

مجلة البحوث الإعلامية

مجلة علمية محكمة تصدر عن جامعة الأزهر/كلية الإعلام



رئيس مجلس الإدارة: أ.د / غانم السعيد - عميد الكلية .

رئيس التحرير: أ.د / رضا عبدالواجد أمين - أستاذ الصحافة والنشر ووكيل الكلية.

مساعدو رئيس التحرير:

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

أ.د / فهد العسكر - وكيل جامعة الإمام محمد بن سعود للدراسات العليا والبحث العلمي (المملكة العربية السعودية)

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

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

مدير التحرير: د / محمد فؤاد الدهراوي - مدرس العلاقات العامة والإعلان، ومدير وحدة الجودة 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.

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

سكرتير فني: أ / محمد كامل - 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

المراسلات:

العدد السابع والخمسون - الجزء الأول - شعبان ١٤٤٢هـ - أبريل 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 عبدالله (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./ محمد فياض (العراق)
أستاذ الإعلام بكلية الإمارات للتكنولوجيا.
١١. أ.د./ رزق سعد (مصر)
أستاذ العلاقات العامة (جامعة مصر الدولية).

محتويات العدد

- ٩ ■ استراتيجيات تسويق المزايا التنافسية للدولة المصرية في ضوء رؤية مصر ٢٠٣٠ - دراسة تحليلية لموقع رئاسة الجمهورية
أ.م.د. أماني ألبرت
-
- ٦٩ ■ السرد الإعلامي لأطر النصوص الإخبارية المنشورة على الإنترنت «بالتطبيق على أزمة إقليم تيجراي» أ.م.د. نشوى يوسف أمين اللواتي
-
- ١٤١ ■ استخدامات الشباب للإذاعة الطربية في مملكة البحرين والإشباع المتحققة منها
د. أحمد طوالة
-
- ١٨١ ■ دور برامج المسؤولية الاجتماعية للشركات العاملة في مصر في تحقيق الرضا الوظيفي للعاملين خلال أزمة كورونا «دراسة ميدانية»
د. ميادة محمد عرفة سيد أحمد
-
- ٢٢٩ ■ تأثير الاعتماد على منصات الإعلام الرسمية السعودية في تويتر على معارف وسلوكيات الجمهور نحو جائحة كورونا
د. زينب محمد حامد حسن
-
- ٢٨٣ ■ دور مجالات الأطفال في بناء شخصية الطفل المصري: دراسة تحليلية بالتطبيق على مجلتي نور والفردوس
د. أحمد شحاته عبد الفضيل عبيد
-
- ٣٣٥ ■ أثر كثافة التعرض لبرامج التيك توك على بعض الخصائص النفسية والسلوكية لدى الأطفال في المجتمع المصري
د. نهلة حلمي محمد عبد الكريم

٣٨٩

■ الإطار القيمي للسلسلات الاجتماعية بالتلفزيون الأمريكي

د. عمر الإبياري

٤٤٣

■ تبني المؤسسات الصحفية المصرية للمسؤولية البيئية ودوره في زيادة وعي والتزام العاملين بها (دراسة على عينة من المؤسسات القومية والحزبية والخاصة)

د. عادل صادق محمد رزق، د. فيروز عبد الحميد جابر

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ
«وَقُلِ اعْمَلُوا فَسَيَرَى اللَّهُ عَمَلَكُمْ وَرَسُولُهُ وَالْمُؤْمِنُونَ وَسَتُرَدُّونَ
إِلَى عَالِمِ الْغَيْبِ وَالشَّهَادَةِ فَيُنَبِّئُكُمْ بِمَا كُنْتُمْ تَعْمَلُونَ»

بقلم: الأستاذ الدكتور

رضا عبدالواجد أمين

رئيس التحرير

الافتتاحية

الحمد لله والصلاة والسلام على سيدنا رسول الله

وبعد

نقدم للباحثين والقراء الأعزاء العدد الجديد من مجلة البحوث الإعلامية التي تصدر عن كلية الإعلام بجامعة الأزهر، والذي يحتوي على موضوعات متنوعة ومتميزة لباحثين من مصر والوطن العربي، ويناقش قضايا وموضوعات إعلامية واتصالية مهمة نابغة من البيئة التي ينتسب لها الباحث، وهذه الموضوعات والقضايا تتقاطع مع الرؤية الاستراتيجية للبحث العلمي التي اعتمدها الجامعة، والتي بدورها تتقاطع مع رؤية الدولة المصرية ٢٠٣٠ .

ونؤكد في مجلة البحوث الإعلامية على تبني المعايير العالمية للنشر العلمي قدر الإمكان، بالرغم من الصعوبات التي تواجهنا مع بعض الباحثين، وبالرغم من إشكاليات النشر العلمي في مجال العلوم الاجتماعية بشكل عام وعلوم الإعلام والاتصال بشكل خاص، ولولا الظروف التي فرضتها جائحة كورونا لعقدنا العديد من الفعاليات العلمية التي تناقش مثل هذه الأمور، ونسأل الله تعالى أن يأذن لهذه الجائحة أن تنتهي حتى تعود المناشط العلمية والثقافية كما كانت من ذي قبل إننا نعيش الآن في عصر المعرفة، ومن يمتلك المعرفة يمتلك القوة والثروة، وإن البحث العلمي هو الطريق الموصل إلى المعرفة، ومن نافلة القول أن نذكر قراءنا الأعزاء أن قوة الأمم الآن لا تقاس بمدى ما تمتلكه من أدوات وآليات عسكرية، ولا حتى بما تمتلك من ثروة، بل يقاس تقدم الأمم بالمعرفة إنتاجا وتطبيقا، لقد أصبحت المعرفة قوة، والقوة معرفة .

ولا يزال أمامنا في العالم العربي طريق طويل نحو تمثل هذه القيم العلمية ، حيث يتدنى الإنفاق على البحث العلمي عربيا إلى ما دون الحدود المقبولة عالميا ، وهو مايؤدي إلى عدم توفر البنية الأساسية اللازمة لإنتاج المعرفة والبحوث العلمية ، ويصرف الباحثين عن الغايات الحقيقية لإنتاج البحوث العلمية الرصينة ، إنها مكاشفة للواقع البحثي والعلمي عربيا ، دون أن نبخس المحاولات الجادة لإنتاج ونشر المعرفة من الباحثين العرب في المنصات والدوريات العالمية حقهم ، خاصة في مجال العلوم الطبيعية .

وإننا إذ نقدم هذا العدد من مجلة (البحوث الإعلامية) نتقدم بخالص الشكر والتقدير للأساتذة الأفاضل من هيئة تحكيم المجلة من الجامعات المصرية والعربية الذين يبذلون جهدا كبيرا في مراجعة الأبحاث وتقويمها ومتابعة التعديلات على البحوث لنضمن مستوى متميزا من النتاج العلمي يتناسب مع موقع المجلة التي تحتل صدارة تصنيف المجلس الأعلى للجامعات في قطاع الدراسات الإعلامية

والله من وراء القصد

أ.د/ رضا عبد الواحد أمين

رئيس التحرير

م	التصنيف	اسم المجلة	اسم الجهة / الجامعة	نقاط المجلة (مارس 2020)	نقاط المجلة (يوليو 2020)	ISSN- O	ISSN- P
1	الدراسات الإعلامية	مجلة البحوث الإعلامية	جامعة الأزهر	6.5	7	2682-292X	1110-9207
2	الدراسات الإعلامية	مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط	الجمعية المصرية للعلاقات العامة	6	7	2314-873X	2314-8721
3	الدراسات الإعلامية	المجلة العربية لبحوث الإعلام و الاتصال	جامعة الأهرام الكندية	6	5	2636-9393	2636-9393
4	الدراسات الإعلامية	مجلة اتحاد الجامعات العربية لبحوث الإعلام و تكنولوجيا الاتصال	Cairo University	4	4	2356-9891	2356-9891
5	الدراسات الإعلامية	المجلة العلمية لبحوث الإعلام و تكنولوجيا الاتصال	جامعة جنوب الوادي	3.5	3.5	2636-9237	2636-9237
6	الدراسات الإعلامية	مجلة البحوث و الدراسات الإعلامية	اكاديمية الشروق	3.5	6.5	2367-0407	2367-0407
7	الدراسات الإعلامية	المجلة العلمية لبحوث العلاقات العامة والإعلان	جامعة القاهرة - مركز بحوث الرأي العام	3	6.5	2366-9131	2366-9131
8	الدراسات الإعلامية	المجلة العلمية لبحوث الإذاعة والتلفزيون	جامعة القاهرة - مركز بحوث الرأي العام	3	6.5	2366-914X	2366-914X
9	الدراسات الإعلامية	المجلة العلمية لبحوث الصحافة	جامعة القاهرة - مركز بحوث الرأي العام	3	6.5	2366-9168	2366-9168
10	الدراسات الإعلامية	المجلة المصرية لبحوث الإعلام	جامعة القاهرة - مركز بحوث الرأي العام	3	6.5	1110-6836	1110-6836
11	الدراسات الإعلامية	المجلة المصرية لبحوث الرأي العام	Cairo University, Center of Public Opinion Research	3	6.5	1110-6844	1110-6844

- 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 المحلية المصرية دورياً في شهر يونيو من كل عام ويكون التقييم الجديد سارياً للسنة التالية للنشر في هذه المجلات

استخدامات الشباب للإذاعة الطربية في مملكة البحرين والإشباع المتحققة منها

- Youth uses of Bahrain Tarab Radio
And gratifications achieved from them

د. أحمد طوالبه

الأستاذ المساعد بقسم الإعلام والعلاقات العامة - كلية العلوم المالية
والإدارية - الجامعة الخليجية - مملكة البحرين

dr.ahmad.tawalbeh@gulfuniversity.edu.bh

ملخص الدراسة

تسعى هذه الدراسة إلى التعرف على مدى استخدام الشباب في المملكة للإذاعة الطربية، وتحديد دوافع ذلك الاستخدام، بالإضافة إلى الإشباع المتحققة لديهم، وذلك من خلال دراسة ميدانية على عينة من الشباب بتطبيق نظرية الاستخدامات والإشباع.

اعتمدت الدراسة على فروض نظرية الاستخدامات والإشباع لإلياهو كاتز؛ والتي تؤكد على إيجابية الجمهور في استخدام المضامين الإعلامية؛ فهم يختارون ما يفضلون من مواد وبرامج إعلامية لإشباع رغباتهم وإرضاء احتياجاتهم، واستخدمت الدراسة استمارة الاستبانة كأداة لجمع بيانات الدراسة، وتم تطبيقها على عينة عمدية من الشباب في مملكة البحرين قوامها (300) مفردة.

توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج المهمة، ومن أبرزها: أنه كلما زادت الدوافع الطقوسية والنفعية لدى المبحوثين زاد مستوى استخدامهم للإذاعة الطربية، وأظهرت النتائج عدم وجود علاقة بين استخدام المبحوثين للإذاعة الطربية وإشباع المحتوى التوجيهية المتحققة من هذا الاستخدام، بينما ثبت صحة الافتراض القائل بوجود علاقة بين استخدام المبحوثين للإذاعة الطربية وإشباع المحتوى الاجتماعية المتحققة من هذا الاستخدام، كما ثبت وجود فروق بين المبحوثين من حيث دوافع الاستخدام والإشباع المتحققة؛ فتزداد الدوافع النفعية مقارنة بالدوافع الطقوسية، كما تزداد إشباع المحتوى التوجيهية والاجتماعية مقارنة بإشباع الوسيلة شبه التوجيهية وشبه الاجتماعية.

الكلمات المفتاحية: الاستخدامات والإشباع؛ الشباب؛ مملكة البحرين؛ الإذاعة الطربية.

Abstract

This study examines using radio in the Kingdom of Bahrain as a tool for cultural and artistic promotion and the benefits achieved from this use, considering that the radio station is one of the Kingdom's tools in spreading culture in particular, with what formulate minds on enhancing cultural diversity, as this study seeks to explore the use of the radio station by youth in the Kingdom of Bahrain, and to determine the motives for that use in addition to the gratifications.

The study depends on the assumptions of the Uses and Gratifications theory which confirms the public's positivity in using media content, as they choose the media contents and programs, they prefer to satisfy their desires and satisfy their needs. The study used a questionnaire form as a tool to collect data, and it was applied to a sample of (300) respondents in the Kingdom of Bahrain.

The study found important results, the most prominent of which is that the more ritual and utilitarian motives among the respondents, the higher their level of use of the radio station. The respondents for the Tarabiya radio station and the social content satisfaction achieved from this use, as well as it was proven that there are differences between the respondents in terms of the motives for the use and the satisfaction achieved. Utilitarian motives increase compared to ritual motives, and directive and social content satisfactions increase compared to the gratifications of semi-directive and semi-social means.

Keywords: Uses and Gratifications; Youth; Bahrain; Radio Tarab

تعد وسائل الإعلام بمستويات تمايزها وتنوعاتها من أكثر الوسائل فعالية وتأثيرًا في شؤون الحياة العامة، فهي تملك قدرات هائلة في مجال إنتاج المعلومات الذي يشكل القاعدة الأساسية والأساس العلمي السليم لاتخاذ القرارات الصحيحة لخدمة صالح المجتمع، وبذلك تصبح تلك الوسائل أداة قوية للتعبير الثقافي والاجتماعي، بل والتغيير السياسي، فوسائل الإعلام تعكس القيم الثقافية للمجتمع، بالإضافة إلى قضاياها الأساسية، باعتبارها وسائل رئيسة في مجال إنتاج المعلومات والمعارف التي تشكل أساس الاستجابات المعرفية والوجدانية للرأي العام وخاصة الشباب⁽¹⁾.

وتعتبر المضامين الفنية إحدى القوى الثقافية المهمة والمؤثرة في المجتمعات الحديثة، حيث إن لديها القدرة على تشكيل تصورات الأفراد عن الشعوب؛ بما تقدمه من أعمال فنية عن تلك المجتمعات على مختلف موجاتها وشاشاتها الصغيرة والكبيرة، وأكدت العديد من الدراسات الحديثة على أن الراديو مازال يحتل منزلة متميزة لدى الجمهور، على الرغم من التطور التكنولوجي وظهور الإنترنت ومواقع التواصل الاجتماعي، إلا أن المضامين المسموعة عبر الموجات الكهرومغناطيسية خاصة الترفيهية والغنائية مازالت تحظى بنسب استماع ومتابعة جيدة؛ وذلك لإتاحتها عبر أكثر من وسيط، بالإضافة إلى سهولة متابعتها خاصة في وسائل النقل والمواصلات والسيارات⁽²⁾.

وفي ذلك الإطار، تعتبر الإذاعة الطربية في مملكة البحرين إحدى الأدوات الثقافية والفنية الهامة التي تحظى بنسب متابعة من الجمهور والشباب بالمملكة والتي تشكل توجهاتهم نحو الأدب والثقافة والفن. فالثقافة كما عرفها (تايلور) هي النسيج الكلي من الأفكار والمعتقدات والعادات والتقاليد والقدرات التي يكتسبها الإنسان من حيث كونه عضو في المجتمع، بالإضافة إلى الاتجاهات واللغة والقيم وأساليب التفكير التي يتعلمها كل فرد من خلال عملية التنشئة الثقافية والاجتماعية، فالثقافة هي المعبر الحقيقي عما وصلت له البشرية من تقدم⁽³⁾.

ولذلك تأتي هذه الدراسة لترصد واقع استخدام الشباب للإذاعة الطربية في مملكة البحرين كأداة للترويج الثقافي والفني والإشباع المتحققة من هذا الاستخدام، على اعتبار أن الإذاعة الطربية إحدى أدوات المملكة في نشر الثقافة العربية بشكل عام والبحرينية بشكل خاص؛ بما يبني العقول على نحو يعزز من التنوع الثقافي، حيث تسعى هذه الدراسة إلى التعرف على مدى استخدام الشباب في المملكة للإذاعة الطربية، وتحديد دوافع ذلك الاستخدام، بالإضافة إلى الإشباع المتحققة لديهم؛ وذلك من خلال دراسة ميدانية على عينة من الشباب بتطبيق نظرية الاستخدامات والإشباع.

المشكلة البحثية:

على الرغم من اختلاف مستويات اقتراب الإذاعة كوسيلة مهمة من وسائل الاتصال، وابتعادها عن الجمهور- خاصة الشباب- بسبب المنافسة القوية مع وسائل الاتصال الحديثة ومواقع التواصل الاجتماعي؛ إلا أنها استطاعت أن تظل باقية وقادرة على جذب الجمهور وإشباع رغباته وتحقيق احتياجاته، والمتتبع لوسائل الإعلام الحديثة يلاحظ اهتمام الشباب بهذه الوسائل، بل والانغماس فيها واستحواذها على الجزء الأكبر من أوقاتهم، وخاصة بعد توفر هذه الوسائل على شكل تطبيقات إلكترونية على الهواتف الذكية تتيح لهم متابعة شتى الأشكال الإعلامية من جميع المصادر⁽⁴⁾، وحيث إن الإذاعة الطربية في مملكة البحرين لم تكن بمنأى عن هذه التطورات التقنية فقد اعتمدت هي أيضًا على هذا النهج في الانفراد بجمهور متخصص، وتقديم محتوى فني طربي متخصص والذي يشكل إحدى روافد ثقافة المستمع.

ومن هنا تتحدد المشكلة البحثية، في تحديد واقع استخدام الشباب في مملكة البحرين للإذاعة الطربية والإشباع المتحققة منه، مع رصد وتقصي عادات وأنماط هذا الاستخدام، بالإضافة إلى تحديد دوافعه أيضًا.

أهمية الدراسة، تأتي أهمية الدراسة من:

1. أهمية الإذاعة الطربية في مملكة البحرين كإحدى الروافد الثقافية الترفيهية التي يتابعها الشباب بالمملكة، والوقوف على الدور الهام الذي تقوم به الإذاعة الطربية في تلبية إشباع المبحوثين.
2. أهمية دراسة احتياجات ورغبات فئة الشباب كأهم فئة موجودة في المجتمع البحريني، وتشكيل وعيها الثقافي والترفيهي؛ بما يضمن وجود تذوق فني للأعمال الراقية التي تخدم أهداف المجتمع أدبيًا.

3. ندرة الدراسات السابقة- في حدود علم الباحث- التي تتناول الإعلام الطربي في مملكة البحرين والأدوار الوظيفية التي يؤديها، وهو ما يوجب أهمية البحث والرصد والدراسة.

4. أهمية اختبار فروض نظرية الاستخدامات والإشباعات في إطار البيئة الثقافية العربية والمتمثلة في مجتمع البحرين؛ بما يسهم في إثراء التراث العلمي النظري في مجال مناهج ونظريات الإعلام.

أهداف الدراسة، تهدف هذه الدراسة إلى:

1. رصد مدى استخدام الشباب في مملكة البحرين للإذاعة الطربية.
2. التعرف على عادات وأنماط تعرض الشباب للإذاعة الطربية في مملكة البحرين.
3. تحديد دوافع استماع الشباب للإذاعة الطربية في مملكة البحرين.
4. القياس العلمي والموضوعي غير المتحيز للإشباعات المتحققة من استخدام الشباب للإذاعة الطربية في مملكة البحرين.

الدراسات والأدبيات العلمية السابقة

يقدم التراث العلمي والأدبيات السابقة (Literature Review) الكثير من الأفكار والأدوات والإجراءات والاختبارات التي يمكن الاستفادة منها في دراسة المشكلة البحثية، وتجنب الباحث الأخطاء التي وقع فيها الباحثون الآخرون، وتعرفه بالصعوبات التي واجهها هؤلاء الباحثين، وكذلك تساعده على معرفة جوانب القوة في الدراسات التي تم إجراؤها والاستفادة منها، ومعرفة جوانب الضعف ومحاولة تفاديها، كما توفر الأدبيات العلمية الكثير من المصادر والمراجع المهمة في مجال الدراسة، وتهيئة المناخ المناسب حتى يبدأ الباحث من حيث انتهى الآخرون⁽⁵⁾، من هذا المنطلق الرئيس سيتم استعراض الدراسات والتراث العلمي السابق على النحو التالي:

(1) دراسة (أونيوتشي وأمونا، 2019):

هدفت هذه الدراسة إلى دراسة عادات ودوافع الاستماع إلى الراديو عند طلبة البكالوريوس في جامعة (إيمو ستيت)، وترتكز الدراسة على نظريتين، هما: نظرية المستمع الراعي الإذاعي ونظرية الاستخدامات والإشباعات، كما اعتمدت الدراسة على منهج مدمج، حيث استخدم طريقة المسح باستخدام الاستبانة والمقابلة المتعمقة.

وقد بلغ مجتمع الدراسة 18000 طالب جامعي من جامعة إيمو ستيت، أويري، وتم استخدام صيغة Taro Yamane؛ للوصول إلى حجم عينة من 400 مستجيب لجانب

الدراسة الاستقصائية، بينما تمت مقابلة 11 مستجيبًا للجانب النوعي للعمل، وتم استخدام تقنيات أخذ العينات العنقودية والحكمية للدراسة.

وقد كشفت نتائج الدراسة أن 63% من المبحوثين يستمعون إلى الراديو كثيرًا، كما تم الكشف عن أن أكثر من 70% من المبحوثين يفضلون الاستماع إلى البرامج الإخبارية، وأوصت الدراسة باستمرار الطلبة في الاستماع إلى البرامج الإذاعية؛ من أجل إضافة ثروة من المعرفة والتخلص من التوتر المرتبط بالتقويم الأكاديمي المزدحم⁽⁶⁾.

(2) دراسة (محسن والرواس، 2017):

استهدفت هذه الدراسة تحليل استخدامات الشباب العماني لإذاعة FM والإشباع المتحققة منها، من خلال التعرف على معدل كثافة التعرض والدوافع والإشباع المتحققة منها، وأجريت الدراسة على عينة قوامها 400 فرد من الشباب الجامعي العماني، حيث أجابوا على مجموعة من تساؤلات الدراسة، من أهمها الإشباع المتحققة من استخدام الشباب إذاعات FM والتي تم حصرها في ثمانية بنود؛ دار معظمها حول الملل والروتين والتسلية والترفيه، حيث بينت الدراسة العلاقة والمواد والبرامج المفضلة عند الشباب عبر إذاعات FM⁽⁷⁾.

(3) دراسة (معهد الإعلام الأردني، 2016):

أجرت وحدة البحوث بمعهد الإعلام الأردني بالشراكة من اليونسكو ودعم من الاتحاد الأوربي دراسة لتحليل محتوى سبع إذاعات محلية هي: اليرموك، إذاعة الجامعة الأردنية، إذاعة لقاء في الزرقاء، إذاعة صوت الكرك من جامعة مؤتة، إذاعة صوت الطفيلة، إذاعة صوت الجنوب من جامعة الحسين بن طلال، وإذاعة صوت العقبة التابعة لسلطة منطقة العقبة الاقتصادية الخاصة؛ وذلك من أجل تقييم المحتوى الإذاعي في كل إذاعة للوصول إلى نتائج واضحة حول توزيع اهتمامات المحتوى الإذاعي (تحليل خارطة الدورة البرمجية)، بالإضافة إلى تحليل محتوى البث الإذاعي؛ للوصول إلى نتائج حول الملامح المهنية ومناطق الفجوات في جودة المحتوى.

وتوصلت الدراسة إلى أن الأغاني والموسيقى جزء مهم من فترة البث الإذاعية، وأن هناك مراعاة لمدى ملائمة الموسيقى لأوقات الاستماع؛ وتوزيع الأغاني خلال برنامج له طابع ترفيهي يظهر مراعاة هذا الطابع ومدى العناية بمدى الفقرات، فكلما كانت أقصر قلت الأخطاء وعمت الفائدة أكثر⁽⁸⁾.

(4) دراسة (فرهاد وليقات، 2015):

استهدفت هذه الدراسة التعرف على استخدامات راديو FM والإشباع المتحققة منه لدى شباب مردان في باكستان، بالإضافة إلى معرفة الأنواع المختلفة من الإشباع والدوافع، واقتراح المضامين التي يفضلها الشباب من راديو FM. تم اختيار عينة من مائتي طالب من جامعة عبد الولي خان ومردان وكليتين أي: كلية (فضل الحق مردان، وكلية الدراسات العليا الحكومية مردان) للدراسة، ويعتمد هذا البحث على المنهج الكمي الذي يركز نظريًا على نهج الاستخدامات والإشباع، كما تم جمع البيانات من المبحوثين من خلال طريقة المسح، باستخدام استبانة مصممة مسبقًا. وأظهرت الدراسة مجموعة من النتائج، كان أهمها: تؤدي قنوات FM دورًا رئيسًا للغاية في تلبية احتياجاتهم المرجوة منها إلى حد كبير، وأن معظم المبحوثين يستمعون إلى راديو FM بهدف الترفيه وكمصدر مهم للمعلومات، مجال الدراسة مهم بسبب تزايد تضمين راديو FM في حياتنا⁽⁹⁾.

(5) دراسة (عبد الصادق، 2013):

سعت هذه الدراسة إلى التعرف على دوافع استخدام الشباب الجامعي في الجامعات بمملكة البحرين لإذاعات الإنترنت، والإشباع المترتبة على هذا الاستخدام، وقد استخدم الباحث أداة الاستبانة على عينة عمدية قوامها (312) مفردة من الشباب الجامعي في الجامعات الحكومية (جامعة البحرين، جامعة الخليج العربي) والجامعات الخاصة (الجامعة الأهلية وجامعة المملكة).

وتوصلت الدراسة إلى العديد من النتائج المهمة، ومنها: تتوزع المدة التي يستمع فيها الشباب الجامعي الخليجي للإذاعات بالترتيب على النحو التالي: أقل من 30 دقيقة بنسبة (49.6%)، يليها من ساعة لأقل من ساعتين بنسبة (18.59%)، ثم أكثر من ثلاث ساعات بنسبة (14.7%)، ثم من 30 دقيقة لأقل من ساعة بنسبة (8.65%)، وجاء من ساعتين لأقل من 3 ساعات في المرتبة الأخيرة بنسبة (8.3%). كما توصلت الدراسة أيضًا إلى وجود علاقة ارتباطية بين معدل استخدام الشباب الجامعي الخليجي بالجامعات في مملكة البحرين لإذاعات الإنترنت والدوافع المتعلقة بهذا الاستخدام، وكذلك بين معدل الاستخدام والإشباع المتحققة منه⁽¹⁰⁾.

التعليق على الدراسات السابقة:

تشير الدراسات السابقة إلى أهمية الإذاعة كوسيلة اتصال جماهيرية، وقدرتها على الحفاظ على مكانتها رغم منافسة وسائل الإعلام الأخرى وظهور التطورات التكنولوجية

الحديثة، كما أنها لازالت تتمتع بمكانة كبيرة لدى قطاع كبير من الجماهير وخاصة فئة الشباب، وهو ما يتضح من دراسات مثل دراسة (أونيوتشي وأمونا، 2019).

كما لوحظ وجود اتفاق إلى حد كبير بين موضوع الدراسة والدراسات السابقة من حيث توظيف المناهج المستخدمة، كذلك أدوات جمع البيانات، وأكدت الدراسات أن الإذاعة تمثل أحد أهم روافد الحصول على المعلومات وإشباع الحاجات والرغبات لدى الجمهور مثلما أوضحت دراسة (فرهاد وليقات، 2015)، كما تم رصد دراسة واحدة فقط في البحرين عن إذاعات الإنترنت عمومًا التي تقدم مضامين عامة ومتنوعة (عبد الصادق، 2013)، وهو ما جاء متسقًا مع بقية الدراسات السابقة التي اتسمت بنفس التوجه، وتشابهت في أسلوب اختيار العينات البحثية التي تناولت المضامين الموسيقية كجزء من برامجها الأخرى مثلما اتضح في دراسة (معهد الإعلام الأردني، 2016)، كما تم حصر معظم الإشباعات المتحققة من استخدام الإذاعات في الدراسات السابقة (محسن والرواس، 2017) و (فرهاد وليقات، 2015) في التسلية وقتل الفراغ والروتين اليومي والترفيه، وكشفت الدراسات السابقة عن ندرة الدراسات المتعلقة بالإذاعات الموسيقية وعلاقتها بجمهور الشباب؛ على الرغم من أن الموسيقى تسهم وبشكل كبير في تشكيل ثقافة وسلوك الشباب.

أوجه الاستفادة من الدراسات السابقة:

انطلاقاً من الدراسات والأدبيات العلمية السابقة وما تشكله من تراث علمي رصين ومهم يمثل نقطة البدء الحقيقية التي ينطلق منها البحث العلمي، يمكن تحديد أوجه الاستفادة منها في هذه الدراسة على النحو التالي:

- التحديد الدقيق لأبعاد موضوع الدراسة، والصياغة العلمية للمشكلة البحثية وإثرائها؛ لتحديد طبيعة وحدود استخدامات المبحوثين في مملكة البحرين للإذاعة الطربية والإشباع المتحققة منها.
- اختيار الأطر النظرية والتفسيرية الملائمة لطبيعة الدراسة والتي تعمل على تحقيق أغراضها والمتمثلة في نظرية الاستخدامات والإشباع.
- تحديد المتغيرات التي يمكن قياسها والفروض التي يمكن اختبارها؛ بما يساعد على تحقيق أهداف الدراسة المرجوة.

- تطبيق الدراسة على عينة عمدية؛ نظرًا لعدم توافر إطار المعاينة الذي يمكن أن تسحب في ضوءه عينة عشوائية، وبالتالي يمكن تعميم النتائج على كافة مفردات مجتمع الدراسة.
- تصميم وتطوير أداة جمع بيانات الدراسة بقصد الرصد الشامل والمتكامل للظاهرة البحثية.
- الاعتماد على استمارة الاستبانة كأداة لجمع بيانات الدراسة؛ بحيث شملت مجموعة من التساؤلات حول واقع استخدام المبحوثين للإذاعة الطرية والدوافع (النفعية والطقوسية) من وراء هذا الاستخدام، بالإضافة إلى الإشباعات المتحققة من وراء استخدام المبحوثين للإذاعة.

الإطار النظري للدراسة: نظرية الاستخدامات والإشباعات:

تعتبر نظرية الاستخدامات والإشباعات من النظريات التي تعني بدراسة دور الجمهور في وسائل الإعلام وتلبية احتياجاته، وهي من أنسب المداخل للتعرف على طبيعة استخدام عينة الدراسة للإذاعة الطرية في مملكة البحرين، كذلك للتعرف على دوافع هذا الاستخدام والتأثيرات الناجمة عنه، كون هذا النظرية قائمة على الدوافع النفسية للفرد في تلبية حاجاته الإعلامية، وأن العلاقة بين الفرد والإعلام قائمة على سد الفجوات النفسية والدوافع لتلبية حاجات بعينها. وتعتبر هذه النظرية نقطة تحول في الدراسات الإعلامية؛ حيث حولت التساؤل الرئيس من ماذا تفعل وسائل الإعلام بالجمهور؟ إلى سؤال: ماذا يفعل الجمهور بوسائل الإعلام؟⁽¹¹⁾.

إن نظرية الاستخدامات والإشباعات تسعى لتحقيق ثلاثة أهداف رئيسية، وهي: التعرف على كيفية استخدام الأفراد لوسائل الإعلام؛ وذلك بالنظر إلى الجمهور النشط الذي يستخدم الوسيلة التي تشبع حاجاته وأهدافه، وتوضيح دوافع استخدام وسيلة بعينها من وسائل الإعلام، والتفاعل مع نتيجة هذا الاستخدام التركيز على أن نفهم عملية الاتصال الجماهيري يأتي نتيجة استخدام وسائل اتصال جماهيري، ووفقًا لهذه النظرية فإن الأفراد يستخدمون وسائل الإعلام من أجل الحصول على نتائج معينة تتوافق مع توقعاتهم، وهذه النتائج هي التي تلبي حاجاتهم ورغباتهم، وهو ما يسمى بالإشباعات، وهناك مجموعة أخرى يتحدث عنها الجمهور من خلال التعرض لوسائل الإعلام⁽¹²⁾.

العناصر الأساسية لنظرية الاستخدامات والإشباعات:

(1) الجمهور النشط:

يقوم هذا النموذج على افتراض أساسي وهو "أن نشاط الجمهور في العملية الاتصالية يمكن أن يدعم أو يعوق التأثيرات الاتصالية"، وهذا الافتراض قائم على اقتراح باوار (1963) بعنوان الجمهور العنيد، حيث دعا إلى أن دراسات الاتصال يجب أن تضع في اعتبارها مبادرة أفراد الجمهور في الحصول على المعلومات التي يريدونها، وأنهم يتجنبون المعلومات التي لا يريدونها، وقد حدد بيوكا خمس صفات للجمهور النشط، هي: الانتقائية Selectivity، النفعية Utilitarianism، القصد Intentionality، الاستغراق Involvement، مقاومة التأثيرات Impervious to influence، وطبقاً لبيوكا فإن نشاط الجمهور يشمل كل هذه المعاني (13).

وفكرة الجمهور النشط تشير أيضاً إلى الجمهور الذي يختار وينتقي المضمون الإعلامي بطريقة واعية؛ وذلك من أجل الحصول على أكبر قدر ممكن من الإشباع، وتلك الفكرة أكثر إيجابية؛ لأنها تضيء على الناس المزيد من السيطرة والتحكم فيما يقومون به من أنشطة، حيث يستطيع الفرد أن يتوجه لاستخدام الوسيلة التي تحقق له أهداف يسعى للوصول إليها من أجل إشباع حاجات معينة لديه (14).

(2) دوافع التعرض لوسائل الإعلام:

يعد مفهوم الدوافع مثله مثل غيره من المفاهيم السيكولوجية الأخرى كالإدراك والتذكر والتعلم بمثابة تكوين فردي يستدل عليه من سلوك الكائن الحي، ويرى الدكتور عبد الحليم محمود أن الدافع هو حالة استثارة وتوتر خارجي تثير السلوك وتدفعه إلى تحقيق هدف معين (15)، وتحدد الدوافع استعدادات الأفراد للاستجابة للمضمون الاتصالي، حيث إن الاحتياجات المختلفة تؤدي إلى اختلافات في الأهداف والدوافع، كما تؤدي إلى اختلافات في السلوك، وأيضاً اختلافات في نتائج أو تأثيرات السلوك (16).

وبوجه عام، فإن معظم دراسات الاتصال تقسم دوافع التعرض إلى فئتين، هما:

(أ) دوافع نفعية (Instrumental Motives): وهي تشير إلى الاستخدامات الموجهة بأهداف محددة لإشباع الاحتياجات والدوافع المختلفة (17) مثل اكتساب المعرفة والمعلومات، والخبرات، وجميع أشكال التعلم بوجه عام.

(ب) دوافع طقوسية (Ritualized Motives): وتعكس أسباباً تحويلية للمشاهدة، وتعكس صلة أكبر بالوسيلة كالمشاهدة للعادة والهروب بغض النظر عن المحتوى (18)، مثل

الاسترخاء، الألفة مع الوسيلة، والهروب من المشكلات. وبصفة عامة، يمكن القول إن قرار استخدام وسيلة معينة مرتبط بأهداف معينة يسعى الفرد إلى تحقيقها من وراء ذلك الاستخدام، وهو أيضاً قرار بناءً على دوافع واحتياجات فردية تدفع بالفرد للاستجابة لها بطريقة محددة، وبالتالي فإن اختلاف تلك الاحتياجات والدوافع من شأنه أن يؤدي إلى اختلافات في الأهداف وفي السلوكيات؛ مما يترتب عليه اختلافات في النتائج المترتبة على هذا السلوك، فيختلف تأثيره من فرد لآخر.

(3) الإشباع المتحققة من استخدام وسائل الإعلام:

يرى سوانسون إمكانية ربط محتوى الرسالة بالإشباع المتحققة، فبرامج الترفيه والدراما يمكن أن تحقق إشباع "التنفيس" Diversion الذي يتمثل في خبرات الاستشارة والتخلص من التوتر والقلق، والهروب من المشكلات اليومية، أما برامج الأخبار والمعلومات والشؤون الجارية فيمكن أن تحقق إشباع مراقبة البيئة Surveillance الذي يتمثل في الحصول على المعلومات والخبرات والمهارات. ويفرق "لورانس وينر" بين نوعين من الإشباع، هما (19):

(أ) إشباع المحتوى: Content Gratifications: وتنتج عن التعرض لمحتوى وسائل الإعلام، وتنقسم إلى نوعين: النوع الأول، إشباع توجيهية Orientational تتمثل في مراقبة البيئة والحصول على المعلومات، والنوع الثاني، إشباع اجتماعية Social ويقصد بها ربط المعلومات التي يحصل عليها الفرد بشبكة علاقاته الاجتماعية.

(ب) إشباع العملية: Process Gratifications: وتنتج عن عملية الاتصال والارتباط بوسيلة محددة ولا ترتبط مباشرة بخصائص الرسائل، وتنقسم إلى نوعين: النوع الأول، إشباع شبه توجيهية Para- Orientational وتتحقق من خلال تخفيف الإحساس بالتوتر والدفاع عن الذات وتنعكس في برامج التسلية والترفيه والإثارة. أما النوع الثاني، إشباع شبه اجتماعية Para- Social وتتحقق من خلال التوحد مع شخصيات وسائل الإعلام، وتزيد هذه الإشباع مع ضعف علاقات الفرد الاجتماعية وزيادة إحساسه بالعزلة.

وفي إطار ربط المضامين الإعلامية بدوافع التعرض لها، لا بد من تحديد الدور الذي يمارسه مستوى نشاط الجمهور في إحداث تأثيرات للوسيلة الإعلامية، بفرض أن أبعاد

النشاط تساعد على حدوث أو إعاقة التأثير؛ لأن الجمهور يتأثر بالمضمون الذي يختاره وينتبه له، في حين لن يتأثر بالمضمون الذي يتجنبه وينشغل عنه أو لا يثق فيه⁽²⁰⁾.

الفروض التي تقوم عليها نظرية الاستخدامات والإشباع:

تتلخص فروض نظرية الاستخدامات والإشباع في الفروض التالية⁽²¹⁾:

1. أن أعضاء الجمهور مشاركون فعالون في عملية الاتصال الجماهيري، ويستخدمون وسائل الاتصال لتحقيق أهداف مقصودة تلبى توقعاتهم.
2. يعبر استخدام وسائل الاتصال عن الحاجات التي يديرها أعضاء الجمهور، ويتحكم في ذلك عوامل الفروق الفردية.
3. إن أعضاء الجمهور هم الذين يختارون الرسائل والمضمون الذي يشبع حاجاتهم، وأن وسائل الإعلام تتنافس مع مصادر الإشباع الأخرى في تلبية هذه الحاجات.
4. إن أفراد الجمهور لديهم القدرة على تحديد دوافع تعرضهم وحاجاتهم التي يسعون إلى تلبيتها؛ لذا فهم يختارون الوسائل المناسبة لإشباع هذه الحاجات.
5. يمكن الاستدلال على المعايير الثقافية السائدة في المجتمع من خلال استخدام الجمهور لوسائل الاتصال، وليس من خلال محتواها فقط.

توظيف نظرية الاستخدامات والإشباع في الدراسة الحالية:

اعتمد الباحث على نظرية الاستخدامات والإشباع في العديد من الجوانب الخاصة بتلك الدراسة، وذلك على النحو التالي:

أ-بناء الفروض الأساسية للدراسة وتحديد المتغيرات:

اعتمد الباحث في صياغة الفروض الخاصة بالدراسة الحالية لاختبار استخدامات البحوث للإذاعة الطربية في مملكة البحرين والإشباع المتحققة منها على الافتراض الرئيس للنظرية، والذي يؤكد على نشاط الجمهور وإيجابياته في اختيار وسائل الإعلام والمضامين التي تشبع احتياجات معينة لديه.

ب-بناء الدراسة وتحديد أدوات جمع البيانات:

من خلال استعراض الإطار النظري المستخدم في هذه الدراسة، نجد أنه لدراسة الإشباع الناتجة عن استخدامات الشباب للإذاعة الطرية في مملكة البحرين؛ هناك مجموعة من الخطوات الضرورية تتمثل في استطلاع رأي المبحوثين لتحديد معدل استخداماته ودوافعه والإشباع المتحققة من ذلك الاستخدام.

لذلك، قام الباحث بتصميم استمارة الاستبانة بناء على النموذج النظري المستخدم، وتم صياغة الأسئلة التي تقيس حجم الاستخدام ودوافعه، وكذلك الإشباع المتحققة من هذا الاستخدام.

فروض الدراسة:

الفرض الأول: كلما زادت الدوافع الطقوسية لدى المبحوثين زاد مستوى استخدامهم للإذاعة الطرية.

الفرض الثاني: كلما زادت الدوافع النفسية لدى المبحوثين زاد مستوى استخدامهم للإذاعة الطرية.

الفرض الثالث: كلما زاد حجم استخدام المبحوثين للإذاعة الطرية ارتفع مستوى إشباع المحتوى التوجيهية والاجتماعية المتحققة من هذا الاستخدام.

الفرض الرابع: كلما زاد حجم استخدام المبحوثين للإذاعة الطرية ارتفع مستوى إشباع الوسيلة شبه التوجيهية وشبه الاجتماعية المتحققة من هذا الاستخدام.

الفرض الخامس: تؤثر المتغيرات الديموغرافية للمبحوثين (النوع، العمر، العمل، المؤهل العلمي) في كل من حجم الاستخدام والإشباع المتحققة من هذا الاستخدام.

نوع الدراسة:

تدرج هذه الدراسة من حيث مستوى المعرفة والهدف منها إلى الدراسات الوصفية التفسيرية، التي تستهدف وصف وتفسير ظاهرة معينة كما هي في الواقع الحالي من حيث الخصائص العامة والتفصيلية للموضوع بما فيه من عناصر ومؤثرات، وذلك باستخدام المنهج العلمي في كافة إجراءات البحث⁽²²⁾، ومن حيث طبيعة البيانات وأسلوب تحليلها إلى الدراسات الكمية الكيفية التي تستعين بالبيانات الرقمية بغرض القياس الموضوعي غير المتحيز لحجم استخدام المبحوثين لبرامج الإذاعة الطرية والإشباع المتحققة من هذا الاستخدام.

منهج الدراسة:

تعتمد هذه الدراسة على منهج المسح؛ بغية تحليل بنية الظاهرة البحثية وتوضيح العلاقة بين مكوناتها ووصف أبعادها المختلفة كما هي في الواقع؛ وذلك من خلال جهد علمي منظم يتضمن جمع بيانات كافية عن الموضوع خلال فترة زمنية معينة وسياق مكاني معين، ثم تنظيم تلك البيانات ومعالجتها للتحقق من فروض معينة؛ بما يفيد في التطوير وتحقيق فهم أفضل وأقرب إلى الدقة لهذا الموضوع أو الظاهرة، وفي إطاره يعتمد الباحث على أسلوب المسح بالعينة، وذلك من خلال مسح عينة من الشباب البحريني؛ وتستخدمه الدراسة لقياس الإشباع المتحققة من استخدامات الإذاعة الطربية⁽²³⁾.

مجتمع الدراسة:

يعتبر الشباب البحريني ذو العلاقة باستخدام الإذاعة الطربية هو مجتمع الدراسة الميدانية وإطار المعاينة الذي تسحب منه العينة، فمجتمع البحث يشمل جميع المفردات التي تسعى الدراسة إلى أن تعمم النتائج عليها.

عينة الدراسة:

العينة هي جزء من المجتمع الذي تسعى الدراسة إلى تعميم النتائج عليه؛ ولذلك قام الباحث باختيار عينة عمدية من الشباب في مملكة البحرين قوامها (300) مفردة، والذين تتراوح أعمارهم ما بين 18 و35 عامًا، ممن يستمعون إلى الإذاعة الطربية؛ وتكمن أهمية اختيار الشريحة المجتمعية باهتمام الشباب وبصفة خاصة بالموسيقى وارتفاع الإقبال على الاستماع للموسيقى باختلاف أنواعها ولغاتها، كذلك كون الموسيقى عند الشباب تشكل رافدًا مهمًا في تشكيل شخصية الفرد، وتؤثر وبشكل مباشر على ثقافته وسلوكه، بالإضافة إلى أن اختيار هذه الفئة تأتي لكونها تلبي متطلبات الدراسة وتحقق أهدافها، وتم توزيع استمارة الاستبانة باستخدام برنامج (Google Forms) والحصول على المعلومات من المبحوثين.

جدول رقم (١)

الخصائص الديموغرافية لعينة الدراسة

٪	ك	خصائص عينة الدراسة الميدانية	
52.3	157	ذكر	النوع
47.7	143	أنثى	
4.7	14	من 18 إلى 20 سنة	الفئة العمرية
54.6	164	من 21 إلى 24 سنة	
32.7	98	من 25 إلى 29 سنة	
8.0	24	من 30 إلى 35 سنة	
91.7	275	بحريني	الجنسية
8.3	25	غير بحريني	
54.0	162	أقل من الثانوية العامة	المستوى التعليمي
43.7	131	ثانوية عامة	
2.3	7	بكالوريوس	
22.3	67	يعمل	حالة العمل
8.7	26	لا يعمل	
46.3	139	على مقاعد الدراسة	
22.7	68	يدرس ويعمل	
	300		مجموع العينة

الحدود الزمنية للدراسة:

تم تطبيق الدراسة الميدانية خلال شهري نوفمبر- ديسمبر 2020، وبذلك فقد استغرق تطبيق استمارة الاستقصاء مدة تصل تقريباً إلى شهرين؛ وذلك حتى يتم التأكد من الحصول على عينة جيدة تحقق أهداف الدراسة واختبار فروضها.

أداة جمع بيانات الدراسة:

تم جمع بيانات الدراسة من خلال استمارة الاستبانة، وتم توزيعها من خلال برنامج جوجل (Forms)، واحتوت الاستبانة على جملة المقاييس التي تحدد حجم استخدامات الشباب في مملكة البحرين للإذاعة الطريية والإشباع المتحققة منها. متغيرات الدراسة ومنهجية قياسها:

(1) مقياس معدل استماع الشباب للإذاعة الطريية في مملكة البحرين:

يتكون هذا المقياس من ثلاثة أبعاد لقياس حجم استخدام المبحوثين للإذاعة الطريية، وذلك على النحو التالي:

البُعد الأول: مدى حرصك على الاستماع إلى الإذاعة الطريية في مملكة البحرين، وتم سؤال المبحوثين عن مدى حرصهم على متابعة الإذاعة الطريية، وطلب من المبحوثين أن يجيبوا عن هذا البُعد بالاختيار بين ثلاثة خيارات: دائماً (3 درجات)، أحياناً (درجتان)، نادراً (درجة واحدة).

البُعد الثاني: معدل عدد الأيام التي يقضيها المبحوث أسبوعياً في الاستماع للإذاعة الطريية. وتم سؤال المبحوثين عن مدى حرصهم على متابعة الإذاعة الطريية في الأسبوع، وطلب من المبحوثين أن يجيبوا عن هذا البُعد بالاختيار بين خمسة خيارات: يومياً (5 درجات)، من (4-6) أيام (4 درجات)، من (2- لأقل من 4 أيام أسبوعياً) (3 درجات)، أقل من يومين في الأسبوع (درجتان)، يوم واحد في الأسبوع (درجة واحدة).

البُعد الثالث: معدل عدد الساعات التي يقضيها المبحوث يومياً في الاستماع للإذاعة الطريية. وتم سؤال المبحوثين عن عدد الساعات التي يمضيها يومياً في متابعة الإذاعة الطريية، وطلب من المبحوثين أن يجيبوا عن هذا البُعد بالاختيار بين ثلاثة خيارات: ساعتين فأكثر (3 درجات)، من ساعة لأقل من ساعتين (درجتان)، أقل من ساعة (درجة واحدة).

(2) مقياس الدوافع الطقوسية لاستخدام الشباب للإذاعة الطريية:

يتكون هذا المقياس من خمسة بنود بأسلوب ليكرت الخماسي التي تبدأ من: موافق بشدة (5 درجات)، موافق (4 درجات)، محايد (3 درجات)، لا أوافق (درجتان)، لا أوافق بشدة (درجة واحدة)، وذلك على النحو التالي:

- للهروب من أعباء العمل طوال اليوم، والاسترخاء، والتسلية والترفيه.

-عندما أشعر بالملل ولا أجد ما أفعله، ولشغل وقت الفراغ.

-عندما أجدها بالصدفة عند تشغيل الراديو.

-لأنني تعودت على الاستماع إليها.

-حتى لا أشعر بالوحدة.

(3) مقياس الدوافع النفسية لاستخدام الشباب للإذاعة الطربية:

يتكون هذا المقياس من خمسة بنود بأسلوب ليكرت الخماسي التي تبدأ من: موافق بشدة (5 درجات)، موافق (4 درجات)، محايد (3 درجات)، لا أوافق (درجتان)، لا أوافق بشدة (درجة واحدة)، وذلك على النحو التالي:

-إثراء الرصيد الثقافي.

-تحترم ذوق المستمع وتتماشى مع العادات والتقاليد.

-لأننا نقش الفن والموسيقى مع الأصدقاء.

-تعزز الإذاعة تذوقي للفن الرفيع.

-تعزز الانتماء للموروث الثقافي العربي.

(4) مقياس الإشباعات شبه التوجيهية من استخدام الشباب للإذاعة الطربية:

يتكون هذا المقياس من أربعة بنود بأسلوب ليكرت الخماسي التي تبدأ من: موافق بشدة (5 درجات)، موافق (4 درجات)، محايد (3 درجات)، لا أوافق (درجتان)، لا أوافق بشدة (درجة واحدة)، وذلك على النحو التالي:

-للتخلص من الملل والتوتر.

-نسيان هموم الحياة اليومية ومشاكلها

-إجراء الحوارات مع من لا أعرفه لتغيير الرتابة والقلق.

-الهروب من مشاكل الحياة اليومية.

(5) مقياس الإشباعات شبه الاجتماعية من استخدام الشباب للإذاعة الطربية:

يتكون هذا المقياس من خمسة بنود بأسلوب ليكرت الخماسي التي تبدأ من: موافق بشدة (5 درجات)، موافق (4 درجات)، محايد (3 درجات)، لا أوافق (درجتان)، لا أوافق بشدة (درجة واحدة)، وذلك على النحو التالي:

-تشعرنى بالمتعة والسعادة.

-القضاء على وقت الفراغ.

-الإشباع الفضول في التعرف على الإذاعة.

-التخلص من الشعور بالوحدة.

-للتميز عن الآخرين.

(6) مقياس الإشباع التوجيهية من استخدام الشباب للإذاعة الطربية:

يتكون هذا المقياس من خمسة بنود بأسلوب ليكرت الخماسي التي تبدأ من موافق بشدة

(5 درجات)، موافق (4 درجات)، محايد (3 درجات)، لا أوافق (درجتان)، لا أوافق بشدة

(درجة واحدة)، وذلك على النحو التالي:

-المحافظة على معرفتي بأحدث الأغاني والموسيقى.

-التعرف على الأخبار الفنية الجديدة.

-تساعدني على التواصل مع الآخرين.

-تساعدني على نشر آرائى الفنية والمشاركة بها.

-تساعدني على معرفة أفضل المطربين وتقييم أدائهم الفني.

(7) مقياس الإشباع الاجتماعية من استخدام الشباب للإذاعة الطربية:

يتكون هذا المقياس من ستة بنود بأسلوب ليكرت الخماسي التي تبدأ من: موافق بشدة

(5 درجات)، موافق (4 درجات)، محايد (3 درجات)، لا أوافق (درجتان)، لا أوافق بشدة

(درجة واحدة)، وذلك على النحو التالي:

-أشعر بالارتباط مع آخر المستجدات التقنية المستخدمة في تسجيل الأصوات.

-أكتسب معلومات جديدة عن نفسي والآخرين.

-الاندماج مع العالم المحيط.

-أحصل على موضوعات لأتناقش فيها مع الآخرين.

-المعرفة بكيفية قضاء احتياجاتى الشخصية والمساعدة لذلك.

-التعرف على مشكلات الفن وهموم الفنانين.

اختبارا الصدق والثبات:

تم استخدام الصدق الظاهري لأداة جمع البيانات من خلال عرضها وبشكلها التفصيلي على مجموعة من المحكمين من الأساتذة المتخصصين في مجال الصحافة والإعلام الثقائي من الأساتذة الأكاديميين والممارسين، وفي ضوء الملاحظات التي تلقاها الباحث تم إجراء التعديلات المطلوبة، والتي تمكن الاستبانة من أن تكون أكثر قدرة على قياس ما صُممت لقياسه.

وقد تم التحقق من مؤشر ثبات أدوات الدراسة من خلال حساب معامل الثبات ألفا كرونباخ، وبلغت قيمته لمحور الإشباع الاجتماعية (0.84)، ومحور الإشباع التوجيهية (0.79)، ومحور الإشباع شبه الاجتماعية (0.88)، ومحور الإشباع شبه التوجيهية (0.81)، ومحور الدوافع النفسية (0.82)، ومحور الدوافع الطقوسية (0.86).

مصطلحات الدراسة:

الاستخدام: نقصد بالاستخدام في هذه الدراسة "عملية الاستماع التي يقوم بها الفرد تجاه برامج الإذاعة المحلية وأنماط هذا الاستماع".

الإشباع: يعرف الباحث "منير حجاب" الإشباع بأنه "إرضاء رغبة □□ أو بلوغ هدف، □□ خفض دافع"، وتدل الكلمة أيضًا على الحال التي يتم فيها ذلك، ويعني الإشباع في نظرية التحليل النفسي خفض التنبية والتخلص من التوتر" يرتبط مفهوم الإشباع بمفاهيم أخرى هي: الحاجة، الرغبة، والدافع⁽²⁴⁾.

الشباب: وهي مشتقة لغويًا من شب شب يشيب، شبابًا وشيبه، ويقال الغلام أدرك طور الشباب: شب عن الطوق أي تعدى مرحلة الطفولة. أما من الناحية البيولوجية يعتبر الشباب مرحلة عمرية أو طورًا من أطوار نمو الإنسان، وقد حددت هذه الفترة ما بين سن 15 إلى 25 وهناك من حددها بين سن 13 إلى 30⁽²⁵⁾.

الإذاعة: تعرف الإذاعة على "إنها الانتشار المنظم والمقصود للمواد الإخبارية والثقافية والتعليمية وغيرها بواسطة الإذاعة؛ ليتم التقاطها في وقت واحد بواسطة جهاز الاستقبال وهو المذياع⁽²⁶⁾".

الأغاني الطربية: الأغاني والموسيقى ذات الصبغة الشعبية، أو الغناء الكلاسيكي القديم، أو ما شابه تلك الأشكال مثل المقاوم والموشح، وتحمل سمات الأصالة عن طريق التوارث الموسيقي والغناء المتقن⁽²⁷⁾.

المعاملات الإحصائية المستخدمة:

- التكرارات والنسب المئوية: تم استخدامها لوصف خصائص العينة حسب المتغيرات الديموغرافية، وفي حساب تكرارات ونسب استجابات العينة على المقياس.
- معامل الثبات ألفا كرونباخ: وذلك للتحقق من مؤشرات ثبات أداة الدراسة.
- معاملات الارتباط بيرسون: وذلك للتحقق من طبيعة ودلالة العلاقة بين متغيرات الدراسة.
- المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية: تم استخدامها لحساب متوسطات ومدى انحرافات استجابات العينة على عبارات ومحاور المقياس.
- الأهمية النسبية: تم استخدامها لحساب مستوى استجابات العينة على عبارات ومحاور المقياس.
- اختبار T: تم استخدامه لتحديد دلالة الفروق في استجابات العينة حسب متغيرات النوع والجنسية والمؤهل العلمي.
- اختبار F: تم استخدامه لتحديد دلالة الفروق في استجابات العينة حسب متغيرات العمر وطبيعة الوظيفة.

وبالنسبة لآلية حساب المتوسطات الحسابية على المحاور تم توحيدها، بحيث تكون جميعها من (5)؛ وذلك لسهولة المقارنة بين مستويات هذه المحاور، فعند حساب الدرجة الكلية لكل محور في برنامج SPSS تم حساب المتوسط الحسابي لدرجات عبارات كل محور وليس المجموع، والهدف من ذلك توحيد جميع المتوسطات، بحيث تكون من (5) بدلاً من أن تكون مختلفة حسب اختلاف عدد عبارات المحور، فلو تم حساب مجموع الدرجات لكان لكل محور درجة مختلفة، فعلى سبيل المثال لكان محور إشباع الوسيلة درجته من (45) كون عباراته (9) عبارات، ولكان محور إشباع المحتوى درجته من (55) كون عباراته (11) عبارة. ولكان محور إشباع الوسيلة شبه التوجيهية درجته من (20) كون عباراته (4) عبارات، وهذا يشتمل القارئ ويصعب المقارنة بين مستويات هذه المحاور.

نتائج الدراسة:

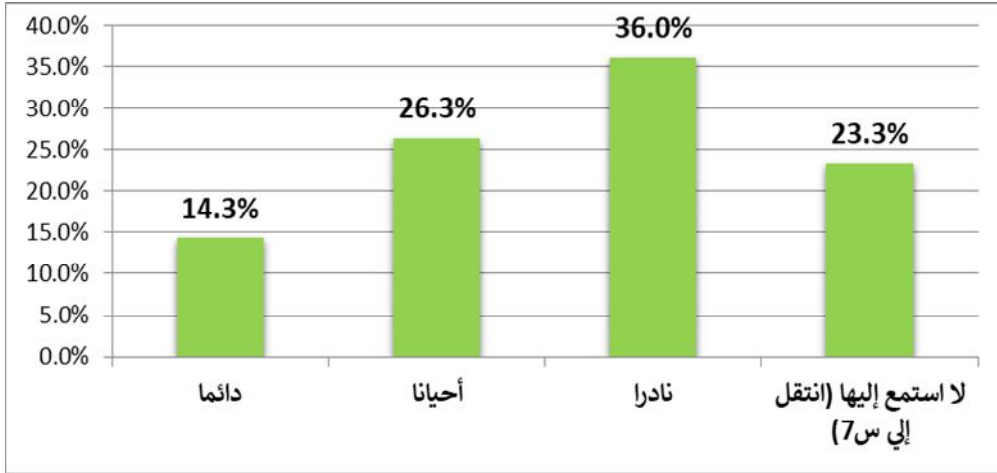
1. استماع الجمهور إلى الإذاعة الطربية في مملكة البحرين:

جدول (2)

استماع الجمهور للإذاعة الطربية في مملكة البحرين

مدى الحرص على الاستماع للإذاعة الطربية	ك	%
دائماً	43	14.3%
أحياناً	79	26.3%
نادراً	108	36.0%
لا أستمع إليها	70	23.3%
المجموع	300	100.0%

يوضح الجدول السابق الإجابة عن سؤال مدى الاهتمام في الاستماع إلى الإذاعة الطربية من قبل الشباب، حيث أظهرت النتائج أن نسبة الاهتمام (76.7%) وشكلوا (230) مفردة من عينة الدراسة التي استجابت على باقى أسئلة المقياس، ويرجع ذلك إلى اهتمام الشباب البحريني بالاستماع إلى الموسيقى بشكل عام، وأن (23.3%) من العينة لا يستمعون إلى الإذاعة الطربية في مملكة البحرين بلغ عددهم (70) مفردة استجابوا على السؤال التالي فقط:



شكل (1): يوضح مدى الحرص على الاستماع إلى الإذاعة الطربية في مملكة البحرين

2. مبررات العزوف عن الاستماع للإذاعة الطربية:

جدول (3)

مبررات العزوف عن الاستماع للإذاعة الطربية في مملكة البحرين

ك	%	أسباب عدم الاستماع للإذاعة الطربية
20	28.6%	الموسيقى المقدمة قديمة ولا تستهويني
17	24.3%	الموسيقى ذات إيقاع بطيء
14	20.0%	المطربين غير معروفين لي
6	8.6%	جودة البث غير جيدة
5	7.1%	الأغاني طويلة
4	5.7%	تقدم أغاني غير خليجية.
2	2.9%	متكررة وغير متنوعة
2	2.9%	ليست من ذوقي
70	100.0%	المجموع

يتبين من الجدول السابق أن أهم أسباب عدم استماع هذه الفئة من العينة (ن=70) للإذاعة الطربية في مملكة البحرين تمثلت في: أن الموسيقى المقدمة قديمة ولا تستهويهم بنسبة (28.6%)، ثم الموسيقى ذات إيقاع بطيء (24.3%)، ثم المطربين غير معروفين لهم (20.0%). وقد تكون هذه النتائج طبيعية وخاصة أن الشباب يواكب تطورات الموسيقى الحديثة ذات الإيقاع السريع وهو ما أظهرته النتائج، بالإضافة إلى أن فئة الشباب لم تعاصر المطربين القدامى، ولم تكن لهم تجربة مسبقة في الاستماع إلى أعمالهم الموسيقية، بالإضافة إلى أن اختلاف اللهجات للأغاني غير الخليجية قد يشكل تحدياً آخر أمام الشباب.

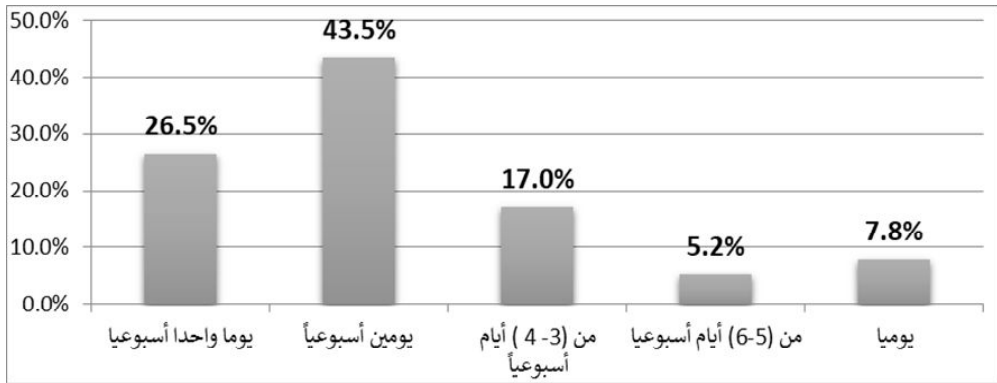
3. معدل تعرض الجمهور الأسبوعي للإذاعة الطربية بمملكة البحرين:

جدول (4)

معدل التعرض للإذاعة الطربية

ك	%	معدل عدد الأيام التي تقضيها العينة في الاستماع للإذاعة الطربية
100	43.5%	يومين أسبوعياً
61	26.5%	يوماً واحداً أسبوعياً
39	17.0%	من (3-4) أيام أسبوعياً
18	7.8%	يومياً
12	5.2%	من (5-6) أيام أسبوعياً
230	100.0%	المجموع

يوضح الجدول السابق أن ما نسبته (26.5%) من الشباب يستمعون للإذاعة الطربية بمملكة البحرين يومًا واحدًا أسبوعيًا، و(43.5%) يستمعون لها يومين أسبوعيًا، وهناك نسبة بلغت (17.0%) يستمعون للإذاعة الطربية بمملكة البحرين من (3- 4) أيام أسبوعيًا، ونسبة من العينة بلغت (7.8%) يستمعون للإذاعة الطربية بمملكة البحرين يوميًا. ومن الواضح أن نسبة الاستماع اليومي هي الأقل؛ ويرجع ذلك إلى مجموعة من الأسباب، أهمها: التعرض غير المتزامن للمحتوى الموسيقي بالاستماع أو التحميل على شبكة الإنترنت، كذلك توفر الوسائل الترفيهية الأخرى مثل اليوتيوب والذي يوفر الموسيقى بالصوت والصورة.



شكل (2): يوضع معدل الأيام التي تقضيها العينة في الاستماع للإذاعة الطربية أسبوعيًا

4. معدل تعرض الجمهور اليومي للإذاعة الطربية بمملكة البحرين:

جدول (5)

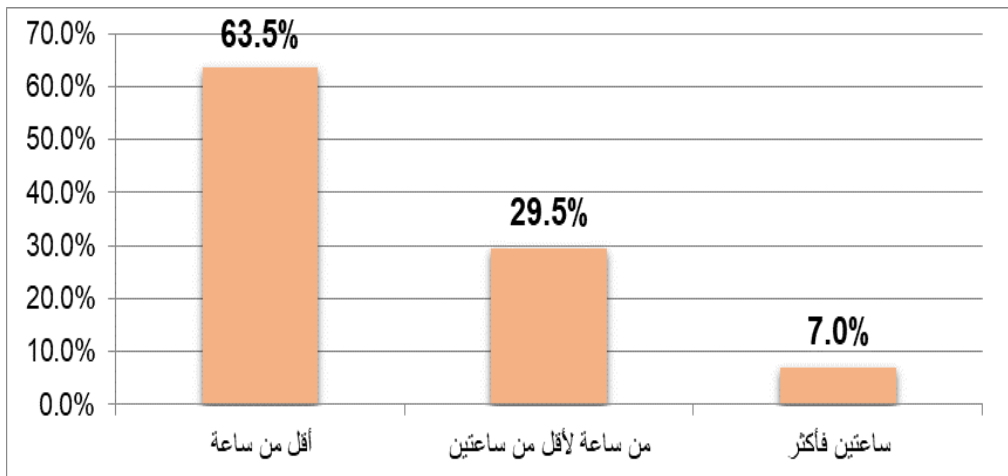
معدل الساعات التي تقضيها العينة في الاستماع للإذاعة الطربية بمملكة البحرين يوميًا

معدل عدد الساعات التي تقضيها العينة في الاستماع للإذاعة الطربية	ك	%
أقل من ساعة	146	63.5%
من ساعة لأقل من ساعتين	68	29.5%
ساعتين فأكثر	16	7.0%
المجموع	230	100.0%

يوضح الجدول السابق: أن أعلى نسبة من الشباب يستمعون للإذاعة الطربية بمملكة البحرين أقل من ساعة يوميًا ونسبتهم (63.5%)، و(29.5%) يستمعون لها من ساعة

لأقل من ساعتين يوميًا، وهناك نسبة بلغت (7.0%) يستمعون للإذاعة الطربية بمملكة البحرين ساعتين فأكثر يوميًا. وهذا يتفق مع دراسة (عبد الصادق، 2013)، والتي أشارت إلى أن نحو نصف العينة يستمع لإذاعات الإنترنت أقل من نصف ساعة يوميًا، بينما يستمع النصف الآخر للإذاعة بمعدلات مرتفعة، وقد يرجع ذلك إلى أن المبحوثين يستمعون لهذه الإذاعة أثناء الدراسة، أو أثناء مطالعة بعض الوسائل الإعلامية الأخرى مثل الإنترنت ومواقع التواصل الاجتماعي...إلخ.

وتشير هذه النتائج إلى أن الغالبية العظمى من العينة ليس لديهم الوقت الكافي للاستماع للإذاعة الطربية؛ وقد يرجع ذلك إلى الروتين اليومي العملي لحياة الشباب بشكل عام، وحياة الشباب البحريني بشكل خاص ذات الإيقاع السريع المثلث بالنشاطات اليومية.



شكل (3): يوضع معدل الساعات التي تقضيها العينة في الاستماع للإذاعة الطربية بمملكة البحرين

يوميًا

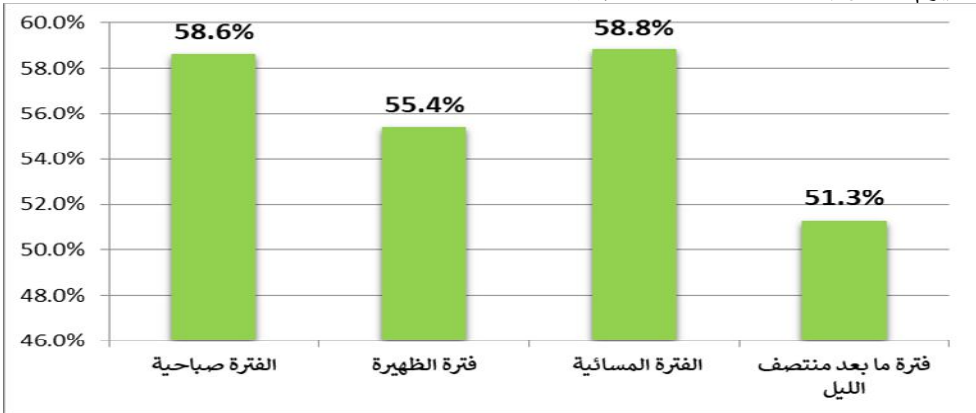
5. فترات الاستماع للإذاعة الطريية في مملكة البحرين:

جدول (6)

الفترات المفضلة للاستماع للإذاعة الطريية في مملكة البحرين

الترتيب	الأهمية النسبية	الانحرافات المعيارية	المتوسطات الحسابية	نادراً		أحياناً		دائماً		العبرة
				%	ك	%	ك	%	ك	
1	58.8%	0.722	1.765	40.4%	93	42.6%	98	17.0%	39	الفترة المسائية
2	58.6%	0.766	1.757	44.3%	102	35.7%	82	20.0%	46	الفترة الصباحية
3	55.4%	0.567	1.661	38.7%	89	56.5%	130	4.8%	11	فترة الظهيرة
4	51.3%	0.610	1.539	52.2%	120	41.7%	96	6.1%	14	فترة ما بعد منتصف الليل

تظهر نتائج الجدول السابق أن أكثر فترة مفضلة لدى الشباب للاستماع للإذاعة الطريية في مملكة البحرين هي "الفترة المسائية بأهمية نسبتها (58.8%)، تلاها "الفترة الصباحية" بأهمية نسبية (58.6%)، ثم "فترة الظهيرة" بأهمية نسبية (55.4%)، وكانت فترة ما بعد منتصف الليل أقل فترة مفضلة لدى الشباب للاستماع للإذاعة الطريية في مملكة البحرين بأهمية نسبية (51.3%). وتشير هذه النتائج أن الفترة المسائية هي أقل الأوقات انشغلاً عند الشباب، وهي الفترة التي تكون عادة مخصصة للتسليه والترفيه بعد يوم حافل بالنشاطات لدى الشباب.



شكل (4): يوضح الفترات المفضلة للاستماع للإذاعة الطريية في مملكة البحرين

6. أماكن الاستماع للإذاعة الطريية بمملكة البحرين:

جدول (7)

أماكن الاستماع للإذاعة الطريية بمملكة البحرين

الترتيب	الأهمية النسبية	نادراً		أحياناً		دائماً		العبرة
		%	ك	%	ك	%	ك	
1	77.0%	18.3%	42	32.6%	75	49.1%	113	السيارة
2	46.2%	67.8%	156	25.7%	59	6.5%	15	المقهى
3	38.3%	90.9%	209	3.5%	8	5.7%	13	البيت
4	37.7%	87.0%	200	13.0%	30	0.0%	0	الأماكن العامة، الحدائق، المراكز التجارية.
5	34.5%	96.5%	222	3.5%	8	0.0%	0	العمل

كشفت نتائج الجدول السابق أن أكثر مكان مفضل لدى الشباب للاستماع للإذاعة الطريية في مملكة البحرين كانت "السيارة" بأهمية نسبيتها (77.0%)، تلاها "المقهى" بأهمية نسبيتها (46.2%)، وكان مكان العمل أقل مكان مفضل لدى الشباب للاستماع للإذاعة الطريية في مملكة البحرين بأهمية نسبيتها (34.5%). ويمكن القول إن طبيعة الموسيقى التي تبثها الإذاعة الطريية تتطلب خصوصية في مكان الاستماع، وهذا يفسر تفضيل الشباب للسيارة كمكان لاستماع على بقية الأماكن الأخرى.

7. وسائط الاستماع للإذاعة الطريية بمملكة البحرين:

جدول (8)

الوسائط المفضلة للاستماع للإذاعة الطريية بمملكة البحرين

الترتيب	الأهمية النسبية	نادراً		أحياناً		دائماً		العبرة
		%	ك	%	ك	%	ك	
1	77.4%	19.1%	44	29.6%	68	51.3%	118	راديو السيارة
2	41.4%	86.1%	198	3.5%	8	10.4%	24	الأقمار الصناعية/ الراديو الفضائي
3	40.3%	85.2%	196	9.6%	22	5.2%	12	الراديو المنزلي
4	40.0%	81.7%	188	16.5%	38	1.7%	4	الهاتف المحمول
5	37.8%	87.8%	202	10.9%	25	1.3%	3	جهاز الحاسوب

تظهر نتائج الجدول السابق أن أكثر وسط بث مفضل لدى الشباب للاستماع للإذاعة الطريية في مملكة البحرين كان "راديو السيارة" بأهمية نسبيتها (77.4%)، ثم "الأقمار الصناعية/ الراديو الفضائي" بأهمية نسبيتها (41.4%)، وكان جهاز الحاسوب أقل

وسيط مفضل لدى الشباب للاستماع للإذاعة الطربية في مملكة البحرين بأهمية نسبيتها (37.8%). وتتطابق أسباب هذه النتيجة إلى حد ما مع الأسباب التي ذكرها في نتيجة المكان المفضل للاستماع إلى الإذاعة الطربية في الجدول رقم (7).
8. الموسيقى المفضلة لدى الشباب في الإذاعة الطربية بمملكة البحرين:
جدول (9)

الموسيقى المفضلة لدى الشباب في الإذاعة الطربية

الترتيب	%	ك	الموسيقى التي يود الشباب الاستماع إليها عبر الإذاعة الطربية
1	82.2%	189	الموسيقى والأغاني الخليجية
2	48.3%	111	الموسيقى والأغاني البحرينية
3	31.7%	73	الموسيقى والأغاني المصرية
4	23.5%	54	الموسيقى والأغاني اللبنانية
5	11.7%	27	الموسيقى والأغاني السورية
6	2.2%	5	الموسيقى والأغاني التونسية

يشير الجدول السابق إلى أن أهم موسيقى يود الشباب الاستماع إليها بمملكة البحرين عبر الإذاعة الطربية كانت الموسيقى والأغاني الخليجية بنسبة (82.2%)، ثم الموسيقى والأغاني البحرينية بنسبة (48.3%)، ثم الموسيقى والأغاني المصرية بنسبة (31.7%). ويمكن تفسير ذلك بأن رغبة الشباب في الاستماع إلى موسيقى وأغان تركز على الثقافة الخاصة بمجتمعهم، وخاصة أن بعض اللهجات العربية غير مفهومة لهم. لهذه النتائج تأثير كبير على نتائج استماع الجمهور الجدول (2)، ومعدل التعرض الأسبوعي واليومي الجدول (4)، (5).

9. دوافع استماع الشباب للإذاعة الطريية في مملكة البحرين:

جدول (10)

دوافع استماع الشباب للإذاعة الطريية في مملكة البحرين

الترتيب	الأهمية النسبية	غير موافق بشدة	غير موافق	موافق بشدة	موافق	موافق بشدة	العبارة
		ك	ك	ك	ك	ك	
		%	%	%	%	%	
1	74.6%	0	22	71	84	53	عندما أجدها بالصدفة عند تشغيل الراديو.
		0.0%	9.6%	30.9%	36.5%	23.0%	
2	70.5%	8	21	74	96	31	عندما أشعر بالملل ولا أجد ما أفعله، ولشغل وقت الفراغ.
		3.5%	9.1%	32.2%	41.7%	13.5%	
3	66.6%	9	18	112	70	21	تعزز الانتماء للموروث الثقافي العربي.
		3.9%	7.8%	48.7%	30.4%	9.1%	
4	66.4%	10	22	98	84	16	للهرب من أعباء العمل طوال اليوم، والاسترخاء، والتسليية، والترفيه.
		4.3%	9.6%	42.6%	36.5%	7.0%	
5	63.2%	9	33	119	50	19	تعزز الإذاعة تذوقني للفن الرفيع.
		3.9%	14.3%	51.7%	21.7%	8.3%	
6	61.1%	17	37	111	46	19	لأناقش الفن والموسيقى مع الأصدقاء.
		7.4%	16.1%	48.3%	20.0%	8.3%	
7	60.1%	16	29	123	62	0	تحترم ذوق المستمع وتتماشى مع العادات والتقاليد.
		7.0%	12.6%	53.5%	27.0%	0.0%	
8	59.0%	22	39	108	50	11	لأنني تعودت على الاستماع إليها.
		9.6%	17.0%	47.0%	21.7%	4.8%	
9	57.4%	25	42	111	42	10	إثراء الرصيد الثقافي.
		10.9%	18.3%	48.3%	18.3%	4.3%	
10	55.7%	35	46	96	40	13	حتى لا أشعر بالوحدة.
		15.2%	20.0%	41.7%	17.4%	5.7%	
	63.5%						الدرجة الكلية

تشير نتائج الجدول السابق أن دوافع استماع الشباب للإذاعة الطريية في مملكة البحرين جاءت بأهمية نسبتها (63.5%) وبدرجة متوسطة، وأن الدوافع النفعية مثل تعزيز وإثراء الموروث الثقافي والارتقاء بالذوق الفني، حصلت على متوسط أعلى من الدوافع الطقوسية والتي تمثلت في قتل أوقات الفراغ والملل بأهمية نسبتها (65.3%) للدوافع النفعية، بأهمية نسبتها (61.7%) للدوافع الطقوسية. وتختلف هذه النتيجة عن دراسة (محسن

والرواس، 2017)، ودراسة (فرهاد وليقات، 2015)؛ حيث حصرت الدراسات معظم دوافع الاستخدامات حول الملل والروتين والتسلية والترفيه وهى من الدوافع الطقوسية. كما تظهر نتائج الجدول السابق أن أكثر دوافع استماع الشباب للإذاعة الطربية في مملكة البحرين كانت "عندما يجدونها بالصدفة عند تشغيل الراديو" بأهمية نسبتها (74.6%) وهى من الدوافع النفعية، تلاها في المرتبة الثانية "عندما يشعرون بالملل ولا يجدون ما يفعلونه، ولشغل وقت الفراغ" بأهمية نسبتها (70.5%)، وهى من الدوافع النفعية أيضاً، وفي المرتبة الثالثة "تعزز الانتماء للموروث الثقافى العربى" بأهمية نسبتها (66.6%)، وهى من الدوافع الطقوسية، ثم في المرتبة الرابعة "للهرب من أعباء العمل طوال اليوم، والاسترخاء، والتسلية والترفيه" بأهمية نسبتها (66.4%)، وهى من الدوافع النفعية، وفي المرتبة الخامسة "تعزز الإذاعة تذوقى للفن الرفيع" بأهمية نسبتها (63.2%)، وهى من الدوافع الطقوسية.

كما تظهر نتائج الجدول السابق أن أقل دوافع استماع الشباب للإذاعة الطربية في مملكة البحرين كانت "حتى لا يشعرون بالوحدة" بأهمية نسبتها (55.7%)، وهى من الدوافع النفعية، ثم "إثراء الرصيد الثقافى" بأهمية نسبتها (57.4%)، وهى من الدوافع الطقوسية.

10. الإشباعات المتحققة من استماع الشباب للإذاعة الطربية في مملكة البحرين:

جدول (11)

الإشباعات المتحققة من استماع الشباب للإذاعة الطربية في مملكة البحرين

الترتيب	الأهمية النسبية	غير موافق	غير موافق	موافق	موافق	موافق	العبارة
		بشدة	بشدة	بشدة	بشدة	بشدة	
		ك	ك	ك	ك	ك	
		%	%	%	%	%	
1	75.2%	8	7	59	114	42	القضاء على وقت الفراغ
		3.5%	3.0%	25.7%	49.6%	18.3%	
2	73.0%	8	3	93	83	43	تشعرني بالمتعة والسعادة
		3.5%	1.3%	40.4%	36.1%	18.7%	
3	71.7%	8	8	83	103	28	للتخلص من الملل والتوتر
		3.5%	3.5%	36.1%	44.8%	12.2%	
4	68.5%	14	25	67	97	27	إشباع الفضول في التعرف على الإذاعة
		6.1%	10.9%	29.1%	42.2%	11.7%	
5	68.3%	8	9	114	77	22	نسيان هموم الحياة اليومية ومشاكلها
		3.5%	3.9%	49.6%	33.5%	9.6%	

الترتيب	الأهمية النسبية	غير موافق	غير موافق	موافق	موافق	موافق	العبارة
		بشدة	بشدة	بشدة	بشدة	بشدة	
		ك	ك	ك	ك	ك	
		%	%	%	%	%	
6	67.1%	18	9	104	71	28	الاندماج مع العالم المحيط
		7.8%	3.9%	45.2%	30.9%	12.2%	
7	66.2%	20	17	83	92	18	الهروب من مشاكل الحياة اليومية
		8.7%	7.4%	36.1%	40.0%	7.8%	
8	66.1%	14	14	112	68	22	إجراء الحوارات مع من لا أعرفه لتغيير الرتبة والقلق
		6.1%	6.1%	48.7%	29.6%	9.6%	
9	65.8%	28	7	92	76	27	التعرف على مشكلات الفن وهموم الفنانين
		12.2%	3.0%	40.0%	33.0%	11.7%	
10	65.6%	18	9	108	81	14	التخلص من الشعور بالوحدة
		7.8%	3.9%	47.0%	35.2%	6.1%	
11	65.2%	24	3	102	91	10	المحافظة على معرفتي بأحدث الأغاني والموسيقى
		10.4%	1.3%	44.3%	39.6%	4.3%	
12	65.0%	18	10	121	58	23	التعرف على الأخبار الفنية الجديدة
		7.8%	4.3%	52.6%	25.2%	10.0%	
13	64.3%	24	3	124	57	22	تساعدني على معرفة أفضل المطربين وتقييم أدائهم الفني
		10.4%	1.3%	53.9%	24.8%	9.6%	
14	64.2%	28	8	91	94	9	المعرفة بكيفية قضاء احتياجاتي الشخصية والمساعدة لذلك
		12.2%	3.5%	39.6%	40.9%	3.9%	
15	64.0%	24	15	100	73	18	أشعر بالارتباط مع آخر المستجدات التقنية المستخدمة في تسجيل الأصوات
		10.4%	6.5%	43.5%	31.7%	7.8%	
16	63.1%	32	9	96	77	16	تساعدني على التواصل مع الآخرين
		13.9%	3.9%	41.7%	33.5%	7.0%	
17	63.0%	36	4	94	82	14	أحصل على موضوعات لأتناقش فيها مع الآخرين
		15.7%	1.7%	40.9%	35.7%	6.1%	
18	62.8%	24	19	118	39	30	تساعدني على نشر آرائي الفنية والمشاركة بها
		10.4%	8.3%	51.3%	17.0%	13.0%	
19	62.1%	36	6	103	68	17	أكتسب معلومات جديدة عن نفسي والآخرين
		15.7%	2.6%	44.8%	29.6%	7.4%	
20	57.1%	38	20	119	43	10	للتميز عن الآخرين
		16.5%	8.7%	51.7%	18.7%	4.3%	
	66.3%						الدرجة الكلية للمقياس

تظهر نتائج الجدول السابق أن الإشباعات المتحققة من استماع الشباب للإذاعة الطربية في مملكة البحرين جاءت بأهمية نسبية (66.3%)، وأن إشباعات الوسيلة حصلت على أهمية نسبتها (68.2%) لإشباعات الوسيلة، وأهمية نسبية (65.2%) لإشباعات المحتوى.

وتظهر نتائج الجدول السابق على المحاور الفرعية أن أكثر الإشباعات المتحققة من استماع الشباب للإذاعة الطربية كانت "إشباعات الوسيلة شبه التوجيهية" بأهمية نسبتها (68.1%)، تلاها في المرتبة الثانية "إشباعات الوسيلة شبه الاجتماعية" بأهمية نسبية (67.9%)، ثم في المرتبة الثالثة "إشباعات المحتوى التوجيهية" بأهمية نسبتها (66.0%)، ثم في المرتبة الرابعة "إشباعات المحتوى الاجتماعية" بأهمية نسبتها (64.4%).

كما تظهر نتائج الجدول على العبارات أن أكثر الإشباعات المتحققة من استماع الشباب للإذاعة الطربية كانت "القضاء على وقت الفراغ" بأهمية نسبتها (75.2%)، وهي من إشباعات الوسيلة شبه الاجتماعية، تلاها في المرتبة الثانية "تسعرنى بالمتعة والسعادة" بأهمية نسبية (73.0%)، وهي من إشباعات الوسيلة شبه الاجتماعية، وفي المرتبة الثالثة "للتخلص من الملل والتوتر" بأهمية نسبية (71.7%)، وهي من إشباعات الوسيلة شبه التوجيهية، وجاءت في المرتبة الرابعة "إشباع الفضول في التعرف على الإذاعة" بأهمية نسبتها (68.5%)، وهي من إشباعات الوسيلة شبه الاجتماعية، ثم في المرتبة الثالثة "نسيان هموم الحياة اليومية ومشاكلها" بأهمية نسبية (68.3%)، وهي من إشباعات الوسيلة شبه التوجيهية.

نتائج اختبارات الفروض:

الفرض الأول: كلما زادت الدوافع الطقوسية لدى المبحوثين زاد مستوى استخدامهم للإذاعة الطربية.

باستخدام معامل ارتباط بيرسون، يتبين وجود علاقة ارتباطية موجبة دالة إحصائيًا (0.001) بين الدوافع الطقوسية لدى المبحوثين ومستوى استخدامهم للإذاعة الطربية (قيمة معامل الارتباط=0.354)، فكلما زادت دوافع استخدام المبحوثين للإذاعة الطربية في مملكة البحرين، زادت الدوافع الطقوسية لديهم.

الفرض الثاني: كلما زادت الدوافع النفعية لدى المبحوثين زاد مستوى استخدامهم للإذاعة الطربية.

باستخدام معامل ارتباط بيرسون، يتبين وجود علاقة ارتباطية موجبة بين الدوافع النفعية لدى المبحوثين ومستوى استخدامهم للإذاعة الطربية، كما تشير البيانات إلى ضعف هذه العلاقة.

الفرض الثالث: كلما زاد حجم استخدام المبحوثين للإذاعة الطربية ارتفع مستوى إشباعهم المحتوي التوجيهية والاجتماعية المتحققة من هذا الاستخدام.

باستخدام معامل ارتباط بيرسون، يتبين عدم وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائيًا (0.05) بين استخدام المبحوثين للإذاعة الطربية وإشباعهم المحتوي التوجيهية المتحققة من هذا الاستخدام (قيمة معامل الارتباط=0.146)، ووجود علاقة ارتباطية موجبة دالة إحصائيًا (0.01) بين استخدام المبحوثين للإذاعة الطربية وإشباعهم المحتوي الاجتماعي المتحققة من هذا الاستخدام (قيمة معامل الارتباط=0.294)، فكلما زادت دوافع استخدام المبحوثين للإذاعة الطربية في مملكة البحرين، زاد مستوى إشباعهم المحتوي التوجيهية المتحققة من هذا الاستخدام.

الفرض الرابع: كلما زاد حجم استخدام المبحوثين للإذاعة الطربية ارتفع مستوى إشباعهم الوسيلة شبه التوجيهية وشبه الاجتماعية المتحققة من هذا الاستخدام.

باستخدام معامل ارتباط بيرسون، يتبين وجود علاقة ارتباطية موجبة دالة إحصائيًا (0.05) بين استخدام المبحوثين للإذاعة الطربية وإشباعهم الوسيلة شبه التوجيهية المتحققة من هذا الاستخدام (قيمة معامل الارتباط=0.132)، ووجود علاقة ارتباطية موجبة دالة إحصائيًا (0.01) بين استخدام المبحوثين للإذاعة الطربية وإشباعهم الوسيلة شبه الاجتماعية المتحققة من هذا الاستخدام (قيمة معامل الارتباط=0.294)، فكلما زادت دوافع استخدام المبحوثين للإذاعة الطربية في مملكة البحرين، زاد مستوى إشباعهم الوسيلة شبه التوجيهية وشبه الاجتماعية المتحققة من هذا الاستخدام.

الفرض الخامس: توجد فروق ذات دلالة إحصائية في مستوى الإشباع المتحققة من استماع الشباب للإذاعة الطربية في مملكة البحرين تعزى للمتغيرات الديموغرافية.

تم حساب المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية واستخدام اختبار (ت)، واختبار تحليل التباين الأحادي، كما هو موضح في الجدول التالي:

جدول (13)

دلالة الفروق في مستوى الإشباع المتحققة من استماع الشباب للإذاعة الطربية في مملكة البحرين حسب المتغيرات الديموغرافية

مستوى الدلالة	مؤشرات إحصائية	الانحرافات المعيارية	المتوسطات الحسابية	ن	مجموعات العينة	
0.242	T= 1.172	0.718	3.375	157	ذكر	النوع
		0.767	3.261	143	أنثى	
0.000	T= 5.558	0.703	3.381	275	بحريني	الجنسية
		0.637	2.309	25	غير بحريني	
0.200	T= -1.287	0.666	3.255	162	ثانوية عامة فأقل	المؤهل العلمي
		0.817	3.381	138	بكالوريوس فأعلى	
0.019	F= 4.040	0.414	2.840	14	من 18 إلى 20 سنة	العمر
		0.632	3.419	164	من 21 إلى 24 سنة	
		0.892	3.203	122	من 25 إلى 35 سنة	
0.894	F= 0.204	0.712	3.350	67	يعمل	طبيعة الوظيفة
		0.456	3.389	26	لا يعمل	
		0.778	3.278	139	على مقاعد الدراسة	
		0.802	3.335	68	يدرس ويعمل	

يتبين من الجدول السابق عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية ($\alpha < 0.05$) في مستوى الإشباع المتحققة من استماع الشباب للإذاعة الطربية في مملكة البحرين تعزى لمتغيرات النوع والمؤهل العلمي وطبيعة الوظيفة.

ويتبين من الجدول السابق وجود فروق ذات دلالة إحصائية ($\alpha < 0.05$) في مستوى الإشباع المتحققة من استماع الشباب للإذاعة الطربية في مملكة البحرين تعزى لمتغير الجنسية، وكانت الفروق لصالح البحرينيين، وبتغير العمر، وتبين من نتائج اختبار شافيه أن الفروق كانت بين العمر من 18 إلى 20 سنة والعمر من 21 إلى 24 سنة ومن 25 إلى 35 سنة لصالح العمر من 21 إلى 24 سنة ومن 25 إلى 35 سنة.

مناقشة نتائج الدراسة:

خلصت الدراسة إلى عدة نتائج يمكن الإشارة إلى أهمها، ومناقشتها، وتقديم تفسيرات لها على النحو التالي:

(1) رغم المنافسة مع المحطات الإذاعية التي تبث الموسيقى الغربية والموسيقى العربية الشبابية المعاصرة؛ هناك اهتمام من قبل الشباب للاستماع إلى الإذاعة الطربية في مملكة البحرين، وقد جاء بنسبة (76.7%). ومع اختلاف مدى الاستماع إلا أنها قادرة

على جذب الاهتمام نحو المحتوى المقدم؛ مما يدل على رغبة الشباب في التعرف على الثقافة الموسيقية العربية الأصيلة.

(2) كشفت نتائج الدراسة أن أكثر الفترات المفضلة لدى الشباب للاستماع للإذاعة الطربية في مملكة البحرين كانت "الفترة المسائية" وجاءت بنسبة (58.8%)، تلاها "الفترة الصباحية" بنسبة (58.6%)، ثم "فترة الظهر" بنسبة (55.4%)، وكانت فترة ما بعد منتصف الليل أقل الفترات تفضيلاً لدى الشباب للاستماع للإذاعة الطربية بنسبة (51.3%)؛ ويرجع ذلك إلى طبيعة الحياة العملية في مملكة البحرين، حيث يكون الشباب في الفترات الصباحية والظهرية في عملهم أو على مقاعد دراستهم، في حين تكون الفترة المسائية هي أكثر الفترات ملائمة للاستماع؛ نظراً لحاجة الشباب إلى الترفيه والترفيه بعد يوم عمل حافل، الأمر الذي يفسر منطقية تفضيل الشباب للفترة المسائية.

(3) غالبية الشباب يفضلون الاستماع للإذاعة الطربية في مملكة البحرين من "السيارة" حيث جاءت بنسبة بأهمية (77.0%)، تلاها "المقهى" بأهمية نسبتها (46.2%)، وكان مكان العمل أقل مكان مفضل لدى الشباب للاستماع للإذاعة الطربية في مملكة البحرين بأهمية نسبتها (34.5%). وتفسر هذه النسب اعتماد الشباب على جهاز راديو السيارة أثناء القيادة للاستماع إلى الموسيقى بهدف التسلية والترفيه لحين بلوغ الوجهة.

(4) راديو السيارة أكثر الوسائط استخداماً لدى الشباب للاستماع للإذاعة الطربية في مملكة البحرين وقد جاء بنسبة (77.4%)، في حين كان جهاز الحاسوب أقل الوسائط استخداماً للاستماع للإذاعة الطربية بنسبة (37.8%). حيث توفر ظروف الاستماع الفردية أو الجماعية التركيز على المحتوى الموسيقي والتفاعل معها بشكل أكبر، مقارنة بالاستماع إلى الإذاعة الطربية من خلال جهاز الحاسوب والذي لا يلقى رواجاً بسبب ارتباطه بالعمل أو الدراسة، وهي الأماكن التي جاءت بنسب متدنية في النتيجة السابقة.

(5) كشفت الدراسة أن الثقافة واللهجة والتقارب الجغرافي لدول مجلس التعاون الخليجي قد أثر على اختيار الشباب لنوع الموسيقى التي يود الشباب الاستماع إليها في الإذاعة الطربية؛ فقد جاءت الموسيقى الخليجية في المرتبة الأولى بنسبة مرتفعة بلغت (82.2%)، ثم جاءت الموسيقى والأغاني الخاصة في المجتمع البحريني بنسبة (48.3%)، ثم الموسيقى والأغاني المصرية بنسبة (31.7%).

(6) دوافع استماع الشباب للإذاعة الطريية في مملكة البحرين جاءت بنسبية (63.5%) وبدرجة متوسطة، وقد حصلت الدوافع النفعية والمتمثلة في إثراء الجانب الثقافي وتعزيز الانتماء للموروث الثقافي العربي على متوسط أعلى من الدوافع الطقوسية بأهمية نسبية (65.3%) للدوافع النفعية، ونسبة (61.7%) للدوافع الطقوسية.

(7) بينت الدراسة أن الإشباعات المتحققة من استماع الشباب للإذاعة الطريية في مملكة البحرين جاءت بنسبة (66.3%)، حيث جاءت إشباعات الوسيلة بأهمية نسبتها (68.2%) لإشباعات الوسيلة، وأهمية نسبتها (65.2%) لإشباعات المحتوى.

(8) أظهرت نتائج الدراسة صحة الفرض الأول والقائل بأنه كلما زادت الدوافع الطقوسية لدى المبحوثين زاد مستوى استخدامهم للإذاعة الطريية، والفرض الثاني القائل بأنه كلما زادت الدوافع النفعية لدى المبحوثين زاد مستوى استخدامهم للإذاعة الطريية.

(9) كما ثبت صحة الفرض الثالث جزئيًا؛ حيث أظهرت النتائج عدم وجود علاقة بين استخدام المبحوثين للإذاعة الطريية وإشباعات المحتوى التوجيهية المتحققة من هذا الاستخدام، بينما ثبت صحة الافتراض القائل بوجود علاقة بين استخدام المبحوثين للإذاعة الطريية وإشباعات المحتوى الاجتماعية المتحققة من هذا الاستخدام.

(10) وبالنسبة للفرض الرابع، فقد ثبتت صحته جزئيًا؛ حيث أظهرت النتائج عدم وجود علاقة بين استخدام المبحوثين للإذاعة الطريية وإشباعات الوسيلة شبه التوجيهية المتحققة من هذا الاستخدام، بينما ثبت صحة الافتراض القائل بوجود علاقة بين استخدام المبحوثين للإذاعة الطريية وإشباعات الوسيلة شبه الاجتماعية المتحققة من هذا الاستخدام.

(11) وبالنسبة للفرض الخامس، فقد ثبتت صحته جزئيًا أيضًا؛ حيث لم توجد فروق في مستوى الإشباعات المتحققة من استماع الشباب للإذاعة الطريية في مملكة البحرين تعزى إلى متغيرات النوع، المؤهل العلمي، والوظيفة. بينما ثبت وجود فروق في مستوى الإشباعات المتحققة من استماع الشباب للإذاعة الطريية في مملكة البحرين تعزى لمتغيرات الجنسية والعمر.

خاتمة الدراسة وتوصياتها:

قدمت الدراسة الحالية استخدامات الشباب للإذاعة الطربية في مملكة البحرين والإشباع المتحققة منها، رصدًا لواقع استخدام الشباب في مملكة البحرين للإذاعة الطربية، ومدى ملائمة المحتوى الموسيقي ذي الصبغة الطربية والتراثية القديمة لإشباع الشباب وأذواقهم الفنية والإشباع المتحققة منها، في ظل الانفتاح الثقافي العالمي وأثره على التذوق الفني الموسيقي وتطور الموسيقى الشبابية العربية المعاصرة. واعتمدت الدراسة على نظرية الاستخدامات والإشباع، وقد طبقت على عينة قوامها 300 مفردة. وأفصحت نتائج الدراسة التي تم التوصل إليها أن هناك اهتمامًا واضحًا في الاستماع للإذاعة الطربية من قبل الشباب والذي بلغ نسبة (76.7%)، رغم ضعف الاستماع اليومي إلى الإذاعة؛ حيث أشارت النتائج إلى أن نحو نصف العينة لا يتجاوز استماعهم لمحتوى الإذاعة النصف ساعة يوميًا. كما كشفت الدراسة عن أن غالبية العينة وبنسبة بلغت (82.2%) يرون أن المحتوى الموسيقي للإذاعة يجب أن يكون خليجيًا بشكل عام وبحريني بشكل خاص. وأشارت النتائج إلى أن دوافع الاستماع هي دوافع منفعية تمثلت في إثراء الجانب الثقافي وتعزيز الانتماء للموروث الثقافي.

وتشير هذه الدراسة العديد من المقترحات البحثية الأخرى التي يمكن أن تمهد لدراسات وبحوث أخرى في ذات المجال، ومنها على سبيل المثال: مستقبل الإذاعة الطربية في ظل المنافسة مع الإنترنت، المتغيرات المؤثرة على طبيعة تعرض المبحوثين للإذاعات الطربية، وغيرها من موضوعات البحوث ذات الصلة، إضافة إلى تطبيق أدوات جمع بيانات من المبحوثين بطرق مختلفة تحتاج إلى بحوث مستقبلية؛ لدراسة أثر أسلوب القياس على تشكيل توجهات الجمهور نحو استخدام وسائل الإعلام.

كما توصي الدراسة ببعض المقترحات التي تعزز دور الإذاعة الطربية كإحدى المنصات الثقافية والترفيهية بالمملكة البحرينية، ومنها على سبيل المثال:

- إنتاج حلقات برامج إذاعية للتعريف برواد الفن الطربي الخليجي والبحريني بشكل خاص، وهو ما يشجع الشباب ويزيد من حجم التعرض للإذاعة.
- التنوع ببث موسيقى طربية لأجيال مختلفة أثرت الحياة الفنية في البحرين.
- عمل استطلاعات رأي من قبل الإذاعة الطربية على الجمهور البحريني لمعرفة تفضيلات وأذواق الجمهور.

قائمة المراجع:

- (1) حسين خليفة حسن خليفة، ومحمد شكري أحمد. (2020). المسؤولية الاجتماعية للبرامج الحوارية في التلفزيون البحريني في تناول أداء السلطة التشريعية. مجلة البحوث الإعلامية، 54(54)، 4035-4090
doi: 10.21608/jsb.2020.110288
- (2) حسين خليفة حسن خليفة. (2014). التوظيف التجاري لمشاهد العنف والجريمة بالأفلام والمسلسلات المصرية والآثار المجتمعية المترتبة عليه. المؤتمر الأول لشباب الباحثين (الصفحات 1-21). القاهرة: كلية الإعلام.
- (3) ولاء المسلماني، وحسين خليفة حسن خليفة. (2020). دور وسائل الإعلام في تعزيز اتجاهات الشباب الجامعي نحو قيم التنوع الثقافي في مملكة البحرين. المؤتمر الدولي الثاني: الإعلام الرقمي والتحويلات الاجتماعية في الخليج العربي (الصفحات 1-21). المنامة: قسم الإعلام بالجامعة الخليجية.
- (4) إبراهيم فؤاد الخصاصونه. (2013) دور إذاعة القرآن الكريم الأردنية في تثقيف الطلبة الجامعيين دينياً.
- (5) Khalifa, H. K. (2020). Media Dependency during COVID-19 Pandemic and Trust in Government: The Case of Bahrain. *International Journal of Management*, 11(11), 329-336 DOI: 10.34218/IJM.11.11.2020.032.
- (6) Onyebuchi, C. A., & Umunna, C. C. (2019, JULY). Assessment of Radio Listening Habits of Undergraduate Students of Imo State University, Nigeria. *International Journal of Arts and Humanities (IJAH) Ethiopia*, 8(30), 20-34.
- (7) ماهيناز رمزي محسن وأنور محمد الرواس (2017). استخدامات الشباب العماني لإذاعات FM والإشباع المتحققة منها، المجلة العلمية لبحوث الإذاعة والتلفزيون، 5(10)، 169-233. DOI: 10.21608/ejsrt.2017.89779.
- (8) معهد الإعلام الأردني. (2016). مشروع بناء قدرات الإذاعات المحلية. معهد الإعلام الأردني، 1-26
<https://www.jmi.edu.jo/ar/Local-Radios-Content-Analysis>
- (9) Safi, F., & Iqbal, L. (2015). Uses and Needs Gratification of FM Radio Broadcast in Native Pashto Language: A Case Study of Youth from Mardan. *Journal of Applied Environmental and Biological Sciences*, 220-227.
- (10) عبدالصادق حسن عبدالصادق. (2013). دوافع استخدام الشباب الجامعي في الجامعات البحرينية لإذاعات الإنترنت: دراسة ميدانية. رؤى استراتيجية، 14-114
- (11) بارعة شقير حمزة، "استخدام أساتذة جامعة دمشق للإنترنت والإشباع المتحققة منها"، مجلة جامعة دمشق، 457، العدد الأول والثاني، 2009.
- (12) شيماء صبري عبدالحميد ومحمد عبدالحميد أحمد، "استخدام طلاب الإعلام التربوي لمواقع التواصل الاجتماعي ودورها في تعزيز مهارات الاتصال لديهم"، مجلة البحوث الإعلامية، no الثاني والخمسون، p. 128 يوليو 2019.
- (13) Severin, J. W. (1992). *Communication theory: Origins, Methods and uses in the mass media*. London: longman.

- (14) Elliott, P. (1996). Uses and gratifications research: A critique. In: Marris, Paul and thornham, (Eds). Media studies: A Reader. 2ed. EdinBurgh: EdinBurgh university press.
- (15) محمد فضل الحديدي. (2006). نظريات الإعلام: اتجاهات حديثة في دراسات الجمهور والرأي العام. القاهرة: كلية الإعلام.
- (16) Kim, J. a. (1997). The Variable Influence of Audience Activity on Media Effects. *Communication Research*, 24(2), 107-135.
- (17) صفا فوزي علي محمد عبد الله. (2007). استخدامات الأسر المصرية للمسلسلات العربية التي يعرضها التلفزيون المصري وتأثيراتها عليهم: دراسة في إطار مدخل الاستخدامات والتأثيرات. رسالة دكتوراه غير منشورة. القاهرة: قسم الإذاعة والتلفزيون، كلية الإعلام، جامعة القاهرة.
- (18) عبدالرحيم درويش. (1997). تعرض المراهقين للأفلام السينمائية والإشباع التي تحققها. رسالة ماجستير غير منشورة، 98. القاهرة: قسم الإذاعة والتلفزيون: كلية الإعلام، جامعة القاهرة.
- (19) حسن عماد مكاوي. (2009). نظريات الإعلام. القاهرة: الدار العربية للنشر والتوزيع.
- (20) سهير صالح إبراهيم. (2005). الاحتياجات الإعلامية والثقافية للمعاقين من برامج التلفزيون. رسالة دكتوراه غير منشورة، 78. القاهرة: كلية الإعلام، جامعة القاهرة.
- (21) لبنى مسعود عبد العظيم. (أكتوبر/ ديسمبر 2020). استخدام ممارسي العلاقات العامة لتكنولوجيا الاتصال التفاعلية بهيئة قناة السويس. مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط (30)، 303.
- (22) حسين خليفة حسن خليفة، ومحمد شكري أحمد. (2020). المسؤولية الاجتماعية للبرامج الحوارية في التلفزيون البحريني في تناول أداء السلطة التشريعية. مجلة البحوث الإعلامية، 54(54)، 4090-4035. doi: 10.21608/jsb.2020.110288
- (23) حسين خليفة حسن خليفة. (2020). التغطية الإعلامية لجائحة كورونا ودورها في تشكيل اتجاهات الرأي العام البحريني نحو أداء المؤسسات الصحية. مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط، 8(29)، 317-280.
- (24) بابي الطاهر، "استخدامات الطلبة الجامعين لبرامج الإذاعة المحلية والإشباع المحققة"، الجزائر، 2013.
- (25) وفاء، كردمين. (2017). الشباب والتنمية.. المفاهيم والإشكاليات. مجلة جيل- الدراسات السياسية والعلاقات الدولية.
- (26) مريم رزوق وبعول يمنية، دور الإذاعة المحلية في ترسيخ الهوية الثقافية، الجزائر: رسالة ماجستير، 2016
- (27) توما ميسم هرمز، عناصر تكوين الموسيقى والفناء (منظور بحثي)، بغداد: الفتح للطباعة والاستساخ والتحضير الطباعي، 2018.

References

- Abd aleazym, L. (2020). aistikhdam mumarisi alealaqat aleamat ltknwlwjya alaitisal altfaelyt b'yyat qanat als wys. majalat bihawth alealaqat aleamat alshrq al'awsat (30), 303
- Abdalhamid, S. & Ahmad, M. (2019) "astakhdam tullab al'ielam altarbuii limawaqie altawasul alaijtimaeii wadawriha fi taeziz maharat alaitisal ladayhima", majalat albihwth al'ielamiat 52. 128
- Abdallah, S. (2007). aistikhdamat al'usar almisriat lilmuslasalat alearabiat alty yaeriduha altaliifziun almisriu watathiratuha ealayhima: dirasat fi 'iitar madkhal alaistikhdamat waltaathirati. risalat dukturah ghyr manshurati.
- Abdalsadiq, H. (2013). dawafie aistikhdam alshabab aljamieii fi aljamieat albahrayniat li'idhaeat al'iintrnt: dirasat midaniatin. ruua aistiratijiat, 114-149
- Alhadidi, M. (2006). nazriat al'ielama: aitijahat hadithat fi dirasat aljumphur walraay aleami. alqahirati: kuliyyat al'ielam.
- Alkhasawinih, I. (2013). dawr 'iidhaeat alquran alkarim al'urduniyat fi tathqif altalabat aljamiein dynyana
- Almuslimani, W. & khalifat, H. (2020). dawr wasayil al'ielam fi taeziz aitijahat alshabab aljamieii nahw qiam altanawue althaqafii fi mamlakat albahrayni. almutamar alduwalii althaani: al'ielam alraqamiu waltahawulat
- Altaahir, B. (2013). "astikhdamat altalabat aljamieiiyn libaramij al'iidhaeat almahaliyyat wal'iishbaeat almutahaqiqat", aljazyiri.
- Darwesh, A. (1997). taerad almurahiqin lil'aflam alsinyamayiyat wal'iishbaeat alty tuhaqiquha. risalat majstayr ghyr munshurat, alqahrt: qism al'iidhaeat waltalyfzyun: kuliyyat al'ielam, jamieat alqahirat.
- Elliott, P. (1996). Uses and gratifications research: A critique. In: Marris, Paul and thornham, (Eds). Media studies: A Reader. 2ed. EdinBurgh: EdinBurgh university press.
- Hamzata, S. (2009) "asitakhdaam 'usatidhat jamieat dimashq lil'iintarant wal'iishbaeat almuhaqqat minha", majalat jamieat dimashq ,2(1). 457.
- Harmiz, . (2018). eanasir takwin almusiqa walghina' (mnzwr bhthy), bghdad: alfath liltabaeat walaistinsakh waltahdir altabaei,
- <https://www.jmi.edu.jo/ar/Local-Radios-Content-Analysis>.
- Ibrahim, S. (2005). alaihtiajat al'ielamiat walthaqafiat lilmueaqin min baramij altalyfziwn. risalat dukturah ghyr manshurati, alqahrt: kuliyyat al'ielam, jamieat alqahirat.

- Khalifa, H. K. (2020). Media Dependency during COVID-19 Pandemic and Trust in Government: The Case of Bahrain. International Journal of Management, 11(11), 329-336 DOI: 10.34218/IJM.11.11.2020.032.
- khalifat, H. & Ahmed, S. (2020). almaswuwliat alajjtimaeciat lilbaramij alhuariat fi altilfizyun albahraynii fi tanawul 'ada' alsultat altashrieiati. majalat albihawth al'ielamiat, 54(54), 4035-4090
- Khalifat, H (2014). altawzif altijariu limushahid aleunf waljarimat bial'aflam walmuslasalat almisriat walathar almujtamaeciat almutaratibat ealayhi. almutamar al'awal lishibab albahithin. 1-21
- khalifat, H. & Ahmed, M. (2020). almaswuwliat alajjtimaeciat lilbaramij alhuariat fi altilfizyun albahraynii fi tanawul 'ada' alsultat altashrieiati. majalat albihawth al'ielamiat, 54(54), 4035-4090
- khalifat, H. (2020). altaghtiat al'ielamiat lijayihat kwrwna wadawriha fi tashkil aitijahat alraay aleami albahraynii nahw 'ada' almuasasat alsahiyati. majalat bihawth alealaqat aleamat alshrq al'awsat, 8(29), 280-317.
- Kim, J. a. (1997). The Variable Influence of Audience Activity on Media Effects. Communication Research, 24(2), 107-135.
- Krdamayn, W. (2017). alshabab waltanmia.. almafahim wal'iishkaliati. majalat jyl- aldirasat alsiyasiat walealaqat alduwalia
- Maehad al'ielam al'urduniy. (2016). mashrue bina' qudrat al'iidhaeat almahaliyat. maehad al'ielam al'urduniyi, 1-26
- Makawi, H. (2009). nazariat al'ielam. alqahrt: aldaar alearabiat lilnashr waltawzie
- Muhsi, M. & Alrawas, A. (2017) aistikhdamat alshabab aleumanii li'iidhaeat FM wal'iishbaeat almutahaqiqat minha, almajalat aleilmiat libihawth al'iidhaeat waltilfizyun, 5(10), 169-233.
- Onyebuchi, C. A., & Umunna, C. C. (2019, JULY). Assessment of Radio Listening Habits of Undergraduate Students of Imo State University, Nigeria. International Journal of Arts and Humanities (IJAH) Ethiopia, 8(30), 20-34.
- Ruzuq, M. & Yamniat, B. (2016) dawr al'iidhaeat almahaliyat fi tarsikh alhuiat althaqafiati, aljzayr: risalat majstyr.
- Safi, F., & Iqbal, L. (2015). Uses and Needs Gratification of FM Radio Broadcast in Native Pashto Language: A Case Study of Youth from Mardan. Journal of Applied Environmental and Biological Sciences, 220-227.
- Severin, J. W. (1992). Communication theory: Origins, Methods and uses in the mass media. London: longman.

Journal of Mass Communication Research «J M C R»

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

Chairman: Prof.Ghanem Alsaaed

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

Editor-in-chief:Prof. Reda Abdelwaged Amin

Vice Dean, 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

- Vice-President of Imam Muhammad bin Saud University for Graduate Studies and Scientific Research (Kingdom of Saudi Arabia)

Prof.Abdullah Al-Kindi

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

Prof.Jalaluddin Sheikh Ziyada

- Dean of the Faculty of Mass Communication, 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

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

Designed by: Mohammed Kamel - 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

● Issue 57 April 2021 - part 1

● Deposit - registration number at Darelkotob 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.