

## عوامل مشاركة المراهقين في البرامج الإذاعية - دراسة ميدانية

أ.د. محمد معوض إبراهيم  
 أستاذ متفرغ بقسم الإعلام وثقافة الأطفال جامعة عين شمس  
 مروة رشاد حداد مغازى

## الملخص

**مشكلة الدراسة:** يمكن بلورة المشكلة البحثية في التساؤل التالي ما العوامل المؤثرة على مشاركة المراهقين في البرامج الإذاعية؟  
**أهمية الدراسة:** أهمية دراسة العلاقة بين مشاركة المراهقين في البرامج الإذاعية التي تحظى بدرجة عالية من المتابعة لدى جمهور المشاهدين من المراهقين وبين العوامل المؤثرة على مشاركتهم، وتقيد الدراسة في التركيز على ثقافة المشاركة باعتبارها دافعا ومحركا رئيسيا في عملية التنمية الشاملة ومن أهم سمات المجتمعات المتقدمة.

**أهداف الدراسة:** الوقوف على العوامل المؤثرة على مشاركة المراهقين في البرامج الإذاعية.

**نوع الدراسة ومنهجها:** تعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية التي تعتمد على منهج المسح الميداني. وتهدف هذه الدراسة إلى التعرف على العوامل المؤثرة على مشاركة المراهقين في البرامج الإذاعية.

**مجتمع وعينة الدراسة:** يمثل المجتمع البشري في هذه الدراسة طلاب جامعة عين شمس و٦ أكتوبر والقاهرة وحلوان وجامعة مصر الدولية وسيقوم الباحث بتطبيق الدراسة على عينة عمدية قوامها ٤٠٠ مفردة من طلاب الجامعات الذين يشاركون في البرامج الإذاعية.

أدوات الدراسة: صحيفة الاستبيان: خاصة بطلاب الجامعة يتم تطبيقها على عينة عمدية من طلاب الجامعات عينة الدراسة.

**نتائج الدراسة:** أوضحت الدراسة أن ترتيب أهم ثلاث محطات إذاعية يحرص المبحوثين على متابعتها أكثر من غيرها بشكل عام من وجهة نظر المبحوثين تمثلت في إذاعة نجوم اف ام في مقدمة هذه الإذاعات؛ ثم إذاعة راديو مصر في المرتبة الثانية، وأخيراً إذاعة الشباب والرياضة كما توصلت بأن جاء البرامج الإخبارية والسياسية في مقدمة أكثر البرامج التي يحرص المبحوثين على متابعتها في الراديو والمشاركة فيها، ثم جاءت البرامج الدينية، ثم جاء البرامج الرياضية والمباريات المذاعة، ثم البرامج الثقافية، ثم البرامج العلمية، وأخيراً جاءت برامج المنوعات والأغاني، كما توصلت بأن جاءت اللياقة وحسن الكلام في مقدمة أكثر أسباب إعجاب المبحوثين ببعض مقمى البرامج الإذاعية من وجهة نظر المبحوثين، ثم جاء تناول القضايا والموضوعات بشكل موضوعي، ثم جاءت يشعرني بالصدق في حوار، وأخيراً جاءت يسمح بمساحة مناسبة من زمن البرنامج لمشاركة الجمهور.

## Factors Adolescent Participation In Radio Programs- A case Study

**Problem:** It can develop a research problem in the following question What Factors affecting adolescents' participation in radio programs?

**Importance:** The importance of studying the relationship between adolescents' participation in radio programs that enjoy a high degree of follow- up have the audience of teenagers and the factors affecting their participation.

**Objectives:** to stand on the factors affecting the participation of adolescents in radio programs.

**Type and Approach:** This is a study of descriptive studies that rely on survey methodology. The aim of this study was to identify the factors affecting the participation of adolescents in radio programs

**Society and Sample:** A random sample of 400 single college students from Ain Shams University students, 6 October, Cairo and Helwan University who participate in radio programs.

**Tools:** newspaper questionnaire: a private university students are applied to the intentional sample of college students study sample.

**Results:** The study showed that the order of the top three radio stations eager respondents to the follow- up more than others in general from the perspective of the respondents represented in the (Radio Star FM) at the forefront of these radio stations; then (Radio Egypt) in the second, and finally (radio youth and Sports) also reached that came news programs and political at the forefront of most programs that are keen respondents to follow- up on the radio and participating in, and then came the religious programs, and then came the sports programs and games broadcast, and cultural programs, and scientific programs, and finally came variety shows and songs, also reached that came tact and good talk at the forefront of more reasons impress respondents with some providers of radio programs from the perspective of the respondents, and then came the eating issues and topics in an objective way, and then came makes me feel the truth in his dialogue, and finally came allows an area suitable time program for public participation.

٤. الانتشار الواسع لأنماط الاتصال الحديثة حيث تتميز بمزايا عديدة وعلى رأسها التفاعلية فأصبح يتم تخصيص مساحة أكبر للجماهير، ومنهم طلاب الجامعات للمشاركة في البرامج الإعلامية المختلفة، حيث لم تصبح عملية المشاركة تقتصر على المشاركة بالحضور إلى الاستديو فقط بل امتدت لتستغل ما وفرته التكنولوجيا الحديثة من تقنيات لتوسيع نطاق المشاركة الجماهيرية فأصبحنا نشاهد الجماهير تشارك من خلال الهاتف، الفاكس، الرسائل القصيرة ومواقع التواصل الاجتماعي.
٥. نفيذ الدراسة في تناولها لتقافة المشاركة لدى المراهقين وما تتميز به مرحلة المراهقة من أنها مرحلة الشعور بالمسؤولية الاجتماعية أى محاولة فهم ومناقشة المشكلات الاجتماعية، وبذلك فإن مشاركة المراهق في وسائل الإعلام تساهم في زيادة معلوماته ومعرفته وتزيد من شعوره بالثقة في النفس وتكوين الاتجاه السليم والصحيح.
٦. أهمية دراسة القائم بالاتصال كعنصر مؤثر وفعال في عملية الاتصال الجماهيري حيث تعد دراسة القائم بالاتصال من الدراسات الحديثة نسبياً إذا قيس في إطار البعد الزمني للدراسات التي تناولت العناصر الأخرى للعملية الاتصالية وهي الرسالة، الوسيلة والمستقبل إضافة إلى التأثير ورجع الصدى.
٧. نفيذ الدراسة في معرفة دور القائم بالاتصال في تفعيل مشاركة المراهقين في البرامج الإذاعية وكذلك العوامل المؤثرة على أداء القائم بالاتصال مما يساعد القائم بالاتصال على التعرف على نتائج عمله وتدارك الأخطاء.
٨. تسعى الدراسة إلى سد ثغرة في مجال الدراسات الإعلامية المتعلقة بمشاركة المراهقين في وسائل الإعلام والعوامل المؤثرة على هذه المشاركة. وذلك لندرة الدراسات التي تناولت المشاركة في وسائل الإعلام.

#### أهداف الدراسة:

١. التعرف على حجم مشاركة طلاب الجامعات في البرامج الإذاعية.
٢. رصد أساليب مشاركة طلاب الجامعات في البرامج الإذاعية.
٣. معرفة أكثر الوسائل استخداماً في مشاركة طلاب الجامعات في البرامج الإذاعية.
٤. التعرف على البرامج الإذاعية التي يفضل طلاب الجامعات المشاركة فيها.
٥. معرفة الإذاعات التي يفضل طلاب الجامعات المشاركة فيها.
٦. توضيح دوافع مشاركة طلاب الجامعات في البرامج الإذاعية.
٧. توضيح دور القائم بالاتصال في تفعيل مشاركة طلاب الجامعات في البرامج الإذاعية.
٨. متابعة مدى استفادة طلاب الجامعات من المشاركة في البرامج الإذاعية.
٩. التعرف على دور ضيوف البرامج الإذاعية في تفعيل مشاركة طلاب الجامعات.

#### الإطار المعرفي للدراسة:

٢٤ عوامل مؤثرة في مشاركة الجمهور في الإذاعة: عرفت مصر محطات الإذاعة في حوالي منتصف العشرينيات وكانت هذه المحطات أهلية وتعتمد في تمويلها على الإعلانات التجارية وتم توقف بث هذه المحطات لتترك مكانها للمحطة الحكومية التي بدأ إرسالها في ٢١ مايو ١٩٣٤، وكانت تقوم بتشغيلها شركة ماركوني لحساب الحكومة، وكان للإذاعة المصرية في سنة ١٩٣٧ محطات للإرسال الذي كان يبدأ في الخامسة والنصف صباحاً وينتهي في الحادية عشر مساءً، كما كانت اللغات المستخدمة هي العربية والإنجليزية والفرنسية.

ويتميز الراديو بأنه هو الوسيلة السهلة التي تجعل المراهقين على علم بالأحداث والمجريات، وأن نوعية البرامج الإذاعية هي التي تحدد شخصية الإذاعة، وتحدد حجم الاستماع إليها، ونجح البرامج الإذاعية وأكثرها نجاحاً باعتبارها وسيلة اتصال جماهيري هي البرامج التي تحمل دعوى التفكير وتبني أفكار مستحدثة وتثير الانتباه إلى كل ما يهم المجتمع.

كما يمكن للراديو من خلال برامجه المختلفة أن يسبغ حاجة المراهق إلى قضاء وقت الفراغ، ومساعدتهم على الإحاطة علماً بما يقع من أحداث حولهم وإتاحة المزيد من الوعي لهم كما أنه يستخدم تهذيب سلوك المراهق وإفنائهم بتبني مواقف وأنماط سلوكية عصرية تساعدهم على تعميق فهم التيارات الفكرية المعاصرة وذلك من خلال البرامج الثقافية المتنوعة ذات القيم والاتجاهات المرغوبة.

وفي البداية كان معظم الشباب ينجبون إلى الراديو للاستماع إلى الموسيقى والتسلية، وقد نجحت الكثير من الإذاعات المحلية في جذب الشباب والكبار على حد سواء وهناك مثال جيد على ذلك وهو شبكة ANEM وهي محطة راديو مستقلة تبث من يوغوسلافيا حيث أصبحت مصدر رئيسي في توصيل المعلومات والتسلية والترفيه

إن المجتمع الذي يرغب في التقدم لا بد وأن يسعى لتكوين فرد يشارك مشاركة فعالة بفكرة وآرائه في شئون المجتمع، كما أن توسيع مجالات المشاركة وتعميقها من أهم مسؤوليات المجتمع الحديث، وتمثل فئة المراهقين أحد القطاعات الهامة في المجتمع المصري حيث تنشأ الأهمية وليس فقط من مجرد التمثيل العددي لشريحة عريضة من المجتمع ولكن تنشأ من التوظيف الفعال الإيجابي لهذا الكم، حتى يتسنى تحقيق التنمية المجتمعية على اختلاف مستوياتها فإذا كانت وسائل الاتصال بمثابة إمكانات وطاقت موجودة فإن مساهمة هذه الوسائل في خدمة الشباب يمثل في الواقع أحد جوانب الاستخدام الأمثل والأفضل لها بما يفيد الجميع.

وقد اتجهت العديد من فئات المراهقين في الوقت الحاضر إلى استخدام القنوات الإذاعية سواء بالاستماع إلى البرامج الإذاعية أو الذهاب إلى أبعد من ذلك، وهو التفاعل مع هذه البرامج والمشاركة فيها بأساليب مختلفة حيث تعد الإذاعة المسموعة واحدة من وسائل عديدة لتوصيل الرسالة الإعلامية إلى عدد هائل من الجماهير في آن واحد، حيث تنكسب الكلمة المذاعة قوة إيجابية لما لها من خصائص منها السرعة الفائقة كونها تخاطب الجماهير المتفاوتة الثقافة، كما أن طبيعتها كوسيلة تعتمد على الصوت يجعلها تثير خيال المتلقي حيث أن الخيال وإعطاء المستمع الإحساس الجمعي من أهم مميزات الإذاعة، كما تهدف الإذاعة منذ نشأتها إلى كسب المستمع والوصول إليه فكلما كانت مضامين البرامج الإذاعية تلبى احتياجات المستمعين وتتبع رغباتهم كلما أصبح بالإمكان جذب اهتمام المستمعين وجعلهم أكثر تفاعلاً معها وبالتالي دفعهم للمشاركة في برامجها.

ويعتبر القائم بالاتصال من أهم عناصر العملية الاتصالية، فالقائم بالاتصال هو صانع الرسالة ومستخدم الوسيلة، هو الذي يختار الجمهور الذي يخاطبه، ويريد إحداث تأثير معين في عقل هذا الجمهور وسلوكه، وهو الذي يتلقى رد الفعل ورجع الصدى، ويتأثر به سلباً أو إيجاباً، ونجاح القائم بالاتصال في مهامه يضمن إلى حد بعيد نجاح العملية الإعلامية ويجعلها تؤتي ثمارها المرجوة.

#### مشكلة الدراسة وتساؤلاتها:

لاحظت الباحثة قلة الدراسات المتعلقة بالقائم بالاتصال، حيث أن البحوث الخاصة بالقائم بالاتصال في وسائل الإعلام التقليدية جاءت في مرحلة متأخرة إلى حد ما مقارنة ببحوث الجمهور مع وجود اتفاق على أن القائم بالاتصال يلعب دوراً رئيسياً في العملية الإعلامية حيث أن هناك الكثير من القائمين بالاتصال يرون أن وسائل الإعلام هي أداء للاشتراك في الآراء والخبرات الإنسانية مع جمهور المتلقين، وهنا ينظر إلى القائم بالاتصال على أنه فرد مبدع ونشط اجتماعياً يتواصل مع جمهور أفراد من المشاركين الإيجابيين، كما أن مصداقية القائم بالاتصال ومدى ثقته وقناعته بكل ما يقوله يؤدي على تفاعل الجمهور مع أفكاره، وبالتالي تنشأ علاقة بين القائم بالاتصال والجمهور على أساس من المعرفة والاستجابة وقد يعتاد المشاهد للتلفزيون أو المستمع للراديو على رؤية وسماع أحد المذيعين أكثر من رؤيته وسماعه بأقرابه وزملائه مما يولد لديه إحساساً بالتفاعل معه، والرغبة في مقابلته أو التحدث معه ويزداد هذا التفاعل عند المراهقين الذين يعجبون بهذه المهنة متأثرين بالهالة التي يضيفها المجتمع على الإعلاميين. ومن خلال ما سبق يمكن بلورة مشكلة الدراسة في التساؤل الرئيسي التالي ما العوامل المؤثرة على مشاركة المراهقين في البرامج الإذاعية؟

#### أهمية الدراسة:

تتبع الأهمية البحثية في ضوء الاعتبارات الآتية:

١. نفيذ الدراسة في كونها تتوجه لفئة فاعلة في المجتمع وهي فئة المراهقين والتي تشكل المحور المعتمد عليه في مسيرة التنمية والإصلاح والتحديث، وهذه الأمور لا يمكن أن تتجدد دون مساندة وسائل الإعلام حيث تلعب دوراً رئيسياً في تغيير حياة الأفراد ومسار المجتمعات.
٢. نفيذ الدراسة في التركيز على ثقافة المشاركة باعتبارها دافعاً ومحركاً رئيسياً في عملية التنمية الشاملة ومن أهم سمات المجتمعات المتقدمة.
٣. أهمية الإذاعة كوسيلة تصل إلى مستويات ثقافية مختلفة، وقد تطورت برامج الإذاعة في السنوات الأخيرة لتتلاقح تقدم التلفزيون، وأصبحت بعض برامج الإذاعة تجذب أعداداً من الشباب للمشاركة في برامجها والتفاعل معها، فأصبحت هناك إذاعات للشباب وبرامج للموسيقى والغناء بل والاعترافات التي لا يمكن للشباب أن يبوب بها في العلاقات الشخصية.

عينات من الجمهور اتجه البرامج المقدمة لتقييم مستوى الأداء وتطويره لما يتوافق مع رغبات واحتياجات المستمعين، وتساهم الإذاعة في حل بعض المشكلات المحلية الملحة بعد تلقي الاتصالات الهاتفية التي تبلغ عن الأعطال في مرافق البنية الأساسية سعياً وراء سرعة مواجهتها من جانب الجهات المختصة.

٢. الإنترنت: لقد دخل الإنترنت في أواخر عام ٢٠٠٥ مرحلة جديدة، أمكن فيها لكل متصفح الإنترنت أن يكونوا بمثابة مرسل المادة الإعلامية ومستقبلها في آن واحد، أي أن الإنترنت كوسيلة إعلامية صار تعبيراً عن تدفق المحتوى الإعلامي في اتجاهين أو أنه أصبح تدفقاً متعدد الاتجاهات. وتعددت التفاعلية أبرز السمات التي يقدمها الإنترنت وهذه السمة لم تكن تميز سوى أشكال الاتصال الموجهة، بينما كان الاتصال الجماهيري يفتقدها تماماً.

مع التطور الكبير الذي يشهده الإنترنت بدأ الحديث عن الإعلام الجديد ودلالاته وما يوفره من خدمات تفاعلية جعلت من المستقبل للمادة الإعلامية مشاركاً فيها في بعض الأحيان، وصانعاً لها في أحيان أخرى حيث أصبح الجمهور يسمى للحصول على المعلومات واختيار المناسب منها، وتبادل الرسائل مع المرسل بعد ما كان دور المستقبل هو مجرد تلقي المعلومات فقط، وأصبح التمييز بين المرسل والمستقبل في ظل استخدام وسائل الاتصال التفاعلية أمراً صعباً فالمرسل أصبح مستقبلاً والمستقبل أصبح مرسلًا.

#### الدراسات السابقة:

١. دراسة هوكيمير روزماری ماري ليون Hopkemier Rosmorie Leone (٢٠٠٤) بعنوان فحص آراء مخرجي المحطات الإذاعية حول الإذاعة التعليمية وهدفت الدراسة إلى توضيح اتجاهات وممارسات مخرجي خمس محطات إذاعية ممن يقدمون شكل من أشكال البرامج التعليمية كجزء من إذاعة محطاتهم من خلال اتصالات تكنولوجية استخدمت لجمع آرائهم وخبراتهم عن الراديو التعليمي حيث أن عالم تكنولوجيا الاتصالات الفضائية يركز على تلك الوسائل ذات السرعة الأكبر والواسعة الانتشار للجمهور ودارت مناقشات عن الاستخدام المعتاد والفعال لوسائل الاتصال القديمة لنشر المعلومات والتعليم. وقد توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها لا ينظر إلى الراديو في العالم الغربي على أنه وسيلة تعليم وأن تكنولوجيا الكمبيوتر أصبحت مسيطرة بشدة على التعليم في العالم الصناعي ولكن على الرغم من ذلك بأن الراديو لا يزال جزءاً هاماً جداً في البيئة التعليمية في الدول النامية.
٢. دراسة نورمان دوجلاس (2007) Norman Douglas بعنوان الراديو التفاعلي كمكون للتعليم عن بعد في دول العالم الثالث وهدفت هذه الدراسة إلى فحص استخدام الراديو التفاعلي في تنشيط الاستماع للإذاعة التعليمية بالنسبة للطلاب والمدرسين في دول العالم الثالث وكانت وكالة الولايات المتحدة في التطوير العالمي قد دعمت الراديو التفاعلي في إفريقيا وآسيا وأمريكا اللاتينية لزيادة الدعم التعليمي للتلاميذ الذين يقوم بالتدريس لهم مدرسين غير مؤهلين. وقد توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها: وجهت انتقادات للراديو التفاعلي في دول العالم الثالث حيث يتطلب ذلك أجهزة عالية الثمن في حين أن الطلاب في دول العالم الثالث يفقدون الدافعية للتعلم وهم لا يقرءون جيداً ولا يعملون جيداً.
٣. دراسة محمد سالم (٢٠٠٧) بعنوان دور الصحافة البيئية المحلية في التوعية بقضايا التنمية البشرية- دراسة مسحية للمضمون والجمهور والقائم بالاتصال وهدفت الدراسة إلى معرفة العلاقة بين ما تقدمه الصحف المحلية من القضايا التنموية البشرية وبين الجمهور القارئ لهذه الصحف وكذلك التعرف على إمكانيات القارئ بالاتصال في الصحافة المحلية ومدى اهتمامهم باحتياجات ومطالبات الجمهور القارئ ونشر قضايا التنمية التي يهتم بها وهي من الدراسات الوصفية استخدم فيها الباحث المنهج التحليلي والمنهج المقارن ومنهج الدراسات الإرتباطية. وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها: ظهور علاقة دالة إحصائية بين رضا القارئ بالاتصال في الصحف المحلية عن عملهم وبين مناخ العمل لهم حيث بلغت قيمة مستوى المعنوية ٠,٠٠١ وهي قيمة دالة إحصائية، وأيضاً هناك اتفاق بين الدراسة التحليلية والدراسة الميدانية والجمهور والقائم بالاتصال حول مدى اهتمام الجمهور بقضايا التنمية البشرية وكذلك اهتمام القائم بالاتصال بنشرها والتركيز عليها حيث بلغت نسبة اهتمام الصحف المحلية بقضايا التنمية البشرية ما بين ٣٨,٨% وحتى ١٢,٦% بينما جاء اهتمام الجمهور بنسبة ٢٧,٥% وجاء اهتمام القائم بالاتصال بنشر هذه القضايا ما بين

التي يهتم بها الشباب في حياتهم.

٥ أهمية المشاركة في البرامج الإذاعية: تعتبر المشاركة في البرامج الإذاعية ذات مردود إيجابي على جمهور المراهقين ووسائل الإعلام ومن هذه الإيجابيات:

١. أن المشاركة تخرج المراهق من التبعية الثقافية للمواد المستوردة.
٢. تسمح المشاركة بالإستماع إلى المراهقين لمعرفة اهتماماتهم وهواجسهم وأمالهم.
٣. تطور الحصص النقدي للمراهق من خلال فهم آلية عمل الإعلام وابداء رأيه.
٤. تحول المشاركة المراهق إلى مستمع فاعل.
٥. اشراك المراهقين يضمن جذبهم وكسب اهتمامهم، وهذا أحد أهداف المؤسسات الإعلامية.
٦. المشاركة تبعد عن وسائل الإعلام إحدى المآخذ الرئيسية عليها التي تنهها بأنها تنحو نحو الربح المادي على حساب دورها التثقيفي والتربوي وتكوين الرأي العام.
٧. المشاركة تعيد الإعلام إلى دوره الأصيل فيكون ذا فائدة للمجتمع ويحقق في الوقت نفسه التفاعل المطلوب.
٨. المشاركة تنحو بالإعلام إلى الإرتقاء: أحد مهام الإعلام أن يكون مرآة المجتمع، فالمشاركة تحقق ذلك.
٩. المشاركة تعنى التفاعلية وهي من وجهة نظري كباحثة لابد وأن تكون من أهداف الإعلام لأنها تربطه بقضايا الناس واهتماماتهم.

٥ الوسائل التي يستخدمها المراهق لمشاركته في البرامج الإذاعية: لقد أتاحت تكنولوجيا الاتصال الحديثة ربط أجزاء العالم ببعضها البعض عبر العديد من وسائط الاتصال، وقد استفادت الإذاعة من نتائج تكنولوجيا الاتصال في العقد الأخيرين وأتارها الإيجابية على الإذاعة المسموعة، وتمثلت تلك الآثار الإيجابية لتكنولوجيا الاتصال في تنمية التفاعل والتواصل بين وسائل الاتصال الجماهيرية وقطاعات الجمهور المستهدف، والجمهور الذي نتحدث عنه في هذه الدراسة هو جمهور المراهقين، والذي يلاحظ إقبال فئات عديدة منه للمشاركة في البرامج الإذاعية، ويستخدم العديد من الوسائل للمشاركة في تلك البرامج، ومنهم من يلجأ للشكل المباشر في المشاركة ومنهم من يلجأ للشكل الغير مباشر في المشاركة ويقصد بالمشاركة بشكل مباشر: أي بالحضور إلى الأستوديو أو مكان التسجيل للمشاركة في البرنامج ويلاحظ ذلك في البرامج الحوارية وبعض البرامج التي تكون فيه أماكن مفتوحة، والتي يقوم فيها مقدم البرنامج بعمل بعض اللقاءات والحوارات مع الشباب وطلبة الجامعات.

أما المشاركة بشكل غير مباشر: فهي تأخذ أشكال عديدة والمقصود بها المشاركة عبر وسائل الاتصال المختلفة دون الحضور إلى الأستوديو، ومن أشكال المشاركة بشكل غير مباشر، استخدام الهاتف العادي، أو الهاتف المحمول، استخدام مواقع التواصل الاجتماعي، البريد الإلكتروني أو البريد العادي.

ويلاحظ أن استخدام وسائل الاتصال الحديثة مثل الهواتف المحمولة وما تتمتع به من تقنيا حديثة وكذلك استخدام Lap Top من أكثر الوسائل التي يقبل عليها الشباب في هذا الوقت.

١. الهاتف: لقد أتاحت تكنولوجيا الاتصال إمكانية تنظيم برامج إذاعية عن طريق التلفزيون، فمثلاً يمكن تنظيم ندوة إذاعية عن طريق التلفزيون، بحيث يشترك فيها أطراف يفصل بينهم مسافات بعيدة، فقد يكون هناك من يعيش في لندن ومن يعيش في القاهرة أو نيويورك أو الرياض، بينما مدير الندوة لا يغادر مكانه داخل أستوديو الإذاعة، وهذا النوع من أنجح الأشكال البرمجية، التي تتيح للمستمعين فرصة معرفة آراء الأطراف المنصاعة أو المتباينة في أدائها حول بعض المشكلات والقضايا التي تفرغ نفسها على الساحة الإعلامية، وغالباً ما تتحول هذه الندوات إلى ندوات حوار ساخن، تشتعل فيه حدة الخلاف، وهنا يقوم مدير الندوة بواجبه كملطف للجو.
- كما يعد الاتصال الهاتفي أحد الوسائل المهمة لتحقيق التفاعل بين الإذاعة وجمهورها لتنمية مشاركة الجماهير في البرامج الإذاعية والاستجابة لاحتياجاتهم. وقد تعدد البرامج الإذاعية التي تعتمد على الهاتف كوسيلة لتحقيق التفاعل مع الجماهير، فغير الندوات الإذاعية، هناك أيضاً برامج المناقشات المفتوحة التي تهتم بالشؤون الجارية والقضايا العامة، وهناك البرامج التي تستهدف تقديم الاستشارات بأنواعها المختلفة، كما تستخدم الإذاعة التلفزيون في استطلاع رأى

قاموا بإرسال تلك الرسائل أحياناً و٣,٣% منهم من لم يقوموا بالإرسال قط. كما توصلت إلى نسبة ١٤,٦% من أفراد العينة يرسلون تلك الرسائل القصيرة SMS كوسيلة من وسائل الاتصال مع الزملاء و٢٧,١% منهم يرسلون تلك الرسائل كوسيلة للتعبير عن الذات وان ١٢,٥% منهم يشعرون بسعادة للتسليم وملء الفراغ وأن نسبة ٢٧,١% منهم يرسلون الرسائل لكل ما سبق.

#### المفاهيم الإجرائية للدراسة:

١٢ المشاركة: هي مشاركة الجمهور الذي يحدد مدى فاعلية الرسالة الإعلامية فالجوانب المتعلقة بالجمهور تؤثر على فاعلية المضمون من حيث شخصيته وأخلاقه وتجاربه وعواطفه وتعليمه وثقافته وظروفه النفسية والاجتماعية والحضارية والسياسية ففي ضوء كل هذه العوامل قد يفهم عكس ما يريده القائم بالاتصال تماماً وبالتالي لابد على مرسل الرسالة الإعلامية أن يتعامل مع جمهوره باعتباره مشاركاً في عملية الاتصال والمقصود بالمشاركة هو معرفة مستوى ونوعية البرامج التي يفضل طلاب الجامعات المشاركة فيها وتكون المشاركة بشكل مباشر أو غير مباشر.

١٣ القائم بالاتصال: هو شخص يستهدف التأثير في الناس بأفكار لديه خلفية واسعة عنها يؤمن بها ويصدر عنها في سلوكه وتصرفاته ويستخدم لذلك كافة إمكانيات وسائل الإعلام المتاحة وهو يمثل مقمى ومدعى ومخرجى البرامج الإذاعية في هذه الدراسة.

#### نوع الدراسة ومنهجها:

تعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية في إطار استخدام منهج المسح بالعينة على عينة عديده من طلاب الجامعات الذين يشاركون في البرامج الإذاعية.

#### مجتمع وعينة الدراسة:

طلاب جامعة عين شمس و٦ أكتوبر والقاهرة وحلوان وجامعة مصر الدولية وتمثلت عينة الدراسة في عينة عديده من طلاب الجامعات الذين يشاركون في البرامج الإذاعية قوامها ٤٠٠ مفردة.

#### أدوات الدراسة:

١٤ صحيفة الاستبيان: خاصة بطلاب الجامعة يتم تطبيقها على عينة عديده من طلاب الجامعات عينة الدراسة.

#### أساليب المعالجة الإحصائية:

١. الجداول التكرارية البسيطة (العدد والنسب المئوية).
٢. استخدام مقياس اختبار كاي Chi Square لدراسة مدى وجود علاقات إحصائية بين متغيرات الدراسة واختبار مستوى الدلالة الإحصائية بين تلك المتغيرات.
٣. اختبار Z للفروق بين النسب المئوية.

#### نتائج الدراسة:

توصلت الدراسة إلى مجموعة كبيرة من النتائج أهمها:

#### ١٥ الاستماع للراديو:

جدول (١) مدى استماع المبحوثين للراديو وفقاً للنوع

النوع	ذكور		إناث		الإجمالي	
	ك	%	ك	%	ك	%
نعم	١٩٥	٩٧,٥	١٩٢	٩٦	٣٨٧	٩٦,٨
أحياناً	٥	٢,٥	٨	٤	١٣	٣,٣
الإجمالي	٢٠٠	١٠٠	٢٠٠	١٠٠	٤٠٠	١٠٠

قيمة كاي = ١٦,٠٧ درجة الحرية = ١ مستوى المعنوية = ٠,٣٩٨ الدلالة = غير دالة معمل التوافق = ٠,٠٤٢

تشير نتائج الجدول أن ٩٦,٨% من المبحوثين يستمعون للراديو بشكل عام، بينما ٣,٣% منهم يستمعون للراديو أحياناً.

#### ١٦ أكثر المحطات الإذاعية متابعة بين المبحوثين:

جدول (٢) أهم ثلاث محطات إذاعية يحرص المبحوثين على متابعتها أكثر من غيرها بشكل عام من وجهة نظر المبحوثين

المحطات	الترتيب			الوزن المرجح
	الأول	الثاني	الثالث	
إذاعة نجوم اف ام	١٤٤	١٣٦	٢٢	٢٨,٤
إذاعة راديو مصر	١٠٧	٩٧	٥٢	٢٤,٦
إذاعة الشباب والرياضة	١٧	٤٣	١٥٤	١٨,٨
إذاعة القرآن الكريم	٤١	١٤	٤٦	١٤,٧
إذاعة نغم اف ام	٨	٢٧	٤٣	١٣,٢
مجموع الأوزان المرجحة				٤٧٥٥

تشير نتائج الجدول أن أهم ثلاث محطات إذاعية يحرص المبحوثين على متابعتها أكثر

٧٦,٢% وحتى ٢٩,٨%.

٤. دراسة نعيمة حسن (٢٠٠٨) بعنوان إذاعة البرنامج العام ودورها في معالجة قضايا الطفولة في مصر (دراسة تطبيقية وهدفت الدراسة إلى التعرف على الدور الذي تقوم به برامج الأطفال في إذاعة البرنامج العام في إيجاد حلول لقضايا الطفولة التي يعاني منها الأطفال في مصر وقد اعتمدت الدراسة على منهج المسح واستخدمت تحليل المضمون والاستبيان حيث أجريت الدراسة التحليلية على برامج الأطفال لكل من برامج والمرأة وعددها عشرة برامج وبلغ عدد الحلقات ٤٤٤ دقيقة. وقد توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها: في الدراسة الميدانية جاءت معالجة بعض القضايا الخاصة بالطفولة في مقدمة الأهداف من خلال المشاركة في البرامج الموجهة للأطفال وعندهم بإذاعة البرنامج العام حيث سجلت ١١ تكرار بنسبة ٩١,٧% من إجمالي العينة.

٥. دراسة منى زهدى (٢٠٠٩) بعنوان صورة الإعلامى في التلفزيون وتأثيرها على اتجاهات المراهقين وهدفت الدراسة إلى التعرف على جوانب صورة الإعلامى التي يرسمها التلفزيون وكذلك التعرف على اتجاهات المراهقين نحو هذه الصورة وهي من الدراسات الوصفية حيث قام الباحث بتحليل مضمون عينة عمديه من الدراما التلفزيونية وكذلك البرامج التلفزيونية المختلفة التي تعرض على القنوات الأولى والثانية خلال دورة تلفزيونية كاملة كما قال الباحث بعمل دراسة ميدانية على عينة حصرية احتمالية من المراهقين بالمدارس الثانوية. وقد توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها: أهم أسباب نجاح مقدم البرنامج من وجهة نظر المراهقين هي الثقافة العامة، اللباقة، سرعة البديهة، القرب من الناس بينما كان أهم أسباب فشل مقدم البرنامج من وجهة نظر المراهقين هي قلة المعلومات، الثقافة العامة، التصنع والتكلف، الانفلات الأخلاقى. وأيضاً معظم مقمى البرامج ناجحين في إدارتهم للحوار التعاون مع الزملاء والتفاعل مع الضيوف والمكملات الهاتفية وتقبل الاختلاف في الرأي حيث جاءت معظم الأسئلة مباشرة ومرتبطة بالموضوع ومريحة للضيف بينما افتقدت بعض السمات مثل العمق والموضوعية.

٦. دراسة ماجريت سمير (٢٠١١) بعنوان العلاقة بين خصائص القائمين بالاتصال وأساليب تحرير المواد الخبرية في الصحف المصرية اليومية وهدفت الدراسة إلى قياس اتجاهات القائمين بالاتصال نحو القيم المهنية الحاكمة للعمل داخل قسم الأخبار وقياس الجوانب المتعلقة بأبعاد شخصية القائمين بالاتصال في صفح الدراسة وكذلك تحليل العلاقة بين سمات القائمين بالاتصال الديموجرافية، المهنية خلفياتهم الثقافية، انتماءاتهم السياسية وأبعاد شخصياتهم والخصائص السلوبية للنصوص الخبرية بصحف الدراسة وهي من الدراسات الوصفية التي اعتمدت منهج المسح الإعلامى والمنهج المقارن عينة تعتمد على الأسبوع الصناعى في سحب إعداد الصحف موضوع الدراسة ودراسة ميدانية على عينة من القائمين بالاتصال في جرائد الأهرام والوفد والمصرى اليوم. وقد توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها: ارتفاع نسبة القائمين بالاتصال في جريدة المصرى اليوم الذين اثارو إلى أن ثلثية صحيفتهم لمتطلبات القراء أحد أساليب إقبالهم عليها وذلك مقارنة بنظرائهم في جريدتى الأهرام والوفد. وأيضاً اتضح بالمقارنة بين الجرائد الثلاث الوفد والأهرام والمصرى اليوم أن جريدة المصرى اليوم أكثر توظيفا لأسماء الهيئات والأشخاص المشاهير ويفسر ذلك في ضوء سمات القائمين بالاتصال العاملين فيها إذ جاءت أعلى نسبة للسيدات بين القائمين بالاتصال (عينة الدراسة) في جريدة المصرى اليوم وقد توصلت عدة دراسات أن السيدات يملن في كتاباتهن إلى التركيز على الشخصيات المرتبطة بالحدث.

٧. دراسة محمد ربيع محمد (٢٠١٠) بعنوان الرسائل القصيرة بالقنوات الفضائية العربية وعلاقتها ببعض القيم لدى عينة من المراهقين المصريين. وهدفت الدراسة إلى التعرف على ما تتضمنه الرسائل القصيرة المعروضة على القنوات الفضائية الغنائية من قيم وتأثيرها على قيم المراهقين واختلاف تأثيرها على المراهقين باختلاف الخصائص الديموجرافية (النوع- السن- مستوى التعليم- المستوى الاجتماعى- المستوى الاقتصادى) وهي من الدراسات الوصفية قام الباحث فيها بتحليل مضمون عينة عديده من القنوات الفضائية العربية وكذلك دراسة ميدانية على ٣٠٠ مراهق يمثلون شرائح مختلفة الفئة العمرية والمستوى التعليمى. وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها أن نسبة ١٢,٧% من أفراد العينة قاموا بإرسال هذه النوعية من الرسائل القصيرة SMS بالقنوات الفضائية دائماً وأن نسبة ٨٤% منهم

أما الجدول فيوضح أن الرغبة في التعبير عن وجهة النظر في الموضوعات المطروحة في مقدمة الأسباب التي تجعل المبحوثين يتفاعلون مع البرامج ويشاركون فيها وذلك بنسبة بلغت ٦١,٥%، ثم جاء تناول الموضوعات التي أهتم بها بنسبة بلغت ٤٥,٣%، تلتها الرغبة في الاستماع إلى الأغاني التي أحبها بنسبة ٤٣,٨%، تلتها الرغبة في مشاركة الآخرين الآراء والخبرات بنسبة ٣١,٥%، تلتها الإعجاب بمقدم البرنامج والرغبة في التحدث معه بنسبة ٢١,٣%، وجاء الرغبة في ملئ وقت الفراغ بنسبة ١٩%، وتساو كلا من الرغبة في الريح من برامج المسابقات وأشعر بالسعادة لسماع اسمي في البرنامج بنسبة ١١,٣%، كما جاء تصنيف شخصيات تعجبني بنسبة ١١%، وأخيراً وقت إذاعتها مناسب لي بنسبة ١٠,٣%.

#### خاتمة الدراسة:

مما سبق يتضح أن أهم ثلاث محطات إذاعية يحرص المبحوثين على متابعتها هي إذاعة نجوم اف ام ثم إذاعة راديو مصر ثم إذاعة الشباب والرياضة. كما توصلت الدراسة أيضاً إلى أن البرامج الإخبارية والسياسية ثم الدينية ثم الثقافية ثم العلمية ثم المنوعات والأغاني.

كما أظهرت الدراسة أن اللباقة وحسن الكلام في مقدمة اعجاب المبحوثين ببعض مقدمي البرامج الإذاعية يليها تناوله للقضايا والموضوعات بشكل موضوعي ثم الصدق في حوارهم وأخيراً يسمح بمساحة مناسبة من زمن البرنامج لمشاركة. كذلك أظهرت الدراسة أن أهم أسباب مشاركة المبحوثين في البرامج الإذاعية هي الرغبة في التعبير عن وجهة النظر في الموضوعات المطروحة يليها تناول الموضوعات التي أهتم بها ثم الرغبة في الاستماع إلى الأغاني ثم الرغبة في مشاركة الآراء والخبرات.

#### التوصيات:

في ضوء النتائج والمعلومات التي توصلت إليها الدراسة نقتراح الباحثة ما يلي:

١. مقترحات خاصة بالاذاعات وبرامجها:
  - أ. تشجيع طلبة وطالبات الجامعات ممن يستمعون إلى الإذاعات المصرية والعربية على المشاركة في برامجها المختلفة مع تحفيزهم من جانب تلك الإذاعات بأشكال مختلفة.
  - ب. على الإذاعات المصرية الاهتمام بمشاركة المراهقين عن طريق زيادة خطوط التفاعل مع هذه الإذاعات (خطوط تليفون)، مواقع التواصل الاجتماعي وكذلك نشر رسائلهم.
  - ج. الاهتمام بأكبر المراهقين مشاركة في البرامج الإذاعية.
٢. مقترحات للقائمين بالاتصال:
  - أ. ان يكون من بين الشباب الاقرب سناً للمراهقين.
  - ب. أن يكون على تواصل دائم بالمشاركين في البرامج الإذاعية.
  - ج. أن يتم تخصيص فقرات إذاعية لافضل المشاركين في البرامج من المراهقين في تلك البرامج.

#### المراجع:

١. حمدى شعبان. المتحدث الرسمي المهمة وكيفية أدائها، (القاهرة: الشركة العربية المتحدة، ٢٠٠٧).
٢. عبدالمجيد شكرى، الاتصال الجماهيري - الواقع والمستقبل (القاهرة: العربي للنشر والتوزيع، ١٩٩٥).
٣. مارجريت سمير ساويرس. "العلاقة بين خصائص القائمين بالاتصال وأساليب تحرير المواد الخبرية في الصحف المصرية اليومية" رسالة دكتوراه غير منشورة، (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، ٢٠١١).
٤. محمد ربيع محمد. "الرسائل القصيرة بالفنونات الفضائية العربية وعلاقتها ببعض القيم لدى عينة من المراهقين"، رسالة ماجستير غير منشورة، (جامعة عين شمس: معهد الدراسات العليا للطفولة، قسم الإعلام وثقافة الأطفال، ٢٠١٠).
٥. محمد سالم موسى المنفي. "دور الصحافة الليبية المحلية في التوعية بقضايا التنمية البشرية - دراسة مسحية للمضمون والجمهور والقائم بالاتصال"، رسالة دكتوراه غير منشورة، (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، ٢٠٠٧).
٦. محمد محمد أحمد. "دور الإذاعة الصوتية في التنمية الثقافية - دراسة تحليلية"، رسالة ماجستير غير منشورة، (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، ١٩٩٨) ص ٣٢٨.
٧. محمد منير حجاب. وسائل الاتصال نشأتها وتطورها، (القاهرة، دار الفكر للنشر

من غيرها بشكل عام من وجهة نظر المبحوثين تمثلت في إذاعة نجوم اف ام في مقدمة هذه الإذاعات بنسبة بلغت ٢٨,٤%؛ ثم إذاعة راديو مصر في المرتبة الثانية بنسبة ٢٤,٦%، وإذاعة الشباب والرياضة في المرتبة الثالثة بنسبة ١٨,٨% تلتها إذاعة القرآن الكريم بنسبة ١٤,٧%، وأخيراً إذاعة نغم اف ام بنسبة ١٣,٢%.

النوع	ذكور		إناث		الإجمالي	
	ك	%	ك	%	ك	%
البرامج الإخبارية والسياسية	٩٥	٤٧,٥	٧٩	٣٩,٥	١٧٤	٤٣,٥
البرامج الدينية	٥١	٢٥,٥	٣٧	١٨,٥	٨٨	٢٢
البرامج الرياضية والمباريات المذاعة	٢٨	١٤	٢١	١٠,٥	٤٩	١٢,٣
البرامج الثقافية	٥	٢,٥	٢٧	١٣,٥	٣٢	٨
البرامج العلمية	١٢	٦	١٨	٩	٣٠	٧,٥
المنوعات والأغاني	٩	٤,٥	١٨	٩	٢٧	٦,٨
الإجمالي	٢٠٠	١٠٠	٢٠٠	١٠٠	٤٠٠	١٠٠

قيمة كا<sup>٢</sup> = ٢٤,٠٢٤ درجة الحرية = ٥ مستوى المعنوية = ٠,٠٠٠ الدلالة = ٠,٠٠١ معامل التوافق = ٠,٢٢٨

من وجهة أخرى يشير الجدول إلى أن البرامج الإخبارية والسياسية في مقدمة أكثر البرامج التي يحرص المبحوثين على متابعتها في الراديو والمشاركة فيها بنسبة ٤٣,٥% بلغت، ثم جاءت البرامج الدينية بنسبة بلغت ٢٢%، ثم جاء البرامج الرياضية والمباريات المذاعة بنسبة بلغت ١٢,٣%، ثم البرامج الثقافية بنسبة ٨%، ثم البرامج العلمية ٧,٥%، وأخيراً جاءت برامج المنوعات والأغاني بنسبة ٦,٨%.

#### ٢ اعجاب المبحوثين بمقدمي البرامج الإذاعية:

جدول (٤) أكثر أسباب اعجاب المبحوثين ببعض مقدمي البرامج الإذاعية من وجهة نظر المبحوثين وفقاً للنوع

النوع	ذكور		إناث		الإجمالي	
	ك	%	ك	%	ك	%
اللباقة وحسن الكلام	٩٦	٥٠	١٠٠	٥٣,٥	١٩٦	٥١,٧
تناول القضايا والموضوعات بشكل موضوعي	٦٨	٣٥,٤	٦٦	٣٥,٣	١٣٤	٣٥,٤
يشعروني بالصدق في حوارهم	١٩	٩,٩	١٤	٧,٥	٣٣	٨,٧
يسمح بمساحة مناسبة من زمن البرنامج لمشاركة الجمهور	٩	٤,٧	٧	٣,٧	١٦	٤,٢
الإجمالي	١٩٢	١٠٠	١٨٧	١٠٠	٣٧٩	١٠٠

قيمة كا<sup>٢</sup> = ١,٠٥٣ درجة الحرية = ٣ مستوى المعنوية = ٠,٧٨٨ الدلالة = ٤ ير دالة معامل التوافق = ٠,٠٥٣

تشير نتائج الجدول إلى أن اللباقة وحسن الكلام في مقدمة أكثر أسباب اعجاب المبحوثين ببعض مقدمي البرامج الإذاعية من وجهة نظر المبحوثين وذلك بنسبة بلغت ٥١,٧%، ثم جاء تناول القضايا والموضوعات بشكل موضوعي بنسبة بلغت ٣٥,٤%، ثم جاءت يشعروني بالصدق في حوارهم بنسبة بلغت ٨,٧%، وأخيراً جاءت يسمح بمساحة مناسبة من زمن البرنامج لمشاركة الجمهور بنسبة بلغت ٤,٢%.

#### ٢ لماذا يتفاعل المراهقون مع البرامج الإذاعية:

جدول (٥) الأسباب التي تجعل المبحوثين يتفاعلون مع البرامج ويشاركون فيها من وجهة نظر المبحوثين وفقاً للنوع

النوع	ذكور		إناث		الإجمالي		قيمة Z الدلالة
	ك	%	ك	%	ك	%	
الرغبة في التعبير عن وجهة نظري في الموضوعات المطروحة	١٣١	٦٥,٥	١١٥	٥٧,٥	٢٤٦	٦١,٥	١,٦٤ غير دالة
تتناول الموضوعات التي أهتم بها	٨٤	٤٢	٩٧	٤٨,٥	١٨١	٤٥,٣	١,٣٠ غير دالة
الرغبة في الاستماع إلى الأغاني التي أحبها	٨٢	٤١	٩٣	٤٦,٥	١٧٥	٤٣,٨	١,١٠ غير دالة
الرغبة في مشاركة الآخرين الآراء والخبرات	٥٢	٢٦	٧٤	٣٧	١٢٦	٣١,٥	٢,٣٦ ٠,٠٥
الإعجاب بمقدم البرنامج والرغبة في التحدث معه	٤٦	٢٣	٣٩	١٩,٥	٨٥	٢١,٣	٠,٨٥ غير دالة
التسليم وملئ وقت الفراغ	٣٥	١٧,٥	٤١	٢٠,٥	٧٦	١٩	٠,٧٦ غير دالة
الرغبة في الريح من برامج المسابقات	٢٠	١٠	٢٥	١٢,٥	٤٥	١١,٣	٠,٧٩ غير دالة
أشعر بالسعادة لسماع اسمي في البرنامج	١٢	٦	٣٣	١٦,٥	٤٥	١١,٣	٠,٠١
تصنيف شخصيات تعجبني	٣٢	١٦	١٢	٦	٤٤	١١	٣,١٩ ٠,٠١
وقت إذاعتها مناسب لي	٢١	١٠,٥	٢٠	١٠	٤١	١٠,٣	٠,١٦ غير دالة
جملة من سئلتها	٢٠٠	١٠٠	٢٠٠	١٠٠	٤٠٠	١٠٠	

- والتوزيع، ٢٠٠٨)
٨. محمد منير حجاب. "الموسوعة الإعلامية"، المجلد الخامس والسادس، (القاهرة: دار الفجر للنشر والتوزيع، ٢٠٠٣).
٩. منى زهدى على مبارك. "صورة الإعلامى فى التلفزيون وتأثيرها على اتجاهات المراهقين- دراسة محلية ميدانية" رسالة ماجستير غير منشورة، (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، ٢٠٠٩)
١٠. نعيمة حسن محمد زنفل. "إذاعة البرنامج العام ودورها فى معالجة قضايا الطفولة فى مصر- دراسة تطبيقية"، رسالة دكتوراه غير منشورة، (جامعة عين شمس: معهد الدراسات العليا للطفولة، قسم الإعلام وثقافة الأطفال، ٢٠٠٨).
11. Hopkemie Rosmaire Leone "An examination of educational radio: Views of stations directors", MS (Michigan state university, 2004)
12. Norman Douglas. "Interactive as a component of distance education in third world countries" available at <http://webebschots.com>