

# مجلة البحوث الإعلامية

مجلة علمية محكمة تصدر عن جامعة الأزهر/كلية الإعلام



رئيس مجلس الإدارة: أ. د/ محمد المحرصاوي - رئيس جامعة الأزهر.

رئيس التحرير: أ. د/ رضا عبدالواجد أمين - أستاذ الصحافة والنشر وعميد كلية الإعلام.

مساعدو رئيس التحرير:

أ. د/ عرفه عامر - الأستاذ بقسم الإذاعة والتلفزيون بالكلية

أ. د/ فهد العسكر - أستاذ الإعلام بجامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية (المملكة العربية السعودية)

أ. د/ عبد الله الكندي - أستاذ الصحافة بجامعة السلطان قابوس (سلطنة عمان)

أ. د/ جلال الدين الشيخ زيادة - أستاذ الإعلام بالجامعة الإسلامية بأم درمان (جمهورية السودان)

مدير التحرير: د/ محمد فؤاد الدهراوي - مدرس العلاقات العامة والإعلان بالكلية.

د/ إبراهيم بسيوني - مدرس بقسم الصحافة والنشر بالكلية.

سكرتير التحرير: د/ مصطفى عبد الحى - مدرس بقسم الصحافة والنشر بالكلية.

د/ رامى جمال مهدي - مدرس بقسم الصحافة والنشر بالكلية.

سكرتير فني: د/ محمد كامل - مدرس مساعد بقسم الصحافة والنشر بالكلية.

مصدق اللغة العربية: أ/ عمر غنيم - مدرس مساعد بقسم الصحافة والنشر بالكلية.

القاهرة- مدينة نصر - جامعة الأزهر - كلية الإعلام - ت: ٠٢٢٥١٠٨٢٥٦

الموقع الإلكتروني للمجلة: <http://jsb.journals.ekb.eg>

البريد الإلكتروني: [mediajournal2020@azhar.edu.eg](mailto:mediajournal2020@azhar.edu.eg)

المراسلات:

العدد الثامن والخمسون - الجزء الثالث - ذو القعدة ١٤٤٢هـ - يوليو ٢٠٢١ م

رقم الإيداع بدار الكتب المصرية ٦٥٥٥

الترقيم الدولي للنسخة الإلكترونية: ٢٩٢-٢٦٨٢ X

الترقيم الدولي للنسخة الورقية: ١١١٠-٩٢٩٧

## قواعد النشر

تقوم المجلة بنشر البحوث والدراسات ومراجعات الكتب والتقارير والترجمات وفقاً للقواعد الآتية:

- يعتمد النشر على رأي اثنين من المحكمين المتخصصين في تحديد صلاحية المادة للنشر.
- ألا يكون البحث قد سبق نشره في أي مجلة علمية محكمة أو مؤتمراً علمياً.
- لا يقل البحث عن خمسة آلاف كلمة ولا يزيد عن عشرة آلاف كلمة... وفي حالة الزيادة يتحمل الباحث فروق تكلفة النشر.
- يجب ألا يزيد عنوان البحث -الرئيسي والفرعي- عن ٢٠ كلمة.
- يرسل مع كل بحث ملخص باللغة العربية وآخر باللغة الانجليزية لا يزيد عن ٢٥٠ كلمة.
- يزود الباحث المجلة بثلاث نسخ من البحث مطبوعة بالكمبيوتر.. ونسخة على CD، على أن يكتب اسم الباحث وعنوان بحثه على غلاف مستقل ويشار إلى المراجع والهوامش في المتن بأرقام وترد قائمتها في نهاية البحث لا في أسفل الصفحة.
- لا ترد الأبحاث المنشورة إلى أصحابها.... وتحفظ المجلة بكافة حقوق النشر، ويلزم الحصول على موافقة كتابية قبل إعادة نشر مادة نشرت فيها.
- تنشر الأبحاث بأسبقية قبولها للنشر.
- ترد الأبحاث التي لا تقبل النشر لأصحابها.

## الهيئة الاستشارية للمجلة

١. أ.د/ على عجوة (مصر)  
أستاذ العلاقات العامة وعميد كلية الإعلام الأسبق بجامعة القاهرة.
٢. أ.د/ محمد معوض. (مصر)  
أستاذ الإذاعة والتلفزيون بجامعة عين شمس.
٣. أ.د/ حسين أمين (مصر)  
أستاذ الصحافة والإعلام بالجامعة الأمريكية بالقاهرة.
٤. أ.د/ جمال النجار (مصر)  
أستاذ الصحافة بجامعة الأزهر.
٥. أ.د/ مي العبدالله (لبنان)  
أستاذ الإعلام بالجامعة اللبنانية، بيروت.
٦. أ.د/ وديع العززي (اليمن)  
أستاذ الإذاعة والتلفزيون بجامعة أم القرى، مكة المكرمة.
٧. أ.د/ العربي بوعمامة (الجزائر)  
أستاذ الإعلام بجامعة عبد الحميد، بجامعة عبد الحميد بن باديس بمستغانم، الجزائر.
٨. أ.د/ سامي الشريف (مصر)  
أستاذ الإذاعة والتلفزيون وعميد كلية الإعلام، الجامعة الحديثة للتكنولوجيا والمعلومات.
٩. أ.د/ خالد صلاح الدين (مصر)  
أستاذ الإذاعة والتلفزيون بكلية الإعلام -جامعة القاهرة.
١٠. أ.د/ محمود عبدالعاطي (مصر)  
أستاذ الإذاعة والتلفزيون بجامعة الأزهر.
١١. أ.د/ رزق سعد (مصر)  
أستاذ العلاقات العامة (جامعة مصر الدولية).

## محتويات العدد

- ١١١٩ اعتماد الشباب الجامعي على الإذاعات الرقمية وعلاقته بإدراك القيم الاجتماعية  
أ.م.د. ولاء إبراهيم عقاد
- ١١٨١ الاتجاهات الحديثة في بحوث معالجة شؤون المرأة في الصحافة المطبوعة - دراسة تحليلية  
أ.م.د. شيرين سلامة السعيد الدسوقي
- ١٢٢٩ اتجاهات ممارسي العلاقات العامة في المملكة العربية السعودية نحو المعرفة والمهارة والكفاءة المهنية  
د. بندر عويض الجعيد  
د. يوسف عثمان يوسف
- ١٢٨٥ تحليل الخطاب الإعلامي لمواقع القنوات الإخبارية الدولية الموجهة باللغة العربية حول العنف ضد المرأة بدول الشرق الأوسط  
د. محمد عبد العزيز سيد طه عصيدة
- ١٣٣٧ تعرض المرأة لبرامجها التليفزيونية وعلاقته بإدراك نوعها الاجتماعي: في إطار نموذج التحليل الثقافي  
د. محمود سلمي حسن
- ١٣٩٧ مستقبل الصحافة المصرية في ظل تقنيات صحافة الذكاء الاصطناعي خلال العقد القادم (في الفترة من ٢٠٢١ حتى ٢٠٣٠) - دراسة استشرافية  
د. أحمد عبد المجيد عبد العزيز منصور
- ١٤٥٩ سمات خطاب تعليقات القراء في صفحات الصحف الإلكترونية على مواقع التواصل الاجتماعي بشأن اللقاح المضاد لفيروس كورونا «بالتطبيق على الصفحة الرسمية لموقع اليوم السابع على شبكة فيسبوك»  
د. نجوى إبراهيم سيد إبراهيم

■ معالجة مواقع التواصل الاجتماعي لقضايا التطبيع مع إسرائيل «دراسة تحليلية»  
د. إيمان سيد علي عبد المطلب

---

١٥١٩

■ أثر برنامج قائم على استراتيجيات التعلم الإلكتروني المدمج لإنتاج وتصميم مواد إعلامية مدرسية إذاعية على إكساب بعض المهارات الأدائية الإذاعية لدى طلاب المرحلة الإعدادية  
د/ رشا محمد عاطف الشيخ

---

١٥٦٧

■ اتجاهات جمهور محافظة شمال سيناء نحو وسائل الإعلام التقليدية والرقمية المحلية في مواجهة الفكر المتطرف: دراسة ميدانية على القائم بالاتصال والجمهور  
داليا علاء محمد إبراهيم

---

١٦٢٣

ISSN- O	ISSN- P	نقاط المجلة (يونيو 2020)	نقاط المجلة (مارس 2020)	اسم الجهة / الجامعة	اسم المجلة	التصنيف	م
2682- 292X	1110- 9207	7	6.5	جامعة الأزهر	مجلة البحوث الإعلامية	الدراسات الإعلامية	1
2314- 873X	2314- 8721	7	6	الجمعية المصرية للعلاقات العامة	مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط	الدراسات الإعلامية	2
2636- 9393		5	5	جامعة الأهرام الكنتية	المجلة العربية لبحوث الإعلام و الإتصال	الدراسات الإعلامية	3
2366- 9891		4	4	Cairo University	مجلة إتحاد الجامعات العربية لبحوث الإعلام و تكنولوجيا الإتصال	الدراسات الإعلامية	4
2636- 9237		3.5	3.5	جامعة جنوب الوادي	المجلة العلمية لبحوث الإعلام و تكنولوجيا الإتصال	الدراسات الإعلامية	5
2367- 0407		6.5	3.5	اكاديمية الشروق	مجلة البحوث و الدراسات الإعلامية	الدراسات الإعلامية	6
2366- 9131		6.5	3	جامعة القاهرة - مركز بحوث الرأي العام	المجلة العلمية لبحوث العلاقات العامة والإعلان	الدراسات الإعلامية	7
2366- 914X		6.5	3	جامعة القاهرة - مركز بحوث الرأي العام	المجلة العلمية لبحوث الإذاعة والتلفزيون	الدراسات الإعلامية	8
2366- 9168		6.5	3	جامعة القاهرة - مركز بحوث الرأي العام	المجلة العلمية لبحوث الصحافة	الدراسات الإعلامية	9
1110- 6836		6.5	3	جامعة القاهرة - مركز بحوث الرأي العام	المجلة المصرية لبحوث الإعلام	الدراسات الإعلامية	10
1110- 6844		6.5	3	Cairo University, Center of Public Opinion Research	المجلة المصرية لبحوث الرأي العام	الدراسات الإعلامية	11

- يطبق تقييم مارس 2020 للمجلات على كل الأبحاث التي نشرت فيها قبل 1 يوليو 2020
- يطبق تقييم يونيو 2020 للمجلات على كل الأبحاث التي ستشتر فيها بدء من 1 يوليو 2020 و حتى صدور تقييم جديد في يونيو 2021
- المجلات التي لم تتقدم بطلب إعادة تقييم سيظل تقييم مارس 2020 مطبقا على كل الأبحاث التي ستشتر بها وذلك لحين صدور تقييم جديد في يونيو 2021
- يتم إعادة تقييم المجلات المصرية دورياً في شهر يونيو من كل عام ويكون التقييم الجديد سارياً للسنة التالية للنشر في هذه المجلات



# اعتماد الشباب الجامعي على الإذاعات الرقمية وعلاقته بإدراك القيم الاجتماعية

- Dependence of University Youth on Digital Radio and its Relationship to the Realization of Social Values

أ.م.د. / ولاء إبراهيم عقاد

أستاذ مساعد بقسم الإذاعة والتلفزيون بكلية الدراسات الإسلامية  
والعربية جامعة الأزهر

Walaaelakad1561.el@azhar.edu.eg

Walaaelakad27@gmail.com

## ملخص الدراسة

هدفت الدراسة الحالية إلى التعرف على معدلات تعرض الشباب الجامعي لإذاعات الإنترنت، ودرجة الاعتماد عليها، وعلاقته بإدراك القيم الاجتماعية التي تبث من خلالها، وذلك وفقاً للمتغيرات الديمغرافية (النوع، ونمط التعليم، والمستوى الاقتصادي الاجتماعي)، وأجريت الدراسة على عينة من الشباب الجامعي قوامها 207 مفردات، وزعت على جامعات (الأزهر - عين شمس - جامعة مصر الدولية)، باستخدام أداة استمارة الاستبيان، وبالاعتماد على منهج المسح، وقد خلصت الدراسة في نتائجها إلى ما يلي:

- جاء التعرض غير المنتظم (أحياناً) من قبل الشباب الجامعي عينة الدراسة في الترتيب الأول بنسبة بلغت (39.6%)، وتصدر دافع (التسلية والترفيه) قائمة دوافع هذا التعرض.
- جاءت محطة «نجوم إف إم» في مقدمة المحطات التي يستمع إليها عينة الدراسة، وجاءت (الأغاني والمنوعات) في مقدمة المضامين التي يفضلونها.
- جاءت درجة الاعتماد المتوسط (إلى حد ما) في الترتيب الأول بنسبة بلغت (58.1%)، ولم تثبت علاقة إحصائية ذات دلالة بين درجة الاعتماد من قبل الشباب الجامعي عينة الدراسة وإدراكهم للقيم التي تبث من خلالها.

الكلمات الرئيسية: الإذاعات الرقمية، الشباب الجامعي، القيم الاجتماعية

## Abstract

The current study aimed to identify the rates of exposure of university youth to the digital radio, the degree of dependence on them, and their relationship to the realization of social values that are transmitted through them, according to demographic variables (gender, education style, and socioeconomic level). (Al-Azhar - Ain Shams - Misr International University) using the questionnaire tool and based on the survey method. The study concluded in its results the following:

- Irregular exposure (sometimes) by university youth, the study sample, came in the first place with a percentage of (39.6%), and the motive (entertainment and entertainment) topped the list of motives for this exposure.
- Nojoom FMG came at the forefront of the stations that the study sample listened to, and (songs and variety) came at the forefront of the content. they preferred
- The average degree of accreditation came (to some extent) in the first place with a percentage of (58.1%), and there was no statistically significant relationship between the degree of accreditation by university youth in the study sample and their awareness of the values that are transmitted through them.

Key words : Digital radio, the youth, Social values



في ظل الثورة الاتصالية الكبيرة التي يشهدها العالم، تطورت شبكة الإنترنت واستخداماتها المختلفة في خدمات الاتصال تطورًا هائلًا؛ الأمر الذي جعل منها وسيلة أساسية من وسائل الاتصال، خاصة بعد التطور التكنولوجي والرقمي الكبير الذي أمكن معه استحداث أشكال حديثة من الإذاعات المسموعة والمرئية بديلاً عن الأشكال التقليدية للراديو والتلفزيون التقليديين، وذلك من خلال تطبيقات مختلفة للإنترنت يتيح عليها مئات القنوات الفضائية والإذاعات المسموعة؛ مما أوجد للمستخدمين بوجه عام والشباب بوجه خاص منبرًا مختلفًا للتعبير عن قضاياهم ومشكلاتهم في المجالات المختلفة.

وتعد الإذاعات الرقمية من أبرز الظواهر التكنولوجية التي ظهرت في مجال تكنولوجيا الإنترنت، كما تعد من أبرز سمات الإعلام الجديد (New Media)، وتتواجد محطات الراديو عبر شبكة الإنترنت في شكلين:

- الأول: إذاعة الراديو الأثيري التي تبث إرسالها عبر شبكة الإنترنت، من خلال مواقع لها على الشبكة.

- الثاني: محطات إذاعية لا تبث إرسالها إلا عبر شبكة الإنترنت فقط (Web Radio).

وكما أحدثت الثورة الاتصالية تطورًا في استخدامات الإنترنت ووسائل الاتصال، فقد أحدثت تطورًا أيضًا في النسق القيمي في قطاعات المجتمع بشكل عام، وبين الشباب على وجه الخصوص، وهم الفئة الأكثر تعرضًا واستخدامًا لشبكة الإنترنت وتطبيقاتها المختلفة<sup>(1)</sup>.

كما أنهم الفئة التي تعول عليها المجتمعات في مسيرة البناء والتقدم، فضلًا عن كونهم الفئات الأكثر تأثرًا باستخدام تطبيقات شبكة الإنترنت بإيجابياتها وسلبياتها، وهو الأمر الذي تتأكد معه أهمية مراجعة ما تبثه وسائل الاتصال غير التقليدية والمتاحة على شبكة

الإنترنت من قيم وعادات وتقاليد، وما تدعمه من سلوكيات من خلالها على نحو يجعلها منبرًا لتدعيم القيم والسلوكيات الإيجابية التي من شأنها تقدم ورفعة المجتمعات التي تستخدمها.

#### مشكلة الدراسة:

تحددت مشكلة الدراسة الحالية بعد ملاحظة الباحثة انتشار الإذاعات الرقمية، أو ما يعرف بالإذاعات الرقمية، كأحد أشكال الاتصال المهمة لدى قطاعات معينة- الشباب خاصة- ممن يعتمدون على شبكة الإنترنت بشكل كامل في كل مجالات حياتهم الترفيهية والتعليمية وغيرها، كما لاحظت كذلك نقصًا واضحًا في الدراسات التي تناولت القيم والسلوكيات التي يمكن أن تبث عبر هذه الوسيلة؛ لذا تتمثل مشكلة الدراسة الحالية في إلقاء الضوء على حجم تعرض قطاع الشباب على وجه التحديد لهذا النوع من الإذاعات وإدراكه للقيم والسلوكيات الاجتماعية التي يمكن أن تبث من خلالها.

#### أهمية الدراسة:

تأتي أهمية الدراسة الحالية في ضوء المحددات الآتية:

- 1- تكتسب الدراسة الحالية بُعدًا مجتمعيًا في ظل الاهتمام بالقيم التي يكتسبها جمهور المتلقين من وسائل الإعلام المختلف، التي تؤثر في تشكيل اتجاهاتهم وسلوكياتهم المختلفة؛ لا سيما وسائل الإعلام الجديد من خلال مواقع التواصل الاجتماعي التي تحظى بنسب تعرض مرتفعة بوجه عام.
- 2- أهمية الفئة التي ستطبق عليها الدراسة، وهي الشباب الجامعي باعتبارهم الأكثر تعرضًا لشبكات التواصل الاجتماعي بشكل عام، فهم الفئة المعنية بالاهتمام بتشكيل نسقها القيمي والمعرفي والسلوكي، فضلًا عن كونهم الفئة الأكثر تأثيرًا في بناء مستقبل الأمة وتقدمها.
- 3- أهمية تطبيق مدخل الاعتماد على وسائل الإعلام في إطار ندرة الدراسات التي أجريت عن الإذاعات الرقمية في إطار هذا المدخل النظري، حيث تركز الدراسة الحالية على تحليل العلاقة بين حجم الاعتماد على إحدى وسائل الإعلام الجديد، وهي الإذاعات الرقمية، ودرجة تأثير هذه الوسيلة في إدراك القيم الاجتماعية وتدعيمها، خاصة أن معظم الدراسات عنيت بالتركيز على مدخل الاستخدامات والإشباع في دراسة تأثير وسائل الإعلام الجديد بشكل عام والإذاعات الرقمية بشكل يفوق دراستها من خلال مدخل الاعتماد على وسائل الإعلام.

## أهداف الدراسة:

تهدف الدراسة الحالية إلى التعرف على حجم اعتماد الشباب الجامعي على الإذاعات الرقمية وعلاقتها بإدراك القيم الاجتماعية لديهم وتدعيمها، ويتفرع عن هذا الهدف الرئيسي عدة أهداف فرعية على النحو الآتي:

- 1- التعرف على معدلات تعرض الشباب الجامعي عينة الدراسة للإذاعات الرقمية ودوافع هذا التعرض.
- 2- التعرف على حجم اعتماد الشباب الجامعي عينة الدراسة على الإذاعات الرقمية في الحصول على المعلومات حول القضايا والموضوعات المختلفة.
- 3- رصد مدى تأثير المتغيرات الديمجرافية للشباب الجامعي عينة الدراسة في حجم اعتمادهم على الإذاعات الرقمية.
- 4- قياس العلاقة بين حجم اعتماد الشباب الجامعي عينة الدراسة على الإذاعات الرقمية وإدراكهم للقيم الاجتماعية التي يتعرضون لها.

## الدراسات السابقة:

- المحور الأول: دراسات تتعلق بتعرض الشباب للإذاعات الرقمية.
- المحور الثاني: دراسات تتعلق بإدراك القيم الاجتماعية من خلال وسائل الإعلام الجديد.

## المحور الأول: دراسات تتعلق بتعرض الشباب للإذاعات الرقمية:

1) دراسة (Shafizan Mohamed et all, 2018) <sup>(2)</sup> التي هدفت إلى دراسة استخدام الطلاب للراديو الجامعي على الإنترنت التابع للجامعة الإسلامية الدولية بدولة ماليزيا، بهدف المقارنة بين أنماط الاستماع لجمهور المستمعين لتحديد تأثير التغييرات التكنولوجية على مستمعي الراديو، بالتطبيق على عينة قوامها (238) مفردة من الشباب الجامعي باستخدام منهج المسح. وقد خلصت الدراسة إلى أنه ما زال يوجد عدد كبير لا يستمع للإذاعات الرقمية لأسباب مختلفة.

2) دراسة (سامية موسى إبراهيم, 2018) <sup>(3)</sup>، وهدفت إلى التعرف على حجم اعتماد المراهقين على الإذاعات الرقمية الشبابية، ومدى العلاقة بينه وبين تدعيم حقهم في الاتصال، وقد طبقت الدراسة على عينة عشوائية من المراهقين قوامها (400) مراهق، واعتمدت الدراسة في منهجها على منهج المسح الإعلامي، وقد خلصت في نتائجها إلى أن نسبة الاستماع للإذاعات الرقمية الشبابية بلغت (50%) من عينة

الدراسة، كما خلصت إلى وجود علاقة ارتباطية موجبة ذات دلالة إحصائية بين استخدام المبحوثين للإذاعات الرقمية وتدعيم حقوق الاتصال الإلكترونية لديهم، كما أثبتت الدراسة وجود علاقة دالة موجبة إحصائيًا بين معرفة المراهقين عينة الدراسة بحقوقهم الاتصالية الإلكترونية ومصداقية مضمون الإذاعات الرقمية التي يتعرضون لها.

(3) دراسة (حسن خليل, 2017)<sup>(4)</sup>، التي هدفت إلى التعرف على دوافع استخدام الطلاب الوافدين للإذاعات الرقمية وعلاقتها بترسيخ الهوية الثقافية لديهم، وطبقت الدراسة على عينة عمدية من الطلاب الوافدين إلى المملكة العربية السعودية من (33) جنسية قوامها (400) مفردة، مستخدمة منهج المسح، وخلصت الدراسة في نتائجها إلى وجود علاقة ارتباطية موجبة ذات دلالة إحصائية بين دوافع استخدام الطلاب الوافدين لمضامين الهوية الثقافية في الإذاعات الرقمية وإشباعها ترسيخ الهوية الثقافية المتحققة منها، كما جاءت مضامين النشرات الإخبارية والبرامج الدينية والسياسية في مقدمة تفضيلات المبحوثين، بينما جاءت البرامج الترفيهية في المرتبة الأخيرة في هذا الشأن.

(4) دراسة (Ignatiew, Nicolas, 2017)<sup>(5)</sup>، التي هدفت إلى دراسة حالة المحطة الرئيسية (FIP)، وهي محطة راديو فرنسية على الإنترنت؛ لمعرفة كيفية استخدام المحطة لأجهزتها الرقمية لنشر وإنتاج المحتوى عبر الإنترنت، وذلك من خلال دراسة الإذاعة التقليدية عبر الإنترنت.

وقد خلصت الدراسة في نتائجها إلى بروز أهمية المحتوى مع تعزيز بث المحطة على الهواء على الأجهزة الرقمية، وأن التعايش بين الإذاعات التقليدية والإذاعات الرقمية هو أكثر ما يميز الجهاز الرقمي للمحطة كوسائط هجينة بين التقليدي والإنترنت، كما أظهرت النتائج أن للإذاعات الرقمية غير التقليدية تأثيرًا واضحًا في المحتوى الإضافي والعروض الصوتية على الإنترنت.

(5) دراسة (نجلاء حسنين, 2016)<sup>(6)</sup>، التي هدفت إلى التعرف على استخدام الشباب المصري لراديو الإنترنت كأحد أشكال الإعلام الجديد، وأشكال هذا الاستخدام، وكذلك المحطات الأكثر تفضيلاً، مستخدمة في ذلك منهج المسح، وطبقت الدراسة على عينة عمدية قوامها (390) مفردة من الشباب المصري ممن يستمعون للإذاعات الرقمية، وقد خلصت في نتائجها إلى أن أهم أسباب استخدام

المبحوثين لها كان التسلية والترفيه، وكانت أهم الإشباعات المتحققة من هذا الاستخدام هي (الشعور بالراحة والاسترخاء).

(6) دراسة (Bahaeldin Ibrahim & Nanveen Mishra , 2016)<sup>(7)</sup>، التي

هدفت إلى استكشاف نطاق التعلم القائم على راديو الإنترنت الجامعي بين الشباب الجامعي، من خلال الكشف عن آفاق إذاعة كلية سور للعلوم التطبيقية بسلطنة عمان، من خلال إجراء الدراسة على عينة من الشباب الجامعي من الطلاب قوامها (150) مفردة، وقد خلصت الدراسة في نتائجها إلى حرص الطلاب واستعدادهم لاستخدام الإذاعة بشكل إيجابي في أنشطة التعليم والتعلم الخاصة بهم.

(7) دراسة (سالي أحمد جاد، 2015)<sup>(8)</sup>، التي هدفت إلى التعرف على دوافع

استخدام الجمهور المصري لمحطات الراديو التي تبث فقط على شبكة الإنترنت، وأهم الإشباعات المتحققة من خلال هذا الاستخدام، مستخدمة منهج المسح، وطبقت الدراسة على عينة من الجمهور قوامها (400) مفردة، إضافة إلى تطبيق الدراسة على عينة من القائمين بالاتصال في هذه المحطات قوامها (50) مفردة يعملون في (13) محطة إذاعية، وخلصت في نتائجها إلى تنوع الإشباعات المتحققة لدى الجمهور من استخدام محطات راديو الإنترنت، وفي مقدمتها الإشباعات المتعلقة بنوعية المضمون المقدم.

(8) دراسة (Joshua M. Bentley, 2012)<sup>(9)</sup>، التي هدفت إلى التعرف على

استخدام الجمهور الأمريكي لمواقع راديو الويب الموسيقية، وطبقت الدراسة على عينة عمدية قوامها (320) مفردة من الجمهور الذين تتراوح أعمارهم بين (30 - 59) عاماً، وقد توصلت الدراسة في نتائجها إلى أن:

- التعرف على بعض الأحداث ومواعيد الحفلات الموسيقية كان أبرز دوافع استخدام العينة لهذه المواقع.

- الفضول والأفكار والاتجاهات عن الموضوعات المختلفة كان في مقدمة الإشباعات المتحققة من هذا الاستخدام.

(9) دراسة (Kevin Andrew , 2012)<sup>(10)</sup>، التي هدفت إلى التعرف على عادات

استماع الشباب الجامعي الأمريكي لمحطات راديو الإنترنت FM، وطبقت الدراسة على عينة من الشباب الجامعي الأمريكي قوامها (140) مفردة، وتوصلت في

نتائجها إلى أن الإذاعات الرقمية جاءت في مقدمة الوسائل التي تستخدمها عينة الدراسة بنسبة بلغت (37.14%). وأفادت النتائج أن نسبة الذين لا يستمعون مطلقاً للإذاعات الرقمية بلغت (32.8%)، بينما بلغت نسبة ممن يستمعون لها دائماً (20%).

**المحور الثاني: دراسات تتعلق بإدراك القيم الاجتماعية من خلال وسائل الإعلام الجديد:**

1- دراسة (إبراهيم اليحياوي, 2019)<sup>(11)</sup>، التي هدفت إلى التعرف على مدى اختراق الإعلام الجديد للمنظومة القيمية والثقافية المحلية لمستخدمي وسائل الإعلام الجديدة من قبل تلك الوسائل، والتعرف على الآثار الثقافية لها، وخلصت الدراسة في نتائجها إلى أن التعرض لوسائل الإعلام الجديدة يؤثر في تشكيل قيم وثقافة وسلوك مستخدميه، وأن المضامين المقدمة من خلال تلك الوسائل قد تتوافق أو تتعارض مع القيم السائدة في المجتمع؛ الأمر الذي يحتاج معه إلى وجود وعي حضاري من أجل تحويل الأثر السلبي للإعلام الجديد إلى استثمار إيجابي في صالح المجتمع.

2- دراسة (رؤوف كعواش وآخرون, 2018)<sup>(12)</sup>، التي هدفت إلى التعرف على استخدام طلاب المرحلة الثانوية في الجزائر لموقع التواصل الاجتماعي فيسبوك، وحصر بعض تأثيراته على جوانبهم الأخلاقية، وأجريت الدراسة على عينة مكونة من (40) طالباً بالمرحلة الثانوية بولاية جيجل، وتوصلت في نتائجها إلى أن المبحوثين يحوزون حسابات خاصة بهم منذ أكثر من ثلاث سنوات، بدوافع عاطفية وترفيهية، حيث يقضي معظمهم أكثر من ثلاث ساعات يوميًا في التواصل مع أكثر من مائتي صديق تم اختيارهم بشكل عشوائي.

كما توصلت الدراسة إلى اكتساب انحرافات سلوكيات في شكل التواصل مع جنس مختلف من الأصدقاء حول مواضيع عاطفية بشكل زاد من مستوى الاختلاط لديهم وقادهم إلى انحرافات سلوكية جنسية، كما شجع لديهم قيم الغش وانتحال صفة الغير والكذب في المعاملات.

3- دراسة (غادة إلهامي, 2018)<sup>(13)</sup>، التي هدفت إلى التعرف على دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الهوية الثقافية للشباب المصري، في ضوء اختبار الفروض الخاصة بنظرية الغرس الثقافي، وعن طريق استخدام منهج المسح، وطبقت الدراسة على عينة عمدية من مستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي، خصوصاً الفيس بوك، قوامها (400) مفردة، وقد كشفت الدراسة أن القيم

والعادات من مكونات الهوية الثقافية التي تتأثر سلبياً عند استخدام مواقع التواصل الاجتماعي، كما أن اكتساب قيم لا تتماشى وتتنافى مع القيم المجتمعية جاءت في مقدمة التأثيرات السلبية لمواقع التواصل الاجتماعي على القيم والمعايير الاجتماعية.

4- دراسة (مراد بومنقار، شهرزاد حواسنيه، 2018)<sup>(14)</sup>، وهي دراسة تحليلية هدفت إلى إبراز تأثير الإعلام الجديد على النسق القيمي لفئة الشباب الجزائري بوصفها المتفاعل الأكبر معه.

وتوصلت الدراسة إلى تأثير القيم بمتغيرات متعددة على مختلف الأصعدة، وأن الإعلام الجديد ليس العامل الوحيد المؤثر في هذه القيم، وإن كان هو الأكثر بروزاً في هذا التأثير الذي يتضمن الإيجابية والسلبية معاً.

5- دراسة (فاطمة عبد الهادي، 2018)<sup>(15)</sup>، التي هدفت إلى التعرف على مستوى القيم المختلفة (الاجتماعية والدينية والسياسية) لدى الشباب في المجتمع الأردني، والتعرف على أكثر خصائص المواقع الاجتماعية أهمية لدى الباحثين، وأثر تلك الخصائص في القيم لدى الشباب.

أجريت الدراسة على عينة من الشباب الأردني قوامها (368) مفردة، وخلصت في نتائجها إلى وجود تأثيرات لمواقع التواصل الاجتماعي على القيم لدى الشباب الأردني عينة الدراسة.

6- دراسة (كوثر علوب، 2017)<sup>(16)</sup>، التي هدفت إلى دراسة إيجابيات الإعلام الجديد، والتعرف على الوسائل الأكثر استخداماً ومدى تأثيرها على منظومة القيم الاجتماعية، وأجريت الدراسة على عينة من الخبراء والأكاديميين باستخدام المنهج التاريخي والمنهج الوصفي، وقد خلصت إلى أن الإعلام الجديد له تأثير إيجابي واضح على قيمة التكافل في المجتمع.

7- دراسة (وليد الحلفاوي، 2017)<sup>(17)</sup>، التي هدفت إلى التعرف على تطبيقات الإعلام الجديد التي يمكن الاعتماد عليها في تطوير منظومة القيم الأخلاقية وتحديد أهم القيم التي يجب تميمتها، من خلال استخدام منهج المسح، وطبقت الدراسة على عينة من الشباب السعودي قوامها (88) مفردة، وخلصت الدراسة في نتائجها إلى شيوع استخدام تطبيقات الإعلام الجديد بين الشباب السعودي عينة الدراسة، وإن كان (اليوتيوب وتويتر) هما أكثر التطبيقات استخداماً، كما

خلصت النتائج إلى وعي الشباب السعودي بأهمية القيم الاجتماعية والأخلاقية وإمكانية تعزيزها عبر تطبيقات الإعلام الجديد.

8- دراسة ( Muhammed Shahid Imran & others, 2017 )<sup>(18)</sup>، التي

هدفت إلى التعرف على الدور الذي تؤديه وسائل التواصل الاجتماعي لغرس قيم الديمقراطية في سلوك الشباب الجامعي، بالتطبيق على طلاب جامعة لاهور، وقد أجريت الدراسة على عينة قوامها (340) طالبًا، وقد خلصت النتائج إلى أن الطلاب يتعلمون القيم الديمقراطية من خلال وسائل التواصل الاجتماعي، وأنها أصبحت نوعًا جديدًا من الأدوات التي تسهم في إدراك وفهم القيم الديمقراطية والسياسية بوجه عام.

9- دراسة ( Yongbing Jiao & others , 2017 )<sup>(19)</sup>، التي هدفت إلى اكتشاف

القيم الاجتماعية والمحتوى القيمي في وسائل التواصل الاجتماعي وعلاقته بتحقيق الرفاهية النفسية لدى المستخدمين.

وأجريت الدراسة على عينة من المبحوثين بلغ قوامها (437) مفردة من مستخدمي هذه المواقع، وخلصت الدراسة إلى أن المستخدمين الذين يتمتعون بدرجة أعلى من التأويل الذاتي المستقل هم الذين لديهم قدرة أعلى على تقييم المحتوى القيمي لوسائل التواصل الاجتماعي، ومن ثم يكون لديهم قدر أكبر من الرفاهية النفسية.

10- دراسة ( لارا أحمد الحديد، 2016 )<sup>(20)</sup>، التي هدفت إلى الكشف عن دور

الإعلام الجديد في إعادة التشأة الاجتماعية لطلاب المرحلة الثانوية في مدارس القطاع العام، وأجريت الدراسة على عينة عشوائية قوامها (201) طالب وطالبة ممن يستخدمون الإعلام الجديد، واعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي بشقيه الكمي والكيفي، وخلصت في نتائجها إلى:

- أن الإعلام الجديد له دور كبير في إكساب الأفراد القيم الإيجابية ومساعدتهم في صياغة تفضيلاتهم الشخصية.

- عدم وجود فروق ذات دلالة بين دور الإعلام الجديد وإعادة إنتاج التشأة الاجتماعية طبقًا لمتغيرات الدراسة (الجنس، والعمر، وطبيعة مكان السكن).

11- دراسة ( رياب الجمال، 2014 )<sup>(21)</sup>، التي هدفت إلى التعرف على تأثير وسائل

الإعلام الجديد (شبكات التواصل الاجتماعي عبر شبكة الإنترنت) على النسق القيمي والأخلاقي لدى الشباب بهدف الوصول لوضع آلية لتعزيز القيم الأخلاقية،



من خلال استخدام منهج المسح، وطبقت الدراسة على عينة من الشباب السعودي قوامها (600) مفردة.

وخلصت في نتائجها إلى ارتفاع معدل استخدام الشباب لشبكة الإنترنت وأكدت العينة بأكملها بنسبة (100٪)، كما تعددت أسباب استخدام العينة لشبكات التواصل الاجتماعي مصدرًا للتواصل، كما أثبتت النتائج أن مواقع التواصل الاجتماعي استطاعت أن تخلق مجالًا عامًا أحدث للشباب تأثيرًا على النسق القيمي الأخلاقي لديهم، وأكدت الدراسة أنه كلما زاد استخدام الشباب لشبكات التواصل الاجتماعي زادت التأثيرات المعرفية والوجدانية والسلوكية المؤثرة في النسق القيمي لديهم.

12- دراسة (خالد صالح، 2012)<sup>(22)</sup>، التي هدفت إلى بيان تأثير شبكة التواصل الاجتماعي على القيم الاجتماعية لدى الشباب الجامعي، والتوصل إلى تصور مقترح لتدعيم القيم الإيجابية والحد من القيم السلبية، من خلال استخدام منهج المسح، وطبقت الدراسة على عينة من الطلاب الجامعيين قوامها (80) مفردة، و(20) من الأخصائيين الاجتماعيين، وخلصت في نتائجها إلى وجود علاقة ارتباطية بين استخدام الشباب لشبكة التواصل الاجتماعي وإدراكهم للقيم الاجتماعية.

#### التعليق على الدراسات السابقة:

- اشتركت جميع الدراسات العربية التي تناولت الإذاعات الرقمية بالدراسة على استخدام مصطلح (الإذاعات الرقمية) في عناوين هذه الدراسات للإشارة إلى الإذاعات التي تبث عبر شبكة الإنترنت.
- توافقت الدراسات السابقة التي تناولت الإذاعات الرقمية على وجه التحديد في معظمها من حيث الأهداف، حيث هدف معظمها إلى دراسة أشكال وأنماط استخدام المبحوثين للإذاعات الرقمية؛ ما عدا دراسة [Nicolas Ignatiew، 2017]، التي هدفت إلى دراسة حالة لإحدى المحطات الإذاعية الرقمية، وهي محطة (FIP) الفرنسية ورصد استخدام المحطة لأجهزتها الرقمية.
- اهتم معظم الدراسات بالتركيز على دراسة قطاع الشباب الجامعي على وجه التحديد من بين قطاعات الجمهور المختلفة، وذلك باستثناء دراسة [سالي جاد، 2015]، التي تناولت دراسة الجمهور المصري وليس الشباب الجامعي، ودراسة [Joshua M. Bentley، 2012]، التي اهتمت بدراسة الجمهور الأمريكي.

■ اهتمام معظم الدراسات الأجنبية التي تناولت الإذاعات الرقمية بدراسة الإذاعات الرقمية الجامعية ودورها الذي تؤديه في عمليات التعليم عن بعد، مما يوضح أهمية الإشارة إلى إنشاء هذا النوع من الإذاعات وتعزيز سبل تدعيم التعليم عن بعد من خلال استخدام هذه التقنيات التي سبقنا العالم الغربي في إدراك أهمية استخدامها في هذا المجال.

ومحاولة تطبيقها في الجامعات المصرية والعربية، وكذا تناولها بالدراسة للوقوف على درجة تأثيرها وتعديل المحتوى الذي تقدمه تمشيًا مع الأهداف المنوطة بتحقيقها.

■ اهتمام الدراسات السابقة بدراسة الجمهور، ولم يهتم أي منها بدراسة تحليل المضمون بأي شكل من الأشكال خاصة الدراسات التي تناولت القيم الاجتماعية في وسائل الإعلام الجديد خاصة في الوطن العربي، وكذا الدراسات التي تناولت راديو الإنترنت، مما يشير إلى الحاجة إلى إجراء دراسات تهتم بتحليل المحتوى الذي تقدمه الإذاعات الرقمية، وإلقاء الضوء على ما تبثه من قيم وسلوكيات مختلفة من خلال هذه المحتوى.

■ اعتمدت جميع الدراسات التي تم استعراضها على منهج المسح؛ ما عدا دراسة [كوثر علوب، 2017]، التي استخدمت المنهج التاريخي، وقد تراوحت أعداد مفردات عينات هذه الدراسات ما بين (50) إلى (400) مفردة من جمهور عينة الدراسة، سواء من الشباب أو الخبراء أو القائمين بالاتصال في الإذاعات الرقمية.

■ تركيز معظم الدراسات التي تناولت تعرض الشباب للإذاعات الرقمية على تطبيق المدخل النظري (الاستخدامات والإشباع) كإطار نظري لهذه الدراسات، باستثناء دراسة [سامية موسى]، التي تناولت نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام كمدخل نظري لها.

■ لم تتناول أي دراسة من الدراسات التي تناولت القيم في الإعلام الجديد دراسة ورصد القيم المقدمة في برامج الإذاعات الرقمية والإذاعات التي تبث عبر الإنترنت ولا دراسة إدراك الجمهور (أيا كانت فئته) لها.

#### موقع الدراسة الحالية من الدراسات السابقة:

تهتم الدراسة الحالية بدراسة الإذاعات الرقمية كإحدى وسائل الإعلام الجديد وأحد التطبيقات المهمة لوسائل التواصل الاجتماعي، وعمدت الدراسة الحالية إلى الاهتمام بدراسة تعرض الشباب الجامعي من خلال تطبيق مدخل الاعتماد على وسائل الإعلام

مدخلًا نظريًا للدراسة وليس بتطبيق مدخل الاستخدامات والإشباع التي طبقتها معظم الدراسات التي تم استعراضها سابقًا، وذلك بهدف الوقوف على تأثير حجم اعتماد الباحثين على الإذاعات الرقمية في إدراكهم للقيم الاجتماعية والمحتوى القيمي الذي يبيث من خلالها، وهو ما لم تتطرق إليه الدراسات السابقة التي اهتمت بدراسة القيم المختلفة في وسائل التواصل الاجتماعي والإعلام الجديد بشكل عام، ولم تتطرق لدراساتها من خلال الإذاعات الرقمية على وجه الخصوص.

#### تساؤلات الدراسة:

تهتم الدراسة الحالية بالإجابة عن التساؤلات الآتية:

- ما معدلات تعرض الشباب الجامعي (عينة الدراسة) للإذاعات الرقمية؟
- ما دوافع تعرض الشباب الجامعي (عينة الدراسة) للإذاعات الرقمية؟
- ما أهم المحطات الإذاعية التي تحرص العينة على متابعتها على شبكة الإنترنت؟
- ما المضامين البرمجية التي تحرص العينة على متابعتها من خلال الإذاعات الرقمية؟
- ما القيم التي أدركتها عينة الدراسة من خلال التعرض للإذاعات الرقمية؟
- ما حجم اعتماد الشباب الجامعي (عينة الدراسة) على الإذاعات الرقمية؟
- ما مقترحات عينة الدراسة من الشباب الجامعي لتطوير أداء الإذاعات الرقمية؟
- ما أسباب عدم تعرض بعض الباحثين من الشباب الجامعي (عينة الدراسة) للإذاعات الرقمية؟

#### فروض الدراسة:

- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين معدلات تعرض الشباب الجامعي (عينة الدراسة) للإذاعات الرقمية تبعًا لمتغيرات النوع ونمط التعليم والمستوى الاقتصادي الاجتماعي للباحثين عينة الدراسة.
- توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين معدلات تعرض الشباب الجامعي عينة الدراسة للإذاعات الرقمية وحجم الاعتماد على تلك الإذاعات في الحصول على المعلومات.
- توجد علاقة ذات دلالة بين حجم اعتماد الباحثين على الإذاعات الرقمية وإدراك الباحثين للقيم والسلوكيات التي تضمنتها برامجها.

■ توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات المبحوثين حول مقياس اعتمادهم على الإذاعات الرقمية في الحصول على المعلومات تبعًا لمتغيرات النوع ونمط التعليم والمستوى الاقتصادي للمبحوثين.

متغيرات الدراسة:

- المتغير المستقل: يتمثل في حجم اعتماد الشباب الجامعي على الإذاعات الرقمية التي تبث من خلال شبكة الإنترنت.
- المتغير التابع: يتمثل في إدراك الشباب الجامعي المصري للقيم والسلوكيات الاجتماعية.
- المتغيرات الوسيطة: تتمثل في المتغيرات الديمغرافية للمبحوثين عينة الدراسة (النوع - نمط التعليم - المستوى الاقتصادي الاجتماعي).

نوع الدراسة ومنهجها:

تتتمي الدراسة الحالية إلى الدراسات الوصفية، التي تستهدف وصف وتحليل خصائص موقف معين يغلب عليه صفة التحديد، بهدف الحصول على معلومات دقيقة عنها دون الدخول في أسبابها أو التحكم فيها وبغض النظر عن وجود فروض محددة مسبقاً<sup>(23)</sup>.

حيث تستهدف الدراسة وصف وتحليل حجم اعتماد الشباب الجامعي المصري على الإذاعات الرقمية، وفي هذا الإطار استخدمت الباحثة منهج المسح بالعينة على عينة من شباب الجامعات المصرية من أنماط التعليم المختلفة في مصر.

وقد اعتمدت الدراسة على منهج المسح بالعينة، الذي يعرف بأنه جهد علمي منظم للحصول على بيانات وأوصاف عن الظاهرة موضوع البحث، بهدف تكوين قاعدة أساسية من البيانات تساعد في تحديد كفاءة الأوضاع القائمة بشأن الظاهرة موضوع الدراسة<sup>(24)</sup>.

حيث يُوظف مسح الجمهور في هذه الدراسة للتعرف على حجم اعتماد المبحوثين من الشباب الجامعي المصري للإذاعات الرقمية كإحدى وسائل الإعلام الجديد، كما تعتمد الباحثة أيضًا على منهج الدراسات الارتباطية، الذي يسعى الباحثون من خلاله إلى دراسة العلاقات بين الحقائق التي تم الحصول عليها بهدف التعرف على الأسباب التي أدت إلى حدوث الظاهرة، والوصول إلى استنتاجات لتحديد اتجاه العلاقة بين متغيراتها<sup>(25)</sup>.

وقد تم توظيف هذا المنهج في الدراسة الحالية من خلال جمع البيانات الخاصة بكل متغير من متغيرات الدراسة، وعرض هذه البيانات في صورة تعكس حركة المتغيرات، ثم

دراسة العلاقة بين تلك البيانات والحقائق التي تم جمعها والتوصل إليها لمعرفة مدى الارتباط أو الاختلاف فيما بينها.

#### مجتمع الدراسة وعينتها:

يتمثل مجتمع الدراسة في شباب الجامعات المصرية، وقد روعي تمثيل الأنماط التعليمية للجامعات المختلفة، متمثلة في أنماط التعليم (الديني، والحكومي، والخاص) في إجراء الدراسة الميدانية، وكذلك روعي تمثيل المتغيرات الديمجرافية المختلفة للمبحوثين، حيث تم سحب عينة الدراسة من جامعات (عين شمس، والأزهر، وجامعة مصر الدولية) بأسلوب التوزيع المتساوي.

وقد بلغ قوام العينة (207) مفردات سُحبت اعتمادًا على أسلوب العينة المتاحة، حيث تعاملت الباحثة مع طلاب الجامعات المذكورة بشكل عرضي للإجابة عن استمارة الاستبيان، وروعي فيها قدر الإمكان التنوع في اختيار النوع ونمط التعليم، ويوضح الجدول الآتي السمات العامة لعينة الدراسة على النحو الآتي:

#### جدول رقم (1)

#### توصيف عينة الدراسة

النسبة	التكرارات	المتغيرات	
51.7	107	ذكور	النوع
48.3	100	إناث	
18.8	39	18 سنة فأقل	العمر
25.1	52	من 19 إلى 20 سنة	
34.3	71	من 21 إلى 22 سنة	
21.7	45	أكثر من 22 سنة	
34.3	71	جامعة الأزهر	نمط التعليم
28.5	59	جامعة عين شمس	
37.2	77	جامعة مصر الدولية	
14.5	30	منخفض	المستوى الاقتصادي
46.4	96	متوسط	
39.1	81	مرتفع	

## الدراسة الاستطلاعية:

قامت الباحثة بعمل دراسة استطلاعية على عينة من الشباب الجامعي المصري قوامها (20) مفردة من طلاب جامعات (عين شمس - الأزهر - مصر الدولية)، مناصفة بين الذكور والإناث، حيث وزع الاستبيان بطريق المقابلة الشخصية في نهاية الفصل الدراسي الأول من العام الجامعي 2019-2020، وذلك لتحديد أكثر الإذاعات الرقمية التي يشاهدها جمهور الشباب الجامعي المصري من خلال شبكة الإنترنت بوجه عام.

ومن خلال الدراسة الاستطلاعية تم عمل قائمة بها أكثر المحطات شهرة، وتم سؤالهم عن أكثر المحطات التي يتعرضون لها من بين المحطات المذكورة، وقد تبين أن الإذاعات الأكثر استماعا من قبل العينة هي إذاعات (نجوم إف إم، وراдио 9090، وراдио مصر، وراдио في السكة، وراдио عاجل، وراдио نجومنا) على الترتيب.

وبناء عليه، تم تحديد هذه المحطات على وجه التحديد عند سؤال الباحثين عينة الدراسة الحالية من خلال أداة الدراسة (استمارة الاستقصاء) عن المحطات التي تحرص العينة على التعرض لها.

## أدوات جمع البيانات:

اعتمدت الدراسة الحالية في جمع بياناتها على أداة استمارة الاستقصاء، حيث صُممت ووزعت بأسلوب المقابلة الشخصية على عينة من شباب جامعات (عين شمس، الأزهر، مصر الدولية) قوامها (207) مفردات.

وقد تم التصميم بالاعتماد على الأسئلة المغلقة؛ باستثناء سؤال واحد عن مقترحات الباحثين لتطوير أداء الإذاعات الرقمية بما يتلاءم مع تلبية احتياجاتهم، وقد أجريت الدراسة الميدانية في الفترة من 19 فبراير إلى 5 مارس 2020.

## قياس الصدق والثبات:

عرضت استمارة الاستقصاء على عدد من المحكمين من أساتذة الإعلام (❖) للتحقق من شموليتها وقدرتها على الإجابة عن تساؤلات الدراسة واختبار فروضها، وتم الأخذ بما أبدوه من ملاحظات وتنفيذها بدقة.

كما أعادت الباحثة تطبيق الاستمارة على (10%) من الباحثين عينة الدراسة بواقع (20) مفردة بعد مرور أسبوعين من التطبيق الأول، مستخدمة أسلوب إعادة الاختبار، وقد تم حساب معامل الثبات بين الإجابتين عن طريق المعادلة الآتية:

$$r = \frac{2t}{2n + 1}$$

حيث  $t =$  عدد الإجابات التي يتفق عليها في الاختبارين،  $n = 1 =$  عدد الإجابات الأولى،  
 $n = 2 =$  عدد الإجابات الثانية.

وقد بلغ معامل الثبات (88.5%)؛ مما يدل على وجود درجة اتساق عالية بين إجابات  
المبحوثين، مما يدل على صلاحية الاستمارة للتطبيق.

التعريفات الإجرائية لمصطلحات الدراسة:

- **الشباب الجامعي:** يقصد به طلاب وطالبات الجامعات المصرية بأنماطها  
التعليمية المختلفة.

- **الإذاعات الرقمية:** يقصد بها الإذاعات التقليدية المعروفة التي تزداد من  
خلال شبكة الإنترنت فضلاً عن بثها لبرامجها عبر الأثير، وكذلك الإذاعات  
التي لا تبث برامجها إلا من خلال شبكة الإنترنت ومواقع التواصل  
الاجتماعي.

- **القيم الاجتماعية:** يقصد بها القيم الإيجابية والسلوكيات السلبية التي  
يتضمنها المحتوى المقدم من خلال برامج الإذاعات الرقمية.

المعالجة الإحصائية للبيانات:

بعد الانتهاء من جمع بيانات الدراسة، تم إدخالها (بعد ترميزها) إلى الحاسب الآلي، ثم  
جرت معالجتها وتحليلها واستخراج النتائج الإحصائية باستخدام برنامج (الحزمة  
الإحصائية للعلوم الاجتماعية) والمعروف باسم SPSS اختصاراً لـ: Statistical  
Package for the Social Sciences، وذلك باللجوء إلى المعاملات والاختبارات  
والمعالجات الإحصائية الآتية:

- 1) التكرارات البسيطة والنسب المئوية.
  - 2) المتوسط الحسابي والانحراف المعياري.
  - 3) اختبار كاي 2 لجدول الافتتان (Contingency-Tables Chi Square Test)  
لدراسة الدلالة الإحصائية للعلاقة بين متغيرين من المستوى الاسمي  
(Nominal).
  - 4) معامل ارتباط بيرسون (Pearson Correlation Coefficient) لدراسة  
شدة واتجاه العلاقة الارتباطية بين متغيرين من مستوى المسافة أو النسبة  
(Interval Or Ratio).
- وقد اعتبرت العلاقة ضعيفة إذا كانت قيمة المعامل أقل من (0.30)، ومتوسطة  
ما بين (0.30)–(0.70)، وقوية إذا زادت عن (0.70).

- 5) اختبار (ت) للمجموعات المستقلة (Independent-Samples T-Test) لدراسة الدلالة الإحصائية للفروق بين متوسطين حسابيين لمجموعتين من الباحثين في أحد المتغيرات من نوع المسافة أو النسبة (Interval Or Ratio).
- 6) تحليل التباين ذو البعد الواحد (Oneway Analysis of Variance) المعروف اختصارًا باسم (ANOVA) لدراسة الدلالة الإحصائية للفروق بين المتوسطات الحسابية لأكثر من مجموعتين من الباحثين في أحد المتغيرات من نوع المسافة أو النسبة (Interval Or Ratio).

#### المدخل النظري للدراسة:

تقوم نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام على اعتبار وسائل الإعلام مصادر رئيسية يعتمد عليها أفراد الجمهور في استقاء المعلومات عن الأحداث الجارية<sup>(26)</sup>. وتعتمد فكرة نظرية الاعتماد على أن استخدام الجمهور لوسائل الاتصال لا يتم بمعزل عن تأثيرات النظام الاجتماعي الذي يعيش فيه. لذلك فإن أي رسالة يتلقاها من وسائل الاتصال قد يكون لها نتائج مختلفة اعتمادًا على الخبرات السابقة لديه عن القضية (موضوع النقاش)، وكذلك تأثيرات الظروف الاجتماعية المحيطة به<sup>(27)</sup>.

#### ويعتمد الجمهور على وسائل الإعلام لتحقيق الأهداف الآتية:

- **الفهم:** ويشمل معرفة الذات، مثل التعلم والحصول على الخبرات والفهم الاجتماعي من خلال معرفة أشياء عن العالم أو الجماعة المحلية وتفسيرها.
- **التوجيه:** ويشمل توجيه العمل وتوجيه تفاعلي للحصول على دلالات عن كيفية التعامل مع المواقف الجديدة.
- **التسلية:** وتشتمل على التسلية المنعزلة مثل (الراحة والاسترخاء) وكذلك التسلية الاجتماعية<sup>(28)</sup>.

#### وتقوم نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام على عدة افتراضات منها:

1. تزيد قوة التأثيرات المعرفية والإدراكية مع زيادة قوة وتركيز الاعتماد على وسائل الإعلام، بمعنى أنه كلما كان الاعتماد مركزًا وقويًا على وسائل الإعلام زادت قوة التأثيرات المعرفية والإدراكية للجمهور.
2. يختلف الجمهور في حجم اعتماده على وسائل الإعلام نتيجة اختلافاتهم في الأهداف والمصالح والحاجات الفردية والمتغيرات الديمجرافية<sup>(29)</sup>.



3. الاعتماد على وسائل الإعلام لا يتم بشكل متساو بين مفردات مجتمع معين؛  
فالتغيرات الديموجرافية مثلا يمكن أن تؤثر في اختلاف حجم الاعتماد على  
وسائل الإعلام<sup>(30)</sup>.

وهناك مجموعة من المتغيرات الوسيطة تؤثر في حجم اعتماد الفرد على وسائل الإعلام،  
تتمثل في كثافة ودوافع التعرض لتلك الوسيلة، سواء كانت طقوسية أو معرفية. وكذلك  
المتغيرات الديموجرافية للجمهور، فضلاً عن درجة التركيز والانتباه مع المضمون المقدم  
عبر هذه الوسيلة كمصدر للمعلومات<sup>(31)</sup>.

ويعد الاعتماد على وسائل الإعلام مدخلاً نظرياً ملائماً للدراسة الحالية؛ لأنه يساعد في  
اختبار مدى اعتماد الشباب الجامعي المصري على الإذاعات الرقمية كإحدى وسائل  
الإعلام الجديد كمصدر للحصول على المعلومات والمعارف، وعلاقة هذا الاعتماد بإدراك  
القيم الاجتماعية والأخلاقية المتضمنة في المحتوى المقدم من خلال تلك الإذاعات، وذلك  
وفقاً للمتغيرات الديموجرافية لهذا الجمهور.

الإطار المعرفي للدراسة:

#### الإذاعات الرقمية كأحد تطبيقات الإعلام الجديد:

أدى التزاوج بين تكنولوجيا الاتصال والحاسب الآلي، وظهور الإنترنت كوسيلة اتصال، إلى  
ظهور العديد من تطبيقات الإعلام الجديد، مثل: (الصحافة الإلكترونية، والتليفزيون  
الكابلي، والراديو الرقمي أو ما يعرف براديو الإنترنت، وهو الشكل الثالث من الراديو  
الرقمي).

وتقوم فكرته على أن تبث بعض محطات الراديو التقليدية الأرضية إرسالها عبر شبكة  
الإنترنت، إضافة إلى وجود عديد من محطات راديو الإنترنت التي ليس لها محطات  
تقليدية<sup>(32)</sup>.

ويعود ظهور راديو الإنترنت إلى التسعينيات من القرن الماضي على يد الأمريكي ( Carl  
Malamud ) في عام (1993)، الذي أنشأ محطة (Internet Talk Radio) في  
ولاية كاليفورنيا، وكانت تبث برامجها خلال فترة محددة من اليوم، وتعد محطة راديو  
(Radio KJHL) أول محطة إذاعية عبر الإنترنت تبث برامجها طوال اليوم<sup>(33)</sup>.

وقد أتاح راديو الإنترنت للجمهور تبادل الأفكار والمعلومات والآراء عبر استخدامه لمواقع  
هذه الإذاعات، مما ساعد في البناء الثقافى والقيمي للمجتمع من خلال محتوى إذاعي  
خاص ومتنوع<sup>(34)</sup>.

وقد استخلصت سامية موسى في دراستها<sup>(35)</sup> ثلاث سمات رئيسية للإذاعات الرقمية تتلخص في:

- أنها برامج صوتية تبث عبر الإنترنت.
  - تقدم خدمات إذاعية من خلال الويب.
  - أنها تعرف بالبث الشبكي لأنها خدمة صوت مرسلة عبر شبكة الإنترنت.
- ولأن الشباب شريحة جماهيرية مهمة في أي مجتمع، فقد اتخذوا من الإذاعات الرقمية منبرًا ووسيلة تصل إلى عدد كبير من الشباب والمراهقين للتعبير عن أفكارهم وخبراتهم ومعلوماتهم ونقلها إلى الآخرين.
- وهنا تجدر الإشارة إلى وجود نوعين من راديو الإنترنت:

- المحطات الإذاعية التقليدية التي حرصت على إنشاء محطات لها عبر الإنترنت، إما مماثلة أو مختلفة للإذاعات التقليدية، وتخضع لقوانين البث الإذاعي من حيث الحصول على التراخيص والتصاريح لإنشائها.
- المحطات الإذاعية التي ليس لها محطات إذاعية تقليدية أرضية أو فضائية وتبث عبر الإنترنت فقط ولا تخضع لقوانين البث الإذاعي<sup>(36)</sup>.

وتتميز الإذاعات الرقمية بقدرتها على بث إرسال أكثر نقاء ووضوحًا، وبذلك فإنها تعطي جودة عالية للصوت مقارنة بالإرسال الذي يبث عبر موجات (AM) أو (FM)، كما أنها تتميز بإمكانية الضبط السهل لأجهزة الراديو وعرض الخدمات النصية وتقديم إمكانيات مختلفة وحديثة على خدمات الراديو المعروفة<sup>(37)</sup>.

فهي استطاعت أن توفر للفرد راديو خاص به على شبكة الإنترنت، واستطاعت أيضًا أن توفر للمتلقي أن يستمع للمحتوى البرامجي الذي يروق له في أي وقت شاء، وهو ما لفت إليها نظر المعلنين كوسيلة مختلفة اجتذبت قطاعات مختلفة من الجماهير لا سيما الشباب منها<sup>(38)</sup>.

كما أنها تتميز بسهولة التعرض والاستخدام نظرًا لاعتماد المستخدم في أغلب الأحيان على جهاز التليفون المحمول، الذي يسهل معه الوصول إلى الإنترنت في أي وقت ومكان<sup>(39)</sup>.

## القيم الاجتماعية في الإعلام الجديد:

تعرف القيم وفق معاجم اللغة على أنها جمع لكلمة القيمة، وهي (ثمن الشيء)، ويعرفها أصحاب القواميس على أنها المبادئ والمعايير التي تعد مرغوبًا فيها من قبل المجتمع ككل<sup>(40)</sup>.

وتعد القيم عنصرًا رئيسيًا في تشكيل ثقافة أي مجتمع، فهي تقوم بدور كبير في إدراك الأفراد لما يحدث من حولهم وكذلك تصورهم للعالم المحيط بهم، وتعد القيم الاجتماعية بوجه خاص من المفاهيم الضرورية لدراسة أي مجتمع، فهي تحدد درجة رقي وتحضر المجتمعات، وترتبط ارتباطًا وثيقًا بالسلوك والأهداف<sup>(41)</sup>.

إضافة إلى أن النظرية الكفاء في تفسير السلوك الإنساني والتنبؤ به يجب أن تتضمن موضوع القيم، ومن ثم يمكن تحديد الأيدولوجية الخاصة بهذا المجتمع<sup>(42)</sup>؛ الأمر الذي يتضح معه الدافع وراء الاهتمام بدراسة القيم من قبل الباحثين في مختلف مجالات العلوم الإنسانية.

وهناك من يعرف النسق القيمي بأنه مجموعة من المعايير المكتسبة التي تعكس الأسلوب الذي يفكر الأشخاص به في ثقافة معينة، وهي بمثابة موجه لسلوك الأفراد بما هو مرغوب من أشكال السلوك في ضوء ما يضعه المجتمع من قواعد ومعايير ومبادئ<sup>(43)</sup>.

ومن هنا تتضح أهمية دراسة تأثيرات وتوجيهات وسائل الإعلام الجديد بوجه عام والإذاعات الرقمية أو الإذاعات الرقمية كأحد أهم تطبيقاته، خاصة وأن هذه الوسائل الإعلامية المستحدثة لا تخضع للرقابة، كما أنها تتميز بالتفاعلية والقدرة على إيصال معطيات الفكر والمعرفة إلى جماهير المتلقين.

هذا إضافة إلى أن وسائل الإعلام الجديد تدخلت بشكل واضح في تكوين القيم والاتجاهات في المجتمع وأصبحت بديلة عن الكيانات الاجتماعية الطبيعية كالأُسرة، كما أنها قلصت التفاعل الأسري داخل المجتمع، ومن ثم تعدى دور هذه الوسائل إلى تغيير القيم والعادات أو تعديلها أو ترسيخها لتصبح الموجه الأول لمظاهر السلوك الإنساني خاصة لدى قطاع الشباب<sup>(44)</sup>.

مما يظهر خطورة تأثير هذه الوسائل في هذه الفئة المهمة من فئات المجتمع، فهي الشريحة الأكثر استخدامًا لهذه الوسائل ولمواقع التواصل الاجتماعي بوجه عام، خاصة وأن القيم المختلفة هي التي تسهم في تحسين إدراك فئة الشباب وفهمها للعالم المحيط بها وتوسيع إطارها المرجعي في فهم العلاقات، فضلًا عن دورها في الحفاظ على تماسك المجتمع ووحدته<sup>(45)</sup>.

## نتائج الدراسة:

أولاً الإجابة عن تساؤلات الدراسة:

## مدى استماع المبحوثين للمحطات الإذاعية على الإنترنت

## جدول رقم (2)

## مدى استماع المبحوثين للمحطات الإذاعية على الإنترنت

مدى استماع	ك	%
أحياناً	82	39.6
لا	71	34.3
دائماً	54	26.1
الإجمالي	207	100.0

يتضح من بيانات الجدول السابق أن نسبة من يستمعون للإذاعات الرقمية (أحياناً) جاءت في المرتبة الأولى بنسبة بلغت (39.6%)، يليها في المرتبة الثانية من لا يستمعون للإذاعات الرقمية على الإطلاق بنسبة بلغت (34.3%)، بينما جاء من يستمعون (دائماً) في المرتبة الأخيرة بنسبة بلغت (26.1)، وهو ما يشير إلى أن الإذاعات الرقمية في مصر لم تصل إلى حد الانتشار بين قطاعات الجمهور المختلفة لا سيما الشباب رغم كونهم الأكثر استخداماً لوسائل وتطبيقات الإنترنت والإعلام الجديد.

وهو ما أكدته دراسة [دينا أبوزيد، 2020]<sup>46</sup>، حيث جاء في نتائجها أن نسبة المستخدمين بشكل يومي لمواقع التواصل الاجتماعي بالتطبيق على موقع الفيس بوك كأحد تطبيقات شبكة الإنترنت من الشباب الجامعي عينة الدراسة بلغت (91.4%) وهي نسبة مرتفعة جداً.

إلا أنه في هذا الإطار أرجع الإذاعي (طارق أبو السعود) في حوار تليفزيوني له أسباب انخفاض نسب الاستماع للإذاعات الرقمية في مصر مقارنة بمثيلاتها في الخارج خاصة في المجتمعات الغربية إلى عدم نجاح الإذاعات الرقمية في مصر في إيجاد هوية خاصة بها تميزها عن غيرها من أشكال محطات الراديو الأخرى<sup>(47)</sup>.

مدى استماع المبحوثين للمحطات الإذاعية على الإنترنت وفقاً للمتغيرات الديمغرافية للمبحوثين

جدول رقم (3)

مدى استماع المبحوثين للمحطات الإذاعية على الإنترنت وفقاً للنوع

الإجمالي		إناث		ذكور		النوع مدى استماع
%	ك	%	ك	%	ك	
39,6	82	41,0	41	38,3	41	أحياناً
34,3	71	38,0	38	30,8	33	لا
26,1	54	21,0	21	30,8	33	دائماً
100,0	207	100,0	100	100,0	107	الإجمالي

قيمة كا=2.785 درجة الحرية =2 مستوى المعنوية=0.248 الدلالة =غير دالة معامل التوافق=0.115

تشير بيانات الجدول السابق إلى أن نسبة الإناث التي تستمع للإذاعات الرقمية بشكل غير منتظم (أحياناً) كانت أكثر من نسبة الذكور في المبحوثين عينة الدراسة، بنسبة بلغت (41%) مقابل (38.3%).

وهو ما قد يرجع إلى كون الإناث من طالبات الجامعات هن الأكثر وجوداً في المنزل نسبياً من الذكور، وهو ما يجعلهن الأكثر استخداماً لتطبيقات وسائل التواصل الاجتماعي المختلفة، ومن بينها الإذاعات الرقمية كأحد تطبيقات الإعلام الجديد.

## جدول رقم (4)

## مدى استماع المبحوثين للمحطات الإذاعية على الإنترنت وفقاً لنمط التعليم

الإجمالي		خاص		حكومي		ديني		نمط التعليم المدى
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
39.6	82	50.6	39	44.1	26	23.9	17	أحياناً
34.3	71	15.6	12	32.2	19	56.3	40	لا
26.1	54	33.8	26	23.7	14	19.7	14	دائماً
100.0	207	100.0	77	100.0	59	100.0	71	الإجمالي

قيمة كا<sup>2</sup>=28.027 درجة الحرية =4 مستوى المعنوية=0.000 الدلالة =0.001 معامل التوافق=0.345

تشير بيانات الجدول السابق إلى أن نمط التعليم الخاص كان الأكثر استماعاً بشكل غير منتظم (أحياناً)، وبشكل (دائم) للإذاعات الرقمية من غيره من أنماط التعليم الأخرى في عينة الدراسة، بينما كان نمط التعليم الديني في المرتبة الأولى من حيث عدم الاستماع للإذاعات الرقمية على الإطلاق.

وهو ما قد يرجع إلى أن طلاب الجامعات الخاصة من الممكن أن يكونوا أكثر تعرفاً على بعض التطبيقات الحديثة بحكم دراستهم بشكل يفوق نمطية التعليم الحكومي والديني نظراً للإمكانيات التي قد تتوافر في بعض الجامعات الخاصة ذات المصروفات الدراسية المرتفعة نسبياً مقارنة بإمكانيات الجامعات الحكومية وجامعة الأزهر الممثلة لنمط التعليم الديني، مما قد يجعلهم أكثر معرفة بوجود الإذاعات الرقمية كإحدى وسائل الإعلام الجديد.

## جدول رقم (5)

مدى استماع المبحوثين للمحطات الإذاعية على الإنترنت وفقاً للمستوى الاقتصادي

الإجمالي		مرتفع		متوسط		منخفض		المستوى الاقتصادي
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
26.1	54	29.6	24	27.1	26	13.3	4	دائماً
39.6	82	49.4	40	34.4	33	30.0	9	أحياناً
34.3	71	21.0	17	38.5	37	56.7	17	لا
100.0	207	100.0	81	100.0	96	100.0	30	الإجمالي

قيمة كا<sup>2</sup>=14.677 درجة الحرية=4 مستوى المعنوية=0.005 الدلالة=0.01 معامل التوافق=0.257

تشير بيانات الجدول السابق إلى أن ارتفاع نسبة من يتعرضون للإذاعات الرقمية بشكل (دائم وأحياناً) من قبل المبحوثين عينة الدراسة ذوي المستوى الاقتصادي والاجتماعي المرتفع بنسبة تفوق المبحوثين من ذوي المستوى الاقتصادي والاجتماعي المتوسط والمنخفض.

وهو ما ترجعه الباحثة إلى أن الشباب الجامعي من ذوي المستوى الاقتصادي والاجتماعي المرتفع لديهم القدرة على امتلاك أجهزة هاتفية ولوحية مختلفة ومتنوعة تمكنهم من استخدام تطبيقات وسائل التواصل الاجتماعي ووسائل الإعلام الجديد، وكذلك استخدام شبكة الإنترنت والدخول عليها بشكل لا يتوافر لأصحاب المستوى الاقتصادي والاجتماعي المتوسط والمنخفض؛ مما يجعلهم الأكثر تعرضاً واستماعاً للإذاعات الرقمية بشكل يفوق غيرهم من المستويات الأخرى.

## معدل استماع المبحوثين للمحطات الإذاعية على الإنترنت أسبوعيًا

جدول رقم (6)

معدل استماع المبحوثين للمحطات الإذاعية على الإنترنت على مدار الأسبوع

معدل التعرض	ك	%
ليس لدي معدل ثابت	41	30.1
أقل من مرة أسبوعيًا	38	27.9
من مرة إلى ثلاث مرات أسبوعيًا	38	27.9
يوميًا	19	14.0
الإجمالي	136	100.0

تشير بيانات الجدول السابق إلى أن تعرض الشباب الجامعي عينة الدراسة للإذاعات الرقمية (بمعدل غير ثابت) جاء في المرتبة الأولى بنسبة بلغت (30.1%)، يليه في المرتبة الثانية بشكل متساو معدل (أقل من مرة أسبوعيًا) و(من مرة إلى ثلاث مرات أسبوعيًا) بنسبة بلغت (27.9%)، بينما جاء في المرتبة الأخيرة معدل (يوميًا) بنسبة بلغت (14%) فقط.

وهو ما يشير إلى عدم وجود اهتمام كبير من قبل الشباب الجامعي عينة الدراسة بالاستماع إلى الإذاعات الرقمية؛ مما يدل على عدم اعتبارها من وسائل الإعلام المهمة لديهم مقارنة بوسائل الإعلام التقليدية.



معدل استماع المبحوثين للمحطات الإذاعية على الإنترنت أسبوعياً وفقاً للمتغيرات  
الديمجرافية

جدول رقم (7)

معدل استماع المبحوثين للمحطات الإذاعية على الإنترنت أسبوعياً وفقاً للنوع

الإجمالي		إناث		ذكور		النوع	المعدل
%	ك	%	ك	%	ك		
30.1	41	35.5	22	25.7	19	ليس لدي معدل ثابت	
27.9	38	19.4	12	35.1	26	أقل من مرة أسبوعياً	
27.9	38	32.3	20	24.3	18	من مرة إلى ثلاث مرات أسبوعياً	
14.0	19	12.9	8	14.9	11	يوميًا	
100.0	136	100.0	62	100.0	74	الإجمالي	

قيمة كا<sup>2</sup>=4.936 درجة الحرية =3 مستوى المعنوية=0.177 الدلالة =غير دالة معامل التوافق=0.187

تشير بيانات الجدول السابق إلى أن الإناث كنَّ أكثر استماعاً للإذاعات الرقمية من الذكور (بمعدل غير ثابت)، بينما كان الذكور أكثر استماعاً (أقل من مرة أسبوعياً) من الإناث.

أما التعرض (من مرة إلى ثلاث مرات) فكان لصالح الإناث أكثر من الذكور، من حيث الاستماع بشكل يومي فكان لصالح الذكور.

## جدول رقم (8)

معدل استماع المبحوثين للمحطات الإذاعية على الإنترنت أسبوعياً وفقاً لنمط التعليم

الإجمالي		خاص		حكومي		ديني		نمط التعليم المعدل
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
30.1	41	13.8	9	32.5	13	61.3	19	ليس لدي معدل ثابت
27.9	38	35.4	23	27.5	11	12.9	4	أقل من مرة أسبوعياً
27.9	38	30.8	20	32.5	13	16.1	5	من مرة إلى ثلاث مرات أسبوعياً
14.0	19	20.0	13	7.5	3	9.7	3	يوميًا
100.0	136	100.0	65	100.0	40	100.0	31	الإجمالي

قيمة كا<sup>2</sup>=24.907 درجة الحرية=6 مستوى المعنوية=0.000 الدلالة=0.001 معامل التوافق=0.393

تشير بيانات الجدول السابق إلى أن الشباب الجامعي الذين ينتمون إلى نمط التعليم الديني هم الأكثر استماعاً للإذاعات الرقمية (بمعدل غير ثابت)، أما التعرض المتوسط من مرة إلى ثلاث أسبوعياً فكان لصالح المبحوثين من التعليم الحكومي.

أما من حيث التعرض الكثيف المتمثل في التعرض اليومي فكان لصالح المبحوثين من التعليم الخاص؛ مما يدل على اهتمام المبحوثين من التعليم الخاص بالاستماع للإذاعات الرقمية، وهو ما ترجعه الباحثة إلى طبيعة الدراسة في هذا النمط من التعليم في مصر، الذي قد يوفر لطلابه قدرًا من الانفتاح على أمور مستحدثة وتبادل الخبرات مع جامعات أخرى خارج مصر، خاصة جامعة مصر الدولية الممثلة لنمط التعليم الخاص، التي تم سحب العينة منها، وتتسم بالطابع الدولي، فضلاً عن كونها جامعة خاصة.

جدول رقم (9)

معدل استماع المبحوثين للمحطات الإذاعية على الإنترنت أسبوعيًا وفقًا للمستوى الاقتصادي الاجتماعي

الإجمالي		مرتفع		متوسط		منخفض		المعدل	المستوى الاقتصادي
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك		
30.1	41	20.3	13	35.6	21	53.8	7		ليس لدي معدل ثابت
27.9	38	34.4	22	20.3	12	30.8	4		أقل من مرة أسبوعيًا
27.9	38	29.7	19	28.8	17	15.4	2		من مرة إلى ثلاث مرات أسبوعيًا
14.0	19	15.6	10	15.3	9	0.0	0		يوميًا
100.0	136	100.0	64	100.0	59	100.0	13		الإجمالي

قيمة كا<sup>2</sup>=10.092 درجة الحرية=6 مستوى المعنوية=0.121 الدلالة=غير دالة معامل التوافق=0.263

تشير بيانات الجدول السابق إلى أن الشباب الجامعي عينة الدراسة من ذوي المستوى الاقتصادي والاجتماعي المنخفض كانوا أكثر استخدامًا للإذاعات الرقمية أسبوعيًا بمعدل غير ثابت من ذوي المستوى الاقتصادي والاجتماعي المتوسط والمنخفض.

كما تشير البيانات إلى أن الشباب الجامعي (عينة الدراسة) من ذوي المستوى الاقتصادي والاجتماعي المرتفع كانوا أكثر استخدامًا للإذاعات الرقمية أسبوعيًا بشكل دائم من ذوي المستوى الاقتصادي والاجتماعي المتوسط والمنخفض. وهو ما يعكس الدور المهم للمستوى الاقتصادي والاجتماعي في التعرض للإذاعات الرقمية على مدار الأسبوع.

## عدد ساعات استماع المبحوثين للمحطات الإذاعية على الإنترنت

## جدول رقم (10)

## عدد ساعات استماع المبحوثين للمحطات الإذاعية على الإنترنت

عدد ساعات الاستماع	ك	%
ليس لدي معدل ثابت	51	37.5
من ساعة إلى 3 ساعات	36	26.5
أقل من ساعة	35	25.7
أكثر من 3 ساعات	14	10.3
الإجمالي	136	100.0

تشير بيانات الجدول السابق إلى أن نسبة (37.5%) من الشباب الجامعي (عينة الدراسة) ليس لديهم معدل ثابت من حيث عدد الساعات اليومية حين يستمعون للمحطات الإذاعية على الإنترنت، بينما يستمع نسبة (26.5%) منهم (من ساعة إلى 3 ساعات)، وأخيرا يستمع نسبة (10.3%) منهم (أكثر من 3 ساعات).

وهو ما يؤكد نتائج الجدول رقم (6) من أن أغلبية المبحوثين عينة الدراسة لا يتعرضون أو يستمعون للإذاعات الرقمية بمعدل ثابت أسبوعيًا، وأن ظروف المبحوثين تؤدي دورًا مهمًا في معدلات تعرضهم.

## عدد ساعات استماع المبحوثين للمحطات الإذاعية على الإنترنت وفقًا للمتغيرات الديمغرافية للمبحوثين

## جدول رقم (11)

## عدد ساعات استماع المبحوثين للمحطات الإذاعية على الإنترنت وفقًا للنوع

الإجمالي		إناث		ذكور		النوع
%	ك	%	ك	%	ك	
37.5	51	43.5	27	32.4	24	ليس لدي معدل ثابت
26.5	36	27.4	17	25.7	19	من ساعة إلى 3 ساعات
25.7	35	12.9	8	36.5	27	أقل من ساعة
10.3	14	16.1	10	5.4	4	أكثر من 3 ساعات
100.0	136	100.0	62	100.0	74	الإجمالي

قيمة كا<sup>2</sup>=2.210 درجة الحرية=3 مستوى المعنوية=0.007 الدلالة=0.01 معامل التوافق=0.287

تشير بيانات الجدول السابق إلى تفوق الإناث -من المبحوثين عينة الدراسة- من الشباب الجامعي على الذكور من حيث الاستماع للإذاعات الرقمية على مدار اليوم (بمعدل غير ثابت، ومن ساعة إلى ثلاث ساعات، وأكثر من ثلاث ساعات)؛ بينما تفوق الذكور على الإناث فقط في الاستماع إليها بمعدل (أكثر من ثلاث ساعات) على مدار اليوم.

### جدول رقم (12)

عدد ساعات استماع المبحوثين للمحطات الإذاعية على الإنترنت وفقاً لنمط التعليم

الإجمالي		خاص		حكومي		ديني		نمط التعليم عدد الساعات
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
37.5	51	20.0	13	45.0	18	64.5	20	ليس لدي معدل ثابت
26.5	36	36.9	24	25.0	10	6.5	2	من ساعة إلى 3 ساعات
25.7	35	26.2	17	27.5	11	22.6	7	أقل من ساعة
10.3	14	16.9	11	2.5	1	6.5	2	أكثر من 3 ساعات
100.0	136	100.0	65	100.0	40	100.0	31	الإجمالي

قيمة كا<sup>2</sup>=25.103 درجة الحرية=6 مستوى المعنوية=0.000 الدلالة=0.001 معامل التوافق=0.395

تشير بيانات الجدول السابق إلى تفوق نمط التعليم الخاص على نظيره (الديني والحكومي) من حيث استماع الشباب الجامعي (عينة الدراسة) إلى الإذاعات الرقمية على مدار اليوم بمعدل (من ساعة إلى ثلاث، وأكثر من ثلاث ساعات)؛ بينما تفوق نمط التعليم الديني فيما يتعلق بالاستماع (بمعدل غير ثابت) على مدار اليوم، وتفوق نمط التعليم الحكومي فيما يتعلق بالاستماع للإذاعات الرقمية بمعدل (أقل من ساعة) يوميًا.

## جدول رقم (13)

عدد ساعات استماع المبحوثين للمحطات الإذاعية على الإنترنت وفقاً للمستوى الاقتصادي

الإجمالي		مرتفع		متوسط		منخفض		المستوى الاقتصادي عدد الساعات
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
37.5	51	26.6	17	42.4	25	69.2	9	ليس لدي معدل ثابت
26.5	36	34.4	22	22.0	13	7.7	1	من ساعة إلى 3 ساعات
25.7	35	25.0	16	27.1	16	23.1	3	أقل من ساعة
10.3	14	14.1	9	8.5	5	0.0	0	أكثر من 3 ساعات
100.0	136	100.0	64	100.0	59	100.0	13	الإجمالي

قيمة كا<sup>2</sup>=12.091 درجة الحرية=6 مستوى المعنوية=0.060 الدلالة =غير دالة معامل التوافق=0.286

تشير بيانات الجدول السابق إلى تفوق المبحوثين من الشباب الجامعي من ذوي المستوى الاقتصادي والاجتماعي المرتفع في الاستماع للإذاعات الرقمية على مدار اليوم بمعدل (من ساعة إلى ثلاث، أكثر من ثلاث ساعات)، وهو ما يبرره تطلب الاستماع المستمر لتطبيقات الإنترنت المختلفة ومنها الإذاعات الرقمية إلى تكلفة مادية بشكل أو بآخر وهو ما يتوافر لأصحاب المستوى الاقتصادي المرتفع أكثر من غيرهم من أصحاب المستويات المتوسطة والمنخفضة.

كما أشارت بيانات الجدول السابق إلى تفوق المبحوثين من الشباب الجامعي (عينة الدراسة) من ذوي المستوى الاقتصادي والاجتماعي المتوسط في الاستماع للإذاعات الرقمية على مدار اليوم بمعدل (أقل من ساعة) يوميًا، وتفوق المبحوثون من الشباب الجامعي عينة الدراسة من ذوي المستوى الاقتصادي والاجتماعي المنخفض في الاستماع للإذاعات الرقمية على مدار اليوم بمعدل غير ثابت.

## دوافع تعرض المبحوثين للمحطات الإذاعية عبر الإنترنت

جدول رقم (14)

### دوافع استماع المبحوثين للمحطات الإذاعية عبر الإنترنت

دوافع الاستماع	ك	%
للتسلية والترفيه	68	50.0
لأنني أفضل استخدام مختلف تطبيقات شبكة الإنترنت على غيرها من الوسائل التقليدية	43	31.6
لأنها تتيح لي فرصة التعرض في الوقت الذي يناسبني	40	29.4
لأنها تتيح فرصة أكبر من التفاعل مع البرامج التي تبث من خلالها	16	11.8
الإجمالي	136	100%

يتضح من بيانات الجدول السابق النتائج الآتية: تصدر دافع (للتسلية والترفيه) مقدمة أسباب استماع المبحوثين من الشباب الجامعي عينة الدراسة للمحطات الإذاعية عبر الإنترنت بنسبة بلغت (50%)، يليه دافع (لأنني أفضل استخدام مختلف تطبيقات شبكة الإنترنت على غيرها من الوسائل التقليدية) في المرتبة الثانية بنسبة بلغت (31.6%)، ثم جاء دافع (لأنها تتيح لي فرصة التعرض في الوقت الذي يناسبني) في المرتبة الثالثة بنسبة بلغت (29.4%)، وأخيراً جاء دافع (لأنها تتيح لي فرصة أكبر من التفاعل مع البرامج التي تبث من خلالها) في المرتبة الأخيرة بنسبة بلغت (11.8%).

وترجع الباحثة تصدر دافع (التسلية والترفيه) في المرتبة الأولى إلى طبيعة قطاع الشباب من بين القطاعات المختلفة لجماهير المتلقين من حيث تصدر دافع التسلية والترفيه لاستخدامهم وسائل التواصل الاجتماعي بشكل يفوق غيره من الدوافع الأخرى.

وفي هذه النتيجة تتفق الدراسة الحالية مع دراسة [نجلاء حسنين، 2016]<sup>(48)</sup>، التي جاء في نتائجها تصدر دافع (التسلية والترفيه) أسباب استخدام الشباب المصري عينة الدراسة لراديو الإنترنت.

## دوافع التعرض للإذاعات الرقمية وفقاً للمتغيرات الديمجرافية للمبحوثين

## جدول رقم (15)

## دوافع استماع المبحوثين للمحطات الإذاعية عبر الإنترنت وفقاً للنوع

الدلالة	المعنوية	قيمة Z	الإجمالي		إناث		ذكور		النوع الدوافع
			%	ك	%	ك	%	ك	
غير دالة	0.170	- 1.372	50.0	68	43.5	27	55.4	41	للتسلية والترفيه
غير دالة	0.554	- 0.591	31.6	43	29.0	18	33.8	25	لأنني أفضل استخدام مختلف تطبيقات شبكة الإنترنت على غيرها من الوسائل التقليدية
0.05	0.019	- 2.347	29.4	40	19.4	12	37.8	28	لأنها تتيح لي فرصة التعرض في الوقت الذي يناسبني
0.05	0.048	- 1.973	11.8	16	17.7	11	6.8	5	لأنها تتيح لي فرصة أكبر من التفاعل مع البرامج التي تبث من خلالها
			136		62		74		الإجمالي

تشير بيانات الجدول السابق إلى أن تصدر دافع (التسلية والترفيه) مقدمة دوافع التعرض للذكور والإناث من المبحوثين عينة الدراسة للإذاعات الرقمية، يليه دافع (إتاحة التعرض في الوقت المناسب للمبحوث) في الترتيب الثاني بالنسبة للذكور، ثم دافع (تفضيل تطبيقات الإنترنت على الوسائل التقليدية) في الترتيب الثالث، وهو ما جاء في الترتيب الثاني بالنسبة للإناث، يليه في الترتيب الثالث دافع (إتاحة التعرض في الوقت المناسب للمبحوث) لدى الإناث أيضاً.



جدول (16)

دوافع استماع المبحوثين للمحطات الإذاعية عبر الإنترنت وفقاً لنمط التعليم

الدلالة	المعنوية	قيمة كا <sup>2</sup>	الإجمالي		خاص		حكومي		ديني		نمط التعليم الأسباب
			%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
0.001	0.000	15.642	50.0	68	32.3	21	65.0	26	67.7	21	للتسلية والترفيه
غير دالة	0.070	5.310	31.6	43	38.5	25	17.5	7	35.5	11	لأنها أفضل استخدام مختلف تطبيقات شبكة الإنترنت على غيرها من الوسائل التقليدية
غير دالة	0.908	0.192	29.4	40	29.2	19	27.5	11	32.3	10	لأنها تتيح لي فرصة التعرض في الوقت الذي يناسبني
غير دالة	0.069	5.357	11.8	16	15.4	10	15.0	6	0.0	0	لأنها تتيح لي فرصة أكبر من التفاعل مع البرامج التي تبث من خلالها
			136		65		40		31		جملة من سئلوا

تشير بيانات الجدول السابق إلى تصدر دافع (التسلية والترفيه) دوافع تعرض المبحوثين من نمطي التعليم (الديني والحكومي) للإذاعات الرقمية؛ بينما تصدر دافع (تفضيل تطبيقات الإنترنت على الوسائل التقليدية) قائمة دوافع تعرض المبحوثين من نمط التعليم الخاص.

## جدول رقم (17)

## دوافع استماع المبحوثين للمحطات الإذاعية عبر الإنترنت وفقاً للمستوى الاقتصادي الاجتماعي

الدلالة	المعنوية	قيمة كا <sup>2</sup>	الإجمالي		مرتفع		متوسط		منخفض		المستوى الاقتصادي الدوافع
			%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
0.01	0.001	14.805	50,0	68	76.5	26	34.5	19	48.9	23	للتسلية والترفيه
غير دالة	0.275	2.582	31.6	43	20.6	7	34.5	19	36.2	17	لأنني أفضل استخدام مختلف تطبيقات شبكة الإنترنت على غيرها من الوسائل التقليدية
غير دالة	0.094	4.725	29.4	40	14.7	5	34.5	19	34.0	16	لأنها تتيح لي فرصة التعرض في الوقت الذي يناسبني
0.05	0.036	6.623	11.8	16	2.9	1	20.0	11	8.5	4	لأنها تتيح فرصة أكبر من التفاعل مع البرامج التي تبث من خلالها
			136		34		55		47		الإجمالي

تشير بيانات الجدول السابق إلى تصدر دافع (التسلية والترفيه) قائمة دوافع المبحوثين من الشباب الجامعي عينة الدراسة من ذوي المستوى الاقتصادي المنخفض والمتوسط والمرتفع على السواء؛ بينما جاء دافع (تفضيل استخدام تطبيقات الإنترنت) في الترتيب الثاني للمبحوثين من ذوي المستوى الاقتصادي المتوسط والمرتفع، وهو ما يعكس تطلب الاعتماد على هذه التطبيقات قدرة مادية معينة للاشتراك واستخدام التطبيقات المختلفة على الإنترنت بشكل دائم ومنتظم، وهو ما يبرر ورود هذا الدافع في الترتيب قبل الأخير في دوافع المبحوثين من ذوي المستوى الاقتصادي المنخفض.

## المحطات الإذاعية التي يحرص المبحوثون على الاستماع إليها من خلال الإنترنت

جدول رقم (18)

### المحطات الإذاعية التي يحرص المبحوثون على الاستماع إليها من خلال الإنترنت

المحطات	ك	%
نجوم إف إم 100.6	70	51.5
راديو 9090 إف إم	54	39.7
راديو في السكة	53	39.0
راديو مصر	39	28.7
راديو عاجل	32	23.5
راديو نجومنا	17	12.5
الإجمالي	136	100

يتضح من بيانات الجدول السابق تصدر محطة (نجوم إف إم 100.6) مقدمة المحطات الإذاعية التي يحرص المبحوثون على الاستماع إليها من خلال الإنترنت بنسبة بلغت (51.5%)، ثم جاءت (راديو 9090 إف إم) في الترتيب الثاني بنسبة بلغت (39.7%)، يليها (راديو في السكة) في الترتيب الثالث بنسبة بلغت (39%)، ثم (راديو مصر) في الترتيب الرابع بنسبة بلغت (28.7%).

وتشير هذه النتائج إلى أن المحطات التي جاءت في المقدمة إنما هي محطات تقليدية تبث على الإنترنت وليست محطات تبث من خلال الإنترنت فقط، وهي محطات معروفة لدى جمهور المتلقين أكثر من مثيلاتها التي تبث فقط من خلال شبكة الإنترنت مثل راديو عاجل ونجومنا وغيرهما.

## المضامين البرمجية المفضلة لدى المبحوثين في الإذاعات الرقمية

## جدول رقم (19)

## المضامين البرمجية المفضلة لدى المبحوثين في الإذاعات الرقمية

المضامين البرمجية	ك	%
الأغاني والمنوعات	69	50.7
البرامج التي تحتوي على الدردشة والنقاشات	53	39.0
نشرات الأخبار	29	21.3
البرامج ذات المضمون الرياضي	26	19.1
أخرى (تم ذكرها)	21	15.4
البرامج الدينية	14	10.3
البرامج ذات المضمون السياسي والتحليلات	9	6.6
الإجمالي	136	100

يتضح من بيانات الجدول السابق تصدر مضمون (الأغاني والمنوعات) مقدمة المضامين البرمجية المفضلة لدى المبحوثين من الشباب الجامعي (عينة الدراسة) في الإذاعات الرقمية بنسبة بلغت (50.7%)، يليها في المرتبة الثانية (البرامج التي تحتوي على الدردشة والنقاشات) بنسبة بلغت (39%)، ثم جاءت (نشرات الأخبار) في المرتبة الثالثة بنسبة بلغت (21.3%)، ثم جاءت (البرامج ذات المضمون الرياضي) في المرتبة الرابعة بنسبة بلغت (19.1%)، ثم جاءت (مضامين أخرى) تنوعت بين الإعلانات والمسابقات بنسبة بلغت (15.4%)، ثم جاءت (البرامج الدينية) بنسبة (10.3%)، وأخيراً جاءت (البرامج ذات المضمون السياسي والتحليلات) في المرتبة الأخيرة بنسبة بلغت (6.6%).

ويشير ذلك إلى أن اهتمام الشباب الجامعي (عينة الدراسة) بالمضامين الخفيفة والمسلية كان أكثر من اهتمامه بالمضامين الجادة التي تسهم في تشكيل الوعي والإدراك؛ الأمر الذي يتفق مع ما أشارت إليه بيانات الجدول رقم (14) من تصدر دافع التسلية والترفيه قائمة دوافع تعرض المبحوثين للإذاعات الرقمية.

وهنا تجدر الإشارة إلى اختلاف هذه النتيجة في الدراسة الحالية عما جاء في نتائج دراسة [حسن خليل، 2017]<sup>(49)</sup>، التي جاء فيها أن مضامين النشرات الإخبارية

والبرامج الدينية والسياسية في مقدمة تفضيلات المبحوثين، بينما جاءت البرامج الترفيهية في المرتبة الأخيرة في هذا الشأن.

وسائل الإعلام التي يعتمد عليها المبحوثون في الحصول على معلومات عن الموضوعات المطروحة على الساحة

جدول رقم (20)

وسائل الإعلام التي يعتمد عليها المبحوثون في الحصول على معلومات عن الموضوعات المطروحة على الساحة

وسائل الإعلام	ك	%
مواقع التواصل الاجتماعي	58	42.6
الإذاعات الرقمية	57	41.9
القنوات التلفزيونية	38	27.9
الإذاعات التقليدية	34	25.0
المواقع الإخبارية	34	25.0
الصحف الإلكترونية	24	17.6
الإجمالي	136	100

يتضح من بيانات الجدول السابق تصدر مواقع التواصل الاجتماعي، مثل فيس بوك وتويتر وانستجرام وغيرها، قائمة وسائل الإعلام التي يعتمد عليها المبحوثون في الحصول على معلومات عن الموضوعات المطروحة على الساحة بنسبة بلغت (42.6%)، وهو ما تتفق فيه الباحثة مع دراسة [شرحبيل أبو سويلم، 2015]<sup>(50)</sup>، التي جاء في نتائجها تصدر مواقع التواصل الاجتماعي قائمة الوسائل التي تعتمد عليها عينة الدراسة من طلاب الجامعات في الحصول على المعلومات، يليها في الترتيب الثاني (الإذاعات الرقمية) بنسبة (41.9%).

وهنا تشير الباحثة إلى أن اعتماد المبحوثون كان على المحطات التقليدية التي تبث من خلال الإنترنت نظراً لعدم انتشار الإذاعات الرقمية التي تبث فقط من خلال الإنترنت بالشكل الكافي لمعرفة الجمهور بها على النحو الذي يجعلها في مرتبة متقدمة من حيث اعتماد المبحوثين عليها كمصدر للمعلومات عن القضايا والأحداث الجارية. وتبرر الباحثة

تصدر هذا الشكل من الإذاعات اعتماد المبحوثين عليها كمصدر للمعلومات هو سهولة استخدامها خاصة بين الشباب الجامعي الذي يستطيع استخدام الإنترنت في أي وقت من يومه، وأيضاً كان مكانه، للتسلية وقضاء الوقت ومعرفة ما يدور حوله.

كما تشير النتائج إلى أن (القنوات التليفزيونية) جاءت في المرتبة الثالثة بنسبة بلغت (27.9%) في إشارة إلى تراجع التليفزيون من حيث اعتماد الشباب الجامعي عليه كمصدر للمعلومات عن الأحداث الجارية والموضوعات المختلفة، ثم جاءت (الإذاعات التقليدية) و(المواقع الإخبارية) في المرتبة الثالثة بنسب متساوية بلغت (25%)، وأخيراً جاءت (الصحف الإلكترونية) في المرتبة الأخيرة بنسبة بلغت (17.6%).

**حجم الاعتماد على الإذاعات الرقمية في الحصول على معلومات عن الموضوعات المطروحة على الساحة**

#### جدول رقم (21)

**حجم الاعتماد على الإذاعات الرقمية في الحصول على معلومات عن الموضوعات والأحداث**

حجم الاعتماد	ك	%
إلى حد ما	79	58.1
لا أتعلم عليها مطلقاً	30	22.1
إلى حد كبير	27	19.9
الإجمالي	136	100.0

تشير بيانات الجدول السابق إلى أن حجم اعتماد المبحوثين من الشباب الجامعي (عينة الدراسة) على الإذاعات الرقمية كمصدر للمعلومات عن القضايا والأحداث الجارية (إلى حد ما) جاء في الترتيب الأول بنسبة بلغت (58.1%)؛ بينما كانت نسبة من لا يعتمدون عليها مطلقاً (22.1%) في الترتيب الثاني، ثم جاءت نسبة من يعتمدون على الإذاعات الرقمية إلى حد كبير في الترتيب الأخير بنسبة بلغت (19.9%).

وترى الباحثة أن الاعتماد على الإذاعات الرقمية (إلى حد ما) بنسبة كبيرة من قبل عينة الدراسة يرجع إلى حداثة استخدامهم لهذه الوسيلة، سواء كان استخدامهم للمحطات التقليدية المذاعة على الإنترنت أو للمحطات التي لا تبث إلا من خلال الإنترنت، ذلك أنه لم يكن معروفاً في السابق بث المحطات التقليدية لبرامجها على الإنترنت، فهو أمر لم يعتاده جمهور الراديو الذي أصبح الآن يشاهد بالصوت والصورة بعض البرامج المذاعة

من خلاله على الإنترنت، وهو ما أفقد الراديو التقليدي بعض سماته الأساسية التي تعتمد على خيال المستمع وتنزل به إلى أرض الواقع، حيث أصبح المستمع يسمع ويشاهد ما كان يتخيله فقط بالأمس.

### أسباب عدم اهتمام المبحوثين بالاستماع للمحطات الإذاعية على الإنترنت

جدول رقم (22)

#### أسباب عدم اهتمام المبحوثين بالاستماع للمحطات الإذاعية على الإنترنت

أسباب عدم التعرض	ك	%
لا أعلم بوجود محطات إذاعية على شبكة الإنترنت	24	33.8
صعوبة استخدام شبكة الإنترنت	19	26.8
صعوبة الوصول إليها	19	26.8
ليس لدي وقت	12	16.9
لا يعجبني أداء مقدمي برامجها	9	12.7
سطحية القضايا والموضوعات التي تناقشها	6	8.5
أخرى	4	5.6
الإجمالي	136	100

تشير بيانات الجدول السابق إلى تصدر سبب (لا أعلم بوجود محطات إذاعية على شبكة الإنترنت) مقدمة أسباب عدم اهتمام المبحوثين من الشباب الجامعي (عينة الدراسة) بالاستماع للمحطات الإذاعية على الإنترنت بنسبة بلغت (33.8%)، وهو ما يجعل الباحثة تؤكد ضرورة أن تعمل الإذاعات الرقمية في مصر على الانتشار بشكل يمكنها من الوصول لعدد أكبر من جماهير المستمعين (خاصة فئة الشباب) في مصر أسوة بمثيلاتها في الخارج ليكون لها مكان بين وسائل الإعلام الجديد، كما أشارت بيانات الجدول إلى أن سبب (صعوبة استخدام شبكة الإنترنت وصعوبة الوصول إليها) جاء في الترتيب الثاني بنسبة بلغت (26.8%)، ثم جاء (ليس لدي وقت) بنسبة 16.9%، ثم جاء (لا يعجبني أداء مقدمي برامجها) بنسبة (12.7%)، يليه سبب (سطحية القضايا والموضوعات التي تناقشها) بنسبة (8.5%)، وأخيراً جاء (أسباب أخرى) منها (لا أحب الاستماع إلى الإذاعة عموماً فالمحتوى غير المرئي لا يجذبني، ولا يشدني ما تقدمه هذه البرامج

وموضوعاتها ليست ضمن اهتماماتي، ولم أهتم بسماع المحطات الإذاعية عن طريق الإنترنت بل أسمعها عن طريق الراديو) بنسبة بلغت (5.6%).

مقياس إدراك المبحوثين من الشباب الجامعي للقيم والسلوكيات المتضمنة في الإذاعات الرقمية

جدول رقم (23)

مقياس إدراك المبحوثين للقيم والسلوكيات المتضمنة في الإذاعات الرقمية

الإنحراف المعياري	المتوسط الحسابي	أوافق		أوافق إلى حد ما		لا أوافق		الاستجابة القيم والسلوكيات
		%	ك	%	ك	%	ك	
0.727	2.32	47.1	64	37.5	51	15.4	21	الانتماء والوطنية
0.682	2.21	36.0	49	49.3	67	14.7	20	الأمانة والإخلاص في العمل
0.710	2.12	31.6	43	48.5	66	19.9	27	التعاون ومساعدة الغير
0.656	2.12	27.9	38	55.9	76	16.2	22	بر الوالدين
0.698	1.96	22.1	30	51.5	70	26.5	36	التنمر والسخرية من الآخر
0.753	1.90	23.5	32	42.6	58	33.8	46	حب الذات والأنانية
0.727	1.89	21.3	29	46.3	63	32.4	44	الإحباط واليأس
0.768	1.87	23.5	32	39.7	54	36.8	50	العنف الزوجي والاجتماعي
136								الإجمالي

يتضح من بيانات الجدول السابق استجابات المبحوثين حول مقياس إدراك المبحوثين للقيم والسلوكيات المتضمنة في الإذاعات الرقمية، وقد جاءت قيمة (الانتماء والوطنية) في المرتبة الأولى من حيث إدراك المبحوثين لها من الشباب الجامعي عينة الدراسة بمتوسط حسابي بلغ (2.32)، يليها قيمة (الأمانة والإخلاص) في المرتبة الثانية بمتوسط حسابي بلغ 2.21، ثم جاءت قيمتا (التعاون ومساعدة الغير) و(بر الوالدين) في المرتبة الثالثة بمتوسط حسابي بلغ (2.12).

كما تشير البيانات إلى أن سلوك (التنمر والسخرية من الآخر) جاء في المرتبة الرابعة بمتوسط حسابي (1.96)، يليه سلوك (حب الذات والأنانية) في المرتبة الخامسة بمتوسط حسابي (1.90)، ثم سلوك (اليأس والإحباط) في المرتبة السادسة بمتوسط حسابي (1.89)، وأخيرًا جاء سلوك (العنف الزوجي والاجتماعي) في المرتبة السابعة بمتوسط حسابي بلغ (1.87).



## مقترحات الشباب الجامعي عينة الدراسة لتطوير الإذاعات الرقمية

### جدول رقم (24)

#### مقترحات المبحوثين لتطوير الإذاعات الرقمية

مقترحات التطوير	ك	%
زيادة الترويج لها والإعلان عنها	30	22%
زيادة برامج المنوعات والأغاني	26	19.2%
تيسير سبل الوصول إليها	19	13.9%
زيادة مدة البرامج وتنوعها	13	9.5%
زيادة عدد الإذاعات الرقمية وانتشارها	12	8.9%
الاهتمام بمشاكل المجتمع والشباب	10	7.3%
الاستعانة بمذيعين أكفاء ولا معين	9	6.6%
مشاركة الجمهور في البرامج بالرأي	7	5.2%
استضافة النجوم والمشاهير	6	4.5%
الاهتمام بالجانب الديني	4	2.9%
الإجمالي	136	100%

تشير بيانات الجدول السابق إلى أن (زيادة الترويج للإذاعات الرقمية وزيادة الإعلان عنها) كان أبرز مقترحات المبحوثين من الشباب الجامعي (عينة الدراسة) لتطوير الإذاعات الرقمية حيث تصدر قائمة اقتراحاتهم بنسبة بلغت (22%)، يليه مقترح (تيسير سبل الوصول لهذه الإذاعات) في الترتيب الثاني بنسبة بلغت (19.2%)، وهو ما يتفق مع ما أشارت إليه بيانات الجدول رقم (22) من الدراسة الحالية من أن أبرز أسباب عدم الاستماع للإذاعات الرقمية (عدم العلم بوجودها)، وهو ما يشير إلى ضرورة العمل على زيادة الإعلان والترويج للإذاعات الرقمية في مصر خاصة عبر وسائل التواصل الاجتماعي.

## ثانياً: اختبار الفروض

**الفرض الأول:** توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات المبحوثين من الشباب الجامعي عينة الدراسة حول معدلات تعرضهم للإذاعات الرقمية تبعاً لمتغيرات النوع ونمط التعليم والمستوى الاقتصادي الاجتماعي.

- استخدم اختبار (T. Test) لقياس الفروق بين متوسطات درجات المبحوثين محل الدراسة حول معدلات تعرضهم للإذاعات الرقمية وفقاً للنوع.

## جدول (25)

نتائج اختبار (ت) لدلالة الفروق بين متوسطات درجات المبحوثين محل الدراسة حول معدلات تعرضهم للإذاعات الرقمية وفقاً للنوع

المتغير	النوع	العدد	م	ع	قيمة (ت)	مستوى المعنوية	الدلالة
معدلات تعرضهم للإذاعات الرقمية	ذكور	74	1.7432	0.75961	2.735	0.007	0.01
	إناث	62	2.0968	0.74017			

تشير نتائج تطبيق اختبار "ت": إلى وجود فروق بين متوسطات المبحوثين محل الدراسة حول معدلات تعرضهم للإذاعات الرقمية لصالح الإناث، وهو ما قد يرجع إلى كون الإناث من طالبات الجامعات هنَّ الأكثر تواجدًا في المنزل نسبياً من الذكور، وهو ما يجعلهم أكثر استخداماً لتطبيقات وسائل التواصل الاجتماعي المختلفة ومنها الإذاعات الرقمية.

- تم اختبار تحليل التباين الأحادي (ANOVA) لقياس دلالة الفروق بين متوسطات درجات المبحوثين حول معدلات تعرضهم للإذاعات الرقمية وفقاً لنمط التعليم

#### جدول رقم (26)

نتائج اختبار تحليل التباين الأحادي (ANOVA) لقياس دلالة الفروق بين متوسطات درجات المبحوثين حول معدلات تعرضهم للإذاعات الرقمية وفقاً لنمط التعليم

المتغيرات	مصدر التباين	مجموعات المربعات	درجة الحرية	متوسط المربعات	قيمة ف	معنوية	الدلالة
معدلات تعرضهم للإذاعات الرقمية	بين المجموعات	9.214	2	4.607	8.686	0.000	0.001
	داخل المجموعات	70.543	133	0.530			
	المجموع	79.757	135				

تشير نتائج تطبيق الاختبار إلى: وجود فروق بين متوسطات درجات المبحوثين حول معدلات تعرضهم للإذاعات الرقمية وفقاً لنمط التعليم، حيث بلغت قيمة "ف" قيمة دالة إحصائياً عند مستوى ثقة (99.9%)، ولمعرفة مصدر ودلالة الفروق بين المتوسطات الحسابية لمجموعات المبحوثين محل الدراسة، تم استخدام الاختبار البعدي بطريقة أقل فرق معنوي.

#### جدول رقم (27)

نتائج تحليل L.S.D لمعرفة مصدر الفروق بين متوسطات درجات المبحوثين حول معدلات تعرضهم للإذاعات الرقمية وفقاً لنمط التعليم

متغير	المجموعات	ديني	حكومي	خاص
معدلات تعرضهم للإذاعات الرقمية	ديني	-	0.05	0.001
	حكومي	-	-	-
	خاص	-	-	-

يتضح من بيانات الجدول السابق اختلاف المتوسطات الحسابية للمجموعات التي تمثل أنماط تعليمية مختلفة، ولمعرفة مصدر التباين للفروق بين المتوسطات الحسابية لمجموعات المبحوثين تم إجراء اختبار (L.S.D) لمعرفة مدى دلالة هذه الفروق ولصالح أي من المجموعات المختلفة.

أكدت نتائج اختبار (L. S. D) أن هناك اختلافًا بين الباحثين (محل الدراسة) ذوي التعليم (ديني) والمبجوثين ذوي التعليم (حكومي) بفرق بين المتوسطين الحسابيين بلغ 0.45484\* وهو فرق دال لصالح ذوي التعليم الحكومي، كما أكدت نتائج اختبار (L. S. D) أن هناك اختلافًا بين الباحثين محل الدراسة ذوي التعليم (ديني) والمبجوثين ذوي التعليم (الخاص) بفرق بين المتوسطين الحسابيين بلغ 0.66253\* وهو فرق دال لصالح ذوي التعليم الخاص.

- تم اختبار تحليل التباين الأحادي (ANOVA) لقياس دلالة الفروق بين متوسطات درجات المبجوثين حول معدلات تعرضهم للإذاعات الرقمية وفقًا للمستوى الاقتصادي الاجتماعي

### جدول رقم (28)

نتائج اختبار تحليل التباين الأحادي (ANOVA) لقياس دلالة الفروق بين متوسطات درجات المبجوثين حول معدلات تعرضهم للإذاعات الرقمية وفقًا للمستوى الاقتصادي الاجتماعي

المتغيرات	مصدر التباين	مجموعات المربعات	درجة الحرية	متوسط المربعات	قيمة ف	المعنوية	الدلالة
معدلات تعرضهم للإذاعات الرقمية	بين المجموعات	2.379	2	1.189	2.958	0.054	غير دالة
	داخل	82.036	204	0.402			
	المجموع	84.415	206				

تشير نتائج تطبيق الاختبار إلى: عدم وجود فروق بين متوسطات درجات المبجوثين حول معدلات تعرضهم للإذاعات الرقمية وفقًا للمستوى الاقتصادي، حيث قيمة "ف" غير دالة إحصائيًا؛ مما يعني أن معدلات تعرض المبجوثين للإذاعات الرقمية لم يتأثر بالمستوى الاقتصادي الاجتماعي لهم.

وبناء على العرض السابق، يتضح ثبوت صحة الفرض الأول جزئيًا، الذي مؤداه "توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات المبجوثين من الشباب الجامعي (عينة الدراسة) حول معدلات تعرضهم للإذاعات الرقمية تبعًا لمتغيرات النوع ونمط التعليم والمستوى الاقتصادي الاجتماعي"، حيث وجدت فروق ذات دلالة إحصائية فيما يتعلق

بمتغيري النوع ونمط التعليم؛ بينما لم توجد فروق ذات دلالة فيما يتعلق بمتغير المستوى الاقتصادي الاجتماعي.

**الفرض الثاني:** توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين معدلات تعرض الشباب الجامعي عينة الدراسة للإذاعات الرقمية وحجم الاعتماد على تلك الإذاعات في الحصول على المعلومات.

### جدول (29)

نتائج استخدام معامل ارتباط سبيرمان لقياس العلاقة بين معدلات تعرض الشباب الجامعي عينة الدراسة للإذاعات الرقمية وحجم الاعتماد على تلك الإذاعات في الحصول على المعلومات

حجم الاعتماد على تلك الإذاعات في الحصول على المعلومات					المتغيرات
الدلالة	مستوى المعنوية	القوة	الاتجاه	معامل الارتباط	
غير دالة	0.636	-	-	0.041	معدلات تعرض الشباب الجامعي عينة الدراسة للإذاعات الرقمية

تشير بيانات الجدول السابق إلى: عدم وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائية بين معدلات تعرض الشباب الجامعي (عينة الدراسة) للإذاعات الرقمية وحجم الاعتماد على تلك الإذاعات في الحصول على المعلومات حيث بلغ معامل ارتباط سبيرمان (0.041) وهي قيمة غير دالة.

وبناء على العرض السابق يتضح عدم ثبوت صحة الفرض الثاني الذي يفيد: "توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين معدلات تعرض الشباب الجامعي (عينة الدراسة) للإذاعات الرقمية وحجم الاعتماد على تلك الإذاعات في الحصول على المعلومات".

**الفرض الثالث:** توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين حجم اعتماد المبحوثين على الإذاعات الرقمية وإدراك المبحوثين للقيم والسلوكيات التي تضمنتها برامجها.

### جدول (30)

نتائج استخدام معامل ارتباط بيرسون لقياس العلاقة بين حجم اعتماد المبحوثين على الإذاعات الرقمية وإدراك المبحوثين للقيم والسلوكيات التي تضمنتها برامجها

إدراك المبحوثين للقيم والسلوكيات التي تضمنتها برامجها					المتغيرات
الدلالة	مستوى المعنوية	القوة	الاتجاه	معامل الارتباط	
غير دالة	0.846	-	-	0.017	حجم اعتماد المبحوثين على الإذاعات الرقمية

تشير بيانات الجدول السابق إلى: عدم وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائية بين حجم اعتماد المبحوثين على الإذاعات الرقمية وإدراك المبحوثين للقيم والسلوكيات التي تضمنتها برامجها، حيث بلغ معامل ارتباط بيرسون (0.017) وهي قيمة غير دالة؛ مما يشير إلى أن مستوى إدراك المبحوثين للقيم التي تتضمنها البرامج التي تبث من خلال الإذاعات الرقمية لم يتأثر بحجم اعتمادهم عليها كمصدر للمعلومات عن القضايا والموضوعات المختلفة.

وعلى ذلك يتضح عدم ثبوت صحة الفرض القائل بوجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين حجم اعتماد المبحوثين على الإذاعات الرقمية وإدراك المبحوثين للقيم والسلوكيات التي تضمنتها برامجها.

**الفرض الرابع:** توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات المبحوثين حول مقياس اعتمادهم على الإذاعات الرقمية في الحصول على المعلومات تبعاً لمتغيرات النوع ونمط التعليم والمستوى الاقتصادي.

- تم استخدام اختبار (T. Test) لقياس الفروق بين متوسطات درجات المبحوثين محل الدراسة حول اعتمادهم على الإذاعات الرقمية في الحصول على المعلومات وفقاً للنوع.

### (i) جدول (31)

نتائج اختبار (ت) لدلالة الفروق بين متوسطات درجات المبحوثين محل الدراسة على مقياس اعتمادهم على الإذاعات الرقمية في الحصول على المعلومات وفقاً للنوع

المتغير	النوع	العدد	م	ع	قيمة (ت)	مستوى المعنوية	الدلالة
اعتمادهم على الإذاعات الرقمية في الحصول على المعلومات	ذكور	74	2.08	0.657	1.159	0.248	غير دالة
	إناث	62	1.95	0.638			

تشير نتائج تطبيق اختبار "ت" إلى وجود فروق بين متوسطات المبحوثين (محل الدراسة) على مقياس اعتمادهم على الإذاعات الرقمية في الحصول على المعلومات لصالح الذكور، مما يشير إلى أن الذكور كانوا أكثر اعتماداً على الإذاعات الرقمية من الإناث.

- تم اختبار تحليل التباين الأحادي (ANOVA) لقياس دلالة الفروق بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس اعتمادهم على الإذاعات الرقمية في الحصول على المعلومات وفقاً لنمط التعليم.

### جدول رقم (32)

نتائج اختبار تحليل التباين الأحادي (ANOVA) لقياس دلالة الفروق بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس اعتمادهم على الإذاعات الرقمية في الحصول على المعلومات وفقاً لنمط التعليم

المتغيرات	مصدر التباين	مجموعات المربعات	درجة الحرية	متوسط المربعات	قيمة ف	المعنوية	الدلالة
مقياس اعتمادهم على الإذاعات الرقمية في الحصول على المعلومات	بين المجموعات	0.366	2	0.183	0.430	0.651	غير دالة
	داخل المجموعات	56.568	133	0.425			
	المجموع	56.934	135				

تشير نتائج تطبيق الإختبار إلى: عدم وجود فروق بين متوسطات درجات الباحثين على مقياس اعتمادهم على الإذاعات الرقمية في الحصول على المعلومات، حيث بلغت "ف" قيمة غير دالة إحصائيًا.

- نتائج اختبار تحليل التباين الأحادي (ANOVA) لقياس دلالة الفروق بين متوسطات درجات الباحثين على مقياس اعتمادهم على الإذاعات الرقمية في الحصول على المعلومات وفقاً للمستوى الاقتصادي.

جدول رقم (33)

نتائج اختبار تحليل التباين الأحادي (ANOVA) لقياس دلالة الفروق بين متوسطات درجات الباحثين على مقياس اعتمادهم على الإذاعات الرقمية في الحصول على المعلومات وفقاً للمستوى الاقتصادي

المتغيرات	مصدر التباين	مجموعات المربعات	درجة الحرية	متوسط المربعات	قيمة ف	المعنوية	الدلالة
مقياس اعتمادهم على الإذاعات الرقمية في الحصول على المعلومات	بين المجموعات	0,450	2	0,225	0,530	0,590	غير دالة
	داخل	56,484	133	0,425			
	المجموع	56,934	135				

تشير نتائج تطبيق الإختبار إلى: عدم وجود فروق بين متوسطات درجات الباحثين على مقياس اعتمادهم على الإذاعات الرقمية في الحصول على المعلومات وفقاً للمستوى الاقتصادي، حيث بلغت "ف" قيمة غير دالة إحصائيًا.

بناء على العرض السابق، يتضح عدم ثبوت الفرض الرابع جزئياً، الذي مؤداه "وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات الباحثين حول مقياس اعتمادهم على الإذاعات الرقمية في الحصول على المعلومات تبعاً لمتغيرات النوع ونمط التعليم والمستوى الاقتصادي"، حيث ثبتت صحة الفرض فقط فيما يتعلق بمتغير النوع؛ بينما لم تثبت صحة الفرض فيما يتعلق بمتغيري نمط التعليم والمستوى الاقتصادي الاجتماعي.



## خاتمة الدراسة:

خلصت الدراسة الحالية إلى عدد من النتائج والتوصيات التي ينبغي أخذها في الاعتبار من قبل القائمين بالاتصال في الإذاعات الرقمية في مصر؛ لتحقيق مزيد من الانتشار والوصول إلى عدد أكبر من جماهير المستمعين في مصر، وتتلخص أهم هذه النتائج فيما يلي:

### أولاً: النتائج العامة للدراسة:

1) بلغت نسبة الاستماع للإذاعات الرقمية من قبل المبحوثين (أحياناً) (39.6%)، وجاءت في المرتبة الأولى، يليها في المرتبة الثانية من لا يستمعون للإذاعات الرقمية على الإطلاق بنسبة بلغت (34.3%)، بينما جاء من يستمعون (دائمًا) في المرتبة الأخيرة بنسبة بلغت (26.1)، كما أن نسبة الإناث التي تستمع للإذاعات الرقمية بشكل غير منتظم (أحياناً) كانت أكثر من نسبة الذكور في المبحوثين عينة الدراسة.

2) جاء تعرض الشباب الجامعي عينة الدراسة للإذاعات الرقمية أسبوعيًا (بمعدل غير ثابت) في المرتبة الأولى بنسبة بلغت (30.1%)، يليها في المرتبة الثانية بشكل متساو معدل (أقل من مرة أسبوعيًا)، و(من مرة إلى ثلاث مرات أسبوعيًا) بنسبة بلغت (27.9%)، بينما جاء في المرتبة الأخيرة معدل (يوميًا) بنسبة بلغت (14%) فقط.

3) أن نسبة (37.5%) من الشباب الجامعي عينة الدراسة (ليس لديهم معدل ثابت) من حيث عدد الساعات اليومية حين يستمعون للمحطات الإذاعية على الإنترنت؛ بينما تستمع نسبة (26.5%) منهم (من ساعة إلى 3 ساعات)، وأخيرًا نسبة (10.3%) منهم يستمعون (أكثر من 3 ساعات).

4) تصدر دافع (التسلية والترفيه) مقدمة دوافع تعرض الذكور والإناث من المبحوثين عينة الدراسة للإذاعات الرقمية، يليه دافع (إتاحة التعرض في الوقت المناسب للمبحوث) في الترتيب الثاني بالنسبة للذكور، ثم دافع (تفضيل تطبيقات الإنترنت على الوسائل التقليدية) في الترتيب الثالث، وهو ما جاء في الترتيب الثاني بالنسبة للإناث، يليه في الترتيب الثالث دافع (إتاحة التعرض في الوقت المناسب للمبحوث).

- 5) جاءت محطة (نجوم إف إم 100.6) في مقدمة المحطات الإذاعية التي يحرص المبحوثون على الاستماع إليها من خلال الإنترنت بنسبة (51.5%)، ثم (راديو 9090 إف إم) بنسبة (39.7%)، ثم (راديو في السكة) بنسبة (39%).
- 6) جاءت (الأغاني والمنوعات) في مقدمة المضامين البرمجية المفضلة لدى المبحوثين في الإذاعات الرقمية بنسبة بلغت (50.7%)، يليها في المرتبة الثانية (البرامج التي تحتوي على الدردشة والنقاشات) بنسبة بلغت (39%)، ثم جاءت (نشرات الأخبار) في المرتبة الثالثة بنسبة بلغت (21.3%).
- 7) جاءت (مواقع التواصل الاجتماعي) مثل فيس بوك وتويتر وانستجرام وغيرها، في مقدمة وسائل الإعلام التي يعتمد عليها المبحوثون في الحصول على معلومات عن الموضوعات المطروحة على الساحة بنسبة بلغت (42.6%)، يليها في الترتيب الثاني (الإذاعات الرقمية) بنسبة (41.9%).
- 8) حجم اعتماد المبحوثين من الشباب الجامعي (عينة الدراسة) على الإذاعات الرقمية كمصدر للمعلومات عن القضايا والأحداث الجارية (إلى حد ما) جاء في الترتيب الأول بنسبة بلغت (58.1%)، بينما كانت نسبة من لا يعتمدون عليها مطلقاً (22.1%) في الترتيب الثاني، ثم جاءت نسبة من يعتمدون على الإذاعات الرقمية إلى حد كبير في الترتيب الأخير بنسبة بلغت (19.9%).
- 9) تصدر سبب (لا أعلم بوجود محطات إذاعية على شبكة الإنترنت) في مقدمة أسباب عدم اهتمام المبحوثين من الشباب الجامعي (عينة الدراسة) بالاستماع للمحطات الإذاعية على الإنترنت بنسبة بلغت (33.8%)، وجاء سبب (صعوبة استخدام شبكة الإنترنت وصعوبة الوصول إليها) في الترتيب الثاني بنسبة بلغت (26.8%)، وجاء (ليس لدي وقت) بنسبة (16.9%)، ثم جاء (لا يعجبني أداء مقدمي برامجها) بنسبة (12.7%).
- 10) (زيادة الترويج للإذاعات الرقمية وزيادة الإعلانات عنها) كان أبرز مقترحات المبحوثين من الشباب الجامعي (عينة الدراسة) لتطوير الإذاعات الرقمية، حيث تصدر قائمة اقتراحاتهم بنسبة بلغت (22%)، يليه مقترح (تيسير سبل الوصول لهذه الإذاعات) في الترتيب الثاني بنسبة بلغت (19.2%).
- 11) ثبوت صحة الفرض الأول جزئياً، الذي مؤداه وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات المبحوثين من الشباب الجامعي (عينة الدراسة) حول معدلات تعرضهم للإذاعات الرقمية تبعاً لمتغيرات النوع ونمط التعليم والمستوى

الاقتصادي الاجتماعي، حيث وجدت فروق ذات دلالة إحصائية فيما يتعلق بمتغيري النوع ونمط التعليم؛ بينما لم توجد فروق ذات دلالة فيما يتعلق بمتغير المستوى الاقتصادي الاجتماعي.

12) عدم ثبوت صحة الفرض الثاني الذي يفيد بوجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين معدلات تعرض الشباب الجامعي (عينة الدراسة) للإذاعات الرقمية وحجم الاعتماد على تلك الإذاعات في الحصول على المعلومات.

13) عدم ثبوت صحة الفرض القائل بوجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين حجم اعتماد المبحوثين على الإذاعات الرقمية وإدراك المبحوثين للقيم والسلوكيات التي تضمنتها برامجها.

14) عدم الثبوت جزئياً لصحة الفرض القائل بوجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات المبحوثين من الشباب الجامعي (عينة الدراسة) حول حجم اعتمادهم على الإذاعات الرقمية تبعاً للمتغيرات الجغرافية النوع ونمط التعليم والمستوى الاقتصادي الاجتماعي.

#### ثانياً: توصيات الدراسة

توصي الباحثة من خلال هذه الدراسة بأهمية إجراء مزيد من الدراسات التي تتعلق بالإذاعات الرقمية في مصر لإلقاء الضوء على حجم تعرض الجمهور لهذا التطبيق كأحدى وسائل الإعلام الجديد، وكذلك درجة وعي الجماهير بقطاعاتها المختلفة بوجود الإذاعات الرقمية، والوقوف على درجة تأثيرها في جماهير المستمعين على المستويات المختلفة، فضلاً عن إجراء مزيد من الدراسات التحليلية لتحليل المحتوى البرامجي المقدم من خلالها، خاصة في ظل تنامي استخدام تطبيقات الإنترنت المختلفة من قبل قطاعات الجمهور المختلفة في مصر؛ الأمر الذي يجعل من الأهمية بمكان دراسة حجم التعرض للإذاعات الرقمية ومتابعة تطوره، فضلاً عن الوقوف على الدور الذي تؤديه هذه الوسيلة غير التقليدية في التأثير في جماهير المتلقين في مصر بما تقدمه من محتوى برامجي مختلف.

كما توصي الباحثة القائمين بالاتصال في الإذاعات الرقمية كأحدى وسائل الإعلام الجديد بمتابعة نتائج الأبحاث العلمية والأكاديمية التي يقدمها الباحثون في هذا الصدد للوقوف على اقتراحات تطوير الأداء؛ مما ييسر الوصول لقطاعات الجمهور المختلفة، ويحقق تأثيراً أكبر للرسائل الإعلامية التي تبث من خلال الإذاعات الرقمية.

وفي هذا الصدد تجدر الإشارة إلى ضرورة اهتمام القائمين بالاتصال في الإذاعات الرقمية بما أشارت إليه الدراسة الحالية في نتائجها من مقترحات المبحوثين لتطوير أداء الإذاعات الرقمية، التي كان في مقدمتها الاهتمام بزيادة الترويج والإعلان عن الإذاعات الرقمية في مصر، إضافة إلى النتائج المتعلقة بأسباب عدم التعرض للإذاعات الرقمية من قبل بعض المبحوثين من الشباب الجامعي (عينة الدراسة)، التي كان في مقدمتها عدم معرفتهم بوجود ما يسمى بالإذاعات الرقمية على الإطلاق؛ الأمر الذي تؤكد عليه الباحثة من خلال توصيات الدراسة الحالية من ضرورة زيادة وانتشار هذا النوع من الإذاعات، فضلاً عن الاهتمام بوجود محتوى إعلاني يجذب إليها قطاعات الجمهور المختلفة.

- (1) خالد صالح محمود، تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على القيم الاجتماعية لدى الشباب الجامعي، مجلة الدراسات في الخدمة الاجتماعية والعلوم الإنسانية، جامعة حلوان، كلية الخدمة الاجتماعية، الجزء الأول، العدد 33 ، 2012، ص 338.
- (2)Shafizan Mohamed , " Soadah Wok & Mahaman Lahabou" Development and its Impact on Student Reception of a Campus Radio " Journal of Education and Learning, Canadian Center of Science and education , Vol.7,No.1 , 2018 ,
- (3) سامية موسى إبراهيم وآخرون، اعتماد المراهقين المصريين على الإذاعات الرقمية الشبابية وعلاقته بتدعيم حقهم في الاتصال، جامعة عين شمس، كلية الدراسات العليا للطفولة، مجلة دراسات الطفولة، مجلد (21)، العدد (81)، 2018.
- (4) حسن محمد علي خليل، دوافع استخدام الطلاب الوافدين للإذاعات الرقمية وعلاقتها بترسيخ الهوية الثقافية لديهم، جامعة عين شمس، كلية الدراسات العليا للطفولة، مجلة دراسات الطفولة، مجلد (20)، العدد (76)، 2017.
- (5)Ignatiew,Nicolas , "Music radio station from the "on air" to the the "online" identifying media logics in the content and formats of radio fi on its digital platforms" , MA Thesis , Uppsala University, Disciplinary Domain of Humanities and Social Sciences, Faculty of Social Sciences, Department of Informatics and Media.
- (6) نجلاء محمد حسنين إبراهيم وآخرون، استخدام الشباب المصري للإذاعات الرقمية والإشباع المتحققة منها، جامعة عين شمس، كلية البنات، مجلة البحث العلمي في الآداب، المجلد (1)، العدد (17)، 2016.
- (6)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 , Vol. 6 No.(1) , 2016 ,pp21-34.
- (8) سالي أحمد جاد، دوافع استخدام الجمهور المصري لمحطات الراديو عبر شبكة الإنترنت والإشباع المتحققة منها، رسالة دكتوراه غير منشورة، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، 2015.
- (9)Jousha Mark Bentley , " A Uses and Gratification Study of Contemporary Christian Radio Web Sites ", Journal of Radio and Audio Media , Vol.19 , No.1 , May , 2012.
- (10)Kevin Andrew , " Blaze FM : An Examination of Student Listening Habits and the Uses and Gravitations Approach of Increaseing Student Listenership " , MA Thesis , Valdosta State University , the College of Arts , 2012 .
- (11) إبراهيم اليحيوي، الآثار الثقافية (القيمية والسلوكية) للإعلام الجديد على المستخدمين الجزائريين، مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، العدد (50)، فبراير 2019، ص 33 : 46.

- (12) رؤوف كعواش وآخرون، شبكة التواصل الاجتماعي فيسبوك والقيم الأخلاقية للشباب الجزائري: دراسة ميدانية على عينة من طلاب المرحلة الثانوية بولاية جيجل، مجلة الحكمة للدراسات الإعلامية والاتصالية، العدد (13) 2018، ص ص 42 : 60.
- (13) غادة إلهامي السيد، "دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الهوية الثقافية للشباب المصري"، رسالة ماجستير غير منشورة، (جامعة المنصورة، كلية الآداب - 2018).
- (14) مراد بومنقار، شهرزاد حواسنيه، الإعلام الجديد وتأثيره على المنظومة القيمية للشباب الجامعي دراسة تحليلية، جمعية الاجتماعيين في الشارقة، مجلد (35)، العدد (140)، ص ص 227 : 246.
- (15) Fatima Abdel Hadi Zine El Abidine & Others , " The impact of The Characteristics of Social networking sites on Different Values among young people in the society of Jordan" , centre of Excellence For Scientific & Research Journalism, June 2018 ,p.8
- (16) كوثر علوب محمد، الإعلام الجديد وأثره على القيم الاجتماعية، رسالة دكتوراه غير منشورة، (جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا، كلية الدراسات العليا، 2017) ص 51.
- (17) وليد سالم الحلفاوي، نموذج مقترح لتوظيف تطبيقات الإعلام الجديد في تعزيز القيم الأخلاقية لدى الشباب بالمملكة العربية السعودية، المجلة المصرية للدراسات المتخصصة، العدد (17)، ديسمبر 2017، ص ص 308 : 375.
- (16) Muhammed Shahid Imran & Others , "Connective : E-Learning of democratic values on social media public spheres " International Conference on Information and Communication Technologies , Karachi , Pakistan , 2017 .
- (17) Yongbing Jiao & others , " Social value and content value in social media : two paths to psychological well – being " , Journal of organization computing and electronic commerce , Vol. 27 , Issue .1 , 2017 .
- (20) لارا أحمد الحديدي، دور الإعلام الجديد في إعادة بناء التنشئة الاجتماعية لليافين من طلاب المرحلة الثانوية، الجامعة الأردنية، عمادة البحث العلمي، دراسات العلوم الإنسانية والاجتماعية، مجلد (45)، 2016.
- (21) رباب رأفت الجمال، تأثير استخدام شبكات التواصل الاجتماعي على تشكيل النسق القيمي الأخلاقي للشباب السعودي، دراسة ميدانية، جامعة الملك عبد العزيز، المؤتمر العلمي الأول لكرسي الأمير نايف بن عبد العزيز للقيم الأخلاقية، نوفمبر 2014، ص ص 293 : 362.
- (22) خالد صالح محمود، تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على القيم الاجتماعية لدى الشباب الجامعي، مرجع سابق، ص ص 335 : 390.
- (23) سمير محمد حسين، دراسات في مناهج البحث العلمي: بحوث الإعلام، ط 2، (القاهرة: عالم الكتب، 2006) ص 131.
- (24) المرجع السابق، ص 147.

- (25) محمد عبد الحميد، البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، ط2، (القاهرة: عالم الكتب، 2004)، ص 200.
- (26) محمد عبد الوهاب الفقيه، العلاقة بين الاعتماد على القنوات التلفزيونية الفضائية ومستوى المعرفة بالموضوعات الإخبارية في المجتمع اليمني، رسالة دكتوراه غير منشورة، (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، 2002)، ص 42.
- (27) محمود حسن إسماعيل، مبادئ علم الاتصال ونظريات التأثير، (القاهرة: مكتبة الدار العالمية، 1998)، ص 278.
- (28) حسن عماد مكاوي، ليلي حسين، الاتصال ونظرياته المعاصرة، (القاهرة: الدار المصرية اللبنانية، ط1، 1998)، ص 320.
- (29) محمد عبد الحميد، نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، (القاهرة: عالم الكتب، ط2، 2001)، ص 236.
- (30) مرفت الطرابيشي، نظريات الاتصال، (القاهرة: دار النهضة العربية، 2009) ص 144.
- (31) ريهام مرزوق إبراهيم، برامج الداعيات بالفضائيات العربية ودورها في دعم المعرفة الدينية لدى المرأة المصرية -دراسة تطبيقية، رسالة دكتوراه غير منشورة، (جامعة الأزهر، كلية الدراسات الإسلامية والعربية، 2016)، ص 65.
- (32) نجلاء حسين إبراهيم وآخرون، مرجع سابق، ص 437.
- (33) عبد الصادق حسن، دوافع استخدام الشباب الجامعي في الجامعات البحرينية للإذاعات الرقمية، مركز الإمارات للدراسات والبحوث الإستراتيجية، مج 1، ع 4، سبتمبر 2013، ص 115.
- (34) حسن محمد علي، مرجع سابق، ص 3.
- (35) سامية موسى إبراهيم وآخرون، مرجع سابق، ص 18.
- (36) عبد الصادق حسن، مرجع سابق، ص 116.
- (37) Stephen Lax & Others , "DAB The Future of Radio? The development of digital radio in four European countries" , Media culture society , Issu.30 , March 2008 , p.152.
- (38) Sussana Karttunen," Using Social Media at Radio Station" , Helsinki Metropolia University of Applied Science , April 2017 , p. 2
- (39) N.Manouselis & Others , " Digital Audio and Internet Radio Broadcasting Systems under QoS Perspective" , March , 2005 Available @ [www.researchgate.net/ publication /234809821](http://www.researchgate.net/publication/234809821)
- (40) Howard Kirschenbaun , " Values Clarification in Counseling and Psychotherapy : Practical Strategies", USA : Oxford University Press,2013 p.177
- (41) كوثر علوب محمد، الإعلام الجديد وأثره على القيم الاجتماعية، رسالة دكتوراه غير منشورة، (جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا، كلية الدراسات العليا، 2017)، ص 51.
- (42) Fatima Abdel Hadi Zine El Abidine & Others , " The impact of The Characteristics of Social networking sites on Different Values among young people

in the society of Jordan" , centre of Excellence For Scientific & Research Journalism, June 2018 ,p.8

(43) هيثم جودة مؤيد، إيمان مواقع التواصل الاجتماعي وعلاقته بمنظومة القيم الاجتماعية والأخلاقية لدى الشباب الجامعي المصري والسعودي: دراسة مقارنة في إطار نظرية رأس المال الاجتماعي، (جامعة القاهرة، كلية الإعلام، المجلة العلمية لبحوث الصحافة، العدد السادس، أبريل/ يونية 2016)، ص 255.

(44) كوثر غلوب محمد، مرجع سابق، ص 87.

(45) هيثم جودة مؤيد، مرجع سابق، ص 239.

(46) دينا فاروق أبو زيد، أخلاقيات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي بين الشباب الجامعي في مصر بالتطبيق على موقع الفيس بوك، (جامعة القاهرة، كلية الإعلام، المجلة المصرية لبحوث الإذاعة والتلفزيون، العدد 20، يولية/ ديسمبر 2020)، ص 21.

(47) طارق أبو السعود، حوار في برنامج (مساء DMC) حلقة الثلاثاء 1-6-2021.

(48) نجلاء محمد حسنين إبراهيم وآخرون، مرجع سابق، ص 22.

(49) حسن محمد علي خليل، مرجع سابق، ص 9.

(50) شرحبيل غالب أبو سليمان، اعتماد طلبة الجامعات الأردنية على شبكات التواصل الاجتماعي للحصول على الأخبار والمعلومات، رسالة ماجستير غير منشورة، (جامعة الشرق الأوسط، كلية الإعلام، 2015)، ص 82.

(\* أسماء السادة المحكمين:

1- أ.د/ اعتماد خلف معبد أستاذ الإعلام بمعهد الدراسات العليا للطفولة - جامعة عين شمس.

2- أ.د/ جمال عبد الحي النجار أستاذ الصحافة بقسم الصحافة والنشر كلية الدراسات الإسلامية والعربية - جامعة الأزهر.

3- أ.د/ محمد شعبان وهدان أستاذ الصحافة بقسم الصحافة والنشر كلية الدراسات الإسلامية والعربية - جامعة الأزهر.

4- أ.د/ مرعي مذكور أستاذ الصحافة وعميد كلية الإعلام - جامعة 6 أكتوبر.

5- أ.د.م/ جيهان سيد أحمد أستاذ الإذاعة المساعد بكلية اللغة والإعلام- الأكاديمية العربية للعلوم والتكنولوجيا والنقل البحري.



## References

- Mahmud, K. (2012). tathir shabakat altawasul alaijtimaeii ealaa alqiam alaijtimaeiat ladaa alshabab aljamiei, majalat aldirasat fi alkhidmat alaijtimaeiat waleulum al'iinsaniati, jamieat Helwan, kuliyyat Alkhidmat Alaijtimaeiati, 33(1), 338.

(2)Shafizan Mohamed , " Soadah Wok & Mahaman Lahabou" Development and its Impact on Student Reception of a Campus Radio " Journal of Education and Learning, Canadian Center of Science and education , Vol.7,No.1 ,2018 ,

-Ibrahim, S. (2018). wakhrun, aietimad almurahiqa almisriyn ealaa al'iidhaeat alraqamiat alshababiati waealaqatih bitadeim haqihim fi alaitisali, jamieat eayn shams, kuliyyat aldirasat aleulya liltufulati, majalat dirasat Altufula, 81(21).

- Khalil, H. (2017). dawafie aistikhdam altulaab alwafidin lil'iidhaeat alraqamiat waealaqatiha bitarsikh alhuiat althaqafiati ladayhim, jamieat eayn shams, kuliyyat aldirasat aleulya liltufulati, majalat dirasat Altufula, 76(20).

(5)Ignatiew,Nicolas , "Music radio station from the "on air" to the the "online" identifying media logics in the content and formats of radio fip on its digital platforms" , MA Thesis , Uppsala University, Disciplinary Domain of Humanities and Social Sciences, Faculty of Social Sciences, Department of Informatics and Media.

-Hassanein, N. (2016). aistikhdam alshabab almisrii lil'iidhaeat alraqamiat wal'iishbaeat almutahaqiqat minha, jamieat eayn shams, kuliyyat Albanat, majalat albahth Aleilmii fi Aladab, 17(1).

(6)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 , Vol. 6 No.(1) , 2016 ,pp21-34.

- Jad, S. (2015). dawafie aistikhdam aljumhur almisrii limahataat alraadiu eabr shabakat al'iintirnit wal'iishbaeat almutahaqiqat minha, risalat dukturah ghayr manshuratin, jamieat Alqahira, kuliyyat Al'iiealam.

(9)Jousha Mark Bentley , " A Uses and Gratification Study of Contemporary Christian Radio Web Sites " , Journal of Radio and Audio Media , Vol.19 , No.1 , May , 2012.

(10)Kevin Andrew , " Blaze FM : An Examination of Student Listening Habits and the Uses and Gravitations Approach of Increaseing Student Listenership " , MA Thesis , Valdosta State University , the College of Arts ,2012 .

-Alyhyawi, I. (2019). aluathar althaqafia (alqimiat walsulukiatu) lil'ielam aljadid ealaa almustakhdimin aljazayiriyna, majalat aleulum al'iinsaniat walaijtimaeiati, (50), 33 : 46.

-Kaeawash, R. (2018). wakhrun, shabakat altawasul alaijtimaeii fisbuk walqiam al'akhlaqiat lilshabab aljazayirii: dirasat maydaniat ealaa eayinat min tulaab almarhalat althaanawiat biwilayat jijl, majalat alhikmat lildirasat al'ielamiat walaitisaliati, (13), 42 : 60.

-El-Sayed, G. (2018). "dawr mawaqie altawasul alaijtimaeii fi tashkil alhuiat althaqafiat lilshabab almisrii", risalat majistir ghayr manshuratin, (jamieat Almansura, kuliyyat Aladab ).

-Boumenkar, M., Hawasniyeh, S. al'ielam aljadid watathiruh ealaa almanzumat alqiamiat lilshabab aljamieii dirasat tahliliatan, jameiat alaijtimaeiyn fi alshaariqat, 140(35), 227 : 246.

(50)Fatima Abdel Hadi Zine El Abidine & Others , " The impact of The Characteristics of Social networking sites on Different Values among young people in the society of Jordan" , centre of Excellence For Scientific & Research Journalism, June 2018 ,p.8

-Muhamad, K. (2017). al'ielam aljadid wa'atharuh ealaa alqiam alaijtimaeiati, risalat dukturah ghayr manshuratin, (jamieat alsuwdan lileulum waltiknulujiya, kuliyyat Aldirasat Aleulya) 51.

-Al-Halfawi, W. (2017). namudhaj muqtarah litawzif natbiqat al'ielam aljadid fi taeziz alqiam al'akhlaqiat ladaa alshabab bialmamlakat Alarabia Alsaudia, almajalat Almisria lildirasat almutakhasisati, (17), 308 : 375.

(16)Muhammed Shahid Imran & Others , "Connective : E-Learning of democratic values on social media public spheres " International Conference on Information and Communication Technologies , Karachi , Pakistan , 2017

(17)Yongbing Jiao & others , " Social value and content value in social media : two paths to psychological well – being " , Journal of organization computing and electronic commerce , Vol. 27 , Issue .1 ,2017 .

- Alhadid, L. (2016). dawr al'ielam aljadid fi 'iieadat bina' altanshiat alaijtimaeiati lilyafiein min tulaab almarhalat althaanawiat, aljamieat al'urduniyati, eimadat albaith aleilmii, dirasat aleulum al'iinsaniat walaijtimaeiati, (45).

-Aljamal, R. (2014). tathir aistikhdam shabakat altawasul alaijtimaeii ealaa tashkil alnasaq alqiamii al'akhlaqii lilshabab alsaeudii, dirasatan maydaniatan,

jamieat almalik eabd aleaziza, almutamar aleilmia al'awal likursii Alamir Nayif bin Abd Aleaziz lilqiam al'akhlaqati, 293 : 362.

-Hussein, S. (2006). dirasat fi manahij albahth aleilmii: buhuth al'ielami, t 2, (Alqahira: Alam Alkutub,) 131.

-Abd Alhamidi, M. (2004). albahth aleilmu fi aldirasat al'ielamiati, ta2, (Alqahira: Alam Alkutub) 200.

-Al-Faqih, M. (2002) alealaqat bayn alaietimid ealaa alqanawat atilifizyuniat alfadayiyat wamustawaa almaerifat bialmawdueat al'iikhbariat fi almujtamae alyamanii, risalat dukturah ghayr manshuratin, (jamieat Alqahira: kuliyat Al'ielam,) 42.

-Ismaeil, M. (1998). mabadi eilm aliatisal wanazariaat altaathiri, (Alqahira: maktabat Aldaar Alealamia,) 278.

-Makkawi, H., Hassan, L. (1998) alaitisal wanazariaatuh almueasiratu, (Alqahira: Adaar Almisria Allubnaniatu, ta1) 320.

-Abd Alhamid, M. (2001). nazariaat al'ielam watijahat altaathira, (Alqahira: Alam Aketab, ta2), 236.

-Altarabishi, M. (2009). nazariaat aliatisali, (Alqahira: Dar Alnahda Alarabia,) 144.

-Ibrahim, R. (2016). baramij aldaaeiat bialfadayiyaat alearabiat wadawruha fi daem almaerifat aldiyniat ladaa almar'at almisriat -dirasat tatbiqati, risalat dukturah ghayr manshuratin, (jamieat Al'azhar, kuliyat Aldirasat Al'iislamia walearabiati, 65.

-Hasan, A. (2013). dawafie aistikhdam alshabab aljamieii fi aljamieat albahrayniat lil'iidhaeat alraqamiati, markaz al'iimarat lildirasat walbuhuth al'iistratijiati, 4(1), 115.

(50 )Stephen Lax & Others , "DAB The Future of Radio? The development of digital radio in four European countries" , Media culture society , Issu.30 , March 2008 , p.152.

(50 )Sussana Karttunen," Using Social Media at Radio Station" , Helsinki Metropolia University of Applied Science , April 2017 , p. 2

(50 )N.Manouselis & Others , " Digital Audio and Internet Radio Broadcasting Systems under QoS Perspective" , March , 2005 Available @ [www.researchgate .net/ publication /234809821](http://www.researchgate.net/publication/234809821)

(50) Howard Kirschenbaun , " Values Clarification in Counseling and Psychotherapy : Practical Strategies", USA : Oxford University Press,2013 p.177

(50)Fatima Abdel Hadi Zine El Abidine & Others , " The impact of The Characteristics of Social networking sites on Different Values among young people in the society of Jordan" , centre of Excellence For Scientific & Research Journalism, June 2018 ,p.8

-Muayyad, H. (2016). 'iidman mawaqie altawasul alaijtimaeii waealaqatih bimanzummat alqiam alaijtimaeiat wal'akhlaqiat ladaa alshabab aljamieii almisrii walsaeudii: dirasat muqaranat fi 'iitar nazariat ras almal alaijtimaeii, (jamieat alqahirat, kuliyyat Al'ielam, almajalat aleilmiat libuhuth alsahafati, 6, 255.

-Abu Zaid, D. (2020). 'akhlaqiaat aistikhdam mawaqie altawasul alaijtimaeii bayn alshabab aljamieii fi misr biattatbiq ealaa mawqie alfis buk, (jamieat alqahirat, kuliyyat al'ielami, almajalat almisriat libuhuth al'iidhaeat waitilifizyun, 20, 21.

-Abu Swailem, S. (2015). aietimad talabat aljamieat al'urduniyat ealaa shabakat altawasul alaijtimaeii lilhusul ealaa al'akhbar walmaelumati, risalat majistir ghayr manshuratin, (jamieat Alsharq Al'awsat, kuliyyat Al'ielam, 82.

# Journal of Mass Communication Research «J M C R»

A scientific journal issued by Al-Azhar University, Faculty of Mass Communication

---

## Chairman: Prof. Mohamed Elmahrasawyd

President of Al-Azhar University

---

## Editor-in-chief: Prof. Reda Abdelwaged Amin

Dean of the Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

---

## Assistants Editor in Chief:

### Prof. Arafa Amer

- Professor of Radio, Television, Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

### Prof. Fahd Al-Askar

- Media professor at Imam Mohammad Ibn Saud Islamic University  
(Kingdom of Saudi Arabia)

### Prof. Abdullah Al-Kindi

- Professor of Journalism at Sultan Qaboos University (Sultanate of Oman)

### Prof. Jalaluddin Sheikh Ziyada

- Media professor at Islamic University of Omdurman (Sudan)

---

## Managing Editor: Dr. Mohamed Fouad El Dahrawy

Lecturer at Public Relations and Advertising Department, Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

---

## Editorial Secretaries:

**Dr. Ibrahim Bassyouni:** Lecturer at Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

**Dr. Mustafa Abdel-Hay:** Lecturer at Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

**Dr. Ramy Gamal:** Lecturer at Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

---

Designed by: Dr. Mohammed Kamel - Assistant Lecturer at Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

Arabic Language Editor : Omar Ghonem: Assistant Lecturer at Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

---

## Correspondences

- Al-Azhar University- Faculty of Mass Communication.

- Telephone Number: 0225108256

- Our website: <http://jsb.journals.ekb.eg>

- E-mail: [mediajournal2020@azhar.edu.eg](mailto:mediajournal2020@azhar.edu.eg)

● Issue 58 July 2021 - part 3

● Deposit - registration number at Darekhotob almasrya /6555

● International Standard Book Number "Electronic Edition" 2682- 292X

● International Standard Book Number «Paper Edition» 9297- 1110

## Rules of Publishing

● Our Journal Publishes Researches, Studies, Book Reviews, Reports, and Translations according to these rules:

- Publication is subject to approval by two specialized referees.
- The Journal accepts only original work; it shouldn't be previously published before in a refereed scientific journal or a scientific conference.
- The length of submitted papers shouldn't be less than 5000 words and shouldn't exceed 10000 words. In the case of excess the researcher should pay the cost of publishing.
- Research Title whether main or major, shouldn't exceed 20 words.
- Submitted papers should be accompanied by two abstracts in Arabic and English. Abstract shouldn't exceed 250 words.
- Authors should provide our journal with 3 copies of their papers together with the computer diskette. The Name of the author and the title of his paper should be written on a separate page. Footnotes and references should be numbered and included in the end of the text.
- Manuscripts which are accepted for publication are not returned to authors. It is a condition of publication in the journal the authors assign copyrights to the journal. It is prohibited to republish any material included in the journal without prior written permission from the editor.
- Papers are published according to the priority of their acceptance.
- Manuscripts which are not accepted for publication are returned to authors.