

استخدام المراهقين لإذاعاتهم الجامعية عبر الإنترنت

أمن أحمد أمين السيد طرايبه
 أ.د. فائق عبدالرحمن الطنباري
 أستاذ الإعلام وثقافة الأطفال المتفرغ كلية الدراسات العليا للطفولة جامعة عين شمس
 د. محمود محمد عبدالحليم
 مدرس الإعلام وثقافة الأطفال كلية الدراسات العليا للطفولة جامعة عين شمس

الملخص

تهدف الدراسة إلى التعرف على استخدامات المراهقين من الشباب الجامعي لإذاعاتهم الجامعية عبر الإنترنت والإشباع المتحققة لهم منها، كما تهدف إلى التعرف على مدى انتشار هذا النوع من الإذاعات بالجامعات المصرية، والتعرف على أسباب ودوافع استخدام المراهقين لهذه الإذاعات، بالإضافة إلى الكشف عن مدى تفاعل المبحوثين مع هذه الإذاعات وأشكال هذا التفاعل، والتعرف على درجة ثقة المراهقين في هذه الإذاعات الجامعية ووضع هذه الإذاعات بالنسبة لهم في مواجهة الوسائل الإعلامية الأخرى، بالإضافة إلى مقترحاتهم بشأن التطوير، وهي دراسة وصفية، استخدم الباحث فيها منهج المسح بالعينة، حيث طبقت استبانة لعينة عمدية قوامها ٤٠٠ مفردة من المراهقين المستمعين لإذاعات الإنترنت الجامعية، ممن تتراوح أعمارهم من (١٨ - ٢١) عام من الطلاب الجامعيين (الذكور - الإناث) بالجامعات المصرية الحكومية والخاصة، وقد توصلت الدراسة إلى أن الدوافع النفعية جاءت في مقدمة دوافع استخدام المراهقين لإذاعاتهم الجامعية بوزن ٣٢,٨٥%، تلتها الدوافع الطقوسية بنسبة ٢٣,٩٦%، ثم الدوافع المتعلقة بإجراءات الوسيلة بنسبة ١٨,١٥%، وفي المرتبة الأخيرة دوافع تعزيز الهوية بنسبة ١٧,٧٩%، وتصدرت الإشباع الخاصة بالوسيلة بوزن ٢,١٩٦%، في مقابل إشباع العملية بوزن ٢,١٣%، وتوجد علاقة دالة إحصائية بين محل الاستماع لهذه الإذاعات ودوافع هذا الاستماع، وتوجد علاقة ارتباطية دالة إحصائية بين درجة ثقة المبحوثين في مضمون راديو الإنترنت الجامعي ومعدل الاستماع، وتوجد فروق بين متوسطات المبحوثين محل الدراسة على مقياس مستوى استخدامهم لإذاعاتهم الجامعية عبر الإنترنت لصالح التعليم الحكومي، وتوجد فروق بين متوسطات المبحوثين محل الدراسة على مقياس الإشباع المتحققة من استخدامهم لإذاعاتهم الجامعية عبر الإنترنت لصالح التعليم الخاص، وتوجد فروق بين متوسطات المبحوثين محل الدراسة على مقياس دوافع استخدامهم لإذاعاتهم الجامعية عبر الإنترنت لصالح التعليم الخاص.

The uses of Adolescent for the University Internet Broadcasting and their Achieved Gratifications

The study aims to identify the uses of teenagers from young university radio Via internet and their achieved gratification, and aims to identify the extent of the spread of this type of radio stations in Egyptian universities, and to identify the causes and motives of the use of teenagers for these radio stations, in addition to revealing the extent of respondents interact with These radio stations and forms of interaction, and to identify the degree of confidence of adolescents in these radio stations and the development of these radio stations for them in the face of other media, in addition to their proposals for development, It is a descriptive study, the researcher used the sample survey approach, where I remained a questionnaire for a sample intentional strength 400 Single teenagers listening to Internet radio university, who are between the ages of (18- 21) year of undergraduate students (Male/ Female) Egyptian government and private universities.

The study found, Entertainment and entertainment programs have come at the forefront of programs that adolescents prefer to listen to them, followed by news programs, and youth programs, Motivational motives were the main drivers of adolescents' use of university online radio at 32.85%, followed by ritualistic motives 23.96%, motives for seduction 18.15%, and motivation 17.79%. The expectations of the means topped by 2.196% Compared to gratification of content 2.13%. There is a statistically significant relationship between the listening rate of these radios and the motives for listening. There is a statistically significant correlation between the rate of use of teenagers to the online university broadcast and realized gratification of this hearing. There is correlation between the degree of statistically significant respondents' confidence in the content of the Internet Radio University and the rate of listening. There are differences between the averages of the subjects studied on the scale of their level of use of their university radio broadcasts on the Internet for the benefit of government education. There were differences between the averages of the subjects studied on the scale of the impressions obtained from their use of their university radio broadcasts for the benefit of special education. There were differences between the averages of the respondents in the study on the motives of using the university radio online for the benefit of special education scale.

٦. التعرف على درجة ثقة المبحوثين في هذه النوعية من الإذاعات.

الإطار المفاهيمي:

٣١ الإذاعات عبر الإنترنت: هناك عدة تسميات مرادفة لإذاعات الإنترنت مثل إذاعة الواب أو الويب Web Radio، إذاعة الشبكة Network Radio، الإذاعة على الخط Online Radio، وعموما فهناك نوعين من إذاعات الإنترنت هي:

١. إذاعات إنترنت خاصة أو إذاعات افتراضية تبت خصيصا على الشبكة، ولم يكن لها وجود سابق،^(٩) أي تبت فقط عبر الإنترنت Online- Only Radio Station، وهذا بمعنى أن هذه الإذاعات نشأت عبر الشبكة دون أن يكون لها محطة بث تقليدية أرضية، وجمهورها من مرتادي الإنترنت.

٢. إذاعات لها بث على الإنترنت موازيا للبث عبر محطاتها الأرضية التقليدية.

٣. وهناك ما يسمى بالمحطات المؤتمتة Automated Stations وهي محطات موسيقية فقط وبدون مشط DJ ولا إعلانات وبدون كلام ملفوظ، ويدفع المستمعون اشتراكا.^(٩)

٤. وهناك إذاعات يديرها هواة، أو حتى فرد واحد، ويكتفى بعضهم بتقديم قوائم لأغاني وموسيقى لأصوات وأشخاص وأحداث، بما يشبه (خدمة صوتية خاصة) لا تصل لمستوى الإذاعة.^(٩)

هي الإذاعات التي تتيح الالتقاء مع جمهور أوسع حيث تلتقى مع الجمهور الذي يتعامل مع شبكة الإنترنت، وقد يكون من جمهور الإذاعة أصلا وهجرا لوسيلة إلكترونية وقد لا يكون من جمهور الإذاعة، وفي هذه الحالة تكتسب جماهير جديدة، لكن مع الأخذ في الاعتبار ضرورة توفير إمكانية الاستماع للبرامج في غير أوقات إذاعتها وإمكانية التعليق على المضمون المقدم لأن ذلك يفيد القائم بالاتصال، مع أهمية الاعتناء بالرد على الآراء؛ لأن هذا يزيد من الترابط بين الجمهور والخدمة الإذاعية.^(٩)

٣٢ إذاعات الإنترنت الجامعية: وبما إننا نتحدث عن الإذاعات الجامعية عبر الإنترنت، فإننا نجد الخبراء الآن يتحدثون عن مفهوم جديد للإذاعة هي الإذاعة الضيقة ويشير هذا المفهوم إلى أن الإذاعات الضيقة Narrow Cast سوف تخاطب جماعات أقل عددا وأكثر تجانسا، ويمكن اعتبار إذاعات الإنترنت الجامعية من هذا النوع المحدودة أو الضيقة. بحكم أنها تخاطب فئة معينة ومتجانسة شبه كليا.

ويعرف Kyle J. Miller الإذاعات الجامعية بأنها تُشكل من أشكال الإذاعة غير التجارية وتصنف هذه المحطات كمحطات إذاعية تعليمية غير ربحية تستند إلى حرم الجامعات وتمتلكها مؤسسات أكاديمية أو غير ربحية.^(١٠)

وتشكل الإذاعات الجامعية نسبة ١١% من جملة الإذاعات المرخصة في الولايات المتحدة الأمريكية حيث يوجد بها نحو ١٤٠٠ محطة إذاعية جامعية، وإن كان عددها صغيرا إلا إنها تشكل جزءا هاما من النظام الإذاعي الأمريكي.^(١٠) في الواقع، ومن منظور السوق فنحن نعرف القليل عن إذاعة الكلية أو الجامعة أو جماهيرها على الرغم من أن راديو الكلية يهيمن على القنوات غير التجارية مع أكثر من ٨٠٠ مؤسسة تعليمية تحمل تراخيص،^(١١) وهذا الأمر داخل الولايات المتحدة الأمريكية.

ومن أهم الصعوبات التي تواجه إذاعات الإنترنت الجامعية بصفة عامة:

١. التمويل المالي: فيقف العائق المادي حائلا كبيرا أمام إذاعات الإنترنت الجامعية نتيجة لضعف التمويل وانخفاض بعض ميزانيات الجامعات كل هذا يعرض المحطات الإذاعية الجامعية للخطر. ومثال على مشاكل التمويل قرار مكتبة الكونجرس الأمريكي عام ٢٠٠٤ بفرض رسوم قياسية على تشغيل الموسيقى عبر الإنترنت، وكان على المحطات الإذاعية التي لديها بث على شبكة الإنترنت للموسيقى أن تدفع رسوما قدرها ٥٠٠ دولار في السنة وقالت محطات الإنترنت الجامعية أن هذه الرسوم مرتفعة جدا، في حين قد تكون المحطات التجارية قادرة على هذا الأمر.^(١٢) والتمويل مصدر قلق كبير

في ظل وجود نهضة إعلامية كبيرة وغير مسبوقه في مجال الإعلام وظهور ما يسمى براديو الإنترنت الذي أصبح يحتوي على أفكار ومعتقدات وآراء مثيرة، وفي ظل الانتشار المتزايد لإذاعات الإنترنت، والتي أصبحت تمثل تحديا للإذاعات التقليدية في توفيقها في بعض السمات التي تتميز بها، وأصبحنا نرى بعض الجامعات أو الكليات المصرية تنشئ إذاعات خاصة بها عبر الإنترنت، تعبر عنها وتنتشر من خلالها أخبارها، كما وفرت لطلاب الجامعة المضمون الذي يتلائم معهم، في الوقت الذي يريدون الحصول عليه، هذا بفضل ما تملكه هذه الإذاعات من وسائل مختلفة للتعبير عن الرأي والتفاعل مع الأحداث والموضوعات بشكل يستوعب اهتمامات واحتياجات الطلاب الجامعيين، ويعبر عن طموحاتهم وتطلعاتهم، ولاسيما أن هذه الإذاعات تعتمد على الوسائط المتعددة التي يتم عرضها في مزيج من الصوت والصورة والفيديو وغيرها، مما يجعل المعلومات والموضوعات التي تقدمها إذاعات الإنترنت الجامعية أكثر قدرة وتأثيرا في طلاب الجامعة، خاصة وأن هذه الإذاعات توفر لهم استمرارية تبادل الآراء حول موضوعاتها التي هي في العموم من إنتاج الطلاب وإبداعهم، هذا بالإضافة إلى تخلي هذه الإذاعات عن بعض لقيود والمبادئ والضغوط التي تضعها الحكومات أمام الإذاعات التقليدية.

وقد اهتمت الدراسات السابقة بإذاعات الإنترنت بصفة عامة أو بالإذاعات التقليدية سواء من حيث الجمهور أو المضمون وأغفلت هذا النوع من الإذاعات وبالتالي كانت هناك ضرورة لمعرفة خصائص الجمهور الذي يتعرض لإذاعات الإنترنت الجامعية والتعرف على الدوافع والاشباكات المتحققة لديه من هذا التعرض، بالإضافة إلى التعرف على درجات التفاعلية من قبل الطلاب الجامعيين مع هذه الإذاعات، وتوضيح العلاقة بين الدوافع والاشباكات والمتغيرات الديموغرافية والعوامل الاجتماعية والنفسية ومعدلات التعرض وكيفية التعرض لهذا النوع من الإذاعات.

أهمية الدراسة:

تأتي أهمية الدراسة من وسائل الإعلام الجديد وروافده المتعددة المرتبطة بالإنترنت والذي أصبح جزء لا يتجزأ من حياتنا اليومية، وغير في كل شيء في حياتنا حتى طريقة شغل أوقات الفراغ، وفي ظل هذه التباينات تبرز أهمية الدراسة بالتركيز وتسلط الضوء على حلقة جديدة من حلقات الإعلام الجديد وهي راديو الإنترنت، أو بالأخص في دراستنا راديو الإنترنت الجامعي والتعرف على استخدامات الشباب الجامعي لهذا النوع الجديد، وتتبع أهمية البحث من عدة اعتبارات أبرزها:

١. ندرة البحوث والدراسات العربية التي تناولت استخدامات المراهقين من الشباب الجامعي لإذاعات الإنترنت الجامعية والاشباكات المتحققة منها.
٢. تهدف الدراسة إلى أن تكون امتداد للدراسات العلمية التي أشارت إلى ضرورة إجراء المزيد من البحوث والدراسات لمراقبة لتنوع في إذاعات الإنترنت من حيث زيادة أعدادها والملك والوقالب وقياس تأثير هذا المتغير مع مرور الوقت على صناعة البث الإذاعي عبر الإنترنت.
٣. محاولة التأسيس لدراسات مستقبليّة مقارنة بين إذاعات الإنترنت العادية وإذاعات الإنترنت الجامعية والإذاعات التقليدية الأخرى.
٤. قلة المعلومات المتاحة حول إذاعات الإنترنت الجامعية في مصر وخصائصها وجمهورها.

أهداف الدراسة:

- تهدف الدراسة إلى معرفة استخدامات المراهقين لإذاعاتهم الجامعية عبر الإنترنت والاشباكات المتحققة منها وينبثق منها مجموعة من الأهداف الفرعية تتمثل في:
١. تسلط الضوء على حلقة جديدة من حلقات الإعلام الجديد وأشكاله المتنوعة.
 ٢. التعرف على مدى انتشار إذاعات الإنترنت بالجامعات المصرية.
 ٣. التعرف على مدى استخدام المراهقين لإذاعاتهم الجامعية عبر الإنترنت.
 ٤. التعرف على دوافع استخدام المراهقين لإذاعاتهم الجامعية عبر الإنترنت.
 ٥. التعرف على الإشباعات المتحققة نتيجة استخدام المراهقين لهذه الإذاعات.

- معينة، أو رسائل إعلامية معينة لإشباع حاجات معينة لديه.^(١١)
٢. الفروض الأساسية لمدخل الاستخدامات والإشباع:^(١٢)
- أ. أن الجمهور مشارك فاعل في عملية الاتصال الجماهيري ويستخدم الوسيلة التي تحقق حاجاته.^(١٣)
 - ب. استخدام الوسائل يعبر عن الحاجات التي يرغب الجمهور في تحقيقها وتتحكم في ذلك أمور منها: الفروق الفردية، والتفاعل الاجتماعي.
 - ج. الجمهور هو الذي يختار الوسيلة والمضمون اللذين يشبعان حاجاته.
 - د. يستطيع الجمهور تحديد حاجاته ودوافعه ومن ثم يلجأ للمضامين والوسائل التي تشبع حاجاته.
 - هـ. يمكن الاستدلال على المعايير الثقافية السائدة في المجتمع من خلال استخدام الجمهور لوسائل الاتصال وليس من خلال الرسائل الإعلامية.
 - و. هناك ارتباط وثيق لدى أفراد الجمهور بين كل من تلبية احتياجاتهم ودوافعهم وبين الوسائل الإعلامية التي تشبع تلك الاحتياجات.
 - ز. خصائص الوسائل الإعلامية تساعد في توضيح إلى أي مدى يمكنها أن تساهم في إشباع حاجات الأفراد من تلك الوسائل.
 - ح. توجد بعض المصادر الأخرى في المجتمع تتنافس وسائل الإعلام لإشباع حاجات الأفراد.
 - ط. أن محتوى وسائل الإعلام وحده لا يكفي للتنبؤ بأنماط الإشباع المتحققة لدى أفراد الجمهور.
 - ي. أن الإشباع التي يحصل عليها الأفراد من وسائل الإعلام يمكن أن تكون مستمدة من خلال التعرض لمحتوى وسائل الإعلام في السياق الاجتماعي الذي تم من خلاله التعرض.
٣. حقق مدخل الاستخدامات والإشباع عددا من الأهداف تتمثل في الآتي:^(١٤)
- أ. إيجاد تفسير لكيفية استخدام المتلقين للوسائل الإعلامية على اختلافها بهدف إشباع حاجات معينة لديهم.
 - ب. فهم دوافع المتلقين في التعرض للوسائل الاتصالية وأنماط التعرض المختلفة.
 - ج. الوقوف على ما يترتب من نتائج التعرض لوسائل الاتصال.
 - د. يمكن أن تعطى استخدامات المتلقين للوسيلة الاتصالية دلالة واضحة على المستوى الثقافي للمجتمع الذي يعيش فيه هؤلاء المتلقين.
 - هـ. يعبر استخدام الجمهور (التشيط) لوسيلة إعلامية معينة عن إدراكه لإمكانية هذه الوسيلة في تلبية احتياجاته.
 - و. تتنوع الحاجات بتنوع واختلاف الأفراد من حيث الحس والإدراك والمستوى الثقافي والاجتماعي والسياسي (وبالتالي تتنوع وسائل الاتصال التي يستخدمها الجمهور لإشباع الحاجات).
٤. عناصر نظرية الاستخدامات والإشباع:^(١٥)
- أ. افتراض الجمهور النشط.
 - ب. الأصول الاجتماعية والنفسية لاستخدام وسائل الإعلام.
 - ج. دوافع الجمهور وحاجاته.
 - د. التوقعات من وسائل الإعلام.
 - هـ. التعرض لوسائل الإعلام.
 - و. تشباعات وسائل الإعلام.
- وتجدر الإشارة إلى أن العناصر السابقة تنسم بالتداخل الشديد في الواقع العملي ويرتبط كل منها بالآخر ارتباطا وثيقا.
٥. نظرية ثراء الوسيلة: وتتلخص الفكرة الرئيسية للنظرية في دراسة معايير الاختيار بين الوسائل الإعلامية التكنولوجية وفقا لدرجة ثرائها المعلوماتي، وتطرح النظرية إطارا نظريا رصينا يربط بين المتطلبات التي تضمن فعالية عملية الاتصال، وقدرة الوسيلة الإعلامية المعنية على تلبية تلك المتطلبات

- للإذاعات غير التجارية حيث يجب على هذه الإذاعات أن توفر الأموال من أجل التسويق والاستقرار أو تمنع خدمتها بشكل كبير إضافة إلى أن المحطات التجارية تتمتع بميزة الإعلانات التجارية وهو ما لا يتوفر للإذاعات الجامعية حيث إنها منظمات غير ربحية ولا يتوافر لديها خدمة البث التجاري، إضافة لقانون الراديو الذي يجبر هذه الإذاعات على إعادة الترخيص كل ثلاثة أشهر.^(١٦)
- ويقول الدكتور عمرو عبد الحميد لمشرف العام على إذاعة بنى سويف بكلية الإعلام أنه لو توفر الدعم المادي أو على الأقل الدعم المعنوي للطلاب المشاركين بهذه الإذاعات فإن هذا سيكون له أكبر الأثر عليهم حيث إنهم يعملون بدون مقابل وبدون أجر يعود عليهم أو يدفعهم لاستكمال مسيرتهم.
٢. الدعاية لهذه الإذاعات غير مكتملة وغير نشطة من إرازها على الساحة الإعلامية.
٣. الخبرة أقوى ومتفوقة في الإذاعات التجارية على تقنيات التعلم في الإذاعات الجامعية.
٤. من خلال مطالعات الباحث أنه لنجاح هذه الإذاعات بالشكل المرضي لأبد لها من إقامة علاقات إيجابية مع جامعتها وعلاقات إيجابية مع مستمعيها وجمهورها المستهدف، والعمل على التوحد على الأقل مع المجتمع المحلي الذي تصدر فيه.
٥. أن على المحطات الإذاعية الجامعية عبر الإنترنت لكي تحقق النجاح يجب أن تكون أكثر من مجرد راديو حتى على الإنترنت، إذ يجب على هذه الإذاعات إضافة برامج تتناسب مع طبيعة الإنترنت ومستمعيه الذين يختلفون في احتياجاتهم عن مستمعي الإذاعة العادية أو إذاعة الإنترنت غير الخاصة، هذا بالإضافة إلى أن إذاعات الإنترنت الجامعية لا تتنافس فقط المحطات الإذاعية الأخرى ولكنها تتنافس مع العديد من المواقع والمحطات الإذاعية الأخرى ومع مواقع التواصل الاجتماعي المختلفة، وبناء على ذلك فإن على هذه المحطات الجامعية أن تقدم لمستمعيها ما لا يقل إثارة وجودة وحرفية على تلك الوسائل البديلة.
٦. المشاكل الإدارية، والتي قد تتمثل في عدم اقتناع بعض القيادات بجدوى هذه الإذاعات، أو تغير سياسات وهيكل هذه الإذاعات نتيجة لتغيير القيادات.
٧. ضعف الضوابط الضرورية لعدم المساس بالقيم الدينية والاجتماعية.
٨. التوازن بين حجم ونوعية الرسائل الإعلامية الموجهة وبين استعداد المتلقى لها خاصة فيما يتعلق بالرأي والرأي الآخر.

الإطار النظري:

- تعتمد الدراسة في إطارها النظري على نظرية الاستخدامات والإشباع Uses and Gratifications and ثراء الوسيلة الإعلامية Media Richness.
١. نظرية الاستخدامات والإشباع: تعرف نظرية الاستخدامات والإشباع بأنها: دراسة جمهور وسائل الإعلام الذي يتعرضون بدوافع معينة لإشباع حاجات فردية معينة.^(١٧)
١. بحكم هذا التعريف يتضح أن الجمهور يتعرضون لوسائل الإعلام ليس بحكم أنها متاحة فقط، وإنما لأنه يهدف إلى إشباع حاجات معينة، يشعر أنه في حاجة إليها ويمكن تحقيقها عن طريق التعرض لهذه الوسائل.
- ويعتمد مدخل الاستخدامات والإشباع على فكره مفادها أن استخدامات الأفراد لنفس الرسالة يمكن أن تختلف باختلاف الأهداف التي يسعى هؤلاء الأفراد لتحقيقها، كما أن تأثيرات وسيلة إعلامية معينة ترتبط إلى حد كبير بالاختلافات القائمة بين الأفراد في تعاملاتهم مع الوسيلة ومن ثم فإن حاجة الأفراد ورغباتهم وتوقعاتهم تعد جميعا متغيرات وسيطة بين الرسائل الإعلامية وتأثيرات تلك الرسائل.^(١٨)
- ويقوم هذا المدخل على مقولة رئيسة، هي: إن الجمهور يختار وسيلة إعلامية

الواقع، يكمل كل منهما الآخر، وأن أكثر من نصف العينة في الدراستين يستمعون لراديو IIUM FM الجامعي، وأكثر من نصف العينة يستمعون لمحطتهم الجامعية في المساء بعد عشاء اليوم الدراسي، وأن هناك عددا من الطلاب ما زالوا لا يستمعون للراديو الجامعي عبر الإنترنت وهذا يدعو على حملة لتشجيع المزيد من الطلاب على الاستماع للراديو، وتمكن راديو IIUM FM من جمع عدد كبير من المتابعين على وسائل التواصل الاجتماعي ولهذا يجب التفكير في التعرض للإذاعة واستقبالها عبر وسائل التواصل الاجتماعي، وإن المستمع هو بوضوح العمل الرئيسي للإذاعة، وعلى هذا النحو تحتاج IIUM FM إلى اتخاذ جميع الإجراءات، إما في شكل الترويج أو طريقة جديدة للبرمجة كما يجب تدريب الطلاب المشاركين في الراديو على فهم أن التقدم التكنولوجي يؤثر بشكل كبير على المستمعين وعلى هذا النحو، يجب أن يكونوا دائما في حالة تأهب وإعلام بالتحديثات التكنولوجية الجديدة.

٢. دراسة أسماء طابع (٢٠١٨) حول استخدام المراهقين المصريين لإذاعات الإنترنت الشبابية وعلاقته بتدعيم حقهم في الاتصال^(١٧) هدفت هذه الدراسة إلى اكتشاف العلاقة بين استخدام المراهقين المصريين لإذاعات الإنترنت الشبابية ودورها في تدعيم حقهم في الاتصال، وهي دراسة وصفية تستخدم منهج المسح بالعينة حيث طبقت الدراسة على عينة عشوائية قوامها ٤٠٠ مفردة من المراهقين المصريين ممن يقعون في المرحلة العمرية (١٨-٢١) عام من محافظتي المنوفية والقاهرة، واستخدمت استمارة الاستبيان ومقياس الحقوق الاتصالية، وتوصلت الدراسة إلى أن نسبة ٥٠% من المبحوثين يستمعون بصفة دائمة لراديو الإنترنت الشبابي، وأن من أهم أسباب استماع المبحوثين للبرامج استماعها بالروح الشبابية بنسبة ٦٣,٢%، ثم بنسبة ٤٤,٨%، وتقديم كم كبير من الموسيقى والأغاني بنسبة ٢٢,٣%، ووجود علاقة دالة موجبة بين استخدام المبحوثين لإذاعات الإنترنت الشبابية وبين معرفتهم بحقوقهم الاتصالية.

٣. دراسة Kyle Joseph Miller (2017) حول المشاركة التربوية: راديو الكلية، الإعلام الرقمي، ولتغيير التنظيمي^(١٨) هدفت هذه الدراسة إلى البحث في استخدام التكنولوجيا الرقمية لمحطتين جامعتين كدراسة حالة، وذلك من خلال عدسة نموذج كوتر للتغيير التنظيمي لتحليل عملية التغيير في راديو الجامعة، وتسعى للإجابة على كيف أن رؤساء الأقسام ومجموعة العاملين وهيئة الإدارة يدمجون التكنولوجيا الرقمية مثل: البودكاست ومواقع التواصل الاجتماعي ومواقع الويب وتكنولوجيا الإنترنت/ الموبايل في راديو الجامعة وكيف تؤثر هذه التكنولوجيا في العملية التنظيمية لراديو الجامعة وذلك من خلال المقابلات المتعمقة مع قادة المحطات، هيئة العاملين، رؤساء الجامعات، إضافة لملاحظات الباحث من داخل استوديوهات العمل، والتحليل النصي للمواقع ومواقع التواصل الاجتماعي عبر الإنترنت لهاتين المحطتين خلال ثلاثة أشهر، كما سعت هذه الدراسة لمعرفة كيف أن الوضع الحالي واستخدام التكنولوجيا الرقمية أثر في المشاركة التعليمية لهذه الإذاعات، وتوصلت الدراسة إلى أن المنصات الرقمية استطاعت أن تغير من الثقافة التنظيمية لراديو الجامعة حيث استخدمت المحطة التكنولوجيا الرقمية باعتبارها منصة هامة لإنشاء محتوى بديل لها عبر البودكاست شبكة الويب، ووسائل التواصل الاجتماعي، وأن الفروق التعليمية بين المحطتين تأثرت بالاندماج الرقمي وأظهرت نجاحا أكاديميا متفاوتا فعلى سبيل المثال الاندماج بين الإنتاج الدراسي وإنتاج المحطة يمكن أن يرسخ راديو الجامعة كمصدر أكاديمي قوي، وأنها تساعد راديو الجامعة ليس فقط في البقاء وإنما لنمو والتقدم، وأظهرت الدراسة عددا من العيوب في إذاعة الكلية حيث أنه لم يكن لأي من هاتين المحطتين رؤية رقمية واضحة أو خطط للنجاح الرقمي، وأن التفاعل بين المحطة والمجتمع غير فعال وبدون أثر.

٤. دراسة Bahaeldin Ibrahim a and Naveen Mishra (2016) حول راديو الكلية كآلية للتعليم القائم على المشاركة: استكشاف نطاق التعلم القائم على راديو

والاضطلاع بالمهام الاتصالية المنوطة بها بدرجات عالية من الكفاءة والحرفية.^(١٩)

١. فروض نظرية ثراء الوسيلة: تقوم نظرية ثراء الوسيلة الإعلامية على فرضين رئيسيين مفادهما أنه كلما زادت درجة غموض والتباس المهمة الاتصالية كان من الأفضل استخدام وسيلة أكثر ثراء، وقد افترض داقت ولينجل Daft & Lengel أن وسائل الاتصال تمتلك العديد من القدرات والإمكانيات لتوصيل المعارف والمعلومات لمستخدميها، وبالتالي تساعد في حل مشكلات الغموض وتمكن مستخدميها من الوصول للخدمات في الرأي وتسهيل التفاهم بين الناس، وقدم الباحثان ما عرف بالترج الهرمي الخاص بثراء الوسائل الاتصالية.^(٢٠) أي أن الوسائل التكنولوجية تمتلك قدرا كبيرا من المعلومات، فضلا عن تنوع المضمون المقدم خلالها وبالتالي تستطيع هذه الوسائل لتغلب على الشك والغموض الذي ينتاب الكثير من الأفراد عند التعرض لها.^(٢١)

٢. هناك أربعة معايير أساس لترتيب ثراء الوسيلة مرتبة من الأعلى إلى الأقل من حيث درجة الثراء،^(٢٢) وهذه المعايير التي مثلت أساس النظرية وهي:^(٢٣)

- أ. رجع الصدى الفوري: وهذا المعيار يعني قدرة المستخدم أو الفرد على الحصول على رجع الصدى وبصورة فورية، وقد ارتبطت خاصية رد الفعل بإحدى سمات الإعلام الجديد وهي سمة التفاعلية.
- ب. تعدد الرموز: وتتحدد الرموز في الكلمات، الرموز الصوتية (مثل نبرة الصوت والتنهيد...)، الاتصال غير اللفظي (مثل الإيماءات، والمس...)، الاتصال المكتوب، وكلما تنوعت الرموز المتاحة في الوسيلة ازداد ثراؤها وكلما قلت الرموز المستخدمة انخفضت درجة الثراء.
- ج. استخدام لغة مألوفة أو طبيعية: اللغة الثرية هي اللغة الطبيعية السائدة بين أفراد المجتمع والتي تيسر عملية التواصل بين المرسل والمستقبل، كما أن اللغة الطبيعية تعني قدرة الوسيلة على السماح للمشاركين على التواصل بأسلوب نقاشي.

- د. التركيز الشخصي: ويعني قدرة الوسيلة على فهم الأبعاد الشخصية للطرف الآخر في العملية الاتصالية، ويرتبط التركيز الشخصي بخبرة المرسل بشريكه الاتصالي، إذ ينبغي أن يمتلك المعلومات حول المتلقى من أجل صياغة رسالة ملائمة له. كما أنها تعني قدرة الوسيط على نقل المشاعر الشخصية وعواطف تواصل الأطراف.^(٢٤)

الدراسات السابقة:

١. دراسة Shafizan Mohamed et.al (2018) حول التطور التكنولوجي وتأثيره على استقبال لطلاب الراديو الجامعي.^(٢٥) هدفت الدراسة للنظر في استقبال الطلاب في IIUM FM، وهو راديو جامعي جديد على الإنترنت تابع للجامعة الإسلامية الدولية ببوله ماليزيا. وكذلك المقارنة بين أشكال الاستماع لجمهور المستمعين وتحليل العلاقة بين معرفة الإذاعة وفوائد التعرض لها واتجاهات المستمعين نحوها، باستخدام نموذج القبول التكنولوجي، حيث أجريت دراسة مقارنة، مستندة بشكل وثيق على الدراسة الأصلية لعام ٢٠١١ لتخطيط وتحديد كيف أثرت التغييرات والتطورات التكنولوجية على مستمعي الراديو اليوم بشكل أكبر وما إذا كانت العوامل التي حددت المستمع في عام ٢٠١١ لا تزال سارية في عام ٢٠١٦. استخدمت الدراسة تصميم البحث الكمي باستخدام طريقة المسح والاستبيان كأداة للبحث، حيث تم أخذ عينة عشوائية طبقية من ٢٣٨ مستجيبا لعام ٢٠١١ و ٢٧١ مستجيبا لعام ٢٠١٦ من الطلاب الجامعيين ممن تتراوح أعمارهم بين ١٨: ٢٢ عام، وقد حددت نتائج المقارنات التي أجريت بين الدراستين أثر التغيير التكنولوجي على راديو الحرم الجامعي وقدمت توصيات واقتراحات إلى السلطات المختصة في الجامعة لمزيد من التحسينات وتوصلت الدراسة إلى وجود المزيد من أوجه الشبه بين نتائج المرحلة الأولى ونتائج المرحلة الثانية؛ في

٢. ما طبيعة استخدام المبحوثين لإذاعتهم الجامعية عبر الإنترنت؟
٣. أي الوسائل أكثر تفضيلاً للمراهقين في الدخول لراديو الإنترنت الجامعي؟
٤. ما دوافع استخدام المراهقين لهذه الإذاعات؟
٥. ما الإشباع المتحققة من هذا الاستخدام، ونوعية هذه الإشباع؟
٦. ما مدى ثقة المبحوثين في المضامين المعروضة بهذه الإذاعات، ودرجة هذه الثقة؟
٧. ما مدى حرص المراهقون على المشاركة ببرامج إذاعتهم الجامعية عبر الإنترنت؟

فروض الدراسة:

١. توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين دوافع استخدام المبحوثين لإذاعتهم الجامعية عبر الإنترنت والإشباع المتحققة من الاستماع لها.
٢. توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين معدل استخدام المراهقين لإذاعتهم الجامعية عبر الإنترنت والإشباع المتحققة من هذا الاستماع.
٣. توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين درجة ثقة المبحوثين في مضامين راديو الإنترنت الجامعي وبين معدل الاستماع لهذه الإذاعات.
٤. توجد فروق ذات دلالة بين المبحوثين بين معدل استخدام إذاعات الإنترنت الجامعية حسب نوعية التعليم.
٥. توجد فروق ذات دلالة بين الإشباع المتحققة للمراهقين حسب نوعية التعليم.

الإجراءات المنهجية

نوع الدراسة ومنهجها:

تنتمي هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية Research Descriptive والتي تهدف إلى تحليل وتقديم خصائص مجموعة معينة أو موقف معين يغلب عليه صفة لتحديد أو دراسة الحقائق الراهنة المتعلقة بطبيعة ظاهرة أو موقف أو مجموعة من الناس أو مجموعة من الأحداث أو مجموعة من الأوضاع وذلك بهدف الحصول على معلومات كافية ودقيقة عنها دون الدخول في أسبابها أو التحكم فيها،^(٤) وتم الاعتماد على المنهج المسح بالعينة باعتباره أكثر المناهج البحثية شيوعاً واستخداماً في البحوث والدراسات الإنسانية عامة والإعلامية خاصة.^(٥)

مجتمع وعينة الدراسة:

نظراً لأن هدف الدراسة هو دراسة استخدامات المراهقين لإذاعتهم الجامعية عبر الإنترنت، فإن عينة الدراسة تنتمي للعينات غير العشوائية (غير الاحتمالية) حيث قد يجد الباحث نفسه مضطراً لاستخدام العينة غير الاحتمالية،^(٤) وقد جمع الباحث في دراسته بين نوعين من أنواع العينات غير الاحتمالية وهما: العينة العمدية وعينة كرة الثلج، حيث تم تطبيق الدراسة على ٤٠٠ مفردة من المراهقين الذين يتعرضون ويستمعون لإذاعات الإنترنت الجامعية في الجامعات المصرية الحكومية والخاصة.

أدوات جمع البيانات:

اعتمدت الدراسة على صحيفة الاستبيان بالمقابلة لجمع البيانات الخاصة بالعينة محل الدراسة والإجابة على تساؤلات الدراسة، وتضمن الصحيفة عدداً من الأسئلة المغلقة وعدد محدود من الأسئلة المفتوحة.

نتائج الدراسة الميدانية:

بالنسبة لمعدل لستماع المبحوثين لراديو الإنترنت الجامعي أسبوعياً وجد أن ٧٥% من المبحوثين يستمعون لإذاعات الإنترنت الجامعية عبر الإنترنت خلال الأسبوع (من يوم إلى يومين) ثم يستمع ١٨,٥% (من ثلاثة إلى أربعة أيام في الأسبوع) ويستمع ٦,٥% (أكثر من أربع أيام في الأسبوع)، ويرجع الباحث ارتفاع نسبة الاستماع لمحطات الراديو الجامعي بمعدل من يوم إلى يومين في الأسبوع بنسبة ٧٥% إلى دورية عرض البرامج الإذاعية بهذه المحطات حيث إنها تعرض مرتين في الأسبوع.

الإنترنت الجامعي بين الطلاب الجامعيين^(٦) هدفت هذه الدراسة إلى الكشف عن أفق إذاعة كلية عبر الإنترنت في كلية سور للعلوم التطبيقية بسلطنة عمان، وحاجتها بين الطلاب والنطاق الممكن لمساهماتها في تعلم الطلاب والمشاركة وخدمة المجتمع، والرغبة في استكشاف أبعاد جديدة من أجل تعزيز الآلية التربوية لتجربة تعلم محسنة للطلاب، بالإضافة إلى مناهج التعليم والتعلم التقليدية، فإن استخدام الراديو كوسيلة تعليمية يمكن أن يعيد تعريف تجربة التعلم، ويكون له تأثيرات تكاملية، ويحفز المشاركة النشطة، ويعزز التجربة التعليمية، ويزيد من المشاركة المجتمعية، وتتاول الدراسة باختصار التحديات والفرص المختلفة حول فكرة الإذاعة الكلية، في هذه المرحلة، فإنها تهدف في المقام الأول إلى البحث عن إجابات لثلاثة أسئلة رئيسية تدور حول الحاجة إلى الراديو في الكلية، والحاجة إلى الراديو بين الطلاب، ومحتوى مناسب للإذاعة تركز على الاحتياجات الأساسية للطلاب. وتم تطبيق استبانته على عينة من طلاب كلية سور للعلوم التطبيقية قوامها ١٥٠ مفردة ممن تتراوح أعمارهم من (١٨ - ٢٥) عام، وتوصلت الدراسة إلى حرص الطلاب على المشاركة في أنشطة الإنتاج والبرمجة، ويضيف الأساس النظري للدراسة المصادقية والقوة إلى النتائج في توفير إطار وتوجيه بعززان دور الإذاعة الكلية كوسيلة بديلة للتعلم والمشاركة، مما يكمل المزيد من الدروس التعليمية ونتائج التعلم، وأن البيانات الواردة من هذه العينة توحي باستعداد وافر بين الطلاب لاستخدام الإذاعة بشكل إيجابي في أنشطة التعليم والتعلم الخاصة بهم. تظهر البيانات دعماً كبيراً بين المستجيبين عند اختبارهم على متغيرات مختلفة مثل الراديو كمصدر محتمل للتعلم والتطوير، ومعاملة أعمق مع الكلية، ومعلومات وخدمة مجتمعية. كما تظهر البيانات أيضاً رغبة قوية لدى الطلاب في أن يكونوا جزءاً من البرمجة والإنتاج، مما يؤكد على مبادئ ممارسات الإعلام التشاركية. تؤكد الأغلبية التي أعربت عن رغبتها في تشغيل الإذاعة بالاشتراك مع المدرسين على الشعور بالعلاقة المجتمعية والرغبة في التدريب المستمر والتوجيه من معلم الكلية في إدارة المحطة، وإن البرامج التعليمية هي المحتوى الأساسي الذي يتوقع معظم الطلاب أن يحمله الراديو.

التطبيق على الدراسات السابقة:

١. عدم وجود دراسات عربية تناولت استخدامات المراهقين لإذاعتهم الجامعية عبر الإنترنت.
٢. أظهرت الدراسات الأجنبية مدى الانتشار الذي حققه راديو الإنترنت الجامعي في أوساط المجتمعات الأجنبية.
٣. يلاحظ من عرض الدراسات السابقة اهتمام الدراسات الأجنبية بموضوع راديو الإنترنت وراديو الإنترنت الخاص بالجامعات والكليات.
٤. محاولة استخدام بعض الجامعات والكليات لهذا النوع من وسائل الإعلام في تنمية العملية التعليمية وتطويرها بما يعود بالنفع على الطلاب.
٥. إن كل من الدراسات السابقة تم الاستفادة منها في بناء الخلفية المعرفية أو الاستفادة منها في الإطار النظري، أو التعرف على أبعاد وتفاصيل خطواتها وإجراءاتها المنهجية، وكذلك التعرف على النتائج التي توصلت إليها.

التعريفات الإجرائية:

إذاعات الإنترنت الجامعية: هي تلك الإذاعات التي تعتمد على تقنيات البث الإذاعي عبر الإنترنت مستفيدة من كل إمكانيات الشبكة الحاسوبية وتؤسسها الطلبة أو الجامعات أو الكليات داخل حرم الجامعة وهي من الأشكال الحرة للراديو، وهي تمثل للثقافة الجامعية.

إذاعات الإنترنت: هي تلك الإذاعة المسموعة التي تعتمد على تقنيات بث الصوت عبر الإنترنت وتتخذ من الإنترنت منصة لبث إرسالها، مستفيدة من كل ما تتيحه الشبكة من إمكانيات من أجل الاستحواذ على الجماهير.

تساؤلات الدراسة:

١. ما مدى استماع المراهقين لإذاعتهم الجامعية عبر الإنترنت؟

المحمول من حيث الحجم والوزن والإمكانيات.

١٦ طريقة دخول المبحوثين لراديو الإنترنت الجامعي:

جدول (٢) طريقة دخول المبحوثين لراديو الإنترنت الجامعي وفقا للنوع

النوع	ذكور		إناث		الإجمالي		المنوية (Z)	الدلالة
	ك	%	ك	%	ك	%		
من خلال الفيسبوك ومواقع التواصل.	١٣٢	٦٦,٠	١٠٠	٥٠,٠	٢٣٢	٥٨,٠	٣,٢٣٨	٠,٠٠١
عن طريق أليكشن الإذاعة المتاح على هاتفك الذكي.	٤٢	٢١,٠	٤٤	٢٢,٠	٨٦	٢١,٥	٠,٢٤٣	٠,٨٠٨
من خلال تحميل رابط الإذاعة على جهازك الشخصي	٣٤	١٧,٠	٣٩	١٩,٥	٧٣	١٨,٣	٠,٦٤٦	٠,٥١٨
عن طريق محرك البحث الخاصة بإذاعات الإنترنت.	١٥	٧,٥	١٠	٥,٠	٢٥	٦,٣	١,٠٣٢	٠,٣٠٢
جملة من ستلوا	٢٠٠		٢٠٠		٤٠٠			

يتضح من الجدول السابق: جاء (من خلال الفيسبوك ومواقع التواصل) في مقدمة طريقة دخول المبحوثين لراديو الإنترنت الجامعي بنسبة بلغت ٥٨%، ثم (عن طريق أليكشن الإذاعة المتاح على هاتفك الذكي) في المرتبة الثانية بنسبة بلغت ٢١,٥%، ثم (من خلال تحميل رابط الإذاعة على جهازك الشخصي) في المرتبة الثالثة بنسبة بلغت ١٨,٣%، وأخيرا (عن طريق محرك البحث الخاصة بإذاعات الإنترنت) بنسبة ٦,٣%.

يتضح من الجدول السابق تصدر صفحات التواصل الإجتماعي في طريقة دخول المبحوثين لإذاعتهم الجامعية بنسبة ٥٨% وهذا يظهر مدى ارتباط المراهقين بوسائل التواصل الإجتماعي المختلفة وكثرة تعاملهم معها، إضافة إلى أن هذه الإذاعات توفر لنفسها ولبرامجها المختلفة صفحات على مواقع التواصل الإجتماعي المختلفة وعلى اليوتيوب.

١٧ بالنسبة إلى الوسائل التي يستخدمها المبحوثين للدخول لراديو الإنترنت الجامعي:

جدول (١) الوسائل التي يستخدمها المبحوثين للدخول لراديو الإنترنت الجامعي وفقا للنوع

النوع	ذكور		إناث		الإجمالي	
	ك	%	ك	%	ك	%
عبر الهاتف المحمول	١٤٨	٧٤,٠	١٥٥	٧٧,٥	٣٠٣	٧٥,٨
عبر اللابتوب Laptop	٢٨	١٤,٠	٢٨	١٤,٠	٥٦	١٤,٠
أخرى (تابلت أو غيرها)	١٣	٦,٥	٨	٤,٠	٢١	٥,٣
عبر جهاز الكمبيوتر الشخصي PC	١١	٥,٥	٩	٤,٥	٢٠	٥,٠
الإجمالي	٢٠٠		٢٠٠		٤٠٠	

يتضح من الجدول السابق: جاء (عبر الهاتف المحمول) في مقدمة الوسائل التي يستخدمها المبحوثين للدخول لراديو الإنترنت الجامعي بنسبة بلغت ٧٥,٨%، ثم (عبر اللابتوب Laptop) في المرتبة الثانية بنسبة بلغت ١٤%، ثم (أخرى، تابلت أو غيرها) في المرتبة الثالثة بنسبة بلغت ٥,٣%، وأخيرا (عبر جهاز الكمبيوتر الشخصي PC) بنسبة ٥%.

ويرجع لباحث ذلك إلى أن الفئات العمرية الأصغر سنا هي الأكثر ولعا واهتماما باستخدام التكنولوجيا الحديثة والهواتف المحمولة، كما يحلنا هذا الأمر إلى التطور التكنولوجي الذي لحق بهذه الأجهزة وانتشارها وظهور شبكات الجيل الرابع من المحمول والتي اتاحت لمستخدميها إمكانية تصفح الإنترنت ومواقع التواصل وغيرها بشكل سهل وبأقل التكاليف، إضافة إلى كون الهاتف المحمول وسيلة تتميز بالخصوصية في الاستخدام، إضافة سهولة التشغيل عبر الهواتف الذكية ومناسبة هذه الوسيلة للجمهور. وقد احتل الحاسب للوحى أو اللابتوب نسبة ١٤%، وتلاه الأجهزة اللوحية المحمولة كالتابلت بنسبة ٥,٣%، ثم في المرتبة الأخيرة الحاسب الشخصي بنسبة ٥%، وقد يرجع السبب في ذلك إلى أن مثل هذه الأجهزة ليست بالانتشار الهائل الذي تمثله الهواتف المحمولة وإمكانياتها الهائلة بالإضافة لغلأ أسعارها وثقل وزنها وكبر حجمها إذا ما قورنت بالهاتف

١٨ دوافع استخدام المبحوثين راديو الإنترنت الجامعي:

جدول (٣) دوافع استخدام المبحوثين راديو الإنترنت الجامعي وفقا للنوع

النوع	ذكور		إناث		الإجمالي		المنوية (Z)	الدلالة
	ك	%	ك	%	ك	%		
تلتزم شيء جديد في مجال تخصصي وتنمية مهاراتي.	٩٩	٤٩,٥	٨٧	٤٣,٥	١٨٦	٤٦,٥	١,٢٠١	٠,٢٣٠
للزود بالمعلومات والبقاء على علم بما جرى حولي من أحداث.	١١٠	٥٥,٠	٧٥	٣٧,٥	١٨٥	٤٦,٣	٣,٥٥٥	٠,٠٠١
للتعرف على مشكلات الشباب وحلولها.	٥٢	٢٦,٠	٥٣	٢٦,٥	١٠٥	٢٦,٣	٠,١١٣	٠,٩١٠
لأعرف كيف أتصرف في المواقف الحياتية المختلفة.	٢٢	١١,٠	٢٧	١٣,٥	٤٩	١٢,٣	٠,٧٢٢	٠,٤٤٦
لأنها تسليني وتشغل وقت فراغي.	٧٧	٣٨,٥	٩٥	٤٧,٥	١٧٢	٤٣,٠	١,٨١٦	٠,٠٦٩
تساعدني على نسيان ضغوط الدراسة.	٣٥	١٧,٥	٤٩	٢٤,٥	٨٤	٢١,٠	١,٧١٦	٠,٠٨٦
بحكم العادة واستخدام الإنترنت.	٤٤	٢٢,٠	٣٨	١٩,٠	٨٢	٢٠,٥	٠,٧٤٢	٠,٤٥٨
لأن أصدقائي يستمعون ليها.	٣٩	١٩,٥	٣٢	١٦,٠	٧١	١٧,٨	٠,٩١٥	٠,٣٦٠
تقلل من إحساسي بالوحدة، عندما لا أجد من أتحدث معه.	٢٥	١٢,٥	٤٥	٢٢,٥	٧٠	١٧,٥	٢,٦٢٩	٠,٠٠٩
لمرضها موضوعات تتلقى بي وباهتماماتي.	٤٨	٢٤,٠	٤١	٢٠,٥	٨٩	٢٢,٣	٠,٨٤٠	٠,٤٠١
للمشاركة بالرأى والتطبيق على الموضوعات التي تطرحها الإذاعة.	٤٧	٢٣,٥	٣٤	١٧,٠	٨١	٢٠,٣	١,٦١٥	٠,١٠٦
لكي أشارك في الأنشطة الجامعية المختلفة.	٤١	٢٠,٥	٣٥	١٧,٥	٧٦	١٩,٠	٠,٧٦٤	٠,٤٤٥
للتعرف على آراء الآخرين حول الأحداث والقضايا وتبادل الحوارات والمناقشات معهم.	٣٠	١٥,٠	٣٦	١٨,٠	٦٦	١٦,٥	٠,٨٠٧	٠,٤٢٠
لتبادل الصور ومقاطع الفيديو التي تعرضها الإذاعة مع الأهل والأصدقاء.	٣٥	١٧,٥	٣٠	١٥,٠	٦٥	١٦,٣	٠,٦٧٧	٠,٤٩٩
أجد فيها معلومات لا أجد في غيرها.	٢٠	١٠,٠	٢٨	١٤,٠	٤٨	١٢,٠	١,٣٨٦	٠,١٦٦
لأنها وسيلة جديدة ومثيرة.	٦٢	٣١,٠	٦٠	٣٠,٠	١٢٢	٣٠,٥	٠,٢١٧	٠,٨٢٨
خاصة للتعايش مع مشكلات المجتمع التعليمي والتي لا تعرضها الوسائل الإعلامية الأخرى بإغراءات بشكل جيد.	٣٨	١٩,٠	٣١	١٥,٥	٦٩	١٧,٣	٠,٩٢٥	٠,٣٥٥
لأنها تعرض القضايا والبرامج بطريقة مختلفة عن وسائل الإعلام الأخرى.	٢٧	١٣,٥	٢٦	١٣,٠	٥٣	١٣,٣	٠,١٤٧	٠,٨٨٣
للتواصل مع أشخاص من الصعب التواصل معهم في الواقع الملموس.	٢٥	١٢,٥	٢١	١٠,٥	٤٦	١١,٥	٠,٦٢٦	٠,٥٣١
جملة من ستلوا	٢٠٠		٢٠٠		٤٠٠			

الوسيلة المستخدمة بوزن ١٨,١٥%، وفي المرتبة الأخيرة دوافع تعزيز الهوية بوزن ١٧,٢٣%.

تصدرت الدوافع المعرفية النفعية جملة الدوافع بوزن نسبي قدره ٣٢,٨٥%، تلتها الدوافع الهروبية الطقوسية بوزن ٢٣,٩٦%، ثم الدوافع المتعلقة بإغراءات

٢١ شباعات استخدام المبحوثين لإذاعتهم الجامعية:

جدول (٤) الإشباع المتحققة من تعرض المبحوثين لإذاعت الإنترنت الجامعية:

الإشباع	لم تتحقق		تحققت الى حد ما		تحققت بشكل كبير		الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الإشباعية*
	ك	%	ك	%	ك	%			
ملئ وقت الفراغ والتخلص من الوحدة والملل	٢٧	٦,٨	٢٠٣	٥٠,٨	١٧٠	٤٢,٥	٢,٣٦	٠,٦٠٥	تحققت بشكل كبير
زادت فرصة حصولي على المعلومات عن كافة الأحداث والقضايا	٣٣	٨,٣	١٩٧	٤٩,٣	١٧٠	٤٢,٥	٢,٣٤	٠,٦٢٥	تحققت بشكل كبير
في المجتمع الجامعي	٦٤	١٦,٠	١٥٨	٣٩,٥	١٧٨	٤٤,٥	٢,٢٩	٠,٧٢٥	تحققت الى حد ما
الوسيلة	٥٧	١٤,٣	٢٢٦	٥٦,٥	١١٧	٢٩,٣	٢,١٥	٠,٦٤٣	تحققت الى حد ما
تساعدني على الارتباط بتكنولوجيا العصر ومستجداتها	١٤٣	٣٥,٨	١٨٠	٤٥,٠	٧٧	١٩,٣	١,٨٤	٠,٧٢٤	تحققت الى حد ما
أشعر بالراحة والاسترخاء	٦٣	١٥,٨	١٨٦	٤٦,٥	١٤٩	٣٧,٣	٢,٣٧	٢,٢٨٣	تحققت بشكل كبير
جعلتني أفسى موم الحياة وضغوطاتها	٦١	١٥,٣	١٦٧	٤١,٨	١٧٢	٤٣,٠	٢,٢٨	٠,٧١٢	تحققت الى حد ما
ساعدتني في تكوين رأيي نحو مختلف القضايا والموضوعات	٦٤	١٦,٠	١٥٩	٣٩,٨	١٧٧	٤٤,٣	٢,٢٨	٠,٧٢٤	تحققت الى حد ما
سأمت في إكسابي خبرات وتجارب جديدة	٥٦	١٤,٠	١٩٥	٤٨,٨	١٤٩	٣٧,٣	٢,٢٣	٠,٦٧٨	تحققت الى حد ما
ساعدتني على أن أتقن مع زملائي وأصدقائي حول الموضوعات والقضايا التي ورت في برامجها	٦١	١٥,٣	١٩٢	٤٨,٠	١٤٧	٣٦,٨	٢,٢٢	٠,٦٨٩	تحققت الى حد ما
زادت من ارتباطي بالمجتمع التعليمي والحياة الجامعية	٧١	١٧,٨	١٧٤	٤٣,٥	١٥٥	٣٨,٨	٢,٢١	٠,٧٢٣	تحققت الى حد ما
مكنتني من إثراء مهاراتي العملية الخاصة بدراستي	٩٠	٢٢,٥	١٣٥	٣٣,٨	١٧٥	٤٣,٨	٢,٢١	٠,٧٨٧	تحققت الى حد ما
زادت من شعوري بالثقة في النفس وتقبل آراء الآخرين	٨٦	٢١,٥	١٥٠	٣٧,٥	١٦٤	٤١,٠	٢,٢٠	٠,٧٦٧	تحققت الى حد ما
غيرت من بعض مفاهيمي الخاطئة نحو بعض القضايا	٧٥	١٨,٨	١٨١	٤٥,٣	١٤٤	٣٦,٠	٢,١٧	٠,٧٢٠	تحققت الى حد ما
أصبحت أفكر بشكل عقلاني ومنطقي	٧٩	١٩,٨	١٨٨	٤٧,٠	١٣٣	٣٣,٣	٢,١٤	٠,٧١٦	تحققت الى حد ما
زادت من معرفتي وصادقاتي مع الآخرين	٨٩	٢٢,٣	١٦٩	٤٢,٣	١٤٢	٣٥,٥	٢,١٣	٠,٧٤٩	تحققت الى حد ما
جعلتني أكثر بن كونه عضوا ناعما لمجتمعي	١٠٦	٢٦,٥	١٦٣	٤٠,٨	١٣١	٣٢,٨	٢,٠٦	٠,٧٦٨	تحققت الى حد ما
زادت من اهتماماتي لمطالعة كتب التخصص والثقافة العامة	١٠٢	٢٥,٥	١٧٧	٤٤,٣	١٢١	٣٠,٣	٢,٠٥	٠,٧٤٦	تحققت الى حد ما
فتحت لي أبواب ومجالات جديدة في سوق العمل بعد الدراسة	١٠٣	٢٥,٨	١٧٤	٤٣,٥	١٢٣	٣٠,٨	٢,٠٥	٠,٧٥١	تحققت الى حد ما
ساعدتني على ارتفاع مستواي في التحصيل المعرفي	٩١	٢٢,٨	٢٠٣	٥٠,٨	١٠٦	٢٦,٥	٢,٠٤	٠,٧٠٢	تحققت الى حد ما
ساعدتني في تنمية حياتي الاجتماعية وزادت من ارتباطي بالمجتمع	٩٨	٢٤,٥	١٩٢	٤٨,٠	١١٠	٢٧,٥	٢,٠٣	٠,٧٢١	تحققت الى حد ما
مكنتني من متابعة أحدث الأعلى الموسيقية	١٢٧	٣١,٨	١٤٥	٣٦,٣	١٢٨	٣٢,٠	٢,٠٠	٠,٧٩٩	تحققت الى حد ما
قللت من معدل التعب الرياضي	١٦٧	٤١,٨	١٤٧	٣٦,٨	٨٦	٢١,٥	١,٨٠	٠,٧٧٠	تحققت الى حد ما
الإجمالي	٤٠٠								

* من ١ إلى ١,٦٦ لم تتحقق، من ١,٦٧ إلى ٢,٣٣ تحققت الى حد ما، من ٢,٣٤ إلى ٣ تحققت بشكل كبير

جدول (٦) معامل ارتباط بيرسون لقياس العلاقة بين معدل استخدام المراهقين لإذاعتهم الجامعية عبر الإنترنت الإشباع المتحققة من هذا الاستماع

وبهذا نجد تصدر الإشباع الخاصة بالوسيلة بوزن ٢,١٩٦% في مقابل إشباع العملية بوزن ٢,١٣%.

نتائج فروض الدراسة:

٢ الفرض الأول: توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين دوافع استخدام المبحوثين لإذاعتهم الجامعية عبر الإنترنت والإشباع المتحققة من الاستماع لها.

جدول (٥) معامل ارتباط بيرسون لقياس العلاقة بين دوافع استخدام المبحوثين لإذاعتهم الجامعية عبر الإنترنت والإشباع المتحققة من الاستماع لها

المتغيرات	الإشباع المتحققة من استماع المراهقين لإذاعتهم الجامعية عبر الإنترنت			
	معامل الارتباط	الاتجاه	القوة	مستوى المعنوية
دوافع استماع المراهقين لإذاعتهم الجامعية عبر الإنترنت	**٠,٢٦٥	طردية	ضعيفة	٠,٠٠١

يشير الجدول السابق إلى وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائية بين دوافع استخدام المبحوثين لإذاعتهم الجامعية عبر الإنترنت والإشباع المتحققة من الاستماع لها حيث بلغ معامل ارتباط بيرسون ٠,٢٦٥ وهي قيمة دالة عند مستوى ثقة ٩٩,٩%.

٢ الفرض الثاني: توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين معدل استخدام المراهقين لإذاعتهم الجامعية عبر الإنترنت والإشباع المتحققة من هذا الاستماع.

المتغيرات	معدل استخدام المراهقين لإذاعتهم الجامعية عبر الإنترنت			
	معامل الارتباط	الاتجاه	القوة	مستوى المعنوية
إشباع الوسيلة المتحققة من هذا الاستماع	**٠,٢٥٨	طردية	ضعيفة	٠,٠٠١
إشباع المحتوى المتحققة من هذا الاستماع	**٠,٢٣٢	طردية	ضعيفة	٠,٠٠١
الإجمالي	**٠,٢٥٦	طردية	ضعيفة	٠,٠٠١

يشير الجدول السابق إلى وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائية بين معدل استخدام المراهقين لإذاعتهم الجامعية عبر الإنترنت الإشباع المتحققة من هذا الاستماع حيث بلغ معامل ارتباط بيرسون ٠,٢٥٦ وهي قيمة دالة عند مستوى ثقة ٩٩,٩%.

٢ الفرض الثالث: توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين درجة ثقة المبحوثين في مضامين راديو الإنترنت وبين معدل الاستماع لهذه الإذاعات.

المتغيرات	معدل الاستماع لهذه الإذاعات			
	معامل الارتباط	الاتجاه	القوة	مستوى المعنوية
درجة ثقة المبحوثين في مضامين راديو الإنترنت الجامعي	**٠,٣٠٢	طردية	متوسطة	٠,٠٠١

يشير الجدول السابق إلى وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائية بين درجة ثقة المبحوثين في مضامين راديو الإنترنت الجامعي وبين معدل الاستماع لهذه الإذاعات حيث بلغ معامل ارتباط بيرسون ٠,٣٠٢ وهي قيمة دالة عند مستوى ثقة ٩٩,٩%.

٢ الفرض الرابع: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين معدل استماع المراهقين لإذاعتهم الجامعية عبر الإنترنت حسب نوعية التعليم.

٦. حسن محمد حسن منصور. مواقع البث الإذاعي والتلفزيوني للدول الأعضاء بجهاز إذاعة وتلفزيون الخليج، دراسة تحليلية تقييمية لعناصر البناء والمؤثرات الخارجية، الرياض: مجلة سلسلة بحوث ودراسات إذاعية، مجلس التعاون الخليجي، العدد ٣١.

٧. حسنى محمد نصر. الإنترنت والإعلام - الصحافة الإلكترونية، ط ١، الكويت: مكتبة الفلاح للنشر والتوزيع، ٢٠٠٣، ص ٥٩.

٨. سمير محمد حسين. بحوث الإعلام، ط ٣، القاهرة: عالم الكتب، ١٩٩٩.

٩. السيد بو معيزة، بعض التطورات الدالة في تاريخ الإذاعة، مجلة اتحاد الإذاعات العربية، العدد ١، ٢٠١١، ص ٦٩.

١٠. شيماء ذو الفقار زغيب. مناهج البحث والاستخدامات الإحصائية في الدراسات الإعلامية، ط ١، القاهرة الدار المصرية اللبنانية، ٢٠٠٩.

١١. عبدالصديق حسن عبدالصديق. تأثير استخدام الشباب الجامعي في الجامعات الخاصة البحرينية لمواقع التواصل الاجتماعي على استخدامهم وسائل الاتصال التقليدية، الأرن: المجلة الأردنية للعلوم الاجتماعية، المجلد ٧، العدد ١، ٢٠١٤.

١٢. على عبدالفتاح كنعان. نظريات الإعلام، الطبعة العربية، الأردن: عمان، دار البازوري العلمية للنشر والتوزيع، ٢٠١٤.

١٣. على حجازي إبراهيم. الحملات الإعلامية وفن مخاطبة الجمهور، ط ١، دار المعتر للنشر والتوزيع، ٢٠١٧.

١٤. لمياء محمود. مستقبل الإذاعة، القاهرة: مجلة الفن الإذاعي، اتحاد الإذاعة والتلفزيون، العدد ١٨٧، يوليو ٢٠٠٧، ص ١٣٨.

١٥. ليث عبدالستار الهبيبي. التعددية السياسية والإعلامية وأثرها في بناء القصة الخيرية في الصحافة الإلكترونية، دراسة تطبيقية، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، قسم الصحافة، ٢٠١٤.

١٦. مرزوق عبدالحكم العادلي. الإعلانات الصحفية؛ دراسة في الاستخدامات والإشباع، ط ١، دار الفجر للنشر والتوزيع، ٢٠٠٤.

١٧. مروة سيد سلام. إدارة الحملات الانتخابية الرئاسية المصرية لعام ٢٠١٤ على مواقع التواصل الاجتماعي في ضوء نظرية ثراء الوسيلة الإعلامية، المجلة العربية لبحوث الإعلام والاتصال، العدد ١٧، ابريل/يونيو ٢٠١٧.

١٨. منال هلال المزاهرة، نظريات الاتصال، ط ٢، الأردن: عمان، دار المسيرة للنشر والتوزيع، ٢٠١٨.

١٩. نجلاء محمد حسنين الهايج. الشباب المصري وعلاقته براديو الإنترنت، رسالة دكتوراه غير منشورة، جامعة عين شمس: كلية البنات، قسم الاجتماع، شعبة إعلام، ٢٠١٦.

٢٠. وليد محمد عمشه، أروى ظبيان. استخدامات طلبة الجامعات الأردنية لثراء منصات شبكات التواصل التفاعلية والإشباع المحققة، دراسة مسحية، مجلة جامعة القدس المفتوحة للأبحاث والدراسات، العدد ٤٢، المجلد ٢، ٢٠١٧.

21. B. Ibrahim, N. Mishra, College radio as a mechanism for participatory learning: Exploring the scope for online radio based learning among undergraduates. *Higher Learning Research Communications*, 6(1), 2016, pp 21- 34.

22. Kyle Joseph Miller, "Educational Engagement: College Radio, Digital Media, And Organizational Change", *Ph.D Thesis*, (USA: University of Iowa, August 2017).

23. Kyle Joseph Miller, "A vital Educational Resource? A Co orientation Analysis of The perception Of College Radio in a Midwestern State", *Master Thesis*, (The University of South Dakota, May 2013).

24. Philip Balmgreen& Karl Rosengren. *Media Gratifications Research: Current Perspective*, (Beverly Hills: Sage Publication, 1985).

جدول (٨) نتائج اختبار (ت) لدلالة الفروق بين متوسطات درجات المبحوثين محل الدراسة على مقياس مستوى استخدامهم لإذاعاتهم الجامعية عبر الإنترنت وفقا لنوع التعليم

المتغير	التعليم	العدد	م	ع	قيمة (ت)	مستوى المعنوية	الدلالة
مستوى استخدامهم لإذاعاتهم الجامعية عبر الإنترنت	حكومي	٣٢٠	٢,٣٣	٩,٦٦٨	٣,١٤٩	٠,٠٠٢	٠,٠١
	خاص	٨٠	٢,٠٦	٠,٧٠٠			

تشير نتائج تطبيق اختبار (ت) إلى وجود فروق بين متوسطات المبحوثين محل الدراسة على مقياس مستوى استخدامهم لإذاعاتهم الجامعية عبر الإنترنت لصالح التعليم الحكومي عند مستوى ثقة ٩٩%.

٢ الفرض الخامس: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات المبحوثين متمثلة في نوع التعليم (حكومي - خاص) حول مقياس الإشباع المتحققة لاستخدامهم لإذاعاتهم الجامعية عبر الإنترنت، فتم استخدام اختبار T. Test لقياس الفروق بين متوسطات درجات المبحوثين محل الدراسة على مقياس مستوى الإشباع المتحققة لاستخدامهم لإذاعاتهم الجامعية عبر الإنترنت وفقا لنوع التعليم (حكومي - خاص).

جدول (٩) نتائج اختبار (ت) لدلالة الفروق بين متوسطات درجات المبحوثين محل الدراسة على مقياس مستوى الإشباع المتحققة لاستخدامهم لإذاعاتهم الجامعية عبر الإنترنت وفقا لنوع التعليم (حكومي - خاص)

المتغير	التعليم	العدد	م	ع	قيمة (ت)	مستوى المعنوية	الدلالة
الإشباع المتحققة لاستخدامهم لإذاعاتهم الجامعية عبر الإنترنت	حكومي	٣٢٠	٤٨,٧١	٩,١٤٤	٣,٢٢١	٠,٠٠١	٠,٠١
	خاص	٨٠	٥٢,٣١	٨,٠٧٧			

تشير نتائج تطبيق اختبار (ت) إلى وجود فروق بين متوسطات المبحوثين محل الدراسة على مقياس الإشباع المتحققة لاستخدامهم لإذاعاتهم الجامعية عبر الإنترنت لصالح التعليم الخاص عند مستوى ثقة ٩٩%.

٢ الفرض السادس: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات المبحوثين متمثلة في نوع التعليم (حكومي - خاص) حول مقياس دوافع استخدامهم لإذاعاتهم الجامعية عبر الإنترنت فتم استخدام اختبار T. Test لقياس الفروق بين متوسطات درجات المبحوثين محل الدراسة على مقياس دوافع استخدامهم لإذاعاتهم الجامعية عبر الإنترنت وفقا لنوع التعليم (حكومي - خاص).

جدول (١٠) نتائج اختبار (ت) لدلالة الفروق بين متوسطات درجات المبحوثين محل الدراسة على مقياس دوافع استخدامهم لإذاعاتهم الجامعية عبر الإنترنت وفقا لنوع التعليم (حكومي - خاص)

المتغير	التعليم	العدد	م	ع	قيمة (ت)	مستوى المعنوية	الدلالة
دوافع استخدامهم لإذاعاتهم الجامعية عبر الإنترنت	حكومي	٣٢٠	٢٣,١٧	٢,١٢٧	٢,٧٧٩	٠,٠٠٦	٠,٠١
	خاص	٨٠	٢٣,٩٤	٢,٥٣٣			

تشير نتائج تطبيق اختبار (ت) إلى وجود فروق بين متوسطات المبحوثين محل الدراسة على مقياس دوافع استخدامهم لإذاعاتهم الجامعية عبر الإنترنت لصالح التعليم الخاص عند مستوى ثقة ٩٩%.

المراجع:

١. أحمد عادل درويش. التفاعلية والاندماج الرقمي في الإعلام الجديد، ط ١، المكتبة العصرية للنشر والتوزيع، ٢٠١٨.
٢. أسامة غازي المدني، استخدامات الشباب السعودي الجامعي للمضمون السياسي للمدونات الإلكترونية والإشباع المتحققة منها، دراسة ميدانية، القاهرة: جامعة حلوان، مجلة كلية الآداب، عدد ٢٦، يوليو ٢٠٠٩.
٣. أسامة فتحى طابع. استخدام المراهقين المصريين لإذاعات الإنترنت الشبائية وعلاقته بتدعيم فهمهم الاتصالي، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة عين شمس، كلية الدراسات العليا للطفولة، قسم الإعلام وثقافة الأطفال، ٢٠١٨.
٤. اعتماد علام. الإحصاء في البحوث الاجتماعية، ط ١، القاهرة: مكتبة الأنجلو مصرية، ٢٠١٢.
٥. بشرى جميل الراوي. دور مواقع التواصل الاجتماعي في التغيير - منخل نظري، مجلة الباحث الإعلامي، العدد ١٨، ٢٠١٢.

25. Shafizan Mohamed, Saodah Wok& Mahaman Lahabou, "Technological Development and Its Impact on Student Reception of a Campus Radio" **Journal of Education and Learning**, Vol. 7, No. 1; 2018, Published by Canadian Center of Science and Education.
26. Siti Hajar Ahmad, Ezhar Tamam, Rosmiza Bidin, E- Mail Uses and Usefulness: The Effect of Media Richness and Social influences, **Revista de Administrație Publică și Politici Sociale**, An 3, no 2(7)/ Dec 2011.
27. Steven Robert McClung. Uses of College Radio Station Web Sites: An Exploratory Study, Unpublished **PhD**, The University of Tennessee, Knoxville, 1999.
28. Tim Wall, "Finding an alternative: Music Programming in US college radio", **The Radio Journal- International Studies in Broadcast and Audio Media**, Volume 5 Number 1. © Intellect Ltd 2007.
29. Werner J. Severin and James W. Tankard: **Communication Theories: Origins, Methods, and uses in the Mass Media**, London: Longman, 1992.