استخدام المراهقين لإذاعاتهم الجامعية عبر الإنترنت

أمين أحمد أمين السيد طرابيه

أ.د.فاتن 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 والإشباعات 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 عمديه قوامها ( 400) مفردة من المراهقين المستمعين لإذاعات الإنترنت الجامعية، ممن تتراوح أعمارهم من ( 18- 21) عام من الطلاب الجامعيين ( الذكور- الإناث) بالجامعات المصرية الحكومية والخاصة، وقد توصلت الدراسة إلى:

جاءت الدوافع النفعية في مقدمة دوافع استخدام المراهقين لإذاعاتهم الجامعية بوزن 32.85%، تلتها الدوافع الطقوسية بنسبة 23.96%، ثم الدوافع المتعلقة بإغراءات الوسيلة بنسبة 18.15%، وفي المرتبة الأخيرة دوافع تعزيز الهوية بنسبة 17.79%.

تصدرت الإشباعات الخاصة بالوسيلة بوزن 2.196% ، في مقابل إشباعات العملية بوزن 2.13%.

توجد علاقة دالة احصائيا بين معدل الاستماع لهذه الإذاعات ودوافع هذا الاستماع.

توجد علاقة ارتباطيه دالة إحصائيا بين معدل استخدام المراهقين لإذاعاتهم الجامعية عبر الإنترنت والإشباعات المتحققة من هذا الاستماع.

توجد علاقة ارتباطيه دالة احصائيا بين درجة ثقة المبحوثين في مضامين راديو الإنترنت الجامعي ومعدل الاستماع.

توجد فروق بين متوسطات المبحوثين محل الدراسة على مقياس مستوى استخدامهم لإذاعاتهم الجامعية عبر الإنترنت لصالح التعليم الحكومي.

توجد فروق بين متوسطات المبحوثين محل الدراسة على مقياس الإشباعات المتحققة من استخدامهم لإذاعاتهم الجامعية عبر الإنترنت لصالح التعليم الخاص.

توجد فروق بين متوسطات المبحوثين محل الدراسة على مقياس دوافع استخدامهم لإذاعاتهم الجامعية عبر الإنترنت لصالح التعليم الخاص.

مشكلة الدراسة:

في ظل وجود نهضة إعلامية كبيرة وغير مسبوقة 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 تفوقها في بعض السمات التي تتميز بها، وأصبحنا نرى بعض الجامعات أو الكليات المصرية تنشئ إذاعات خاصة بها عبر الإنترنت، تعبر عنها وتنشر من خلالها أخبارها، كما وفرت لطلاب الجامعة المضمون الذي يتلاءم 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 القيود والمحاذير 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 والاشباعات المتحققة لديه من هذا التعرض، بالإضافة إلى التعرف على درجات التفاعلية من قبل الطلاب الجامعيين مع هذه الإذاعات، وتوضيح العلاقة بين الدوافع والاشباعات 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 شئ في حياتنا حتى طريقة شغل أوقات الفراغ، وفي ظل هذه التباينات تبرز أهمية الدراسة بالتركيز وتسليط 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، وتنبع أهمية البحث من عدة اعتبارات أبرزها:

ندرة البحوث والدراسات العربية التي تناولت استخدامات المراهقين من الشباب الجامعي لإذاعات الإنترنت الجامعية والإشباعات المتحققة منها.

تهدف الدراسة إلى أن تكون امتداد للدراسات العلمية التي أشارت إلى ضرورة إجراء المزيد من البحوث والدراسات لمراقبة التنوع في إذاعات الإنترنت من حيث زيادة أعدادها والملاك والقوالب وقياس تأثير هذا المتغير مع مرور الوقت على صناعة البث الإذاعي عبر الإنترنت.

محاولة التأسيس لدراسات مستقبلية مقارنة بين إذاعات الإنترنت العادية وإذاعات الإنترنت الجامعية والإذاعات التقليدية الأخرى.

قلة المعلومات المتاحة حول إذاعات الإنترنت الجامعية في مصر وخصائصها وجمهورها.

أهداف الدراسة:

تهدف الدراسة إلى معرفة استخدامات المراهقين لإذاعاتهم الجامعية عبر الإنترنت والاشباعات المتحققة منها وينبثق منها مجموعة من الأهداف الفرعية تتمثل في:

تسليط الضوء على حلقة جديدة من حلقات الإعلام الجديد وأشكاله المتنوعة.

التعرف على مدى انتشار إذاعات الإنترنت بالجامعات المصرية.

التعرف على مدى استخدام المراهقين لإذاعاتهم الجامعية عبر الإنترنت.

التعرف على دوافع استخدام المراهقين لإذاعاتهم الجامعية عبر الإنترنت.

التعرف على الإشباعات المتحققة نتيجة استخدام المراهقين لهذه الإذاعات.

التعرف على درجة ثقة المبحوثين في هذه النوعية من الإذاعات.

الإطار المعرفي للدراسة

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:

إذاعات إنترنت خالصة أو إذاعات افتراضية تبث خصيصا على الشبكة، ولم يكن لها وجود سابق(7)، أي تبث 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.

إذاعات لها بث على الإنترنت موازيا للبث عبر محطتها الأرضية التقليدية.

وهناك ما يسمى"بالمحطات المؤتمتة Automated Stations" وهي محطات موسيقية فقط وبدون منشط (DJ) ولا إعلانات وبدون كلام ملفوظ، ويدفع المستمعون اشتراكا (9).

وهناك إذاعات يديرها (هواة)، أو حتى فرد واحد، ويكتفي بعضهم بتقديم قوائم لأغاني وموسيقى لأصوات وأشخاص وأحداث، بما يشبه (خدمة صوتية خاصة) لا تصل لمستوى الإذاعة (6).

هي الإذاعات التي تتيح الالتقاء مع جمهور أوسع حيث تلتقي مع الجمهور الذي يتعامل مع شبكة الإنترنت، وقد يكون من جمهور الإذاعة أصلا وهجرها 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 (14).

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 أنالإذاعات 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 "شكل من أشكال الإذاعة غير التجارية وتصنف هذه المحطات كمحطات إذاعية تعليمية غير ربحية تستند إلى حرم الجامعات وتمتلكها مؤسسات أكاديمية أو غير ربحية" (22).

وتشكل الإذاعات الجامعية نسبة11%من جملة الإذاعات المرخصة في الولايات المتحدة الأمريكية حيث يوجد بها نحو 1400 محطة إذاعية جامعية، وإن كان عددها صغيرا إلا إنها تشكل جزءا هاما من النظام الإذاعي الأمريكي(28).

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 800 مؤسسة تعليمية تحمل تراخيص (27)، وهذا الأمر داخل الولايات المتحدة الأمريكية.

ومن أهم الصعوبات التي تواجه إذاعات الإنترنت الجامعية بصفة عامة:

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 2004 بفرض رسوم قياسية على تشغيل الموسيقى عبر الإنترنت، وكان على المحطات الإذاعية التي لديها بث على شبكة الإنترنت للموسيقى أن تدفع رسوما قدرها 500 دولار في السنة وقالت محطات الإنترنت الجامعية أن هذه الرسوم مرتفعة جدا، في حين قد تكون المحطات التجارية قادرة على هذا الأمر (23). والتمويل مصدر قلق كبير 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 (22).

ويقول الدكتور عمرو عبد الحميد المشرف العام على إذاعة بني سويف بكلية الإعلام أنه لو توفر الدعم المادي أو على الأقل الدعم المعنوي للطلاب المشاركين بهذه الإذاعات فإن هذا سيكون له اكبر الأثر عليهم حيث إنهم يعملون بدون مقابل وبدون أجر يعود عليهم أو يدفعهم لاستكمال مسيرتهم.

الدعاية لهذه الإذاعات غير مكتملة وغير نشطة من إبرازها على الساحة الإعلامية.

الخبرة أقوى ومتفوقة في الإذاعات التجارية على تقنيات التعلم في الإذاعات الجامعية .

من خلال مطالعات الباحث أنه لنجاح هذه الإذاعات بالشكل المرضي لابد لها من إقامة علاقات إيجابية مع جامعتها وعلاقات إيجابية مع مستمعيها وجمهورها المستهدف، والعمل على التوحد على الأقل مع المجتمع المحلي الذي تصدر فيه.

أن على المحطات الإذاعية الجامعية عبر الإنترنت لكي تحقق النجاح يجب أن تكون أكثر من مجرد راديو حي 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 تنافس فقط المحطات الإذاعية الأخرى ولكنها تتنافس مع العديد من المواقع والمحطات الإذاعية الأخرى ومع مواقع التواصل الإجتماعي المختلفة، وبناء على ذلك فإن على هذه المحطات الجامعية أن تقدم لمستمعيها ما لا يقل إثارة وجودة وحرفية على تلك الوسائل البديلة.

المشاكل الإدارية، والتي قد تتمثل في عدم اقتناع بعض القيادات بجدوى هذه الإذاعات، أو تغير سياسات وهيكل هذه الإذاعات نتيجة لتغيير القيادات.

ضعف الضوابط الضرورية لعدم المساس بالقيم الدينية والاجتماعية.

التوازن بين حجم ونوعية الرسائل الإعلامية الموجهة وبين استعداد المتلقي لها خاصة فيما يتعلق بالرأي والرأي الآخر.

الإطار النظري للدراسة:

تعتمد الدراسة في إطارها النظري على نظرية الاستخدامات والإشباعات Uses and Gratifications وثراء الوسيلة الإعلامية Media Richness.

أولا: نظرية الاستخدامات والاشباعات

تعرف نظرية الاستخدامات والاشباعات بأنها: "دراسة جمهور وسائل الإعلام الذي يتعرضون بدوافع معينة لإشباع حاجات فردية معينة" (16).

وبحكم 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 والاشباعات 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 (2).

ويقوم هذا المدخل على مقولة رئيسة، هي: إن الجمهور يختار وسيلة إعلامية معينة، أو رسائل إعلامية معينة لإشباع حاجات معينة لديه (11).

الفروض الأساسية لمدخل الاستخدامات والاشباعات (24):

أن الجمهور مشارك فاعل في عملية الاتصال الجماهيري ويستخدم الوسيلة التي تحقق حاجاته (12).

استخدام الوسائل يعبر عن الحاجات التي يرغب الجمهور في تحقيقها وتتحكم في ذلك أمور منها: الفروق الفردية، والتفاعل الاجتماعي.

الجمهور هو الذي يختار الوسيلة والمضمون اللذين يشبعان حاجاته.

يستطيع الجمهور تحديد حاجاته ودوافعه ومن ثم يلجأ للمضامين والوسائل التي تشبع حاجاته.

يمكن الاستدلال على المعايير الثقافية السائدة في المجتمع من خلال استخدام الجمهور لوسائل الاتصال وليس من خلال الرسائل الإعلامية.

هناك ارتباط وثيق لدى أفراد الجمهور بين كل من تلبية احتياجاتهم ودوافعهم وبين الوسائل الإعلامية التي تشبع تلك الاحتياجات.

خصائص الوسائل الإعلامية تساعد في توضيح إلى أي مدى يمكنها أن تساهم في إشباع حاجات الأفراد من تلك الوسائل.

توجد بعض المصادر الأخرى في المجتمع تنافس وسائل الإعلام لإشباع حاجات الأفراد.

أن محتوى وسائل الإعلام وحده لا يكفي للتنبؤ بأنماط الإشباعات المتحققة لدى أفراد الجمهور.

أن الإشباعات 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.

ولقد حقق مدخل الاستخدامات والاشباعات عددا من الأهداف تتمثل في الآتي (18):

إيجاد تفسير لكيفية استخدام المتلقين للوسائل الإعلامية على اختلافها بهدف إشباع حاجات معينة لديهم.

فهم دوافع المتلقين في التعرض للوسائل الاتصالية وأنماط التعرض المختلفة.

الوقوف على ما يترتب من نتائج التعرض لوسائل الاتصال.

يمكن أن تعطي استخدامات المتلقين للوسيلة الاتصالية دلالة واضحة على المستوى الثقافي للمجتمع الذي يعيش فيه هؤلاء المتلقين.

يعبر استخدام الجمهور (النشيط) لوسيلة إعلامية معينة عن إدراكه لإمكانية هذه الوسيلة في تلبية احتياجاته.

تتنوع الحاجات بتنوع واختلاف الأفراد من حيث الحس والإدراك والمستوى الثقافي والاجتماعي والسياسي ( وبالتالي تتنوع وسائل الاتصال التي يستخدمه الجمهور لإشباع الحاجات).

عناصر نظرية الاستخدامات الإشباعات (29):

افتراض الجمهور النشط.

الأصول الاجتماعية والنفسية لاستخدام وسائل الإعلام.

دوافع الجمهور وحاجاته.

التوقعات من وسائل الإعلام.

التعرض لوسائل الإعلام.

اشباعات وسائل الإعلام.

وتجدر الإشارة إلى أن العناصر السابقة تتسم بالتداخل الشديد في الواقع العملي ويرتبط كل منها بالآخر ارتباطا وثيقا.

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 المعينة على تلبية تلك المتطلبات والاضطلاع بالمهام الاتصالية المنوطة بها بدرجات عالية من الكفاءة والحرفية (17).

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 "دافت 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 بالتدرج الهرمي الخاص بثراء الوسائل الاتصالية (1). أي أن الوسائل التكنولوجية تمتلك قدرا كبيرا من المعلومات، فضلا عن تنوع المضمون المقدم خلالها وبالتالي تستطيع هذه الوسائل التغلب على الشك والغموض الذي ينتاب الكثير من الأفراد عند التعرض لها (13).

هناك أربعة معايير أساس لترتيب ثراء الوسيلة مرتبة من الأعلى إلى الأقل من حيث درجة الثراء (5)، وقد وضع الباحثان هذه المعايير التي مثلت أساس النظرية وهي (15):

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.

تعدد الرموز: وتتحدد الرموز في الكلمات، الرموز الصوتية (مثل نبرة الصوت والتنهد...)، الاتصال غير اللفظي (مثل الإيماءات، واللمس....)، الاتصال المكتوب، وكلما تنوعت الرموز المتاحة في الوسيلة ازداد ثراؤها وكلما قلت الرموز المستخدمة انخفضت درجة الثراء.

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.

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 المتلقي من أجل صياغة رسالة ملائمة له. كما أنها تعني قدرة الوسيط على نقل المشاعر الشخصية وعواطف تواصل الأطراف (26).

الدراسات السابقة:

دراسة Shafizan Mohamed et all (2018) حول: "التطور التكنولوجي وتأثيره على استقبال الطلاب للراديو الجامعي" (25).

هدفت الدراسة للنظر في استقبال الطلاب في IIUM.FM ، وهو راديو جامعي جديد على الإنترنت تابع للجامعة الإسلامية الدولية بدولة 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 2011 لتخطيط وتحديد كيف أثرت التغييرات والتطورات التكنولوجية على مستمعي الراديو اليوم بشكل أكبر وما إذا كانت العوامل التي حددت المستمع في عام 2011 لا تزال سارية في عام 2016. استخدمت الدراسة تصميم البحث الكمي باستخدام طريقة المسح والاستبيان كأداة للبحث، حيث تم أخذ عينة عشوائية طبقية من 238 مستجيبا لعام 2011 و 271 مستجيبا لعام 2016 من الطلاب الجامعيين ممن تتراوح أعمارهم بين 18 : 22 عام ، وقد حددت نتائج المقارنات التي أجريت بين الدراستين أثر التغير التكنولوجي على راديو الحرم الجامعي وقدمت توصيات واقتراحات إلى السلطات المختصة في الجامعة لمزيد من التحسينات وتوصلت الدراسة إلى:

تكشف الدراسة عن وجود المزيد من أوجه الشبه بين نتائج المرحلة الأولى ونتائج المرحلة الثانية؛ في الواقع ، يكمل كل منهما الآخر.

أن أكثر من نصف العينة في الدراستين يستمعون لراديو IIUM.FM الجامعي، وأكثر من نصف العينة يستمعون لمحطتهم الجامعية في المساء بعد عناء اليوم الدراسي.

أن هناك عددا من الطلاب ما زالوا لا يستمعون للراديو الجامعي عبر الإنترنت وهذا يدعو على حملة لتشجيع المزيد من الطلاب على الاستماع للراديو.

تمكن راديو IIUM.FM من جمع عدد كبير من المتابعين على وسائل التواصل الاجتماعي ولهذا يجب التفكير في التعرض للإذاعة واستقبالها عبر وسائل التواصل الاجتماعي.

إن 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.

دراسة أسماء طايع (2018) حول: "استخدام المراهقين المصريين لإذاعات الإنترنت الشبابية وعلاقته بتدعيم حقهم في الاتصال" (3).

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 400 مفردة من المراهقين المصريين ممن يقعون في المرحلة العمرية (18-21) عام من محافظتي المنوفية والقاهرة، واستخدمت استمارة الاستبيان ومقياس الحقوق الاتصالية، وتوصلت الدراسة إلى:

أن نسبة 50% من المبحوثين يستمعون بصفة دائمة لراديو الإنترنت الشبابي.

من أهم أسباب استماع المبحوثين للبرامج اتسامها بالروح الشبابية بنسبة 63.2%، ثم بنسبة 44.8%، وتقديم كم كبير من الموسيقي والأغاني بنسبة 22.3%.

وجود علاقة دالة موجبة بين استخدام المبحوثين لإذاعات الإنترنت الشبابية وبين معرفتهم بحقوقهم الاتصالية.

دراسة Kyle Joseph Miller(2017) حول: "المشاركة التربوية: راديو الكلية، الإعلام الرقمي، والتغيير التنظيمي" (22).

هدفت هذه الدراسة إلى البحث في استخدام التكنولوجيا الرقمية لمحطتين جامعيتين كدراسة حالة، وذلك من خلال عدسة نموذج "كوتر" للتغير التنظيمي لتحليل عملية التغير 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.

أن 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 النمو والتقدم.

أظهرت 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.

دراسة Bahaeldin Ibrahim a and Naveen Mishra (2016) حول: " راديو الكلية كآلية للتعلم القائم على المشاركة: استكشاف نطاق التعلم القائم على راديو الإنترنت الجامعي بين الطلاب الجامعيين" (21).

هدفت هذه الدراسة إلى الكشف عن آفاق إذاعة الكلية عبر الإنترنت في كلية سور للعلوم التطبيقية بسلطنة عمان، وحاجتها بين الطلاب والنطاق الممكن لمساهماتها في تعلم الطلاب والمشاركة وخدمة المجتمع، و الرغبة 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، وتتناول 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، و محتوى مناسب للإذاعة تركز على الاحتياجات الأساسية للطلاب. وتم تطبيق استبانه على عينة من طلاب كلية سور للعلوم التطبيقية قوامها 150 مفردة ممن تتراوح أعمارهم من (18: 25 )عام، وتوصلت الدراسة إلى :

حرص الطلاب على المشاركة في أنشطة الإنتاج والبرمجة.

يضيف الأساس النظري للدراسة المصداقية والقوة إلى النتائج في توفير إطار وتوجيه يعززان دور الإذاعة الكلية كوسيلة بديلة للتعلم والمشاركة، مما يكمل المزيد من الدروس التعليمية ونتائج التعلم.

البيانات الواردة من هذه العينة توحي باستعداد وافر بين الطلاب لاستخدام الإذاعة بشكل إيجابي في أنشطة التعليم والتعلم الخاصة بهم. تظهر البيانات دعما كبيرا بين المستجيبين عند اختبارهم على متغيرات مختلفة مثل الراديو كمصدر محتمل للتعلم والتطوير، ومعاملة أعمق مع الكلية، ومعلومات وخدمة مجتمعية.

كما تظهر البيانات أيضا رغبة قوية لدى الطلاب في أن يكونوا جزءا 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 معلمي الكلية في إدارة المحطة.

إن البرامج التعليمية هي المحتوى الأساسي الذي يتوقع معظم الطلاب أن يحمله الراديو.

التعليق على الدراسات السابقة:

عدم وجود دراسات عربية تناولت استخدامات المراهقين لإذاعاتهم الجامعية عبر الإنترنت.

أظهرت الدراسات الأجنبية مدى الانتشار الذي حققه راديو الإنترنت الجامعي في أوساط المجتمعات الأجنبية.

يلاحظ من عرض الدراسات السابقة اهتمام الدراسات الأجنبية بموضوع راديو الإنترنت وراديو الإنترنت الخاص بالجامعات والكليات

محاولة استخدام بعض الجامعات والكليات لهذا النوع من وسائل الإعلام في تنمية العملية التعليمية وتطويرها بما يعود بالنفع على الطلاب.

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 العنكبوتية وتؤسسها الطلبة أو الجامعات أو الكليات داخل حرم الجامعة وهي من الأشكال الحرة للراديو، وهي تمثيل 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.

أ / تساؤلات الدراسة:

ما مدى استماع المراهقين لإذاعاتهم الجامعية عبر الإنترنت؟

ما طبيعة استخدام المبحوثين لإذاعاتهم الجامعية عبر الإنترنت؟

اي الوسائل أكثر تفضيلا للمراهقين في الدخول لراديو الإنترنت الجامعي؟

ما دوافع استخدام المراهقين لهذه الإذاعات؟

ما الإشباعات المتحققة من هذا الاستخدام، ونوعية هذه الإشباعات؟

ما مدى ثقة المبحوثين في المضامين المعروضة بهذه الإذاعات، ودرجة هذه الثقة؟

ما مدى حرص المراهقون على المشاركة ببرامج إذاعتهم الجامعية عبر الإنترنت؟

ب/ فروض الدراسة

توجد علاقة ارتباطيه ذات دلالة إحصائية بين دوافع استخدام المبحوثين لإذاعاتهم الجامعية عبر الإنترنت والاشباعات المتحققة من الاستماع لها.

توجد علاقة ارتباطيه ذات دلالة إحصائية بين معدل استخدام المراهقين لإذاعاتهم الجامعية عبر الإنترنت والإشباعات المتحققة من هذا الاستماع.

توجد علاقة ارتباطيه ذات دلالة إحصائية بين درجة ثقة المبحوثين في مضامين راديو الإنترنت الجامعي وبين معدل الاستماع لهذه الإذاعات.

توجد فروق ذات دلالة بين المبحوثين بين معدل الاستخدام لإذاعات الإنترنت الجامعية حسب نوعية التعليم.

توجد فروق ذات دلالة بين الإشباعات المتحققة للمراهقين حسب نوعية التعليم.

الإجراءات المنهجية للدراسة:

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 التحديد 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 (8)، وتم الاعتماد على المنهج المسح بالعينة باعتباره أكثر المناهج البحثية شيوعا واستخداما في البحوث والدراسات الإنسانية عامة والإعلامية خاصة (20).

مجتمع وعينة الدراسة:

نظرا لأن هدف الدراسة هو دراسة استخدامات المراهقين لإذاعاتهم الجامعية عبر الإنترنت، فإن عينة الدراسة تنتمي للعينات غير العشوائية (غير الاحتمالية) حيث قد يجد الباحث نفسه مضطرا لاستخدام العينة غير الاحتمالية (4)، وقد جمع الباحث في دراسته بين نوعين من أنواع العينات غير الاحتمالية وهما: العينة العمديه وعينة كرة الثلج، حيث تم تطبيق الدراسة على 400 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 عددا من الأسئلة المغلقة وعدد محدود من الأسئلة المفتوحة.

نتائج الدراسة الميدانية :

بالنسبة لمعدل استماع المبحوثين لراديو الإنترنت الجامعي أسبوعيا وجد أن75% من المبحوثين يستمعون لإذاعات الإنترنت الجامعية عبر الإنترنت خلال الأسبوع (من يوم إلى يومين) ثم يستمع 18.5% (من ثلاثة إلى أربعة أيام في الأسبوع) ويستمع 6.5% (أكثر من أربع أيام في الأسبوع)، ويرجع الباحث ارتفاع نسبة الاستماع لمحطات الراديو الجامعي بمعدل من يوم إلى يومين في الاسبوع بنسبة 75%إلى دورية عرض البرامج الإذاعية بهذه المحطات حيث إنها تعرض مرتين في الأسبوع.

بالنسبة إلى الوسائل التي يستخدمها المبحوثين للدخول لراديو الإنترنت الجامعي:

جدول (1)

الوسائل التي يستخدمها المبحوثين للدخول لراديو الإنترنت الجامعي وفقا للنوع

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
|  النوعالوسائل | ذكور | إناث | الإجمالي |
| ك | % | ك | % | ك | % |
| عبر الهاتف المحمول. | 148 | 74.0 | 155 | 77.5 | 303 | 75.8 |
| عبر اللاب توب Laptop . | 28 | 14.0 | 28 | 14.0 | 56 | 14.0 |
| أخرى ( تابلت أو غيرها). | 13 | 6.5 | 8 | 4.0 | 21 | 5.3 |
| عبر جهاز الكمبيوتر الشخصي PC. | 11 | 5.5 | 9 | 4.5 | 20 | 5.0 |
| الإجمالى | 200 | 100.0 | 200 | 100.0 | 400 | 100.0 |

يتضح من الجدول السابق: جاء (عبر الهاتف المحمول) فى مقدمة الوسائل التي يستخدمها المبحوثين للدخول لراديو الإنترنت الجامعي بنسبة بلغت 75.8%، ثم (عبر اللاب توب Laptop ) في المرتبة الثانية بنسبة بلغت 14%، ثم (أخرى .... تابلت أوغيرها) في المرتبة الثالثة بنسبة بلغت 5.3%، وأخيرا (عبر جهاز الكمبيوتر الشخصي PC) بنسبة 5%.

ويرجع الباحث ذلك إلى أن الفئات العمرية الأصغر سنا هي الأكثر ولعا واهتماما باستخدام التكنولوجيات الحديثة والهواتف المحمولة، كما يحيلنا 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 اللوحي أو اللاب توب نسبة 14%، وتلاه الأجهزة اللوحية المحمولة كالتابلت بنسبة 5.3%، ثم في المرتبة الأخيرة الحاسب الشخصي بنسبة 5%، وقد يرجع السبب في ذلك إلى أن مثل هذه الأجهزة ليست بالانتشار الهائل الذي تمثله الهواتف المحمولة وإمكانياتها الهائلة بالإضافة لغلاء أسعارها وثقل وزنها وكبر حجمها إذا ما قورنت بالهاتف المحمول من حيث الحجم والوزن والإمكانيات.

طريقة دخول المبحوثين لراديو الإنترنت الجامعي:

جدول (2)

طريقة دخول المبحوثين لراديو الإنترنت الجامعي وفقا للنوع

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  النوعالطريقة | ذكور | إناث | الإجمالي | قيمة z | المعنوية | الدلالة |
| ك | % | ك | % | ك | % |
| من خلال الفيس بوك ومواقع التواصل. | 132 | 66.0 | 100 | 50.0 | 232 | 58.0 | 3.238 | 0.001 | 0.01 |
| عن طريق أبليكيشن الإذاعة المتاح على هاتفك الذكي. | 42 | 21.0 | 44 | 22.0 | 86 | 21.5 | 0.243 | 0.808 | غير دالة |
| من خلال تحميل رابط الإذاعة على جهازك الشخصي. | 34 | 17.0 | 39 | 19.5 | 73 | 18.3 | 0.646 | 0.518 | غير دالة |
| عن طريق محركات البحث الخاصة بإذاعات الإنترنت. | 15 | 7.5 | 10 | 5.0 | 25 | 6.3 | 1.032 | 0.302 | غير دالة |
| جملة من سئلوا | 200 | 200 | 400 |

 يتضح من الجدول السابق: جاء (من خلال الفيس بوك ومواقع التواصل) فى مقدمة طريقة دخول المبحوثين لراديو الإنترنت الجامعي بنسبة بلغت 58%، ثم (عن طريق أبليكيشن الإذاعة المتاح على هاتفك الذكي) في المرتبة الثانية بنسبة بلغت 21.5%، ثم (من خلال تحميل رابط الإذاعة على جهازك الشخصي) في المرتبة الثالثة بنسبة بلغت 18.3%، وأخيرا (عن طريق محركات البحث الخاصة بإذاعات الإنترنت) بنسبة 6.3%.

يتضح من الجدول السابق تصدر صفحات التواصل الإجتماعي في طريقة دخول المبحوثين لإذاعتهم الجامعية بنسبة 58% 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.

دوافع استخدام المبحوثين راديو الإنترنت الجامعي:

جدول (3)

دوافع استخدام المبحوثين راديو الإنترنت الجامعي وفقا للنوع

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  النوعالدوافع | ذكور | إناث | الإجمالي | قيمة z | المعنوية | الدلالة |
| ك | % | ك | % | ك | % |
|  دوافع معرفية نفعية |
| لتعلم شيء جديد في مجال تخصصي وتنمية مهاراتي. | 99 | 49.5  | 87 | 43.5  | 186 | 46.5  | 1.201 | 0.230 | غير دالة |
| للتزود بالمعلومات والبقاء على علم بما يجري حولي من أحداث. | 110 | 55.0  | 75 | 37.5  | 185 | 46.3  | 3.505 | 0.000 | 0.001 |
| للتعرف على مشكلات الشباب وحلولها. | 52 | 26.0  | 53 | 26.5  | 105 | 26.3  | 0.113 | 0.910 | غير دالة |
| لأعرف كيف أتصرف في المواقف الحياتية المختلفة. | 22 | 11.0  | 27 | 13.5  | 49 | 12.3  | 0.762 | 0.446 | غير دالة |
| دوافع هروبية طقوسية |
| لأنها تسليني وتشغل وقت فراغي. | 77 | 38.5  | 95 | 47.5  | 172 | 43.0  | 1.816 | 0.069 | غير دالة |
| تساعدني على نسيان ضغوط الدراسة. | 35 | 17.5  | 49 | 24.5  | 84 | 21.0  | 1.716 | 0.086 | غير دالة |
| بحكم العادة واستخدام الإنترنت. | 44 | 22.0  | 38 | 19.0  | 82 | 20.5  | 0.742 | 0.458 | غير دالة |
| لأن أصدقائي يستمعون إليها. | 39 | 19.5  | 32 | 16.0  | 71 | 17.8  | 0.915 | 0.360 | غير دالة |
| تقلل من إحساسي بالوحدة، عندما لا أجد من أتحدث معه. | 25 | 12.5  | 45 | 22.5  | 70 | 17.5  | 2.629 | 0.009 | 0.01 |
| دوافع تعزيز الهوية الشخصية |
| لعرضها موضوعات تتعلق بي وباهتماماتي. | 48 | 24.0  | 41 | 20.5  | 89 | 22.3  | 0.840 | 0.401 | غير دالة |
| للمشاركة بالرأي والتعليق على الموضوعات التي تطرحها الإذاعة. | 47 | 23.5  | 34 | 17.0  | 81 | 20.3  | 1.615 | 0.106 | غير دالة |
| لكي أشارك في الأنشطة الجامعية المختلفة. | 41 | 20.5  | 35 | 17.5  | 76 | 19.0  | 0.764 | 0.445 | غير دالة |
| للتعرف على أراء الآخرين حول الأحداث والقضايا وتبادل الحوارات والمناقشات معهم. | 30 | 15.0  | 36 | 18.0  | 66 | 16.5  | 0.807 | 0.420 | غير دالة |
| لتبادل الصور ومقاطع الفيديو التي تعرضها الإذاعة مع الأهل والأصدقاء. | 35 | 17.5  | 30 | 15.0  | 65 | 16.3  | 0.677 | 0.499 | غير دالة |
| أجد فيها معلومات لا أجدها في غيرها. | 20 | 10.0  | 28 | 14.0  | 48 | 12.0  | 1.386 | 0.166 | غير دالة |
| دوافع خاصة بإغراءات الوسيلة نفسها |
| لأنها وسيلة جديدة ومثيرة. | 62 | 31.0  | 60 | 30.0  | 122 | 30.5  | 0.217 | 0.828 | غير دالة |
| للتعايش مع مشكلات المجتمع التعليمي والتي لا تعرضها الوسائل الإعلامية الأخرى بشكل جيد. | 38 | 19.0  | 31 | 15.5  | 69 | 17.3  | 0.925 | 0.355 | غير دالة |
| لأنها تعرض القضايا والبرامج بطريقة مختلفة عن وسائل الإعلام الأخرى. | 27 | 13.5  | 26 | 13.0  | 53 | 13.3  | 0.147 | 0.883 | غير دالة |
| للتواصل مع أشخاص من الصعب التواصل معهم في الواقع الملموس. | 25 | 12.5 | 21 | 10.5 | 46 | 11.5 | 0.626 | 0.531 | غير دالة |
| جملة من سئلوا | 200 | 200 | 400 |

 تصدرت الدوافع المعرفية النفعية جملة الدوافع بوزن نسبي قدره 32.85%، تلتها الدوافع الهروبية الطقوسية بوزن 23.96%، ثم الدوافع المتعلقة بإغراءات الوسيلة المستخدمة بوزن 18.15%، وفي المرتبة الأخيرة دوافع تعزيز الهوية بوزن 17.73%.

اشباعات استخدام المبحوثين لإذاعاتهم الجامعية:

جدول (4)

الإشباعات المتحققة من تعرض المبحوثين لإذاعات الإنترنت الجامعية

| الاستجابةالإشباعات | لم تتحقق | تحققت الي حد ما | تحققت بشكل كبير | المتوسط الحسابي | الإنحراف المعياري | الإستجابة [[1]](#footnote-1) |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| ك | % | ك | % | ك | % |
| إشباعات الوسيلة |
| ملئ وقت الفراغ والتخلص من الوحدة والملل | 27 | 6.8 | 203 | 50.8 | 170 | 42.5 | 2.36 | 0.605 | تحققت بشكل كبير |
| زادت فرصة حصولي على المعلومات عن كافة الأحداث والقضايا في المجتمع الجامعي | 33 | 8.3 | 197 | 49.3 | 170 | 42.5 | 2.34 | 0.625 | تحققت بشكل كبير |
| تساعدني على الارتباط بتكنولوجيا العصر ومستجداتها | 64 | 16.0 | 158 | 39.5 | 178 | 44.5 | 2.29 | 0.725 | تحققت الي حد ما |
| أشعر بالراحة والاسترخاء | 57 | 14.3 | 226 | 56.5 | 117 | 29.3 | 2.15 | 0.643 | تحققت الي حد ما |
| جعلتني أنسى هموم الحياة وضغوطاتها | 143 | 35.8 | 180 | 45.0 | 77 | 19.3 | 1.84 | 0.724 | تحققت الي حد ما |
| اشباعات المحتوي |
| ساعدتني في تكوين رأيي نحو مختلف القضايا والموضوعات | 63 | 15.8 | 186 | 46.5 | 149 | 37.3 | 2.37 | 2.283 | تحققت بشكل كبير |
| ساهمت في إكسابي خبرات وتجارب جديدة | 61 | 15.3 | 167 | 41.8 | 172 | 43.0 | 2.28 | 0.712 | تحققت الي حد ما |
| ساهمت في إثراء مهارات التواصل والاتصال مع الآخرين | 64 | 16.0 | 159 | 39.8 | 177 | 44.3 | 2.28 | 0.724 | تحققت الي حد ما |
| التعرف على الأحداث اليومية الجارية المختلفة | 56 | 14.0 | 195 | 48.8 | 149 | 37.3 | 2.23 | 0.678 | تحققت الي حد ما |
| زادت من ارتباطي بالمجتمع التعليمي والحياة الجامعية | 61 | 15.3 | 192 | 48.0 | 147 | 36.8 | 2.22 | 0.689 | تحققت الي حد ما |
| ساعدتني على أن أتناقش مع زملائي وأصدقائي حول الموضوعات والقضايا التي وردت في برامجها | 71 | 17.8 | 174 | 43.5 | 155 | 38.8 | 2.21 | 0.723 | تحققت الي حد ما |
| مكنتني من إثراء مهاراتي العملية الخاصة بدراستي | 90 | 22.5 | 135 | 33.8 | 175 | 43.8 | 2.21 | 0.787 | تحققت الي حد ما |
| زادت من شعوري بالثقة في النفس وتقبل آراء الآخرين | 86 | 21.5 | 150 | 37.5 | 164 | 41.0 | 2.20 | 0.767 | تحققت الي حد ما |
| غيرت من بعض مفاهيمي الخاطئة نحو بعض القضايا | 75 | 18.8 | 181 | 45.3 | 144 | 36.0 | 2.17 | 0.720 | تحققت الي حد ما |
| أصبحت أفكر بشكل عقلاني ومنطقي | 79 | 19.8 | 188 | 47.0 | 133 | 33.3 | 2.14 | 0.716 | تحققت الي حد ما |
| زادت من معارفي و صداقاتي مع الآخرين | 89 | 22.3 | 169 | 42.3 | 142 | 35.5 | 2.13 | 0.749 | تحققت الي حد ما |
| جعلتني أهتم بأن أكون عضوا نافعا لمجتمعي | 106 | 26.5 | 163 | 40.8 | 131 | 32.8 | 2.06 | 0.768 | تحققت الي حد ما |
| زادت من اهتماماتي لمطالعة كتب التخصص والثقافة العامة | 102 | 25.5 | 177 | 44.3 | 121 | 30.3 | 2.05 | 0.746 | تحققت الي حد ما |
| فتحت لي أبواب ومجالات جديدة في سوق العمل بعد الدراسة | 103 | 25.8 | 174 | 43.5 | 123 | 30.8 | 2.05 | 0.751 | تحققت الي حد ما |
| ساعدتني على ارتفاع مستواي في التحصيل المعرفي | 91 | 22.8 | 203 | 50.8 | 106 | 26.5 | 2.04 | 0.702 | تحققت الي حد ما |
| ساهمت في تنمية حياتي الاجتماعية وزادت من ارتباطي بالمجتمع | 98 | 24.5 | 192 | 48.0 | 110 | 27.5 | 2.03 | 0.721 | تحققت الي حد ما |
| مكنتني من متابعة أحدث الأغاني الموسيقية | 127 | 31.8 | 145 | 36.3 | 128 | 32.0 | 2.00 | 0.799 | تحققت الي حد ما |
| قللت من معدل التعصب الرياضي | 167 | 41.8 | 147 | 36.8 | 86 | 21.5 | 1.80 | 0.770 | تحققت الي حد ما |
| الإجمالي | 400 |

وبهذا نجد تصدر الإشباعات الخاصة بالوسيلة بوزن 2.196% في مقابل إشباعات العملية بوزن 2.13%.

نتائج فروض الدراسة:

الفرض الأول: توجد علاقة ارتباطيه ذات دلالة إحصائية بين دوافع استخدام المبحوثين لإذاعاتهم الجامعية عبر الإنترنت والاشباعات المتحققة من الاستماع لها

جدول (5)

معامل ارتباط بيرسون لقياس العلاقة بين دوافع استخدام المبحوثين لإذاعاتهم الجامعية عبر الإنترنت والاشباعات المتحققة من الاستماع لها

|  |  |
| --- | --- |
| المتغيرات | الإشباعات المتحققة من استماع المراهقين لإذاعاتهم الجامعية عبر الإنترنت |
| معامل الارتباط | الاتجاه | القوة | مستوى المعنوية | الدلالة |
| دوافع استماع المراهقين لإذاعاتهم الجامعية عبر الإنترنت | 0.265\*\* | طردية | ضعيفة | 0.000 | 0.001 |

يشير الجدول السابق إلى ما يلي: وجود علاقة ارتباطيه دالة إحصائيا بين دوافع استخدام المبحوثين لإذاعاتهم الجامعية عبر الإنترنت والاشباعات المتحققة من الاستماع لها حيث بلغ معامل ارتباط بيرسون (0.265) وهي قيمة دالة عند مستوي ثقة 99.9%.

الفرض الثاني: توجد علاقة ارتباطيه ذات دلالة إحصائية بين معدل استخدام المراهقين لإذاعاتهم الجامعية عبر الإنترنت والإشباعات المتحققة من هذا الاستماع

جدول (6)

معامل ارتباط بيرسون لقياس العلاقة بين معدل استخدام المراهقين لإذاعاتهم الجامعية عبر الإنترنت الإشباعات المتحققة من هذا الاستماع

|  |  |
| --- | --- |
| المتغيرات | معدل استخدام المراهقين لإذاعاتهم الجامعية عبر الإنترنت |
| معامل الارتباط | الاتجاه | القوة | مستوى المعنوية | الدلالة |
| إشباعات الوسيلة المتحققة من هذا الاستماع | 0.258\*\* | طرديه | ضعيفة | 0.000 | 0.001 |
| إشباعات المحتوي المتحققة من هذا الاستماع | 0.232\*\* | طرديه | ضعيفة | 0.000 | 0.001 |
| الإجمالي | 0.256\*\* | طرديه | ضعيفة | 0.000 | 0.001 |

يشير الجدول السابق إلى ما يلي: وجود علاقة ارتباطيه دالة إحصائيا بين معدل استخدام المراهقين لإذاعاتهم الجامعية عبر الإنترنت الإشباعات المتحققة من هذا الاستماع حيث بلغ معامل ارتباط بيرسون (0.256) وهي قيمة دالة عند مستوي ثقة 99.9%.

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

جدول (7)

معامل ارتباط بيرسون لقياس العلاقة بين درجة الثقة ومعدل الاستماع

|  |  |
| --- | --- |
| المتغيرات | معدل الاستماع لهذه الإذاعات |
| معامل الارتباط | الاتجاه | القوة | مستوى المعنوية | الدلالة |
| درجة ثقة المبحوثين في مضامين راديو الإنترنت الجامعي | 0.302\*\* | طرديه | متوسطة | 0.000 | 0.001 |

يشير الجدول السابق إلى ما يلي: وجود علاقة ارتباطيه دالة إحصائيا بين درجة ثقة المبحوثين في مضامين راديو الإنترنت الجامعي وبين معدل الاستماع لهذه الإذاعات حيث بلغ معامل ارتباط بيرسون (0.302) وهي قيمة دالة عند مستوي ثقة 99.9%.

الفرض الرابع: توجد فروق ذات دلالة احصائية بين معدل استماع المراهقين لإذاعاتهم الجامعية عبر الإنترنت حسب نوعية التعليم.

جدول ( 8)

نتائج اختبار (ت) لدلالة الفروق بين متوسطات درجات المبحوثين محل الدراسة علي مقياس مستوي استخدامهم لإذاعاتهم الجامعية عبر الإنترنت وفقا لنوع التعليم

| المتغير | التعليم | العدد | م | ع | قيمة (ت) | مستوى المعنوية | الدلالة |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| مستوي استخدامهم لإذاعاتهم الجامعية عبر الإنترنت | حكومي | 320 | 2.33 | 0.668 | 3.149 | 0.002 | 0.01 |
| خاص | 80 | 2.06 | 0.700 |

 تشير نتائج تطبيق اختبار "ت": إلي وجود فروق بين متوسطات المبحوثين محل الدراسة علي مقياس مستوي استخدامهم لإذاعاتهم الجامعية عبر الإنترنت لصالح التعليم الحكومي عند مستوي ثقة 99%.

الفرض الخامس: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات المبحوثين متمثلة في نوع التعليم (حكومي – خاص) حول مقياس الإشباعات المتحققة لاستخدامهم لإذاعاتهم الجامعية عبر الإنترنت.

تم استخدام اختبار (T. Test) لقياس الفروق بين متوسطات درجات المبحوثين محل الدراسة علي مقياس مستوي الإشباعات المتحققة لاستخدامهم لإذاعاتهم الجامعية عبر الإنترنت وفقا لنوع التعليم (حكومي – خاص).

جدول (9)

نتائج اختبار(ت) لدلالة الفروق بين متوسطات درجات المبحوثين محل الدراسة علي مقياس مستوي الإشباعات المتحققة لاستخدامهم لإذاعاتهم الجامعية عبر الإنترنت وفقا لنوع التعليم (حكومي – خاص)

| المتغير | التعليم | العدد | م | ع | قيمة (ت) | مستوى المعنوية | الدلالة |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| الإشباعات المتحققة لاستخدامهم لإذاعاتهم الجامعية عبر الإنترنت | حكومي | 320 | 48.71 | 9.144 | 3.221 | 0.001 | 0.01 |
| خاص | 80 | 52.31 | 8.077 |

 تشير نتائج تطبيق اختبار "ت": إلي وجود فروق بين متوسطات المبحوثين محل الدراسة علي مقياس الإشباعات المتحققة لاستخدامهم لإذاعاتهم الجامعية عبر الإنترنت لصالح التعليم الخاص عند مستوي ثقة 99%.

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.

تم استخدام اختبار (T. Test) لقياس الفروق بين متوسطات درجات المبحوثات محل الدراسة علي مقياس دوافع استخدامهم لإذاعاتهم الجامعية عبر الإنترنت وفقا لنوع التعليم (حكومي – خاص).

جدول (10)

نتائج اختبار (ت) لدلالة الفروق بين متوسطات درجات المبحوثين محل الدراسة علي 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 | 320 | 23.17 | 2.127 | 2.779 | 0.006 | 0.01 |
| خاص | 80 | 23.94 | 2.533 |

 تشير نتائج تطبيق اختبار "ت": إلي وجود فروق بين متوسطات المبحوثين محل الدراسة علي مقياس دوافع استخدامهم لإذاعاتهم الجامعية عبر الإنترنت لصالح التعليم الخاص عند مستوي ثقة 99%.

المراجع العربية مرتبة أبجديا:

أحمد عادل درويش. التفاعلية والاندماج الرقمي في الإعلام الجديد، ط 1، المكتبة العصرية للنشر والتوزيع، 2018.

أسامة غازي المدني، استخدامات الشباب السعودي الجامعي للمضمون السياسي للمدونات الإلكترونية والاشباعات المتحققة منها، دراسة ميدانية، القاهرة: جامعة حلوان ، مجلة كلية الآداب، عدد26 ، يوليو 2009.

أسماء فتحي طايع. استخدام المراهقين المصريين لإذاعات الإنترنت الشبابية وعلاقته بتدعيم حقهم الاتصالي، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة عين شمس، كلية الدراسات العليا للطفولة، قسم الإعلام وثقافة الأطفال، 2018

اعتماد علام. الإحصاء في البحوث الاجتماعية، ط 1، القاهرة: مكتبة الأنجلو مصرية، 2012.

بشرى جميل الراوي. دور مواقع التواصل الاجتماعي في التغيير- مدخل نظري، مجلة الباحث الإعلامي، العدد 18، 2012.

حسن محمد حسن منصور. مواقع البث الإذاعي والتليفزيوني للدول الأعضاء بجهاز إذاعة وتليفزيون الخليج، دراسة تحليلية تقويمية لعناصر البناء والمؤثرات الخارجية، الرياض: مجلة سلسلة بحوث ودراسات إذاعية، مجلس التعاون الخليجي، العدد 31.

حسني محمد نصر. الإنترنت والإعلام – الصحافة الإلكترونية، ط 1، الكويت: مكتبة الفلاح للنشر والتوزيع، 2003 ، ص 59.

سمير محمد حسين. بحوث الإعلام، ط 3، القاهرة: عالم الكتب، 1999.

السيد بو معيزة،" بعض التطورات الدالة في تاريخ الإذاعة"، مجلة اتحاد الإذاعات العربية،العدد 1، 2011، ص 69.

شيماء ذو الفقار زغيب. مناهج البحث والاستخدامات الإحصائية في الدراسات الإعلامية، ط 1، القاهرة الدار المصرية اللبنانية، 2009.

عبد الصادق حسن عبد الصادق. تأثير استخدام الشباب الجامعي في الجامعات الخاصة البحرينية لمواقع التواصل الاجتماعي على استخدامهم وسائل الاتصال التقليدية، الأردن: المجلة الأردنية للعلوم الاجتماعية، المجلد 7، العدد1 ،2014.

على عبد الفتاح كنعان. نظريات الإعلام، الطبعة العربية، الأردن: عمان، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، 2014.

علي حجازي إبراهيم. الحملات الإعلامية وفن مخاطبة الجمهور، ط 1، دار المعتز للنشر والتوزيع، 2017.

لمياء محمود. مستقبل الإذاعة، القاهرة: مجلة الفن الإذاعي ، اتحاد الإذاعة والتليفزيون، العدد 187، يوليو 2007، ص 138.

ليث عبد الستار اللهيبي. التعددية السياسية والإعلامية وأثرها في بناء القصة الخبرية في الصحافة الالكترونية، دراسة تطبيقية ، رسالة ماجستير غير منشورة،جامعة القاهرة، كلية الإعلام، قسم الصحافة، 2014.

مرزوق عبد الحكم العادلي. الإعلانات الصحفية؛ دراسة في الاستخدامات والاشباعات،ط 1، دار الفجر للنشر والتوزيع، 2004.

مروة سيد سلام. إدارة الحملات الانتخابية الرئاسية المصرية لعام 2014 على مواقع التواصل الاجتماعي في ضوء نظرية ثراء الوسيلة الإعلامية، المجلة العربية لبحوث الإعلام والاتصال، العدد 17، ابريل/ يونيو 2017.

منال هلال المزاهرة، نظريات الاتصال، ط 2، الأردن: عمان ، دار المسيرة للنشر والتوزيع،2018.

نجلاء محمد حسنين الهايج. الشباب المصري وعلاقته براديو الإنترنت، رسالة دكتوراه غير منشورة، جامعة عين شمس: كلية البنات، قسم الإجتماع ، شعبة إعلام، 2016.

وليد محمد عمشه، أروى ظبيان. استخدامات طلبة الجامعات الأردنية لثراء مبتكرات شبكات التواصل التفاعلية والإشباعات المحققة، دراسة مسحية، مجلة جامعة القدس المفتوجة للأبحاث والدراسات، العدد 42، المجلد 2، 2017.

المراجع الأجنبية مرتبة أبجديا:

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.

Kyle Joseph Miller, "Educational Engagement: College Radio, Digital Media, And Organizational Change", PH.D THESIS,(USA: University of Lowa, august 2017).

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).

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

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.

SITI HAJAR AHMAD، EZHAR TAMAM، ROSMIZA BIDIN, E-Mail Uses and Usefulness: The Effect of Media Richness and Social influences, Revista de Administraţie Publică şi Politici Sociale, An 3, no 2(7)/ Dec 2011.

Steven Robert McClung .Uses of College Radio Station Web Sites: An Exploratory Study, Unpublished PHD, The University of Tennessee, Knoxville, 1999.

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.

Werner J. Severin and James W. Tankard: Communication Theories: Origins، Methods, and uses in the Mass Media, London: Longman،1992.

Abstract of the study

عنوانالبحث:Research Title: The uses of Adolescent for the University Internet Broadcasting and their Achieved Gratifications.استخدامات المراهقين لإذاعاتهم الجامعية عبر الإنترنت والإشباعات المتحققة منها.فاف

تهدف الدراسة إلى التعرف على استخدامات المراهقين من الشباب الجامعيلإذاعاتهم الجامعية عبر الإنترنت والإشباعات المتحققةلهممنها،كما تهدف إلى التعرف على مدى انتشار هذا النوع من الإذاعات بالجامعاتالمصرية،والتعرف على أسباب ودوافع استخدام المراهقين لهذهالإذاعات،بالإضافة إلى الكشف عن مدى تفاعل المبحوثين مع هذه الإذاعات وأشكال هذاالتفاعل،والتعرف على درجة ثقة المراهقين في هذه الإذاعات الجامعية ووضع هذه الإذاعات بالنسبة لهم في مواجهة الوسائل الإعلاميةالأخرى،بالإضافة إلى مقترحاتهم بشأنالتطوير، 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, وهي دراسةوصفية،استخدم الباحثفيهامنهج المسحبالعينة،حيث طبقتاستبانةلعينة عمديه قوامها(400)It is a descriptive study, the researcher used the sample survey approach, where I remained a questionnaire for a sample intentional strength (400) مفردةمن المراهقين المستمعين لإذاعات الإنترنتالجامعية،ممن تتراوح أعمارهم من(Single teenagers listening to Internet radio university, who are between the ages of ( 18-21)18-21) عام من الطلاب الجامعيين(Year of undergraduate students ( الذكور-Male - الإناث)Female ) بالجامعات المصريةالحكوميةوالخاصة،وقد توصلت الدراسةإلى:Egyptian government and private universities, the study found:

جاءت البرامج الترفيهية والمنوعات في مقدمة البرامج التي يفضل المراهقينالاستماعEntertainment and entertainment programs have come at the forefront of programs that adolescents prefer to listen to إليها،تليها البرامج الإخبارية،ثم البرامج الشبابية.them, followed by news programs, and youth programs.

جاءت الدوافع النفعية في مقدمة دوافع استخدام المراهقين لإذاعاتهم الجامعية بوزن32.85%،تلتها الدوافع الطقوسية بنسبة23.96%،ثم الدوافع المتعلقة بإغراءات الوسيلة بنسبة18.15%،وفي المرتبة الأخيرة دوافع تعزيز الهوية بنسبة17.79%.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%).

تصدرت الإشباعات الخاصة بالوسيلة بوزن2.196%The expectations of the means topped by 2.196%،في مقابل إشباعات العملية بوزن2.13%., Compared to gratification of content 2.13%.

توجد علاقة دالة احصائيا بين معدل الاستماع لهذه الإذاعات ودوافع هذاالاستماع.There is a statistically significant relationship between the listening rate of these radios and the motives for listening.

توجد علاقةارتباطيهدالة إحصائيابين معدل استخدام المراهقين لإذاعاتهم الجامعية عبر الإنترنتوالإشباعات المتحققة من هذاالاستماع.There is a statistically significant correlation between the rate of use of teenagers to the online university broadcast and realized gratification of this hearing.

توجد علاقةارتباطيهدالة احصائيابين درجة ثقة المبحوثين في مضامين راديو الإنترنت الجامعي ومعدلالاستماع.There is correlation between the degree of statistically significant respondents ' confidence in the content of the Internet Radio University and the rate of listening.

توجد فروق بين متوسطات المبحوثين محل الدراسة على مقياس مستوىاستخدامهملإذاعاتهم الجامعية عبر الإنترنت لصالح التعليم الحكومي.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.

توجد فروق بين متوسطات المبحوثين محل الدراسة على مقياس الإشباعات المتحققة من استخدامهم لإذاعاتهم الجامعية عبر الإنترنت لصالح التعليم الخاص.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.

توجدفروق بين متوسطات المبحوثين محل الدراسة على مقياسدوافع استخدامهم لإذاعاتهم الجامعية عبر الإنترنت لصالح التعليم الخاص.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.

1. من 1 إلى 1.66 لم تتحقق-- من 1.67 إلى 2.33 تحققت الي حد ما-- من 2.34 إلى 3 تحققت بشكل كبير [↑](#footnote-ref-1)