على مستوى المصادقية التي تحظى بها هذه الفضائيات لدى النقابيين.
- 7- التعرف على دور الفضائيات الإسلامية في التأثير على آراء ومواقف النقابيين من القضايا الدينية والحياتية.
- 8- تحديد الإشباع التي يحققها النقابيون من مشاهدتهم للفضائيات الإسلامية.

- 9- التعرف على دور هذه الفضائيات في عكس صورة ايجابية أو سلبية من واقع الإسلام والمسلمين.
- 10- التعرف على دور الفضائيات الإسلامية في التقريب بين المسلمين.
- 11- التعرف على دور الفضائيات الإسلامية في زيادة الخلافات والفرقة بين المسلمين لدى النقابيين في إربد.

تساؤلات الدراسة:

تسعى هذه الدراسة إلى الإجابة عن التساؤلات التالية:

- 1- ما حجم مشاهدة النقابيين للفضائيات الإسلامية؟
- 2- ما الفضائيات الإسلامية التي يشاهدها النقابيون؟
- 3- ما مدى حرص النقابيين على متابعة الفضائيات الإسلامية؟
- 4- ما حاجة المجتمعات العربية إلى هذا الكم من الفضائيات الإسلامية؟
- 5- ما دور هذه الفضائيات في تشكيل آراء ومواقف النقابيين من القضايا الدينية والحياتية؟
- 6- هل ساهمت الفضائيات الإسلامية في تغيير قناعات النقابيين في المجالات الدينية والحياتية؟
- 7- ما مستوى مصداقية الفضائيات الإسلامية؟
- 8- ما مدى الفائدة التي يحققها النقابيون من مشاهدة الفضائيات الإسلامية؟
- 9- ما دور الفضائيات في خدمة الإسلام والمسلمين؟
- 10- هل تعكس الفضائيات الإسلامية صورة ايجابية عن الإسلام والمسلمين؟
- 11- ما الإشباعات التي يحققها النقابيون من مشاهدتهم للفضائيات الإسلامية؟
- 12- هل ساهمت الفضائيات الإسلامية في التقريب بين المسلمين؟
- 13- هل ساهمت الفضائيات الإسلامية في زيادة الخلاف والانقسام بين المسلمين؟

فرضيات الدراسة:

تسعى هذه الدراسة إلى التحقق من الفرضيات التالية:

الفرض الأول: كثرة الفضائيات العربية والإسلامية يساعد النقابيين في تشكيل آرائهم ومواقفهم من القضايا الدينية والحياتية.

الفرض الثاني: إن زيادة أعداد الفضائيات وتعدد ولاءاتها ومرجعياتها السياسية والدينية يؤثر سلبياً على حجم الإشباعات التي يحققها النقابيون من موضوعاتها.

الفرض الثالث: إن تعدد وتنوع انتماءات وولاءات الفصائيات العربية الإسلامية يساهم في التقريب بين المسلمين.

التعريفات الإجرائية:

- 1- **الفصائيات الإسلامية:** وهي الفصائيات العربية المتخصصة التي تطرح برامجها وموادها الإعلامية وفق منظور إسلامي معين، وهي المتمثلة بالفصائيات التي تعود ملكيتها لأفراد أو شركات أو تتبع أحزاباً إسلامية أو حركات إسلامية، أو توجهات إسلامية معينة.
- 2- **النقابيون:** هم أعضاء النقابات التي يتكون منها مجمع النقابات المهنية في إربد، وهذه النقابات هي (الأطباء، أطباء الأسنان، الصيادلة، المهندسين، المحامين، الأطباء البيطريين، المهندسين الزراعيين)، ولا يشمل أي نقابيين من نقابات أخرى.
- 3- **الحزب الوطني:** ويقصد به كل حزب لم يكن له أي وجود في الحياة السياسية الأردنية قبل عام 1992، الذي صدر فيه قانون الأحزاب، والذي تأسست استناداً له أحزاب كانت تعمل بشكل سري، كالأحزاب الإسلامية والقومية واليسارية، وأحزاب لم يكن لها أي وجود قبل 1992، فتم تسميتها في هذه الدراسة بالأحزاب الوطنية لتميزها عن غيرها.
- 4- **صديق لأحد الأحزاب:** هم النقابيون الذين يميلون إلى تأييد أحزاب معينة بأفكارها ومواقفها، لكنهم غير مرتبطين بهذه الأحزاب تنظيمياً.

نوع الدراسة ومنهجها:

تنتمي هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية. التي تركز على وصف طبيعة وسمات وخصائص ظاهرة أو مجتمع أو جماعة وتكرارات حدوث الظواهر المختلفة،⁽²²⁾ ودراسة المواقف والآراء وتحليلها وتفسيرها لفهم الحاضر وتوجيه المستقبل،⁽²³⁾ وتهتم بتحديد الممارسات السائدة والتعرف على اتجاهات الأفراد والجماعات عن طريق المعلومات والتعبير عنها كما وكيفا أو بكليهما معاً للوصول إلى نتائج علمية.⁽²⁴⁾

واعتمدت هذه الدراسة على المنهج المسحي الذي يعتبر من أبرز المناهج المستخدمة في مجال الدراسات الإعلامية وخاصة في البحوث الوصفية. ويعد المنهج الرئيسي لدراسة جمهور وسائل الإعلام وخاصة فيما يتعلق بتصنيف الدوافع والحاجات ومستويات الإهتمام والتفضيل، ويتضمن الكثير من التقصي ومعرفة الأسباب والمسببات لما هو ظاهر للعيان⁽²⁵⁾، كما يساعد في التنبؤ بالتغيرات المستقبلية فضلاً عن إيضاح التحولات والتغيرات الماضية⁽²⁶⁾.

مجتمع الدراسة وعينتها:

يتكون مجتمع الدراسة من جميع النقابيين الأعضاء في مجمع النقابات المهنية في إربد، والذي يضم نقابات (الأطباء، أطباء الاسنان، الصيادلة، المهندسين، المحامين، الأطباء البيطريين، المهندسين الزراعيين).

وقد تم اختيار مجتمع الدراسة نظراً لتجانس أفراده الذين يمثلون شريحة اجتماعية على درجة عالية من التعليم، كما أن أعضاء النقابات المهنية يتميزون بالحضور الفاعل في المشهد الثقافي والسياسي في إربد، وذلك من خلال تنظيم مجمع النقابات المهنية المؤتمرات والندوات والمحاضرات الدورية المتعددة والمتنوعة في الشؤون الداخلية والخارجية، الأمر يفيد الدراسة ويغنيها، لأن مجتمعها يقوم على أفراد يتصفون بالوعي والثقافة ومتابعة الأحداث، علاوة على التجانس فيما بينهم.

الجدول رقم (1): أعداد النقابيين في إربد حتى نهاية كأول أول من عام 2008⁽²⁷⁾

النقابة	عدد الأعضاء	عينة الدراسة
الأطباء	1520	39
أطباء الأسنان	880	22
الصيادلة	1000	25
المهندسين	8600	214
المحامين	1120	28
الأطباء البيطريين	160	004
المهندسين الزراعيين	1760	044
المجموع	15040	376

أما عينة الدراسة فقد اعتمد الباحثان على أسلوب العينة الحصصية في اختيار مفردات العينة. وذلك لأن من شأن هذا النوع من العينات تأمين تمثيل أفضل لمجتمع الدراسة، وأنها تكون دائماً قابلة للتنفيذ مهما كان مجتمع الدراسة.⁽²⁸⁾

وبذلك فإن مجتمع الدراسة يتكون من (15040) نقابياً موزعين على النقابات السبع كما هو مبين في الجدول رقم (1)، واختار الباحثان ما نسبته 2.5% كعينة حصصية من كل نقابة من هذه النقابات، ليصل حجم العينة إلى (376) مفردة يمثلون بالتساوي جميع أعضاء النقابات المهنية في مجمع النقابات في إربد.

الجدول رقم (2): توصيف مجتمع الدراسة

النسبة	التكرار	عينة الدراسة
63.8	240	ذكر
36.2	136	انثى
100.0	376	المجموع
13.8	52	اقل من 25 سنة
33.2	125	25-35 سنة
26.6	100	36-45 سنة
18.4	69	46-55 سنة
8.0	30	اكثر من 56 سنة
54.8	206	بكالوريوس
23.7	89	ماجستير
8.8	33	دبلوم عالي
12.8	48	دكتوراه
10.4	39	الطب البشري
56.9	214	الهندسة
6.6	25	الصيدلة
5.9	22	طب الاسنان
7.4	28	المحاماة
1.1	4	الطب البيطري
11.7	44	الهندسة الزراعية
26.6	100	اقل من 500 دينار
31.4	118	501-1000 دينار
20.5	77	1001-1500 دينار
10.6	40	1501-2000 دينار
10.9	41	اكثر من 2000 دينار
56.9	214	متزوج
8.0	30	مطلق
5.6	21	أرمل
29.5	111	أعزب

النسبة	التكرار	عينة الدراسة
4.5	17	عضو في حزب قومي
5.6	21	عضو في حزب وطني
13.0	49	عضو في حزب اسلامي
13.6	51	صديق لأحد الأحزاب
4.3	16	عضو في حزب يساري
59.0	222	ليس لي أية علاقة بالأحزاب
100.0	376	المجموع

أداة الدراسة: (29)

اعتمد الباحثان في جمع بيانات الدراسة على الإستبانة بهدف الحصول على البيانات والمعلومات المطلوبة من أفراد العينة، وقد اشتملت الإستبانة على المحاور التالية:

- 1- معدل مشاهدة القنوات الفضائية الإسلامية لدى النقبائين في إربد.
- 2- القنوات الفضائية الإسلامية المفضلة لدى النقبائين.
- 3- كيفية التعرض للقنوات الفضائية الإسلامية.
- 4- دوافع التعرض لدى النقبائين.
- 5- الإشباعات المتحققة من التعرض للقنوات الإسلامية.

اختبار الصدق والثبات:

تم اجراء الصدق والثبات من خلال:

- 1- وضع الإستبانة في ضوء أهداف الدراسة.
- 2- عرض الإستبانة على مجموعة من المحكمين من المتخصصين في مجالات الصحافة والإعلام وعلم الاجتماع، وأجرى الباحثان التعديلات اللازمة لجعل الإستبانة صالحة للتطبيق بناء على توجيهاتهم.
- 3- قام الباحثان بإجراء اختبار قبلي للإستبانة على عينة قوامها (25) مفردة، بما نسبته 6.7% من إجمالي العينة، وقد بلغت نسبة الثبات 94% مما يشير إلى صلاحية الإستبانة للقياس.

تحليل النتائج ومناقشتها:

جدول رقم (3): تعرض النقايبين للقنوات الفضائية العربية الإسلامية

النسبة	التكرار	مشاهدة النقايبين
26.3	99	دائما
37.2	140	احيانا
20.7	78	نادرا
15.7	59	لا أشاهد
100.0	376	المجموع

تشير بيانات الجدول رقم (3) إلى أن (84.3%) من النقايبين يشاهدون القنوات الفضائية العربية الإسلامية، وتوضح النتائج أن (26.3%) يشاهدونها دائماً، و(37.2%) أحياناً، و(20.7%) نادراً بينما لا يشاهدها (15.7%).

ويتضح من خلال هذه النتائج أن غالبية النقايبين في محافظة إربد يشاهدون القنوات الإسلامية، وذلك لأنهم على درجة عالية من العلم والوعي والثقافة والاهتمام، مما يدفعهم إلى التعرض لمثل هذه الوسائل الاتصالية، التي تزيد من معرفتهم ومتابعتهم للشؤون الدينية والدينية.

جدول رقم (4): تعرض النقايبين للقنوات الإسلامية حسب الجنس

المجموع	مشاهدة القنوات				العدد	الجنس
	لا أشاهد	نادرا	احيانا	دائما		
240	29	50	98	63	العدد	ذكر
100.0%	12.1%	20.8%	40.8%	26.3%	النسبة	
136	30	28	42	36	العدد	انثى
100.0%	22.1%	20.6%	30.9%	26.5%	النسبة	
376	59	78	140	99	العدد	المجموع
100.0%	15.7%	20.7%	37.2%	26.3%	النسبة	

أوضحت نتائج الجدول رقم (4) أن حجم التعرض للفضائيات الإسلامية بين الجنسين جاء متقارباً إلى حد كبير، فقد بلغت نسبة الذين يشاهدون الفضائيات الإسلامية دائماً من الإناث (26.5%) مقابل (26.3%) من الذكور، وما نسبته (40.8%) من الذكور يشاهدونها أحياناً، مقابل (30.9%) من الإناث، فيما جاءت نسبة الذين يشاهدونها نادراً من الذكور (20.8%)

ومن الإناث (20.6%)، أما الذين لا يشاهدونها فقد بلغت نسبتهم بين الذكور (12.1%)، وبين الإناث (22.1%) ويمكن أن يعزى ذلك إلى أن الجنسين من النقابيين يتقاربون بمدى الوعي والتعليم كونهم فئة اجتماعية على درجة من الثقافة والمتابعة.

جدول رقم (5): تعرض النقابيين للقنوات الإسلامية حسب المهنة

المجموع	مشاهدة القنوات				المهنة
	لا أشاهد	نادرا	أحيانا	دائما	
39 100.0%	14 35.9%	11 28.2%	9 23.1%	5 12.8%	الطب البشري العدد النسبة
214 100.0%	23 10.7%	45 21.0%	87 40.7%	59 27.6%	الهندسة العدد النسبة
25 100.0%	0 .0%	4 16.0%	14 56.0%	7 28.0%	الصيدلة العدد النسبة
22 100.0%	9 40.9%	7 31.8%	4 18.2%	2 9.1%	طب الاسنان العدد النسبة
28 100.0%	6 21.4%	5 17.9%	9 32.1%	8 28.6%	المحاماة العدد النسبة
4 100.0%	0 .0%	0 .0%	2 50.0%	2 50.0%	الطب البيطري العدد النسبة
44 100.0%	7 15.9%	6 13.6%	15 34.1%	16 36.4%	الهندسة الزراعية العدد النسبة
376 100.0%	59 15.7%	78 20.7%	140 37.2%	99 26.3%	المجموع العدد النسبة

وعن تعرض النقابيين للقنوات الفضائية الإسلامية حسب المهنة فقد أشارت بيانات الجدول رقم (5) إلى أن الأطباء البيطريين جاءوا في مقدمة الذين يشاهدونها دائماً، إذ بلغت نسبتهم 50%، تلاهم المهندسون الزراعيون بنسبة (36.4%)، ثم المحامون بنسبة (28.6%) فالصيادلة بنسبة (28%)، والمهندسون بنسبة (27.6%)، والأطباء بنسبة (12.8%) وأخيراً أطباء الأسنان بنسبة (9.1%).

وأظهرت النتائج أن الصيادلة تقدموا النقابيين في مشاهدتهم للقنوات الإسلامية (أحياناً ونادراً)، فبلغت نسبتهم (66%) تلاهم المهندسون بنسبة (61.7%) فالأطباء بنسبة (51.3%)

ثم أطباء الأسنان والمحامون والأطباء البيطريين بنسبة (50%) لكل منهم فالمهندسون الزراعيون بنسبة (47.7%).

وبينت النتائج أن الصيادلة والأطباء البيطريين جميعهم يشاهدون الفضائيات الإسلامية، فلا يوجد بينهم من لا يشاهدها، في حين جاءت نسبة الذين لا يشاهدونها من أطباء الأسنان والأطباء مرتفعة، إذ بلغت بين أطباء الأسنان (40.9%) وما نسبته (35.9%) بين الأطباء، تلاهم المهندسون الزراعيون بنسبة (15.9%) ثم المهندسون بنسبة (10.7%).

وبتحليل هذه النتائج يمكن أن يعزى تقدم الأطباء البيطريين على غيرهم في مشاهدة القنوات الإسلامية، إلى أن عددهم في إربد قليل وحجم العينة بينهم لم يتجاوز أربعة أطباء بيطريين شكلوا ما نسبته (2.5%) من العدد الكلي، كما أن ارتفاع نسبة الذين لا يتعرضون لهذه الفضائيات من الأطباء وأطباء الأسنان يمكن أن يكون مرده طبيعة العمل في عياداتهم الطبية وكثرة انشغالهم قياساً لغيرهم من المهن الأخرى.

جدول رقم (6): تعرض النقبانيين للقنوات الإسلامية حسب الانتماء الحزبي

المجموع	مشاهدة القنوات				الانتماء الحزبي
	لا أشاهد	نادرا	أحيانا	دائما	
17 100.0%	3 17.6%	5 29.4%	6 35.3%	3 17.6%	عضو في حزب قومي العدد النسبة
21 100.0%	3 14.3%	6 28.6%	5 23.8%	7 33.3%	عضو في حزب وطني العدد النسبة
49 100.0%	1 2.0%	4 8.2%	21 42.9%	23 46.9%	عضو في حزب اسلامي العدد النسبة
16 100.0%	5 31.3%	6 37.5%	2 12.5%	3 18.8%	عضو في حزب يساري العدد النسبة
51 100.0%	14 27.5%	11 21.6%	15 29.4%	11 21.6%	صديق لأحد الأحزاب العدد النسبة
222 100.0%	33 14.9%	46 20.7%	91 41.0%	52 23.4%	ليس لي أية علاقة بالأحزاب العدد النسبة
376 100.0%	59 15.7%	78 20.7%	140 37.2%	99 26.3%	المجموع العدد النسبة

تشير بيانات الجدول رقم (6) إلى أن النقابيين الذين لا تربطهم اية علاقة تنظيمية في الأحزاب الأردنية بلغ (222) نقابياً شكلوا ما نسبته (59%) من أفراد العينة، تلاهم النقابيون من أصدقاء الأحزاب في المرتبة الثانية وبما نسبته (13.6%) فالنقابيون الأعضاء في أحزاب إسلامية بنسبة (13%) في المرتبة الثالثة، ثم الأعضاء في أحزاب وطنية بنسبة (5.6%) في المرتبة الرابعة، والأعضاء في أحزاب قومية بنسبة (4.5%) في المرتبة الخامسة، وأخيراً أعضاء الأحزاب اليسارية بنسبة (4.3%).

كما تشير بيانات الجدول رقم (6) إلى أن النقابيين الذين ينتمون للأحزاب الإسلامية هم أكثر النقابيين الذين يتعرضون للقنوات الإسلامية حيث بلغت نسبتهم (98%)، توزعوا على ما نسبته (46.9) يتعرضون لها بشكل دائم، و(42.9%) أحياناً، و(8.2%) نادراً، تلاهم في المرتبة الثانية النقابيون الذي ينتمون إلى أحزاب وطنية بما نسبته (85.7%) ثم النقابيون الذين ليست لهم أية علاقة بالأحزاب في المرتبة الثالثة بما نسبته (85.1%)، فالنقابيون الذين ينتمون لأحزاب قومية في المرتبة الرابعة بنسبة (82.4%)، وأصدقاء الأحزاب بنسبة (72.5%) في المرتبة الخامسة، وأخيراً الذين ينتمون لأحزاب يسارية بنسبة (68.7%) في المرتبة السادسة.

ويتبين من هذه النتائج أن النقابيين الذين ينتمون لأحزاب إسلامية احتلوا مرتبة متقدمة على غيرهم في مشاهدتهم للقنوات الإسلامية، وتبدو نتيجة واقعية وموضوعية، لأنهم يبحثون عما يعزز أفكارهم وانتماءاتهم، على خلاف النقابيين اليساريين الذين جاءوا في المرتبة الأولى للذين لا يشاهدون هذه الفضائيات. ويمكن أن يعزى ذلك لانتماءاتهم السياسية والفكرية التي قد تتعارض مع المنطلقات العقائدية والفكرية لهذه الفضائيات.

جدول رقم (7): الفضائيات الإسلامية التي يتعرض لها النقابيون

النسبة	التكرار	الفضائيات الإسلامية
13.6	209	المجد
2.3	36	الحكمة
.5	8	الفرات
1.5	23	المشكاة
.8	12	فتوى
12.7	196	اقراً
.8	13	الأمة
6.8	105	العفاسي
.5	7	المختلف

النسبة	التكرار	الفصائيات الإسلامية
1.4	21	البركة
6.5	100	المنار
3.6	56	الرحمة
1.2	19	الحافظ
.5	8	المعارف
.7	11	محمد السادس للقرآن الكريم
7.9	122	الناس
.7	11	المسار
.8	13	البدر
.3	4	الروح
1.4	21	القرآن
2.6	40	الحقيقة
1.0	16	الأنوار
.5	7	آفاق
.8	12	التواصل
.5	8	البشرى
9.9	153	الرسالة
.7	11	أهل البيت
.7	11	الفرقان
1.2	18	نجاح
.3	5	الحبيب
.5	8	الصفوة
.8	12	الحياة
1.0	16	الحافظ
.1	2	الفردوس
1.0	15	الخليجية
1.2	19	الهداية
2.2	34	مكة
.6	10	صدى الاسلام

النسبة	التكرار	الفصائيات الإسلامية
.8	12	الدعوى
2.2	34	كربلاء
.5	8	السلام
.4	6	الهدى
1.2	19	الفجر
2.3	35	الأقصى
2.3	35	بداية
100.0	1541	المجموع

وفيما يتعلق بالفصائيات الإسلامية التي يشاهدها النقايبون في إربد، أوضحت بيانات الجدول رقم (7) أن فضاوية المجد احتلت المرتبة الأولى بين (45) فضاوية إسلامية تمكن الباحثان من رصدها بين الفصائيات العربية التي تبث على القمرين Arabsat, Nilesat وتعرض لها (209) نقابياً من أصل 317 نقابياً، بما نسبته 13.6% من مجموع اجابات النقايبين، وذلك لأن الباحثين أتاحا المجال أمام النقايبين لاختيار أكثر من فضاوية عند الإجابة على هذا السؤال.

وتشير هذه النتائج إلى أن فضاوية إقرأ احتلت المرتبة الثانية بنسبة 12.7%، تلتها الرسالة بنسبة 9.9% ثم الناس بنسبة 3.6% والحقيقة بنسبة 2.6% والأقصى والحكمة وبداية بنسبة 2.3% لكل منها، ثم فضاوية الفردوس بنسبة 0.1% في المرتبة الخامسة والأربعين والأخيرة بين الفصائيات كافة، حيث تعرض لها نقابيان اثنان من أصل 317 نقابياً.

ويتضح من خلال هذه النتائج أن الفصائيات الإسلامية التي يشاهدها النقايبون تكاد تكون محدودة، ويأتي في مقدمتها فضاويات المجد وإقرأ والرسالة، ويمكن أن يعود السبب وراء جماهيريتها المرتفعة إلى أنها من أقدم القنوات الإسلامية، وإلى تنوع برامجها وطرحها الإسلامي المعتدل الذي يحظى بالقبول بين النقايبين.

وتبين هذه النتائج أن (22) فضاوية إسلامية تراوحت نسبة مشاهدتها ما بين 0.1% و0.8% من مجموع 1541 إجابة، الأمر الذي يعني محدودية انتشارها وقلة أو انعدام الإقبال على مشاهدة برامجها، لاعتبارات قد تكون متعلقة بطبيعة واتجاه الطروحات التي تعرضها على المشاهدين أو لحدثة بثها الفضائي.

جدول رقم (8): حجم التعرض للفصائيات الإسلامية

النسبة	التكرار	حجم التعرض
29.0	92	أقل من ساعة
37.5	119	1-2 ساعة
19.6	62	2-4 ساعات
13.9	44	أكثر من 4 ساعات
100.0	317	المجموع

وعن حجم تعرض النقابيين للفصائيات الإسلامية أوضحت بيانات الجدول رقم (8) أن 37.5% من أفراد العينة يشاهدون الفصائيات من ساعة واحدة إلى ساعتين و29% يشاهدونها بأقل من ساعة و19.6% يشاهدونها من ساعتين إلى أربع ساعات، فيما يشاهدها 13.9% لأكثر من أربع ساعات. مما يعني أن الفصائيات الإسلامية حظيت بمستوى جيد من تعرض النقابيين في إربيد وذلك بما يتوافق مع معدلات التعرض للفصائيات بشكل عام، والتي أشارت إليها العديد من الدراسات السابقة.

جدول رقم (9): فترات التعرض لدى النقابيين (*)

النسبة	التكرار	الفترات
12.8	46	فترة الصباح
14.4	52	فترة الظهر
72.8	262	فترة المساء والسهرة
100.0	360	المجموع

(*) أتاح الباحثان للنقابيين فرصة اختيار أكثر من إجابة في الجداول (9، 10، 11، 12)

أما عن فترات التعرض لهذه الفصائيات فقد أظهرت بيانات الجدول رقم (9) أن فترة المساء والسهرة استحوذت على أكثر نسبة تعرض فبلغت 72.8%. تلتها فترة الظهر بنسبة 14.4% ثم الفترة الصباحية بنسبة 12.8%. وتبدو هذه النتيجة طبيعية وتأتي متوافقة مع العديد من الدراسات السابقة التي تشير إلى أن فترة المساء والسهرة تحظى بنسب مشاهدة عالية وخاصة لدى مثل هذه العينة التي غالباً ما تكون منشغلة بأعمالها ووظائفها في فترتي الصباح والظهر، فتتعرض لمشاهدة القنوات الفضائية في الفترة المسائية.

جدول رقم (10): الأيام التي يتعرض بها النقابيون للقنوات الإسلامية

النسبة	التكرار	الأيام
15.3	110	السبت
6.5	47	الأحد
7.9	57	الاثنين
6.7	48	الثلاثاء
5.1	37	الأربعاء
22.3	161	الخميس
36.2	261	الجمعة
100.0	721	المجموع

ويتبين من بيانات الجدول رقم (10) أن يوم الجمعة حظي بأعلى نسبة مشاهدة بين النقابيين، فبلغت نسبته 36.2%، تلاه يوم الخميس بنسبة 22.3%، ثم يوم السبت بنسبة 15.3% فيما تراوحت لبقية أيام الأسبوع ما بين 5% و7%، الأمر الذي يعني أن عطلة نهاية الأسبوع تستقطب النقابيين لمشاهدة هذه الفضائيات، كما هو الحال بالنسبة لكافة المشاهدين الذين ترتفع معدلات التعرض لديهم في مثل هذه الأيام.

جدول رقم (11): كيفية مشاهدة النقابيين للفضائيات الإسلامية

النسبة	التكرار	كيفية المشاهدة
23.0	94	لوحدي
57.6	235	مع أفراد الأسرة
8.1	33	عند الأقارب أو الأصدقاء
1.7	7	عند الجيران
6.6	27	في مكان العمل
2.9	12	في النوادي والأماكن العامة والمقاهي
100.0	408	المجموع

أوضحت بيانات الجدول رقم (11) أن أكثر من نصف أفراد العينة يشاهدون الفضائيات مع أفراد الأسرة، وذلك بما نسبته 57.6%، فيما 23% منهم يشاهدونها لوحدهم دون مصاحبة أحد، وقد يعزى ذلك إلى حرص النقابيين على ترسيخ القيم الدينية وزيادة المعرفة والثقافة الدينية لدى أفراد أسرهم، بالإضافة إلى أن 56.9% من أفراد العينة هم من المتزوجين، الذين يبدو أنهم يحرصون لأن يكون التعرض جماعياً مع أفراد أسرهم.

جدول رقم (12): المجالات التي يفضل النقايبون مشاهدتها في الفصائيات الإسلامية

المجالات	التكرار	النسبة
القران الكريم والحديث النبوي الشريف	169	21.9
القضايا الفقهية	140	18.1
قضايا الوعظ والإرشاد	155	20.1
المعاملات	77	10.0
الفتاوى	147	19.0
الأناشيد الإسلامية	85	11.0
المجموع	773	100.0

وتشير بيانات الجدول رقم (12) إلى أن موضوعات القرآن الكريم والحديث النبوي الشريف كانت من أكثر المجالات التي يتعرض لها النقايبون. إذ بلغت نسبتها 21.9%، تلتها قضايا الوعظ والإرشاد بنسبة 20.1% ثم الفتاوى بنسبة 19%، فالقضايا الفقهية بنسبة 18.1% فالأناشيد الإسلامية بنسبة 11% وأخيراً قضايا المعاملات بما نسبته 10%.

وتوضح هذه النتائج مدى التقارب في اهتمامات النقايبين لتحقيق الإفادة في مجالات دينية وحياتية متعددة، وإشباع رغباتهم من الموضوعات التي تمس حياتهم وتكسيهم معارف جديدة، علماً بأن المبحوثين توفرت لديهم حرية اختيار أكثر من مجال.

جدول رقم (13): حرص النقايبين على مشاهدة الفصائيات الإسلامية

الحرص	التكرار	النسبة
دائماً	93	29.3
أحياناً	149	47.0
نادراً	55	17.4
لا احرص	20	6.3
المجموع	317	100.0

وفيما يتعلق بحرص النقايبين على مشاهدة الفصائيات الإسلامية تشير بيانات الجدول رقم (13) إلى أن الغالبية من أفراد العينة يحرصون على متابعة هذه الفصائيات، إذ بلغت نسبتهم 93.7% يتوزعون على 47% يحرصون أحياناً و29.3% دائماً و17.4% نادراً، فيما لا يحرص على متابعتها 6.3%، الأمر الذي يعني أن الفصائيات الإسلامية لها جمهورها النقايب الذي يحرص

على متابعة البرامج والموضوعات التي تبثها هذه الفضائيات. وتبين للباحثين من خلال إجابة النقايبين على اسئلة الإستبانة أن نسبة لا بأس بها يحرصون على متابعة برامج وموضوعات محددة.

جدول رقم (14): تقييم النقايبين لمستوى البرامج والموضوعات التي تقدمها الفضائيات الإسلامية

النسبة	التكرار	المستوى
45.1	143	جيدة
46.7	148	متوسطة
8.2	26	رديئة
100.0	317	المجموع

أما عن تقييم النقايبين لمستوى البرامج والموضوعات التي تقدمها الفضائيات الإسلامية فقد أوضحت بيانات الجدول رقم (14) أن 91.8% من النقايبين يرون أن مستواها يتقارب ما بين الجيدة والمتوسطة، فبلغت للجيدة 45.1% وللمتوسطة 46.7%، فيما يرى 8.2% أنها رديئة.

ويرى الباحثان أن هذه النتيجة تتوافق مع سابقتها، لذلك فإن النقايبين يحرصون على مشاهدة هذه الفضائيات لأن غالبيتها تقدم برامج ذات مستوى جيد ومتوسط.

جدول رقم (15): تقييم النقايبين لكفاءة المذيعين ومقدمي البرامج في الفضائيات الإسلامية

النسبة	التكرار	كفاءة المذيعين والمقدمين
37.9	120	جيدة
48.3	153	متوسطة
13.9	44	رديئة
100.0	317	المجموع

وتبين من خلال الجدول رقم (15) أن مستوى الرضى بين النقايبين لكفاءة مذيعي ومقدمي برامج الفضائيات الإسلامية كان مرتفعاً، إذ بلغت نسبته 86.1% منها 48.3% بدرجة متوسط و37.9% بدرجة جيد، فيما أجاب 13.9% بأن كفاءتهم رديئة. مما يساهم في دفع النقايبين إلى التعرض لما يقدمه هؤلاء المذيعون من برامج وموضوعات.

جدول رقم (16): دوافع تعرض النقايبين للفصائيات الإسلامية

النسبة	التكرار	الدوافع
25.7	233	زيادة الثقافة الدينية
14.7	133	ترسيخ القيم والمبادئ الإسلامية
8.4	76	الإطلاع على مواقف المذاهب الأخرى
22.6	205	اكتساب معلومات جديدة
4.3	39	التخلص من الشعور بالوحدة
6.4	58	نسيان هموم الحياة اليومية ومشاكلها
5.2	47	التخلص من الملل
6.3	57	القضاء على وقت الفراغ
6.4	58	تشعري بالسعادة
100.0	906	المجموع

وعن دوافع التعرض لدى النقايبين للفصائيات الإسلامية جاء الدافع المتعلق بزيادة الثقافة الإسلامية بالمرتبة الأولى بما نسبته 25.7% تلاه اكتساب معلومات جديدة بما نسبته 22.6% ثم ترسيخ القيم والمبادئ الإسلامية في المرتبة الثالثة بنسبة 14.7% ثم دافع الاطلاع على مواقف المذاهب الإسلامية في المرتبة الرابعة وبما نسبته 8.4% .

وأظهرت بيانات الجدول رقم (16) أن 6.4% من النقايبين يتعرضون لهذه الفصائيات لنسيان هموم الحياة اليومية ومشاكلها، لأنها تشعروهم بالسعادة، فيما يدفع القضاء على وقت الفراغ ما نسبته 6.3% من النقايبين لمشاهدة هذه الفصائيات، و5.2% للتخلص من الملل، وأخيراً 3.4% للتخلص من الشعور بالوحدة.

ويتضح من خلال هذه النتائج أن زيادة الثقافة بأمر الدين الإسلامي واكتساب معلومات دينية وحياتية جديدة كانت الأبرز بين الدوافع، نظراً لأهميتها في حياة النقايبين، الذين يحرصون على تدعيم هذه الجوانب لديهم، لأنهم يمثلون شريحة اجتماعية تسعى لأن تتواصل مع ما تعرضه وسائل الإعلام، التي تساهم في زيادة المعرفة وتدعيم الثقافة في العديد من المجالات، وخاصة في المجالات الدينية والدينيوية، التي يحتاج إليها كل فرد في المجتمع.

جدول رقم (17): مدى الحاجة إلى هذا الكم من الفضائيات الإسلامية

النسبة	التكرار	مدى الحاجة
36.3	115	نعم
43.8	139	لا
19.9	63	لا ادري
100.0	317	المجموع

ويوضح الجدول رقم (17) التفاوت في آراء النقبائين حول مدى الحاجة إلى هذا الكم من الفضائيات الإسلامية، فقد أجاب 43.8% أن مجتمعاتنا العربية ليست بحاجة إلى هذا العدد من الفضائيات، فيما يرى 36.3% أننا بحاجة إلى هذا العدد من هذه الفضائيات، بينما أجاب 19.9% أنهم لا يدرون عما إذا كنا بحاجة لهذا الكم من الفضائيات أم لا. ويجدر أن الباحثين تمكننا من رصد 45 فضائية عربية إسلامية تبث إرسالها عبر الاقمار الصناعية العربية، وأن نسبة كبيرة منها تحظى بإقبال متواضع من النقبائين، الأمر الذي يعني أن وجود 45 قناة متخصصة في مجال محدد قد ينعكس على جماهيريتها ويقلل من مشاهدتها. وهو ما توصلت إليه هذه الدراسة، وذلك لأن عدداً غير قليل من هذه الفضائيات لا تحظى بإقبال النقبائين على مشاهدتها، الأمر الذي يعني محدودية جماهيريتها، وبالتالي صعوبة استمراريتها في أداء رسالتها الإعلامية.

جدول رقم (18): تقييم النقبائين لمستوى المصادقية في الفضائيات الإسلامية

النسبة	التكرار	مستوى المصادقية
29.3	93	عالية
59.9	190	متوسطة
5.7	18	متدنية
5.0	16	معدومة
100.0	317	المجموع

أما عن تقييم النقبائين لمستوى المصادقية فيما تطرحه الفضائيات الإسلامية من موضوعات وقضايا، أفادت بيانات الجدول رقم (18) أن 59.9% من النقبائين يرون أن مصادقيتها متوسطة و29.3% يرون أن مصادقيتها جيدة، فيما يرى 5.7% أن مصادقيتها متدنية و5% يرون أنها معدومة. الأمر الذي يعني أن تقييم النقبائين لمستوى المصادقية جاء مرتفعاً، مما يدفعهم إلى الحرص على مشاهدة برامجها.

جدول رقم (19): مدى ثقة النقبائين بالمعلومات والآراء التي تقدمها الفضائيات الإسلامية

الثقة	التكرار	النسبة
دائماً	82	25.9
أحياناً	175	55.2
نادراً	37	11.7
لا اثق	23	7.3
المجموع	317	100.0

وفيما يتعلق بثقة النقبائين في المعلومات والآراء التي تقدمها هذه الفضائيات، تشير بيانات الجدول رقم (19) إلى أن هذه الفضائيات حظيت بثقة عالية من النقبائين لما تقدمه من معلومات وآراء، فقد توزعت هذه النسبة ما بين (أحياناً) بنسبة 55.2% ودائماً بما نسبته 25.9% و نادراً بما نسبته 11.7%، فيما أجاب 7.3% أنهم لا يثقون في المعلومات والآراء التي تقدمها هذه الفضائيات.

وتؤكد هذه النتائج ما ورد في الجدول رقم (18) أيضاً، وهذا يعني أن النقبائين يتعرضون للقنوات الإسلامية التي تليبي رغباتهم وتتوافق مع أفكارهم ومعتقداتهم، خاصة إذا ما علمنا أن هناك فضائيات إسلامية تطرح أفكاراً ومعتقدات قد لا يتقبلها المشاهدين.

جدول رقم (20): مدى اعتماد النقبائين على هذه الفضائيات في تشكيل مواقفهم وآرائهم

الاعتماد	التكرار	النسبة
دائماً	32	10.1
أحياناً	147	46.4
نادراً	78	24.6
لا اعتمد	60	18.9
المجموع	317	100.0

وتفيد بيانات الجدول رقم (20) أن 46.4% من النقبائين يعتمدون أحياناً على هذه الفضائيات في تشكيل مواقفهم وآرائهم من خلال ما تعرضه من قضايا وموضوعات إسلامية وحياتية، و24.6% نادراً ما يعتمدون عليها و10.1% يعتمدون عليها دائماً، فيما لا يعتمد عليها 18.9% من أفراد العينة. الأمر الذي يعني أن القضايا والموضوعات التي تطرحها هذه الفضائيات تلقى قبولاً واقتناعاً من النقبائين، مما يساهم في اعتمادهم عليها في تشكيل آرائهم ومواقفهم من خلال ما تقدمه لهم.

جدول رقم (21): مدى تأثير هذه الفضائيات في تغيير قناعات النقايبين

النسبة	التكرار	مدى التأثير
11.7	37	دائماً
43.2	137	أحياناً
29.0	92	نادراً
16.1	51	لا
100.0	317	المجموع

وعن دور هذه الفضائيات في تغيير قناعات النقايبين في مجالات دينية وحياتية معينة، تشير بيانات الجدول رقم (21) إلى أن الفضائيات الإسلامية ساهمت أحياناً بتغيير قناعات ما نسبته 43.2% من النقايبين في قضايا دينية وحياتية محددة، و29% نادراً 11.7% دائماً، فيما بلغت نسبة الذين لم يغيروا قناعاتهم 16.1%، الأمر الذي قد يعني أن هذه الفضائيات تطرح آراء موضوعية وعقلانية تستقطب النقايبين فتؤثر في قناعاتهم ومواقفهم.

جدول رقم (22): الفائدة المتحققة من تعرض النقايبين لهذه الفضائيات

النسبة	التكرار	الفائدة
22.7	72	فائدة كاملة
71.6	227	فائدة جزئية
5.7	18	لا توجد اي فائدة
100.0	317	المجموع

وفيما يتعلق بالفائدة التي يحققها النقايبون من تعرضهم لهذه الفضائيات توضح بيانات الجدول رقم (22) أن 71.6% من النقايبين حصلوا على فائدة جزئية مما تعرضه هذه الفضائيات، فيما يرى 22.7% أنهم حصلوا على فائدة كاملة، بينما يرى 5.7% أنهم لم يحققوا أية فائدة منها. وهذا يعني أن هذه الفضائيات تقدم برامج وموضوعات قيمة تحظى بإقبال النقايبين وتنعكس بالفائدة عليهم.

جدول رقم (23): دور الفضائيات في زيادة المعرفة بالمذاهب والفرق الإسلامية

النسبة	التكرار	زيادة المعرفة
23.7	75	كثيراً
34.7	110	متوسطاً
34.1	108	قليلاً
7.6	24	لم تزد
100.0	317	المجموع

تشير بيانات الجدول رقم (23) إلى أن دور الفصائيات الإسلامية في تعريف النقابيين بالمذاهب والفرق الإسلامية كان مرتفعاً، حيث بلغت نسبة الذين زادت هذه الفصائيات من معرفتهم زيادة متوسطة مانسبته 34.7% وقليلاً بما نسبته 34.1% وكثيراً بما نسبته 23.7%، أما الذين لم تزد من معرفتهم بالمذاهب والفرق الإسلامية فبلغت نسبتهم 7.6% وهذا يعني أن الغالبية العظمى من النقابيين استفادوا من هذا الدور الذي لعبته الفصائيات في زيادة معارفهم من مواقف واجتهادات المذاهب والفرق الإسلامية في القضايا الدينية والحياتية المتعددة، الأمر الذي يعني أن هذه الفصائيات تلعب دوراً مؤثراً في حياة النقابيين في إربد.

جدول رقم (24): مساهمة الفصائيات الإسلامية باتخاذ النقابيين مواقف إيجابية من المذاهب والفرق الإسلامية

النسبة	التكرار	مدى المساهمة
16.4	52	كثيرا
35.3	112	متوسطا
32.2	102	قليلاً
16.1	51	لم تساهم
100.0	317	المجموع

وتبين من خلال بيانات الجدول رقم (24) أن 35.3% من النقابيين يرون أن الفصائيات الإسلامية ساهمت بشكلٍ متوسطٍ باتخاذهم مواقف إيجابية من المذاهب والفرق الإسلامية، فيما يرى 32.2% أن مساهمتها كانت قليلة و16.4% كانت كثيرة، فيما أجاب 16.1% أنها لم تساهم باتخاذ مواقف إيجابية من المذاهب والفرق الإسلامية، الأمر الذي يعني أن ما تطرحه الفصائيات الإسلامية يحظى بالقبول والقناعة لأن غالبية النقابيين يتخذونه منطلقاً لهم في اتخاذ مواقف إيجابية من المذاهب والفرق الإسلامية.

جدول رقم (25): مناقشة الآخرين في مضامين البرامج التي تتيحها للفصائيات الإسلامية

النسبة	التكرار	مناقشة المضامين
14.5	46	دائماً
39.7	126	أحياناً
28.1	89	نادراً
17.7	56	لا
100.0	317	المجموع

وأوضحت بيانات الجدول رقم (25) أن 39.7% من النقابيين يحاورون الآخرين ويناقشونهم (أحياناً) في مضامين البرامج التي يشاهدونها على هذه الفضائيات وأن 28.1% نادراً ما يتحاورون مع غيرهم في هذه المضامين وأن 14.5% يتحاورون مع غيرهم في مضامينها بشكل دائم، فيما أجاب 17.7% أنهم لا يلجأون إلى ذلك.

ويتضح من خلال هذه النتائج أن النقابيين يتحاورون مع الآخرين فيما تقدمه الفضائيات من مضامين، مما يعني أن هذه الفضائيات تقدم برامج وموضوعات على درجة من الأهمية بحيث تفتح مجالات من الحوار والنقاش حولها.

جدول رقم (26): الموضوعات التي يناقشها النقابيون مع الآخرين

النسبة	التكرار	الموضوعات
20.2	129	موضوعات في العقيدة
12.1	77	موضوعات مذهبية
11.9	76	شخصيات إسلامية
11.8	75	أحداث في التاريخ الإسلامي
20.2	129	موضوعات وعظية وإرشادية
6.9	44	أناشيد ومدائح إسلامية
14.6	93	موضوعات في التربية الإسلامية
2.4	15	أخرى أذكرها
100.0	638	المجموع

وأظهرت بيانات الجدول رقم (26) أن الموضوعات الوعظية والإرشادية وموضوعات العقيدة تقدمت كثيراً على غيرها من الموضوعات التي يتم الحوار بين النقابيين حولها، إذ حصل كل منها على 20.2%، تلاها في المرتبة الثالثة الموضوعات التي تتناول قضايا التربية الإسلامية بما نسبته 14.6%، ثم الموضوعات المذهبية في المرتبة الرابعة بنسبة 12.1% فالشخصيات الإسلامية بنسبة 11.9% في المرتبة الخامسة، والحوادث التاريخية بنسبة 11.8% في المرتبة السادسة والأناشيد والمدائح الإسلامية في المرتبة السابعة بنسبة 6.9% وغير ذلك بما نسبته 2.4%.

جدول رقم (27): اتجاهات الأفكار والآراء التي تطرحها الفصائيات الإسلامية

النسبة	التكرار	الاتجاهات
59.3	188	معتدل
11.0	35	متطرف
29.7	94	لا ادري
100.0	317	المجموع

وعن اتجاهات الآراء والأفكار التي تطرحها الفصائيات الإسلامية في موضوعاتها وبرامجها، أوضحت بيانات الجدول رقم (27) أن 59.3% من النقايبين يرون أنها تطرح أفكارها وآراءها بشكل معتدل، فيما يرى 11% أنها تطرحها بشكل متطرف، بينما أجاب 29.7% أنهم لا يدرون عما إذا كانت معتدلة أم متطرفة.

ويتبين من هذه النتائج أن الخطاب الإعلامي لهذه الفصائيات يغلب عليه روح الاعتدال، وهي بالتالي تنطلق من المرتكزات التي يقوم عليها الدين الإسلامي والمتمثلة بالوسطية والاعتدال.

جدول رقم (28): دور الفصائيات في خدمة القضايا الإسلامية

النسبة	التكرار	مدى الخدمة
27.4	87	دائماً
44.2	140	أحياناً
19.2	61	نادراً
9.1	29	لم تساهم
100.0	317	المجموع

أما عن دور الفصائيات الإسلامية في المساهمة في خدمة القضايا الإسلامية، أشارت بيانات الجدول رقم (28) إلى أن 44.2% من النقايبين يرون أن هذه الفصائيات ساهمت أحياناً في خدمة قضايا المسلمين، فيما يرى 27.4% أنها كثيراً ما قامت بمثل هذا الدور، و19.2% يرون أن مساهمتها كانت نادرة في خدمة القضايا الإسلامية. أما الذين لا يرون أنها ساهمت في خدمة هذه القضايا فبلغت نسبتهم 9.1%.

ويتضح من خلال هذه النتائج أن النقايبين يقدرّون الدور الذي تلعبه الفصائيات الإسلامية في خدمة قضايا المسلمين.

جدول رقم (29): دور الفضائيات في التقريب بين المسلمين

النسبة	التكرار	التقريب بين المسلمين
20.8	66	كثيرا
35.6	113	متوسطا
27.4	87	قليلًا
16.1	51	لم تقرب
100.0	317	المجموع

وتشير بيانات الجدول رقم (29) إلى أن 35.6% من النقبانيين يرون أن الفضائيات الإسلامية ساهمت بشكلٍ متوسط في التقريب بين المسلمين، فيما يرى 27.4% أن مساهمتها كانت قليلة، و20.8% يرون أن مساهمتها كانت كثيرة، وأن 16.1% يرون أن الفضائيات الإسلامية لم يكن لها أي دور في التقريب بين المسلمين. وهذا يعني أن غالبية الموضوعات والقضايا التي تطرحها الفضائيات الإسلامية تقوم على ما يجمع بين المسلمين، وتبتعد عما يفرق بينهم، مما يعني أنها تنحى عن إثارة الموضوعات الخلافية والجدلية، الأمر الذي يقود للإشارة إلى رسالة الإسلام التي تحض على الوحدة والتضامن والتكافل بين المسلمين، والذي يبدو أن موضوعات هذه الفضائيات اتخذت منها مرتكزاً في خطابها الإعلامي.

جدول رقم (30): دور الفضائيات الإسلامية في عكس صورة إيجابية عن الإسلام والمسلمين

النسبة	التكرار	عكس الصورة
26.2	83	دائماً
48.9	155	أحياناً
16.1	51	نادراً
8.8	28	لم تعكس
100.0	317	المجموع

أما عن دور الفضائيات الإسلامية في عكس صورة إيجابية عن الإسلام والمسلمين فقد جاءت النتائج التي تضمنها الجدول رقم (30) مؤكدة للنتائج التي وردت في الجدول رقم (29) وغيرها من النتائج السابقة، فقد أجاب ما نسبته 48.9% من النقبانيين أن هذه الفضائيات ساهمت أحياناً في عكس صورة إيجابية عن الإسلام والمسلمين، فيما يرى 26.2% أن هذه الفضائيات تساهم دائماً في عكس صورة إيجابية، و16.1% يرون أنها نادراً ما تقوم بهذا الدور، في حين أن 8.8% يرون أنها لم تقم بمثل هذا الدور.

ويتبين من هذه النتائج أهمية مثل هذه الفضائيات وبالتالي حاجة المجتمع الإسلامي لطبيعة الأدوار التي تقدمها هذه الفضائيات في خدمة قضايا المسلمين وفي عكس صورة إيجابية عن رسالة الإسلام السمحة.

الخلاصة:

- أوضحت نتائج الدراسة أن غالبية النقبائين في محافظة إربد يتعرضون للفضائيات الإسلامية، وأن حجم التعرض متقارب بين الجنسين (الذكور والإناث)، وأن الأطباء البيطريين جاءوا في طليعة النقبائين الذين يشاهدون هذه الفضائيات فيما ارتفعت نسبة الذين لا يشاهدونها بين الأطباء وأطباء الأسنان.
- جاء النقبائون الذين ينتمون لأحزاب إسلامية في مقدمة الذين يتعرضون للفضائيات الإسلامية، تلاهم الأعضاء في أحزاب وطنية، ثم النقبائون الذين لا تربطهم أية علاقة بالأحزاب في المرتبة الثالثة، فالنقبائون الذين ينتمون لأحزاب قومية في المرتبة الرابعة.
- أكدت النتائج أن عدداً من الفضائيات الإسلامية لم تحظ إلا بنسبة قليلة جداً من المشاهدة، مما يفرض عليها إعادة النظر في الاستمرار من عدمه، وذلك لأن وجود أكثر من 45 فضائية متخصصة في القضايا الإسلامية قد يبدو كثيراً وبالتالي يقلل من فرص الإقبال على هذه الفضائيات.
- أعرب غالبية النقبائين عن رضاهم عن مستوى البرامج والموضوعات التي تقدمها الفضائيات الإسلامية، بحيث أجاب 45.1% بأنّ مستواها جيّد، و46.7% بأنّ مستواها متوسط.
- حظيت أيام الجمعة والخميس والسبت بأعلى نسبة تعرض قياساً لأيام الأسبوع الأخرى، إذ حصلت مجتمعة على 73.8%، فيما جاءت فترة المساء والسهرة في مقدمة الفترات التي يشاهد بها النقبائون القنوات الإسلامية.
- توزعت اهتمامات النقبائين في التعرض على عدد من المجالات التي تبثها القنوات الإسلامية، وكانت النسب المئوية لهذه الاهتمامات متقاربة، وجاءت في طليعتها موضوعات القرآن الكريم والحديث النبوي الشريف بنسبة 21.9%، تلتها قضايا الوعظ والإرشاد بنسبة 20.1% ثم الفتاوى بنسبة 19% فالقضايا الفقهية بنسبة 18.1%.
- أكدت النتائج أن زيادة الثقافة الإسلامية جاء في مقدمة دوافع التعرض للفضائيات الإسلامية، تلاه اكتساب معلومات جديدة ثم ترسيخ القيم والمبادئ الإسلامية.
- أشارت النتائج إلى أن 92.7% من النقبائين أوضحوا أنهم يتقنون بما تقدم هذه الفضائيات من معلومات وآراء في مجالات دينية ودينية.

- أوضحت النتائج أن 89.3% من النقايبين يرون أن مستوى المصادقية فيما تطرحه الفضائيات تراوح ما بين جيد ومتوسط وأن نسبة قليلة (5%) يرون أنها معدومة، الأمر الذي انعكس على ثقة النقايبين بما تطرحه هذه الفضائيات من معلومات وآراء والتي جاءت أيضاً مرتفعة (92.7%)، مما ساهم في اعتماد نسبة كبيرة منهم (81.1%) في تشكيل مواقفهم وآرائهم على ما تبثه هذه الفضائيات.
- أكدت النتائج أن غالبية النقايبين يرون أن الفضائيات الإسلامية ساهمت في خدمة قضايا الإسلام والمسلمين، وأن غالبيتهم أيضاً يرون أنها ساهمت في التقريب بين المسلمين من خلال ما تعرضه من موضوعات وقضايا، وأنها عملت على عرض صورة إيجابية عن الإسلام والمسلمين، الأمر الذي يعني أن خطابها الإعلامي حظي بالقبول والاستحسان لدى النقايبين.

توصيات الدراسة:

- وفي ضوء النتائج التي توصلت إليها الدراسة فإن الباحثين يوصيان بما يلي:
- ضرورة استمرار الفضائيات الإسلامية بعرض القضايا والموضوعات الحساسة دينياً بموضوعية واعتدال، بعيداً عن التشنج والتزمت وأساليب احتكار الحقيقة، لأن مثل هذا التشنج والتطرف الذي تمارسه نسبة قليلة من هذه الفضائيات لا يخدم القضايا الإسلامية.
- تطوير قدرات الكوادر الإعلامية العاملة في هذه الفضائيات من خلال الدورات التدريبية، وإطلاعهم على أحدث المستجدات في مجال العمل التلفزيوني.
- ضرورة التنسيق بين القنوات الإسلامية بإقامة اتحاد أو نقابة بين هذه القنوات، للخروج بخطاب إعلامي يقوم على إشاعة المحبة والسلام بين المسلمين.
- زيادة عرض النشرات الإخبارية والبرامج السياسية والحوارية لأهميتها بالنسبة للمشاهدين من جهة، وعدم تعارضها مع كونها فضائيات إسلامية متخصصة من جهة أخرى.
- أن تعمل الفضائيات الإسلامية على إيلاء موضوعات التسلية والترفيه أهمية أكثر مما هي عليه الآن في برامجها، شريطة أن تكون برامج الترفيه ملتزمة بأخلاقيات المجتمع وتقاليده.
- العمل على التصدي لحمات التشويه المستمرة ضد الدين الإسلامي.
- الاعتماد على كوادر إعلامية من الرجال والنساء تمتاز بالحضور التلفزيوني.

Islamic Media Satellite Channels... Appeasement or fragmentation

Hatem Al Alawneh, *Department of Journalism, Faculty of Mass Communication, Yarmouk University, Irbid, Jordan.*

Ezzat Hijab, *Department of Radio and Television, Faculty of Mass Communication, Yarmouk University, Irbid, Jordan.*

Abstract

The study aims at drawing attention to the role Islamic Media satellite Channels play in either bridging the gaps of understanding or further its fragmentation from the viewpoint of syndicates members in the province of Irbid. It further sheds light on the magnitude and scope of exposure that such media outlets constitute and the incentives behind their follower's loyalty and the needs it feeds.

Considered a first initiative of its kind, a survey method using a questionnaire was employed to collect the data. A total sample of 376 syndicates represent the seven unions that constitute Irbid province's Union/Syndicates.

Results came out to prove that the majority of the study's subjects receive constant exposure to Islamic media outlets and that they are represented by those who are registered affiliates in various Islamic movements.

The study further shows that the majority of syndicates expressed satisfaction for the topics and programs presented by such outlets and that their level of credibility proved to be one of a high level, peaking to around 92.7% of the syndicates' confidence.

Results confirmed that syndicates members see Islamic Media outlets, through their popular support, as contributing to Islamic issues, bridging the gaps among them, as well as portraying a positive image about Islam and Muslims in general.

وقبل في 2009/6/16

قدم البحث للنشر في 2009/2/2

الهوامش:

- 1- القرآن الكريم، سورة هود، الآيتان 45-46.
- 2- العاني، فؤاد، الصحافة الإسلامية ودورها في الدعوة، بيروت مؤسسة الرسالة، 1993، ص ص 68-72.
- 3- إمام، سلوى، تأثير مشاهدة الجمهور المصري للقنوات الفضائية على وسائل الاتصال في الفضائيات العربية ومتغيرات العصر/ أعمال المؤتمر العلمي الأول للأكاديمية الدولية لعلوم الإعلام، القاهرة، الدار المصرية اللبنانية، 2005، والعلي، فوزية، عادات وأنماط تعرض الجالية الإماراتية في بريطانيا للقنوات الفضائية في: الفضائيات العربية ومتغيرات العصر/ أعمال المؤتمر العلمي الأول للأكاديمية الدولية لعلوم الإعلام، القاهرة، الدار المصرية اللبنانية، 2005، وخضور، أديب، بحوث إعلامية ميدانية، دمشق، بدون دار نشر، 1999، وفتح الله، وليد، تعرض الصفوة المصرية لبرامج الرأي في القنوات التلفزيونية العربية، مجلة بحوث الرأي العام، القاهرة، العدد المزدوج (2+1)، 2003.
- 4- الحديدي، محمد فضل، نظريات الإعلام، دمياط، مكتبة نانسي دمياط، 2006، ص11.
- 5- الموسى، عصام سليمان، المدخل في الاتصال الجماهيري، عمان، دار ومكتبة الكتاني، ط3، 1995، ص155.
- 6- الحديدي، محمد فضل، مصدر سابق، ص16.
- 7- أبو أصعب، صالح خليل، الاتصال والإعلام في المجتمعات المعاصرة، عمان، دار آرام للدراسات والنشر، 1995، ص 110.
- 8- نجوش، أحمد، الاتصال والعولمة، الجزائر، دار الفجر للنشر والتوزيع، 2008، ص 100.
- 9- عبده، سلام احمد، استخدامات أعضاء النقابات المهنية للمجلات النقابية والإشباع المتحققة منها، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، العدد الثاني والعشرون، يناير - يونيه، 2004، ص 217.
- 10- مكاوي، حسين عماد، والسيد، ليلي حسين، الاتصال ونظرياته المعاصرة، القاهرة، الدار المصرية اللبنانية، 1998، ص 241.
- 11- أبو أصعب، صالح خليل، مصدر سابق، ص 111.
- 12- المصدر السابق، الطبعة الرابعة، 2004، ص ص 162-163.
- 13- الشامي، علاء، دور الخطاب الديني في وسائل الاتصال في تشكيل اتجاهات الشباب المصري نحو القضايا السياسية، رسالة دكتوراه غير منشورة، القاهرة، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، 2006.

- 14- دسوقي، صالح السيد، أساليب تطوير الخطاب الديني في القنوات الفضائية العربية. منشورات المؤتمر العلمي السنوي الثاني عشر - الإعلام وتحديث المجتمعات العربية، الجزء الثالث، القاهرة، كلية الإعلام، مايو، 2006.
- 15- سليم، حنان احمد، علاقة الفضائيات الإخبارية والصحف والجماعات بتشكيل الاهتمامات نحو قضايا الإصلاح السياسي لدى الرأي العام المصري، منشورات المؤتمر العلمي السنوي الثاني عشر - الإعلام وتحديث المجتمعات العربية، الجزء الأول، القاهرة، كلية الإعلام، مايو، 2006.
- 16- أنور، احمد فؤاد، الصحافة الدينية في إسرائيل بين قضايا الصراع مع العرب والتناحر الداخلي، القاهرة، عالم الكتب، 2006.
- 17- المزروعى، عيسى عيال مجيد، صحافة الأقليات الدينية في العراق، رسالة ماجستير غير منشورة، بغداد، جامعة بغداد، كلية الإعلام، 2007.
- 18- الشماس، عيسى، تأثير الفضائيات التلفزيونية الأجنبية في الشباب - دراسة ميدانية على طلبة كلية التربية بجامعة دمشق، مجلة جامعة دمشق، المجلد 21، العدد الثاني، 2005.
- 19- عمارة، نائلة، دور القنوات الفضائية في تشكيل معارف واتجاهات الجمهور العربي نحو العولمة، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، العدد 25، يوليه - ديسمبر، 2005.
- 20- الدواوسة، سلاح، استخدامات الجمهور الفلسطيني للقنوات الفضائية العربية والإشباع المتحققة، رسالة ماجستير غير منشورة، القاهرة، معهد البحوث والدراسات العربية، 2002.
- 21- خرينو، سامر، الصحافة الإسلامية، والتعددية السياسية في الأردن 1990-2000، عمان، دار الينابيع للنشر والتوزيع، 2001.
- 22- حسين، سمير محمد، دراسات في مناهج البحث العلمي- بحوث الإعلام، القاهرة، عالم الكتب، ط3، 1999، ص 123.
- 23- عمر، السيد احمد مصطفى، البحث الإعلامي - مفهومه وإجراءاته ومناهجه، بيروت، مكتبة الفلاح للنشر والتوزيع، ط2 - 2002، ص 210.
- 24- عليان، ربحي وغنيم، عثمان، مناهج وأساليب البحث العلمي - النظرية والتطبيق، عمان، دار صفاء للنشر والتوزيع، 2000، ص 43.
- 25- العتايي، جبر مجيد، طرق البحث الاجتماعي، الموصل، دار الكتب للطباعة والنشر، 1991، ص 54.
- 26- قنديلجي، عامر، البحث العلمي واستخدام مصادر المعلومات، بغداد، دار الشؤون الثقافية العامة، 1992، ص 86.

- 27- غيغلون، رودولف وماتالون، بنيامين، **البحث الاجتماعي المعاصر - مناهج وتطبيقات**، ترجمة علي سالم، بغداد، دار الشؤون الثقافية العامة، ط2، 1986، ص 38.
- 28- حصل الباحثان من إدارة مجمع النقابات المهنية في إربد على قائمة بإعداد النقابيين في النقابات السبع المكونة للمجمع بتاريخ 2008/12/5.
- 29- عرض الباحثان الإستبانة على عدد من المختصين من بينهم الاستاذ الدكتور عبد الخالق ختاتنة من قسم علم الاجتماع والخدمة الاجتماعية بجامعة اليرموك، والدكتور علي نجادات من قسم الصحافة بكلية الإعلام والأستاذ محمد جهاد الشريدة من قسم العلاقات العامة بكلية الإعلام والأستاذ محمد أنيس المحتسب من قسم الإذاعة والتلفزيون بكلية الإعلام - وأخذ الباحثان بأرائهم واقتراحاتهم لتصبح الإستبانة جاهزة للتوزيع على عينة الدراسة.