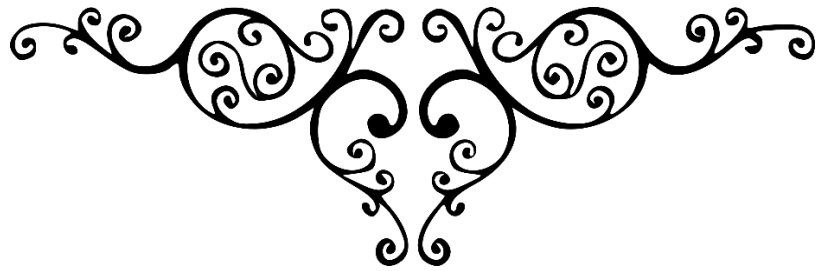


**الإذاعات المحلية ودورها في تنمية الوعي الثقافي
للشباب الجامعي - دراسة ميدانية
إذاعة القيثارة تكريت FM أنموذجا -**

.....

أ. م. ياسين طه موسى حمودي
جامعة تكريت / كلية الآداب / قسم الإعلام



المستخلص

تعتبر وسائل الإعلام من أهم وسائل الاتصال التي تستهدف تزويد الجمهور بكافة الحقائق والأخبار والمعلومات بطريقة موضوعية مما يولد قدر كبير من المعرفة والإدراك والوعي والإحاطة الشاملة لدى المتلقي للمادة الإعلامية الأمر الذي يساهم في تكوين الصورة المتكاملة للإحداث التي تدور حوله وإطلاق الأحكام المناسبة اتجاهها، وهذه الحاجة تلبيها الإذاعات المحلية لقربها من المجتمع المحلي الذي تعمل فيه فهي تتيح فرص الاتصال والاحتكاك به وتغذي صفاته المميزة التي تتمثل في تلبية الحاجات الثقافية والإعلامية له فضلا عن زيادة الوعي لديه، هذا الدور تعجز عنها الإذاعات المركزية لهذا أصبح أمام الباحث الحاجة لدراسة دور الإذاعات المحلية في تلبية تلك الحاجات للمجتمع وزيادة وعيه الثقافي ومساعدته في اتخاذ القرار تجاه أي مشكلة أو قضية تواجهه، أتخذ الباحث إذاعة القيثارة تكرير أنموذجا لذلك تضمن البحث (أربعة) مباحث، تضمن الأول الإطار المنهجي، وضم الثاني والثالث الإطار النظري، أما الرابع فقد تضمن الدراسة الميدانية والخاتمة الاستنتاجات والنتائج، حيث استخدم الباحث المنهج المسحي وتكونت عينة البحث من عينة عمدية من (طلبة قسم الإعلام / كلية الآداب) للإجابة على عدد من الاستفسارات من خلال استمارة الاستبانة التي تكونت من (١٦) جدول إحصائي وفي نهاية البحث توصل الباحث إلى عدد من النتائج المهمة التي تتعلق بدور إذاعة القيثارة تكرير FM في تنمية الوعي الثقافي لشباب جامعة تكرير أنموذجا.



Abstract

Media means consider as one of the most important communication means which aim to supply the pulolic with all in for mention and the news in asubjective way, that to make a huge amount of know ledge, awareness and realization for the audience about the media matters. this would contribut to make a full scene for the events that conside them and help them to make the suitable judges to words the media matters.

The local radio achivesthse needs, for its closeness to society, that it creates the society's special characterstics since it meets the cultural and informative needs of that society.

The central radio stations couldn't take such role as the local radio, so the researcher has to study the role of local radio to achieve these aims.

The researcher takes (AL-QuthiraTikrit) radio as a model, thet the research contains four chapters.

Chapter one is about the systematic part of the study. chapter two and three contains the theoretical study. chapter four takes the practical study , conclusions and results .

The researcher used the survey methodology and he chooses intentional sample from collage of Art/media depart mentis students to answer a questionnaire which contains siteen statistical table .At the end of the research the researcher concluded many important results which is about the role of AL Qither Tikrit FM radio to enrich the cultural awareness of tikrit university young as a model

المقدمة

تعتبر وسائل الإعلام من أهم وسائل الاتصال التي تستهدف تزويد الجمهور بكافة الحقائق والإخبار والمعلومات بطريقة موضوعية مما يولد قدر كبير من المعرفة والوعي والإدراك والإحاطة الشاملة لدى الجمهور المتلقي للمادة الإعلامية، الأمر الذي يساهم في تكوين الصورة المتكاملة للإحداث التي تدور حولهم وإطلاق إحكام مناسبة لتلك الإحداث.

أن الإعلام وسيلة لتحقيق أهداف الدول النامية ودعم جهودها من أجل التغيير الاجتماعي والتنموي، وقد برزت الإذاعة من بين وسائل الإعلام فاعلية في خدمة الجمهور لتحقيق الأغراض والتحديث في جميع المجتمعات بشكل عام والنامية بشكل خاص حيث تستخدم الإذاعة كأداة للنشر والتعبير من قبل المجتمع وهذه الحاجات تستطيع تلبيتها الإذاعات المحلية، فهي تقدم المعلومات للجمهور وتتيح فرص الاتصال والاحتكاك به وتغذي صفاته المميزة التي تتمثل في تلبية الحاجات الثقافية والإعلامية له، وإقناع المواطنين بضرورة المشاركة في التنمية ومناقشة المشكلات المحلية ومحاولة حلها معاً، فضلاً عن زيادة الوعي لدى المواطنين في جميع المجالات الحياتية وتمكينه من التفاعل معها، وصولاً إلى اتخاذ القرارات الصائبة اتجاه أي مشكلة أو أزمة تظهر على أرض الواقع وتنغص حياته التي قد تكون في أغلب الأحيان متوافقة مع القرارات التي يتخذها المجتمع المحلي الذي يشكل الجزء الأكبر من الرأي العام الذي يظهر بظهور تلك المشكلات أو الأزمات، هذا الدور الذي تلعبه تلك الإذاعات المحلية قد تعجز عن تنفيذ الإذاعات المركزية، لما تقدم أنفاً أصبح أمام الباحث الحاجة لدراسة دور الإذاعات المحلية في تلبية الحاجات لذلك المجتمع وقد اتخذ الباحث من إذاعة القيثارة تكرت FM أنموذجاً لبيان ذلك الدور فقد تضمن البحث (أربعة) مباحث تضمن الأول الإطار المنهجي أما المبحث الثاني فقد تضمن الإطار النظري للدراسة فتناول مفهوم وخصائص ووظائف الإذاعات المحلية وتضمن المبحث الثالث إعطاء نبذة عن الوسيلة الإعلامية إذاعة القيثارة تكرت FM أما المبحث الرابع فقد تضمن الدراسة الميدانية وخاتمة واستنتاجات ومن ثم المصادر والمراجع.

المبحث الأول الإطار المنهجي

١. مشكلة البحث

يشير الباحثون إلى أن اختيار مشكلة البحث وتحديد لها ربما يكون أصعب من إيجاد الحلول لها كما أن هذا التحديد والاختيار سترتب عليه أمور كثيرة منها نوعية الدراسة التي يستطيع الباحث أن يقوم بها وطبيعة المنهج الذي يتبع وأدواته بالإضافة إلى نوعية البيانات التي ينبغي على الباحث أن يحصل عليها^(١) والمشكلة هي عبارة عن موقف أو قضية أو فكرة أو مفهوم يحتاج إلى البحث والدراسة العلمية للوقوف على مقدماتها وبناء العلاقات ونتائجها الحالية ويعالج صياغتها من خلال نتائج الدراسة ووضعها في الإطار العلمي السليم^(٢).

والناس بحاجة إلى الإذاعات (الدولية - الوطنية - المحلية) لمعرفة الأخبار والتطورات والتزود بالمعرفة فالإذاعات المحلية تلقى رواجاً كبيراً كون جمهورها معروف ويتمثل في سكان تلك المنطقة الذين يدفعهم فضولهم للتعرف أكثر على تقاليد المنطقة وعاداتها ومن هذا المنطلق يتم التأثير على المتلقي. مما دفعنا إلى البحث عن الدور الذي تلعبه الإذاعات المحلية في تنمية وزيادة الوعي الثقافي للشباب الجامعي فالمشكلة تكمن في مدى الدور التنموي الثقافي الذي تستطيع الإذاعة المحلية أن تلعبه في زيادة الوعي لدى الشباب الجامعي وقد اتخذنا (إذاعة القيثارة تكرت FM) أنموذجاً لذلك البحث.

٢. أهمية البحث

للإذاعات المحلية دوراً مهماً في ظل الظروف الغامضة والأوضاع غير المستقرة التي يمر بها البلد خاصة (الحرب ضد تنظيم داعش) تظهر أهمية الموضوع من حيث الاعتماد على إذاعة القيثارة تكرت FM في زيادة الوعي الثقافي لطلبة الجامعة في اتخاذ المواقف والقرارات إزاء القضايا التي تعصف بالمحافظة والوطن كونهم يمثلون المحرك الدائم للرأي العام في مواجهة أي قضية أو مشكلة أو أزمة تمر بالمحافظة.

٣. الأهداف

الهدف الرئيسي للبحث هو معرفة دور إذاعة القيثارة تكرت في زيادة الوعي الثقافي والسياسي لطلبة الجامعة وهذا الهدف ينطلق منه أهداف فرعية.

- أ. معرفة دور وظائف الإذاعة المحلية.
- ب. معرفة مضامين البرامج الإذاعية لإذاعة القيثارة تكرت FM.
- ت. معرفة الجمهور المستهدف للإذاعة.
- ث. معرفة القضايا والمشكلات التي تركز عليها الإذاعة.
- ج. معرفة مدى مساهمة الإذاعة المحلية في تطوير الوعي الثقافي والتعليمي للجمهور.
- ح. التعرف بإذاعة القيثارة تكرت FM.
- خ. التعرف على أنماط وعادات التعرض للبرامج في إذاعة القيثارة تكرت FM.

٤. التساؤلات : تتضمن الآتي

- أ. ماهو مفهوم الإذاعات المحلية ؟
- ب. ماهي وظائف الإذاعات المحلية ؟
- ت. مانوع البرامج التي يفضلها أفراد العينة عند استماعهم لإذاعة القيثارة تكرت FM ؟
- ث. هل الإذاعة تعالج المشاكل والقضايا التي تحدث في المحافظة ؟
- ج. ما مدى تفاعل أفراد العينة مع البرامج الإذاعية للإذاعة ؟
- ح. ما الدور الذي تقوم الإذاعات المحلية في تنمية الوعي الثقافي للشباب الجامعي ؟

٥. نوع الدراسة

تندرج هذه الدراسة ضمن الدراسات الوصفية التحليلية الميدانية لإبراز دور الإذاعة في زيادة الوعي لدى طلبة الجامعة في الحفاظ على الوحدة الوطنية.

٦. حدود البحث

- أ. الحدود الزمانية : يمتد المجال الزمني للبحث للفترة من ١/٣/٢٠١٧ للمدة من ٣١/٥/٢٠١٧ وهي الفترة الزمنية التي أجرى بها الباحث استبيانيه على مجتمع البحث •
- ب. الحدود المكانية : اتخذ البحث طلبة قسم الإعلام للمرحلة المنتهية للدراستين الصباحية والمسائية في كلية الآداب جامعة تكرت مجالا للبحث •
- ت. الحدود الموضوعية : تعرض طلبة قسم الإعلام للمرحلة المنتهية الى إذاعة القيثارة تكرت FM • باعتبارها إحدى الإذاعات المحلية في صلاح الدين •

٧. المصطلحات

- أ. الدور : هو السلوك المنظم الذي يؤديه الشخص في المراكز المناسبة ليشترك في المواقف وتنظيمه مجموعة المعايير والقيم الاجتماعية لاتجاهات يفرضها المجتمع ^(٣)
- ب. الإذاعة : بالمعنى اللغوي الإشاعة، وهي بمعنى النشر العام وذيوع ما يقال، والعرب يصفون الرجل الذي لا يكتُم السر بأنه رجل مذياع ^(٤)، ويمكن تعريف الإذاعة بأنها الانتشار المنظم والمقصود بواسطة الراديو لمواد إخبارية، ثقافية، تعليمية، تجارية، وغيرها من البرامج ليلتقطها المستمعون المنتشرون في شتى أنحاء العالم في وقت واحد فرادى وجماعات باستخدام أجهزة الاستقبال ^(٥).
- ت. البرنامج الإذاعي : يستخدم مصطلح البرنامج في الإذاعة إلى الشكل الفني يبث الذي في مواعيد ثابتة ومحددة كأن يكون يوميا أو أسبوعيا أو شهريا ليعرض المادة المختارة ^(٦) فمنها البرامج الثقافية، السياسية، الدينية، الترفيهية، التعليمية، رياضية .. الخ من البرامج.

٨. منهج البحث

تم الاعتماد على المنهج المسحي وهو ابرز المفاهيم المستخدمة بالبحث الإعلامي التي تستهدف الظاهرة العلمية ذاتها ^(٧) فقد حاول الباحث في هذا المنهج استكشاف مضامين البرامج التي تبثها إذاعة القيثاره تكرير FM ومدى التفاعل مع تلك البرامج من خلال استمارة الاستبيان، اشتملت تلك الاستمارة عدد من الأسئلة استهدفت استثارة المبحوثين بطريقة منهجية ومقننة لتقديم حقائق وآراء معينة عن طبيعة عمل الإذاعة وبرامجها التي تبثها للمتلقين ^(٨).

المبحث الثاني الإطار النظري

الإذاعات المحلية

تمهيد:

اتخذ الباحث من مدخل (الاعتماد على وسائل الإعلام) إطارا نظريا باعتباره يركز على الوسيلة ودرجة أهميتها لدى الفرد كي يستقي معلوماته منها، وكما يوحي اسم النظرية فان العلاقة الرئيسية التي تحكمها هي علاقة الاعتماد بين وسائل الإعلام والنظام الاجتماعي للجمهور، وقد تكون هذه العلاقات مع نظم وسائل الإعلام جميعها أو مع احد أجزائها مثل الصحف - الراديو - التلفزيون ^(٩) ومن الأهداف الرئيسة للنظرية الاعتماد على وسائل الإعلام وتفسير لماذا تكون لوسائل الإعلام أحيانا تأثيرات قوية ومباشرة وأحيانا لها تأثيرات غير مباشرة وضعيفة نوعا ما ^(١٠) وتعد التأثيرات المعرفية إحدى هذه التأثيرات الناتجة عن الاعتماد على وسائل الإعلام وتتمثل في مجالات عديدة، تجاوزت الغموض الناتج عن نقص المعلومات التي يتعرض لها الفرد أو عدم كفايتها لفهم معاني الأحداث وتحديد التفسيرات الصحيحة لهذه الأحداث وكذلك تشكيل الاتجاهات نحو القضايا المثارة في المجتمع والتأثير على معتقدات الأفراد وتوضيح القيم ^(١١).

وقد استفادت الدراسة من النموذج الخاص بالتأثيرات المعرفية التي تحدد إلى أي مدى يعتمد الشباب الجامعي على وسائل الإعلام في استقاء معلوماته وثقافته وزيادة الوعي المدرك للأحداث التي تجري من حوله وخاصة من الإذاعات المحلية التي تعتبر من اقرب الوسائل إلى المجتمع.

١. مفاهيم وأسس الإذاعة المحلية

يوضح صاحب (معجم المصطلحات الإعلامية) بأن (Local radio) هي إذاعة تختص بإرسال داخلي لإقليم أو محافظة وتتميز بأنها تختص بالشؤون الداخلية والمحلية والإقليمية أو المنطقة التي تغطيها فتعني بأخبارها وفنونها المحلية والقضايا التي تعنيها وتعمل على تنميتها ^(١٢).

ويقول عبد المجيد شكري بأن (أيف دولاهاي) قد وضع بعض المعايير التي تساعد على تشخيص ما هو الإعلام المحلي، ومنها انه يعمل محليا وترتب عليه نتائج محلية، أذ يكتسب البعد الجغرافي أهمية في تحديد معايير الإعلام المحلي انطلاقا من تقلص المسافات وقربها ما بين المرسل والمتلقي ^(١٣)، ولما كان الإعلام

المحلي يرتبط بالبيئة المحلية شكلا ومضمونا ويأخذ بعدا جغرافيا ويؤدي خدمة للمجتمع المحلي الموجود فيه فإنه يبقى الوسيلة الأكثر قربا من المجتمع عن بقية الوسائل الأخرى، ويبين أديب خضور أسباب ظهور الإعلام المتخصص منها: ^(١٤)

أ. التعبير عن التقسيم الاجتماعي للعمل وانعكاساته

ب. اتساع مجال المعرفة .

ويحدد جمهور الإذاعة بأنه (جمهور محدد، ضيق، معروف سلفا، نوعي، معني وجاد يمتلك حاجات إعلامية متنوعة ومتعددة، ويمتلك خبرة اتصالية وموقفا نقديا) ^(١٥).

وهذا ما ينطبق على الإعلام المحلي الذي ارتبط بالبيئة التي يعمل فيها مضمونا وشكلا فضلا عن تقديمه الخدمة للمجتمع المحلي، ولهذا يبقى هو الوسيلة الوحيدة الناجحة والأقرب للمجتمع عن بقية الوسائل الأخرى، فالجمهور المستهدف لكل إذاعة محلية هم أفراد المجتمع المحلي كأن يكون قرية واحدة أو مجموعة قرى متقاربة ومتجانسة ^(١٦) وكذلك تعتبر الإذاعة المحلية المصدر الرئيسي للإخبار المحلية المتنوعة والهامة باعتبارها أسرع وسائل الاتصال في نقل الخبر للجمهور، فهي تؤثر في المجتمع تأثيرا كبيرا وبشكل حميمي لان علاقة الألفة بينهما تفتح عالما صغيرا وسط زخم الحياة ^(١٧)، فالإذاعة لها دور مهم في المجتمع لما تقدمه من خدمات مختلفة، وطرح القضايا ومناقشتها لإيجاد الحلول المناسبة لها ^(١٨)، وتساهم في تكوين السلوك الفردي والاجتماعي من خلال ترسيخ القيم والأفكار الجديدة التي تتماشى ومتطلبات العصر، ومن هنا يتضح أن الإذاعة المحلية لها سماتها الخاصة التي تميزها عن غيرها من الأنماط الإذاعية الأخرى وعلى النحو التالي :- ^(١٩)

أ. الجمهور المستهدف هو جمهور مشترك محلي بعينه، محدود من حيث العدد مقارنة بجمهور الإذاعات القومية والدولية .

ب. محتوى البرامج الإذاعية التي تقدمها نابع ومستمد من المجتمع المحلي ذاته ولخدمته بحيث تعكس تلك البرامج عادات السكان وتقاليدهم وتراثهم واهتماماتهم .

ت. تتحدث الإذاعة المحلية بلغة الجمهور المستهدف وتخطبه بها، وقد يظهر فيها أيضا لهجة سكان المنطقة المستهدفة ^(٢٠).

وظائف الإذاعة

لقد تعددت وظائف الإذاعة في المجتمع بتعدد مجالات الحياة الاجتماعية ويمكن حصر وظائفها كالتالي: (٢١)

أ. الوظيفة الإخبارية :

تقوم الإذاعة بدور الإعلام والإخبار وذلك بتزويد الجمهور بأكبر قدر ممكن من المعلومات والمعارف ومتابعة مجريات الأحداث .

ب. الوظيفة التربوية :

تأخذ هذه الوظيفة أهمية بالغة لا سيما في وسائل الإعلام التي تقوم بدور تعليمي فالحكومات في الدول النامية تركز اهتمامها على هذه الوظيفة في وسائل الإعلام من أجل حل المشاكل الأساسية، فالإذاعة تحاول أن تشمل كل الشرائح في المجتمع بهتذيب الفكر وتنمية الوعي بالقضايا المحلية والوطنية والعالمية •
ث. وظيفة التثقيف: (٢٢)

تقوم الإذاعة على نقل الأفكار والمعلومات التي تحافظ على ثقافة المجتمع فضلا عن نشر المعلومات الفنية والدينية بهدف الحفاظ على التراث والتطور الثقافي من خلال توسيع آفاق وإشباع حاجاته الجمالية.
ج. الوظيفة الترفيهية :

تعمل الإذاعات على تضمين الخطط البرمجية بالعديد من برامج الترفيه من اجل كسب رضا المتلقي والترفيه عنه .

خ. الوظيفة الاجتماعية: (٢٣)

تعمل الإذاعة إلى ترسيخ قيم المجتمع وعقيدته وحضارته و تسعى إلى الارتقاء بالفكر والسلوك، والتأكيد على الأشياء الحسنة والتحذير من الأشياء الضارة .

خصائص جمهور الإذاعة المحلية :

يمتلك جمهور الإذاعة خصائص معينة طبقا لمجموعة من المعايير والمحددات أهمها (٢٤) :

١. جمهور متنوع ومختلف، وقد يتسع ليشمل الآلاف والملايين وقد يضيق حتى يصل إلى فرد أو مجموعة من الأفراد .

٢. الجمهور الذي تخاطبه الإذاعة هو جمهور ذي ميول ومصالح مشتركة تربط بين أفراد المتشربين في أماكن مختلفة •

٣. يتم الاستماع للإذاعة المحلية بشكل فرادي أو جماعات • (٢٥)

المبحث الثالث

إذاعة القيثارة تكرت FM

انطلق عمل إذاعة القيثارة تكرت FM كوسيلة إعلامية في محافظة صلاح الدين / قضاء تكرت بتاريخ ٢٠١٦/٣/٦ كأول إذاعة محلية بعد تحرير القضاء من تنظيم داعش، لتكون صوتاً حراً لمجتمع صلاح الدين بشكل عام ومجتمع تكرت بشكل خاص ليعبر عن همومهم ويدافع عن مطالبهم وأسماع صوتهم للمسؤولين ويساعد في تنمية كافة المجالات الحياتية •

أسباب الانطلاق :

١. عدم وجود أي وسيلة إعلامية يمكن من خلالها التواصل ما بين المجتمع والمسؤولين .

٢. التصدي للشائعات التي تطلق في المحافظة

٣. دعم أساسي للقوات العسكرية والأمنية والحشد الشعبي في حربهم التحريرية ضد تنظيم داعش

٤. إعطاء حافزاً جديداً لبث الروح في المدينة بعد احتلالها من قبل التنظيم

نبذة عن إذاعة القيثارة تكرت FM :

يتألف فريق عمل الإذاعة من عدد من العاملين لكلا الجنسين لديهم خبره في مجال التعامل مع البرامج الإذاعية والمتلقين وهم من سكنه المحافظة مما يساعدهم على تفهم طروحات وشكاوى المجتمع.

عدد ساعات بث الإذاعة اليومي (١٣ ساعة) تبدأ من الساعة الثامنة صباحاً^(٢٦). تعمل الإذاعات على نظام المونو تقنية جديدة في تحسين جودة الصوت الذي يشكل احد عناصر الإذاعة الرئيسة، تمتلك الإذاعة برجاً بارتفاع (٣٢) متر، ومرسلة ايطالية تقدر ب (٤ آلاف) كيلوواط وتحتوي على أستوديو واحد مجهز بكافة المستلزمات الالكترونية مرتبطاً بغرفة مراقبة عن طريق ميكروفون للتخاطب مع المذيع^(٢٧)، علماً أن هناك عدد من الإذاعات المحلية في المحافظة هي (إذاعة بلد ونور بلد) في قضاء بلد و (إذاعة سامراء) في قضاء سامراء.

جدول رقم (١) الخطة البرمجية اليومية لإذاعة القيثارة تكريت FM

ت	أسم البرنامج	وقت البث	مدة البث	معلومات عن البرنامج
١	صباح الخير صلاح الدين	٩ صباحا	ساعة	برنامج يتناول هموم ومشاكل المواطنين السكان المحليين والنازحين على حد سواء، يتم متابعة شكاوهم مع المؤسسات الحكومية في المحافظة
٢	فترة ترفيهية	١٠ صباحا	نصف ساعة	تتضمن أغاني خفيفة مختارة
٣	تقارير المراسلين	١٠/٣٠ صباحا	نصف ساعة	يتناول الأخبار لبعض الاقضية والنواحي ومتابعة النشاطات التنموية والاجتماعية فيها فضلا عن أخبار النازحين
٤	برنامج ديني	١١ صباحا	ثلاث أرباع الساعة	يقدم قصص الأنبياء حيث تم التنسيق مع إذاعة النيل صوت مصر لبث هذا البرنامج من قبل كلا الإذاعتين فضلا عن القصص الواردة في القرآن الكريم
٥	فترة ترفيهية	١١/٤٥ صباحا	ربع ساعة	أغاني وإعلانات
٦	الفترة الدينية	١٢ ظهرا	ساعتان	يتضمن آذان الظهر مع أدعية دينية ومحاضرات مسجلة للدكتور محمد راتب النابلسي
٧	فترة ترفيهية	الثانية ظهرا	ثلاث أرباع الساعة	أغاني قديمة لفنانين مصريين وعراقيين
٨	فترة إعلانات	٢/٤٥ ظهرا	ربع ساعة	إعلانات
٩	تقارير المراسلين	٣ ظهرا	نصف ساعة	إعادة التقارير التي وردت في الفقرة (٣) من نفس الجدول
١٠	فترة استراحة	٣/٣٠ ظهرا	ربع ساعة	أغاني كلاسيكية
١١	فترة إعلانات	٣/٤٥ عصرا	ربع ساعة	
١٢	فترة برامج الأطفال	٤ مساء	ثلاث أرباع الساعة	يقدم قصص مع الأغاني في مجال الأطفال
١٣	موجز للإخبار			تقدم الإذاعة موجز للإخبار في بداية كل ساعة تتضمن الإخبار المحلية للمحافظة وبعض الإخبار الوطنية



الجدول رقم (٢) البرامج الأسبوعية لإذاعة القيثارة تكرت FM

ت	أسم البرنامج	موعد البرنامج	تفاصيل البرنامج
١	شلونكم شباب	الأحد	يختص بشريحة الشباب، يتضمن أقوال / حكم / طرح أسئلة والحديث عن الثقافة الاجتماعية / حوار مباشر مع المستمعين
٢	واحة المسابقات	الاثنين	برنامج ترفيهي يقدم أسئلة وأغاني مع تخصيص جوائز للفائزين
٣	نقطة ضوء	الثلاثاء	برنامج سياسي لقاء مع احد المسؤولين في المحافظة أو مجلس المحافظة أو أحد ممثلي الأحزاب
٤	تكنولوجيا	الأربعاء	يقدم المعلومات الحديثة عن التطورات في المجالات الالكترونية والاتصالات والتصوير
٥	سيرة وذكريات	الأربعاء	يقدم سيرة ذاتية عن شخصيات عبر التاريخ التي لها مواقف على المستوى الوطني والدولي
٦	الصحة	الخميس	يقدم الإرشادات الصحية وكيفية معالجة بعض الأمراض فضلاً عن الحديث عن طب الأعشاب

المبحث الرابع إجراءات البحث

التمهيد

يستعرض هذا المبحث الإجراءات والخطوات الإجرائية التي سيتم من خلالها الإجابة على تساؤلات مشكلة البحث، وذلك من خلال تحديد مجتمع وعينة البحث بالإضافة إلى أدوات البحث وعرض نتائجه حول دور الإذاعة المحلية (قيثارة تكريت) في تنمية الوعي الثقافي لدى الشباب الجامعي في مجال اتخاذ القرارات

منهج البحث

يعتمد البحث على المنهج المسحي، تتكون عينة البحث من عينة عمدية من طلبة قسم الإعلام المرحلة المنتهية للدراستين الصباحية والمسائية في كلية الآداب بجامعة تكريت للعام الدراسي ٢٠١٦ - ٢٠١٧ م، اختارها الباحث طبقاً لما يراه من سمات وخصائص تتوفر في أفراد العينة بما يخدم أهداف البحث، تتكون عينة البحث من (١٠٠) مفردة، وخضعت استمارة الاستبيان للتحكيم من قبل مجموعة من أساتذة قسم الإعلام في كلية الآداب بجامعة تكريت*.

* أ.د سعد سلمان المشهداني، أ.د سلام خطاب أسعد، أ.د فريد صالح فياض، أ.م.د يوسف حسن محمود.

أولاً: خصائص العينة من طلبة قسم الإعلام

١- النوع

جدول رقم (١) توزيع عينة البحث حسب الجنس ونسبهم المئوية

ت	الجنس	التكرار	النسبة المئوية
١	الذكر	٧٥	٪٧٥
٢	الأنثى	٢٥	٪٢٥
٣	المجموع	١٠٠	٪١٠٠

يبين الجدول رقم (١) أعلاه مجموع العينة حيث جاءت بالمرتبة الأولى جنس الذكور بتكرارات (٧٥) وبنسبة (٪٧٥) أما جنس الإناث الذي حصل على تكرارات (٢٥) ونسبة (٪٢٥) وجاء بالمرتبة الثانية •

٢- العمر

جدول رقم (٢) توزيع عينة البحث حسب متغير الفئات العمرية ونسبتهم المئوية

ت	الفئات العمرية	التكرار	النسبة المئوية
١	فئة (٢١ - ٢٥) سنة	٦٨	٪٦٨
٢	فئة (٢٦ - ٣٠) سنة	٢٠	٪٢٠
٣	فئة (٣١ - فما فوق) سنة	١٢	٪١٢
٤	المجموع	١٠٠	٪١٠٠

يبين الجدول رقم (٢) أعلاه أن الفئة (٢١ / ٢٥) حصلت على أعلى تكرار (٦٨) وبنسبة (٪٦٨)، في حين جاءت بالمرتبة الثانية فئة (٢٦ / ٣٠) بتكرارات (٢٠) وبنسبة (٪٢٠)، وجاءت بالمرتبة الثالثة فئة (٣١ فما فوق) بتكرارات (١٢) ونسبة (٪١٢) لكلا الجنسين.

ثانيا : نتائج إجابات المبحوثين حول إذاعة القيثارة تكرير

جدول رقم (٣) يبين شدة استماع المبحوثين لإذاعة القيثارة تكرير FM ونسبتهم المئوية

ت	الجنس المتغير	ذكور + إناث		الذكور		الإناث	
		التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية
١	دائما	٧٨	٪٧٨	٦٥	٪٨٦ / ٦	١٣	٪٥٢
٢	أحيانا	١٥	٪١٥	٧	٪٩ / ٣٣	٨	٪٣٢
٣	نادرا	٥	٪٥	٣	٪٢ / ٦٦	٢	٪٨
٤	لا أستمع	٢	٪٢	—	—	٢	٪٨
٥	المجموع	١٠٠	٪١٠٠	٧٥	٪١٠٠	٢٥	٪١٠٠

يبين الجدول رقم (٣) أعلاه وحسب إجابة المبحوثين أن الفئة (دائما) حصلت على تكرارات (٧٨) وبنسبة (٪٧٨) لكلا الجنسين ن وكانت نسبة الذكور (٪٨٦ / ٦) و(٪٥٢) للإناث، فيما جاءت الفئة (أحيانا) بالمرتبة الثانية وبنسبة (٪٩ / ٣٣) للذكور و(٪٣٢) للإناث، أما الفئة (نادرا) فقد وردت بالمرتبة الثالثة وبنسبة (٪٢ / ٦٦) للذكور و(٪٨) للإناث، أما الفئة (لا أستمع) فقد كانت بالمرتبة الأخيرة وبنسبة (٪٨) للإناث فقط .

جدول رقم (٤) يبين المكان الذي يفضل به أفراد العينة للاستماع لإذاعة القيثارة تكريت FM ونسبتهم المئوية

ت	الجنس المتغير	ذكور + إناث		الذكور		الإناث	
		التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية
١	الأقسام الداخلية	٦٨	٦٩ / ٣٨	٥٣	٧٧ / ٧٠	١٥	٢١ / ٦٥
٢	الجامعة	١٥	٣٠ / ١٥	٩	١٢	٦	٢١ / ٢٦
٣	السيارة	١٠	٢٠ / ١٠	١٠	٣٣ / ١٣	—	—
٤	البيت	٥	١٠ / ٥	٣	٤	٢	٦٩ / ٨
٥	المجموع	٩٨	١٠٠	٧٥	١٠٠	٢٣	١٠٠

يبين الجدول (٤) أن النسبة العالية من المبحوثين يستمعون للإذاعة داخل الأقسام الداخلية بنسبة (٦٩ / ٣٨) للذكور ، (٢١ / ٦٥) للإناث، وجاءت بالمرتبة الثانية فئة الجامعة بنسبة (١٢) للذكور و(٢٦م٢١) للإناث، وفي المرتبة الثالثة جاءت الفئة السيارة بنسبة (٣٣ / ١٣) للذكور فقط في حين جاءت بالمرتبة الأخيرة فئة البيت بنسبة (٤) للذكور و(٦٩ / ٨) للإناث.

جدول رقم (٥) الوسيلة التي يستخدمها العينة للاستماع لإذاعة القيثارة تكريت FM ونسبتهم المئوية

ت	الجنس المتغير	ذكور + إناث		الذكور		الإناث	
		التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية
١	راديو الانترنت	٦٨	٦٩ / ٣٨	٥٢	٦٩ / ٣	١٦	٥ / ٦٩
٢	راديو التلفزيون	١٥	٣٠ / ١٥	١٠	٣ / ١٣	٥	٧ / ٢١
٣	راديو السيارة	١٠	٢٠ / ١٠	١٠	٣ / ١٣	—	—
٤	راديو البيت	٥	١٠ / ٥	٣	٤	٢	٦ / ٨
٥	المجموع	٩٨	١٠٠	٧٥	١٠٠	٢٣	١٠٠

يبين الجدول رقم (٥) أعلاه أن فئة (راديو الانترنت) جاءت بالمقدمة وحصلت على تكرارات (٦٨) ونسبة (٣/٦٩٪) للذكور و(٥/٦٩٪) للإناث، أما فئة (راديو التلفزيون) فقد حصل على المرتبة الثانية بتكرارات (١٥) ونسبة (٣/١٣٪) للذكور و(٧/٢١٪) للإناث، أما فئة راديو السيارة فقد حصلت على (١٠) تكرارات ونسبة (٣/١٣٪) للذكور فقط، أما فئة (راديو البيت) فقد حصل على (٥) تكرارات ونسبة (٤/٨٪) للذكور و(٦/٨٪) للإناث .

جدول رقم (٦) يوضح فترات الاستماع المفضلة بالنسبة للمبحوثين ونسبتهم المئوية

ت	الجنس المتغير	ذكور + إناث		الذكور		الإناث	
		التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية
١	الفترة المسائية	٥٣	٥٤/٠٨٪	٤٢	٥٣/٣٪	١٣	٥٦/٥٢٪
٢	فترة الظهيرة	٣٠	٣٠/٦١٪	٢٥	٣٣/٣٪	٥	٢١/٧٣٪
٣	الفترة الصباحية	١٥	١٥/٣٠٪	١٠	١٣/٣٪	٥	٢١/٧٣٪
٤	طوال البث	_____	_____	_____	_____	_____	_____
٥	المجموع	٩٨	١٠٠٪	٧٥	١٠٠٪	٢٣	١٠٠٪

يبين الجدول (٦) أعلاه أن النسبة العالية هي الفترة المسائية حيث حصلت على تكرارات (٥٣) بنسبة (٣/٥٣٪) للذكور و(٥٦/٥٢٪) للإناث، بينما فترة الظهيرة فقد حصلت على تكرارات (٣٠) بنسبة (٣/٣٣٪) للذكور و(٢١/٧٣٪) للإناث، أما الفترة الصباحية فقد حصلت على تكرارات (١٥) بنسبة (٣/١٣٪) للذكور و(٢١/٧٣٪) للإناث، فيما لا تحصل الفترة (طوال الاستماع) على أي نسبة من كلا الجنسين .

جدول رقم (٧) يوضح معدل ساعات الاستماع المنتظمة للمبشرين لإذاعة القيثارة تكريت FM ونسبتهم المئوية

ت	الجنس المتغير	ذكور + إناث		الذكور		الإناث	
		التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية
١	١ — ٢ ساعة	٤٧	٧٠ / ٤٧ %	٣٢	٦ / ٤٢ %	١٥	٢١ / ٦٥ %
٢	٢ — ٣ ساعة	٢٥	٥١ / ٢٥ %	٢٠	٦ / ٢٦ %	٥	٧٣ / ٢١ %
٣	٣ — ٤ ساعة	٢٠	٤٠ / ٢٠ %	١٨	٢٤ / ٢٤ %	٢	٦٩ / ٨ %
٤	٤ — ٥ ساعة	٦	١٢ / ٦ %	٥	٦ / ٦ %	١	٣٤ / ٤ %
٥	المجموع	٩٨	١٠٠ / ١٠٠ %	٧٥	١٠٠ / ١٠٠ %	٢٣	١٠٠ / ١٠٠ %

يبين الجدول رقم (٧) أعلاه أن مدة الاستماع (١ — ٢) ساعة حصلت (٤٧) تكرارا ونسبة (٦ / ٤٢ %). للذكور و (٢١ / ٦٥ %) للإناث، بينما حصلت المدة (٢ — ٣) ساعة على (٢٥) تكرارا ونسبة (٦ / ٢٦ %). للذكور و (٧٣ / ٢١ %) للإناث، أما المدة (٣ — ٤) فقد حصلت على (٢٠) تكرارا ونسبة (٢٤ / ٢٤ %) للذكور و (٦٩ / ٨ %) للإناث، أما المدة (٤ — ٥) فقد حصلت على (٦) تكرارا ونسبة (٦ / ٦ %) للذكور و (٣٤ / ٤ %) للإناث.

جدول رقم (٨) يوضح أنواع البرامج التي يفضلها أفراد العينة الاستماع إليها ونسبهم المئوية

ت	الجنس المتغير	ذكور + إناث		الذكور		الإناث	
		التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية
١	السياسية	٣٠	٦١ / ٣٠٪	٢٥	٣٣ / ٣٣٪	٥	٧٣ / ٢١٪
٢	الاجتماعية	٢٥	٥١ / ٢٥٪	١٥	٢٠٪	١٠	٤٧ / ٤٣٪
٣	الثقافية	١٣	٢٦ / ١٣٪	٩	١٢٪	٤	٣٩ / ١٧٪
٤	الرياضية	١٠	٢٠ / ١٠٪	١٠	١٣ / ١٣٪	—	—
٥	الترفيهية	١٠	٢٠ / ١٠٪	٩	١٢٪	١	٣٤ / ٤٪
٦	الصحية	٥	١٠ / ٥٪	٢	٦٦ / ٢٪	٣	٠٤ / ١٣٪
٧	الدينية	٥	١٠ / ٥٪	٥	٦٦ / ٦٪	—	—
٨	المجموع	٩٨	١٠٠٪	٧٥	١٠٠٪	٢٣	١٠٠٪

يتبين من الدلالات الإحصائية في الجدول رقم (٨) أعلاه أن النسبة (٣٣ / ٣٣٪) من الذكور و(٧٣ / ٢١٪) من الإناث يفضلون الاستماع إلى البرامج السياسية التي جاءت بالمرتبة الأولى، (٣٠) تكراراً، بينما جاءت فئة الاجتماعية في المرتبة الثانية ب(٢٥) تكراراً ونسبة (٢٠٪) للذكور و(٤٣ / ٤٧٪) للإناث،، أما فئة الثقافية فقد حصلت على (١٣) تكراراً ونسبة (١٢٪) للذكور و(٣٩ / ١٧٪) للإناث، وجاءت بالمرتبة الرابعة فئة الرياضية ب(١٠) تكراراً ونسبة (١٢٪) للذكور فقط، أما فئة الترفيهية التي وردت بالمرتبة الخامسة حصلت على (١٠) تكراراً ونسبة (١٢٪) للذكور و(٣٤ / ٤٪) للإناث، في حصلت الفئتين الصحية والدينية على (٥) تكراراً فقد حصلت الصحية على نسبة (٢ / ٦٦٪) للذكور و(٠٤ / ١٣٪) للإناث أما الدينية فقد حصلت على نسبة (٦ / ٦٦٪) للذكور فقط.

جدول رقم (٩) يبين الاشباعات التي يسعى لتحقيقها أفراد العينة عند الاستماع لإذاعة القيثارة تكريت FM ونسبتهم المئوية

ت	الجنس المتغير	ذكور + إناث		الذكور		الإناث	
		التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية
١	تنوير الرأي العام	٤٠	٪٤٠ / ٨١	٣٠	٪٤٠	١٠	٪٤٣ / ٤٧
٢	تنمية الوعي الاجتماعي	٢٥	٪٢٥ / ٥١	٢٠	٪٢٦ / ٦	٥	٪٢١ / ٧٣
٣	ثقافة	٢٠	٪٢٠ / ٤٠	١٥	٪٢٠	٥	٪٢١ / ٧٣
٤	ترفيه	١٣	٪١٣ / ٢٦	١٠	٪١٣ / ٣	٣	١٣ / ٠٤
٥	المجموع	٩٨	٪١٠٠	٧٥	٪١٠٠	٢٣	٪١٠٠

تبين الدلالات الإحصائية في الجدول رقم (٩) أعلاه أن فئة (تنوير الرأي العام) حصلت على (٤٠) تكرارا ونسبة (٪٤٠) للذكور و(٪٤٣ / ٤٧) للإناث، فيما جاءت بالمرتبة الثانية فئة (تنمية الوعي الاجتماعي) ب(٢٥) تكرارا ونسبة (٪٢٦ / ٦) للذكور و(٪٢١ / ٧٣) للإناث، أما فئة (الثقافة) فقد حصلت على (٢٠) تكرارا ونسبة (٪٢٠) للذكور و(٪٢١ / ٧٣) للإناث، وأخيرا حصلت فئة (ترفيه) التي جاءت بالمرتبة الأخيرة على (١٣) تكرار ونسبة (٪١٣ / ٣) و(٪١٣ / ٠٤) للإناث.

جدول رقم (١٠) شدة تفاعل عينة البحث مع البرامج الإذاعية

ت	الجنس المتغير	ذكور + إناث		الذكور		الإناث	
		التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية
١	دائما	٥٠	٪٥١ / ٠٢	٤٠	٪٥٣ / ٣٣	١٠	٪٤٣ / ٤٧
٢	أحيانا	٣٥	٪٣٥ / ٧١	٢٨	٪٣٧ / ٣٣	٧	٪٣٠ / ٤٣
٣	نادرا	١٣	٪١٣ / ٢٦	٧	٪٩ / ٣٣	٦	٪٢٦ / ٠٨
٤	المجموع	٩٨	٪١٠٠	٧٥	٪١٠٠	٢٣	٪١٠٠

تبين الدلالات الإحصائية في الجدول (١٠) أعلاه أن الفئة (دائما) على (٥٠) تكرارا ونسبة (٣٣/ ٥٣٪) للذكور و(٤٧/ ٤٣٪) للإناث، وحصلت فئة (أحيانا) على (٣٥) تكرار ونسبة (٣٣/ ٣٧٪) للذكور و(٤٣/ ٣٠٪) للإناث، أما فئة (نادرا) فقد حصلت على (١٣) تكرارا ونسبة (٣٣/ ٩٪) للذكور و(٢٨/ ٠٨٪) للإناث .

جدول رقم (١١) شدة تأثير برامج إذاعة القيثارة تكرير FM في حياة عينة البحث ونسبتهم المئوية

ت	الجنس المتغير	ذكور + إناث		الذكور		الإناث	
		التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية
١	نعم	٦٦	٦٦/ ٦٦٪	٥٠	٦٦/ ٦٦٪	١٦	٦٩/ ٥٦٪
٢	أحيانا	٣٢	٤٢/ ٦٦٪	٢٥	٣٣/ ٣٣٪	٧	٣٠/ ٤٣٪
٣	لا	—	—	—	—	—	—
٤	المجموع	٩٨	١٠٠٪	٧٥	١٠٠٪	٢٣	١٠٠٪

تبين الدلالات الإحصائية في الجدول (١١) أعلاه أن فئة (نعم) حصلت على (٦٦) تكرارا ونسبة (٦٦/ ٦٦٪) للذكور و(٦٩/ ٥٦٪) للإناث، في حين حصلت فئة (أحيانا) على (٣٢) تكرارا ونسبة (٣٣/ ٣٣٪) للذكور و(٤٣/ ٣٠٪) للإناث، أما فئة (لا) فلم تحصل على أي نسبة من كلا الجنسين .

جدول رقم (١٢) مدى تعرض برامج الإذاعة للمشاكل المحلية التي يعانيها المجتمع المحلي ونسبتهم المئوية

ت	الجنس المتغير	ذكور + إناث		الذكور		الإناث	
		التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية
١	نعم	٩٠	٩١/ ٨٣٪	٧٠	٩٣/ ٣٣٪	٢٠	٨٦/ ٩٥٪
٢	أحيانا	٨	٨/ ١٦٪	٥	٦/ ٦٦٪	٣	١٣/ ٠٤٪
٣	لا	—	—	—	—	—	—
٤	المجموع	٩٨	١٠٠٪	٧٥	١٠٠٪	٢٣	١٠٠٪

تبين الدلالات الإحصائية في الجدول رقم (١٢) أعلاه أن الفئة (نعم) قد حصلت على (٩٠) تكرارا وبنسبة (٩٣/٣٣٪) للذكور و(٨٦/٩٥٪) للإناث، جاءت بالمرتبة الثانية الفئة (أحيانا) وحصلت على (٨) تكرارا وبنسبة (٦/٦٦٪) للذكور و(١٣/٠٤٪) للإناث في حين لم تحصل الفئة (لا) على أي نسبة تذكر من كلا الجنسين .

جدول رقم (١٣) يوضح الفئات التي تناقشها عينة البحث في محتوى البرامج الإذاعية ونسبتهم المئوية

ت	الجنس المتغير	ذكور + إناث		الذكور		الإناث	
		التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية
١	الأصدقاء	٧٠	٧١/٤٢٪	٥٥	٧٣/٣٣٪	١٥	٦٥/٢١٪
٢	العائلة	٢٨	٢٨/٥١٪	٢٠	٢٦/٦٦٪	٨	٣٤/٧٨٪
٣	المجموع	٩٨	١٠٠٪	٧٥	١٠٠٪	٢٣	١٠٠٪

تبين الدلالات الإحصائية في الجدول (١٣) أعلاه حصول فئة (الأصدقاء) على (٧٠) تكرارا وبنسبة (٧٣/٣٣٪) للذكور و(٦٥/٢١٪) للإناث، فيما جاءت بالمرتبة الثانية فئة (العائلة) حيث حصلت على (٢٨) تكرارا وبنسبة (٢٦/٦٦٪) للذكور و(٣٤/٧٨٪) للإناث .

جدول رقم (١٤) يوضح مدى إشباع البرامج الإذاعية لرغبات عينة البحث ونسبتهم المئوية

ت	الجنس المتغير	ذكور + إناث		الذكور		الإناث	
		التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية
١	نعم	٧٠	٧١/٤٢٪	٥٥	٧٣/٣٪	١٥	٦٥/٢١٪
٢	نوع ما	٢٠	٢٠/٤٠٪	١٥	٢٠٪	٥	٢١/٧٣٪
٣	لا	٨	٨/١٦٪	٥	٦/٦٦٪	٣	١٣/٠٤٪
٤	المجموع	٩٨	١٠٠٪	٧٥	١٠٠٪	٢٣	١٠٠٪

تبين الدلالات الإحصائية في الجدول رقم (١٥) أعلاه أن فئة (نعم) وحصلت على (٧٠) تكرارا وبنسبة (٧٣/٣) (%) للذكور و(٢١/٦٥) (%) للإناث، وجاءت بالمرتبة الثانية فئة (نوع ما) وحصلت على (٢٠) تكرارا وبنسبة (٢٠/٢٠) (%) للذكور و(٧٣/٢١) (%) للإناث ن في حين جاءت بالمرتبة الأخيرة فئة (لا) فقد حصلت على (٨) تكرارا وبنسبة (٦٦/٦) (%) للذكور و(١٣/٠٤) (%) للإناث .

جدول رقم (١٥) يوضح مدى مساعدة برامج الإذاعة للمبحوثين على اتخاذ القرارات إزاء القضايا المهمة ونسبتهم المئوية

ت	الجنس المتغير	ذكور + إناث		الذكور		الإناث	
		التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية
١	نعم	٧٥	٥٣/٧٦	٦٠	٨٠	١٥	٢١/٦٥
٢	نوع ما	١٥	٣٠/١٥	١٠	٣٣/١٣	٥	٧٣/٢١
٣	لا	٨	١٦/٨	٥	٦٦/٦	٣	١٣/٠٤
٤	المجموع	٩٨	١٠٠	٧٥	١٠٠	٢٣	١٠٠

تبين الدلالات الإحصائية في الجدول رقم (١٥) أعلاه أن فئة (نعم) قد حصلت على (٧٥) تكرارا وبنسبة (٨٠/٨٠) (%) للذكور و(٢١/٦٥) (%) للإناث، وجاءت بالمرتبة الثانية فئة (نوع ما) ب(١٥) تكرارا وبنسبة (٣٣/١٣) (%) للذكور و(٧٣/٢١) (%) للإناث أما الفئة (لا) فقد جاءت بالمرتبة الأخيرة ب(٨) تكرارا وبنسبة (٦٦/٦) (%) للذكور و(١٣/٠٤) (%) للإناث .

جدول (١٦) يوضح رأي أفراد العينة بالنصائح والإرشادات المقدمة إليهم من إذاعة القيثارة تكريت

FM ونسبتهم المئوية

ت	الجنس المتغير	ذكور + إناث		الذكور		الإناث	
		التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية
١	نعم	٧٥	٥٣/٧٦	٥٥	٣٣/٧٣	١٠	٤٧/٤٣
٢	نوع ما	١٥	٣٠/١٥	١١	٦٦/١٤	٩	١٣/٣٩
٣	لا	٨	١٦/٨	٩	١٢	٤	٣٩/١٧
٤	المجموع	٩٨	١٠٠	٧٥	١٠٠	٢٣	١٠٠



تبين الدلالات الإحصائية في الجدول رقم (١٦) أن الفئة (نعم) قد حصلت على (٧٥) تكرارا من إجابة المبحوثين ونسبة (٣٣ / ٧٣٪) للذكور و(٤٧ / ٤٣٪) للإناث، وجاءت بالمرتبة الثانية الفئة (نوع ما) حصلت على (١٥) تكرار ونسبة (٦٦ / ١٤٪) للذكور و(١٣ / ٣٩٪) للإناث، أما الفئة (لا) فقد حصلت على (٨) تكرارا من المجموع الكلي ونسبة (١٢٪) للذكور و(٣٩ / ١٧٪) للإناث.

خاتمة واستنتاجات

هدفت الدراسة إلى التعريف على دور الإذاعات المحلية العراقية (إذاعة القيثارة تكرير FM أنموذجا) في تنمية الوعي الثقافي للشباب الجامعي بالتطبيق على عينة عمدية من طلبة قسم الإعلام في كلية الآداب بجامعة تكريت وقد توصلت نتائج الدراسة الميدانية إلى مايلي :-

١. كشفت الدراسة أن أغلب عينة البحث البالغ عددهم (٩٨) من مجموع (١٠٠) مفردة يستمعون للإذاعة القيثارة تكرير FM ونسبة (٧٨٪) لكلا الجنسين، وأن نسبة (٧٠٪) من كلا الجنسين يستمعون إليها في الأقسام الداخلية عن طريق راديو الانترنت الذي حصل على نسبة (٦٩٪) من أجابه المبحوثين، وإن أفضل الفترات للاستماع هي فترتي المسائية التي حصلت على نسبة (٥٤ / ٠٨٪) والظهرية التي حصلت على نسبة (٣٠ / ٦١٪) ولمدة زمنية تتراوح مما بين (١—٤) ساعة كان أغلبها من (١—٢) ساعة التي حصلت على نسبة (٤٧ / ٧٠٪) وهذا يوضح أن الطلبة يكون لديهم وقت استراحة في الأقسام الداخلية يمكن استخدام راديو الانترنت خلال الفترات التي تم ذكرها أعلاه .

٢. بينت الدراسة أن عينة البحث يفضلون الاستماع للبرامج السياسية التي حصلت على نسبة (٣٠ / ٦١٪) والاجتماعية التي حصلت على نسبة (٥١٢ / ٢٥٪) تليها الثقافية بنسبة (١٣ / ٢٦٪) والسبب يعود في ذلك يعود بالدرجة الأولى إلى تنوير الرأي العام الذي حصل على نسبة (٨١ / ٤٠٪) ومن ثم الوعي الاجتماعي الذي حصل على نسبة (٥١ / ٢٥٪) ومن ثم الثقافية بنسبة (٤٠ / ٢٠٪) فضلا عن الترفيهية التي حصلت على نسبة (١٣ / ٢٦٪) من كلا الجنسين، وقد أوضحت الدلالات الإحصائية أن هناك تفاعل دائم مع البرامج الإذاعية بنسبة (٥١ / ٠٢) وإن تلك البرامج لها تأثير على المتلقي بنسبة (٦٦ / ٦٦٪)، هذه الأجوبة توضح مدى قرب الإذاعة وبرامجها اليومية والأسبوعية من أفكار المجتمع وهمومه .

٣. أوضحت نتائج الدراسة أن نسبة (٨٣ / ٩١٪) من إجابة عينة البحث أن الإذاعة إذاعة القيثارة تكرير FM ومن خلال برامجها تعرض هموم ومشاكل المجتمع المحلي، وأن تلك المشاكل يتم مناقشتها بين الأصدقاء التي حصلت على نسبة (٧١ / ٤٢٪) مما يؤدي إلى زيادة الوعي لدى المتلقين من خلال تعرضهم ومناقشتهم لتلك الطروحات التي بدورها تشبع رغباته بنسبة (٧١ / ٤٢٪) مما يساعد على تمكين الشباب الجامعي أن يحكم على أية مشكلة ويتخذ القرار الصائب بصدد ما جاء بأجوبة عينة البحث بنسبة (٧٦ / ٥٣٪) فضلا عن الأخذ بالنصائح والإرشادات التي تقدمها الإذاعة من خلال برامجها بنسبة (٧٦ / ٥٣٪) لكلا الجنسين .



الاستنتاجات

١. أن الإذاعة القيثارة تكرت FM هي الوسيلة الوحيدة في مركز المحافظة تكرت كإذاعة محلية •
٢. البرامج التي تبثها تحاكي الواقع اليومي المجتمعي في المحافظة من هموم وأزمات تواجه أبناء المجتمع
٣. التفاعل الموجود ما بين الجمهور وبرامج الإذاعة يعود إلى تفهم الإذاعة وكادرها للرغبات والمعرفة والإدراك التي يبحث عنها المجتمع المحلي ومن ضمنهم الطلبة •

استشارة الاستبيان

- ٠١ الجنس () ()
- ٠٢ العمر (٢١ - ٢٥) (٢٦ - ٣٠) (٣١ - فما فوق)
- ٠٣ هل تستمع للإذاعة القيثارة تكرت (يستمع) (أحيانا) (لا أستمع) ؟
- ٠٤ أين يمكنك الاستماع للإذاعة (البيت) (الأقسام الداخلية) (الجامعة) (السيارة) ؟
- ٠٥ ماهي الوسيلة التي من خلالها تستمع للإذاعة (راديو البيت) (راديو التلفزيون) (راديو الانترنت) (راديو السيارة) ؟
- ٠٦ ماهي الفترات المفضلة لديك للاستماع للإذاعة (طول البث) (الصباحية) (الظهرية) (المسائية) ؟
- ٠٧ تستمع للإذاعة بمعدل () ساعة
- ٠٨ ماهي أهم البرامج التي تستمع إليها (الاجتماعية) (السياسية) (الصحية) (الرياضية) (الثقافية) (ترفيهية) (دينية) ؟
- ٠٩ ماهو الهدف الأساسي من الاستماع للإذاعة (تنوير الرأي العام) (تنمية الوعي الاجتماعي) (ثقافة) (ترفيه) ؟
- ٠١٠ مامدى تفاعل مع البرامج التي تبثها الإذاعة (دائما) (أحيانا) (نادرا) ؟
- ٠١١ هل تؤثر البرامج الإذاعية في حياة الطالب (نعم) (أحيانا) (لا) ؟
- ٠١٢ هل تتعرض البرامج الإذاعية للمشاكل المتعلقة بالمنطقة (نعم) (أحيانا) (لا) ؟
- ٠١٣ من الجهة التي تناقش معها البرامج الإذاعية بعد الاستماع لها (الأصدقاء) (العائلة) ؟
- ٠١٤ هل البرامج الإذاعية تساعد على إشباع رغباتك (نعم) (نوع ما) (لا) ؟
- ٠١٥ هل تساعدك البرامج الإذاعية على اتخاذ القرار (نعم) (نوع ما) (لا) ؟
- ٠١٦ هل يؤخذ بالنصائح المقدمة من الإذاعة (نعم) (أحيانا) (لا) ؟

مصادر البحث

١. إبراهيم إمام، الإعلام الإذاعي والتلفزيوني، دار الفكر العربي، القاهرة، ط ٢، ١٩٨٥.
٢. إبراهيم عبد الله المسلمي، مدخل إلى الراديو والتلفزيون العربي للنشر والتوزيع، القاهرة، ١٩٩٩.
٣. أحمد بدير، أصول البحث العلمي ومناهجه، ط ٩، وكالة المطبوعات، الكويت، ١٩٨٤.
٤. أديب خضور، الإعلام المتخصص، المكتبة الإعلامية، دمشق، ط ١، ٢٠٠٥.
٥. إسماعيل سليمان أبو جلال، الإذاعة ودورها في الوعي الأمن، دار أسامة للنشر، الأردن، ٢٠١١.
٦. بسام عبد الرحمن مشاقيه، البحث الإعلامي وتحليل الخطاب، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، ٢٠١٠.
٧. فرج محمد سعيد، البناء الاجتماعي والشخصية، الإسكندرية، دار المعرفة الجامعية، ١٩٨٩.
٨. سعد سلمان المشهداني، مناهج البحث الإعلامي، دار الكتاب الجامعي، الإمارات العربية المتحدة، ٢٠١٧.
٩. سهيل إدريس، عبد النور جبور، المنهل، دار الآداب، بيروت، ط ١، ١٩٨٣.
١٠. طارق الشاري، الإعلام الإذاعي، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن، ٢٠١٠.
١١. طالب عبد الحسين، صناعة الإعلام الإذاعي والتلفزيوني المقومات الفنية والمهنية لرجل الاعلام، مطبعة دار النفائس، عمان، ط ١، ٢٠١١.
١٢. طه عبد العاطي نجم، الاتصال الجماهيري في المجتمع العربي الحديث، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، ٢٠٠٩.
١٣. عبد المجيد شكري، الإذاعات المحلية لغة العصر، دار الفكر العربي، القاهرة، ط ١، ١٩٨٧.
١٤. عزام أبو الحام، الإعلام الثقافي جدليات وتحديات، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن، ٢٠١٠.
١٥. كرم شلبي، فن الكتابة للراديو والتلفزيون، دار ومكتبة الهلال، بيروت، ٢٠٠٨.
١٦. كرم شلبي، معجم المصطلحات الإعلامية، دار الشروق للطباعة والنشر، القاهرة، ١٩٨٩.
١٧. مجدي وهبي، رزاق غالي، معجم العبارات السياسية الحديثة، انكليزي / فرنسي / عربي، مكتبة لبنان، بيروت، ط ١، ١٩٧٨.
١٨. محمد عبد الحميد، البحث العلمي في الدراسات العلمية، عالم الكتاب، القاهرة، ط ٥، ٢٠١٥.
١٩. محمد محمود مصطفى، الإعلام الفعال تجارب محلية ودولية، دار الشروق للنشر والتوزيع، الاردن، ط ١، ٢٠٠٤.
٢٠. محمد منير حجاب، الموسوعة الإعلامية، المجلد الأول، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، ٢٠٠٣.

٢١. محمد نبيل طلب، الأشكال الإذاعية وسمات الإذاعي الناجح، مجلة فن الإذاعة، اتحاد الإذاعة والتلفزيون المصري / العدد / ١٨٣، ٢٠٠٦.
٢٢. منى سعيد الحديدي وآخرون، الإعلام والمجتمع، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، ٢٠٠٤.
٢٣. نوال محمد عمر، صناعة الخبر في الإذاعة والتلفزيون، دار الفكر العربي، القاهرة، ١٩٩٣.
٢٤. هادي نعمان إلهيتي، الاتصال الجماهيري في المنظور الجديد، الموسوعة الصغيرة، تسلسل ٤١٢، الشؤون الثقافية، بغداد، ١٩٩٨.
٢٥. هاني رضا، رامز عمار، الرأي العام والإعلام والدعاية، المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر والتوزيع، بيروت، ١٩٩٨، ص ١٠٢.
٢٦. يحيى مصطفى عليان، محمد عبد الباسط، وسائل الاتصال وتكنولوجيا الاتصال، دار الصفار للنشر والتوزيع، عمان، ١٩٩٩.
٢٧. يسرى خالد إبراهيم، فاطمة عبد الكاظم حمد، نظريات الاتصال، دار النهرين للتوزيع والنشر والإعلان، ٢٠١٠.

المصادر الأجنبية

30. Fredrick williams0 The new communication californiawads worth publishing
1984 p281

هوامش البحث

- (١) أحمد بدير، أصول البحث العلمي ومناهجه، ط ٩، القاهرة، المكتبة الأكاديمية، ١٩٩٤، ص ٨٥.
- (٢) محمد عبد الحميد، البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، ط ٥، القاهرة، عالم الكتب، ٢٠١٥، ص ١١٠.
- (٣) فرج محمد سعيد، البناء الاجتماعي والشخصية، الإسكندرية، دار المعرفة الجامعية، ١٩٨٩، ص ٤٣٦.
- (٤) إسماعيل سليمان أبو جلال، الإذاعة ودورها في الوعي الأمني، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن، ٢٠١١، ص ١٤٥.
- (٥) إبراهيم إمام، الإعلام الإذاعي والتلفزيوني، دار الفكر العربي، القاهرة، ط ٢، ١٩٨٥، ص ٢٥٦.
- (٦) كرم شلبي، معجم المصطلحات الإعلامية، القاهرة، دار الشروق للطباعة والنشر، ١٩٨٩، ص ٤٧١.
- (٧) طالب عبد الحسين (صناعة الإعلام الإذاعي والتلفزيوني والمقومات الفنية والمهنية لرجل الإعلام مطبعة دار النفائس، عمان، ٢٠١١، ط ١، ص ١٠٠.
- (٨) سعد سلمان المشهداني، مناهج البحث الإعلامي، دار الكتاب الجامعي، الإمارات العربية المتحدة، ٢٠١٧، ص ١٦٣.
- (٩) عبد الرحمن العربي، دراسات في نظريات الاتصال، سلسلة كتب المستقبل العربي (٢٨) بيروت، مركز دراسات الوحدة العربية، ط ١، ٢٠٠٣، ص ٦١٩.
- (10) Fredrick Willams, The new communication californi aWads worth publishing 1984
- (١١) يسرى خالد إبراهيم، فاطمة عبد الكاظم حمد، دار النهدين للتوزيع والنشر والإعلان والنشر، بغداد، ٢٠١٠، ص ١٢١.
- (١٢) كرم شلبي، معجم المصطلحات الإعلامية انكليزي عربي، دار الشروق، بيروت، ١٩٨٩، ص ٣٤٤.
- (١٣) عبد المجيد شكري، الإذاعات المحلية لغة العصر، دار الفكر العربي، القاهرة، ط ١، ١٩٨٧، ص ١١٣.
- (١٤) أديب خضور الإعلام المتخصص، المكتبة الإعلامية، دمشق، ط ١، ٢٠٠٥، ص ٧-٨.
- (١٥) محمد منير حجاب، الموسوعة الإعلامية، المجلد الأول، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، ٢٠٠٣، ص ٣٢٦.
- (١٦) هادي نعمان إلهيتي، الاتصال الجماهيري في المنظور الجديد، الموسوعة الصغيرة، تسلسل ٤١٢ الشؤون الثقافية، بغداد، ١٩٩٨، ص ٢٢.
- (١٧) نوال محمد عمر، فن صناعة الخبر في الإذاعة والتلفزيون، دار الفكر العربي، القاهرة، ١٩٩٣، ص ٢٦.
- (١٨) منى سعد الحديدي وآخرون، الإعلام والمجتمع الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، ط ١، ٢٠٠٤، ص ١٩٦.
- (١٩) إبراهيم عبد الله المسلمي، مدخل إلى الراديو والتلفزيون، العربي للنشر والتوزيع، القاهرة، ١٩٩٩، ص ٧٤.
- (٢٠) طارق الشاري، الإعلام الإذاعي، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن، ٢٠١٠، ص ١٨٠.
- (٢١) كرم شلبي، فن الكتابة للراديو التلفزيون، دار ومكتبة الهلال، بيروت، ٢٠٠٨، ص ١٥٦.
- (٢٢) يحيى مصطفى العيان، محمد عبد الباسط، وسائل الاتصال وتكنولوجيا التعليم، دار الصفار للنشر والتوزيع، عمان، ١٩٩٩، ص ٩.
- (٢٣) هاني رضا، رامي عمار، الرأي العام والإعلام والدعاية، المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر والتوزيع، بيروت، ١٩٩٨، ص ١٠٢.



- (٢٤) محمد نبيل طلب، الأشكال الإذاعية وسمات الإذاعي الناجع، مجلة فن الإذاعة، اتحاد الإذاعة والتلفزيون المصري، العدد ١٨٣، ٢٠٠٦، ص ٣٤-
- (٢٥) طه عبد العاطي نجم، الاتصال الجماهيري في المجتمع العربي الحديث، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، ٢٠٠٩، ص ٢١.
- (٢٦) لقاء مع مدير الإذاعة، شيبان فؤاد عبد الوهاب الالوسي في مبنى الإذاعة بتاريخ ٢٠/٤/٢٠١٧.
- (٢٧) من خلال الجولة التي قام الباحث داخل إذاعة القيثارة تكرت بتاريخ ٢٠/٤/٢٠١٧.