

"عادات الاستماع للراديو في عصر وسائل التواصل الاجتماعي من وجهة نظر الشباب الجامعي"

دراسة ميدانية للمدة من ٢٠٢٢/٣/١٥ لغاية ٢٠٢٢/٦/١٥

"Radio listening habits in the age of social media from the perspective of university youth" A field study for the period from 15/3/2022 to 15/6/2022

أ.م. د. يوسف محمد حسين

قسم الاعلام / كلية الآداب / الجامعة المستنصرية.

yousif Muhammed Hussain

Department of Media / College of Arts / Al-Mustansiriya University

Email: Dr.yousifalaloosh@gmail.com

المستخلص :

يعد الاستماع للراديو او المحطات الاذاعية واحد من ابرز الاشكاليات الحالية تتعرض لها وسيلة مهمة من وسائل الاعلام المتمثلة بالراديو في ظل التطورات التكنولوجية في مجال الاعلام الرقمي وظهور مواقع التواصل الاجتماعي وارتباط الجمهور بهذه المواقع لا سيما لدى شريحة الشباب ما ادى الى ضعف وتراجع عادات او مهارات الاستماع للراديو من قبل جمهور المستمعين , في وقت وسنوات سابقة كان الراديو الوسيلة المهمة للجمهور الى جانب التلفزيون في الحصول على الاخبار والمعلومات والتطورات على مختلف انحاء العالم , فضلا عن وظيفة الترفيه والامتناع التي كان يحققها الراديو للمستمعين .

ومن هنا جاءت هذه الدراسة العلمية لمعرفة وقياس عادات الاستماع للجمهور ولا سيما شريحة الشباب في الاستماع للراديو في ظل ظهور مواقع التواصل الاجتماعي وهل انه الجمهور مازال يستمع للمحطات الاذاعية ام لا في الوقت التي اصبحت مواقع او وسائل التواصل الاجتماعي تشغل الكثير من الجمهور بما تقدمه من مضامين سريعة واصبح المرسل والمتلقي يتبادلان الادوار وظهور ما يعرف بمصطلح (صحافة المواطن) .

وجاءت هذه الدراسة بثلاث مباحث , اذ شمل المبحث الاول (الاطار المنهجي) مشكلة البحث واهمية البحث واهداف البحث والمنهج العلمي المستخدم في هذه الدراسة وادواته , فضلا عن تحديد مجالات البحث ومجتمع البحث وعينته وصولا الى نتائج البحث , اما المبحث الثاني (الاطار النظري) والذي سيكون بأربعة محاور , الاول بتحديد نشأة وتطور الاذاعة في العالم وفي العراق , والمحور الثاني عن خصائص الاذاعة , اما المحاور الثالث سيكون عن وظائف الاذاعة, والمحور الرابع سيكون عن انواع الاذاعات .

اما المبحث الثالث من هذه الدراسة ستمثل (الاطار العملي / الميداني) وبمحورين , الاول عن اجراءات التحليل , والثاني تفريغ استمارة الاستبيان وشرح الجداول وتفسير الارقام , فضلا عن نتائج البحث واستنتاجاته وتوصيات البحث , وقائمة المصادر .

الكلمات المفتاحية : (الاستماع , الراديو , مواقع التواصل الاجتماعي , الشباب الجامعي , العادات)

Abstract:

Listening to the radio or radio stations is one of the most prominent current problems faced by an important means of the media represented by the radio in light of the technological developments in the field of digital media and the emergence of social networking sites and the public's connection to these sites, especially among the youth segment, which led to the weakness and decline of habits or behaviors of listening skills to the radio by the audience. In previous years, radio was the important means for the audience along with television in obtaining news, information and developments around the world, as well as the function of entertainment and enjoyment that the radio achieved for the listeners.

Hence this scientific study came to know and measure the listening habits of the public, especially the youth segment, in listening to the radio in light of the emergence of social networking sites. Quickly, the sender and receiver exchanged roles, and what was known as (citizen journalism) appeared.

This study comes in three sections, as the first topic included (the methodological framework) the research problem, the importance of the research, the objectives of the research and the scientific method used in this study and its tools, as well as defining the fields of research and the research community and its sample to reach the results of the research. As for the second topic (the theoretical framework), which will be in four axes, the first is to define the emergence and development of radio in the world and in Iraq, and the second axis is about the characteristics of radio, while the third axis will be about the functions of radio, and the fourth axis will be about the types of radio stations.

Keywords: (listening, radio, social networking sites, university youth, habits)

المبحث الاول : (الاطار المنهجي) ويشمل :

اولا : مشكلة البحث : هي موضوع يحيط به الغموض او انها ظاهرة تحتاج الى تفسير وهي وتتحدى تفكير الباحث والذي يتطلب ازالة الغموض وابرار الحقائق عن طريق جمع المعلومات والحقائق (نجم , ٢٠١٥ , ص ٤٤)

وتتلخص مشكلة البحث ان وسائل التواصل الاجتماعي لها تأثير على عادات الجمهور في الاستماع للراديو وتتمثل مشكلة البحث مجموعة من التساؤلات الفرعية وهي :

- ماهي عادات الاستماع التي يفضلها الشباب الجامعي .
- ماهي اسباب ودوافع الاستماع للشباب الجامعي للمحطات الاذاعية .
- ماهي انماط الاستماع للمحطات الاذاعية .
- ماهي اسباب عدم الاستماع لبعض الشباب الجامعي للراديو .

ثانيا : اهمية البحث : تتمثل اهمية البحث من اهمية الموضوع نفسه , فضلا عن ان اهمية البحث تعود الى رغبة الباحث لدراسة ومعرفة مدى استماع الجمهور للراديو او الاذاعات في ظل ظهور مواقع التواصل الاجتماعي

او ما يعرف باسم الاعلام الجديد وتنافسها لجميع الوسائل الاعلامية التقليدية من صحف واذاعات وتلفزيونات , ولمعرفة مدى اهتمام الشباب الجامعي تحديدا كعينة عن باقي فئات الجمهور بالإذاعات والاستماع اليها كون تلك الشريحة الاكثر اهتماما بمواقع التواصل الاجتماعي .

ثالثا : اهداف البحث : تتلخص اهداف الدراسة بما يلي:-

-التعرف على عادات الاستماع للراديو من قبل الشباب الجامعي تحديدا.

-التعرف عن اسباب عن عدم الاستماع لبعض افراد العينة من الشباب الجامعي

-التعرف عن اسباب الاستماع للراديو من قبل الشباب الجامعي .

-التعرف على انماط الاستماع من قبل الشباب الجامعي .

رابعا : منهج البحث وادواته : اعتمد الباحث في هذه الدراسة على المنهج الوصفي كونه اكثر المناهج

قربا في وصف الظاهرة الاعلامية

ولكون المنهج الوصفي متخصص في مجال دراسة جمهور المتلقين بوصف حجم وتركيب هذا الجمهور ,

وتصنيف الحاجات والدوافع والمعايير الثقافية والاجتماعية وكذلك الانماط السلوكية ودرجاتها او شدتها او

مستويات الاهتمام والتفضيل (الحميد, ٢٠٠٤ , ص١٥٩)

اما اداة البحث , اعتمد الباحث على استمارة الاستبيان لاستقاء المعلومات من الجمهور الخاص بالدراسة

وهم شريحة الشباب الجامعي كونه الاكثر تعرضا واستخداما لمواقع التواصل الاجتماعي ولمعرفة مدى استماعه

للإذاعات من عدمه في ذلك الشأن , وتم تصميم استمارة استبان اولية وعرضها على مجموعة من الخبراء

(المحكمين) لتقييمها علميا , قبل توزيعها على الجمهور .

خامسا : مجالات البحث : تتمثل مجالات البحث بالزمانية , اذ درس الباحث عادات الاستماع للشباب الجامعي

للمدة من ٢٠٢٢/٣/١٥ لغاية ٢٠٢٢/٦/١٥ وبواقع ثلاثة اشهر لكونها تلك المدة بداية الفصل الثاني للعام

الدراسي ٢٠٢١-٢٠٢٢ الخاصة بالجامعات العراقية موضوع البحث , اما المجال المكاني للدراسة فشمّل اختيار

عينة عشوائية من طلبة الجامعة المستنصرية والتي تضمن مجموعة كبيرة من الطلبة وللتخصصات الانسانية

والعلمية من مختلف الكليات والاقسام العلمية , اما المجال البشري , فتمثل بطلبة الجامعة المستنصرية للدراسات الأولية كذكور واناث .

سادسا : مجتمع البحث وعينته : مجتمع البحث هو طلبة الجامعات العراقية كون الشباب العراقي يمثل الاساس والحجم الاكبر في هذه الجامعات , ولكبر مجتمع البحث ولصعوبة دراسة جميع افرادة , لجأ الباحث الى اختيار عين عشوائية من طلبة الجامعة المستنصرية لتوزيع استمارة الاستبيان عليهم والتي بلغت بحدود (٢٠٠) استمارة لمعرفة عاداتهم بالاستماع للراديو ام لا في عصر مواقع التواصل الاجتماعي وصولا الى تحويل تلك الاجابات الى جداول تبين التكرارات والنسب المئوية وتفسير تلك النتائج التي اظهرتها هذه الدراسة , وتم عرض استمارة الاستبيان على مجموعة من الخبراء (المحكمين) للتأكد من صحة المقياس .

سابعا : الثبات والصدق للبحث : ويقصد بالثبات اي ثبات استمارة الاستبيان في اشارة الى اتساق البيانات التي تجمعها هذه الاداة , والاتساق معناه ان يكون لهذه البيانات منطق واحد او اتجاه واحد ويلجأ الباحث الى ذلك الاتساق او الثبات لان اداة البحث معرضة دائما للخطأ (سعيد , ١٩٩٠ , ص ١٤٦)

ويتحقق الثبات بعدة طرق ومنها اسلوب اعادة الاختبار التي استخدمها الباحث , عن طريق اعادة تطبيق اداة البحث على نفس المبحوثين بعد مدة زمنية من اجراء التطبيق الاول والتي بلغت بحدود الشهرين وحساب معامل الثبات بين الاجابتين وذلك باستخدام وتطبيق معادلة (هولستي) التي تبين مدى نسب الاتفاق والاختلاف بين المحكمين والنسبة المئوية النهائية وكما مبين في ادناه

$$\text{معادلة هولستي} = \frac{M}{N}$$

N

اي ان M تمثل الفقرات التي اتفق عليها المحكمون وان N تمثل جميع فقرات الاستبيان

وبعد تطبيق المعادلة بالشكل الاتي = $\frac{9}{10} = 0,9$ وهي نتيجة الثبات

١٢

وبالتالي يكون معدل نسبة الثبات ٧٥% وهي نسبة ثبات جيدة في البحث العلمي

أما صدق البحث فيقصد به اختبار صدق أداة جمع المعلومات والبيانات مدى قدرتها على ان تقيس ما تسعى الدراسة الى قياسه فعلا , بحيث تتطابق المعلومات التي يتم جمعها بواسطتها مع الحقائق الموضوعية وتعكس المعنى الحقيقي والفعلي للمفاهيم الواردة بالدراسة بدرجة كافية (حسين , ١٩٩٩ , ص ٣١٤)

ويطبق الصدق في البحث بعدة طرق وانواع , منها الصدق الظاهري والذي استخدمه الباحث عن طريق التأكد من العبارات والاسئلة المتضمنة في أداة جمع المعلومات وعن طريق دراسة محتويات أداة جمع المعلومات او المقياس وتقويمها , اذ لجأ الباحث الى عرض استمارة الاستبيان الى مجموعة من الخبراء (المحكمين) في مجال الاختصاص لا بداء آرائهم وملاحظاتهم على الاستمارة وتعديلها .

المبحث الثاني (الاطار النظري) ويشمل ثلاث محاور

اولا : ظهور ونشأة الاذاعة في العالم والعراق:

تعود بدايات الاذاعة في العالم الى عام ١٨٦٥ عندما تنبأ عالم الطبيعيات الانكليزي جيمس كلارك ماكسويل بوجود الموجات الكهرومغناطيسية , ثم قام هنريش هيرتز العالم الالماني بأثبات صحة نظرية ماكسويل واجرى تجارب عديدة عليها , وبعد ان انتشرت ابحاث هيرتز استفاد منها مخترع ايطالي وهو ماركوني بإجرائه سلسلة من التجارب على استخدام الموجات الراديوية في عام ١٨٩٥ , اذ تمكن في عام ١٩٠١ من الاستماع لرسالة بعث بها عبر الاطلنطي من محطة ارسال في انكلترا وهكذا حل ماركوني مشكلة الابعاد ونجح في ارسال الاشارات التلغرافية بواسطة الموجات اللاسلكية وهكذا انتصر الانسان على المسافات وعمم استعمال جهاز الراديو (المحنة وسؤدد , ١٩٩٠ , ص ٢٣)

والاذاعة هي البث او الارسال في جميع الاتجاهات , وان معجزة الاذاعة تكمن في ابتكار وسيلة فنية كافية يمكن بواسطتها نقل صوت المتحدث عن طريق موجات الاذاعة وارسالها عبر مسافات شاسعة دون الاستعانة بالأسلاك (المحنة , ١٩٨٨ , ص ١٤)

وبدأ استخدام الاذاعة السلكية للأغراض الشعبية خلال الحرب العالمية الاولى وادى الاستخدام العسكري لللاسلكي الى تحسين معدات الاذاعة وتم الاستعانة بأعداد كبيرة من العاملين وتدريب مئات الالاف من الرجال على استخدام الاشارات السلكية (مكاي , ١٩٨٩ , ص ٣١)

وتم اكتشاف امكانيات الاذاعة الجماهيرية مصادفة الى عام ١٩١٦ عندما كان يعمل مجموعة من المهندسين لا حدى الشركات في مدينة بتسبيرج بالولايات المتحدة الامريكية يقومون بإجراء تجارب لاستخدام ارسال الصوت ومحاولة دمج الكلام بالموسيقى على مسجلات الجراموفون , اذ اصابتهم الدهشة حينما علموا بوجود مستمعين غير متوقعين من الهواة يستخدمون المعدات الاذاعية في منازلهم وكانوا سعداء بالاستماع لذلك الموسيقى وارسلوا خطابات للشركة يطلبون المزيد (مكاوي, ١٩٨٩ , ص ٣١-٣٢)

وفي العراق يعود تاريخ اول اذاعة وهي اذاعة قصر الزهور الى عام ١٩٣٦ , حين علم الملك غازي ان مهندسا عراقيا كان يعمل موظفا في المطار المدني قد قام بعمل محطة ارسال لاسلكي والاتصال بهواة اللاسلكي في أوروبا , فارسل الملك لمقابلته وعرض المهندس محطته على الملك وكانت عبارة عن محطة بدائية (الراوي, ١٩٩٢ , ص ١٠)

ثانيا : خصائص الاذاعة (المزاي والعيوب)

تمتلك الاذاعة او الراديو مجموعة من الخصائص المهمة التي تجعل الجمهور يتوق الى استخدامه دون الوسائل الاخرى , اذ تعتبر الاذاعة مصدرا مهما للأخبار بالنسبة للإنسان في أي مكان وفي كل زمان، وهي تستطيع بإمكانياتها ان تقدم الخدمة الاخبارية للمستمع اينما كان، وتستطيع ان تنقل الخبر فور حدوثه مباشرة وبأسرع وقت واسهل وارخص وسيلة (مرزوق , ١٩٨٨ , ص ١٧)

فضلا عن ذلك يمكن للإذاعة ان تخلق مسرحا من الخيال للمتلقي، كما انها يمكن ان تقدم للمتلقي صورة خيالية بعيدة بواسطة المؤثرات الصوتية والكلمة المنطوقة او الحوار وبأساليب مترابطة محبوكة فنياً أي ان الاذاعة تستطيع ان تقدم من خلال الخيال أكثر حيوية من التلفزيون لأن المنظر في التلفزيون يعبر عن تصورات المخرج كما في ذهن المؤلف وبذلك يكون المنظر بمثابة تجميد لخيال المشاهد الذي يفرض عليه شكلا او صورة معينة بعكس الاستماع الى الاذاعة التي تعمل على اطلاق خيال المستمع بدون تحديد (عبوسي, ١٩٩٧ , ص ٣٧)

والاذاعة وسيلة اعلامية لا تستلزم التواجد المكاني في مواقع محددة كالمنازل وقاعات المشاهدة، ولا يحتاج الراديو للتركيز بل يمكن ان يهين خلفية هادئة للمتلقي يساعده على انجاز اعماله بشكل مريح (الطويرقي, ١٩٩٧ , ص ٢٤٩)

فضلا عن رخص ثمن الاذاعة قياسا بوسائل المعرفة والمعلومات، وتستطيع ان تتجاوز الحدود خاصة بعد تطور تكنولوجيا الاقمار الصناعية، وهي تتميز بسرعة النقل التي يمكن ان تصل الى جميع انحاء العالم وفي الوقت نفسه وبتكلفة قليلة نسبيا (احمد ، ١٩٩٨ ، ص ٦٠)

اضافة الى ذلك تؤدي الاذاعة دورا مهما في انتشار الثقافة في المجتمع وتعمل على تقدم الحضارة بصفة عامة وتهم في تحقيق التكامل الثقافي والذي يعني (العملية التي يندمج بها عنصر ثقافي جديد في حياة جماعة من الجماعات) والبرامج الثقافية في الاذاعة تستطيع ان تبشر بالتغير الاجتماعي وتعمل على توجه الانظار اليه واعداد العقول له وتعمل على النمو الثقافي (جاد وسامية, ١٩٩٩ , ص ٣٣)

وايضا تتوفر للإذاعة فرصة السبق الاخباري عن وسائل الاعلام الاخرى، فالإرسال الاذاعي متصل على مدار اليوم، وعن طريقه يستطيع الانسان الحصول على الاخبار في اسرع وقت ممكن، مقارنة بالوسائل الاخرى كالصحف والتلفزيون (الحلواني , ٢٠٠٢ , ص ٢٠)

وبناء على ما تقدم يمكن اجمال مزايا الراديو بالاتي :- (حجاب, ٢٠٠٨ , ١٧٨)

- ١- الفورية في اذاعة الاحداث والاخبار التي تحدث بصورة مفاجئة .
- ٢- وصولها الى جميع الجماهير متخطية حاجز الامية والحواجز الجغرافية .
- ٣- لا تحتاج الى اي مجهود من قبل المستمعين , فكثر من الناس ليس لديهم الوقت الكافي للقراءة او الاطلاع .
- ٤- الرسالة المذاعة اكثر فاعلية من الرسالة الشفوية, لأنه يمكن تقويتها بالموسيقى والتأثيرات الخاصة .
- ٥- القدرة على جعل الجماهير تشعر بالمساهمة والتعرض الشخصي والواقعية والتي تقترب من الاتصال الشخصي .
- ٦- يعد الراديو من الوسائل التي يعرض الانسان نفسه عليها بلا اهتمام او بلا تركيز .
- ٧- انخفاض تكاليف ارسال والاستقبال الاذاعي من الناحية الاقتصادية .
- ٨- القدرة على احتواء المستمع بشكل عميق وشخصي .
- ٩- القدرة على اثارة احساس التخيل للمستمع .
- ١٠- مصداقية الوسيلة وتشكل الصورة الذهنية للمستمع .

١١- القدرة على تحقيق قدر من وحدة التفكير والشعور والهدف ونشر القيم داخل المجتمعات .

اما عيوب الاذاعة فيمكن تلخيصها بالاتي :- (مكاوي, ١٩٨٩ , ص٢٦-٣٧)

- ١- اعتماده على الصوت فقط , ولهذا يتطلب التركيز العالي من قبل المستمعين .
- ٢- الضعف في بعض الاحيان في الارسال او ضعف الصوت وخفوته يجعل المستمع اقل تعرضا واهتماما بالراديو .
- ٣- صعوبة استعادة الرسالة الاتصالية , كونها تثبت لمرة واحدة ولا يمكن للمستمع من مراجعتها مرة اخرى .

ثالثا : وظائف الإذاعة:

يمكن ان تؤدي الاذاعة كوسيلة جماهيرية او الراديو كجهاز استقلال للمضمون الاذاعي عدة وظائف تجعله محط اهتمام الجمهور وتقال اعجابه , وهذه الوظائف تختلف حسب الاهداف او المضمون الذي تريده الاذاعة ان يصل الى مستمعيها .

ولهذا تؤدي الاذاعة كوسيلة اتصال جماهيرية وظائف رئيسة اهمها :- (حجاب, ٢٠٠٨ , ص ١٨٠)

- ١- **الاخبار** : تقوم الاذاعة بتقديم الاخبار للمجتمع بأسلوب مختصر ولكنها تتكرر عدة مرات في اليوم سواء كما هي او مع بعض الاضافات وفقا لتطورات الاحداث في العالم
- ٢- **التسلية** : اذ تقوم الاذاعة بتسلية مستمعيها والترفيه عنهم عن طريق الاغاني والمنولوجات والبرامج الترفيهية الموسيقية والاغاني الخفيفة ونقل المسرحيات الدرامية والغنائية وتقديم المسلسلات والتمثيلات , فضلا عن التقارير المتنوعة والاحتفالات الرسمية والمناسبات الدينية والاحداث الرياضية ...
- ٣- **التعليم**: يؤدي الراديو دورا كبيرا الى جانب التلفزيون في التعليم عن طريق تقديم الدروس والمحاضرات وبرامج التقوية للطلبة وشرح المقرر الدراسي ..
- ٤- **نقل التراث الاجتماعي** : تقوم الاذاعة دورا مهما في عملية التطبيع والتنشئة الاجتماعية بنقل انماط السلوك المقبول والقيم الشائعة في المجتمع .

٥- الاعلان : هي عبارة عن اخبار خاصة بالجانب الاقتصادي سواء كانت متعلقة بالإعلان عن سلعة جديدة او الترويج لسلعة قائمة او دعاية تجارية لمؤسسة ما تقوم الاذاعة بإذاعته لقاء اجر مادي متفق عليه .

رابعاً : انواع الاذاعات :

يوجد للإذاعات انواع عديدة , اذ يمكن تقسيمها حسب الاهداف التي تسعى الى تحقيقها او الهدف الذي انشأت على اساسه , لذلك تقسم الاذاعات الى عدة انواع منها الرسمية وغير الرسمية والاهلية والموجهة والسرية والتجارية وكذلك الدينية , بينما الانظمة الاذاعية الاعلامية في العالم يمكن تقسيمها الى : - (المحنة وسؤدد , ١٩٩٠ , ص ٢٧)

١- الانظمة الاعلامية التجارية وتشمل :

- النظام التجاري الحر
- النظام التجاري المقيد
- النظام التجاري المستقل

٢- الانظمة الاذاعية الرسمية وتشمل :

- الاذاعة الرسمية في الدول الاشتراكية
- الاذاعة الرسمية الحكومية في الدول العربية

٣- الانظمة الاذاعية المختلطة وتشمل :

- نظام الاذاعات المتنافسة
- الانظمة الاذاعية في الدول النامية
- الانظمة الاذاعية العربية

٤- الانظمة الاذاعية الخاصة وتشمل :

- اذاعات الهواة
- الاذاعات السرية

المبحث الثالث : (الاطار العملي / الميداني) ويتضمن

اولا : اجراءات التحليل : قام الباحث بتوزيع استمارات الاستبيان والبالغ عددها (٢٠٠) استمارة بعد عرضها على عدد من المحكمين (الخبراء) وبعد اجراء بعض التعديلات على الاستمارة تم توزيعها على عينة البحث المتمثلة بطلبة الجامعة المستنصرية وبطريقة عشوائية للوصول الى مختلف المراحل الدراسية ولمختلف الاختصاصات العلمية , من اجل الوصول الى ادق النتائج العلمية ويعود السبب باختيار فئة الشباب الجامعي , كونهم الاكثر تعرضا واستخداما (للإعلام الجديد) مواقع التواصل الاجتماعي ولمعرفة مدى اهتمام الشباب الجامعي بالتعرض او الاستماع للراديو في الوقت الراهن في ظل ظهور ومنافسة مواقع التواصل الاجتماعي لوسائل الاعلام التقليدية التي من بينها الراديو , وشملت الاستمارة على عدة محاور وكان من ابرزها تقسيم الاستمارة بأسئلة خاصة بالذين لا يستمعون للإذاعات والاسباب التي جعلتهم لا يستمعون للراديو , وكذلك اسئلة خاصة بالمبحوثين الذين يستمعون للإذاعات وماهي طبيعة وعادات الاستماع لديهم .

واظهرت نتائج الاستبيان ان (٧٦) مبحثا من مجموع (٢٠٠) استمارة تم توزيعها لا يستمعون الى الراديو لعدة اسباب تم شرحها لاحقا في الجداول المدرجة , وان (١٠٠) شخصا يستمعون للراديو بصورة (احيانا) , بينما يستمع للراديو بشكل دائم هم فقط (٢٤) اشخاص او مبحثين , وبالتالي يكون مجموع الذين يستمعون للراديو بصورة دائما او احيانا هم (١٢٤) مبحثا من مجموع العدد الكلي للعينة البالغة (٢٠٠) مبحثا من طلبة الجامعة المستنصرية , وكما موضح ادناه في الجداول الخاصة بالإحصاءات والارقام .

ثانيا : الجداول الخاصة باستمارة الاستبيان وتفسيراتها

اولا : المعلومات الديموغرافية للمبحوثين:

١- تخصص المبحوثين : اظهرت نتائج البحث ان تخصص الدراسة الانسانية جاء بالمرتبة الاولى عن التخصص في الدراسات العلمية وبعدد تكرارات بلغت (١٢٠) ونسبة مئوية قدرها (٦٠%) من المجموع الكلي للعينة والبالغة (٢٠٠) مبحثا , بينما جاءت ثانيا للتخصصات العلمية وبعدد تكرارات بلغت (٨٠) تكرارا ونسبة مئوية قدرها (٤٠%) وكما موضح لنا في الجدول رقم (١).

ت	الفئات (التخصص)	التكرار	النسبة المئوية	المرتبة
١-	انساني	١٢٠	٦٠%	الاولى
٢-	علمي	٨٠	٤٠%	الثانية
	المجموع الكلي	٢٠٠	١٠٠%	

جدول رقم (١) يبين جنس المبحوثين

٢-المراحل الدراسية للمبحوثين : بينت نتائج البحث ان المراحل الدراسية جاء بالمرتبة الاولى للمرحلة الاولى وبعدد تكرارات بلغت (٨٨) ونسبة مئوية قدرها (٤٤%) من المجموع الكلي للعينة والبالغة (٢٠٠) مبحوثا , بينما جاءت ثانيا للمرحلة الثالثة وبعدد تكرارات بلغت (٥٢) تكرارا ونسبة مئوية قدرها (٢٦%) , كما جاءت المرحلة الثانية بالمرتبة الثالثة وبعدد تكرارات بلغت (٤١) ونسبة مئوية قدرها (٢٠,٥ %) واخيرا جاءت للمرحلة الرابعة بعدد تكرارات بلغت (١٩) ونسبة مئوية (٩,٥ %) وكما يوضح لنا الجدول رقم (٢).

ت	الفئات (المرحلة الدراسية)	التكرار	النسبة المئوية	المرتبة
١-	اولى	٨٨	٤٤%	الاولى
٢-	ثالثة	٥٢	٢٦%	الثانية
٣-	ثانية	٤١	٢٠,٥%	الثالثة
٤-	رابعة	١٩	٩,٥%	الرابعة
	المجموع الكلي	٢٠٠	١٠٠%	

جدول رقم (٢) يبين المرحلة الدراسية للمبحوثين

٣-جنس المبحوثين : اظهرت نتائج البحث لجنس المبحوثين , اذ جاءت بالمرتبة الاولى لجنس (انثى) وبعدد تكرارات بلغت (١١٠) ونسبة مئوية قدرها (٥٥%) من المجموع الكلي للعينة والبالغة (٢٠٠) مبحوثا , بينما جاءت ثانيا لجنس (ذكر) وبعدد تكرارات بلغت (٩٠) تكرارا ونسبة مئوية قدرها (٤٥%) وكما موضح لنا في الجدول رقم (٣).

ت	الفئات (الجنس)	التكرار	النسبة المئوية	المرتبة
١-	انثى	١١٠	٥٥%	الاولى
٢-	ذكر	٩٠	٤٥%	الثانية
	المجموع الكلي	٢٠٠	١٠٠%	

جدول رقم (٣) يبين جنس المبحوثين

ثانيا : المعلومات العلمية :

١-الاستماع الى الراديو بالنسبة للمبحوثين : اوضحت نتائج البحث ان فئات الاستماع للراديو , اذ جاءت بالمرتبة الاولى بصورة (احيانا) وبعدد تكرارات بلغت (١٠٠) ونسبة مئوية قدرها (٥٠%) من المجموع الكلي للعينة والبالغة (٢٠٠) مبحوثا , بينما جاءت ثانيا ب (لا) يستمعون وبعدد تكرارات بلغت (٧٦) تكرارا ونسبة مئوية قدرها (٣٨%) , بينما حلت ثالثا , فئة (نعم) يستمعون بصورة دائمة وبعدد تكرارات بلغت فقط (٢٤) تكرارات ونسبة مئوية قدرها (١٢%) وبالتالي يكون مجموع الذين يستمعون للراديو بصورة دائما او احيانا هم (١٢٤) مبحوثا من المجموع الكلي لأفراد العينة والبالغة (٢٠٠) مبحوثا , وكما موضح لنا في الجدول رقم (٤) وهذا يفسر لنا ان عادات وطبيعة الاستماع للراديو من قبل المبحوثين تتمثل في بعض الاحيان وليس بصورة مستمرة او دائمة ما يعني ضعف التعرض لهذه الوسيلة من بين الوسائل الاخرى .

ت	الفئات (طبيعة الاستماع الى الراديو)	التكرار	النسبة المئوية	المرتبة
١-	احيانا	١٠٠	٥٠%	الاولى
٢-	لا	٧٦	٣٨%	الثانية
٣-	نعم	٢٤	١٢%	الثالثة
	المجموع الكلي	٢٠٠	١٠٠%	

جدول رقم (٤) يبين طبيعة الاستماع للراديو

٢-اسباب عدم الاستماع للراديو : وظهرت نتائج البحث ان فئة عدم الاستماع للراديو لبعض افراد العينة والذين يمثلون (٧٦) مبحوثا يعود الى عدة اسباب , اذ جاءت بالمرتبة الاولى بسبب (ظهور مواقع التواصل الاجتماعي) بعدد تكرارات بلغت (٢٨) من مجموع (٧٦) ونسبة مئوية بلغت (٣٦,٨٤%) , بينما حلت ثانيا لا سباب عدم

الاستماع فئة (انقراض الوسيلة) بعدد تكرارات بلغت (٢٠) تكرارات ونسبة مئوية قدرها (٢٦,٣١ %) وحلت ثالثا بسبب (التطور العلمي) بعدد تكرارات بلغت (١٢) تكرارا ونسبة مئوية قدرها (١٥,٧٨ %) , اما رابعا فكان بسبب (ليس لدي الوقت الكافي للاستماع) بعدد تكرارات بلغت (٨) تكرارات ونسبة مئوية (١٠,٥٢ %) , اما خامسا فكانت بسبب (لا يشبع اهتماماتي) ب (٤) تكرارا فقط ونسبة مئوية بلغت (٥,٢٦ %) , وحلت سادسا بسبب (ضعف الصوت في بعض الاحيان) بعدد تكرارات بلغت (٣) تكرارات فقط ونسبة مئوية (٣,٩٤ %) واخيرا اي سابعاً فكان بسبب (صعوبة الحصول على جهاز راديو) بتكرار واحد فقط ونسبة مئوية بلغت (١,٣١ %) , كما موضح لنا في الجدول رقم (٥) وهذا يفسر لنا ان وسائل التواصل الاجتماعي قد اثرت كثيرا بالمبحوثين ما انعكس على تعرضهم لوسيلة الاذاعة فهي الوسيلة بنظرهم انقرضت في وقت انتشار مواقع التواصل الاجتماعي والتطور العلمي الذي يشهده العالم من احداث متسارعة تتطلب بسرعة تغطية الحدث .

ت	الفئات (اسباب عدم الاستماع للراديو)	التكرار	النسبة المئوية	المرتبة
١-	ظهور مواقع التواصل الاجتماعي	٢٨	٣٦,٨٤ %	الاولى
٢-	انقراض الوسيلة	٢٠	٢٦,٣١ %	الثانية
٣-	التطور العلمي	١٢	١٥,٧٨ %	الثالثة
٤-	ليس لدي الوقت الكافي للاستماع	٨	١٠,٥٢ %	الرابعة
٥-	لا يشبع اهتماماتي	٤	٥,٢٦ %	الخامسة
٦-	ضعف الصوت في بعض الاحيان	٣	٣,٩٤ %	السادسة
٧-	صعوبة الحصول على جهاز راديو	١	١,٣١ %	السابعة
	المجموع الكلي	٧٦	١٠٠ %	

جدول رقم (٥) يبين اسباب عدم الاستماع للراديو من قبل المبحوثين

٣-المحطات الاذاعية المفضلة في الاستماع للمبحوثين : بينت نتائج البحث ان فئة المحطات المفضلة في الاستماع من افراد العينة والذين يمثلون (١٢٤) مبحوثا جاءت بنسب متفاوتة , اذ جاءت بالمرتبة الاولى الفئة الفرعية (اذاعات غير محددة) بعدد تكرارات بلغت (٥٦) من مجموع (١٢٤) ونسبة مئوية بلغت (٤٥,١٦ %) , بينما حلت ثانيا الفئة الفرعية (اذاعة سومر FM) بعدد تكرارات بلغت (٢٤) تكرارات ونسبة مئوية قدرها (١٩,٣٥ %) , وجاءت ثالثا للإذاعات المفضلة في الاستماع من قبل المبحوثين لإذاعة (مونت كارلو الدولية) بعدد تكرارات

بلغت (١٦) ونسبة مئوية قدرها (١٢,٩٠ %) , اما اذاعة (النجباء) فحلت رابعا من بين باقي الاذاعات المفضلة في الاستماع من قبل المبحوثين بعدد تكرارات بلغت (١٢) ونسبة مئوية مقدارها (٩,٦٧%) , بينما حلت اذاعة (العراقية) بالمرتبة الخامسة بعدد تكرارات بلغت (٨) تكرار ونسبة مئوية (٦,٤٥ %) , اما اذاعة (دار السلام) فجاءت من بين الاذاعات المفضلة للمبحوثين بالمرتبة السادسة وتكرارات بلغت (٥) تكرار فقط ونسبة مئوية قدرها (٤,٠٣ %) , واخيرا كان لإذاعة (صوت العهد) من بين الاذاعات المفضلة للمبحوثين بتكرار (٣) فقط ونسبة مئوية قدرها (٢,٤١%) , كما موضح لنا في الجدول رقم (٦) وهذا يفسر لنا ان غالبية المبحوثين ليس لديهم اذاعة مفضلة بالدرجة الاساس بل انهم يستمعون لأي اذاعة حسب طبيعة المحتوى المقدم دون الانتباه لاسم هذه المحطة الاذاعية او تلك .

ت	الفئات (المحطات الاذاعية المفضلة في الاستماع)	التكرار	النسبة المئوية	المرتبة
١-	اذاعات غير محددة	٥٦	٤٥,١٦%	الاولى
٢-	FMسومر	٢٤	١٩,٣٥%	الثانية
٣-	مونت كارلو الدولية	١٦	١٢,٩٠%	الثالثة
٤-	النجباء	١٢	٩,٦٧%	الرابعة
٥-	العراقية	٨	٦,٤٥%	الخامسة
٦-	دار السلام	٥	٤,٠٣%	السادسة
٧-	صوت العهد	٣	٢,٤١%	السابعة
	المجموع الكلي	١٢٤	١٠٠%	

جدول رقم (٦) يبين المحطات الاذاعية المفضلة في الاستماع للمبحوثين

٤-المكان المفضل في الاستماع : اوضحت نتائج البحث ان فئات (المكان المفضل بالاستماع) كانت في اربعة اماكن, اذ جاءت بالمرتبة الاولى (في السيارة) وبعدد تكرارات بلغت (٧٦) ونسبة مئوية قدرها (٦١,٢٩%) من المجموع الكلي للمستمعين للمحطات الاذاعية والبالغ عددهم (١٢٤) مبحوثا , بينما جاءت ثانيا فئة (في البيت) بعدد تكرارات بلغت (٤٠) تكرارا ونسبة مئوية قدرها (٣٢,٢٥%) , بينما حلت ثالثا فئة (في العمل) وبعدد تكرارات بلغت فقط (٨) تكرارات ونسبة مئوية قدرها (٦,٤٥ %) , واخيرا لفئة (في الجامعة) بدون اي تكرار , وكما

موضح لنا في الجدول رقم (٧) ، وهذا يفسر لنا ان المبحوثين يفضلون الاستماع في السيارة كونه يمثل لهم وسيلة ترفيهية ولا يحتاج الى اي جهد او تكلفة في التعرض للإذاعات ، فضلا عن سهولة الاستخدام .

ت	الفئات (المكان المفضل في الاستماع)	التكرار	النسبة المئوية	المرتبة
١-	في السيارة	٧٦	٦١,٢٩%	الاولى
٢-	في البيت	٤٠	٣٢,٢٥%	الثانية
٣-	في العمل	٨	٦,٤٥%	الثالثة
٤-	في الجامعة	٠	٠%	الرابعة
	المجموع الكلي	١٢٤	١٠٠%	

جدول رقم (٧) يبين المكان المفضل في الاستماع

٥-الوسيلة (الجهاز) المفضلة في الاستماع : اوضحت نتائج البحث ان الوسيلة او الجهاز المفضل بالاستماع للراديو كان بأربعة وسائل او اجهزة ، اذ جاءت بالمرتبة الاولى (عبر الهاتف النقال) وبعدد تكرارات بلغت (٦٤) ونسبة مئوية قدرها (٥١,٦١%)، بينما جاءت ثانيا لفئة (عبر الجهاز التقليدي) وبعدد تكرارات بلغت (٤٠) تكرارا ونسبة مئوية قدرها (٣٢,٢٥%) ، بينما حلت ثالثا فئة (عبر الستلايت) وبعدد تكرارات بلغت فقط (٢٠) تكرارا ونسبة مئوية قدرها (١٦,١٢ %) ، وجاءت رابعا واخيرا لفئة (عبر الكمبيوتر او جهاز الحاسوب) بدون اي تكرارات ، وكما موضح لنا في الجدول رقم (٨) ، وهذا يفسر لنا ان المبحوثين يفضلون الاستماع او التعرض للإذاعات عبر جهاز الموبايل (الهاتف) لسهولة الاستخدام وسهولة التنقل ولا يتطلب اي عناء او جهد عالي من قبل المستخدم ويتنقل به في مكان او زمان ولا يحتاج الى تيار كهربائي .

ت	الفئات (الجهاز المفضل في الاستماع)	التكرار	النسبة المئوية	المرتبة
١-	عبر الهاتف النقال	٦٤	٥١,٦١%	الاولى
٢-	عبر الجهاز التقليدي	٤٠	٣٢,٢٥%	الثانية
٣-	عبر الستلايت	٢٠	١٦,١٢%	الثالثة
٤-	عبر الكمبيوتر (الحاسوب)	٠	٠%	الرابعة
	المجموع الكلي	١٢٤	١٠٠%	

جدول رقم (٨) يبين الوسيلة (الجهاز) المفضلة في الاستماع

٦-المواد المفضلة في الاستماع : بينت نتائج البحث ان المواد المفضلة في الاستماع بالأغاني والبرامج المتنوعة والتلاوة القرآنية والاعخبار) , اذ جاءت بالمرتبة الاولى فئة (الاغاني) وبعدد تكرارات بلغت (٦٤) ونسبة مئوية قدرها (٥١,٦١ %) , بينما جاءت ثانيا فئة (البرامج المتنوعة) وبعدد تكرارات بلغت (٢٨) تكرارا ونسبة مئوية قدرها (٢٢,٥٨ %) , بينما حلت ثالثا فئة (التلاوة القرآنية) وبعدد تكرارات بلغت فقط (٢٠) تكرارا ونسبة مئوية قدرها (١٦,١٢ %) , بينما حلت رابعا واخيرا فئة (الاخبار) بعدد تكرارات بلغت (١٢) تكرارات ونسبة مئوية (٩,٦٧ %) , وكما موضح لنا في الجدول رقم (٩) وهذا يفسر لنا ان الشباب الجامعي يهتم بمضمون الاغاني اكثر من باقي المضامين كونها تحاكي مستواهم العقلي وتخالج عواطفهم في هذه الفترة العمرية.

ت	الفئات (المواد المفضلة في الاستماع)	التكرار	النسبة المئوية	المرتبة
١-	الاغاني	٦٤	٥١,٦١%	الاولى
٢-	البرامج متنوعة	٢٨	٢٢,٥٨%	الثانية
٣-	التلاوة قرآنية	٢٠	١٦,١٢%	الثالثة
٤-	الاخبار	١٢	٩,٦٧%	الرابعة
	المجموع الكلي	١٢٤	١٠٠%	

جدول رقم (٩) يبين المواد المفضلة في الاستماع

٧-الافوقات المفضلة في الاستماع : اظهرت نتائج البحث ان الافوقات المفضلة في الاستماع للراديو من قبل المبحوثين جاءت بنسب متفاوتة , اذ جاءت بالمرتبة الاولى فئة (صباحا) وبعدد تكرارات بلغت (٨٠) ونسبة مئوية قدرها (٦٤,٥١ %) , بينما جاءت ثانيا فئة (في جميع الافوقات) وبعدد تكرارات بلغت (٢٨) تكرارا ونسبة مئوية قدرها (٢٢,٥٨ %) , بينما حلت ثالثا فئة (ليلا) وبعدد تكرارات بلغت فقط (١٢) تكرارا ونسبة مئوية قدرها (٩,٦ %) , ورابعا لفئة (ظهرا) بتكرارات بلغت (٤) تكرارات فقط ونسبة مئوية قدرها (٣,٢٢ %) , وكما موضح لنا في الجدول رقم (١٠) وهذا يفسر لنا ان المبحوثين يفضلون فترة الصباح تحيدا في الاستماع لان هذا الوقت تحديدا يكونون في الطريق للجامعة فيتعرضون للإذاعات عبر جهاز الراديو في السيارة او عبر الهاتف النقال , بينما باقي الافوقات ليس لديهم الوقت الكافي لذلك .

ت	الفئات (الافقات المفضلة في الاستماع)	التكرار	النسبة المئوية	المرتبة
١-	صباحا	٨٠	٦٤,٥١%	الاولى
٢-	في جميع الاوقات	٢٨	٢٢,٥٨%	الثانية
٣-	ليلا	١٢	٩,٦٧%	الثالثة
٤-	ظهرا	٤	٣,٢٢%	الرابعة
	المجموع الكلي	١٢٤	١٠٠%	

جدول رقم (١٠) يبين الاوقات المفضلة في الاستماع

٨-المدة الزمنية المستغرقة في الاستماع : اظهرت نتائج البحث ان المدة الزمنية المستغرقة في الاستماع للراديو من قبل المبحوثين جاءت بنسب متفاوتة , اذ جاءت بالمرتبة الاولى فئة (حسب اوقات الفراغ) وبعدد تكرارات بلغت (٧٦) ونسبة مئوية قدرها (٦١,٢٩ %) , بينما جاءت ثانيا فئة (اقل من ساعة في اليوم) وبعدد تكرارات بلغت (٤٠) تكرارا ونسبة مئوية قدرها (٣٢,٢٥ %) , بينما حلت ثالثا فئة (اكثر من ساعة في اليوم) وبعدد تكرارات بلغت فقط (٨) تكرارات ونسبة مئوية قدرها (٦,٤٥ %) , ورابعا لفئة (اكثر من ساعتين في اليوم) بدون اي تكرارات , وكما موضح لنا في الجدول رقم (١١) , وهذا يفسر لنا ان المبحوثين لا يخصصون وقت معين للاستماع للإذاعات بل يرتبط ذلك حسب اوقات الفراغ لديهم اي ان جهاز الراديو لا يشكل لهم اهتماما كبيرا قياسا بمواقع التواصل الاجتماعي .

ت	الفئات (المدة الزمنية المستغرقة في الاستماع)	التكرار	النسبة المئوية	المرتبة
١-	حسب اوقات الفراغ	٧٦	٦١,٢٩%	الاولى
٢-	اقل من ساعة في اليوم	٤٠	٣٢,٢٥%	الثانية
٣-	اكثر من ساعة في اليوم	٨	٦,٤٥%	الثالثة
٤-	اكثر من ساعتين في اليوم	٠	٠%	الرابعة
	المجموع الكلي	١٢٤	١٠٠%	

جدول رقم (١١) يبين المدة الزمنية المستغرقة في الاستماع

٩- اسباب الاستماع للراديو من بين الوسائل الاخرى : اظهرت نتائج البحث ان اسباب الاستماع للراديو من قبل المبحوثين دون باقي الوسائل الاخرى يعود لعدة اسباب , اذ جاءت بالمرتبة الاولى فئة (سهولة التنقل بالجهاز) وبعدد تكرارات بلغت (٤٨) ونسبة مئوية قدرها (٣٨,٧٠%) , بينما جاءت ثانيا فئة (قلة تكلفة الجهاز) وبعدد تكرارات بلغت (٣٢) تكرارا ونسبة مئوية قدرها (٢٥,٨٠%) , بينما حلت ثالثا فئة (الجهاز في معظم الاحوال لا يحتاج لتيار كهربائي) وبعدد تكرارات بلغت فقط (٢٤) تكرارات ونسبة مئوية قدرها (١٩,٣٥ %) , ورابعا لفئة (سهولة استخدام الجهاز) بتكرارات بلغت (١٢) تكرارا فقط ونسبة مئوية قدرها (٩,٦٧ %) وخامسا لفئة (يحافظ على قيم المجتمع والاخلاق) بعدد تكرارات بلغت (٨) تكرارا ونسبة مئوية قدرها (٦,٤٥%) , وسادسا لفئة (تعلق عاطفي مع الراديو) بدون اي تكرارات , وسابعا واخيرا لفئة (السرعة في نقل الاحداث) ايضا بدون اي تكرارات , وكما موضح لنا في الجدول رقم (١٢) وهذا يفسر لنا ان المبحوثين يفضلون استخدام او اقتناء جهاز الراديو يعود الى الاسباب الاكثر ملائمة لهم ويتناسب مع انشغالاتهم في الحياة اليومية .

ت	الفئات (اسباب الاستماع للراديو)	التكرار	النسبة المئوية	المرتبة
١-	سهولة التنقل بالجهاز	٤٨	٣٨,٧٠%	الاولى
٢-	قلة تكلفة الجهاز	٣٢	٢٥,٨٠%	الثانية
٣-	الجهاز في معظم الاحوال لا يحتاج لتيار كهربائي	٢٤	١٩,٣٥%	الثالثة
٤-	سهولة استخدام الجهاز	١٢	٩,٦٧%	الرابعة
٥-	يحافظ على قيم المجتمع والاخلاق	٨	٦,٤٥%	الخامسة
٦-	تعلق عاطفي مع الراديو	٠	٠%	السادسة
٧-	السرعة في نقل الاحداث	٠	٠%	السابعة
	المجموع الكلي	١٢٤	١٠٠%	

جدول رقم (١٢) يبين اسباب الاستماع للراديو من بين الوسائل الاخرى

نتائج البحث :

١- اوضحت نتائج البحث ان فئات الاستماع للراديو, اذ جاءت بالمرتبة الاولى بصورة (احيانا) وبعدد تكرارات بلغت (١٠٠) ونسبة مئوية قدرها (٥٠%) من المجموع الكلي للعينة .

- ٢- ان عدم الاستماع للراديو لبعض افراد العينة يعود الى عدة اسباب , اذ جاءت بالمرتبة الاولى بسبب (ظهور مواقع التواصل الاجتماعي) بعدد تكرارات بلغت (٢٨) وبنسبة مئوية بلغت (٣٦,٨٤) % .
- ٣- ان المحطات المفضلة في الاستماع من افراد العينة جاءت بنسب متفاوتة , اذ جاءت بالمرتبة الاولى الفئة الفرعية (اذاعات غير محددة) بعدد تكرارات بلغت (٥٦) وبنسبة مئوية بلغت (٤٥,١٦) % .
- ٤- ان المكان المفضل بالاستماع كانت في اربعة اماكن, اذ جاءت بالمرتبة الاولى (في السيارة) وبعدد تكرارات بلغت (٧٦) وبنسبة مئوية قدرها (٦١,٢٩) % .
- ٥- ان الوسيلة او الجهاز المفضل بالاستماع للراديو كان بأربعة وسائل او اجهزة , اذ جاءت بالمرتبة الاولى (عبر الهاتف النقال) وبعدد تكرارات بلغت (٦٤) وبنسبة مئوية قدرها (٥١,٦١) %
- ٦- ان المواد المفضلة في الاستماع للأغاني والبرامج المنوعة والتلاوة القرآنية والاعخبار , اذ جاءت بالمرتبة الاولى لفئة (الاغاني) وبعدد تكرارات بلغت (٦٤) وبنسبة مئوية قدرها (٥١,٦١) % .
- ٧- ان الاوقات المفضلة في الاستماع للراديو جاءت بنسب متفاوتة , اذ جاءت بالمرتبة الاولى فئة (صباحا) وبعدد تكرارات بلغت (٨٠) ونسبة مئوية قدرها (٦٤,٥١) % .
- ٨- ان المدة الزمنية المستغرقة في الاستماع للراديو , جاءت بالمرتبة الاولى فئة (حسب اوقات الفراغ) وبعدد تكرارات بلغت (٧٦) ونسبة مئوية قدرها (٦١,٢٩) %
- ٩- ان اسباب الاستماع للراديو من بين باقي الوسائل الاخرى يعود لعدة اسباب , اذ جاءت بالمرتبة الاولى فئة (سهولة التنقل بالجهاز) وبعدد تكرارات بلغت (٤٨) ونسبة مئوية قدرها (٣٨,٧٠) %.

استنتاجات البحث :

- ١- ان عادات وطبيعة الاستماع للراديو من قبل المبحوثين تتمثل في بعض الاحيان وليس بصورة مستمرة او دائمة ما يعني ضعف التعرض لهذه الوسيلة من بين الوسائل الاخرى .
- ٢- ان وسائل التواصل الاجتماعي قد اثرت كثيرا بالمبحوثين ما انعكس على تعرضهم لوسيلة الاذاعة فهي الوسيلة بنظرهم انقرضت في وقت انتشار مواقع التواصل الاجتماعي والتطور العلمي الذي يشهده العالم من احداث متسارعة تتطلب بسرعة تغطية الحدث .

- ٣- ان غالبية المبحوثين ليس لديهم اذاعة مفضلة بالدرجة الاساس بل انهم يستمعون لأي اذاعة حسب طبيعة المحتوى المقدم دون الانتباه لاسم هذه المحطة الاذاعية او تلك .
- ٤- ان المبحوثين يفضلون الاستماع في السيارة كونه يمثل لهم وسيلة ترفيهية ولا يحتاج الى اي جهد او تكلفة في التعرض للإذاعات , فضلا عن سهولة الاستخدام .
- ٥- ان المبحوثين يفضلون الاستماع او التعرض للإذاعات عبر جهاز الموبايل (الهاتف) لسهولة الاستخدام وسهولة التنقل ولا يتطلب اي عناء او جهد عالي من قبل المستخدم ويتنقل به في مكان او زمان ولا يحتاج الى تيار كهربائي .
- ٦- ان الشباب الجامعي يهتم بمضمون الاغاني اكثر من باقي المضامين كونها تحاكي مستواهم العقلي وتخالج عواطفهم في هذه الفترة العمرية.
- ٧- ان المبحوثين يفضلون فترة الصباح تحيدا في الاستماع لان هذا الوقت تحديدا يكونون في الطريق للجامعة فيتعرضون للإذاعات عبر جهاز الراديو في السيارة او عبر الهاتف النقال , بينما باقي الاوقات ليس لديهم الوقت الكافي لذلك .
- ٨- ان المبحوثين لا يخصصون وقت معين للاستماع للإذاعات بل يرتبط ذلك حسب اوقات الفراغ لديهم اي ان جهاز الراديو لا يشكل لهم اهتماما كبيرا قياسا بمواقع التواصل الاجتماعي .
- ٩- ان المبحوثين يفضلون استخدام او اقتناء جهاز الراديو لعدة اسباب دون سبب معين ولا سيما الاكثر ملائمة لهم وبما يتناسب مع انشغالاتهم في الحياة اليومية .

توصيات البحث :

- ١- يوصي الباحث الاذاعات المحلية بالاهتمام بالمضامين المقدمة للجمهور , ولا سيما شريحة الشباب كونها تمثل الشريحة الاساسية في المجتمع العراقي , عبر تقديم برامج متنوعة وترفيهية تحاكي اهتماماتهم وتلبي رغباتهم .
- ٢- ضرورة ان تخصص المحطات الاذاعية مواقع لها مخصص للبث عبر مواقع التواصل الاجتماعي دون الاعتماد على البث الاذاعي عبر الموجات الاذاعية فقط .
- ٣- ان تقوم الاذاعات بمحاولة كسب الجمهور لها عبر تقديم جوائز ومكافآت للمشاركين في برامجها من اجل جذب الجمهور لها .

مصادر وهوامش البحث

١. نجم عبد العاطي طه , مناهج البحث العلمي , الاسكندرية : دار الكلمة للنشر والتوزيع , ٢٠١٥ , ص ٤٤.
٢. الحميد عبد محمد , البحث العلمي في الدراسات الاعلامية ط ٢ , القاهرة : عالم الكتب , ٢٠٠٤ , ص ١٥٩.
٣. سعيد محمد ابو طالب , علم مناهج البحث ج ١ , بغداد , مطابع دار الحكمة للطباعة والنشر , ١٩٩٠ , ص ١٤٦.
٤. حسين محمد سمير , بحوث الاعلام , القاهرة : عالم الكتب , ١٩٩٩ , ص ٣١٤.
٥. المحنة كاظم فلاح وسؤدد القادري , الفنون الانذاعية والتلفزيونية , الموصل : دار الحكمة للطباعة والنشر , ١٩٩٠ , ص ٢٣ .
٦. المحنة كاظم فلاح , البرامج الانذاعية والتلفزيونية , بغداد : بيت الحكمة , ١٩٨٨ , ص ١٤.
٧. مكايي عماد حسن , انتاج البرامج للراديو , القاهرة : مكتبة الانجلو المصرية , ١٩٨٩ , ص ٣١ .
٨. المصدر نفسه , ص ٣١-٣٢ .
٩. الراوي حبيب خالد , تاريخ الانذاع والتلفزيون في العراق , بغداد : دار الحكمة للطباعة والنشر , ١٩٩٢ , ص ١٠ .
١٠. مرزوق يوسف , الخدمة الاخبارية في الانذاع الصوتية , دراسة حول القائم بالأخبار , الاسكندرية: دار المعرفة الجامعية , ١٩٨٨ , ص ١٧ .
١١. عبوسي فلاح رفن الراديو , مجلة الفن الانذاعي , القاهرة : العدد ٣٨ , ١٩٩٧ , ص ٣٧ .
١٢. الطويرقي عبد الله , علم الاتصال المعاصر ط ٢ , الرياض : مكتبة العبيكان , ١٩٩٧ , ص ٢٤٩ .
١٣. بدر احمد , الاتصال بالجمهير , القاهرة : دار قباء للطباعة والنشر , ١٩٩٨ , ص ٦٠ .
١٤. جاد سهير وسامية محمد علي , البرامج الثقافية في الراديو التلفزيون , مصر : دار الفجر للنشر والتوزيع , ١٩٩٩ , ص ٣١ .

١٥. الحلواني ماجي ، مدخل الى الفن الانداعي والتلفزيوني والفضائي ، القاهرة : الشركة الدولية للطباعة، ٢٠٠٢، ص ٢٠
١٦. حجاب منير محمد ، وسائل الاتصال نشأتها وتطورها ، القاهرة : دار الفجر للنشر والتوزيع ، ٢٠٠٨ ، ص ١٧٨ .
١٧. مكاوي عماد حسن ، انتاج البرامج للراديو ، مصدر سابق ، ص ٣٦-٣٧ .
١٨. حجاب منير محمد ، مصدر سابق ، ص ١٨٠ .