

# اتجاهات الشباب الجامعي نحو الاذاعات المصرية التقليدية

دراسة ميدانية

د . لمياء محسن \*

## مقدمة :

تعد الإذاعة من أهم وأكثر وسائل الاعلام انتشاراً وقلها كلفة وأكثرها تأثيراً للحواس، فهي تزود الناس بالأخبار والمعلومات وتوفر منبراً لمناقشة مختلف القضايا المهمة، وهي المكان الذي يتيح لأفراد المجتمع التحدث مع الآخرين ومناقشة المسائل التي تهمهم والتوصل إلى حلول لما يواجهونه من مشاكل.

ومع التطورات التكنولوجية الهائلة في مجال الاتصال الإلكتروني في نهاية القرن العشرين ووائل القرن الحادي والعشرين، ظهر العديد من الوسائل الحديثة مثل الصحافة الإلكترونية والتلفزيون الكابلي ورايو الانترنت، ومن الملاحظ أن انتشار الوسائل الحديثة لم يؤدي إلى القضاء على الوسائل التقليدية، بل أصبحت كل وسيلة يقع عليها عبء التواصل مع جماهيرها والبحث عن ادوار جديدة في ظل التطور الكبير لوسائل الإعلام وتعدد الاختيارات بين الجمهور لانتقاء الوسيلة المناسبة التي تلائم اهتمامه وميوله، خاصة فئة الشباب، فلقد أشارت الكثير من دراسات التأثير في علوم الإعلام والاتصال أن الشباب هم أسرع الفئات تقبلاً للجديد وأكثرها تأثراً و تأثيراً بها ، كما أنهم أكثر فئات المجتمع استخداماً لوسائل التطبيقات التكنولوجية المختلفة الحديثة لتحقيق لهم حاجات ورغبات لا يستطيعون تحقيقها بوسائل أخرى، وهذا شكل ضغطاً أكبر على وسائل الإعلام التقليدية لتطوير محتواها شكلاً ومضموناً للحاق بسرعة تلك التغيرات.

لقد تمكنت الإذاعة كوسيلة اتصال جماهيرية من الإحتفاظ بوجودها مخالفة اعتقاد البعض بنهايتها واندثار وجودها وكساد أجهزتها الاستقبالية خاصة في ظل تلك التغيرات التكنولوجية المتلاحقة، لقد فتحت التقنيات الرقمية للبحث الإذاعي آفاقاً كبرى من ازدياد أعداد المحطات الإذاعية العاملة، وتحسين الصوت، والابتعاد عن التشويش، وتوافر المعلومات عن خصائص المستمعين، مما سهل الطريق امام الاذاعات المختلفة ان تلبى رغباتهم واحتياجاتهم بشكل افضل وبالتالي تزداد مصداقية ومعدلات فاعليتها.

وكانت أولى هذه الإذاعات ظهوراً وأكثرها جماهيرية في مصر هي إذاعة نجوم FM وبعدها نايل FM ، ثم تلتها بعد فترة إذاعة راديو مصر ثم العديد من الإذاعات مثل نغم FM وميجا FM وراديو هيتس وهي إذاعات تتبع شبكة راديو النيل NRN

\* مدرس بقسم الإذاعة والتلفزيون بكلية الاعلام – جامعة فاروس - الاسكندرية

ثم ظهرت إذاعة الراديو 9090 ، تلك الإذاعات الجديدة أعادت الوجود للإذاعة من جديد كأحدى الوسائل الجماهيرية المهمة والمؤثرة.

كما أستطاع الراديو مع ظهور الإذاعات التي تبث على موجة الـ FM ان يحقق التغطية الجغرافية واسعة النطاق للإرسال الإذاعي، وتنوع الجمهور الذي يخاطبه على اختلاف مستوياتهم التعليمية والعمرية والاقتصادية واهتماماتهم واحتياجاتهم متخطية بذلك حواجز الفقر والامية والمكان .

وباتت الإذاعات تدرك أهمية إشراك الشباب، فمن خلال تمكين الشباب من الاضطلاع بدور رائد في مجال البث الإذاعي، توفر الإذاعات فرصاً للحوار وتزيد عدد مستمعيها في صفوف الشباب، حيث تمكن الشباب من التحدث عن القضايا الحرجة أو المسائل التي تُعتبر من "المحرمات" وتساعدهم على حشد طاقات المجتمعات المحلية من أجل العمل.

وفي حين أن الشباب لديهم الكثير من الأفكار التي يرغبون في التعبير عنها، فإنهم يفتقرون في الكثير من المجتمعات المحلية إلى المنابر التي تمكنهم من مناقشة التحديات التي يواجهونها والتعبير عن شواغلهم وتبادل تجاربهم مع الآخرين.

وغالبا ما يشعر الشباب بأن وسائل الإعلام التقليدية تهمل قضاياهم ولا تمثلهم بالطريقة المناسبة. وفي المجتمعات المحلية، غالبا ما يشعرون بأنه يتم استبعادهم من النقاشات العامة المتعلقة بالقضايا التي تهمهم.

ومن شأن الإذاعات أن تؤدي دوراً مهماً في عكس هذا الاتجاه عن طريق مساعدة الشباب على تمثيل أنفسهم والتحدث عن المسائل المهمة بالنسبة إليهم.

لذا تسعى هذه الدراسة التعرف على استخدامات الشباب الجامعي المصري للإذاعات التقليدية كأحد القطاعات الجماهيرية الذي تستهدفه هذه الإذاعات والإشباع المتحققة لهم من الإستماع إليها .

#### الدراسات السابقة :

#### 1- دراسة اجوهو ولاكى اجبور (2017) بعنوان "سلوك الاستماع لدى الطلاب الجامعيين لبرامج إذاعة FM في نيجيريا: دراسة استكشافية"<sup>(1)</sup>

هدفت هذه الدراسة الى اكتشاف سلوكيات طلاب الجامعة نحو برامج الراديو الاذاعية FM، وتم اختيار Delsu FM 103.7 كموقع للدراسة لتقييم دوافع الاستماع الى برامجها والإشباع المتحققة منها .

واشتملت عينة الدراسة على 200 طالب جامعي من مختلف الكليات / الاقسام فى جامعة ولاية دلتا، تم اختيارهم بشكل عشوائى .

وكشفت نتائج الدراسة أن غالبية الطلاب كانوا أكثر ميلاً نحو اشتقاق المعلومات من الراديو، كما وجدت الدراسة المعلومات / المعرفة أكثر الإشباع المتحققة للطلاب. وأشارت نتائج أخرى إلى أن تردد الطلاب في الاستماع إلى البرامج الإذاعية DELSU FM كان منتظماً مع ملاحظة استخدام الوسائط المتنقلة كأجهزة تيسيرية لقدرة الطلاب على الاستماع إلى برامج إذاعة DELSU FM. تلاحظ الدراسة أن نظرية الاستخدامات والإشباع لوسائل الإعلام تساعد في تأكيد إجراءات الطلاب وقراراتهم في استكشاف إمكانات البرامج الإذاعية FM من أجل تحقيق الفوائد الذاتية، بالإضافة إلى تفرد الراديو كوسيلة اتصال جماعي في المجتمع .

## 2-داسة ماريا جوتريز (2016) بعنوان "البحث في جمهور الراديو من الشباب"(2)

في عام 2008 ، اقترح الاتحاد الأوروبي للإذاعة (EBU) بعض المبادئ التوجيهية لمديعي الإذاعة لتفعيل استعادة المستمعين الأصغر سنا من الشباب.

وقد فعلوا ذلك بعد ملاحظة أن اختراق الإذاعة بين القطاعات الأصغر كان في حالة انخفاض. ووفقاً لهذا التقرير ، كان المفتاح لوقف هذا الانخفاض هو توحيد الجهود مع الإنترنت ، حيث أن الأخير كان السبب الرئيسي في عدم الاهتمام بالراديو بين هذه الفئات، خاصة فيما يتعلق بالإذاعة الموسيقية.

وما تم التوصية به هو أنه ينبغي إيلاء الاهتمام لتطوير الموقع الإلكتروني والترويج له مع التركيز بشكل خاص على مسألة التفاعل، ومع ذلك ، قد لا يكفي اتخاذ هذه الخطوات بحد ذاتها لوقف فقدان اهتمام الشباب بالإذاعة، مما يتطلب فهم وتفسير عدم الرضا هذا أيضاً باستخدام أدوات بحث منهجية جديدة ، بما في ذلك دراسة البيانات الكمية التي تقدمها شركات قياس الجمهور ، والمنظمات التي تحلل عادات الاستماع وتوقعات الشباب .

## 3- دراسة اوجوشي، بابافيم، وميلودي اکتاجان (2015) بعنوان "عادات الاستماع للراديو بين طلاب الجامعة واتجاهاتهم نحو برامجها"(3)

كان الهدف الرئيسي من هذه الدراسة هو إجراء مسح لعادات استماع طلاب الجامعة للإذاعة واتجاهاتهم نحو برامجها .

تم استخدام طريقة المسح من خلال الاستبيانات للعثور على عادة الاستماع والتوجه لدى الطلاب نحو الإذاعة، حيث تم توزيع 400 استمارة على طلاب جامعة المخلصين .

وكشفت نتائج الدراسة أن الطلاب لديهم سهولة في الوصول إلى الراديو في الحرم الجامعي ، لكنهم يواجهون صعوبة أثناء الاستماع إليه في الحرم الجامعي، كما أظهرت النتائج أيضا ان نمط البرمجة الذي تعتمده المحطات الإذاعية يؤثر على سلوك الطلاب تجاه البرامج .

4- دراسة محمد بن علي السويد (2015) بعنوان "استخدامات الشباب السعودي لموقع التواصل الاجتماعي تويتر وتأثيرها على درجة علاقتهم بوسائل الإعلام التقليدية" (4)

استهدفت هذه الدراسة التعرف على أهم استخدامات عينة من الشباب السعودي لتويتر، كما استهدفت أيضاً دراسة علاقة هؤلاء الشباب بوسائل الإعلام التقليدية وتأثير استخدامهم لتويتر على علاقتهم بتلك الوسائل، وقد شارك في هذه الدراسة 737 طالباً جامعياً يمثلون عينة من خمس جامعات حكومية وخاصة في مدينة الرياض يتوزعون على الفئات العمرية والتخصصات العلمية والمستويات الدراسية المختلفة.

وقد كشفت نتائج الدراسة الخاصة بتأثير تويتر على استخدام الشباب لوسائل الاعلام الاخرى، ان القنوات التلفزيونية نالت أعلى نسبة متابعة منتظمة عندهم بنسبة 70% تلاها بفارق الصحف الإلكترونية والمحطات الإذاعية، وفي المؤخرة جاءت الصحف الورقية التي عكست قياساتها النسبية ضعف علاقة شباب العينة بها.

كما كشفت النتائج ايضا ان مقارنة النتائج بين شباب الجامعات الحكومية والخاصة اعتمادا على متغير نوع ملكية الجامعة التي يدرسون فيها عن بعض الفروقات الدالة إحصائيا بينهم في بعض مكونات المتغيرات الرئيسية للدراسة جاء لصالح شباب الجامعات الخاصة.

5- دراسة نصير صالح بو علي (2014) بعنوان "استخدام الشباب الجامعي لوسائل الإعلام التقليدية والجديدة : دراسة حالة" (5)

تسعى هذه الدراسة إلى التعرف على العادات والأنماط المتعلقة باستخدام الطلبة في جامعة

الشارقة لوسائل الإعلام التقليدية ونماذج الإعلام الجديد، والإشباع المحققة جراء كثرة الاستخدام لكل نماذج الاتصال القديمة والجديدة .

وقد استخدم الباحث أداة الاستبيان على عينة عشوائية قوامها 400 مفردة من الشباب الجامعي في جامعة الشارقة بكلياتها المختلفة .

وقد توصلت الدراسة إلى العديد من النتائج، أهمها أن القراءة والمطالعة التقليدية لدى شريحة الطلبة تراجعت إلى الوراء، فلم يعد الطلبة يهتمون بقراءة الصحيفة الورقية، وما يقال عن عادات القراءة التقليدية يمكن أن يقال عن عادات الاستماع للراديو، حيث تعاني من انخفاض شديد، اما مشاهدة التلفزيون فقد أوضحت النتائج ارتفاع حقل المشاهدة التلفزيونية لدى شريحة طلبة الجامعة والتي لم تتأثر بالإنترنت أو تلفزيون الويب، بل تشهد ميلاً نحو الارتفاع مع ظهور القنوات الخاصة والمتخصصة وانتشارها .

6- دراسة تسعديت فدوار (2011) بعنوان "أثر تكنولوجيايات الاتصال على الإذاعة وجمهورها : دراسة مسحية في الاستخدامات و الإشباعات لدى الشباب" (6)

هدفت الدراسة الى التعرف على أثر التكنولوجيا الحديثة للاتصال على الإذاعة وجمهورها من الشباب الجزائري، واشتملت عينة الدراسة على 200 مفردة وهم الشباب المتعرض لبرامج الإذاعة الوطنية "القناة الثانية" القاطنين ولاية تيزي وزو . وتوصلت الدراسة الى ان الحصول على المعلومات هو الدافع الأساسي للتعرض للبرامج الإذاعية لدى أفراد عينة الدراسة، واطهرت الدراسة أن التعرض للبرامج الإذاعية لا يكون دائما مخطط و ذو دافع، وكشفت الدراسة أن أكثر من نصف المبحوثين يركزون الاستماع على البرنامج الإذاعي بينما تتقاطع عملية الاستماع مع النشاطات اليومية التي يقوم بها المبحوثين .

7- دراسة مبروكة عبد الله عجاج (2010) بعنوان "اتجاه المستمعين نحو برامج المنوعات في إذاعة بنغازي المحلية والإذاعة الليبية : دراسة ميدانية مقارنة على عينة من طلاب جامعة بنغازي" (7)

هدفت الدراسة الى التعرف على اتجاه المستمعين من طلاب الجامعة نحو برامج المنوعات من خلال إذاعة بنغازي المحلية والإذاعة الليبية ، على الرغم من أن الأولى خطابها محلي والثانية

خطابها مركزي إلا أن المقارنة ستتم على أساس برامج المنوعات في الإذاعتين وليس على نوع خطاب كل منهما، واشتملت عينة الدراسة على طلاب جامعة قار يونس والتي تضم ٧ كليات نظرية وعملية، بكافة مستوياتها الدراسية واقسامها، ووصل عدد العينة الى 3806 طالب .

وتوصلت الدراسة الى الآتي: يستمع المبحوثون إلى الإذاعة المسموعة بمعدل (أحيانا) وجاءت

بذلك في المرتبة الأولى ، جاءت (إذاعة الليبية) في الترتيب الأول من حيث الإذاعات المفضلة

لدي المبحوثين، بينما جاءت (إذاعة بنغازي المحلية) في الترتيب الرابع .

الاطار النظري للدراسة :

تعتمد الباحثة في تفسيرها لنتائج البحث على نظرية الاستخدامات والاشباعات، حيث تعتبر نظرية الاستخدامات والاشباعات امتداداً لنظرية الاحتياج والرضا التي أكد عليها العالم "ابراهيم مراسلو" إذ قال بأن الناس يكونون في حالة من النشاط يبحثون من خلالها عن كيفية إرضاء احتياجاتهم وتحقيق اهدافهم، اما فكرة "شرام" عن هذه النظرية تكمن في الافتراض الذي يوضح كيفية اختيار الوسيلة إذ انه يتطلب

توقع أو ترقب مكافأة (8)   
 الجهد المطلوب

وكانت البدايات الأولى والبحوث والدراسات لنظرية الاستخدامات والإشباعات فى الثلاثينات، إلا أن اهتمام هذه النظرية بدراسة الاتصال الجمعى دراسة وظيفية كان خلال فترة الاربعينات حيث ظهر منظور جديد للعلاقة بين الجمهور ووسائل الإعلام بعد إدراك عواقب الفروق الفردية والتباين الاجتماعى على إدراك السلوك المرتبط بوسائل الإعلام، مما أكد على رؤية جديدة وهى ان الجمهور عنصر فعال ذو تأثير فى وسائل الإعلام، وهذا بدوره أضفى على الجمهور صفة الإيجابية فمن خلال منظور الاستخدامات لا يعد الجمهور مجرد مستقبل سلبى للرسائل الإعلامية وإنما يختار بوعى الوسائل التى يرغب فى التعرض إليها، كذلك نوع المضمون الذى يلبى حاجاته النفسية والاجتماعية من خلال قنوات المعلومات والترفيه المتاحة<sup>(9)</sup>.

#### فروض نظرية الاستخدامات والإشباعات:

يرى "كاتز وزملاؤه" أن منظور الاستخدامات والإشباعات يعتمد على خمسة فروض لتحقيق ثلاثة أهداف رئيسية، وتتضمن فروض النموذج ما يلى<sup>(10)</sup>

- إن أعضاء الجمهور مشاركون فعالون فى عملية الاتصال الجماهيرى، ويستخدمون وسائل الاتصال لتحقيق أهداف مقصودة تلبى توقعاتهم .
- يعبر استخدام وسائل الاتصال عن الحاجات التى يدركها أعضاء الجمهور، ويتحكم فى ذلك عوامل الفروق الفردية، وعوامل التفاعل الاجتماعى، وتتنوع الحاجات باختلاف الأفراد .
- التأكيد على ان الجمهور هو الذى يختار الرسائل والمضمون الذى يشبع حاجاته، فالأفراد هم الذين يستخدمون وسائل الاتصال، وليست وسائل الاتصال هى التى تستخدم الافراد .
- يستطيع أفراد الجمهور دائما تحديد حاجاتهم ودوافعهم، وبالتالي يختارون الوسائل التى تشبع تلك الحاجات .
- يمكن الاستدلال على المعايير الثقافية السائدة من خلال استخدامات الجمهور لوسائل الاتصال، وليس من خلال محتوى الرسائل فقط .

ويحقق منظور الاستخدامات والإشباعات ثلاثة أهداف رئيسية هى<sup>(11)</sup>:

- 1- السعى إلى اكتشاف كيف يستخدم الأفراد وسائل الاتصال، وذلك بالنظر إلى الجمهور النشط الذى يستطيع أن يختار ويستخدم الوسائل التى تشبع حاجاته وتوقعاته .
- 2- شرح دوافع التعرض لوسيلة معينة من وسائل الاتصال، والتفاعل الذى يحدث نتيجة هذا التعرض .

3- التأكيد على نتائج استخدام وسائل الاتصال بهدف فهم عملية الاتصال الجماهيري .

ويربط "ألان روبن" الأهداف الثلاثة السابقة بمنظور التحليل الوظيفي من خلال التأكيد على نمط السلوك الفردي، حيث يكون الفرد هو وحدة التحليل Unit، وتكون علاقات الفرد بمحيطه الاجتماعي هي البناء Structure، ويكون ملاحظة سلوك الافراد عند استخدامهم لوسائل الاتصال هو الأنشطة Activities، وتكون نتائج نمط السلوك الفردي في علاقته مع كل من: وسائل الاتصال، والمحتوى، والاهتمامات العامة للجماهير هي الوظائف Functions .

#### عناصر النظرية :

1- افتراض الجمهور النشط

2- الأصول الاجتماعية والنفسية لاستخدام وسائل الإعلام

3- دوافع الجمهور وحاجاته من وسائل الإعلام

4- التوقعات من وسائل الإعلام

5- التعرض لوسائل الإعلام

6- إشباع وسائل الإعلام

#### نقد نظرية الاستخدامات والإشباع (12):

تطورت الأبحاث الخاصة بالاستخدامات والإشباع خلال السبعينات وما بعدها، و بعد أن قدمت النظرية إستراتيجية جديدة لدراسة وتفسير استخدامات الجمهور وإشباعاته ازداد إدراك الباحثين بعد ذلك بأهمية الاستخدام النشط لجمهور المتلقين، باعتباره عاملاً وسيطاً في إحداث الأثر، سواء كان كبيراً أم محدوداً وعلى الرغم من تطور أساليب البحث والاستقصاءات المنهجية والموضوعية في هذا المجال، إلا أن صوراً من النقد وجهت لهذه النظرية وتطبيقاتها ومن أمثلتها ما يلي:

• يشعر بعض النقاد أن نموذج الاستخدامات والإشباع أقل من أن يكون نظرية مستقلة بذاتها، وما هو إلا صياغة معادة محدودة لجوانب معينة من نظريات التأثير الانتقائي، ويشيرون إلى حقيقة أن الافتراض الرئيسي هنا، هو أن احتياجات الأفراد والمكافآت التي يحصلون عليها تؤثر في أنماط اهتمام الناس بمحتوى الإعلام، والمنافع التي يحققونها باستخدام ما يحصلون عليه من معلومات، وهذه أساس رواية مبسطة لنظرية الفروق الفردية .

• عدم التحديد الواضح لمفهوم "النشاط activity" الذي يتصف به جمهور المتلقين في علاقته بالاستخدام والإشباع.

• لعل أقوى الانتقادات الموجهة لنظرية الاستخدامات والإشباعات تكمن في الطابع الوظيفي لهذا المدخل، وهو ما يعنى بتكريس الوضع القائم ومن سلبيات ذلك أن صناع القرار يمكنهم التذرع بأن التنظيم الحالي لوسائل الإعلام تنظيم وظيفي بالنسبة لأفراد الجمهور يحقق لهم ما يريدونه، ومن ثم لا ضرورة لأي تغيير في هذا التنظيم، كما تخدم هذه النظرية منتجي المضمون الهابط الذين يدعون أن هذا المضمون ما هو إلا مجرد الاحتياجات الفعلية لأعضاء الجمهور ومن ثم فلا حاجة لتغيير هذا المضمون.

• تركز النظرية على أسس وظيفية، تهتم بما تحققه وسائل الإعلام من وظائف، وذلك من منظور فرد يستخدم الرسائل الإعلامية، في حين أن الرسائل الإعلامية قد تحقق وظائف لبعض الأفراد، وتحقق اختلالاً وظيفياً للبعض الآخر، ولذا فكل الانتقادات الخاصة بالوظيفية تنطبق على النظرية.

• لا تصلح نظرية الاستخدامات والإشباعات للتعميم، لأن الاستخدامات والإشباعات من وسائل الإعلام تختلف باختلاف الثقافات، كما تختلف باختلاف العوامل الديموغرافية.

#### مشكلة الدراسة :

في ضوء الاستخدام المتزايد لوسائل الإعلام الجديدة التي انتشرت بصورة كبيرة في المجتمع، واصبحت تحظى بتأييد كبيراً من قبل أفراد المجتمع بشكل عام، والشباب بشكل خاص، الأمر الذي يمثل تحدياً كبيراً أمام الإذاعات التقليدية، وعلى هذا الأساس جاءت هذه الدراسة لتمثل اقتراحاً جديداً للبحث في تعرض الشباب الجامعي المصري للإذاعة في ظل التطورات الحاصلة في مجال تكنولوجيا الإعلام والاتصال والبحث عن الحاجات التي تدفع بهم إلى استخدام هذه الوسيلة وتفاعله معها، ومحاولة الوصول إلى الإشباعات المحققة من خلال تعرض الشباب للبرامج الإذاعية.

#### لذا تتحدد مشكلة الدراسة في الإجابة على التساؤل الرئيسي الآتي:

ما اتجاهات الشباب الجامعي نحو الإذاعات المصرية التقليدية ؟

#### أهمية الدراسة :

تتجلى أهمية الدراسة في عدة جوانب وهي:

1- ارتفاع حدة المنافسة التي تواجه الإذاعات المسموعة التقليدية خاصة في ظل التطور الذي نال كافة وسائل الإعلام التقليدية بالإضافة إلى ظهور وسائل الإعلام الجديدة .

2- تستمد هذه الدراسة أهميتها من كونها تهتم بدراسة علاقة جمهور الإذاعة من فئة الشباب نحو الإذاعات المصرية التقليدية، الأمر الذي يساهم في تطور الإذاعة من جهة ويعمل على توطيد العلاقة بين فئة الشباب والإذاعة من جهة أخرى .



3- فلة الدراسات الحديثة التي تتناول علاقة الجمهور خاصة الشباب بالإذاعات التقليدية يمكن لهذه الدراسة أن تثير بعض القضايا، و تفتح المجال لباحثين آخرين للقيام بدراسات أخرى لاستكمال الجوانب الناقصة فيها.

#### أهداف الدراسة :

تسعى الدراسة الحالية إلى تحقيق أهداف عدة هي :

- 1- التعرف على عادات وأنماط استماع الشباب الجامعي للإذاعات المصرية التقليدية .
- 2- رصد دوافع استماع الشباب الجامعي للإذاعات المصرية التقليدية .
- 3- التعرف على أهم اسباب عزوف الشباب الجامعي عن الاستماع الى الإذاعات المصرية التقليدية .
- 4- رصد الإشباعات المتحققة من استماع الشباب الجامعي المصرى للإذاعات المصرية التقليدية .
- 5- الكشف عن علاقة تعرض الشباب الجامعي للإذاعات المصرية التقليدية ببعض المتغيرات كالجنس، نوع الجامعة، التخصص العلمي وحصر الخصائص العامة والخاصة لجمهور الإذاعة من فئة الشباب من واقع عينة الدراسة.
- 6- التعرف على الوسائل الإعلامية والاتصالية الأكثر استخداماً من طرف الشباب عينة الدراسة .

#### تساؤلات الدراسة :

- 1- ما عادات وأنماط استماع الشباب الجامعي للإذاعات التقليدية المصرية؟
- 2- ما أهم الإذاعات المصرية التقليدية التي يستمع اليها الشباب الجامعي عينة الدراسة؟
- 3- ما اسباب عزوف الشباب الجامعي عن الاستماع الى الإذاعات التقليدية؟
- 4- ما اسباب ودوافع استماع الشباب الجامعي للإذاعات التقليدية المصرية ؟
- 5- ما الإشباعات المتحققة من استماع الشباب الجامعي للإذاعات التقليدية المصرية ؟
- 6- هل لمتغير الجنس، نوع الجامعة، التخصص، السن علاقة بدرجة التعرض إلى الإذاعات التقليدية المصرية ؟

#### فروض الدراسة :

- 1- توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائياً في معدل استخدام الشباب الجامعي في الجامعات المصرية والدوافع المتعلقة بهذا الاستخدام.

- 2- توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائياً في معدل استخدام الشباب الجامعي في الجامعات المصرية والأشباع المترتبة من هذا الاستخدام.
- 3- توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين دوافع استخدام الشباب الجامعي للإذاعات المصرية التقليدية والأشباع المترتبة .

#### الإجراءات المنهجية

##### متغيرات الدراسة :

- 1- المتغير المستقل : الإذاعات المصرية التقليدية
  - 2- المتغير التابع : اتجاهات طلاب الجامعات المصرية نحو الإذاعات
  - 3- المتغير الوسيط : معدل الاستماع / الجامعة / التخصص / السن / الجنس
- منهج الدراسة :-

تعتمد الدراسة على منهج المسح لأنه أكثر المناهج الملائمة لأغراض الدراسة وقد تم توظيف هذا المنهج بجانبه الميداني للوصول الى اتجاهات الشباب الجامعي نحو الإذاعات المصرية التقليدية .

##### مجتمع الدراسة :

ويشتمل مجتمع الدراسة الميدانية في الجامعات المصرية الحكومية والخاصة التي يقوم الشباب الجامعي بالدراسة فيها، والذين تتراوح اعمارهم ما بين 18 الى 30 سنة من الذكور والاناث .

##### عينة الدراسة :

استخدمت الباحثة عينة عشوائية من الشباب الجامعي في جامعة الاسكندرية كنموذج للجامعات الحكومية، وجامعة فاروس كنموذج للجامعات الخاصة لمعرفة اتجاهاتهم نحو الإذاعات المصرية التقليدية، حيث طبقت الاستمارة عن طريق المقابلة الشخصية على 400 من الشباب الجامعي، واختارت الباحثة تلك الجامعات لسهولة الوصول إليهم، حيث أنها تعمل في جامعة فاروس وتقيم بمحافظة الاسكندرية مما يسهل عليها التطبيق في جامعة الاسكندرية، وتم التقسيم بالتساوي بينهم بواقع 200 طالب بجامعة الاسكندرية قسمت بالتساوي على كليات نظرية وكليات عملية (100 ذكور، 100 اناث)، 200 طالب بجامعة فاروس قسمت بالتساوي على كليات نظرية وكليات عملية (100 ذكور، 100 اناث)، وتم التطبيق طوال شهر اكتوبر من عام 2017.

**جدول رقم (1)**  
توصيف عينة الدراسة

الإجمالي	جامعة فاروس				جامعة الاسكندرية				الجامعة
	كليات عملية		كليات نظرية		كليات عملية		كليات نظرية		الكلية
	ذكور	إناث	ذكور	إناث	ذكور	إناث	ذكور	إناث	الجنس
	50	50	50	50	50	50	50	50	العدد
400	100		100		100		100		الإجمالي

**جدول رقم (2)**

توصيف عينة الدراسة وفقاً للسن

المراحل السنوية	العدد	%
من 18 - أقل من 20	56	14%
من 20 - أقل من 25	328	82%
25 سنة فأكثر	16	4%
الإجمالي	400	100%

**الأساليب الإحصائية المستخدمة :-**

- 1- التكرارات (ك) ، النسبة المئوية (%) .
  - 2- المتوسط الحسابي .
  - 3- الإنحراف المعياري .
  - 4- معامل الارتباط البسيط ( بيرسون ) .
  - 5- حساب قيمة كا<sup>2</sup> .
- أدوات جمع البيانات :**

تعتمد الدراسة الميدانية على استمارة استبيان تم تطبيقها بالمقابلة الشخصية لقياس تعرض عينة الدراسة من الشباب الجامعي للإذاعات المصرية التقليدية .

**مفاهيم ومصطلحات الدراسة :**

**أولاً :- مفهوم الشباب:**

**التعريف الاجرائي:-** حيث استخدمت الدراسة الراهنة تعريفاً اجرائياً يحدد الشباب بالمرحلة العمرية 18-30 سنة، وهي نفس المرحلة العمرية الأكثر انتشاراً في الجامعات المصرية بين الجنسين لتكون عينة للدراسة الراهنة "اتجاهات الشباب الجامعي نحو الإذاعات التقليدية: دراسة ميدانية" .

**ثانياً:- مفهوم الاتجاهات(13) :**

تعرف الاتجاهات بأنها " استعداد مكتسب يتكون لدى الفرد نتيجةً لعوامل مختلفة تؤثر في حياته، بحيث يوجه استجاباته سلباً أو إيجاباً نحو الأشخاص أو الأفكار أو الأشياء أو المهن التي تختلف فيها وجهات النظر حسب قيمتها الخلقية والاجتماعية" .

ويعرفها بعضهم بأنها" توجه عام أو الاستعداد المسبق للتصرف بطريقة معينة يكتسبه الفرد عبر سنوات التنشئة الاجتماعية الطويلة في المحيط الذي يعيش فيه" .

وتعد الاتجاهات من العناصر الأساسية التي تحدد السلوك السياسي والاجتماعي للأفراد، والتي تتأثر بمنظومة المعتقدات والقيم لدى الأفراد، وبخبراتهم ودرجة تعلمهم وتدريبهم، وبملاحظاتهم لسلوك الآخرين، وكذلك بتغير الظروف البيئية المحيطة بهم، كما وتسهم الاتجاهات بإعداد الأفراد وتهيئتهم للاستجابة لفعل أو حالة أو وضع ما بطريقة معينة.

وفي هذه الدراسة، ينظر إلى الاتجاهات أنها انطباعات الأفراد وتصوراتهم المسبقة نحو الإذاعات التقليدية، والموقف المتخذ منها في ظل عملية التنشئة الاجتماعية والسياسية.

### ثالثاً:- مفهوم الإذاعات التقليدية(14):

يقصد بالإذاعات التقليدية: محطات الإذاعة المملوكة للدولة، التي يديرها اتحاد الإذاعة والتلفزيون وتشمل : إذاعة البرنامج العام، إذاعة صوت العرب، إذاعة البرنامج الثقافي، الإذاعة التجارية، إذاعة القرآن الكريم، شبكة الإذاعة المحلية، خدمة الإنترنت، إذاعة الشباب والرياضة، الشركات العامة والخاصة، حيث تشمل إذاعة صوت العرب برنامج الإذاعة الفلسطينية وقناة وادي النيل؛ في حين تشمل شبكة البرامج الثقافية: الإذاعة الأوربية ووادي النيل وقناة الموسيقى، والبرنامج الثاني، وشبكة الإذاعة التجارية يشمل راديو سوا وقناة للموسيقى الشعبية؛ ويشمل البرنامج الإذاعة المحلية الإذاعة التعليمية والمحطات المحلية في عشر محافظات تشمل: وسط الدلتا؛ والصعيد، وشمال سيناء، وجنوب سيناء، ومنطقة القناة، والبحر الأحمر، والقاهرة الكبرى والإسكندرية. أما "البرنامج الدولي" يعرض برامج بلغات مختلفة. كذلك يشارك اتحاد الإذاعة والتلفزيون في تأسيس قنوات FM في برنامج الشراكة العامة الخاصة. عشر قنوات على الأقل تنتمي لهذه الشبكات متوافرة أيضاً على تردد FM، مع راديو مصر FM أحد أشهر المحطات الشعبية.

بالإضافة إلى ما تقدم، يشارك اتحاد الإذاعة والتلفزيون منظمات خاصة لإدارة محطات مثل ميغا إف إم، وراديو هيتس، ونغم إف إم في إطار البرنامج الخاص.

ويتولى إذاعة راديو النيل محطة نجوم إف إم باللغة العربية ونايل إف إم بالإنجليزية، وراديو تسعين تسعين المملوك لـ "دي ميديا".

### **حدود الدراسة :**

**الحدود المكانية :** تتمثل في جامعة الاسكندرية نموذجاً لجامعة حكومية، وجامعة فاروس بالاسكندرية نموذجاً لجامعة خاصة .

**الحدود الزمنية:** تجرى الدراسة الحالية في الموسم الجامعي (2017-2018).

**الحدود البشرية:** تتمثل في طلاب الكليات النظرية والعملية بجامعة الإسكندرية وفاروس.

### الإجراءات المنهجية للدراسة الميدانية

تعرض الباحثة في هذا البحث الإجراءات المنهجية التي اتبعتها عند قيامها بإجراء الدراسة الميدانية على عينة من الشباب الجامعي بكل من جامعة الإسكندرية الحكومية وجامعة فاروس الخاصة لمعرفة اتجاهاتهم نحو الإذاعات المصرية التقليدية.

وسوف تتناول الباحثة ذلك من خلال مايلي:

#### أولاً: اختبار الصدق :-

تم عرض صحيفة الاستبانة(\*) على مجموعة من المحكمين(\*) في مجال الإعلام ومناهج البحث لمراجعتها منهجياً وعلمياً لتحقيق عدة أهداف من أهمها:

- 1- معرفة آرائهم في مدى استيفاء صحيفة الاستبانة لأغراض البحث.
- 2- دراسة الشكل العام لها ومراجعة صياغة الأسئلة والبدائل المختلفة للإجابة عنها ومراجعة رؤوس الموضوعات والأسئلة المندرجة تحتها ومدى اتصالها بمشكلة البحث وأهدافه ومعرفة مدى كفاية الأسئلة في تحقيق أهداف البحث.
- 3- اكتشاف مواطن الضعف في الموضوعات المتضمنة فيها حتى يمكن تفاديها عند إعداد صحيفة الاستبانة في صورتها النهائية، وقبل النزول بها لجمع البيانات من أفراد العينة.
- 4- أبدى بعض المحكمين بعض الملاحظات على الصحيفة ومنها زيادة عدد الأسئلة والرغبة في حذف بعضها وتعديل صياغة بعض التساؤلات حتى تكون أكثر فهماً وفتح بعض التساؤلات وإغلاق البعض الآخر مما يسهم في النهاية في إخراج الصحيفة بالشكل المطلوب وقامت الباحثة بتعديلها طبقاً لهذه الملاحظات ثم وضعهما في صورتها النهائية ثم توكيدهما إحصائياً وضمت الاستمارة في النهاية (27) سؤالاً بعد التحكيم.

(\*) صحيفة استمارة الاستبيان: انظر الى ملحق الدراسة

(\*) أسماء السادة المحكمين:

- 1- أ.د / فوزى عبد الغنى : استاذ الصحافة وعميد كلية الاعلام جامعة فاروس بالإسكندرية
- 2- أ.د/ وليد فتح الله بركات : استاذ الإذاعة ووكيل الكلية لشئون التعليم والطلاب بكلية الاعلام جامعة القاهرة
- 3- أ.د/ اميرة سعيد : استاذ الإذاعة بقسم الإعلام كلية الآداب جامعة طنطا
- 4- أ.د / شريف درويش اللبان : استاذ الصحافة ووكيل كلية الاعلام جامعة القاهرة
- 5- أم د/ رجاء الغمراوي : استاذ الإذاعة بكلية الاعلام جامعة فاروس
- 6- أم د/ أماني البرت : استاذ العلاقات العامة ووكيل كلية الإعلام جامعة بني سويف
- 7- أ / مجدى فكرى محمد : كبير مقدمى البرامج إذاعة اسكندرية

5- بالنسبة للدراسة الميدانية للتحقق من دلالات الصدق الظاهري تم عرض أداة الدراسة في صورتها الأولية على مجموعة من المختصين والبالغ عددهم (7) محكمين، لإصدار حكمهم على مدى صلاحية وسلامة صياغة الأسئلة وملائمتها لموضوع الدراسة، وتم إدخال التعديلات اللازمة عليها طبقاً لمقترحات هيئة المحكمين، وهو ما يتضح جدول (3) .

### جدول (3)

#### التكرارات والنسبة المئوية لموافقة المحكمين على المفردات الخاصة بالإستبانة قيد الدراسة

ن المفردة	ك	%	المفردة	ك	%	ن المفردة	ك	%	المفردة	ك	%
1	6	%100	22	6	%100	15	6	%100	8	6	%100
2	5	%83.3	23	6	%100	16	5	%83.3	9	5	%83.3
3	6	%100	24	6	%100	17	6	%100	10	6	%100
4	6	%100	25	6	%100	18	6	%100	11	6	%100
5	6	%100		6	%100	19	6	%100	12	6	%100
6	5	%83.3		6	%100	20	6	%100	13	5	%83.3
7	6	%100		6	%100	21	5	%83.3	14	6	%100

يتضح من جدول (3) أن نسب موافقة المحكمين على المفردات الخاصة بالإستبانة قيد الدراسة تتراوح ما بين (83.3% - 100%) وهي نسبة مرتفعة مما يدل على تمتع الإستبانة بدرجة عالية من الصدق .

#### ثانياً : اختبار الثبات :-

للتأكد من ثبات أداة الدراسة، فقد تم التحقق بطريقة الاختبار وإعادة الاختبار (-test retest)، وذلك بتطبيق الاختبار وإعادة تطبيقه بعد (15 يوماً) على مجموعة من الطلاب خارج عينة الدراسة مكونة من (6) طلاب ، ما يقارب نسبته (5%) من إجمالي حجم العينة الأصلية، ومن ثم تم حساب معامل ارتباط بيرسون بين تقديراتهم في المرتين على أداة الدراسة ككل، وهو ما يتضح في جدول (4)

### جدول (4)

#### حساب معامل الارتباط بين التطبيقين الأول والثاني لدى طلاب العينة الإستطلاعية في الدرجة الكلية للإستبانة قيد الدراسة

معامل الارتباط	التطبيق الثاني		التطبيق الأول	
	س2ع	س2ن	س1ع	س1ن
**0.959	17.804	42.057	17.646	40.314

\*\* دال عند مستوى (0.01)

يتضح من جدول (4) أنه توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين متوسطى درجات عينة الدراسة الإستطلاعية فى التطبيقين الأول والثانى فى الإستبانة قيد الدراسة ، مما يدل على تمتع الإستبانة بدرجة عالية من الثبات .

#### المعالجة الإحصائية للبيانات

بعد الانتهاء من جمع بيانات الدراسة تم ترميزها وإدخالها على الحاسب الآلي، ثم معالجتها وتحليلها باستخدام برنامج الحزم الإحصائية للعلوم الاجتماعية والمعروف .SPSS

#### نتائج الدراسة الميدانية :

#### جدول (5)

توزيع أفراد عينة الدراسة فيما يتعلق بمدى استماع الشباب الجامعي المصري للإذاعات التقليدية المصرية  
ن = 400

م	العبارة	التكرارات (ك)	النسبة المئوية (%)	الترتيب	قيمة كا2	مستوى الدلالة
1	نعم	244	61%	الأول	**19.36	0.01
2	لا	156	39%	الثانى		
	الإجمالى	400	100%	-		

\*\* دال عند مستوى (0.01)

يتضح من جدول (5) أنه بحساب قيمة (كا2) لدى الأفراد عينة الدراسة فيما يتعلق بمدى استماع الشباب الجامعي المصري للإذاعات التقليدية المصرية نجد أنها بلغت (19.36) وهى درجة دالة إحصائياً عند مستوى معنوية (0.01) وبدرجة حرية (1) ، حيث حققت الإستجابة "نعم" أعلى نسبة إستجابة لدى الأفراد عينة الدراسة بنسبة مئوية تبلغ " 61% "، تليها الإستجابة " لا " وبنسبة مئوية تبلغ " 39% " .

#### جدول (6)

توزيع أفراد عينة الدراسة ممن قالوا (لا نستمع الى الإذاعة) فيما يتعلق بأسباب عزوفهم عن الاستماع الى الإذاعات التقليدية

م	العبارة	التكرارات (ك)	النسبة المئوية (%)	الترتيب
1	شبكات التواصل الاجتماعى أكثر متعة بالنسبة لى	66	42.3%	1
2	احصل على كافة معلوماتى من خلال مواقع التواصل الاجتماعى	38	24.4%	2
3	تطبيقات الموبايل المتعددة تغني عن الاستماع الى الإذاعة	25	16%	3
4	افضل وسائل التواصل البصرية أكثر من الإذاعة التى تعتمد على حاسة السمع فقط	5	3.2%	4

اتجاهات الشباب الجامعي نحو الإذاعات المصرية التقليدية

5	%2.6	4	محتوى الإذاعات المصرية غير متطور
6	%2.6	4	عدم وجود مصداقية فى البرامج خاصة الاخبار المقدمة فى الإذاعات المصرية
7	%1.9	3	برامج الإذاعات المصرية مملة
8	%1.9	3	البرامج الإذاعية محددة بمواعيد وهذا لا يناسبنى
9	%1.3	2	ليس لدى وقت
10	%1.3	2	اقضى وقتى بالخارج
11	%1.3	2	عدم توفر جهاز راديو فى المنزل
12	%0.6	1	لا امتلك سيارة حتى اسمع الراديو بها
13	%0.6	1	لم اسمع عن الراديو خلال سنوات دراستى غير فى المرحلة الجامعية فقط
-	%100	156	الإجمالى

يتضح من جدول (6) والخاص بأسباب عزوف الشباب الجامعي عن الاستماع الى الإذاعات التقليدية، والتي تمثلت فى (13) سبباً لعزوف الطلاب عينة الدراسة عن الإستماع للإذاعات التقليدية ، حيث حققت العبارة "شبكات التواصل الاجتماعى أكثر متعة بالنسبة لى" أعلى نسبة إستجابة لدى الأفراد عينة الدراسة بنسبة مئوية تبلغ " 42.3% " ، بينما حققت العبارتين " لا امتلك سيارة حتى اسمع الراديو بها ، لم اسمع عن الراديو خلال سنوات دراستى غير فى المرحلة الجامعية فقط " أقل نسبة إستجابة وبنسبة مئوية تبلغ " 0.6% " .

جدول (7)

توزيع أفراد عينة الدراسة فيما يتعلق ب( معدل الإستماع اليومي ، الفترة التي يفضل الإستماع فيه للإذاعات المصرية)

م	العبارة	التكرارات (ك)	النسبة المئوية (%)	الترتيب	قيمة كا2	مستوى الدلالة
1	أقل من 30 دقيقة	34	%13.9	3	**201.37	0.01
2	من 30 دقيقة لأقل من ساعة	58	%23.8	2		
3	من ساعة لأقل من ساعتين	130	%53.3	1		
4	من ساعتين لأقل من 3 ساعات	17	%7	4		
5	أكثر من 3 ساعات	5	%0.2	5		
-	الإجمالى	244	%100	-		
1	الصباح	94	%38.5	1	**119.4	0.01
2	الظهر	10	%4.1	5		
3	المساء	22	%9	4		
4	السهرة	33	%13.5	3		
5	حسب الظروف	85	%34.8	2		
-	الإجمالى	244	%100	-		

\*\* دال عند مستوى (0.01)



يتضح من جدول (7) أنه بحساب قيمة (كا) لدى الأفراد عينة الدراسة فيما يتعلق بمعدل الإستماع اليومي إلى الإذاعات المصرية التقليدية نجد أنها بلغت (201.37) وهى درجة دالة إحصائياً عند مستوى معنوية (0.01) وبدرجة حرية (4) ، حيث حقق المعدل " من ساعة لأقل من ساعتين " أعلى نسبة إستجابة لدى الأفراد عينة الدراسة بنسبة مئوية تبلغ " 53.3% "، بينما حقق المعدل " أكثر من 3 ساعات " أقل نسبة إستجابة وبنسبة مئوية تبلغ " 0.2% " .

أما فيما يتعلق بالفترة التى يفضل الإستماع فيه للإذاعات المصرية نجد أنها بلغت (119.4) وهى درجة دالة إحصائياً عند مستوى معنوية (0.01) وبدرجة حرية (4) ، حيث حققت الفترة " الصباح " أعلى نسبة إستجابة لدى الأفراد عينة الدراسة بنسبة مئوية تبلغ " 38.5% " ، بينما حققت الفترة " الظهر " أقل نسبة إستجابة وبنسبة مئوية تبلغ " 4.1% " .

### جدول (8)

توزيع أفراد عينة الدراسة فيما يتعلق بأهم الإذاعات المصرية التقليدية التى يستمع إليها

م	العبرة	التكرارات (ك)	النسبة المئوية (%)	الترتيب	قيمة كا	مستوى الدلالة
1	إذاعة البرنامج العام	22	4.4%	7	669.78**	0.01
2	إذاعة صوت العرب	32	6.3%	6		
3	إذاعة البرنامج الثقافى	2	0.4%	13		
4	الإذاعة التجارية	8	1.6%	10		
5	إذاعة القرآن الكريم	120	23.8%	2		
6	شبكة الإذاعة المحلية	6	1.2%	11		
7	إذاعة الشباب والرياضة	22	4.4%	7 م		
8	راديو نايل إف إم	34	6.7%	5		
9	نجوم إف إم	140	27.8%	1		
10	هيتس إف إم	12	2.4%	9		
11	نغم إف إم	52	10.3%	3		
12	إف إم تسعين تسعين	46	9.1%	4		
13	شعبي إف إم	6	1.2%	11 م		
14	راديو دى إم سى إف إم	2	0.4%	13 م		
	الإجمالى	504	100%	-		

\*\* دال عند مستوى (0.01)

يتضح من جدول (8) أنه بحساب قيمة (كا) لدى الأفراد عينة الدراسة فيما يتعلق بأهم الإذاعات المصرية التقليدية التى يستمع إليها نجد أنها بلغت (669.78) وهى درجة دالة إحصائياً عند مستوى معنوية (0.01) وبدرجة حرية (13) ، حيث

حققت إذاعة " نجوم إف إم " أعلى نسبة إستجابة لدى الأفراد عينة الدراسة بنسبة مئوية تبلغ " 27.8% " ، بينما حققت الإذاعتين " البرنامج الثقافي ، راديو دى أم سى إف إم " أقل نسبة إستجابة وبنسبة مئوية تبلغ " 0.4% " .

### جدول (9)

توزيع أفراد عينة الدراسة فيما يتعلق بـ ( مع من يتم الإستماع ، الوسائط المستخدمة ، الاماكن التي يتم الإستماع بها ) لبرامج الإذاعات المصرية

م	العبارة	التكرارات (ك)	النسبة المئوية (%)	الترتيب	قيمة كا2	مستوى الدلالة
1	مع أفراد الأسرة	58	23.8%	2	**124.66	0.01
				4		
				3		
				1		
				-		
2	مع الزملاء	16	6.6%	4	**366.97	0.01
3	مع الأصدقاء	38	15.6%	3		
4	بمفردى	132	54.1%	1		
الإجمالي		244	100%	-		
1	أجهزة الراديو	86	22.2%	3		
2	الهاتف المحمول	94	24.2%	2		
3	عبر الانترنت	26	6.7%	4		
4	أجهزة MP3	10	2.6%	6		
5	أجهزة MP4	8	2.1%	7		
6	التلفزيون	22	5.7%	5		
7	أجهزة Ipad	4	1%	8		
8	راديو السيارة	138	35.6%	1		
الإجمالي		388	100%	-		
1	المنزل	126	34.2%	2	**360.09	0.01
2	الجامعة	6	1.6%	5		
3	السيارة	154	41.8%	1		
4	النادى	12	3.3%	4		
5	المواصلات العامة	70	19%	3		
الإجمالي		368	100%	-		

\*\* دال عند مستوى (0.01)

يتضح من جدول (9) أنه بحساب قيمة (كا2) لدى الأفراد عينة الدراسة فيما يتعلق بـ (مع من يتم الإستماع عادة إلى برنامج الإذاعة المصرية) نجد أنها بلغت (124.66) وهى درجة دالة إحصائياً عند مستوى معنوية ( 0.01 ) وبدرجة حرية (3) ، حيث حققت العبارة "بمفردى" أعلى نسبة إستجابة لدى الأفراد عينة الدراسة بنسبة مئوية تبلغ " 54.1% " ، وفيما يتعلق بـ (الوسائط المستخدمة) فكانت قيمة (كا2) (366.97) وهى دالة عند (0.01) بدرجة حرية (7) حيث حققت العبارة " راديو السيارة " أعلى نسبة إستجابة وبنسبة مئوية تبلغ " 35.6% " ، اما فيما يتعلق

ب (الأماكن التي تستمع بها ) فكانت قيمة (كا) (360.09) وهي دالة عند (0.01) بدرجة حرية (4) حيث حققت العبارة " السيارة " أعلى نسبة إستجابة وبنسبة مئوية تبلغ " 41.8% " .

### جدول (10)

توزيع أفراد عينة الدراسة فيما يتعلق بـ ( المشاركة في برامج الإذاعة ، وسيلة المشاركة ، نوعية البرامج المفضلة) بالإذاعات المصرية

م	العبارة	التكرارات (ك)	النسبة المئوية (%)	الترتيب	قيمة كا	مستوى الدلالة
هل سبق المشاركة	1 نعم	34	%13.9	2	*126.95	0.01
	2 لا	210	%86.1	1		
	الإجمالي	244	%100	-		
الوسيلة التي اعتمدت عليها للمشاركة	1 رسائل SMS	10	%20	2	*12.88	0.05
	2 البريد العادي	2	%4	6		
	3 الهواتف المحمول	16	%32	1		
	4 البريد الإلكتروني	8	%16	3		
	5 الفاكس	6	%12	5		
	6 مواقع التواصل الاجتماعي	8	%16	3 م		
	الإجمالي	50	%100	-		
نوعية البرامج الإذاعية المفضلة	1 الأخبار	60	%12.3	3	**164.13	0.01
	2 البرامج الإخبارية التحليلية	16	%3.3	10		
	3 البرامج الترفيهية	110	%22.5	1		
	4 البرامج الدينية	90	%18.4	2		
	5 الأحوال الجوية	28	%5.7	8		
	6 البرامج الثقافية والأدبية	30	%6.1	7		
	7 البرامج الاجتماعية التفاعلية	40	%8.2	6		
	8 البرامج الرياضية	44	%9	4		
	9 الدراما الإذاعية	42	%8.6	5		
	10 البرامج الصحية	28	%5.7	8 م		
الإجمالي	488	%100	-			

\*\* دال عند مستوى (0.01)

يتضح من جدول (10) أنه بحساب قيمة (كا) لدى الأفراد عينة الدراسة فيما يتعلق بـ (هل سبق المشاركة في برنامج الإذاعة المصرية) نجد أنها بلغت (126.95) وهي درجة دالة إحصائياً عند مستوى معنوية (0.01) وبدرجة حرية (1) ، حيث حققت الإستجابة " لا " أعلى نسبة إستجابة لدى الأفراد عينة الدراسة

اتجاهات الشباب الجامعي نحو الإذاعات المصرية التقليدية

بنسبة مئوية تبلغ " 86.1% " ، وفيما يتعلق بـ (وسيلة المشاركة) فكانت قيمة (كا) (12.88) وهى دالة عند (0.01) بدرجة حرية (5) حيث حققت العبارة " الهاتف المحمول " أعلى نسبة إستجابة وبنسبة مئوية تبلغ " 32% " ، اما فيما يتعلق بـ (نوعية البرامج الإذاعية المفضلة) فكانت قيمة (كا) (164.13) وهى دالة عند (0.01) بدرجة حرية (9) حيث حققت العبارة " البرامج الترفيهية " أعلى نسبة إستجابة وبنسبة مئوية تبلغ " 22.5% " .

جدول (11)

توزيع أفراد عينة الدراسة فيما يتعلق بـ (دوافع الإستماع أهم الإذاعات المصرية التقليدية التى يستمع إليها - التركيز فى المحتوى المقدم - الحصول على المعلومات)

م	العبارة	التكرارات (ك)	النسبة المئوية (%)	الترتيب	قيمة كا2	مستوى الدلالة
1	للترفيه والتسلية	144	34%	1	**368.00	0.01
	شغل أوقات الفراغ	84	19.8%	2		
	كسر الروتين اليومي	56	13.2%	4		
	مناقشة برامجها مع الآخرين	6	1.4%	8		
	تعلم أنماط سلوكية	18	4.2%	6		
	مجرد العادة	32	7.5%	5		
	الهروب من المشاكل	8	1.9%	7		
	مصدر للمعلومات حول ما يدور حولك	70	16.5%	3		
	لأن أصدقائى يستمعون إليها	6	1.4%	8 م		
	الإجمالى	424	100%	-		
1	هل تركز فى محتوى البرامج التى تستمع إليها	160	65.6%	1	**23.67	0.01
	لا	84	34.4%	2		
	الإجمالى	244	100%	-		
1	هل تعتمد على الإذاعات التقليدية فى الحصول على المعلومات	70	43.8%	2	2.50	غير دال
	لا	90	56.2%	1		
	الإجمالى	160	100%	-		

\*\* دال عند مستوى (0.01)

يتضح من جدول (11) أنه بحساب قيمة (كا) لدى الأفراد عينة الدراسة فيما يتعلق بـ (دوافع الإستماع لبرامج الإذاعة المصرية) نجد أنها بلغت (368.00) وهي درجة دالة إحصائياً عند مستوى معنوية ( 0.01) وبدرجة حرية (8) ، حيث حققت الإستجابة "الترفيه والتسلية" أعلى نسبة إستجابة لدى الأفراد عينة الدراسة بنسبة مئوية تبلغ " 34% " ، وفيما يتعلق بـ (هل تركز في محتوى البرامج) فكانت قيمة (كا) (23.67) وهي دالة عند (0.01) بدرجة حرية (1) حيث حققت الإستجابة " نعم " أعلى نسبة إستجابة وبنسبة مئوية تبلغ " 65.6% " ، اما فيما يتعلق بـ (الإعتماد على الإذاعة للحصول على معلومات) فكانت قيمة (كا) (2.5) وهي درجة غير دالة إحصائياً.

### جدول (12)

توزيع أفراد عينة الدراسة فيما يتعلق بـ ( طبيعة المعلومات والأخبار التي تستقيها من الاذاعة، اساس اختيارك للبرامج الإذاعية )

م	العبارة	التكرارات (ك)	النسبة المئوية (%)	الترتيب	قيمة كا	مستوى الدلالة
1	طبيعة المعلومات والأخبار	13	18.6%	3	25.00**	0.01
		5	7.1%	5		
		17	24.3%	2		
		4	5.7%	6		
		9	12.9%	4		
		3	4.3%	7		
		19	27.1%	1		
		70	100%	-		
الإجمالي						
2	اساس اختيارك للإذاعة	120	36.8%	1	70.5**	0.01
		34	10.4%	5		
		74	22.7%	2		
		46	14.1%	4		
		52	16%	3		
		326	100%	-		
الإجمالي						

\*\* دال عند مستوى (0.01)

يتضح من جدول (12) أنه بحساب قيمة (كا) لدى الأفراد عينة الدراسة فيما يتعلق بـ (طبيعة المعلومات والأخبار التي تستقيها من الاذاعة) نجد أنها بلغت (25.00) وهي درجة دالة إحصائياً عند مستوى معنوية ( 0.01) وبدرجة حرية (6) ، حيث حققت الإستجابة " أخبار ترفيهية" أعلى نسبة إستجابة لدى الأفراد عينة الدراسة بنسبة مئوية تبلغ " 27.1% " ، وفيما يتعلق بـ (أساس أختيارك للبرامج الإذاعية) فكانت قيمة (كا) (2.5)

(70.5) وهي دالة عند (0.01) بدرجة حرية (4) حيث حققت الإستجابة "محتوى البرامج " أعلى نسبة إستجابة وبنسبة مئوية تبلغ " 36.8% ".

### جدول (13)

توزيع أفراد عينة الدراسة فيما يتعلق بالإشباع المتحققة ( مجالات تساعدك على الإستماع لبرامج الإذاعة ، الشعور بعد الإستماع ، ما يتحقق من إشباعات )

م	العبارة	التكرارات (ك)	النسبة المئوية (%)	الترتيب	قيمة كا2	مستوى الدلالة
1	مجالات تساعدك على الإستماع	70	24%	3	**31.84	0.01
		40	13.7%	4		
		74	25.3%	2		
		108	36.9%	1		
	292	100%	-	الإجمالي		
2	شعورك بعد الإستماع	134	54.9%	1	**136.98	0.01
		8	3.3%	4		
		54	22.1%	2		
		48	19.7%	3		
	244	100%	-	الإجمالي		
3	ما يتحقق من إشباعك	38	15.6%	4	**24.98	0.01
		56	23%	3		
		92	37.7%	1		
		58	23.8%	2		
	244	100%	-	الإجمالي		

\*\* دال عند مستوى (0.01)

يتضح من جدول (13) أنه بحساب قيمة (كا2) لدى الأفراد عينة الدراسة فيما يتعلق ب (تحديد المجالات التي تساعد على الإستماع) نجد أنها بلغت (31.84) وهي درجة دالة إحصائياً عند مستوى معنوية (0.01) وبدرجة حرية (3) ، حيث حققت الإستجابة " فهم ما يدور حولك من أحداث" أعلى نسبة إستجابة لدى الأفراد عينة الدراسة بنسبة مئوية تبلغ " 36.9% " ، وفيما يتعلق ب (الشعور بعد الإستماع) فكانت قيمة (كا2) (136.98) وهي دالة عند (0.01) بدرجة حرية (3) حيث حققت الإستجابة " مستمتع " أعلى نسبة إستجابة وبنسبة مئوية تبلغ " 54.9% " ، اما فيما يتعلق ب (ما يتحقق من إشباعات عند التعرض لبرامج الإذاعة المصرية) فكانت قيمة (كا2) (24.98) وهي دالة عند (0.01) بدرجة حرية (3) حيث حققت العبارة "

إضافة إلى تلك التي تحصل عليها في محيطك الإجتماعي " أعلى نسبة إستجابة وبنسبة مئوية تبلغ " 37.7% ".

#### جدول (14)

توزيع أفراد عينة الدراسة فيما يتعلق بأثر استخدام تكنولوجيا الإتصالات الحديثة على التعرض للإذاعة المصرية من حيث ( هل تغيرت عاداتك الاستماعية للإذاعة بعد استخدامك لوسائل الاتصال الحديثة، ما الوسائل المستخدمة ، مدى استخدامك للإذاعة التقليدية مقابل استخدامك لإذاعات الإنترنت)

م	العبارة	التكرارات (ك)	النسبة المئوية (%)	الترتيب	قيمة كا	مستوى الدلالة
1	هل تغيرت عاداتك الاستماعية	1	52.5%	1	0.59	غير دال
		2	47.5%	2		
	الإجمالي	-	100%	244		
2	الوسائل المستخدمة للإعلامية والإتصالية	1	20%	2	**215.00	0.01
		2	30.7%	1		
		3	4%	7		
		4	5%	5		
		5	17.5%	3		
		6	14%	4		
		7	5%	م		
		8	4%	م		
	الإجمالي	-	100%	401		
3	هل قل استخدامك للإذاعة التقليدية	1	59%	1	**7.54	0.01
		2	41%	2		
	الإجمالي	-	100%	234		

\*\* دال عند مستوى (0.01)

يتضح من جدول (14) أنه بحساب قيمة (كا) لدى الأفراد عينة الدراسة فيما يتعلق بـ (هل أثر استخدامك للوسائل الإعلامية والإتصالية المختلفة في تغيير عاداتك الإستماعية) نجد أنها بلغت (0.59) وهي درجة غير دالة إحصائياً ، وفيما يتعلق بـ (الوسائل الإعلامية والإتصالية الأخرى المستخدمة) فكانت قيمة (كا) (215.00) وهي دالة عند (0.01) بدرجة حرية (7) حيث حققت الإستجابة " الإنترنت " أعلى نسبة إستجابة وبنسبة مئوية تبلغ " 30.7% " ، اما فيما يتعلق بـ (هل قل استخدامك للإذاعة التقليدية في مقابل استخدامك لإذاعات الإنترنت) فكانت قيمة (كا) (7.54) وهي دالة عند (0.01) بدرجة حرية (1) حيث حققت الإستجابة " نعم " أعلى نسبة إستجابة وبنسبة مئوية تبلغ " 59% " .

جدول (15)

توزيع أفراد عينة الدراسة فيما يتعلق بأثر استخدام تكنولوجيا الاتصالات الحديثة على التعرض للإذاعة المصرية من حيث ( أهم إذاعات الإنترنت التي تستمع إليها ، كيف ترى مستقبل الإذاعة ، أهم مقترحات التحسين )

م	العبارة	التكرارات (ك)	النسبة المئوية (%)	الترتيب	قيمة كا2	مستوى الدلالة
1	أهم إذاعات الإنترنت التي تستمع إليها	1	72.5%	100	**241.78	0.01
		2	2.9%	4		
		3	10.9%	15		
		4	10.9%	15		
		5	2.9%	4		
		-	100%	138		
الإجمالي						
2	كيف ترى مستقبل الإذاعة	1	44.3%	108	**62.49	0.01
		2	21.3%	52		
		3	25.4%	62		
		4	9%	22		
		-	100%	244		
الإجمالي						
3	أهم مقترحات التحسين	1	26.6%	65	**171.41	0.01
		2	58.6%	143		
		3	6.2%	15		
		4	8.6%	21		
		-	100%	244		
الإجمالي						

\*\* دال عند مستوى (0.01)

يتضح من جدول (15) أنه بحساب قيمة (كا2) لدى الأفراد عينة الدراسة فيما يتعلق ب ( أهم إذاعات الإنترنت التي تستمع إليها) نجد أنها بلغت (241.78) وهي درجة دالة إحصائياً عند مستوى معنوية (0.01) وبدرجة حرية (4) ، حيث حققت إذاعة " راديو مصر" أعلى نسبة إستجابة لدى الأفراد عينة الدراسة بنسبة مئوية تبلغ " 72.5% " ، وفيما يتعلق ب (كيف ترى مستقبل الإذاعة) فكانت قيمة (كا2) (62.49) وهي دالة عند (0.01) بدرجة حرية (3) حيث حققت الإستجابة "ستتطور وتتأقلم مع التطورات التكنولوجية" أعلى نسبة إستجابة وبنسبة مئوية تبلغ " 44.3% " ، اما فيما يتعلق ب (أهم المقترحات لتحسين أداء الإذاعات المصرية) فكانت قيمة (كا2) (171.41) وهي دالة عند (0.01) بدرجة حرية (3) حيث حققت العبارة " تجديد أفكار ومضامين البرامج " أعلى نسبة إستجابة وبنسبة مئوية تبلغ " 58.6% " .



جدول (16)

حساب معامل الارتباط لدى الشباب الجامعي حول درجة التعرض إلى الإذاعات التقليدية المصرية وفقاً لمتغيرات ( الجنس – نوع الجامعة – التخصص)

معامل الارتباط	إناث		ذكور		المتغير
	انحراف معياري	متوسط حسابي	انحراف معياري	متوسط حسابي	
**0.925 -	0.462	2.307	0.613	2.623	النوع
**0.248 -	فاروس		الأسكندرية		الجامعة
	0.347	2.861	0.613	2.623	
**0.924	نظري		عملي		التخصص العلمي
	0.890	1.775	0.498	2.447	

\*\* دال عند مستوى (0.01)

يتضح من جدول (16) أنه توجد علاقة ارتباطية عكسية دالة إحصائياً عند مستوى (0.01) بين الذكور والإناث في درجة التعرض إلى الإذاعات التقليدية المصرية .

كما تشير النتائج إلى وجود علاقة ارتباطية عكسية دالة إحصائياً عند مستوى (0.01) بين الشباب الجامعي في جامعة الأسكندرية والشباب بجامعة فاروس في درجة التعرض إلى الإذاعات التقليدية المصرية .

وتشير النتائج إلى وجود علاقة ارتباطية طردية دالة إحصائياً عند مستوى (0.01) بين الشباب الجامعي ذو التخصص العملي والشباب الجامعي ذو التخصص النظري في درجة التعرض إلى الإذاعات التقليدية المصرية .

الفرض الأول :-

جدول (17)

حساب معامل الارتباط بين مُعدل استخدام الشباب الجامعي للإذاعات التقليدية المصرية

معامل الارتباط	الدوافع المتعلقة بهذا الاستخدام		الدوافع المتعلقة بهذا الاستخدام مُعدل استخدام الشباب الجامعي للإذاعات التقليدية	
	2م	2س	1م	1س
**0.787	0.669	2.148	0.613	2.623

\*\* دال عند مستوى (0.01)

يتضح من جدول (17) أنه توجد علاقة ارتباطية طردية دالة إحصائياً عند مستوى (0.01) بين مُعدل استخدام الإذاعات التقليدية المصرية والدوافع المتعلقة بهذا الاستخدام لدى الشباب الجامعي قيد الدراسة .

وهو ما يحقق صحة الفرض الأول والذي ينص على أنه " توجد علاقة إرتباطية دالة إحصائياً بين معدل استخدام الشباب الجامعي فى الجامعات المصرية والدوافع المتعلقة بهذا الاستخدام".

**الفرض الثانى :-**

**جدول (18)**

حساب معامل الإرتباط بين مُعدل إستخدام الشباب الجامعى للإذاعات التقليدية المصرية والإشباعات المترتبة على هذا الإستخدام

معامل الإرتباط	الإشباعات المترتبة على هذا الإستخدام		مُعدل استخدام الشباب الجامعى للإذاعات التقليدية	
	2م	2س	1م	1س
**0.660	0.948	3.275	0.613	2.623

**\*\* دال عند مستوى (0.01)**

يتضح من جدول (18) أنه توجد علاقة إرتباطية طردية دالة إحصائياً عند مستوى (0.01) بين مُعدل استخدام الإذاعات التقليدية المصرية والإشباعات المترتبة على هذا الإستخدام لدى الشباب الجامعة قيد الدراسة .

وهو ما يحقق صحة الفرض الثانى والذي ينص على أنه " توجد علاقة إرتباطية دالة إحصائياً بين معدل استخدام الشباب الجامعي فى الجامعات المصرية والإشباعات المترتبة من هذا الاستخدام".

**الفرض الثالث :-**

**جدول (19)**

حساب معامل الإرتباط بين دوافع استخدام الشباب الجامعى للإذاعات المصرية التقليدية والإشباعات المترتبة

معامل الإرتباط	الإشباعات المترتبة على هذا الإستخدام		دوافع استخدام الشباب الجامعى للإذاعات التقليدية	
	2م	2س	1م	1س
**0.790	0.948	3.275	0.669	2.148

**\*\* دال عند مستوى (0.01)**

يتضح من جدول (19) أنه توجد علاقة إرتباطية طردية دالة إحصائياً عند مستوى (0.01) بين دوافع استخدام الإذاعات التقليدية المصرية والإشباعات المترتبة على هذا الإستخدام لدى الشباب الجامعة قيد الدراسة .

وهو ما يحقق صحة الفرض الثالث والذي ينص على أنه "توجد علاقة إرتباطية دالة إحصائياً بين دوافع استخدام الشباب الجامعي للإذاعات المصرية التقليدية والأشباع المترتبة".

#### مناقشة نتائج الدراسة والتوصيات :

##### مناقشة نتائج السؤال الخامس: مدى استماع الشباب الجامعي للإذاعات التقليدية المصرية؟

تشير نتائج الدراسة إلى ارتفاع نسبة الاستماع الى الإذاعات المصرية من قبل الشباب الجامعي، مما يدل على ان الإذاعة لم تفقد مكانتها بالنسبة لهذه الفئة التي تعيش في ظل هذا الزخم من الوسائل الإعلامية التقليدية كالتلفزيون والصحف، أو الحديثة في ظل انتشار الإنترنت وشبكات التواصل الاجتماعي .

وربما يرجع ارتفاع نسبة الاستماع للإذاعات الى خروج الإذاعة من حيزها المنزلي الضيق على الراديو الى انتشارها وتكيفها على كافة اجهزة الاتصال المختلفة كالموبايل وراديو السيارة، مما جعله متاح في جميع الأماكن التي يتواجد بها الشباب مثلاً عند قيادة السيارة أو التواجد بالمطبخ بالنسبة للطالبات او الجيم او عند الاستعداد للخروج الى الجامعة صباحاً .

حتى في ايام الامتحانات تظل الإذاعة الصديق المرافق لهم أثناء المذاكرة والتي تساعدهم على تخطي هذا الوقت الصعب .

وتتفق هذه الدراسة مع دراسة "اجوهو ولاكي 2017" والتي اظهرت ان الراديو وسيلة اتصال جماعي يتم الاستماع اليها بانتظام، بينما تختلف نتائج تلك الدراسة مع كل من دراسة "ماريا جوتريز 2016" ودراسة "نصير صالح بو على 2014" في انخفاض عدد مستمعي الإذاعة لدى عينة الدراسة المختارة .

##### مناقشة نتائج السؤال السادس: ما اسباب عزوفك عن الاستماع الى الإذاعات التقليدية ؟

اشارت نتائج الدراسة ان السبب الأساسي لعزوف بعض الشباب عن الاستماع الى الإذاعات التقليدية هو شبكات التواصل الاجتماعي التي تغنيهم عن باقي وسائل الاتصال الاخرى كمشاهدة التلفزيون او الاستماع الى الراديو، لانها تتيح لهم مميزات المشاهدة والاستماع بجانب الدردشة وخاصة اللايف والتفاعل مع الآخرين وغيره .

كما اشارت نتائج الدراسة الى ان الشباب يعتمدون بالاساس على شبكات التواصل للحصول على المعلومات والايخبار وهذا مؤثر خطير ذلك ان شبكات التواصل الاجتماعي في الغالب تعتمد على نقل الاخبار والمعلومات دون وجود مصادر موثوق منها مما يسهل انتشار الشائعات واستخدامها كمعلومات حقيقية حدثت بالفعل

وتتفق نتائج هذه الدراسة مع دراسة "محمد بن على السويد 2015" والتي اظهرت ان وسائل الاعلام التقليدية تأثرت بوجود شبكات التواصل الاجتماعي ومنها تويتر .

#### مناقشة نتائج السؤال السابع :

##### • ما معدل الاستماع اليومي للإذاعات التقليدية ؟

تشير نتائج الدراسة ان معدل تعرض الشباب الجامعي اليومي للإذاعات التقليدية من ساعة إلى أقل من ساعتين رغم أن الاستماع إلى البرامج الاذاعية أمر شائع بين الشباب إلا انه ليس مكثفاً، وقد يرجع ذلك إلى ازدحام الساحة امامهم بوسائل التواصل ذات التقنيات الحديثة المتطورة والتي تنافس الإذاعة بقوة وتجعل الشباب يقف حائراً امامها ويوزع وقته عليها حسب ما يرى ويرغب .

وتختلف هذه الدراسة مع نتائج دراسة "مبروكة عبد الله 2010" والتي اظهرت نتائجها ان المبحوثين عينة الدراسة يستمعون للإذاعات المحلية يومياً أقل من ساعة.

##### • اما عن سؤال عينة الدراسة: ما الفترة التي تفضل الاستماع فيها إلى الإذاعات التقليدية ؟

فكشفت نتائج الدراسة ان فترة الصباح هي أكثر فترات اليوم استماعاً للإذاعة لدى الشباب عينة الدراسة، ويعد هذا منطقياً نظراً لأن هذا الوقت هو وقت الشباب للاستعداد للخروج من المنزل للذهاب الى الجامعة والتنقل في وسائل النقل العام او بسيارته الخاصة، حيث يستمع الى البرامج الاذاعية للتسلية ومساعدته على مرور الوقت حتى يصل إلى وجهته، وتعتبر الإذاعة افضل الوسائل الاتصالية من هذا الجانب (جانب الرفقة) حيث انها لا تتطلب تركيزاً او وقتاً او عملاً بدنياً كاستخدام شبكات التواصل الاجتماعي .

وتختلف نتائج هذه الدراسة مع دراسة كل من "مبروكة عبد الله 2010" ودراسة "سالم عيسى بالحاج 2008"<sup>(15)</sup> في ان عينة الدراساتين اختارت "حسب الظروف، والفترة المسائية" كأكثر فترات اليوم استماعاً، بينما تتفق نتائج تلك الدراسة مع دراسة "تسعديت قدوار 2011" في ان الصباح هو اكثر الفترات استماعاً للإذاعات التقليدية من جانب عينة الدراسة .

#### مناقشة نتائج السؤال الثامن : ما اهم الإذاعات المصرية التقليدية التي تستمع لها؟

جاءت اذاعة "نجوم أف أم" كأكثر الإذاعات المصرية التقليدية التي يستمع إليها الشباب الجامعي، ويرجع ذلك الى طبيعة تلك الإذاعة وما تقدمه من برامج متنوعة ومختلفة توجه بشكل اساسي إلى فئة الشباب الذين يبحثون عن وسائل الترفيه وتخفيف ضغوط الدراسة عليهم، كما أنهم ينجذبون إلى تلك البرامج التي تحتوي على الاغاني والموسيقى وهذا ما تعتمد عليه طبيعة إذاعات نجوم أف أم، كما ان

المستمعون يختارون من وسائل الإعلام ما يلائم اهتماماتهم واحتياجاتهم وهذا ما ورد في فروض نظرية الدراسة "الاستخدامات والاشباعات" بأن أعضاء الجمهور فعالون في عملية الاتصال الجمعي، يستخدمون وسائل الاتصال لتحقيق اهداف مقصودة تلبي توقعاتهم وتشبع احتياجاتهم .

وتتفق نتائج هذه الدراسة مع دراسة "سالم عيسى بالحاج 2008" والتي جاءت فيها "برامج المنوعات" كأكثر البرامج التي يستمع اليها شباب عينة الدراسة .

اما عن إذاعة القرآن الكريم والتي جاءت بالمرتبة الثانية كأكثر الاذاعات استماعاً لدى الشباب عينة الدراسة فتشير إلى ارتفاع مستوى الوازع الديني لديهم، كما تشير إلى تميز تلك الإذاعة وقدرتها على الوصول الى شريحة الشباب بأسلوبها المتميز وقدرتها على توصيل المعلومات الدينية بشكل يناسب ذوق الشباب ومدى استيعابهم .

### مناقشة نتائج السؤال التاسع :

#### • مع من تستمع إلى الاذاعات التقليدية ؟

تشير نتائج الدراسة إلى تفضيل عينة الدراسة الاستماع الى الاذاعات التقليدية بمفردهم، وقد يرجع ذلك إلى أن الاستماع إلى الإذاعة هو نشاط منعزل، للأسرة المعاصرة تتميز بالفرديانية وبالميل إلى الاستقلالية الذاتية لأفرادها، حيث تظهر رغبة كبرى لدى كل فرد داخل الأسرة في المطالبة المتنامية بهويته خاصة به، هوية منفصلة خارج هوية الجماعة الأسرية والاجتماعية، وفق منطق مفاده أن نكون مع بعضنا البعض ولكن أحرار ويبدو أن التقنيات الاتصالية الحديثة مناسبة لترويج المطلب الخاص بالهوية لا سيما لدى الشباب لأنه يسمح بالانفاذ إلى العلاقة الاجتماعية الشخصية<sup>(16)</sup> وإن كان الراديو يكلم الملايين في كل مكان، فإنه في الوقت ذاته يتكلم إلى المستمع بمفرده، فأصواته موجهة إليه، تتسلل إلى رأسه عبر أذنيه لتظل بداخله فيكون تأثيرها أكبر، فهو أداة شخصية، أما التلفزيون فوسيلة جماعية، إذ عادة ما يشاهده الناس جماعات.

أو قد يرجع هذا الاختيار إلى ان الشباب يفضلون الاستماع الى نوعية من البرامج ذات طابع شبابي قد لا تناسب طبيعة باقى أفراد الأسرة مما يجعلهم يميلون إلى الاستماع إليها بمفردهم .

وتتفق نتائج هذه الدراسة مع دراسة "دراسة "تسعديت قدوار 2011" بينما تختلف نتائجها مع دراسة "مبروكة عبد الله 2010" والتي جاء فيها الاختيار الى تفضيل الاستماع مع الاسرة .

#### • ما الوسائط التي تستخدمها للاستماع الى الاذاعات التقليدية ؟

جاء راديو السيارة كأكثر الوسائط المستخدمة من قبل الشباب عينة الدراسة التي يستمعون الى الاذاعات التقليدية من خلالها، وهذا منطقي نظراً لرتب حياة الشباب السريع ما بين الخروج الى الجامعة او الأسواق الترفيهية أو لقضاء طلبات البيت

وغيره مما يجعله ينتقل بالموصلات العامة او من خلال سيارته او سيارة الأسرة الخاصة والتي في الغالب وقد يكون بالعود فتح الراديو للتسلية ومعرفة آخر الاخبار وقضاء الوقت حتى الوصول .

بينما جاء الهاتف المحمول كالوسيط الثانى الذى يستخدمه الشباب للاستماع إلى الإذاعات من خلاله، ويرجع ذلك إلى أن الهواتف المحمولة هي أكثر الوسائل استخداماً من قبل الشباب نظراً لارتفاع نسبه الامتلاك وسرعة الانتشار وسهولة الاستخدام بين الاوساط الشبابية، بالإضافة إلى الامكانيات الكبيرة التى تتيحها أمام مستخدميها .

وتختلف نتائج هذه الدراسة مع دراسة كل من "تسعديت قدوار 2011" ودراسة "مبروكة عبد الله 2010" والتي جاء فيها الاختيار الى تفضيل الراديو للاستماع الى الاذاعات المختلفة .

#### • ما الأماكن التى تستمع فيها إلى الاذاعات التقليدية ؟

جاءت السيارة كاختيار أول من قبل عينة الدراسة، ويرجع ذلك الى نمط وأسلوب حياة الشباب الجامعي الذى يقضى أغلب وقته خارج المنزل سواء كان ذلك بالجامعة أو مع الاصدقاء .

وتختلف نتائج هذه الدراسة مع كل من دراسة "تسعديت قدوار 2011" ودراسة "مبروكة عبد الله 2010" ودراسة "سالم عيسى بالحاج 2008" والتي جاء بها أن المنزل هو الاختيار الأول لعينة الدراسة عند الاستماع الى الاذاعات المختلفة، لأنه يوفر أجواء الراحة والاستماع التى قد يجدها المستمع فى البيت أكثر من أى مكان آخر.

#### مناقشة نتائج السؤال العاشر :

#### • هل شاركت فى برامج الاذاعة من قبل ؟

اظهرت نتائج الدراسة ان عدد الشباب الذين يتفاعلون مع البرامج الإذاعية يبقى ضئيلاً بالمقارنة مع الحجم الكلى لعينة الدراسة، ولكن فى المستقبل اعتقد ان النسب ستتغير خاصة مع الانتشار الواسع لأدوات المشاركة فلم يعد الأمر يقتصر فقط على الاتصال الهاتفي او ارسال الرسائل البريدية او مع التطور ارسال رسائل SMS ولكن اصبح لكل برنامج صفحاته على شبكات التواصل الاجتماعى المختلفة بالإضافة الى قنواته على اليوتيوب .

وتتفق نتائج تلك الدراسة مع دراسة "تسعديت قدوار 2011" فى عدم مشاركة عينة الدراسة فى البرامج الاذاعية .

• ما الوسيلة التي اعتمدت عليها عند مشاركتك في برامج الإذاعة ؟

تظهر نتائج الدراسة إلى ان الهاتف المحمول هو الوسيلة التي استخدمتها عينة الدراسة ممن شاركوا في برامج الإذاعة، وهذه نتيجة منطقية نظراً لانتشار الهواتف المحمولة بين الشباب، إضافة إلى كونه من الوسائل التي تتميز بسهولة وسرعة الاستخدام وتعدد امكانياته .

وتتفق نتائج تلك الدراسة مع دراسة "تسعديت قنوار 2011" في ان الهاتف هو وسيلة المشاركة إلى اختارتها عينة الدراسة ممن شاركوا بالبرامج الإذاعية .

• ما نوعية البرامج الإذاعية التي تفضلها ؟

اظهرت نتائج الدراسة إلى تفضيل عينة الدراسة من الشباب الجامعي إلى البرامج الترفيهية، مما لها من طبيعة جذابة وافكار مختلفة واسلوب حوارى يلائم تفكير ولغة وأسلوب الشباب خاصة مع اعتماد تلك البرامج إلى استخدام أحدث الاغاني بمختلف اللغات التي يفضلها فئة الشباب .

وتتفق نتائج تلك الدراسة مع كل من دراسة "مبروكة عبد الله 2010" و دراسة "سالم عيسى بالحاج 2008" بينما اختلفت نتائجها مع دراسة "تسعديت قنوار 2011" حيث احتلت الأخبار الاهتمام الأول لعينة الدراسة .

وهذا ما يتفق وفروض نظرية الدراسة والتي تشير إلى ان الجمهور هو من يختار الرسائل والمضامين التي تشبع حاجاته .

مناقشة نتائج السؤال الحادي عشر:

• ما دوافعك للاستماع إلى البرامج الإذاعية المصرية ؟

اظهرت نتائج الدراسة أن أهم دوافع تعرض الشباب الجامعي للإذاعات المصرية التقليدية وبرامجها رغم تعدد وتنوع اشكال ووسائل الاتصال التي يستخدمها الشباب كانت: دافعي الترفيه والتسلية وشغل اوقات الفراغ .

ويعود ذلك إلى تركيز برامج الإذاعة المصرية على شريحة الشباب نوعاً ما، حيث تمتاز البرامج بصيغة شبابية في طرحها وتناولها للمواضيع في قالب خفيف ذى إيقاع سريع يخاطبهم بلغتهم ويثير أفكارهم بطريقة جذابة ويستخدم الموسيقى والاغاني التي يفضلونها .

ويندرج هذا في اطار نظرية الاستخدامات والشباعات، حيث اكد "روزنجرين ووندال Rosengren Windhl " أن نموذج الاستخدامات والشباعات يركز على الفرد المستخدم لوسائل الاتصال والذي يبادر باستخدام هذه الوسائل ويبني سلوكه الاتصالي

على أهدافه بشكل مباشر ، إضافة إلى انه يختار من بين البدائل الوظيفية ما يستخدمه لكي يشبع حاجاته<sup>(17)</sup>.

وتختلف نتائج هذه الدراسة مع دراسة كل من "تسعديت قدوار 2011" ودراسة "اجوهو 2017" فى ان دوافع الاستماع الى الاذاعة لدى عينة الدراسة كانت الحصول على المعلومات ومعرفة الأخبار، بينما تتفق نتائج الدراسة مع دراسة "مبروكة عبد الله 2010" أن الدافع الرئيسى لعينة الدراسة عند الاستماع الى الاذاعة الليلية كان هدفه التسلية .

#### • هل تركز فى محتوى ما يقدم فى البرامج الاذاعية ؟

اظهرت نتائج الدراسة ان 65% من عينة الدراسة تركز فى محتوى البرامج الاذاعية المقدمة مما يحمل تلك البرامج مسئولية مضاعفة عما تقدمه من محتوى يهم فئة الشباب الجامعي ويجعلها تهتم أكثر بالجوانب الثقافية والتعليمية والصحية والاقتصادية بنفس أسلوب المحتوى الترفيهي الذى يصل بسهولة الى الشباب ويتفاعلون معه .

وتتفق نتائج هذه الدراسة مع كل من دراسة "تسعديت قدوار 2011"، ودراسة "اوجوش وبابايم وميلودي اكتانجان 2015" فى أن نمط البرمجة الإذاعية يؤثر على سلوك الطلاب .

#### • هل تعتمد على الإذاعات التقليدية فى الحصول على المعلومات ؟

اظهرت نتائج الدراسة ان الإذاعة لم تعد مصدراً أساسياً للمعلومات لدى فئة الشباب الجامعي من مستمعي الإذاعات التقليدية، مما يعد مؤشراً خطيراً حيث فقدت الإذاعة مصدراً من مصادر قوتها الأساسية لدى الجمهور وهو الحصول على المعلومات والاخبار التى تتميز بالسرعة والآنية، مما يجعلنا نتساءل عن اهم مصادر المعلومات التى يستقى منها الشباب معلوماتهم وهل هى مصادر موثوق بها ؟

وتختلف نتائج هذه الدراسة مع دراسة كل من "اجوهو 2017" ودراسة "تسعديت قدوار 2011" والتي اظهرت ان الإذاعة لازالت مصدراً أساسياً للمعلومات والاخبار لدى عينة الدراسة .

#### مناقشة نتائج السؤال الثانى عشر :

#### • ما طبيعة المعلومات والأخبار التى تستقيها من الإذاعة ؟

اظهرت نتائج الدراسة ان الأخبار الترفيهية هى الاخبار الاذاعية التى يبحث عنها الشباب الجامعي عينة الدراسة، ويرجع ذلك الى الطريقة المسلية والجذابة ذات الايقاع السريع الذى يناسب فئة الشباب التى تقدم بها تلك الاخبار، مما يساعدهم على التخلص من الضغوط الدراسية وتخفيف الاحساس بالتوتر والقلق .



وهنا يمكن الإشارة إلى نظرية الدراسة، حيث يرى "سوانسون" امكانية ربط محتوى الرسالة بالإشباع المتحققة، فالأخبار والبرامج الترفيهية والدراما يمكن ان تحقق إشباع التنفيس، الذي يتمثل في خبرات الاستثارة والتخلص من التوتر والقلق والهروب من المشكلات اليومية<sup>(18)</sup>.

وتختلف نتائج هذه الدراسة مع دراسة كل من "اجوهو 2017" ودراسة "تسعديت قدوار 2011" والتي اظهرت ان المعلومات والمعرفة هي أكثر الاشباع المتحققة لدى عينة الدراسة.

#### • ما أساس اختيارك للبرنامج الإذاعي ؟

محتوى البرنامج هو اساس اختيار البرامج الإذاعية التي تتابعها عينة الدراسة كما اظهرت نتائج الدراسة، وهذا طبيعي لأن المستمع يبحث دائماً على الموضوعات المشوقة والمتجددة والتي تقدم بطريقة تناسبه وفي قوالب متنوعة تشبع حاجاته وتدفعه الى استمرار المتابعة، وهذا ما تؤكد فروض نظرية الدراسة الاستخدامات والاشباع.

#### مناقشة نتائج السؤال الثالث عشر :

#### • ما المجالات التي تساعدك فيها الاستماع الى الإذاعة ؟

أظهرت نتائج الدراسة ان حاجة الشباب الى الاستماع الى الإذاعة من اجل فهم ما يدور حولهم من احداث، بالإضافة الى التفاعل والترابط الاجتماعي، حيث يرى الشباب عينة الدراسة ان الإذاعة بالنسبة لهم نافذة على العالم الخارجى يخلصهم من الشعور بالعزلة والوحدة وتحقق لهم الانتماء للمجتمع

ونستطيع ان نربط النظرية بهذه النتيجة حيث لا تقتصر دوافع الشباب الجامعي مستمع الإذاعة على الدوافع الطقوسية فقط مثل الراحة وتمضية وقت الفراغ، بل جاءت الدوافع النفعية فى مقدمة هذه الدوافع مثل : معرفة ما يدور حولى، انفاعل مع مجتمعى، مما يظهر اعتماد الشباب عينة الدراسة على الإذاعات التقليدية فى الحصول على المعلومات.

وتتفق نتائج هذه الدراسة مع دراسة "اجوهو ولاكى 2017" فى ان الإذاعة وسيلة اتصال جمعى تربط مستمعيها بالعالم الخارجى وتحقق لهم شعور الانتماء.

#### • ما شعورك بعد الاستماع الى الإذاعات التقليدية ؟

اظهرت نتائج الدراسة ان الشباب الجامعي عينة الدراسة من خلال تعرضهم للإذاعات التقليدية يشعرون بالاستمتاع، وهذا فى حد ذاته إقرار منهم بالرضا والقبول لما يقدم فى الإذاعة من برامج تشبع حاجاتهم النفسية والاجتماعية وتجعلهم مستمرون فى متابعة ما يقدم ليحافظوا على هذا الشعور .

وتتفق نتائج هذه الدراسة مع دراسة "اوجوشى وبابايم وميلودي اکتاجان 2015" فى ان نمط البرمجة الذي تعتمده المحطات الإذاعية يؤثر على سلوك الطلاب تجاه البرامج سواء بالقبول او بالرفض لما يقدم .

#### • ما يتحقق من اشباع بعد الاستماع الى الإذاعات التقليدية؟

اظهرت نتائج الدراسة ان الاستماع الى الاذاعات التقليدية يعتبر اضافة لما يحصل عليه عينة الدراسة من محيطهم الاجتماعى، مما يبرز الدور الهام الذى تقدمه الاذاعة ويعتمد عليه الجمهور خاصة فئة الشباب الجامعي فى انها تشبع حاجاتهم المعرفية وتضيف إليهم كل جديد ويعد هذا أبرز أدوار الاذاعة كوسيلة اتصال جماهيرية .

#### مناقشة السؤال الرابع عشر:

#### • هل تغيرت عاداتك الاستماعية للإذاعة بعد استخدامك لوسائل الاتصال الحديثة ؟

اظهرت نتائج الدراسة ان العادات الاستماعية للشباب عينة الدراسة تغيرت بعد استخدامهم لوسائل التواصل الحديثة، خاصة مع تنامي استخدام الانترنت وسهولة تواجدها فى المنازل بأسعار منخفضة وانتشار الهواتف المحمولة وسرعة تطورها وسهولة تداولها بين فئة الشباب الذى يبحث عن كل جديد ويجرب كل وسيلة تواصل حديثة كشبكات التواصل الحديثة .

وتتفق نتائج هذه الدراسة مع دراسة كل من "ماريا جوتريز 2016" ودراسة "محمد بن على السويد 2015" ودراسة "بودهان يامين" والذى توصلت إلى تغير علاقة الشباب مع وسائل الاعلام الاخرى نتيجة لاستخدام الانترنت إذ انهم يفضلون كثيراً الدخول الى مواقع الانترنت على مشاهدة التلفزيون او الاستماع الى الاذاعة، مما يدل على تغير عادات التعرض، ودوافع وحتى الاشباع المتحققة لهم<sup>(19)</sup> .

بينما تختلف مع دراسة "تسعديت قدار 2011" والتي اظهرت ان ظهور التكنولوجيا الحديثة لم يؤثر على العادات الاستماعية لدى عينة الدراسة بل زاد الاقبال عليها .

#### • ما الوسائل الاتصالية الحديثة التى تستخدمها ؟

اظهرت نتائج الدراسة ان الانترنت هو الأكثر استخداماً من وسائل التواصل الحديثة لدى عينة الدراسة ويرجع ذلك الى ما يتيح الانترنت امام الشباب من استخدامات تكنولوجية متعددة تقدم لهم المتعة والاثارة وكل جديد كالألعاب التفاعلية والردشة ومصادر معلومات بشتى انواعها والتواصل مع العالم الآخر عبر شبكات التواصل الاجتماعى والمدونات وغيره .

وتختلف نتائج هذه الدراسة مع دراسة كل من "تسعديت قدار 2011" ودراسة "نصير صالح بو على 2014" ودراسة "محمد بن على السويد 2015" التى اظهرت

ان التليفزيون هو الوسيلة الاتصالية الاكثر استخداما لدى عينة الدراسة ولم يتزعزع مكانها حتى مع ظهور الانترنت .

● هل قل استخدامك للإذاعة بعد استخدامك لوسائل التواصل الحديثة؟

اظهرت نتائج الدراسة ان الغالبية من الشباب عينة الدراسة قل استخدامهم للإذاعة بعد ظهور وسائل التواصل الحديثة، حيث يعتبرون الإذاعة كوسية اتصال ثانوية وان وسائل الاتصال الحديثة تغنيهم عن الإذاعة وتوفر لهم ما يبحثون عنه بطريقة جذابة وسهلة ومتوفرة ايضا معهم عبر الهواتف المحمولة الذكية، بالإضافة الى افتقار الإذاعة للصورة التي يتفاعل معها الشباب .

وتختلف نتائج هذه الدراسة مع دراسة "تسعديت قدوار 2011" والتي اظهرت ان التعرض للإذاعة لم يتراجع الا بنسبة ضئيلة، بينما تتفق نتائج هذه الدراسة مع دراسة "ماريا جوتريز 2016" والتي اظهرت فقدان شغف الشباب للإذاعات التقليدية .

مناقشة السؤال الخامس عشر:

● ما أهم إذاعات الانترنت التي تستمع إليها ؟

جاءت اذاعة راديو مصر فى مقدمة إذاعات الانترنت التي يحرص الشباب الجامعي عينة الدراسة على الاستماع لها وبفارق كبير عن التي تليها، ويعود ذلك إلى ما يقدم من خلال هذه الاذاعة من محتوى وموضوعات مختلفة تناسب ذوق وافكار ولغة الشباب، وقد يعود ايضا الى شهرة تلك الاذاعة عن مثيلاتها بسبب الدعاية عنها والاعلانات عن برامجها بمختلف وسائل التواصل .

وتختلف نتيجة هذه الدراسة مع دراسة "عبد الصادق حسن 2013" حيث جاءت اذاعة "سوا" فى مقدمة اذاعات الانترنت التي يحرص الشباب الجامعي على الاستماع اليها(20).

● كيف ترى مستقبل الإذاعات التقليدية ؟

اوضحت نتائج الدراسة ان 44% من الشباب الجامعي عينة الدراسة يرى ان الإذاعة ستتطور وتتقدم وستستمر، مما يظهر أن الاذاعات التقليدية حتى وان اصابها بعض الضرر وقل عدد مستمعيها نتيجة ظهور وسائل تواصل ذات جاذبية عند الشباب إلا انها غير مهددة بالزوال لان لها جمهور نسبه ليست بالقليلة سيظل وفيها لها رغم المنافسة الحادة التي تلقاها من قبل وسائل الاعلام التقليدية كالتليفزيون او الحديثة كالانترنت،

إن كل وسيلة من وسائل الاعلام لها مميزاتها التي تتفرد بها عن غيرها من وسائل ويستفيد بها جمهورها، بل اننا نرى ان كل وسيلة من وسائل الاتصال تكمل عوامل

النقص المتواجدة بالوسيلة الاخرى، الأمر الذى يؤدي فى النهاية الى تحقيق الفائدة المرجوة لمستخدم تلك الوسائل من تثقيف وتعليم واخبار وترفيه وتواصل مع الاخر .

#### • ما مقترحاتك لتحسين الخدمات المقدمة فى الاذاعات التقليدية ؟

اظهرت نتائج الدراسة ان تجديد افكار ومضامين البرامج الاذاعية بشكل متتابع ومستمر هو الضمان الاساسى لاستمرار تواجد الاذاعة وقدرتها على الصمود والمنافسة امام وسائل الاتصال القديمة والحديثة، وهو ايضا همزة الوصل بين الاذاعة وبين جمهور الشباب الذى يبحث عن كل جديد وينبهر بالمضامين الغير تقليدية وباساليب متطورة متنوعة ومتجددة وجذابة .

وتتفق نتائج هذه الدراسة مع دراسة "ماريا جوتريز 2016" والتي طالبت الاذاعات

بالاهتمام بتطوير الموقع الإلكتروني لها والترويج له مع التركيز بشكل خاص على مسألة التفاعل مع فئة الشباب حتى تستطيع بناء جمهور دائم لها

#### مناقشة نتائج الجدول السادس عشر:

##### • النوع:

اظهرت نتائج الدراسة ان هناك ارتباط بين الذكور والاناث فى معدل التعرض للاذاعات التقليدية فى الاتجاه العكسى (السالب)، أى انه كلما زاد تعرض الإناث للاذاعات قل تعرض الذكور لها، وقد يرجع ذلك الى اختلاف دوافع الاهتمام بين الجنسين، واختلاف نمط الحياة وتقضية اوقات الفراغ بينهما . وتختلف نتائج هذه الدراسة مع دراسة "تسعديت قدوار 2011" والتي اظهرت ان الاناث اكثر تعرضا للاذاعة من الذكور .

##### • الجامعة:

اظهرت نتائج الدراسة ان هناك ارتباط بين الشباب الجامعي فى جامعة الأسكندرية والشباب بجامعة فاروس فى معدل التعرض إلى الإذاعات التقليدية المصرية فى الاتجاه العكسى (السالب)، أى انه كلما زاد معدل تعرض شباب جامعة الاسكندرية الحكومية للاذاعات التقليدية قل تعرض شباب جامعة فاروس الخاصة لها، ويعود ذلك الى اختلاف خصائص وسمات مرتادى الجامعات الحكومية عن الجامعات الخاصة، من حيث المستوى الاقتصادى والاجتماعى واسلوب الحياة الذى يتماشى مع كل منهما .

وتختلف نتائج هذه الدراسة مع دراسة "محمد بن على السويد 2015" والتي جاءت بها النتائج لصالح شباب الجامعات الخاصة .

##### • التخصص:

اظهرت نتائج الدراسة ان هناك ارتباط بين الشباب الجامعي ذو التخصص العملى والشباب الجامعي ذو التخصص النظرى فى درجة التعرض إلى الإذاعات التقليدية

في الاتجاه الطردى (الموجب)، أى انه كلما زاد معدل تعرض طلاب الكليات النظرية للاذاعات التقليدية زاد معدل تعرض طلاب الكليات العملية لها، ويرجع ذلك الى ان استخدام الشباب لوسائل التواصل لا علاقة له بالتخصص، حيث انهم متقاربون من الناحية الفكرية والسنية وطبيعة العادات الاستماعية لديهم واتجاههم بشكل عام نحو وسائل التواصل القديمة او الحديثة .

### التوصيات:

- 1- تؤثر شبكات التواصل الاجتماعى على معدل التعرض للإذاعات التقليدية لدى فئة الشباب الجامعى، لذا يجب على القائمين على الإذاعات التقليدية ان يهتموا بالمواقع الإلكترونية لها على شبكات التواصل حتى يصل محتواها لفئة الشباب بالطريقة التى ترضيهم .
- 2- يجب استغلال شبكات التواصل الاجتماعى كمنصة إعلانية للبرامج الإذاعية حتى يعرف جمهورها خاصة فئة الشباب كل جديد عما يقدم .
- 3- ضرورة الاهتمام بالمضمون الجذاب والأفكار المتجددة التى تثير الشباب وتحثهم على الاستماع والمتابعة للإذاعة .
- 4- ضرورة التجديد فى محتوى وشكل البرامج الإذاعية المتخصصة الثقافية والإخبارية والسياسية حتى تصل إلى الشباب وتزيد من وعيهم بما يحدث حولهم ودورهم نحو بناء أنفسهم ونحو أفراد مجتمعهم ونحو وطنهم .
- 5- يجب على القائمين على الإذاعة ان يعملوا على زيادة الموضوعات والبرامج الإذاعية التى تعطى فرصة أكبر للمستمعين من فئة الشباب للتفاعل والتواصل والمشاركة والتعبير عن وجهه نظرهم بكل حرية ومناقشتهم فيها بشكل يعتمد على المنطق والعقل .
- 6- ضرورة الاهتمام بتطوير إذاعات الإنترنت حتى لا تكون مجرد اصدار من الإذاعة التقليدية، وذلك من خلال التنوع فى المضمون والتجديد فى الأفكار واستخدام كافة الامكانيات التكنولوجية المتاحة للوصول الى عدد اكبر من المستمعين خاصة فئة الشباب .

- (1) Oghogho, Lucky OJOBOR. "University Students' Listening Behaviour of FM Radio Programmes in Nigeria: An Exploratory Approach " In: **Review of Journalism and Mass Communication**, Vol. 5, Issue 2, December 2017, pp. 16-28. In: [http://rjmcnet.com/journals/rjmc/Vol\\_5\\_No\\_2\\_December\\_2017/3.pdf](http://rjmcnet.com/journals/rjmc/Vol_5_No_2_December_2017/3.pdf)
- (2) Maria Gutiérrez. "Researching the young radio audience" In: **Politics, Civil Society and Participation: Media and Communications in a Transforming Environment**, Tosoni (Eds.), (2016), pp. 287-297. In: [http://www.researchingcommunication.eu/book11chapters/C19\\_GUTIE RREZ201516.pdf](http://www.researchingcommunication.eu/book11chapters/C19_GUTIE RREZ201516.pdf)
- (3) Oguchi, Babafemi, Melody M. Akinjiyan. " Radio Listening Habits among University Students and Their Attitude towards Programmes :A Study of Redeemers University Students " In: **Research on Humanities and Social Sciences**, Vol. 5, Issue 12, 2015, pp.149-157. In: [www.iiste.org/Journals/index.php/RHSS/article/download/](http://www.iiste.org/Journals/index.php/RHSS/article/download/)
- (4) محمد بن على السويد. استخدامات الشباب السعودي لموقع التواصل الاجتماعي تويتر وتأثيرها على درجة علاقتهم بوسائل الإعلام التقليدية . في: مؤتمّر وسائل التواصل الاجتماعي: التطبيقات والإشكالات المهنية . كلية الإعلام والاتصال، جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية، الرياض، 19-20 جمادى الأولى 1436 هـ، الموافق 11 - 10 مارس 2015 م، ص 2-66.
- (5) نصير صالح بو على . "استخدام الشباب الجامعي لوسائل الإعلام التقليدية والجديدة : دراسة حالة " . مرجع سابق، ص 8-37 .
- (6) تسعديت قنوار. " أثر تكنولوجيا الاتصال على الإذاعة و جمهورها : دراسة مسحية في الاستخدامات والإشباع لدى الشباب " . مرجع سابق.
- (7) مبروكة عبد الله عجاج. "اتجاه المستمعين نحو برامج المنوعات في إذاعة بنغازي المحلية والإذاعة الليبية: دراسة ميدانية مقارنة على عينة من طلاب جامعة بنغازي". رسالة دكتوراة غير منشورة . ليبيا: كلية الإعلام، جامعة بنغازي، قسم الإذاعة والتلفزيون، (2010) .
- (8) مبروكة عبد الله عجاج. "اتجاه المستمعين نحو برامج المنوعات في إذاعة بنغازي المحلية والإذاعة الليبية: دراسة ميدانية مقارنة على عينة من طلاب جامعة بنغازي". مرجع سابق . ص 43 .
- (9) حسن عماد مكاوي وليلى حسن السيد . الاتصال ونظرياته المعاصرة. ط7. (القاهرة : الدار المصرية اللبنانية ، 2008) . ص 240 .
- (10) تسعديت قنوار. "أثر تكنولوجيا الاتصال على الإذاعة و جمهورها: دراسة مسحية في الاستخدامات والإشباع لدى الشباب " . مرجع سابق. ص 97-98 .
- (11) حسن عماد مكاوي وليلى حسن السيد . الاتصال ونظرياته المعاصرة. مرجع سابق . ص 242-243 .

- (12) محمد عبد الحميد . نظريات الإعلام واتجاهات التأثير. ط1. (القاهرة : عالم الكتب ، 2008) . ص320.
- (13) عبد المجيد العزام وهاديا خزنة كاتبي . "اتجاهات الأردنيين نحو الأداء الإعلامي: دراسة استطلاعية" . في: **مجلة جامعة دمشق** ، المجلد 26 ، العدد الثالث والرابع 2010 . ص 614.
- (14) الشبكة العربية لدعم الإعلام، قصة راديو الانترنت في مصر : الخبرات والمستقبل، في: <http://asahnetwork.org> ، 15 يوليو 2017، الساعة 3 :34 مساءً .
- (15) سالم عيسى بالحاج . "انماط تعرض الجمهور للإذاعة الليبية FM : دراسة ميدانية" . في: **مجلة البحوث الإعلامية** ، العدد 43، طرابلس، مركز البحوث والمعلومات والتوثيق الثقافي والإعلامي، 2008 .
- (16) عبد الوهاب بوخنوفة . "الاطفال وثورة المعلوماتية: التمثل والاستخدامات" . في: **مجلة إذاعات الدول العربية**، العدد 2، تونس، اتحاد إذاعات الدول العربية، 2007 . ص 150 .
- (17) عزة مصطفى الكحكي. "استخدام الانترنت وعلاقته بالوحدة النفسية وبعض العوامل الشخصية لدى عينة من الجمهور بدولة قطر" . **بحث مقدم لمؤتمر الإعلام الجديد : تكنولوجيا جديدة لعالم جديد** . (البحرين : كلية الاداب ، 2009) . ص 286 .
- (18) حسن عماد مكاوي وليلى حسن السيد . الاتصال ونظرياته المعاصرة. **مرجع سابق** . ص 249 .
- (19) تسعديت قدار . "أثر تكنولوجيا الاتصال على الإذاعة وجمهورها: دراسة مسحية في الاستخدامات والإشباع لدى الشباب" . **مرجع سابق**. ص 287 .
- (20) عبد الصادق حسن عبد الصادق . "دوافع استخدام الشباب الجامعي في الجامعات البحرينية لإذاعات الإنترنت: دراسة ميدانية" . **مرجع سابق** . ص 129 .