

تأثير المحطات التلفزيونية الأردنية الخاصة على طلاب الجامعات في ضوء نظرية المسؤولية الاجتماعية

إبراهيم فؤاد خصاونة*

ملخص

تناولت الدراسة تأثير المحطات التلفزيونية الأردنية الخاصة على طلاب الجامعات في ضوء نظرية المسؤولية الاجتماعية، وذلك للتعرف على قدرتها في تشكيل آراء الطلاب ودورها في تحديد مضمون الرسالة التي تصل إلى المشاهدين ولاسيما طلاب الجامعات الذين يتابعون فعاليات المحطات الإعلامية. هدفت الدراسة إلى معرفة ما أحدثته المحطات الإعلامية الخاصة في معارف المتلقين، مهما كانت نوعية البرامج ومستوياتها أو مصادرها.

وأفادت نتائج الدراسة أن النسبة الكبرى من طلبة الجامعات الأردنية يُعنى بمتابعة محطات التلفزة الخاصة بما توفره من هامش حرية وتنوع في الآراء. وأصبحت تشكل بالنسبة لطلبة الجامعات الأردنية مصدراً من مصادر الحصول على الأخبار والمعلومات وتتنافس وسائل الإعلام التقليدية والصحافة الإلكترونية، وذلك خلال فترة صدورهما القصيرة، فهي وسيلة إعلامية فاعلة في تشكيل آراء الشباب، ومصدر يحظى بثقة المشاهدين، ويعول عليه في متابعة الأحداث. كما أفادت النتائج أن تأثير برامج المحطات الخاصة على عينة الدراسة كان كبيراً، وأفضت إلى أن المحطات التلفزيونية الخاصة كما المحطات التلفزيونية الحكومية لها دور مؤثر ينطلق من مسؤوليتها الاجتماعية في تنمية معارف عينة الدراسة، وأوضحت أن متابعة برامجها جعلت المشاهدين أكثر قبولاً لمضامين الأفكار البرمجية بغض النظر عن دقة المعلومات الواردة فيها.

وتصنف الدراسة على أنها إستطلاعية وصفية تحليلية، استخدم فيها الباحث الاستبانة التي وزعت على عينة عشوائية من (600) طالب بأعمار مختلفة من كلا الجنسين الذكور والإناث في ست جامعات أردنية في الأقاليم الثلاثة الشمالي والوسط والجنوبي.

الكلمات الدالة: المحطات التلفزيونية الأردنية الخاصة، الشباب، المسؤولية الاجتماعية.

الفصل الأول

الإطار العام للدراسة

المقدمة

يعد تأثير وسائل الإعلام على الشباب من أهم القضايا التي تشغل الباحثين اليوم، حيث تختلف هذه الوسائل في درجة تأثيرها بين إيجابي وسلبي وتختلف كذلك طرق وأساليب التأثير فمنها المباشر ومنها غير المباشر. ويمثل الشباب في كل مجتمع ثروة بشرية منتجة، ترتكز عليها برامج التنمية والتحديث بشكل كبير.

تتناول الدراسة قضايا تخص الشباب بحثاً في مشاكل المجتمع التي تترك آثارها عليهم، ومع التقدم الهائل لوسائل الإعلام كميّاً وكيفياً تضاعفت الوظائف المرتقبة من الإعلام، كما زاد اعتماد الأفراد على وسائل الإعلام لتلبية كثير من احتياجاتهم، وتضاعف الوقت الذي يقضيه الفرد في التعامل مع الوسيلة الإعلامية حتى صارت جزءاً من حياته أياً كانت خصائصه أو قدراته أو مستواه الاقتصادي والاجتماعي ولاشك أن تأثير تلك الوسائل قد يكون كبيراً على الشباب، مما جعل دراسة هذا الموضوع من القضايا الأساسية في العصر الحديث.

لاشك أن الإعلام الأردني التلفزيوني ولاسيما الخاص هو من الوسائل التي تؤثر وتتأثر بمشاهديها، فهذه الدراسة تحاول معرفة مدى متابعة الشباب الأردني لوسائل إعلامهم المرئية،

* كلية الآداب، قسم الصحافة والإعلام، جامعة البترا، عمان، الأردن.
تاريخ استلام البحث 2012/12/6، وتاريخ قبوله 2013/7/18.

أهمية الدراسة:

- تتبع أهمية الدراسة مما يأتي:
- أ. أنها دراسة تتناول دور محطات التلفزة الخاصة في التأثير على طلبة الجامعات الأردنية.
 - ب. أنها دراسة يمكن أن تنبّه الجهات الرسمية الأردنية المعنية على مضاعفة جهودها الإعلامية في جعل فئة الشباب عنصراً أساسياً مسانداً لعملية البناء والتنمية في الأردن.
 - ج. هناك نقص في المعلومات وعدم اهتمام من قبل الباحثين في قياس تأثير المحطات الأردنية التلفزيونية الخاصة على الشباب في ضوء نظرية المسؤولية الاجتماعية، لذلك تحاول هذه الدراسة الإضافة المعرفية في هذا الموضوع.

هدف الدراسة:

تهدف الدراسة بشكل رئيس للتعرف إلى تأثير المحطات التلفزيونية الأردنية على طلبة الجامعات من خلال تنمية اتجاهات الولاء لديهم، ومعرفة الدور الذي تضطلع به تلك المؤسسات في تجسيد المسؤولية الاجتماعية، وكيفية تطبيق المحطات التلفزيونية الأردنية الخاصة لهذا الموضوع.

وهناك أهداف ثانوية تتمثل بما يلي:

- معرفة إلى أي حد يستخدم الشباب الأردني وسيلة إعلامه مصدراً للاخبار والترفيه والمعلومات في المجالات المختلفة.
- مدى نزاهة بعض المؤسسات الإعلامية في كيفية تناولها لمختلف الموضوعات التي تهتم المجتمع.
- التعرف إلى مدى متابعة محطات التلفزة الخاصة من قبل طلبة الجامعات الأردنية.
- الكشف عن مدى منافسة محطات التلفزة الخاصة لوسائل الإعلام التقليدية باعتمادها مصادر للاخبار والمعلومات وفي متابعة مجريات الأحداث الوطنية والعربية والدولية.
- الكشف عن مدى ثقة الطلبة بما تنشره أو تبثه محطات التلفزة من أخبار ومعلومات وبرامج وأفلام.
- وضع توصيات يمكن أن تسهم في تعزيز الاستخدام الأمثل لمحطات التلفزة الخاصة.

أسئلة الدراسة:

- تسعى الدراسة إلى الإجابة عن الأسئلة الآتية:
- أ. ما مدى مساهمة محطات التلفزة في تشكيل رأي عام لدى طلبة الجامعات الأردنية؟
 - ب. ما مدى منافسة المحطات التلفزيونية الخاصة لوسائل الإعلام الأخرى؟
 - ج. ما مدى الحرية المتاحة للطلبة في استخدام هذه المحطات كأدوات للتعبير عن الرأي؟

ومدى التأثير الذي تتركه فيهم بهدف معرفة حجم المسؤولية الاجتماعية التي تضطلع بها تلك المؤسسات في بناء جيل واع وقادر على الاضطلاع بالمسؤوليات الملقاة على عاتقه، لأن الشباب تركز عليهم مهمة بناء المستقبل.

انعكس التطور التكنولوجي الذي أصاب حياة الإنسان المختلفة، وقد أدى التطور إلى ظهور محطات تلفزيونية يملكها شخص أو أشخاص أو شركة معينة أو ائتلاف من الشركات، لكن الأمر يستلزم أن تكون مثل هذه المحطات تتواءم مع طبيعة الحياة الموجودة في الدولة وأن تخدم أنماطاً فكرية معينة، ولا تتعارض مع سياسات الدولة العامة.

إن تطور الأعمال مرتبط بشكل وثيق بالمجتمعات التي تعمل بها وذلك لما توفره المجتمعات من متطلبات الأعمال الأساسية، لذلك يبدو وجود مجتمعات أعمال متطورة مرتبط بشكل كبير بوجود أعمال متطورة فيها والعكس صحيح تماماً، ولذلك فموضوع الدور الاجتماعي للمنظمة المتمثل بالمسؤولية الاجتماعية يعد من المواضيع التي أثارت جدلاً كبيراً في أوساط الأعمال سواء على المستوى المجتمعي أو في الأوساط العملية أو الأكاديمية.

ويكاد لا يخفى على أحد أن المحطات التلفزيونية الخاصة هي عبارة عن منظمات خاصة، وأن النظرة الحديثة في الإدارة أدت إلى وجود أنماط من المسؤولية الاجتماعية من قبل المنظمة تجاه المجتمع الذي تنمو فيه.

مشكلة الدراسة:

تشكل محطات التلفزة الخاصة في الأردن رافداً أساسياً في تعزيز الديمقراطية وخدمة المواطنين أو في زعزعة الأمن والاستقرار نتيجة لقدرتها على التأثير في الشباب، وأصبحت وسيلة اتصال مهمة لمتابعيها ينقلون عنها الآراء والاتجاهات من خلال ما تبثه من برامج. وقد غدت هذه المحطات قوة متصاعدة بين فئات الشباب الأردني، ولقد أدرك الشباب الأردني بعامة وطلبة الجامعات الأردنية بخاصة أن وسائل الإعلام الحكومية لم تعد بمفردها قادرة على إشباع رغباتهم وحاجاتهم ودوافعهم المعرفية، مما فتح المجال أمام الباحثين لدراسة ظاهرة محطات التلفزة الخاصة ومدى قدرتها في التأثير على شباب الجامعات الرسمية والخاصة في الأردن.

وتقع على عاتق منظمات الأعمال مسؤولية في رعاية المجتمع المحلي والعاملين لديها والشباب فئة مهمة في المجتمع وينبغي لهذه المنظمات أن تقوم بدور أكثر تأثيراً في تقديمها للخدمات وللعاية بالمجتمعات التي تنمو داخلها، وتأتي هذه الدراسة بهدف التعرف على تأثير المحطات التلفزيونية الأردنية الخاصة على الشباب في ظل نظرية المسؤولية الاجتماعية.

مفردة من كل جامعة من الجامعات الأردنية الست المذكورة آنفاً، والمنتشرة في مناطق الشمال والوسط والجنوب. وبناء على نتائج الاستبانة تم تقدير خطأ المعاينة بنسبة تساوي 5% وبالتالي كانت درجة الثقة بالعينة تساوي 90%.

ج. المجال الزمني: أجريت الدراسة خلال الفترة من 2012/7/21 - 2012/7/26 م.

د. المجال الموضوعي: ويتمثل في تأثير المحطات التلفزيونية الأردنية الخاصة على الشباب في ضوء نظرية المسؤولية الاجتماعية.

منهج الدراسة:

تعد هذه الدراسة من البحوث الوصفية التي تهدف لتصوير وتحليل وتقييم مشكلة محددة بهدف الحصول على معلومات كافية عنها واستخلاص نتائج ودلالات مفيدة.

وطبق الباحث المنهج الوصفي "المسح بالعينة" كونه الأكثر استخداماً في المجالات الإنسانية وهو يقوم على متابعة دقيقة لظاهرة أو حدث معين في فترة زمنية معينة أو عدة فترات من أجل التعرف على الظاهرة أو الحدث من حيث المحتوى أو المضمون والوصول إلى نتائج وتعميمات تساعد على فهم الواقع وتطويره.

ويعد المنهج الوصفي من خلال المسح بالعينة أنسب طريقة لوصف الظاهرة المتعلقة بـ "تأثير المحطات التلفزيونية الأردنية الخاصة على الشباب في ضوء نظرية المسؤولية الاجتماعية".⁽⁴⁾

طبيعة الدراسة - المنهجية

تتبع الدراسة المنهج الوصفي التحليلي كونها تحاول وصف الظاهرة موضوع البحث من حيث التعرف إلى تأثير المحطات التلفزيونية الأردنية الخاصة على الشباب في ضوء نظرية المسؤولية الاجتماعية، وتوصف بأنها تحليلية لأنها تهدف إلى تحليل اتجاهات عينة الدراسة.

وتوصف الدراسة بأنها ميدانية: حيث تم جمع البيانات من عينة الدراسة بواسطة استبانة تم تطويرها لقياس عوامل الدراسة ومتغيراتها.

مجتمع الدراسة وعينتها:

تمثل مجتمع الدراسة بطلاب الجامعات الأردنية وتم اختيار ست جامعات بواقع جامعتين عن كل إقليم، وقد سبق ذكرها، وجرى توزيع استبانة روعي أن تكون شاملة لجوانب الدراسة بهدف الخروج بنتائج أكثر دقة لمعرفة آراء طلاب الجامعات الأردنية.

وتمثلت عينة الدراسة بتوزيع مئة استبانة بأسلوب العينة العشوائية على كل جامعة من أجل معرفة تأثير المحطات

د. ما الإيجابيات المترتبة على متابعة طلبة الجامعات الأردنية لهذه المحطات؟

هـ. ما السلبيات المترتبة على متابعة طلبة الجامعات الأردنية لهذه المحطات؟

مصطلحات الدراسة:

التلفزيون: تحويل مشهد متحرك، وما يرافقه من أصوات، إلى إشارات كهربائية ثم نقل هذه الإشارات وإعادة تحويلها عن طريق جهاز الاستقبال إلى صورة مرئية مسموعة.

القنوات التلفزيونية الأردنية الخاصة: مؤسسات تتبع لجهة أردنية مستقلة يملكها القطاع الخاص، تبتث مجموعة من الأعمال وبرامج التلفزيون سواء بصورة مباشرة على الهواء أو معلبة في تسجيلها سابقاً ومستخرجة من الأرشيف. وقد تكون هذه البرامج من إنتاجها أو برامج تعاقدت على شراء حقوق بثها. ويمكن للمحطات أن تخصص في مجال بثها في موضوع محدد وإلى فئة محددة من المشاهدين أو أن تكون عامة في مضمونها وتستهدف عموم المشاهدين، كما يمكن لها أن تتبع مؤسسة ربحية في القطاع الخاص أو مؤسسة ذات نفع عام لا تعتمد الربح المادي كأحد أهدافها⁽¹⁾.

الشباب:- مجموعة من جمهور المشاهدين من الجنسين الذكور والإناث الذين تتراوح أعمارهم بين (17-40) سنة.

المسؤولية الاجتماعية: "الالتزام المستمر من قبل منظمات الأعمال بالتصرف أخلاقياً والمساهمة في تحقيق التنمية الاقتصادية والعمل على تحسين نوعية الظروف المعيشية للقوى العاملة وعائلاتهم والمجتمع ككل"⁽²⁾.

مجالات الدراسة:

أ. المجال المكاني

اعتمد الباحث الجامعات الأردنية مجالاً مكانياً لتنفيذ الدراسة، واختار ست جامعات أردنية من مجموع سبعة وعشرين جامعة حكومية وخاصة مسجلة لدى وزارة التعليم العالي والبحث العلمي الأردنية واستخدم العينة العشوائية البسيطة (أسلوب القرعة) في اختيار عينة الدراسة، لإفساح المجال لكل الجامعات الأردنية أن يكون لها فرص الظهور في العينة التي تتكون من الجامعات الآتية: جامعة اليرموك، جامعة العلوم والتكنولوجيا، الجامعة الأردنية، جامعة البترا، جامعة مؤتة وجامعة معان.

ب. المجال البشري

يتكون مجتمع الدراسة الكلي من طلبة الجامعات الأردنية الذين يبلغ عددهم 240123 طالباً وطالبة،⁽³⁾ وقد اختار الباحث عينة عددها 600 طالب وطالبة تم اختيارهم باستخدام أسلوب التوزيع المتساوي، أي تم سحب عينة مقدارها 100

الدراسات السابقة:

تم اختيار دراسات قريبة إلى حد ما من موضوع الدراسة، ولعل أبرزها ما يلي:

دراسة عبد الحكيم السبتي (2009) بعنوان "دور وسائل الإعلام في تشكيل الثقافة السياسية لدى الشباب الكويتي. دراسة حالة التلفزيون الكويتي في الفترة من 1991-2005"⁽⁵⁾ هدفت الدراسة إلى تحليل برامج التلفزيون الكويتي والتعرف على دور تلك البرامج في تشكيل الثقافة السياسية للشباب الكويتي. وتمثلت عينة الدراسة بـ 200 طالب وطالبة من جامعة الكويت، وخلصت إلى وجود مؤسسات رسمية وغير رسمية تؤدي دوراً فاعلاً في إكساب الشباب ثقافة سياسية حيث جاءت وسائل الإعلام في المركز الأول (الإذاعة - الصحافة - التلفزيون - شبكة المعلومات الدولية " الإنترنت").

وأكدت الدراسة أن وسائل الإعلام المختلفة تفاوتت فيما بينها من حيث قيامها بدور مؤثر في عملية نشر الثقافة السياسية وحث الشباب على المشاركة وزيادة ثقافته السياسية، وأن التلفزيون الكويتي أسهم في دعم ثقافة سياسية معينة تجاه العديد من الأحداث إلا إن درجة التأثير اختلفت تبعاً للقضية التي يتعامل معها التلفزيون.

ودعم التلفزيون الكويتي القضايا التي تهم الأمة العربية، ويتضح ذلك من خلال التعرض لموضوعين أساسيين أولهما انقضاة الأقصى حيث قام بدور في نشر ثقافة سياسية تعمل على حشد الجهود العربية وتوحيد الصف العربي في مواجهة الاحتلال الإسرائيلي كما نشر التلفزيون ثقافة سياسية معينة تجاه الاحتلال الأمريكي للعراق.

وبينت أن التلفزيون يأتي في مقدمة وسائل الإعلام لما له من دور مؤثر في المجتمع وخاصة على الشباب بما يقدمه من برامج ونشرات إخبارية وتحليلات سياسية تؤدي لرفع مستوى الثقافة السياسية لديهم.

دراسة أحمد بن سيف (2007) بعنوان "تحو نموذج مقترح لتطوير الإعلام الكويتي في الحياة السياسية"⁽⁶⁾

هدفت الدراسة إلى عرض نموذج مقترح لتفعيل دور وسائل الإعلام الكويتية في الحياة السياسية. وخلصت إلى تقديم نموذج مقترح لتفعيل دور المؤسسة الإعلامية في عملية التنشئة السياسية وذلك على النحو التالي:

أ- تقديم برنامج سياسي يومي أو إسبوعي للتعريف ببعض المفاهيم والمصطلحات السياسية بأسلوب شيق ومبسط ليتسنى للمشاهد إن يكتسب قدرًا معقولاً من المعرفة السياسية.

ب- تقديم برنامج خاص للشباب يناقش قضاياهم والسعي نحو الاستماع لأرائهم في تلك القضايا مع إعطائهم مساحة

الأردنية الخاصة على الشباب في ضوء نظرية المسؤولية الاجتماعية، وتم ذكر عدد من المحطات لإمكانية معرفة آراء عينة الدراسة بقناة جوسات، وكذلك قناة نور الأردن، سما الأردن، زينة بلادي، رؤيا، الحقيقة الدولية، سفن ستار، ونورمينا. وتمت مراعاة المستوى الدراسي في توزيع الاستبانة لإمكانية أن تكون أداة الدراسة موزعة بشكل متساوٍ بين الطلاب في السنوات الدراسية لمرحلة البكالوريوس، حيث إن أعمار الطلبة تتراوح بين 17- 40 عاماً ففي الجامعات طلاب تخرجوا من برامج الدراسات الأجنبية وأعمارهم تقل عن 18 عاماً، وفئة قد التحقت في الجامعات بعد التوجيهي مباشرة، وأخرى تجسر في التعليم بعدما تكون قد أنهت فترة الدبلوم من المعاهد المتوسطة بالإضافة لطلاب يلتحقون بالدراسة في سن متأخرة.

والهدف الذي يكمن من توزيع الاستبانات على جامعات في الأقاليم الثلاثة هو أن تكون العينة تمثيلية لكافة فئات الطلبة الذي يتلقون تعليمهم في الجامعات الأردنية بعيداً عن نوع التعليم سواء أكان خاصاً ام عاماً.

أسلوب جمع البيانات:

اعتمدت هذه الدراسة في الحصول على بياناتها من مصدرين أساسيين هما:

1- مصادر أولية: تتمثل في الاستبانة كأداة رئيسية لجمع البيانات الأولية.

2- مصادر ثانوية: تتمثل في الدراسات النظرية المتعلقة بموضوع الدراسة.

أداة الدراسة:

اعدت استبانة من خلال الاستعانة بمصادر مختلفة وخاصة تلك التي كتبت عن المسؤولية الاجتماعية، وتضمنت تسعة عشر سؤالاً.

صدق الأداة وثباتها

عُرِضت استبانة الدراسة على ثلاثة أساتذة إعلام في الجامعات الأردنية، للاستئناس بأرائهم، بهدف الحكم على شموليتها. ووضع الباحث الاستبانة بصورتها النهائية بعد الاستعانة بملاحظاتهم وقد تم اختبارها على عينة مكونة من (40) فرداً. وقد شرح الباحث لهم الأهمية التي تنطوي عليها الدراسة والأهداف التي تسعى إلى تحقيقها، ومنحهم وقتاً للإجابة عن أسئلتها، وكانت ردود فعلها إيجابية. وقد تم تحديد ثبات الأداة بأسلوب إعادة الاختبار، حيث تم توزيع الاستبانة على عينة مشابهة للعينة الأولى المكونة من (40) فرداً، وعند تحليل النتائج وجد الباحث أنها مطابقة للنتائج التي ظهرت في الاختبار الأول، وتطابقت بنسبة 90%، وهي نسبة كافية لاختبار ثبات أداة الدراسة.

باعتباره من أهم رموز السلطة وقدمت الطاعة باعتبارها فضيلة كبرى في التعامل معه على خلاف الأعمال الأجنبية التي اهتمت بالحوار والمناقشة.

- وجود علاقة إيجابية بين درجة تعرض الأطفال للتلفزيون خاصة للبرامج الهادفة وبين إيمانهم بقيمة المساواة وأهميتها.

دراسة عبده إبراهيم الدسوقي (2004) بعنوان "التلفزيون والتنمية"⁽⁹⁾

هدفت الدراسة إلى التعرف على تأثيرات التلفزيون من خلال ما يقدمه من برامج للمشاهدين خاصة أبناء الريف. وتمثلت عينة الدراسة بـ 200 مبحوث.

وخلصت إلى أن غالبية أفراد العينة يفضلون مشاهدة أيام الجمعة والأحد والخميس وأفضلية مشاهدة ليلاً. وبلغت نسبة من يفضلون مشاهدة برامج السياسة 64% من جملة أفراد العينة وأصح 78% أن البرامج السياسية التي يقدمها التلفزيون ساعدتهم على معرفة سياسة الدولة، كما أشار 71% إلى تفضيلهم للاشتراك في الحزب الوطني الديمقراطي عن طريق الدعاية والبرامج التلفزيونية التي يقدمها الحزب من خلال وسائل الإعلام خاصة التلفزيون.

دراسة (Krambia & Kapardis) بعنوان: "المسؤولية الاجتماعية: هل تطور المنظمة أم العكس، (2005)"⁽¹⁰⁾

هدفت الدراسة للتعرف على مواقف وسلوكيات أرباب الأعمال نحو المسؤولية الاجتماعية في عدد من الشركات القبرصية، وإذا كانوا مدركين للفرصة السانحة لهم (السمعة الجيدة) في حال تبناوا مسؤولياتهم نحو مجتمعهم، ووجهت الاستبانة لـ (4000) من أرباب الأعمال القبرصية، وتوصلت إلى أن الشركات المحلية مدركة لأهمية القيام بمسؤولياتهم وأداء التزاماتها نحو مستخدميها وزبائنهم، وأن أغلبية تلك الشركات كانت تهدف إلى الكسب المادي من وراء قيامها بالتبرعات الخيرية وذلك لحصولها على خصومات ضريبية.

دراسة (Hurst) بعنوان "الحاكمية وأخلاقيات المسؤولية الاجتماعية: دراسة مقارنة بين شركات الأعمال الأوروبية وشركات الأعمال الأمريكية" (2004)⁽¹¹⁾

هدفت الدراسة إلى اختبار الافتراض القائل إن ممارسة المنظمات الأمريكية الأخلاقية والحكومية ونشاطات المسؤولية الاجتماعية الشاملة تختلف عن ممارسة المنظمات الأوروبية، واستخدم الباحث عينة من (10) منظمات أمريكية و(8) منظمات أوروبية، وتمت المقارنة في مجالات التكنولوجيا، الطاقة، الرعاية الصحية، الصناعات الدفاعية، والصناعات الفضائية.

للتعبير بكل حرية ودون تدخل.

ج- تقديم برامج حوارية باستضافة بعض السياسيين ومحاورتهم بكل شفافية وإن تتم هذه الحوارات في جو من الحرية ودون اللجوء إلى خداع المستمع أو المشاهد حتى لا ينصرف الشباب عن متابعة هذه البرامج.

د- ضرورة أن تتضمن النشرات الإخبارية تحليلات سياسية لبعض الأحداث الجارية والسعي لأخذ آراء المستمع أو المشاهد من خلال المداخلات الهاتفية.

هـ- الابتعاد عن البرامج السياسية التقليدية التي تحابي رأى الحكومة أو تحاول أن تقدم صورة مخالفة للواقع حتى لا ينصرف الشباب عن تلك البرامج.

و- ضرورة أن تهتم الصحف الكويتية بموضوع التنشئة السياسية وذلك بتقديم بعض المفاهيم والمصطلحات السياسية بشكل ميسر حتى يستطيع القارئ استيعابها وتحقق قدرًا مناسباً من التنشئة السياسية.

دراسة محمد المالكي (2006): بعنوان "دور وسائل الإعلام في الوعي السياسي والمشاركة السياسية"⁽⁷⁾

هدفت الدراسة إلى معرفة أسباب تدني مستوى الوعي لدى الشباب وانخفاض معدل مشاركتهم السياسية، وسعت الدراسة إلى معرفة دور وسائل الإعلام خاصة التلفزيون في زيادة الوعي السياسي لدى الشباب والحافز على تحقيق المشاركة السياسية. واختيرت عينة قوامها 100 طالب وطالبة بجامعة القاهرة، وخلصت إلى نتائج عكست تدني معدلات الوعي السياسي والمشاركة السياسية لدى الشباب.

أوضحت الدراسة أن وسائل الإعلام تقوم بدور رئيس في تنمية الوعي السياسي، وعن ترتيب القضايا التي اهتمت بها وسائل الإعلام فقد جاء في مقدمتها البطالة ثم المشكلة السكانية ثم الدين ثم الأمية.

دراسة إيمان نور الدين (2005): بعنوان "دور التلفزيون في نشر الوعي للشباب العربي.. دراسة مقارنة"⁽⁸⁾

هدفت الدراسة إلى الكشف عن طبيعة دور التلفزيون في إكساب الشباب القيم والاتجاهات التي تؤهلهم للتعامل مع الحاضر ومواجهة المستقبل وبيان ملامح الخطاب الموجه لهم ومدى تفاعله وتعبيره عن قضاياهم وتأثيره عليهم.

وجاءت النتائج على النحو التالي:

- هناك اختلاف كبير في الخطاب الإعلامي المصري والأجنبي والذي يكشف عن الثقافة السائدة في كلا المجتمعين.

- أكدت الأعمال الدرامية الأجنبية على قيم المساواة والعمل والمشاركة بالصورة أكثر من نظيرتها المصرية.

- سعت الأعمال الدرامية المصرية لإبراز صورة الحاكم

الفصل الثاني:

الإطار النظري

المبحث الأول: تأثير المحطات التلفزيونية على الشباب

هناك من يرى أن المحطات التلفزيونية تؤثر على الأسرة نفسها وأن دور الأسرة أخذ في الإنحسار في ظروف العمل العصرية حيث خرجت الأمهات إلى ساحة العمل وأصبح الأطفال يستوعبون قيمهم السياسية والاجتماعية من خلال وسائل الإعلام وفي مقدمتها التلفزيون، وقد أدى ذلك إلى ضمور القيم التقليدية التي تبثها الأسرة لتحل محلها قيم تلفزيونية⁽¹²⁾.

كما أن المحطات التلفزيونية تقوم بدور تعليمي وتنقيفي يساير مقومات البيئة المدرسية، بل قد يفوق دوره تأثير وزارة التربية ووزارة الثقافة والصحف ويتضح ذلك من خلال القنوات التعليمية التي تنتشر من خلال الأقمار الصناعية مثل قنوات التعليم العالي - قنوات الجامعات المفتوحة.. الخ⁽¹³⁾:

تنقل المحطات التلفزيونية رسالة تأثيرية إلى داخل الإنسان سواء كان في حالة راحة أو تسلية وليس في حالة تنبيه للدفاع عن النفس، كما تعد محطات التلفزيون سيد الرسالة غير المباشرة، فالتلفزيون ليس حصة للتلقين ولا يقدم مادة للحفظ والصم وليس خطاباً مباشراً ولا مقالاً صحفياً إنما يُعطي تأثيره الأكبر بشكل غير مباشر وهذا يقلل من حصانة الفرد ضده.

ويمكن القول إن القنوات التلفزيونية لها تأثيرها على الشباب ويبرز في ضوء دور نظرية المسؤولية الاجتماعية وذلك من خلال ما يلي:⁽¹⁴⁾

1- الحفاظ على القيم: وهي عملية خلق الاستمرارية الكلية للثقافة وقد تكون رسمية ومخططة وقد تكون غير رسمية وغير مخططة.

2- تطوير القيم: وذلك إما أن يكون عن طريق استعارة قيم ثقافة سياسية أو عن طريق تنمية سلوك التغيير في الإطار الثقافي وبذلك يسهم في تخطي الهوة الثقافية وهي عدم التوافق بين التغيير السريع في الهياكل السياسية والاجتماعية والتغيير البطيء في الإطار الثقافي الذي يحكم تلك المؤسسات.

3- توليد القيم: تساهم المحطات التلفزيونية في توليد قيم الولاء والانتماء عن طريق إثارة المناقشة حول المسائل السياسية وإظهار رأي القادة وجعل المسائل المطروحة واضحة مما يؤثر على اتجاهات الأفراد.

ويزداد نجاح وسائل الإعلام في تغيير الاتجاهات خاصة في الأوقات التي ينتشر فيها عدم اليقين والحيرة حول أمور معينة فستطيع وسائل الإعلام حينئذ أن تحدث تغييرات ضخمة وتنتشر اتجاهات وقيم جديدة⁽¹⁵⁾.

وتوصلت إلى أن (50%) من المنظمات الأوروبية تركز في إستراتيجيتها على نشاطات المسؤولية الاجتماعية بينما (20%) من المنظمات الأمريكية تركز على ذلك، وأن المنظمات الأوروبية كان لديها التزام أكبر من المنظمات الأمريكية في نشاطات المسؤولية الاجتماعية، وأن المنظمات الدفاعية والفضائية الأمريكية والأوروبية أقل تبنياً للمسؤولية الاجتماعية الشاملة فيما كانت المنظمات التكنولوجية أكثر تبنياً للمسؤولية الاجتماعية، وكان هناك تشابه بين سياسات المنظمات الأمريكية والأوروبية من حيث توافر مدونات أخلاقية ومكاتب تهتم بتطوير نشاطات المسؤولية الاجتماعية.

مكانة الدراسة بين الدراسات السابقة

تأتي هذه الدراسة لتتعرف على رأي الشباب بإعلامه المحلي التلفزيوني التابع للقطاع الخاص بما يقدمه له من رسائل إعلامية في ظل التطور التكنولوجي الحاصل في وسائل الإعلام كافة لبيان مدى تأثيره على الشباب في ظل نظرية المسؤولية الاجتماعية.

وتتميز بتناولها لعينة بحثية تهدف للتعرف على تأثير المحطات التلفزيونية الأردنية الخاصة على الشباب وبيان مدى فاعليتها، ودراسة مفرداتها والربط بينها، فالدراسات السابقة لم تقم بدراسة مثل تلك المفردات وإنما كانت دراسات منفصلة. كما تتميز بأنها تدرس واقع المحطات التلفزيونية الأردنية الخاصة من خلال أخذ عينة من طلاب ست جامعات أردنية موزعة على الأقاليم الثلاثة الشمالي والوسط والجنوبي ويمثلون مختلف شرائح المجتمع الأردني، حتى تغطي آراء الشباب حول الدراسة بصورة أكثر شمولية، وكذلك ستسهل مهمة الباحثين لإجراء بحوث حول هذا الموضوع مستقبلاً.

حدود الاستفادة من الدراسات السابقة

لا شك أن الباحث أفاد من خلال الإطلاع على الدراسات السابقة في جوانب أضافت ما يعزز إجراء دراسته وفي وضع تصور عام للدراسة والتحديد الدقيق لمشكلتها وأهدافها، حيث تطرقت إلى تأثير المحطات التلفزيونية الأردنية الخاصة على طلاب الجامعات في ضوء نظرية المسؤولية الاجتماعية، وساهمت على الصعيد الإجرائي في تحديد نوع عينة الدراسة وصياغة التساؤلات التي تعرضت لها، فضلاً عن تصميم استبانة وتحويل المحاور إلى متغيرات قابلة للدراسة.

وقد استفاد الباحث من الدراسات السابقة في تحديد توجهات الدراسة عند صياغة الأسئلة بمختلف جوانبها، حيث تحاول الدراسة أن تسهم في تحقيق إضافة علمية، فالدراسات السابقة أجريت في بيئات عربية وعالمية مختلفة، بينما أجريت هذه الدراسة في الأردن.

الآن إمكانية تغطية الأحداث في أي مكان في العالم فور وقوعها وذلك عن طريق الأقمار الصناعية وإذاعتها في جميع بلاد العالم مما يؤدي إلى تعرض الملايين من المشاهدين من مختلف الشعوب على اختلاف أنواعها إلى متابعة الأحداث العالمية.

ولقد أصبحت سهولة التبادل الإخباري اليوم وخصوصاً عن طريق القمر الصناعي هي جزء من الأنفتاح على ثقافات دول العالم المختلفة خاصة مع تزايد عدد القنوات الإخبارية المتخصصة سواء القنوات العربية مثل الجزيرة - العربية - النيل للأخبار.. الخ أو القنوات الأجنبية مثل C.N.N - Euro News وغيرها.

ولا يقتصر دور المحطات التلفزيونية في نقل الأنماط الثقافية لدول العالم من خلال المواد السياسية المباشرة، ولكن تتعداها إلى الأشكال المختلفة للمادة السياسية غير المباشرة وبذلك يستطيع جذب الجمهور الإعلامي ويقدم لهم المضمون السياسي في قالب مناسب مثل بعض البرامج الكوميديّة التي تتناول بالنقد بعض القضايا السياسية.

ومن جانب آخر فإن قيام المحطات التلفزيونية بهذا الدور قد يؤدي إلى زيادة الشعور بعدم الرضا بمستوى المعيشة مقارنة بما يقدمه من معلومات عن معيشة الآخرين وبالتالي يعطيهم الفرصة للمقارنة بين معيشتهم ومعيشة غيرهم وهو الأمر الذي يبدو واضحاً في القنوات الإعلانية سواء للمنتجات الاستهلاكية أو السلع المعمرة والعقارات مما يدفع المشاهدين إلى إعادة النظر في أحوالهم المستقبلية والحالية وتخلق لديهم التطلعات التي تعد شرطاً أساسياً للعصرية⁽²²⁾.

فوسائل الإعلام وعلى رأسها المحطات التلفزيونية يمكن أن يوكل إليها مهمة تغيير القيم والاتجاهات والثقافة خاصة ما يتعلق بالولاء والانتماء والهوية، في نفس الوقت الذي يعتمد عليها في نشر الثقافة والاتجاهات السياسية الرسمية والقيم السياسية التي تضمنتها تلك الثقافة الرسمية.

وهناك عوامل تؤثر سلباً على قيام المحطات التلفزيونية بتغيير القيم والاتجاهات تتمثل بما يلي:-⁽²³⁾

- عدم وضوح الأهداف الأساسية للسياسة الثقافية التي تنتهجها وسائل الإعلام وعلى رأسها المحطات التلفزيونية، وكذلك ظاهرة المحاكاة لأنماط غير ملائمة لظروف المجتمع مما يؤدي إلى غياب المفهوم الثقافي في مجموعة البرامج التلفزيونية ومحتوياتها المتناقضة للثقافة.

- ظاهرة الغزو المضاد للثقافة المرغوبة والتي تتسرب من خلال المحطات التلفزيونية ويتضح ذلك من بعض البرامج الثقافية التلفزيونية وبعض المسلسلات والأفلام التي قد

وإذا كان تطوير الثقافة السياسية يعني في بعض جوانبه غرس قيم الولاء والانتماء والموضوعية في نظام قيم الفرد دعماً إلى ظهور مشاركة ابتكارية في أداء النظام السياسي بدلاً من القيم التقليدية.⁽¹⁶⁾ وإذا كانت الصفوة في المجتمع النامي تعمل جهدها للتمييز بين الأدوار فإن هذا التمييز بحاجة إلى نقله إلى ذهن المواطن العادي حيث تختلط الأدوار، فالفرد ليس بحاجة فقط إلى أن يكون مدركاً للأدوار السياسية وإنما إلى كيفية تأثيرها على النظام السياسي بما يحقق صالح الفرد والمجتمع.⁽¹⁷⁾

والقنوات التلفزيونية تشكل إحدى أدوات هذه العملية ويمكن أن تحقق هذا الدور من خلال أخبارها وبرامجها الإخبارية مما يمكن معه توجيه المجتمع وإرشاد أفراده وتبصيرهم بقضايا التنمية وأهدافها، وهو ما يؤكد (هنري كاسير) بأن التلفزيون أثبت تأثيراً لا مثيل له في نقل الأنباء والمعرفة.⁽¹⁸⁾

كما أن المحطات التلفزيونية تساعد على خلق الإدراك السياسي لدى المشاهدين والإدراك السياسي هو الدرجة التي يصل إليها الفرد في فهم كافة المعلومات عن بلاده بصفته مواطناً صالحاً يقوم بواجباته السياسية على وجه صحيح وهذا ما أكده روجرز حيث أشار إلى أن امتلاك المعلومات السياسية يرتبط ارتباطاً عالياً وموجباً بالتعرض لوسائل الاتصال الجماهيري التي تخلق الاهتمامات الواعية للمواطنين وتسهم في زيادة مشاركتهم السياسية وفي تطوير الروح القومية والتعرف على العالم الخارجي عن مجتمعهم مما ينعكس على إدراكهم السياسي والاجتماعي⁽¹⁹⁾.

ولما كانت الثقافة السياسية مهمة في دعم قيم الولاء والانتماء وأحدى الثقافات في النظام الثقافي العام لأي مجتمع من المجتمعات، وأحداث تغيير في بعض القيم السياسية التقليدية يمكن أن يتم من خلال تغيير ثقافي عام، فإن عوامل هذا التغيير عديدة منها التقدم التكنولوجي وقيام الثورات ونمو الديمقراطية والاتصال أو الاحتكاك الثقافي، والاتصال الثقافي هو تلك الظواهر الناتجة عن الاتصال المستمر بين الأفراد ذوي الثقافات المختلفة وما يترتب على ذلك من تغييرات في الأنماط الثقافية⁽²⁰⁾.

وتعتبر المحطات التلفزيونية من أهم أدوات الاتصال الثقافي بين جميع دول العالم ولعل هذا ما دفع مارشال ماكولوهان إلى القول إن وسائل الإعلام خاصة التلفزيون حولت العالم إلى قرية عالمية⁽²¹⁾.

وتتضح مقدرة المحطات التلفزيونية على تجسيد القيم والاتجاهات الثقافية لدول العالم من خلال ما يعرضه على شاشته بصورة مباشرة أو عن طريق الصور الحية، فهي تملك

الأعمال بالتصرف أخلاقياً والمساهمة في تحقيق التنمية الاقتصادية والعمل على تحسين نوعية الظروف المعيشية للقوى العاملة وعائلاتهم والمجتمع ككل⁽²⁸⁾.

كما تم تعريف المسؤولية الاجتماعية للمنظمات بأنها "طريقة عمل المنظمة والتي من خلالها تدمج الاهتمامات والقضايا الاجتماعية والبيئية والاقتصادية في صنع القرار واستراتيجيات وسياسات وقيم وثقافة الشركة والعمليات والأنشطة داخل المنظمة بشفافية ومحاسبة ليتم تطبيق أحسن الممارسات، وتستخدم هذه المشاريع تسويقياً لتحسين صورة المنظمة من خلال إضفاء الصبغة الأخلاقية عليها وزيادة مصداقيتها مما يؤدي إلى زيادة أرباحها وكخطوة مهمة ومنظمة أصبحت بعض المنظمات الملتزمة أخلاقياً واجتماعياً تنقيد بإعداد التقارير حسب المواصفات التي تتعلق بالبيئة"⁽²⁹⁾.

وقد عرّف البنك الدولي المسؤولية الاجتماعية بأنها "التزام أصحاب النشاطات الاقتصادية بالمساهمة في التنمية المستدامة من خلال العمل مع المجتمع المحلي بهدف تحسين مستوى معيشة السكان بأسلوب يخدم الاقتصاد ويخدم التنمية في آن واحد، كما أن الدور التنموي الذي يقوم به القطاع الخاص يجب أن يكون بمبادرة داخلية وقوة دفع ذاتية من داخل صناعات القرار في المنظمة"⁽³⁰⁾.

وتعتبر المنظمة العالمية للمعايير الدولية أن المسؤولية الاجتماعية "عبارة عن نشاطات للمنظمة لتحمل المسؤولية الناجمة عن أثر النشاطات التي تقوم بها على المجتمع والمحيط لتصبح نشاطاتها منسجمة مع منافع المجتمع والتنمية المستدامة، وترتكز المسؤولية الاجتماعية على السلوك الأخلاقي، واحترام القوانين والأدوات الحكومية التي تدمج مع النشاطات اليومية للمنظمة"⁽³¹⁾.

وقد عرّفها جمعية الإداريين الأمريكيين على أنها "استجابة إدارة الشركات العملية إلى التغير في توقعات المستهلكين والاهتمام العام بالمجتمع مع الاستمرار بانجاز المساهمات الفريدة للأنشطة التجارية الهادفة إلى خلق الثروة الاقتصادية"⁽³²⁾.

يمكن القول، بأنه لم يتم تعريف مفهوم المسؤولية الاجتماعية بشكل محدد وقاطع يكتسب بموجبه قوة إلزام قانونية وطنية أو دولية، ولا تزال المسؤولية في جوهرها أدبية ومعنوية، أي أنها تستمد قوتها وقبولها وانتشارها من طبيعتها الطوعية الاختيارية، ومن هنا فقد تعددت صور المبادرات والفعاليات بحسب طبيعة البيئة المحيطة، ونطاق نشاط الشركة وأشكاله، وما تتمتع به كل شركة من قدرة مالية وبشرية، وهذه المسؤولية بطبيعتها ليست جامدة، بل لها الصفة الديناميكية والواقعية

تستورد دون مراعاة لأثرها السلبي.

- انعدام التوازن في الخدمات الثقافية التي تقدم من خلال وسائل الإعلام وعدم توزيعها توزيعاً عادلاً وملائماً بين المدن والقرى.

فالملاحظ أن وسائل الإعلام الجماهيرية وغيرها من الأنشطة الإعلامية غالباً ما تركز على المجتمعات الحضرية وتغفل المجتمعات الريفية، ولذلك فإن أي جهد لإحداث أي تعديل في القيم السياسية في المجتمعات الحضرية سيكون ضائعاً أو ذا تأثير محدود.

المبحث الثاني: المسؤولية الاجتماعية

تعريف المسؤولية الاجتماعية

تنوعت الإسهامات المقدمة من قبل الدراسات التي عنيبت بالمسؤولية الاجتماعية فانعكس ذلك على الإسهامات المقدمة من الباحثين في هذا المجال، مما أدى إلى عدم وجود اتفاق عالمي لمصطلح المسؤولية الاجتماعية، ولكن بشكل عام فإنها مصطلح يرجع إلى قيم أخلاقية، أو لإتمام المتطلبات القانونية، لزيادة احترام أدمية الإنسان، والبيئة التي يعيش عليها هذا الأخير وهي نفسها التي تنمو فيها المنظمة بصرف النظر عن مجال عملها⁽²⁴⁾، ومن أهم تعريفات المسؤولية الاجتماعية ما يلي:

عرّف كارول (Carroll) المسؤولية الاجتماعية: بأنها الممارسات الإدارية التي لها التزام أخلاقي، وتتكون من جانبين هما: الجانب الأخلاقي والتطوعي، وأهم عناصر الجانب الأخلاقي هي: احترام المبادئ الاجتماعية المعمول بها في المجتمع، وإن يتلاءم السلوك الأخلاقي مع التشريعات القانونية، أما مكونات السلوك التطوعي للمسؤولية الاجتماعية فتحتوي على: المشاركة في النشاطات الاجتماعية، تقديم الدعم للمنظمات التعليمية في المجتمع، وإن تكون كل النشاطات المقدمة للمجتمع تقوم على رفع مستوى نوعية وجودة الحياة⁽²⁵⁾.

كما عرّف دروكر (Drucker) المسؤولية الاجتماعية بأنها: التزام المنظمة تجاه المجتمع الذي تعمل فيه⁽²⁶⁾.

وعرّفها هولمز (Holmes) بأنها التزام منظمة الأعمال تجاه المجتمع الذي تعمل فيه وذلك عن طريق المساهمة بمجموعة كبيرة من الأنشطة الاجتماعية مثل محاربة الفقر وتحسين الخدمات الصحية ومكافحة التلوث، وخلق فرص عمل وحل مشكلة الإسكان والمواصلات وغيرها⁽²⁷⁾.

أما مجلس الأعمال العالمي للتنمية المستدامة فقد عرف المسؤولية الاجتماعية بأنها الالتزام المستمر من قبل منظمات

عن أدائها الاجتماعي لمعرفة درجة التزامها الاجتماعي⁽³⁵⁾.

أنماط المسؤولية الاجتماعية

المنتبع لموضوع المسؤولية الاجتماعية يلاحظ وجهتي نظر متعارضتين شكلتا نمطين متناقضين في أدراك إدارة المنظمة للدور الاجتماعي الذي يجب أن تمارسه، وتتمثل وجهات النظر بـ: المالكين من جهة والمجتمع المحلي من جهة أخرى، فمن خلال اهتمام المنظمات بالمالكين فكأنما تركز على تعظيم الأرباح للمنظمة لأنها هي محور اهتمام المالكين، أما المجتمع المحلي فهو مهتم بتحقيق الرفاه له وتحمل أعباء تحسين الحياة لأفراده بشكل عام، وأما أنماط المسؤولية الاجتماعية فهي:

النمط الأول: المسؤولية الاقتصادية: وتتمثل في أن منشآت الأعمال يجب أن تركز على هدف تعظيم الأرباح بغض النظر عن أي مساهمة اجتماعية، لأن الإسهامات الاجتماعية ما هي إلا نتائج للتطور الاقتصادي للمسؤولية الاجتماعية ولتطور رأس المال المؤسسي، لأن عند ممارسة المديرين الأهداف الاجتماعية سوف يضعفون ديناميكية السوق وسوف ينعكس ذلك على الأهداف المرجوة في عمل المنظمة، في إلحاق الأذى بالمنظمة من ناحية الأرباح المرجوة ومن أهم المناصرين لهذا الاتجاه هو مليون فريدمان (Milton Friedman)⁽³⁶⁾.

النمط الثاني: الاجتماعي: ويتمثل في تركيز المنظمة على الدور الاجتماعي في حين يكون التركيز على الدور الاقتصادي قليل جداً وان هذا الاتجاه مناقض تماماً للنمط الاقتصادي لأنه لا يولي الاهتمام للواقع الاقتصادي للمنظمة، ومن الممكن تطبيق هذا الاتجاه على المنظمات التي جاءت لتحقيق أهداف اجتماعية وليس التي جاءت لهدف اقتصادي وتؤدي دوراً اجتماعياً لإكمال الواجبات المنوط بها ؟، لأنه إذا استمرت المنظمات بتقديم النمط الاجتماعي دون الاقتصادي سوف يؤدي إلى تدهور أحوال المنظمة لأن الوضع الاقتصادي هو أساس المنظمة في استمرارها ونموها في تحقيق الأرباح وإمكانية مجارة الغير في هذا العصر الذي يتميز بالسرعة والمنافسة الشديدة⁽³⁷⁾، ونتيجة للتناقض الشديد بين الاتجاهين فقد ظهر اتجاه جديد يوازن بين النمطين وهو:

النمط الثالث: الاقتصادي - الاجتماعي: ويتمحور في أن المنظمات لا تمثل رؤية المالكين في تحقيق الأرباح وإنما أصبحت الرؤية لهذه المنظمات من قبل المجتمع المحلي للمنظمات بتحمل دور اجتماعي وخاصة وبعد الخصخصة التي أخذت بالتزايد في المجتمعات، لذلك فهذه الرؤية توازي بين النمط الاقتصادي الذي يركز على احتياجات المالكين والنمط الاجتماعي الذي يركز على رؤية المجتمع المحلي، وقد جاء هذا النمط للتوازن بين النمطين لإمكانية نمو المنظمات

وتتصف بالتطور المستمر كي تتواءم بسرعة وفق مصالحها وبحسب المتغيرات الاقتصادية والسياسية والاجتماعية.

ويمكن إجمال تعريف المسؤولية الاجتماعية بأنها الأنشطة والممارسات الطوعية أو الإجبارية من قبل منظمات الأعمال موجهة للعاملين وللمجتمع المحلي من خلال التحسين المستمر للظروف المعيشية لظروف العاملين وإمكانية تقديم الرفاه للمجتمع المحلي وإمكانية تحسين الظروف المعيشية للمواطنين بشكل عام، لتحسين صورة المنظمة في ذهن المجتمع، ومن الممكن انعكاس هذه الممارسات على المنظمات في تحقيقها للأرباح على المدى البعيد.

تطور مفهوم المسؤولية الاجتماعية:

ظهرت المسؤولية الاجتماعية في بداية العشرينيات من القرن الماضي عندما ذكر شليدون "Sheldon" أن مسؤولية كل منظمة تتحدد من خلال أدائها الاجتماعي والمنفعة المحققة للمجتمع، ثم أخذ الاهتمام الأكاديمي بالمسؤولية الاجتماعية ينعكس على الواقع العملي إلا أنه لم يتم الاهتمام بالشكل المطلوب أو بالمجارة العلمية للمسؤولية الاجتماعية، كما أن المسؤولية الاجتماعية كانت تتمحور في الاهتمام بالعاملين داخل المنظمات ولا يتعدى البيئة أو المجتمع، وظل الأمر على هذا الشكل إلى أن أوصى المؤتمر المنعقد في جامعة كاليفورنيا عام 1972 تحت شعار "المسؤولية الاجتماعية لمنظمات الأعمال" بضرورة إلزام المنظمات كافة برعاية الجوانب الاجتماعية للبيئة والمساهمة في التنمية الاجتماعية والتخلي عن فلسفة تعظيم الربح كهدف وحيد⁽³³⁾.

ومع استجابة منظمات الأعمال لهذا الطرح الجديد وضع المشرع القانوني قواعد تضيضي على هذه الأفكار سمة الإلزام للتأكيد على أن الالتزام بالأداء الاجتماعي لم يعد اختيارياً أمام المؤسسات إنما هو أمر ملزم إذا رغبت هذه المؤسسة في الاستمرار، وعليه ظهرت دراسات الجمعية القومية للمحاسبين وجمعية المحاسبين الأمريكية ودراسات المعهد الأمريكي للمحاسبين القانونيين للتأكيد على أهمية الإفصاح عن الأداء الاجتماعي حيث اتجهوا لإرساء الأسس اللازمة لقياس فاعلية البرامج الاجتماعية لمنظمات الأعمال⁽³⁴⁾، ولكن ظل الطرح مرتبطاً بالعمر الزمني والقدرة المالية للمنظمة.

كانت هذه الاتجاهات هي المنطلق الأساس لنشر الوعي الاجتماعي في إطار المحيط الاقتصادي والمحاسبي في بقية دول العالم فقد طالب مجمع المحاسبين القانونيين بالمملكة المتحدة منظمات الأعمال بضرورة تضمين التقارير المالية نتائج الأداء الاجتماعي، أما في فرنسا فقد نادى الجمعيات المحاسبية المهنية بضرورة إلزام المنظمات المهنية الإفصاح

والاقتصادية والسياسية، فالإعلام يهدف إلى خدمة المجتمع وبيشره بالرفاهية واحترام حقوق الفرد الاقتصادية والسياسية والثقافية والاجتماعية.

- إتاحة الفرصة للفرد للحصول على المعلومات التي يستفيد منها أو يريد أن يتعلمها أو يضيفها إلى حصيلة مستواه الثقافي والسياسي من خلال فكر الدولة أو فكره الشخصي.

- وتتلخص الوظائف العامة لنظرية المسؤولية الاجتماعية للصحافة بخدمة النظام السياسي المتفق عليه من قبل الأغلبية الساحقة للشعب؛ وإعلام الرأي العام وإعلاء ممارسة حكم الشعب لنفسه؛ وحماية حقوق الأفراد في المجتمع، وحقوق الدولة لخدمة المجتمع واحترام النظام العام، واحترام حق الاتصال والإعلام؛ وخدمة النظام من خلال إبراز الأنشطة الاقتصادية والاجتماعية والسياسية والثقافية؛ وتقديم برامج متوازنة بالتسلية والترفيه للفرد من خلال ذلك القسط من الحرية الممنوحة من الدولة بما يحقق راحة الجميع؛ والتركيز على مبدأ تحقيق الاكتفاء الذاتي.⁽⁴³⁾

ثالثاً: الدراسة الميدانية (عرض نتائج الدراسة وتحليلها) مجتمع الدراسة وعينتها:

تمثل مجتمع الدراسة بطلاب الجامعات الأردنية وتم اختيار ست جامعات بواقع جامعتين عن كل إقليم، وقد سبق ذكرها، والهدف تمثيل الطلاب من جميع فئات المجتمع بغض النظر عن أنها جامعات حكومية أو خاصة، وجرى توزيع استبانة روعي أن تكون شاملة لجوانب الدراسة بهدف الخروج بنتائج أكثر دقة لمعرفة آراء طلاب الجامعات الأردنية.

وتمثلت عينة الدراسة بتوزيع مئة استبانة بأسلوب العينة العشوائية على كل جامعة من أجل معرفة تأثير المحطات الأردنية الخاصة على الشباب في ضوء نظرية المسؤولية الاجتماعية، وتم ذكر عدد من المحطات لإمكانية معرفة آراء عينة الدراسة بقناة جوسات، وكذلك قناة نور الأردن، سما الأردن، زينة بلادي، رؤيا، الحقيقة الدولية، سفن ستار، ونورمينا.

وتمت مراعاة المستوى الدراسي في توزيع الاستبانة لإمكانية أن تكون أداة الدراسة موزعة بشكل متساوٍ بين الطلاب في السنوات الدراسية لمرحلة البكالوريوس، حيث إن أعمار الطلبة تتراوح بين 17- 40 عاماً ففي الجامعات طلاب تخرجوا من برامج الدراسات الأجنبية وأعمارهم تقل عن 18 عاماً، وفئة قد التحقت في الجامعات بعد التوجيهي مباشرة، وأخرى تجسر في التعليم بعدما تكون قد أنهت فترة الدبلوم من المعاهد المتوسطة بالإضافة لطلاب يلتحقون ببرامج الدراسات المسائية.

بالشكل الصحيح والمواهمة بين الرؤية الاقتصادية لها والدور الاجتماعي⁽³⁸⁾.

مدخل المسؤولية الاجتماعية: وهو ما يتم معرفته من خلال الإطلاع على الأمور التالية:-

1- مدخل المسؤولية الاقتصادية: ويتمحور حول قيام المنظمات بالواجب المنوط بها من خلال الأعمال التي تولد الأرباح التي تكون بمثابة ضمان للاستمرار والنمو ويجب أن يكون العمل ضمن قواعد منافسة حرة والاستفادة من التطور العلمي والتكنولوجي، ويجب عدم إلحاق الضرر بالمجتمع والمستهلكين⁽³⁹⁾.

2- مدخل المسؤولية القانونية: إن من واجب المنظمات تحقيق الأهداف الاقتصادية، ولكن يجب التركيز على احترام القوانين المعمول بها في الدول المستضيفة التي تضمن للعاملين فيها والمستهلكين وكل شرائح المجتمع المحلي، حتى تؤدي المنظمات فائدة قصوى لمجتمعاتها.

3- مدخل المسؤولية الأخلاقية: ويهدف هذا المدخل إلى أن تكون المنظمات أخلاقية في عملها وذلك بقيامها بأعمال وأنشطة ترتبط بها، من خلال التزام طوعي للمنظمات وبعيد عن القوانين المكتوبة، وتشمل النشاطات: أخلاقيات الاستهلاك، وتكافؤ الفرص في التوظيف، واحترام العادات والتقاليد⁽⁴⁰⁾.

4- مدخل المسؤولية الخيرة: وهي مسؤولية تكمن في تقديم أعمال ومساعدات للمجتمع المحلي من خلال تقديم الغذاء والدواء والمشاركة في نوعية حياة مريحة للأفراد، كما أن هذا المجال هو أيضاً طوعي وليس إجبارياً⁽⁴¹⁾.

ويمكن ترتيب هذه المجالات تصاعدياً: بدءاً من المسؤولية الاقتصادية فالمسؤولية القانونية، ثم الأخلاقية وأخيراً المسؤولية الخيرة، وإن هذا التطور لمجالات المسؤولية الاجتماعية هو تطور طبيعي للمسؤولية الاجتماعية في المنظمات بشكل عام، فلا يمكن أن تكون المنظمة خيرة أو أخلاقية بدون قاعدة اقتصادية تضمن لها الوفاء بالتزاماتها، أو يمكن القيام بمسؤولية أخلاقية دون تطبيق القوانين المفروضة عليها من قبل الحكومة العاملة في بيئتها⁽⁴²⁾.

ومن أهم المبادئ التي تقوم عليها هذه النظرية:

- إعطاء الحقيقة إلى الفرد ولا يحق التستر عليها ولا يجوز تزويد الفرد بمعلومات كاذبة أو ناقصة.

- ممارسة النقد البناء والقبول بأي فكرة أو طرح جديد من قبل الفرد وتقبل مناقشة ذلك الفرد، لتصحيح الخطأ إن وجد بأسلوب ديمقراطي بناء هادف وهادئ.

- نشر أهداف المجتمع وخطته التربوية والتعليمية

1. محور طبيعة الاستخدام

تظهر نتائج الدراسة أفراد عينة الدراسة يتابعون المحطات التلفزيونية الخاصة وهذا يشير إلى أن هذه المحطات أصبحت جزءاً لا يتجزأ من المشهد الإعلامي الأردني وأن 384 طالباً بنسبة 64% يتابعون المحطات التلفزيونية الخاصة في بيوتهم، وأن 126 طالباً بنسبة 21% منهم يتابعونها في أماكن العمل، وأن 90 طالباً بنسبة 15% يتابعونها في المقاهي.

وتبين قيمة مربع كاي البالغة (257.16) وجود فروق ذات دلالة احصائية بين فئات متغير متابعة المحطات التلفزيونية الخاصة وذلك لأن قيمة مستوى الدلالة المحسوب والبالغ (0.000) كان أقل من (0.05) بحيث أن هذه الدلالة كانت لصالح المتابعة في البيوت التي بلغ تكرارها (384) وهو أكبر تكرار.

الجدول (3) متابعة المحطات التلفزيونية الخاصة

مستوى الدلالة	χ^2	المقاهي	أماكن العمل	البيوت	طبيعة الاستخدام
0.000	257.16	90	126	384	العدد
		15%	21%	64%	النسبة

وأظهرت النتائج المتوسط اليومي لساعات متابعة طلبة الجامعات لمحطات التلفزة الخاصة، على النحو الآتي: إن 216 طالباً بنسبة 36% يتابعون من 1- 2 ساعتين وأن 162 طالباً بنسبة 27% يتابعون من 3- 5 ساعات، وأن 138 طالباً بنسبتهم 23% يتابعون أقل من ساعة، وحلت نسبة المتابعة 5 ساعات فأكثر في المرتبة الأخيرة فبلغ عددهم طالباً 84 بنسبة 14%.

وتبين قيمة مربع كاي البالغة (60.0) وجود فروق ذات دلالة احصائية بين فئات متغير متوسط اليومي لساعات المشاهدة وذلك لأن قيمة مستوى الدلالة المحسوب والبالغ (0.000) كان أقل من (0.05) بحيث أن هذه الدلالة كانت لصالح ساعات المشاهدة (1-2) ساعة التي بلغ تكرارها (216) وهو أكبر تكرار.

أما نسبة متابعة طلبة الجامعات لمحطات التلفزة الخاصة حسب الأفضلية، فقد أفاد 498 طالباً بأنهم يتابعون محطة جوسات بالدرجة الأولى ويشكلون ما نسبته 83%، وأجاب 252 طالباً بنسبة 42% بأنهم يفضلون نورمينا فجاءت بالمرتبة الثانية، وأجاب 150 طالباً بنسبة 25% أنهم يفضلون سفن ستار فحلت بالمرتبة الثالثة، واحتلت الحقيقة الدولية المرتبة الرابعة فأجاب 66 طالباً بنسبة 11% بأنهم يفضلونها، واحتلت محطات تلفزيونية أخرى المرتبة الخامسة فأجاب 54

والهدف الذي يكمن من توزيع الاستبانة على جامعات في الأقاليم الثلاثة هو أن تكون العينة تمثيلية لكافة فئات الطلبة الذي يتلقون تعليمهم في الجامعات الأردنية بعيداً عن نوع التعليم سواء أكان خاصاً ام عاماً.

أسلوب جمع البيانات:

اعتمدت هذه الدراسة في الحصول على بياناتها من مصدرين أساسيين هما:

- مصادر أولية: تتمثل في الاستبانة كأداة رئيسية لجمع البيانات الأولية.
 - مصادر ثانوية: تتمثل في الدراسات النظرية المتعلقة بموضوع الدراسة.
- أداة الدراسة:

اعدت استبانة من خلال الاستعانة بمصادر مختلفة وخاصة تلك التي كتبت عن المسؤولية الاجتماعية، وتضمنت تسعة عشر سؤالاً.

ثالثاً: الدراسة الميدانية (عرض نتائج الدراسة وتحليلها)

خصائص عينة الدراسة

تظهر نتائج الدراسة بشأن بعض خصائص العينة ما يأتي: بالنسبة لمتغير الجنس فقد بلغ عدد الذكور 254 وشكلوا نسبة 42.33% من مجموع العينة الكلي، وبلغ عدد الإناث 346 وبنسبة 57.66%.

الجدول (1) خصائص عينة الدراسة

الجنس	ذكور	إناث
العدد	254	346
النسبة	42.33%	57.66%

أما متغير العمر فقد أظهرت النتائج أن الفئة العمرية من 17- 20 سنة احتلت المرتبة الثانية إذ بلغ عددها 210 وشكلوا نسبة 35% وجاءت الفئة العمرية من 21 - 25 سنة بالمرتبة الأولى إذ بلغ عددها 276 وبنسبة 46% بينما احتلت الفئة العمرية 26 سنة فأكثر المرتبة الثالثة إذ بلغ عددهم 114 وبنسبة 19%.

الجدول (2) الفئة العمرية

فئة العمر	20 - 17	25 - 21	أكثر من 26
العدد	210	276	114
النسبة	35%	46%	19%

بنسبة 9% على ذلك. وتبين قيمة مربع كاي البالغة (652.9) وجود فروق ذات دلالة احصائية بين فئات متغير متابعة طلبة الجامعات لمحطات التلفزة الخاصة وذلك لأن قيمة مستوى الدلالة المحسوب والبالغ (0.000) كان أقل من (0.05) بحيث أن هذه الدلالة كانت لصالح محطة جوسات التي بلغ تكرارها (498) وهو أكبر تكرار.

الجدول (4) المتوسط اليومي لساعات المشاهدة

مستوى الدلالة	χ^2	أكثر من 5	3 - 5	1 - 2	أقل من ساعة	المتوسط اليومي لساعات المشاهدة
0.000	60.0	84	162	216	138	العدد
		%14	% 27	% 36	% 23	النسبة

الجدول (5) متابعة طلبة الجامعات لمحطات التلفزة الخاصة حسب الأفضلية

مستوى الدلالة	χ^2	أخرى	الحقيقة الدولية	سفن ستار	نورمينا	جوسات	اسم المحطة
0.000	652.9	54	66	150	252	498	العدد
		%9	%11	%25	% 42	%83	النسبة

2. محور حرية الاستخدام

وتفيد النتائج عن مدى الحرية المتاحة فيما تعرضه محطات التلفزة الخاصة وفقا لآراء الطلبة أفاد 282 طالباً بنسبة 47% أنه يرى حرية مطلقة فيما تعرضه هذه المحطات، بينما يرى 180 طالباً ما نسبته 30%، أن الحرية محدودة نسبياً فيها، وأفاد 102 منهم بنسبة 17 % بـ لا أعرف، بينما أفاد 36 طالباً بنسبة 6% بأنه لا توجد حرية.

وتبين قيمة مربع كاي البالغة (224.2) وجود فروق ذات دلالة احصائية بين فئات متغير مدى الحرية المتاحة وذلك لأن قيمة مستوى الدلالة المحسوب والبالغ (0.000) كان أقل من (0.05) بحيث أن هذه الدلالة كانت لصالح الحرية المطلقة التي بلغ تكرارها (282) وهو أكبر تكرار.

ويرى 180 طالباً بنسبة 30% أن محطات التلفزة الخاصة تخضع للرقابة، ويرى 162 طالباً بنسبة 27 % أنه ربما تخضع للمراقبة، ويرى 126 بنسبة 21 % بأنها لا تخضع للمراقبة، وأفاد 132 طالباً بنسبة 22 % بـ لا أعرف. ويبين 396 طالباً بنسبة 66 % بأنهم يقتنعون بما تعرضه محطات التلفزة الخاصة من أخبار وتحليلات، مقابل 132 طالباً بنسبة 22% لا يقتنعون بما يعرض، فيما عبّر 72 طالباً بنسبة 12 % أنهم في بعض الأحيان يقتنعون بما تعرضه هذه المحطات.

وتبين قيمة مربع كاي البالغة (13.0) وجود فروق ذات دلالة احصائية بين فئات متغير الخضوع للرقابة وذلك لأن قيمة مستوى الدلالة المحسوب والبالغ (0.005) كان أقل من (0.05) بحيث أن هذه الدلالة كانت لصالح المحطات التي تخضع للمراقبة التي بلغ تكرارها (180) وهو أكبر تكرار.

3. محور نسبة الاهتمام

وحول نسبة اهتمام الطلبة في محطات التلفزة الخاصة باعتبارها مصدراً للأخبار والمعلومات ومنافستها في ذلك لوسائل الإعلام التقليدية الأخرى، كشفت النتائج أن 372 طالباً بنسبة 62% يرى أنها أصبحت منافسة لوسائل الإعلام الأخرى، مقابل 144 طالباً بنسبة 24% لا يرى ذلك، وأفاد 84 طالباً بنسبة 14% بـ لا أعرف.

وتبين قيمة مربع كاي البالغة (230.88) وجود فروق ذات دلالة احصائية بين فئات متغير الاهتمام بالمحطات الفضائية كمصدر للأخبار والمعلومات ومنافسة وسائل الاعلام التقليدية وذلك لأن قيمة مستوى الدلالة المحسوب والبالغ (0.000) كان أقل من (0.05) بحيث أن هذه الدلالة كانت لصالح اعتبارها مصدراً للمنافسة التي بلغ تكرارها (302) وهو أكبر تكرار.

وكشفت النتائج أن 204 طلاب بنسبة 34 % يعتمدون على الصحافة الإلكترونية في متابعة مجريات الأحداث الوطنية والعربية والدولية، بينما يعتمد 180 طالباً بنسبة 30% على وسائل الإعلام العربية والأجنبية، وأن 150 طالباً بنسبة 25% يعتمد محطات التلفزة الخاصة وأن 66 طالباً بنسبة 11 % يعتمد على شبكات التواصل الاجتماعي.

وتبين قيمة مربع كاي البالغة (72.5) وجود فروق ذات دلالة احصائية بين فئات متغير مستوى متابعة مجريات الاحداث الوطنية والعربية والدولية عبر وسائل الاعلامية وذلك لأن قيمة مستوى الدلالة المحسوب والبالغ (0.000) كان أقل من (0.05) بحيث أن هذه الدلالة كانت لصالح الصحافة الالكترونية التي بلغ تكرارها (204) وهو أكبر تكرار.

الجدول (6) مدى الحرية المتاحة

مستوى الدلالة	χ^2	لا توجد حرية	لا أعرف	محدودة نسبياً	مطلقة	مدى الحرية
0.000	224.2	36	102	180	282	العدد
		%6	% 17	%30	%47	النسبة

الجدول (7) خضوع محطات التلفزة للرقابة

مستوى الدلالة	χ^2	لا أعرف	لا تخضع للرقابة	ربما تخضع	تخضع للرقابة	العدد
0.005	13.0	132	126	162	180	العدد
		% 22	% 21	% 27	%30	النسبة

الجدول (8) اهتمام عينة الدراسة بمحطات التلفزة الخاصة باعتبارها مصدراً

للأخبار والمعلومات ومنافستها لوسائل الإعلام التقليدية

مستوى الدلالة	χ^2	لا أعرف	لا أرى ذلك	منافسة	مدى المنافسة
0.000	230.88	84	144	372	العدد
		%14	%24	%62	النسبة

الجدول (9) مستوى متابعة العينة لمجريات الأحداث الوطنية والعربية والدولية عبر الوسائل الاعلامية

مستوى الدلالة	χ^2	شبكات التواصل الاجتماعي	محطات التلفزة الخاصة	وسائل الإعلام العربية والأجنبية	الصحافة الالكترونية	الوسيلة الإعلامية
0.000	72.5	66	150	180	204	العدد
		% 11	%25	%30	% 34	النسبة

الجدول (10) مدى مصداقية ما تنشره محطات التلفزة الخاصة من أخبار ومعلومات وصور وأفلام

مستوى الدلالة	χ^2	لا يثق	محايد	يثق	مدى المصداقية
0.000	44.76	150	174	276	العدد
		% 25	%29	%46	النسبة

الجدول (11) تقييم اتجاهات ما تنشره محطات التلفزة الخاصة من أخبار ومعلومات عن الشأن الأردني

مستوى الدلالة	χ^2	سلبي	محايد	ايجابي	اتجاهات النشر
0.000	36.12	138	204	258	العدد
		%23	%34	%43	النسبة

الجدول (12) تقييم اتجاهات ما نشرته محطات التلفزة الفضائية من أخبار ومعلومات عن الشأن العربي والأقليمي

مستوى الدلالة	χ^2	محايد	سلبي	ايجابي	اتجاهات ما تنشره المحطات
0.013	8.76	180	186	234	العدد
		%30	% 31	% 39	النسبة

4. محور المصادقية

تفيد النتائج حول مدى مصادقية ما تنشره محطات التلفزة الخاصة من أخبار ومعلومات وصور وأفلام، أن 276 طالباً بنسبة 46% يثق فيما تنشره المحطات، وكان رأي 174 طالباً بنسبة 29% محايداً، بينما أشار 150 طالباً بنسبة 25% إلى أنه لا يثق بها.

وتبين قيمة مربع كاي البالغة (44.6) وجود فروق ذات دلالة احصائية بين فئات متغير مدى مصادقية ما تنشره محطات التلفزة الخاصة من اخبار ومعلومات وصور وافلام وذلك لأن قيمة مستوى الدلالة المحسوب والبالغ (0.000) كان أقل من (0.05) بحيث أن هذه الدلالة كانت لصالح الفئة التي نتق حيث بلغ تكرارها (276) وهو أكبر تكرار.

وحول تقييم اتجاهات ما تنشره محطات التلفزة الخاصة من أخبار ومعلومات عن الشأن الأردني كشفت نتائج الدراسة أن 258 طالباً بنسبة 43% يرى أن ما نشرته كان إيجابياً، ويرى 204 طلاب بنسبة 34% أن ما نشرته كان محايداً، ويرى 138 طالباً بنسبة 23% أن ما نشرته عن الشأن الأردني كان سلبياً.

وتبين قيمة مربع كاي البالغة (36.12) وجود فروق ذات دلالة احصائية بين فئات متغير تقييم الاتجاهات نحو ما تنشره محطات التلفزة الخاصة من اخبار ومعلومات عن الشأن الاردني وذلك لأن قيمة مستوى الدلالة المحسوب والبالغ (0.000) كان أقل من (0.05) بحيث أن هذه الدلالة كانت لصالح الفئة ذات الاتجاه الايجابي حيث بلغ تكرارها (258)

وهو أكبر تكرار.

أما عن تقييم اتجاهات ما نشرته محطات التلفزة الفضائية من أخبار ومعلومات عن الشأن العربي والأقليمي فقد كشفت النتائج أن 234 طالباً بنسبة 39% يرى أن ما نشرته كان إيجابياً، ويرى 186 طالباً بنسبة 31% أن ما نشرته كان سلبياً، ويرى 180 طالباً بنسبة 30% أن ما نشرته كان محايداً.

وتبين قيمة مربع كاي البالغة (8.76) وجود فروق ذات دلالة احصائية بين فئات متغير تقييم الاتجاهات نحو ما تنشره محطات التلفزة الخاصة من اخبار ومعلومات عن الشأن العربي والأقليمي وذلك لأن قيمة مستوى الدلالة المحسوب والبالغ (0.013) كان أقل من (0.05) بحيث أن هذه الدلالة كانت لصالح الفئة ذات الاتجاه الايجابي حيث بلغ تكرارها (234) وهو أكبر تكرار.

وعن تقييم اتجاهات ما نشرته محطات التلفزة الفضائية من أخبار ومعلومات عن الشأن الدولي فقد كشفت النتائج أن 240 طالباً بنسبة 40% يرى أن ما نشرته كان إيجابياً، ويرى 198 طالباً بنسبة 33% أن ما نشرته كان محايداً، ويرى 162 طالباً بنسبة 27% أن ما نشرته كان سلبياً.

وتبين قيمة مربع كاي البالغة (15.24) وجود فروق ذات دلالة احصائية بين فئات متغير تقييم الاتجاهات نحو ما تنشره محطات التلفزة الخاصة من اخبار ومعلومات عن الشأن الدولي وذلك لأن قيمة مستوى الدلالة المحسوب والبالغ (0.000) كان أقل من (0.05) بحيث أن هذه الدلالة كانت لصالح الفئة ذات الاتجاه الإيجابي حيث بلغ تكرارها (240) وهو أكبر تكرار.

الجدول (13) تقييم اتجاهات ما نشرته محطات التلفزة الفضائية من أخبار ومعلومات عن الشأن الدولي

مستوى الدلالة	χ^2	سلبى	محايد	ايجابي	
0.000	15.24	162	198	240	العدد
		%27	%33	%40	النسبة

وايجابيات استخدام طلبة الجامعات الأردنية للمحطات الخاصة.

وتبين قيمة مربع كاي البالغة (20.3) بمستوى دلالة (0.000) أن الفوائد والايجابيات المتعلقة بالسؤالين الأول والمتعلق بالمعلومات الإخبارية المحلية والعربية والأقليمية كانت ذات دلالة احصائية حيث بين أفراد عينة الدراسة مدى موافقتهم على هذه الإيجابية حيث بلغ تكرارها (378) حيث يلاحظ أن عدد هؤلاء الأفراد قد تجاوز منتصف العينة (300 فرد) أما بالنسبة لقيمة مربع كاي المحسوبة للايجابية الثانية والثالثة فلم

5. محور إيجابيات وسلبيات متابعة محطات التلفزة الخاصة

أظهرت نتائج الدراسة بأن متابعة محطات التلفزة الخاصة من قبل طلاب الجامعات الأردنية له عدة فوائد وإيجابيات، فقد احتلت فائدة الحصول على المعلومات الإخبارية محلياً وأقليمياً ودولياً المرتبة الأولى إذ بلغ عدد تكراراتها 378 وبنسبة 63% أما فائدة التسلية والترفيه فقد احتلت المرتبة الثانية، إذ بلغ عدد تكراراتها 324 وبنسبة 54% بينما احتلت فائدة متابعة الأحداث الجارية والحصول على المعلومات المرتبة الثالثة، إذ بلغ عدد تكراراتها 276 وبنسبة 46% ويبين الجدول 4 فوائد

تشويه الحقائق وتحريفها بقصد الدعاية فقد احتل المرتبة الأولى، وبلغ عدد تكراراتها 228 وبنسبة 38%، بينما احتل إثارة الفتن بهدف زعزعة الوحدة الوطنية المرتبة الثانية، إذ بلغ عدد تكراراتها 120 وبنسبة 20% في حين حل الإغراق في التسلية وإضعاف الإبداع في المرتبة الثالثة، ويبين الجدول التالي سلبيات متابعة المحطات الخاصة.

وتشير قيمة مربع كاي إلى أن السلبيات المتعلقة بمتابعة محطات التلفزة كانت جميعها دالة من الناحية الاحصائية لأن قيم مستوى الدلالة لكل سلبية مبينة في الجدول كانت أقل من 0.05 وحيث إن قيم التكرارات على كل سلبية من اسلبيات المبينة كان أقل من منتصف العينة فهذا يعكس مدى الموافقة القليل لأفراد عينة الدراسة على هذه السلبيات حيث يتبين ذلك جلياً من خلال النسب المئوية المبينة في الجدول.

تكن ذات دلالة احصائية حيث بلغت على التوالي (1.9) بمستوى دلالة (0.166) لكل منهما وحيث إن قيمة مستوى الدلالة كان أكبر من 0.05 فهذا يشير إلى عدم وجود فروق دالة حيث يستدل أن قيم التكرارات البالغة كانت قريبة من منتصف العينة وفيما يتعلق بالايجابيات الرابعة والخامسة والسادسة فقد كانت قيمة مربع كاي ايضاً دالة احصائياً لأن قيم مستوى الدلالة المحسوبة كانت أقل من 0.05 ولكن هذه الدلالة كانت تشير إلى عدم وصول درجة الموافقة على هذه الايجابيات إلى منتصف العينة ولذلك فهذا يساعد في الاستنتاج بأن هذه الايجابيات لم تحظ بموافقة كبيرة من أفراد العينة إذ لم تتعد ما نسبته 50% من أفراد العينة.

وكشفت نتائج الدراسة بأن متابعة محطات التلفزة الخاصة من قبل طلاب الجامعات الأردنية له عدة سلبيات، أهمها

الجدول (14) فوائد وإيجابيات متابعة محطات التلفزة

المرتبة	الإيجابيات	التكرار	النسبة	χ^2	مستوى الدلالة
1	المعلومات الإخبارية المحلية والعربية والأقليمية	378	63%	20.3	0.000
2	التسلية والترفيه	324	54%	1.9	0.166
3	متابعة الأحداث الجارية والحصول على المعلومات	276	46%	1.9	0.166
4	اكتساب الثقافة والمعرفة	258	43%	5.9	0.015
5	مشاهدة الأفلام والصور	216	36%	23.5	0.000
6	التعبير عن الآراء السياسية بحرية	90	15%	147.0	0.000
7	غير ذلك	18	3%	265.1	0.000

الجدول (15) سلبيات متابعة المحطات التلفزة الخاصة

المرتبة	السلبيات	التكرار	النسبة	χ^2	مستوى الدلالة
1	تشويه وتحريف الحقائق بهدف الدعاية	204	34%	30.7	0.000
2	إثارة الفتن بهدف زعزعة الوحدة الوطنية	120	20%	108.0	0.000
3	الإغراق في التسلية وإضعاف الإبداع	108	18%	122.9	0.000
4	ترويج ما يتنافى مع الأخلاق والدين	72	12%	173.3	0.000
5	افساد الثقافة والذوق العام	36	6%	232.3	0.000
6	الإساءة للقيم والعادات والتقاليد	24	4%	253.9	0.000
7	تشجيع الجريمة والأفعال غير القانونية	8	3%	284.2	0.000
8	غير ذلك	8	3%	284.2	0.000

264 وبنسبة 44% بأنها ساهمت في تشكيل آرائه واتجاهاته، وأفاد 168 منهم وبنسبة 28% بأنها لم تسهم في ذلك، وكانت إجابات 162 منهم وبنسبة 27% محايدة. وكشفت النتائج أبرز المواضيع التي أثارها محطات التلفزة

6. محور العوامل المؤثرة على اتجاهات الطلبة

أظهرت نتائج الدراسة مساهمة ما تبثه محطات التلفزة الخاصة من أخبار ومعلومات وصور وأفلام في تشكيل آراء واتجاهات طلبة الجامعات الأردنية الفكرية والسياسية، إذ أفاد

وتشير قيمة مربع كاي إلى ان المواضيع التي أثارته محطات التلفزة الخاصة حول الشأن الأردني كانت جميعها دالة من الناحية الاحصائية لأن قيم مستوى الدلالة لكل موضوع مبين في الجدول كانت أقل من 0.05 وحيث إن قيم التكرارات على كل موضوع من المواضيع المبينة كان أقل من منتصف العينة فهذا يعكس مدى الموافقة القليل لأفراد عينة الدراسة على هذه المواضيع حيث يتبين النسب المئوية ذلك المبينه في الجدول تلك النتيجة.

الخاصة داخل المجتمع الأردني بهدف التأثير والمساهمة في تشكيل اتجاهات الرأي العام وعلى النحو الآتي: وجاء موضوع إبراز أهمية تحقيق المصالح الخاصة للأفراد والجماعات في المجتمع بالمرتبة الأولى إذ بلغ عدد تكراراته 226 وبنسبة 38.83% اما موضوع تعزيز الروح الوطنية والولاء والانتماء فقد احتل المرتبة الثانية إذ بلغ عدد تكراراته 216 وبنسبة 37.11% في حين حل محاولة ربط الاحداث الجارية في الدول المجاورة بالوضع الداخلي في المرتبة الثالثة إذ بلغ عدد التكرارات 164 بنسبة 28.17%.

الجدول (16) المواضيع التي أثارته محطات التلفزة الخاصة حول الشأن الأردني

المرتبة	المواضيع التي أثارته محطات التلفزة الفضائية عن الشأن الأردني	التكرار	النسبة	χ^2	مستوى الدلالة
1	إبراز أهمية تحقيق المصالح الخاصة للأفراد والجماعات في المجتمع	228	38%	17.3	0.000
2	تعزيز الروح الوطنية وقيم الولاء والانتماء	222	37%	20.3	0.000
3	محاولة ربط الأحداث الجارية في الدول المجاورة بالوضع الداخلي	168	28%	58.1	0.000
4	التشكيك في مصداقية ما تبثه وسائل الإعلام الرسمية وشبه الرسمية	162	27%	63.5	0.000
5	التمييز بين جماعات مستفيدة وأخرى متضررة	162	27%	63.5	0.000
6	التحريض على التظاهر أو الاعتصام	150	25%	75.0	0.000
7	استخدام العامل الديني لإثارة سلوك أفراد المجتمع	150	25%	75.0	0.000
8	الترويج لآراء سياسي منظمات المجتمع المدني	90	15%	147.0	0.000

وسائل الإعلام التقليدية والصحافة الإلكترونية، وذلك خلال فترة صدورهما القصيرة، فهي وسيلة إعلامية فاعلة في تشكيل آراء الشباب، ومصدر يحظى بثقة المشاهدين، ويعول عليه في متابعة الأحداث الوطنية.

د. إن استخدام طلبة الجامعات الأردنية لمحطات التلفزة الخاصة له إيجابيات وسلبيات، ولقد تمثلت سلبياتها بهدر الوقت والجهد، وتشويه وتحريف الحقائق، وترويج الشائعات، ويعد ذلك من العوامل المؤثرة في تشكيل اتجاهات رأي طلبة الجامعات الأردنية.

هـ. أظهرت نتائج الدراسة أن محطات التلفزة الخاصة ساهمت في تشكيل آراء طلبة الجامعات الأردنية واتجاهاتهم وحثتهم على المشاركة في مختلف الأنشطة وهذا له ارتباط وثيق بالمسؤولية الاجتماعية التي ينبغي عليها الاضطلاع به تجاه من تستهدفهم ببرامجها، ويمثل كذلك دور التحفيز للتعبير عن مظهر من مظاهر الرأي العام، من خلال نشر أخبار ومعلومات من شأنها التأثير في تشكيل آرائهم، كان بعضها إيجابياً مثل تعزيز الروح الوطنية والولاء والانتماء

رابعاً: مناقشة النتائج

تمت مناقشة النتائج في الدراسة حسب أهدافها وتساؤلاتها، وضمن هذا الإطار تمثلت بما يلي:

أ. تشير النتائج إلى أن أفراد عينة الدراسة يتابعون المحطات التلفزيونية الخاصة وهذا يشير إلى أنها أصبحت جزءاً لا يتجزأ من المشهد الإعلامي الأردني ولا سيما من قبل طلبة الجامعات الأردنية، وقد احتلت محطة جوسات المرتبة الأولى بنسبة 83% وجاءت محطة نورمينا بالمرتبة الثانية ومحطة سفن ستار بالمرتبة الثالثة، واحتلت محطة الحقيقة الدولية المرتبة الرابعة وهذا يؤكد انتشار متابعة محطات التلفزة الخاصة بين طلبة الجامعات الأردنية.

ب. كشفت الدراسة أن النسبة الكبرى من طلبة الجامعات الأردنية يُعنى بمتابعة محطات التلفزة الخاصة بما توفره من هامش حرية وتنوع في الآراء.

ج. يستدل من نتائج الدراسة أن محطات التلفزة الخاصة أصبحت تشكل بالنسبة لطلبة الجامعات الأردنية مصدراً من مصادر الحصول على الأخبار والمعلومات وتتافس

يخفق بالتجديد والتطوير والبناء.

محطات التلفزة الخاصة لديها طاقات ومواهب بحاجة إلى دعم وتشجيع حتى تخرج إلى العالم بقدراتها الفاتقة وأن تتمكن من جعله إعلاماً إيجابياً ومؤثراً يبني لعقول جديدة، تحمل همماً كبيراً هو نصره الاوطان، ونهضة الشعوب وخدمة الحقيقة.

ولقد أكدت الدراسة أن محطات التلفزة الخاصة كان لديها التزام بالمسؤولية الاجتماعية تجاه المجتمع الذي تعمل فيه ولاسيما فئة الشباب وذلك عن طريق المساهمة بالأنشطة التوعوية مثل تقديم فرص عمل للعاملين فيها وتدريب الأشخاص الذين يرغبون بدخول ميدان العمل الإعلامي فضلاً عن المعلومات الإخبارية التي تقدمها حول محاربة الفقر وتحسين الخدمات الصحية ومكافحة التلوث، وخلق فرص عمل وحل مشكلة الإسكان والمواصلات وغيرها.

وقد خرجت الدراسة بتوصيات تتمثل بما يلي:

- أ. إثراء الجهد العلمي والأكاديمي من خلال إجراء دراسات تتابعية عن دور محطات التلفزة، وبشكل أعم يشمل مختلف شرائح المجتمع، وذلك لدورها وأهميتها في تشكيل اتجاهات الرأي العام في الأردن.
- ب. تأسيس رابطة لمحطات التلفزة في القطاع الخاص من شأنها العمل على تعزيز تواصل الشباب والمساهمة في زيادة فرص تنوع مصادر المعرفة والمعلومات ونشر الثقافة العامة، ومن المفيد أن تتبنى المنظمة الإسلامية للتربية والعلوم والثقافة أو مؤسسة الفكر العربي مساعدة ودعم بعض منظمات الشباب على إنجاز هذا المشروع.
- ج. أهمية تدريس طلبة الجامعات موضوعاً يضاف إلى أحد المساقات يتناول معايير وأخلاقيات النشر الإعلامي وإيجاد ثقافة ترتكز على أسس من المصداقية والموضوعية في الحوار بعيداً عن الغلو والتطرف أو التحريض.
- د. السعي لحماية خصوصية الطلبة وفتح المجال أمامهم بالتعبير عن آرائهم بحرية وتعويدهم على تقبل الرأي الآخر برحابة صدر.

الخلاصة

اتسمت البيئة التشريعية الأردنية في الإعلام بإفراح المجال أمام انطلاق محطات إعلامية خاصة وقد كفلت بنود الدستور حرية الصحافة والطباعة والإعلام والنشر والتعبير عن الرأي، فرخصت في الأردن العديد من المحطات التلفزيونية الخاصة.

ونظراً لإتساع وتطور دور الإعلام، وبيان حقيقة تأثيره الفعال في المشاركة بصناعة القرارات وتشكيل الرأي العام هناك تساؤلات عن دور وسائل الإعلام المحلية الخاصة ومدى

والبعض الآخر سلبيا مثل محاولة ربط الأحداث الجارية في الدول المجاورة بالوضع الداخلي، والتشكيك في مصداقية ما تبثه وسائل الإعلام الوطنية الرسمية وشبه الرسمية، والتحريض على التظاهر أو الاعتصام، واستخدام العامل الديني لإثارة سلوك أفراد المجتمع، أو الدعوة لمقاطعة الأنشطة والفعاليات التي تدعو إليها الحكومة.

و. يرى نسبة كبيرة من عينة الدراسة أن محطات التلفزة الخاصة أصبحت منافسة لوسائل الإعلام الأخرى وذلك بحضورهم برامجها، وتفاعل المحطات مع رغبات المشاهدين.

ز. أظهرت متابعة محطات التلفزة الخاصة من قبل طلاب الجامعات الأردنية أن مصداقية ما تنشره محطات التلفزة الخاصة من أخبار ومعلومات وصور وأفلام كان موضع ثقة عينة الدراسة.

الخاتمة

بعد أن تم التنبيه لتأثير الإعلام على الشباب في الجوانب الاجتماعية والسياسية وجب على المسؤولين وصناع القرار أن يراعوا هذا العصب المهم في حياة الناس، وأن لا يتركوه لكل من يريد أن يروج لفكرته، أو يوجه هدفه، فكلنا عرضة لأفكار دخلت على واقعنا من الفضاء الواسع الذي اتاحه عالم التلفزيون والفضائيات والإنترنت، فالشباب معرضون إلى هجمة شرسة تستهدفهم، لذلك فإن واجب الحكومات اليوم النظر بأهمية إلى هذا السلاح الفتاك في تغيير أفكار الشعوب وإلا فإنها هي من سيتحمل تبعات النتائج العكسية التي يورثها الإعلام لشعوبها.

الأحرى بالقائمين على الإعلام اليوم أن يعوا دوره في حياة الشعوب فقد أصبح يصنع الثورات ويغير مجرى التاريخ بعد أن استطاع أن يغيّر القنوات والأفكار، فلقد أصبح الإعلام يفرض قوته ووجوده ويتغلب على القوة العسكرية في بعض الأحيان.

من الضرورة بمكان أن يتم السعي إلى استيعاب الشباب وإيجاد برامج تنقيفية تساعد في بناء جيل قوي فكرياً وعقلياً وجسدياً ليخرج بإرادة قوية تسهم في نهضة الاوطان وتقدمها.

لقد كان من نتائج الدراسة توجه نسبة كبيرة من الشباب نحو الإعلام العربي والغربي، وهذا ليس عيباً ولا مشكلة، ولكن من الأحرى أن يستقطب الإعلام التلفزيوني الخاص الشباب وأن يسعى باستمرار لدعم برامجه ويطورها، ولكن من حق الوسيلة الإعلامية الوطنية أن تحظى بالدعم والاهتمام الشعبي وأن تخرج من طور السيطرة الرسمية، وذلك حتى يحمل هدفاً واحداً

إيجاد بيئة إعلامية مهنية ومسؤولة كي لا تختلط المعلومات بالوثائق والإشاعات والرأي ويجب تخصيص ورش للصحافة الاستقصائية لما لها من دور مؤثر في كشف مواطن القوة والضعف في عمل المؤسسات العامة والخاصة. كما ويجب تطوير العمل الإعلامي عبر دورات تنقيفية ودعم الإعلام الاستقصائي وإيجاد الحكومة الالكترونية.

وعلى الإعلامي أن يتبع أسلوباً منهجياً في منع الفساد وإقامة وشائج ملائمة بين الأمن ونظام العدالة الجزائية والمجالات الانمائية الأخرى مثل الثقافة والتعليم والعمل وغيرها، وتسلط الضوء على دور الاجهزة الرقابية في ضبط أعمال الفساد والتصدي لها، وعرض آراء قادة الرأي والنخبة في المجتمع عبر أجهزة الإعلام توخياً لتعزيز المصداقية والتأثير في الجمهور، مع ضرورة اعتماد النظام السياسي مبدأ "القانون فوق الجميع ولا استثناء لجرائم المسؤولين"، والتعريف بلوائح السلوك الوظيفي النزيه لتحفيز الموظفين على الأداء بكفاءة عالية.

التزامها بمسؤولياتها الاجتماعية تجاه القضايا الملحة، ومنها ما يخص وقوفها مع النظام الحاكم وكشف ملفات الفساد السياسي والمالي والإداري في مختلف مؤسسات القطاعين العام والخاص حيث كشفت الحقائق المتتالية عن استغلال النفوذ الوظيفي والسياسي للعب بمقدرات مؤسسات الدولة.

إنطلاقاً من مبدأ المسؤولية الاجتماعية للإعلام ينبغي معرفة مستوى وقدرة معركة الإعلام التلفزيوني الأردني الخاص في مواجهة ملفات الفساد، ودوره في التأثير على السلطات التشريعية والتنفيذية في حماية وتفعيل هذا الدور الحيوي.

فرض الواقع تحديات كبيرة بات على المحطات الإعلامية الخاصة تحمل مسؤوليتها آراء المجتمع إذ إن غايات الإعلام متعددة فقبل المعرفة والترفيه تقف في بداية مهام الإعلام المسؤولية الاجتماعية لمواجهة ومحاربة الفساد بشتى صنوفه والارتقاء بالوطن ومقدراته على الصعد كافة.

من جهة أخرى فقد أظهرت الحرية في انتشار وسائل الإعلام سلبية مفادها ظهور قنوات تلفزة خاصة تروج لافكارها الذاتية بعيداً عن المصلحة الوطنية، إذ يجب التركيز على

The Way Forward Maybe not, European Business Review, 17, (3).

Hurst, N.E., Governance and Social Responsibility: (11) Comparing European Practices to those in the Untied States, SSRN.electronic journal.

(12) إمام، الإعلام الإذاعي والتلفزيوني، ص 236.

(13) المرجع السابق، ص 237

(14) محمد عرفة، الإعلام والتنمية السياسية، ص 142.

(15) مرسى، التلفزيون، ص 102-104.

(16) غانم، علاقة الرأي العام بالتنمية السياسية: دور الإدراك السياسي، ص 124-125.

(17) مرسى، مرجع سابق، ص. 112-113.

(18) عبري، الخبر في وسائل الاتصال، مجلة الفن الإذاعي، العدد 93، القاهرة، اتحاد الإذاعة والتلفزيون، ص 15.

(19) عبد الرحيم، التلفزيون والثقافة السياسية، ص 66-67.

(20) الشهاب، وسائل الإعلام بين الإثارة والموضوعية، وزارة الإعلام إدارة البحوث والترجمة الكويت، 2004، ص 82-83.

(21) غريب، مقدمة في وسائل الإعلام الزقازيق، ص.52.

(22) عبد الرحيم، التلفزيون والثقافة السياسية، مرجع سابق، ص 81-82

(23) أبو غازي، التكامل بين التخطيط الثقافي والتخطيط

الهوامش

(1) المحرزي، عبد الله، 2005، المعالجة الخيرية التلفزيونية، ص93.

(2) J., Fri., business ethics global and management perspective, mc grew hill, usa, 2005, 146.

(3) تم اعتماد العدد المشار إليه بناءً على إحصائيات وزارة التعليم العالي والبحث العلمي الأردنية لعام 2010-2011 المنشورة على موقع الوزارة. <http://www.mohe.gov.jo/Statistics2011/tabid/624/language/ar-JO/Default.aspx>

(4) عمر، البحث الإعلامي مفهومه وإجراءاته ومناهجه، ص 21.

(5) السبتي، دور وسائل الإعلام في تشكيل الثقافة السياسية لدى الشباب الكويتي.

(6) المطيري، نحو نموذج مقترح لتطوير الإعلام الكويتي في الحياة السياسية، مجلة دراسات اجتماعية، الكويتين السنة الأولن العدد الرابع.

(7) المالكي، دور وسائل الإعلام في الوعي السياسي والأمني والمشاركة السياسية، شؤون اجتماعية، بيروت، العدد 17.

(8) الشامى، دور التلفزيون في نشر الوعي للشباب العربيين مجلة شؤون اجتماعية، الكويت، العدد 3.

(9) عبده إبراهيم الدسوقي، التلفزيون والتنمية، دار الوفاء للنشر.

(10) Krambia Kaprdis, Corporate Social Responsibility;

- (32) الصيرفي، المسؤولية الاجتماعية للإدارة، ط 1، ص 15.
- (33) Wood, D. 2006. Corporate Social Performance Revisited, Academy of Management Review, 16(4), 691-695
- (34) Griffin , R. and Moor, G., Organization Behavior: Managing People and Organization, Hong ton , Boston, 2001, P.155
- (35) وهيبة، دور المسؤولية الاجتماعية لمنشآت الأعمال في دعم نظم الإدارة البيئية لتحقيق التنمية المستدامة، مجلة جامعة أم القرين مجلد (25)، عدد(2)، ص 6
- (36) الغالبي، والعامري، المسؤولية الاجتماعية لمنظمات الأعمال وشفافية نظام المعلومات: دراسة تطبيقية لعينة المصارف التجارية الأردنية، الإنترنت موقع جوجل، ص 23
- (37) الغالبي والعامري، المسؤولية الاجتماعية وأخلاقيات العمل، ط 1، ص 94.
- (38) المرجع نفسه، ص 110.
- (39) Carroll, B, The pyramid of corporate social responsibility. Business horizon review, 1, (1)p: 20-
- (40) Op.cit , p 26.
- (41) op.cit , p 29.
- (42) الحمادين، المسؤولية الاجتماعية في شركات الفنادق الأردنية، ص 55.
- (43) الدليمي، المدخل إلى وسائل الاعلام والاتصال، ص 52.
- الإعلامي، ط3، ص 61.
- (24) USAID, What is Corporate Social Responsibility, U.S. Agency for International Development, 2002, 6.
- (25) Archie, C. 1991. The Pyramid of Corporate Social Responsibility: Toward the Moral Management of Organizational Stakeholders, Business Horizons, 225-227
- (26) Kat sioloudes, M, Corporate Social Responsibility; – An Exploratory Study in the United Arab Emirates. Op.cit,2007 , p9
- (27) Zaire, M., and Peter, The Impact of Social Responsibility on Business Performance, Science Direct, 17 (4) , 2002 , 174
- (28) J., Fri, Business Ethics Global and Management Perspective , MC Grow Hill , USA , 2005 , p146
- (29) Archie, Carroll, The Pyramid of Corporate Social Responsibility: Toward the Moral Management of Organizational Stakeholders, Business Horizons, 225-227.
- (30) Stephen R., Management Concept and Application, Prentice Hall , USA , 2006, p 126
- (31) Vickie, E., International Management, Prentice Hall , USA , 2000

المصادر والمراجع

- الثقافة السياسية لدى الشباب الكويتي. دراسة حالة التلفزيون الكويتي في الفترة من 1991-2005، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة القاهرة من كلية الاقتصاد والعلوم السياسية.
- السيد مرسى، أحمد، 2009، التلفزيون، القاهرة: دار التراث العربي.
- الشمسي، إيمان نور الدين، دور التلفزيون في نشر الوعي للشباب العربي، مجلة شؤون اجتماعية، الكويت، العدد 3 صيف 2005.
- الشهاب، يوسف، 2004، وسائل الإعلام بين الإثارة والموضوعية وزارة الإعلام من إدارة البحوث والترجمة، الكويت.
- الصيرفي، محمد، 2007، المسؤولية الاجتماعية للإدارة، ط 1، دار وفاء لدنيا الطباعة والنشر، الإسكندرية، مصر .
- عبد الرحيم، مجدي محمد، 2001، التلفزيون والثقافة السياسية، القاهرة: مكتبة المعرفة الحديثة.
- عبري، محمد سعيد، 2008، الخبر في وسائل الاتصال، مجلة الفن الإذاعي، العدد 93، القاهرة، اتحاد الإذاعة والتلفزيون.
- عرفة، محمد، 2007، الإعلام والتنمية السياسية، القاهرة، دار النهضة العربية.
- عمر، السيد احمد مصطفى، 2002، البحث الاعلامي مفهومه واجراءاته ومناهجه. الشارقة، مكتبة الفلاح للنشر والتوزيع.
- أبو غازي، بدر الدين، 2001، التكامل بين التخطيط الثقافي والتخطيط الإعلامي، القاهرة: مطبوعات المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم، ط3.
- إمام، إبراهيم، 2008، الإعلام الإذاعي والتلفزيوني، القاهرة: دار النهضة العربية.
- بن سيف المطيري، أحمد، 2007، نحو نموذج مقترح لتطوير الإعلام الكويتي في الحياة السياسية، مجلة دراسات اجتماعية، الكويت، السنة الأولى، العدد الرابع.
- جلال غريب، 2003، مقدمة في وسائل الإعلام، الزقازيق، مكتبة الشرق.
- الحمادين، راضي، 2004، المسؤولية الاجتماعية في شركات الفنادق الأردنية، رسالة ماجستير، قسم إدارة الأعمال، الجامعة الأردنية.
- الدسوقي، عبده إبراهيم، 2004، التلفزيون والتنمية، دار الوفاء للنشر.
- الدليمي. عبد الرزاق محمد، 2011، المدخل إلى وسائل الاعلام والاتصال، عمان – الأردن، دار الثقافة والنشر.
- السبتي، عبد الحكيم محمد، 2009، دور وسائل الإعلام في تشكيل

- Organizational Stakeholders, Business Horizons.
- Carroll, B., The Pyramid of Corporate Social Responsibility. Business Horizon review, 1 (1).
- Griffin, R and Moor, G, Organization Behavior: Managing People and Organization, Hongton, Boston, 2001.
- Hurst, N.E. 2005. Governance and Social Responsibility: Comparing European Practices to those in the Untied States, SSRN Business Ethics Global and Management Perspective, mc graw hill, usa,.
- Katsioloudes, M. 2007. Corporate Social Responsibility; An Exploratory Study in the United Arab Emirates. Op.cit,.
- Krambia K. 2005. Corporate Social Responsibility; The Way Forward May be not, European Business Review, 17, (3).
- Stephen R. 2006. Management Concept and Application, Prentice Hall, USA,.
- USAID. 2002. What is Corporate Social Responsibility, U.S. Agency for International Development.
- Vickie, E. 2000. International Management, Prentice Hall, USA.
- Wood, D. 2006. Corporate Social Performance Revisited', Academy of Management Review.
- Zairi, M., and Peter, The Impact of Social Responsibility on Business Performance, Science Direct, 17,(4), 2002.
- الغالبى، طاهر والعامري، 2005، صالح، المسؤولية الاجتماعية وأخلاقيات العمل، ط 1، دار وائل للنشر، عمان الأردن.
- الغالبى، طاهر، وصالح العامري، المسؤولية الاجتماعية لمنظمات الأعمال وشفافية نظام المعلومات: دراسة تطبيقية لعينة المصارف التجارية الأردنية، الإنترنت موقع جوجل.
- غانم، السيد، 1976، علاقة الرأي العام بالتنمية السياسية: دور الإدراك السياسي، رسالة ماجستير غير منشورة جامعة القاهرة: كلية الاقتصاد والعلوم السياسية.
- المالكي، محمد، 2006، دور وسائل الإعلام في الوعي السياسي والأمني والمشاركة السياسية، شؤون اجتماعية، بيروت، العدد 17.
- المحرزي، عبد الله، 2005، المعالجة الخيرية التلفزيونية بين المهنية والمتطلبات السياسية، منتدى الإذاعة والتلفزيون لجامعة السودان، ص93.
- وهيبة، فاطمة، 2008، دور المسؤولية الاجتماعية لمنشآت الأعمال في دعم نظم الإدارة البيئية لتحقيق التنمية المستدامة، مجلة جامعة ام القرى، مجلد (25)، عدد(2).
- موقع الإنترنت
/ محطة التلفزيون، 2012/7/27، <http://ar.wikipedia.org/wiki>
الساعة الرابعة مساء
<http://www.mohe.gov.jo/Statistics2011/tabid/624/language/ar-JO/Default.aspx>
- Archie, C. 1991. The Pyramid of Corporate Social Responsibility: Toward the Moral Management of

The Impact of Private Television Stations on the University Students in the Light of the Theory of Social Responsibility

*Ibrahim Fuad Al-Khasawneh **

ABSTRACT

This study examined the impact of private television stations on the students of Jordanian university in the light of the theory of social responsibility. The study also aims at identifying the ability to form opinions of students and their role in determining the content of the message up to the viewers, especially college students who follow the events of the media stations.

The study aimed at finding out what was the effect of private media stations in the recipients' knowledge, whatever the quality of programs and levels or sources.

The results of the study reported that the largest percentage of university students follow-up television stations. It becomes a source of access to news and information for Jordanian university students and it competes the traditional media and online journalism. It is the source that has the confidence of viewers, and it is reliable in the follow-up events.

The results showed that the impact of programs of private stations on the study sample was large, and showed that the TV stations as governmental stations have an influential role stems from its social responsibility in the development of knowledge.

The study is classified as exploratory and descriptive, in which the researcher used the questionnaire, which was distributed to a random sample of (600) students of different ages from both male and female gender in six Jordanian universities in the three regions North, East and South.

Keywords: Jordanian Television Stations, Youth, Social Responsibility.