

دور استخدام إذاعات الإنترنت في تنمية القدرات الإبداعية لدى الشباب السعودي

أ/ رياض بن ناصر الفريجي

باحث دكتوراه - كلية الإعلام والاتصال - جامعة الإمام محمد بن سعود

مقدمة:

لا شك أن التطورات التكنولوجية الحديثة في مجال الاتصال الإلكتروني في نهاية القرن العشرين وأوائل القرن الحادي والعشرين فرضت نفسها وأنتجت وجود وسائل اتصال تختلف في طبيعتها عن وسائل الاتصال التقليدية، ولعل من هذه الوسائل «راديو أو إذاعة الإنترنت»، والذي يختلف اختلافاً كلياً عن الراديو التقليدي الذي نعرفه حالياً من جوانب عدة، أهمها: القدرة على الوصول إلى المستمعين عبر المسافات البعيدة ودون الحاجة إلى محطات تقوية ودون التأثير بأجهزة التشويش، كذلك مما يميز هذه الوسيلة الحديثة هو إمكانية تعرض الجمهور له في الفترة الزمنية المناسبة له، ويمكن للجمهور استقبال الرسائل وإرسالها في الوقت المناسب، إضافة إلى بعض العناصر التقنية الأخرى مثل نقاء الصوت وعدم تأثره بالظروف الجوية، ما أدى إلى اعتماد العديد من محطات الإذاعات الشهيرة على شبكة الإنترنت في بث برامجها. ويوجد نوعان من راديو الإنترنت، أولهما: المحطات الإذاعية التقليدية التي لها محطات على شبكة الإنترنت radio online التي تخضع لقوانين البث الثاني من حيث شروط حصولها على ترخيص من الجهات المسؤولة عن البث الإذاعي، ويسمعا الجمهور التقليدي للإذاعات نفسها على موجات الراديو العادية، كما أنها تتميز بأنها أكثر تحفظاً في معالجتها للموضوعات والقضايا المختلفة. وثانيهما، المحطات الإذاعية التي ليس لها محطات إذاعية تقليدية net only radio -، وتعتمد على الإنترنت في بث موادها الإذاعية، ولا تحتاج إلى ترخيص من الجهات المسؤولة عن البث الإذاعي.

وتهدف إذاعات الإنترنت إلى منافسة المحطات الفضائية المعتمدة على الصورة والحركة والمؤثرات الإعلامية المختلفة؛ التي تهدف جميعاً إلى جذب المشاهد والتأثير عليه وتوجيهه، كما تهدف إلى جذب المُستمعين عن طريق استغلال مساحة لا متناهية من الحرية الإعلامية والتشاركية، من خرائط برمجية جديدة من حيث الشكل والمضمون، مع أداء إعلامي بعيد من القيود والتوجيه المفتعل.

وبناءً على ما سبق، ونتيجة لأهمية هذه الوسيلة في مجال الاتصال بين فئات المجتمع المختلفة، كان من الأهمية مناقشة دور هذه الوسيلة المهمة التي انتشرت بشكل كبير خلال الفترة الأخيرة وتأثيرها على القدرات الإبداعية لدى الشباب السعودي، من خلال بيان دوافع ودرجة الاستخدام وكيفية توظيف هذا الاستخدام والاستفادة منه في صقل قدرات الشباب.

الدراسات السابقة:

إذا كانت إذاعات الإنترنت تقنية إعلامية حديثة متعارف عليها في بعض البلدان الغربية والعربية؛ كالولايات المتحدة الأمريكية وسلطنة عمان والجمهورية التونسية؛ كمثال؛ فإن هذه التقنية الإعلامية غير معروفة في المملكة العربية السعودية، ولم تسبق حولها دراسات ولم تتحقق بعد كواقع عملي إعلامي داخل المملكة.

ومن المعروف أن الدراسات السابقة تسهم بشكل كبير في تحديد معالم مشكلة الدراسة، كما أنها تساعد على بلورة وتحديد المشكلة، فضلاً عن دورها في تزويد الباحث بالكثير من الأفكار والآراء التي يمكنه الاستفادة منها، وهو ما يضيف على هذا البحث أهمية خاصة تدعو إلى ضرورة وجودها بين طيات البحث، ومن خلال اطلاع الباحث على بعض الأدبيات المرتبطة بموضوع الدراسة والتي يمكن سرد عناوين بعضها على النحو الآتي:

(١) دراسة عبد الصادق حسن عبد الصادق، البحرين، الجامعة الأهلية، وعنوانها: «دوافع

استخدام الشباب الجامعي في الجامعات البحرينية لإذاعة الإنترنت -دراسة ميدانية»

(٢) دراسة مأمون مطر، فلسطين، جامعة برزيت، بعنوان: «تأثير التحول الرقمي على

المحطات الإذاعية والتلفزيونية في فلسطين».

(٣) دراسة تسعديت فدار، الجزائر، جامعة الجزائر، وموضوعها: «دور إذاعات الإنترنت

(الإذاعة الرقمية) في تنمية الوعي لدى فئة الشباب الجزائري».

(٥) دراسة اتحاد إذاعات الدول العربية، وهي: «كتاب عصر الميديا الجديدة».

(٦) دراسة الشميميري، إعداد فهد بن عبد الرحمن الشميميري، بعنوان «التربية الإعلامية،

كيف نتعامل مع الإعلام»، وهي بحث مقدم للمؤتمر الأول للتربية الإعلامية بالرياض،

عام ١٤٢٨ هـ - ٢٠٠٧ م.

(٧) دراسة Kevin Andrew Cheatham ، ٢٠١٢، وموضوعها: «أثر استخدام الشباب

الجامعي الأمريكي لمحطات إذاعة رايدو الإنترنت ورايدو FM -دراسة مقارنة».

(٨) دراسة Andrea Jean Baker ، ٢٠١١، وموضوعها: «رايدو الويب كمصدر للمعلومات

لدى الشباب الجامعي -دراسة مقارنة مع الراديو التقليدي».

مشكلة الدراسة:

من واقع الاهتمام التي تحظى بها إذاعات الإنترنت وتأثيرها على فئات عمرية متنوعة خاصة الشباب، وزيادة عدد متابعيها مؤخراً، فإنه يمكن تحديد وبلورة مشكلة الدراسة في رصد دور إذاعات الإنترنت في تنمية القدرات الإبداعية لدى الشباب السعودي، وذلك من خلال التعرف على درجة متابعة هذه الإذاعات ودوافع استخدامها وكيفية توظيفها في تنمية المواهب والقدرات.

أهداف الدراسة:

تستهدف الدراسة تحقيق ما يلي:

- التعرف على درجة متابعة المبحوثين - عينة الدراسة - لإذاعات الإنترنت.
- التعرف على أسباب ودوافع متابعة إذاعات الإنترنت.
- التعرف على أكثر برامج إذاعات الإنترنت اهتماما من جانب المبحوثين.
- الوصول إلى مدى اعتماد الشباب - عينة الدراسة - على إذاعات الإنترنت في تنمية قدراتهم الإبداعية.
- التعرف على مدى توظيف الشباب السعودي - عينة الدراسة - لاستخدامات إذاعات الإنترنت كمصدر للمعلومات في تنمية مواهبهم.

أسئلة الدراسة

السؤال الرئيس:

- ما دور إذاعات الإنترنت في تنمية بعض القدرات الإبداعية لدى الشباب السعودي؟
- كما تسعى الدراسة إلى الإجابة عن بعض التساؤلات التي تمت صياغتها في إطار الأهداف الخاصة بالدراسة، والتي يتركز أهمها فيما يأتي:
- ما درجة اهتمام الشباب السعودي بالاستماع لإذاعات الإنترنت؟
- ما دوافع اعتماد الشباب السعودي - عينة الدراسة - على إذاعات الإنترنت كمصدر للمعلومات؟
- ما عدد الساعات التي يستغرقها الشباب السعودي - عينة الدراسة - أمام إذاعات الإنترنت؟
- ما أكثر برامج إذاعات الإنترنت التي يسمعها الشباب السعودي - عينة الدراسة؟

فروض الدراسة:

الفرض الأول: يوجد فروق ذات دلالة إحصائية بين أفراد عينة الدراسة في استخدام إذاعات الإنترنت فيما يتعلق ب(الدوافع - الأسباب - القدرات الإبداعية) حسب متغير المنطقة (الوسطى - الشرقية - الغربية - الشمالية - الجنوبية).

الفرض الثاني: يوجد فروق ذات دلالة إحصائية بين أفراد عينة الدراسة في استخدام إذاعات الإنترنت فيما يتعلق ب(الدوافع - الأسباب - القدرات الإبداعية) حسب متغير الجنس (ذكر - أنثى).

الفرض الثالث: يوجد فروق ذات دلالة إحصائية بين أفراد عينة الدراسة في استخدام إذاعات الإنترنت فيما يتعلق ب(الدوافع - الأسباب - القدرات الإبداعية) حسب متغير العمر.

الفرض الرابع: يوجد فروق ذات دلالة إحصائية بين أفراد عينة الدراسة في استخدام إذاعات الإنترنت فيما يتعلق بـ (الدوافع - الأسباب - القدرات الإبداعية) حسب المؤهل الدراسي.

الفرض الخامس: يوجد فروق ذات دلالة إحصائية بين أفراد عينة الدراسة في استخدام إذاعات الإنترنت فيما يتعلق بـ (الدوافع - الأسباب - القدرات الإبداعية) حسب عدد ساعات الاستماع إلى إذاعات إنترنت.

منهج الدراسة:

وقد تمّ استخدام المناهج الآتية في البحث:

- **المنهج الوصفي التحليلي:** من أجل تحديد مشكلة الدراسة ووصفها، تمّ تحليل المناهج التي من شأنها أن تخدم أهداف الدراسة، وتحديد البيئة التعليمية المتوفرة فيها هذه المستحدثات التكنولوجية، ثمّ تحليل هذا المحتوى للكشف عن مهارات التفكير الابتكاري فيه، ومدى إمكان إثرائها بهذه المستحدثات التكنولوجية.

- **المنهج الإحصائي:** فقد تمّ تصميم استبيان ومشاركته الشباب السعودي؛ بهدف استخلاص النتائج والمقترحات.

وفي ضوء نتائج الاستبيان وما توصلت إليه الدراسة، تمّ اقتراح بعض التوصيات، ومنها الاستفادة من البرامج التي أعدتها الدراسة، وكذلك الخطة، وأدوات الدراسة. وبإجراء مزيد من الدراسات حول إذاعات الإنترنت لتنمية أنواع أخرى من التفكير والقدرات الإبداعية لدى الفئة المستهدفة.

مجتمع الدراسة:

نظرًا لصعوبة دراسة مجتمع بأكمله من كافة الجوانب، يلجأ الباحثون إلى دراسة المجتمع من خلال عينة تعد ممثلة لهذا المجتمع، والعينة هي «عدة أفراد مكونة للمجتمع أخذت منه لتمثله، ويتوقف صدق تمثيل العينة للمجتمع على طريقة اختيارها وحجمها»^(١) والهدف من اختيار العينة هو الحصول على معلومات عن المجتمع الأصلي لها، وفي حالة اختيار العينة اختيارًا سليمًا يمكن تعميم النتائج التي تم الحصول عليها من الدراسة على المجتمع الذي اشتقت منه، وبمقدار تمثيل العينة للمجتمع تكون نتائجها صادقة بالنسبة له.^(٢)

وفي هذا البحث فإن الشباب السعودي يمثل مجتمع الدراسة بشكل عام.

عينة الدراسة

اختبار الباحث عينة للدراسة قوامها ١٨٧٧ مفردة من الذكور والإناث بطريقة عشوائية موزعة على مجموعة من المناطق بالمملكة العربية السعودية، هي: (الوسطى - الشرقية -

الغربية- الشمالية- الجنوبية) وقد قام الباحث بتطبيق استمارة الاستبيان عليهم للحصول على الإجابات التي شكلت نتائج الدراسة.

أداة الدراسة

قام الباحث بتصميم استمارة استبيان كأداة لجمع البيانات وعلى رأسها والتي يمكن أن تحقق الإجابة المطلوبة لتساؤلات الدراسة واختبار مدى صحة فروضها للوصول إلى نتائج صادقة حول المشكلة البحثية التي يتم دراستها.

اختبار صدق وثبات أداة الدراسة

تم حساب صدق الاستبانة في البداية باستخدام الصدق الخارجي (الظاهري) Face Validity من خلال عرض الاستبيان على مجموعة من المحكمين من ذوي الاختصاص والخبرة للقيام بتحكيماها، وذلك بعد أن يطلع هؤلاء المحكمين على عنوان الدراسة، وتساؤلاتها، وأهدافها، فيبدى المحكمين آرائهم وملاحظاتهم حول الاستفتاء وفقراته من حيث مدى ملائمة الفقرات لموضوع الدراسة، وصدقها في الكشف عن المعلومات المرغوبة للدراسة، وكذلك من حيث ترابط كل فقرة بالمحور المندرجة تحته، ومدى وضوح الفقرة وسلامة صياغتها، واقترح طرق تحسينها بالإشارة بالحذف أو البقاء، أو تعديل العبارات والنظر في تدرج المقياس، ومدى ملاءمته وغير ذلك مما يراه مناسباً، وبناءً على آراء المحكمين وملاحظاتهم وتعديل صياغتها وفق ما يرونه يتوصل الباحث إلى الصدق في الاستفتاء، ويكون صالحاً للتطبيق بعد أخذ شكله النهائي. وتم حساب صدق المحتوى أو ما يعرف (ويعرف بالاتساق الداخلي) ويعتمد هذا الأسلوب على مدى تمثيل بنود العبارات تمثيلاً جيداً للمجال المراد قياسه ويتم من خلال حساب معاملات الارتباط. أيضاً يمكن حساب الثبات Reliability بطريقة إحصائية من خلال معاملات الارتباط (الاتساق الداخلي Internal Consistency)، وقد استخدم الباحث طريقة ألفا كرونباخ (Cronbach's alpha) من المعادلة الآتية:

$$a = \frac{N \cdot r}{1 + (N-1) \cdot r}$$

حيث α معامل الثبات بطريقة ألفا كرونباخ، N عدد مفردات الاستبانة أو المحور، و r متوسط قيم معاملات الارتباط بين مفردات الاستبانة أو المحور Average Inter-Item Correlation ويحسب من خارج قسمة (مجموع معاملات الارتباط بين مفردات الاستبانة أو المحور / عدد مفردات الاستبانة أو المحور). كما يمكن حساب الثبات بأخذ الجذر التربيعي للثبات، لدراسة ثبات الاستبانة وصدقها باستخدام معامل (الفاكرونباخ) كما بالجدول الآتي:

جدول (١) صدق وثبات أداة الدراسة باستخدام طريقة الفا كرونباخ

الصدق	الثبات	
٠,٩٥	٠,٩١٢	إجمالي الاستبانة
٠,٨٠	٠,٦٣٥	إجمالي الدوافع
٠,٩٠	٠,٨١٥	إجمالي الأسباب
٠,٩٦	٠,٩١٣	إجمالي القدرات الإبداعية

ومن خلال النظر إلى الجدول السابق يتضح أن الاستبانة من خلال محاورها تتمتع بدرجة ثبات عالية، كما أشارت نتائج الصدق إلى تمتع الاستبانة بدرجة عالية من الصدق مما يؤكد على صلاحية الاستبانة للتطبيق.

أساليب المعالجة الإحصائية:

قام الباحث بتحليل نتائج الدراسة باستخدام البرنامج الإحصائي (Statistical) (SPSS Package for Social Sciences) الإصدار الخامس والعشرون للعام ٢٠١٧م.

واستفاد الباحث من أساليب المعالجة في التحليل الوصفي والاستدلالي لعبارات الاستبيان ويقصد بالتحليل الوصفي هنا وصف عبارات الاستبيان بطريقة مستقلة أي دون وجود متغيرات تابعة، وقد تم وصف العبارات هنا من حيث الاستجابة لمقياس خماسي، وبعد تطبيق الاستبانة وتجميعها تم تفرغها في جداول لحصر التكرارات ومعالجتها إحصائياً من خلال الأساليب التالية:

*النسب المئوية في حساب التكرارات: حيث تعتبر النسبة المئوية أكثر تعبيراً عن الأرقام الخام.

*الوزن النسبي ويساوي التقدير الرقمي على عدد أفراد العينة.

حيث يساعد الوزن النسبي في تحديد مستوى الموافقة على كل عبارة من عبارات الاستبيان وترتيبها حسب وزنها النسبي لكل عبارة. وتم حساب التقدير الرقمي عن طريق إعطاء درجة لكل استجابة من الاستجابات الثلاث وفقاً لطريقة (ليكرت Likert Method). فالاستجابة موافق بشدة تعطى الدرجة (٥) والاستجابة (موافق) تعطى الدرجة (٤) والاستجابة (محايد) تعطى الدرجة (٣) والاستجابة (غير موافق) تعطى الدرجة (٢) والاستجابة غير موافق بشدة تعطى الدرجة (١). ويمكن حساب التقدير الرقمي لكل عبارة كما يلي:

*التقدير الرقمي لكل عبارة = ((١ × تكرار غير موافق بشدة) + (٢ × تكرار غير موافق) +

(٣ × تكرار محايد) (٢ × تكرار موافق) + (٣ × تكرار موافق بشدة) / عدد أفراد العينة.
وللحصول على نتائج تطبيق تم معالجة البيانات على النحو الآتي:

حساب كا ٢ ذات الخمس خلايا لمعرفة الفروق بين استجابات العينة على كل عبارة على حدة، من حيث درجة وجودها ويستخدم اختبار مربع كاي (كا ٢) Person Chi Square للمقارنة بين التوزيع التكراري التجريبي لإحدى العينات والتوزيع التكراري المتوقع، (٣) أو بعبارة أخرى التحقق مما إذا كانت هناك فروق ذات دلالة إحصائية بين التكرارات الملاحظة لعدد أفراد أو استجابات العينة في أقسام المتغير والتكرارات المتوقعة (٤)، أو من حيث درجة موافقة أفراد العينة عليها (٥): مع ضرورة الأخذ في الاعتبار عند استخدام اختبار مربع كاي (كا ٢) مراعاة أن لا يقل التكرار المتوقع لأي خلية من خلايا جدول الاقتران عن (٥). وعندما يقل التكرار المتوقع عن (٥) تضم بعض صفوف الجدول أو بعض أعمدته إلى بعضها البعض حتى يزيد تكرارها المتوقع عن (٥) أو يساويه. (٦)

واستخدم هذا الأسلوب في الدراسة للكشف عن تباين الفروق بين المجموعات. (٧)

اختبار التاء للفروق بين متوسطين غير معتمدين Independent Sample T Test

يستخدم اختبار التاء لقياس الفروق بين متوسطي مجموعتين غير معتمدين ويسمى أيضا اختبار Student والذي صممه William Sealy Gosset في العام ١٩٠٨، وقد استخدم الباحث هذا الاختبار في المقارنة بين متوسطي النوع (ذكور - إناث) في الاستجابة على مجموع المحاور نظرا لكونه متغير ثنائي ومجموع الاستبانة، وذلك بهدف قياس الفروق بصورة إجمالية، ثم يتبع ذلك التحليلات التفصيلية على العبارات باستخدام اختبار مربع كاي. ونشير هنا إلى التعليق على العبارات سوف يسير على النحو الآتي:

- دراسة التكرار للعبارة في مقياس ليكرت الثلاثي.
- دراسة النسبة المئوية للتكرار، حيث يتم الكشف عن أقل تكرارات ليكرت وأكبرها.
- دراسة المتوسط الحسابي للتكرارات أو ما يسمى بالوزن النسبي ومن خلاله يمكن الحكم على العبارة في مجملها «طبقا للجدول السابق في البند السابق».
- دراسة الانحراف المعياري لتحديد مدى تشتت استجابة أفراد العينة عن متوسطها الحسابي.
- هذا إضافة إلى التحليل الإحصائي الاستدلالي البارامتري Parametric statistics نظرا لان عدد العينة يزيد عن ٢٥ أو ٣٠ فردا مما يعنى ميل توزيع العينة في إجمالها^٨ إلى التوزيع الطبيعي. وباعتبار أن المتغيرات الأولية للاستبانة «متغيرات مستقلة» وأن الاستجابة «متغيرات تابعة» يمكن باستخدام اختبار مربع كاي للفروق بين التكرارات.

التعريفات الإجرائية للدراسة

مفهوم «إذاعات الإنترنت»

إذاعات الإنترنت أو «راديو الإنترنت» أو «إذاعة الشبكة» أو «راديو نت» هي اصطلاحات تشير إلى استخدام الشبكة العنكبوتية «الإنترنت» في تقديم الخدمات الإذاعية تقنياً، ومن مميزات إذاعات الشبكة (الإنترنت) انخفاض تكلفة إدارة الخدمة الإذاعية وتشغيلها، وإمكانية وصولها إلى أي مستمع يستخدم الشبكة في أي مكان في العالم.

والإذاعة الرقمية هي كل إذاعة تبث إرسالها بواسطة التكنولوجيا الرقمية الحديثة، والتي تعمل وفق نظام صفر واحد؛ لتحويل الإشارة الصوتية من الطبيعة الكهربائية إلى الرقمية في بث صوت ذي جودة عالية (Digital Audio Broadcasting) (DAB)، ويعتمد البث الإذاعي الرقمي على التكنولوجيا الحديثة؛ حيث يتم بث الصوت بدرجة نقاء عالية، وتمنح هذه التكنولوجيا أيضاً فرصة نقل وبث النصوص والمعلومات بسرعة كبيرة ومن موقع الحدث.^(٩)

مفهوم «الإبداع»:

يعرّف الإبداع في اللغة بعدة دلالات، بدع الشيء يبدعه بدعا: أنشأه وبدأه، والبديع: الشيء الذي يكون أولاً، وأبدعت الشيء اخترعته على غير مثال سابق.^(١٠)

ومن هذه المعاني اللغوية يتبين أن الإبداع هو الاختراع والابتكار على وجه لم يسبق إليه أحد، ومنه قوله تعالى «بَدِيعُ السَّمَاوَاتِ وَالْأَرْضِ» [البقرة: ١١٧]، ومن خلال هذا التحديد اللغوي يمكننا أن نشق منه تعريفاً للإبداع فهو: تنشئة الأجيال وإعدادهم على نحو يستطيعون في مجال تخصصاتهم الإيجاد والابتكار والإتقان والتحسين.^(١١)

الإطار النظري للدراسة

المحور الأول: ملامح تاريخي عن إذاعات الإنترنت

بدأ ظهور إذاعات الإنترنت في التسعينيات من القرن الماضي على يد الأمريكي Carl Malamud في عام ١٩٩٣ الذي قام بإنشاء محطة Internet Talk Radio في ولاية كاليفورنيا في الولايات المتحدة الأمريكية، وكانت عبارة عن محطة إذاعية لخدمة المجتمع تبث برامجها في فترة محدودة من اليوم^(١٢) وتعتبر محطة، Radio KJHL التي أقامتها جامعة Kansas في الولايات المتحدة الأمريكية أول محطة إذاعية عبر الإنترنت تبث برامجها طوال اليوم من دون توقف.^(١٣)

وقد أشارت شبكة BRS Media, Inc الأمريكية في عام ٢٠٠٢ إلى وجود ١٠ آلاف

محطة إذاعية على شبكة الإنترنت^(١٤). وقد توالى إنشاء العديد من المحطات الإذاعية عبر الإنترنت، ما أدى إلى ظهور العديد من التقنيات التي لازمتها مثل MP3 players و HD و satellite radio التي ميزت إذاعات الإنترنت عن الإذاعات التقليدية.^(١٥)

ويوجد نوعان من راديو الإنترنت: **أولهما**: المحطات الإذاعية التقليدية التي لها محطات على شبكة الإنترنت radio online التي تخضع لقوانين البث الإذاعي من حيث ضرورة حصولها على ترخيص من الجهات المسؤولة عن البث الإذاعي، ويسمعا الجمهور التقليدي للإذاعات نفسها على موجات الراديو العادية، وتتميز بأنها أكثر تحفظاً في معالجتها للموضوعات والقضايا المختلفة^(١٦)، **وثانيهما**: المحطات الإذاعية التي ليس لها محطات إذاعية تقليدية، و net-only radio وتعتمد على الإنترنت في بث موادها الإذاعية، ولا تحتاج إلى ترخيص من الجهات المسؤولة عن البث الإذاعي.^(١٧)

بداية ظهور إذاعات الإنترنت في الوطن العربي:

تعد «إذاعة عمان. نت» هي أول إذاعة إلكترونية عربية على الإنترنت في المنطقة العربية كلها، ثم تبعتها ظهور إذاعات الإنترنت في ومصر وتونس بالتزامن معا وكانت في البداية موسمية ذات بث متقطع لم يسمح لها بالانتشار والشهرة، إلى حدود ٢١ مارس ٢٠٠٥ تاريخ بعث إذاعة تونس بلادي التي مازالت تبث إلى اليوم إلى جانب مجموعة من الإذاعات التي جاءت بعدها. ويتمثل السبب الرئيسي لبعث إذاعة تونس بلادي في أن صاحبها فوزي عبد الكافي المقيم في كندا أَرادها وسيلة للتواصل مع عائلته المقيمة في تونس، وليس هذا سوى مثال عن الدوافع الشخصية لتأسيس إذاعات الإنترنت، فهي لا تأتي استجابة لحاجات ورغبات الجمهور وإنما استجابة للطلبات الشخصية لمؤسسيها أو العاملين بها.^(١٨)

إذاعات الإنترنت.. ما لها وما عليها

في استبيان أجرته إحدى الدراسات حول فوائد إذاعات الإنترنت، كانت الإجابات كالتالي:

- ١- تساعد إذاعات الإنترنت على زيادة المعلومات الثقافية.
- ٢- تتيح إذاعات الإنترنت التواصل مع الآخرين من دون قيود.
- ٣- تتيح إذاعات الإنترنت فرصة المشاركة وتبادل الآراء مع أشخاص لديهم الميول والاهتمامات نفسها.
- ٤- تتيح إذاعات الإنترنت المشاركة في الأعمال المجتمعية والمدنية في المجتمع الذي أعيش فيه.
- ٥- تساعد إذاعات الإنترنت في التعرف على الفرص الوظيفية التي تناسب تخصصي في مختلف المؤسسات.
- ٦- تتسم العلاقات الموجودة على إذاعات الإنترنت بالودية أكثر من تلك الموجودة في الواقع

الحقيقي.

- ٧- تسمح إذاعات الإنترنت بإرسال رسائل قصيرة سريعة للآخرين والحصول على آرائهم.
- ٨- تسمح إذاعات الإنترنت بتقصص دور الشخصيات الغنائية وتقليدها.
- ٩- تخلق الإذاعات جواً من الألفة في أثناء الاستماع مع الآخرين.
- ١٠- تنشر إذاعات الإنترنت الوقائع التي يحاول الإعلام إخفاءها أو لا يستطيع الوصول إليها.
- ١١- تتيح إذاعات الإنترنت التعاطف الانساني نحو بعض الفئات في المجتمع.
- ١٢- تشعر مستخدمها بالارتباط بأحدث مستجدات العصر.
- ١٣- تساعد مستخدمها على متابعة أخبار النجوم والمشاهير.
- ١٤- تساعد في الحصول على المعلومات عن الأحداث والقضايا كافة في المجتمع.
- ١٥- تساهم في التسلية والترفيه.^(١٩)

كما أظهرت آراء المختصين توقعات إيجابية بشأن مستقبل الإنترنت، ونستعرض بعض آرائهم كالآتي:

يقول «إياد صالح مخرج بالإذاعة التابعة للموقع الالكتروني «إسلام أون لاين»، إن «الإنترنت هو المستقبل، وكل وسائل الإعلام المقروءة والمسموعة وحتى المرئية تلهت بسبب سرعة إيقاع العمل الإعلامي الذي فرضه ظهور الإنترنت».

ويضيف «العنصر المهم الذي ساعد على انتشار وزيادة الإقبال على إذاعات الإنترنت هو سهولة تشغيلها في أي مكان، فيكفي أن تدخل على موقع الإذاعة وأنت في العمل لتستمع إلى البرامج، من دون أن يعطلك هذا عن شيء».^(٢٠)

أما الدكتور صفوت العالم أستاذ الإعلام بجامعة القاهرة فيعتبر أن انتشار إذاعات الإنترنت هو استكمال للتطور الإعلامي وعادات الاستماع والمتابعة لوسائل الإعلام الجديدة. ورأى العالم أن وسائل الإعلام الجديدة ساعدت على التدفق المعلوماتي بحرية أكثر من وسائل الإعلام الرسمية أو الحكومية، وقال: «عادة ما يعمد القائمون على إدارة هذه الوسائل إلى توصيل رسائل ومضامين إعلامية تعبر عن آراء وقناعات لديهم، بحرية تامة، وبعيدا عن أي شكل من أشكال الرقابة»^(٢١).

* المخاوف من إذاعات الإنترنت:

(١) مخاوف من الفوضى الإعلامية:

يرى خبراء إعلاميون أن هذه التجارب التي انتشرت في السنوات الأخيرة في إنشاء العديد من محطات الإذاعة على الإنترنت، تتسم بشكل عام بالانتقائية وسرعة الإعداد والانطلاق والتوقف عن البث في كثير من الأحيان. وتفتقد بعض هذه الإذاعات الاحترافية والالتزام بالحد

الأدنى من المعايير المهنية. (٢٢)

(٢) مخاوف من مخاطر العزلة الاجتماعية

يؤدي الإفراط في استخدام الإنترنت إلى البعد عن العالم المحيط، الأمر الذي يؤدي إلى فقدان الأصدقاء، كما أن الاعتماد عليه في كل شيء يحدث سوءًا في التواصل بين الأشخاص، علمًا أن التواصل المباشر يعتبر أفضل وسيلة للتواصل الاجتماعي مع الآخرين، كما أن الاستمرار في استخدامه يؤدي إلى التفكك الأسري.

(٣) مخاوف من تعرض المستخدم إلى المواد الإباحية والعنف

يعتبر الإنترنت من أكثر الوسائل الحديثة خطرًا على الأطفال، علمًا أن الوصول إليه أصبح سهلًا، وغير مقيد بشروط أو أسس للتعامل معه، الأمر الذي يزيد من احتمالية دخول الأطفال إلى المواقع الإباحية المخلة بأخلاقهم، وبالتالي التأثير على قيمهم التي تربوا عليها، كما من الممكن دخولهم إلى مواقع تعرض مشاهد عنيفة، الأمر الذي يؤثر على المجتمع بشكل غير مباشر كونهم هم لبنة هذا المجتمع، وأساس بنائه. (٢٣)

(٤) مخاوف من الإدمان:

يؤدي الإفراط في استخدام الإنترنت إلى الإصابة بالإدمان عليه، الأمر الذي يؤثر على مجرى حياة الشخص، كونه يصبح غير قادر على الابتعاد عن الإنترنت، ولا يتخيل حياته من دونه، كما لا بد من الإشارة إلى أن ذلك يؤثر على الإنتاجية العامة للأشخاص، وبالتالي يؤثر على تقدم المجتمع وتطوره. (٢٤)

(٥) مخاوف من ضياع الثقافة المحلية:

يؤدي الانفتاح على العالم الخارجي إلى دخول ثقافات أخرى تؤثر على الثقافة المحلية للمجتمعات، خاصة إذا كانوا ذوي ثقافة ووعي محدودين، علمًا أن بعض هذه الثقافات قد تكون غير مناسبة، وتشكل تهديدًا للأمن الاجتماعي، وتؤثر بعض مواقع التواصل الاجتماعي على الأفراد تأثيرًا سلبيًا، علمًا أنها تستهدف فئة الشباب على وجه الخصوص، حيث يتم تجنيدهم ضد المصلحة العامة لبلدانهم الأمر الذي يؤثر على قوة هذه البلدان، ويعرضها للخطر. (٢٥)

المحور الثاني: إذاعات الإنترنت وتأثيرها على الشباب

كيفية تأثير إذاعات الإنترنت على جماهيرها:

الكلمة المعبرة والواضحة تعتبر من أهم عناصر العمل الإذاعي؛ لذا يلجأ معدو البرامج في إذاعات الإنترنت إلى استخدام الأساليب الإبداعية والإقناعية للتأثير على جماهيرها من الشباب ومختلف الفئات.

وهناك عوامل متعددة تؤثر على إبداعية وفعالية وسائل الإعلام وقدرتها على التأثير

والتغيير وقيادة المجتمعات، وهذه العوامل يمكن التعبير عنها بالتغيرات التالية:

١- **متغيرات البيئة:** وهي كافة الظروف السياسية والاقتصادية والاجتماعية، وهي قد تكون مساعدة لوسائل الإعلام على إحداث التأثير والتغيير، أو تكون عوامل تضعف فعالية وسائل الإعلام.

٢- **متغيرات الوسيلة:** وهي العوامل المتعلقة بوسائل الإعلام ومصداقيتها، وتنوعها، وشمولها، وتجانسها، وهل هي متشابهة ومتسقة أم لديها تنوع وتعددية إعلامية.

٣- **متغيرات المحتوى:** يلعب المحتوى وقدرته على الاستمالة، والإقناع، والتنوع، والتكرار، والجاذبية، وإشباع حاجات المتلقي، دورًا مهمًا في فعالية تأثير وسائل الإعلام.

٤- **متغيرات الجمهور:** متغيرات الجمهور لها دلالة كبيرة في فعالية تأثير وسائل الإعلام، حيث يختلف الأفراد في خبراتهم، وثقافتهم، وتعرضهم الانتقائي لوسائل الإعلام، وقابليتهم للتأثر، بل إنه أحيانًا يستجيب الشخص الواحد بشكل مختلف لنفس المحتوى وفقًا لظروفه الصحية أو النفسية أو الاجتماعية.

٥- **متغيرات التفاعل:** إن آلية التفاعل وطريقته وهل هو جماعي أم فردي، كل ذلك يحدد مدى فعالية تأثير وسائل الإعلام. (٢٦)

ما هي مجالات تأثير إذاعات الإنترنت؟

هناك مجالات عديدة ركزت عليها البحوث الإعلامية لتأثير وسائل الإعلام، وهي على النحو الآتي:

١- تغيير الموقف أو الاتجاه:

وهو من أبرز وأوضح مظاهر تأثير إذاعات الإنترنت، حيث يقصد بالموقف رؤية الإنسان لقضية ما، أو لشخص ما، أو لقيمة، أو لسلك، وشعور الإنسان تجاه هذا الشيء، إما سلبيًا أو إيجابًا، رفضًا أو قبولًا، حبًا أو كراهية، عداً أو مودة، وذلك بناءً على (المعلومات التي تتوافر للإنسان)، ووسائل الإعلام عادةً هي التي تزودنا بالمعلومات أو بالجزء الأعظم منها، وبالتالي فإن إذاعات الإنترنت تؤثر على فهمنا، ومواقفنا، وحكمنا على الأشياء.

٢- التغيير المعرفي:

وهي درجة متقدمة من تأثير إذاعات الإنترنت، حيث تؤثر إذاعات الإنترنت في التكوين المعرفي للأفراد من خلال عملية التعرض طويلة المدى لإذاعات الإنترنت كمصادر للمعلومات، فنقوم باجتثاث الأصول المعرفية القائمة لقضية أو لمجموعة قضايا لدى الأفراد، وإحلال أصول معرفية جديدة بدلاً منها.

٣- تغيير القيم عبر التنشئة الاجتماعية:

مع التوسع الهائل لوسائل الإعلام تضاعف دور مؤسسات التنشئة الأساسية كالبیت والمدرسة، وأصبحت وسائل الإعلام صاحبة الدور الأكبر المسيطر في عملية التنشئة الاجتماعية، وكثيراً مما نسمعه أو نقرؤه أو نشاهده في وسائل الإعلام لا يخلو من هدف، ويعبر عن ذلك علمياً بأنه مشحون بالقيم (Value Loaded) فالرسالة الإعلامية سواءً كانت في شكل خبر أو فكاهاة أو برنامج وثائقي فإنها تستطيع أن تعمل على إزالة قيمة من القيم وتثبيت أخرى محلها، أو ترسيخ شيء قائم والتصدي لآخر قادم، وهذا بالضبط هو مفهوم التنشئة الاجتماعية في أبسط صورها، وهذا ما تسعى إليه إذاعات الإنترنت.

٤- تغيير السلوك:

لا يمكن التحكم في السلوك البشري من خلال عامل واحد فقط، وإنما يحدث نتيجة عوامل متعددة، وقد يكون تغيير السلوك البشري نتيجة تغيير في الموقف والاتجاه، أو نتيجة تغيير معرفي عميق، أو نتيجة تنشئة اجتماعية طويلة الأمد، أو قد يكون السلوك ناشئاً عن مؤثرات وقتية بسيطة مثل تغيير السلوك الشرائي، والإقبال على ألوان أو نوعيات معينة من الملابس، ومهما كانت أسباب تغيير السلوك فإن لوسائل الإعلام ومنها إذاعات الإنترنت دور ما، يزيد أو ينقص، في إحداث التغيير والتأثير بشكل عام، وذلك حسب متغيرات البيئة، والمحتوى، والوسيلة، والجمهور والتفاعل. (٢٧)

من أساليب إذاعات الإنترنت في إحداث التأثير:

أظهرت دراسات ونظريات وأبحاث الاتصال الجماهيري على مدى عشرات السنين أن هناك أساليب محددة تمارس فيها وسائل الإعلام سلطتها في إحداث التأثير، طبقاً لهذه النظريات التي تستند إليها هذه الأساليب ومنها ما يأتي:

أولاً: حارس البوابة الإعلامي (GATE-KEEPER) :

ويعني مفهوم «حراسة البوابة» السيطرة على مكان استراتيجي في سلسلة الاتصال بحيث يصبح لحارس البوابة سلطة اتخاذ القرار فيما سيمر من خلال بوابته، وكيف سيمر، حتى يصل في النهاية إلى الجمهور المستهدف. ويحدث هذا الأسلوب بالشكل الآتي:

هناك رحلة تقطعها المادة الإعلامية حتى تصل إلى الجمهور المستهدف. على طول الرحلة توجد نقاط أو (بوابات) يتم فيها اتخاذ قرارات بما يدخل وما يخرج. في كل بوابة هناك سلطة لفرد أو لعدة أفراد لتقرير ما إذا كانت المادة الإعلامية ستمر أم لا؟ وإذا كانت ستنقل بنفس الشكل أو بعد إدخال تعديلات عليها.

العوامل التي توجه قرار حارس البوابة الإعلامية:

- أهداف ملاك الوسيلة الإعلامية، الذين يقومون بتمويلها.
- متطلبات المعلنين وشروطهم، وطرق إرضائهم.
- معايير الجمهور وتوقعات ردود فعلهم.
- المعايير المهنية، وسياسة الوسيلة الإعلامية.
- ضوابط الأنظمة والقوانين.
- معايير المجتمع وقيمه وثقافته وتقاليد، حسب أهميتها وأولويتها لدى مالك الوسيلة.
- المعايير الذاتية، والسمات الشخصية، والدوافع والميول والاتجاهات، لدى الشخص الذي يقوم بمهمة «حراسة البوابة»، وتختلف هذه العوامل بحسب قوتها وترتيبها من وسيلة إلى أخرى. (٢٨)

ثانياً: وضع الأجندة وترتيب الأولويات (AGENDA-SETTING):

ويمكن توضيح هذا الأسلوب بالنقاط التالية:

وسائل الإعلام بصفة عامة، وإذاعات الإنترنت بصفة خاصة، لا تستطيع تقديم جميع الموضوعات، وجميع القضايا، وجميع الأحداث، وجميع المشكلات التي تقع في المجتمع، وبناء عليه يختار القائمون على إذاعات الإنترنت ووسائل الإعلام بعض الموضوعات والقضايا، التي يتم التركيز عليها بشدة، والتحكم في طبيعتها ومحتواها، هذه الموضوعات تبدأ في إثارة اهتمامات الناس تدريجياً، وتجعلهم يدركونها، ويفكرون فيها، ويقلقون بشأنها، وبالتالي تمثل لدى الجماهير أهمية أكبر نسبياً من الموضوعات الأخرى التي لا تطرحها وسائل الإعلام، لذلك يقال: إن وسائل الإعلام لا تتجح دائماً في إبلاغ الجماهير كيف يفكرون؟، ولكنها تتجح في إبلاغهم عما يجب أن يفكروا فيه.

• من العوامل المؤثرة في ترتيب الأجندة وترتيب الأولويات:

- ١- طبيعة القضايا: ترتيب الأولويات يحقق نتائج قوية مع القضايا غير الملموسة للجمهور، بحيث تصبح تلك القضايا ملموسة بعد فترة من التغطية الإعلامية المتكررة.
- ٢- أهمية القضايا: ترتيب الأولويات ينجح مع القضايا التي تسبب التهديد والخوف مثل التلوث والإيدز، أكثر من القضايا التي لا تسبب تهديداً مباشراً مثل الإجهاض.
- ٣- توقيت إثارة القضايا: ترتيب الأولويات ينجح بشكل كبير باختيار التوقيت الدقيق لإثارة القضايا، واستغلال الفرص والظروف المناسبة لذلك.
- ٤- نوع الوسيلة المستخدمة: ترتيب الأولويات في التلفزيون يحقق نتائج فعالة على المدى

القصير، أما في الصحف فهو يحقق تأثيرات أقوى على المدى البعيد.^(٢٩)

ثالثاً: التأثير التراكمي طويل الأمد (LONG-TERM EFFECT):

تستخدم وسائل الإعلام في العالم سلطتها لإحداث التأثير التراكمي طويل الأمد على النحو الآتي:

- تبدأ مجموعة من وسائل الإعلام في تركيز اهتمامها على نقل رسائل حول موضوع محدد (مشكلة - موقف - قضية).
 - على مدى فترة ممتدة من الزمن تستمر وسائل الإعلام في نشر أو إذاعة رسائلها حول الموضوع بشكل دائم ومنظم ومتكامل فيما بينها.
 - يبدأ أفراد الجمهور في الاهتمام بهذه الرسائل، وتدرجياً يبدأ المجتمع المكون من هؤلاء الأفراد في تكوين فهمه العام والمتشابه للموضوع، والمستمد من مضامين وسائل الإعلام التي تضمنتها رسائل هذه الوسائل.
 - مع زيادة طرح الوسائل الإعلامية للموضوع يتكون فهم عام مشترك حوله، وبالتالي يتم تشكيل أو إعادة تشكيل المعاني والمعتقدات والاتجاهات، التي تعمل كمرشد لسلوك جمهور وسائل الإعلام.
 - وعلى هذا فإن التغييرات التي حدثت نتيجة التعرض لوسائل الإعلام لدى الأفراد تتراكم، ويتولد عنها ببطء معتقدات واتجاهات جديدة، تؤدي إلى تغيير واضح في أنماط السلوك المرتبط بالموضوع.
 - تحدث مثل هذه التغييرات طويلة الأمد على مستوى مجتمع بذاته، أو على مستوى ثقافة إقليمية معينة، أو على مستوى عالمي.
- ويلاحظ في هذا الأسلوب ما يأتي:

- ١- إن وجود التعددية الإعلامية وتنوع الوسائل واختلافها فيما بينها وتضارب مصالحها أحياناً، فهذا كله لا يلغي وجود توافق ضمني بين «بعض» الوسائل، حول «بعض» القضايا والمواقف والاتجاهات، يحدث فيها التأثير التراكمي طويل الأمد.
- ٢- لقد ساهمت الثورة الرقمية والإعلام الجديد في كسر احتكار مؤسسات الإعلام التقليدية، والتقليل بصورة ما من سلطتها، وإضعاف تأثيرها نسبياً على المجتمعات والثقافات المختلفة^(٣٠)

لغة الإقناع في إذاعات الإنترنت:

هي رسائل مخططة عمداً تقدم للجماهير وسائل إقناعية تستخدم ترتيب الذروة أو تأثير النهاية لاستنباط سلوكيات معينة من جانب الجماهير بهدف التعديل الواقعي للسلوك.^(٣١)

وتعتمد اللغة الإقناعية في إذاعات الإنترنت على ثلاثة جوانب:

١- الاستمالات المستخدمة في اللغة الإقناعية.

٢- أساليب اللغة الإقناعية المستخدمة.

٣- استراتيجيات لغة الإقناع المستخدمة.

أولاً: الاستمالات المستخدمة في اللغة الإقناعية في إذاعات الإنترنت:

١- الاستمالات العاطفية Emotional Appeals:

وتعتمد الاستمالات العاطفية على ما يأتي:

١- استخدام الشعارات والرموز: تشير الشعارات إلى العبارات التي يطلقها القائم بالاتصال

لتلخص هدفه في صيغة واضحة ومؤثرة بشكل يسهل حفظها وترديدها، وتصبح مشحونة بمؤثرات عاطفية تثار في كل مرة تستخدم فيها، وتستخدم الشعارات الكلمات البراقة Clittering Wrds التي تحظى باحترام المتلقي دون أن تحدد المعنى الدقيق لها.

٢- استخدام الأساليب اللغوية: مثل التشبيه والاستعارة والكناية وكل الأساليب التي من شأنها تقريب المعنى وتجسيد وجهة نظر القائم بالإعلام.

٣- دلالات الألفاظ: هي أساليب تحريف المعنى اعتماداً على الألفاظ المستخدمة، ويمكن تطبيق ذلك باستخدام كلمة أو صفة أو فعل تكون محملة بمشاعر معينة، قد تكون سلبية تضفي نوعاً من الرفض على الاسم أو الفاعل المصاحب لها مثل: ادعى - زعم - اعترف أو تكون إيجابية مثل: المعتدل - النشط.

٤- صيغ أفعال التفضيل: وذلك لاستخدامها لترجيح فكرة معينة أو مفهوم ما دون التدلليل على هذا الترجيح.

٥- الاستشهاد بمصادر: وهي تستغل في ذلك حب التشبه بمن هو أكثر شهرة أو شهرة أو أعلى سلطة أو من يحظى بمصداقية عالية من جانب المتلقي.

٦- عرض الرأي على أنه حقيقة: وذلك على الرغم من عدم الاتفاق أو الإجماع عليها مثل عبارات: لا شك، أو في الحقيقة.

٧- معاني التوكيد: العبارات التي تستخدم لتأكيد المعنى مثل: مجدداً، بشدة، بقوة.

٨- استخدام غريزة القطيع: يقصد بها استغلال الضغط الذي يجعلنا نتوافق مع الجماعة المرجعية التي ننتهي إليها ويطلق عليها «لوبون» العدوى النفسية. (٣٢)

٢- الاستمالات العقلانية Ration Appeals :

تعتمد على مخاطبة عقل المتلقي وتقديم الحجج والشواهد المنطقية وتقنييد الآراء المضادة بعد

مناقشتها وإظهار جوانبها المختلفة، وتستخدم في ذلك:

١- الاستشهاد بالمعلومات والأحداث الواقعية.

٢- تقديم الأرقام والإحصاءات.

٣- بناء النتائج على مقدمات.

٤- تفنيد وجهة النظر الأخرى. (٣٣)

٣- استمالات التخويف:

يشير هذا المصطلح إلى النتائج غير المرغوب فيها، وجعل المتلقي يستجيب في الحالتين:

١- شدة الإثارة العاطفية تشكل حافزا لدى المتلقي.

٢- توقعات الفرد بإمكان تجنب الأخطار.

ثانيا: أساليب اللغة الإقناعية المستخدمة في إذاعات الإنترنت:

١- وضوح الأهداف مقابل استنتاجها ضمنيا.

٢- تقديم رسالة إذاعات الإنترنت لأدلة وشواهد.

٣- عرض جانب واحد من الموضوع مقابل عرض الجانبين المؤيد والمعارض.

٤- ترتيب الحجج الإقناعية داخل رسالة إذاعات الإنترنت.

٥- استخدام الاتجاهات أو الاختيارات الموجودة لدى الجمهور.

٦- تأثير رأي الأغلبية.

٧- تأثير تراكم التعرض والتكرار. (٣٤)

ثالثا: استراتيجيات لغة الإقناع المستخدمة في إذاعات الإنترنت:

تعتمد الرسالة الإعلامية من حيث صياغة مضمونها على ما يسمى بالمغريات أو الميول أو الدوافع أو الرغبات أو الحاجات أو الأوتار، بحيث يخاطب الجمهور المستهدف معتمداً على المنطق أو العاطفة أو كليهما، من خلال استخدام نوعيات محددة من الأوتار الإقناعية وذلك على النحو الآتي:

١- استراتيجية الحاجة للطعام والشراب: ويتم استخدامها لترويج السلع والخدمات الغذائية المقدمة في إعلانات هذه الإذاعات.

٢- استراتيجية حب الاقتصاد والحصول على المكسب: ويسمى أيضاً «وتر السعر والقيمة» حيث يركز على إعطاء المشتري عائد يفوق ما دفعه عند شراء السلعة، من خلال التخفيضات، والأسعار المغرية، والمسابقات، والجوائز والهدايا.

٣- استراتيجية الميل إلى المحاكاة: وتكون المحاكاة غالباً للمشهورين، وهذا يؤدي مثلاً إلى

- أن ظهور أحد المشهورين يتناول قضية أو موقف ما سيقود ذلك الجمهور المستهدف إلى استحضر صورة النجم عند تناول القضية نفسها أو الموقف نفسه.
- ٤- استراتيجية الرغبة في الاقتناء والتملك: وهي من الأوتار المهمة التي تمثل غريزة موجودة لدى البشر.
- ٥- استراتيجية الرغبة في الراحة وبذل أقل مجهود ممكن: وهنا يلجأ المعلنون إلى العبارات والكلمات التي تؤكد على راحة الجمهور المستهدف.
- ٦- استراتيجية الميل إلى التميز وحب التظاهر: وذلك بالتأكيد على جودة ما يقدم في إذاعات الإنترنت.
- ٧- استراتيجية الحاجة إلى الصحة والجمال: وتستخدم في المنتجات والخدمات الصحية والتجميلية.
- ٨- استراتيجية التخويف والحاجة إلى الأمن: يتم التركيز على النتائج السلبية المترتبة على عدم استخدام ما تدعو إليه إذاعات الإنترنت.
- ٩- استراتيجية عاطفة الأمومة والأبوة: وهو عامل نفسي مهم ويؤثر في بناء الرسالة الإقناعية التي تخص الطفل.
- ١٠- استراتيجية الحاجة إلى لفت نظر الآخرين والاستحواذ على إعجابهم.
- ١١- استراتيجية بناء المعنى (الصور الذهنية).
- ١٢- الاستراتيجية الاجتماعية الثقافية.
- ١٣- استراتيجية الإقناع السيكودينامية.
- وأخيراً فعلى الرغم من الجهود الكثيرة التي بذلت لوضع أسس لنظرية استراتيجيات الإقناع، إلا أنها مازالت في حاجة إلى مزيد من الدراسات والتجارب^(٣٥).

المحور الثالث: إذاعات الإنترنت وعلاقتها بالقدرات الإبداعية لدى الشباب

مفهوم الإبداع

يعرّف الإبداع في اللغة بعدة دلالات، بدع الشيء يبدعه بدعا: انشأه وبدأه، والبديع: الشيء الذي يكون أولاً، وأبدعت الشيء اخترعته على غير مثال سابق.

ومن هذه المعاني اللغوية يتبين أن الإبداع هو الاختراع والابتكار على وجه لم يسبق إليه أحد، ومنه قوله تعالى «بَدِيعُ السَّمَاوَاتِ وَالْأَرْضِ» [البقرة: ١١٧]. ومن خلال هذا التحديد اللغوي يمكننا أن نشق منه تعريفاً للإبداع فهو: تنشئة الأجيال وإعدادهم على نحو يستطيعون في مجال تخصصاتهم الإيجاد والابتكار والإتقان والتحسين^(٣٦).

مراحل الإبداع

- ١- **مرحلة الإعداد والتحضير:** وفيها يقوم المبدع بتحديد المشكلة والتفكير بحلول لها وهي مرحلة فيها معاناة شاقة وطويلة وصبر وتأني.
- ٢- **مرحلة الحضانة والكمون:** في هذه المرحلة يبدو الشخص كما لو أنه نسي المشكلة بعد ما أعياه التعب والتفكير والبحث العلمي، لكن المشكلة تكون في أعماقه يعمل على تمحيصها وإعادة ترتيبها وبلورتها حتى تصل إلى النضج الكافي.
- ٣- **مرحلة الإلهام أو الإشراف:** تأتي هذه المرحلة عندما يثب الحل إلى ذهن المبدع بعدما وصل إلى النضج الكافي.
- ٤- **مرحلة التقويم:** بعدما يكون المبدع قد توصل إلى مرحلة الإشراف يحتاج الحل إلى إعادة النظر والصفل والترتيب والتهديب ليصبح في صورته المرضية.^(٣٧)

العوامل المؤثرة في الإبداع

هناك عوامل عدة تؤثر في الإبداع أهمها:

- ١- **العوامل الوراثية:** أظهرت دراسة الأنساب أن الأسر المعروفة بذكاء أفرادها غالبا ماينتمون إلى آباء وأمهات أذكيا جدا، في دراسة لجولتون أكدت على أن للعظماء في العادة أقارب عظماء من آباء وأجداد وأبناء وغير ذلك، وأظهرت دراسات أخرى بعض الأطفال الذين قد تم تبنيهم أنهم يماثلون في ذكائهم آباءهم وأمهاتهم الذين أنجبوهم -بانتقال الصفات الوراثية- أكثر من والديهم الذين تبنوهم. ودلت بعض التجارب على أن تحسين بيئة ضعاف العقول والأغبياء جدا لا يغير من نسبة ذكائهم ولا يمكن أن نجعل من الغبي ذكيا مهما تحسنت الظروف، وإن كان هناك من يرى أنه ليس هناك من هو ذكي مطلقا وغبي مطلقا.^(٣٨)
- ٢- **العوامل البيئية:** أظهرت بعض الدراسات أن الحرمان الحسي والعاطفي يخفض من قابلية الفرد الذهنية، وعلى العكس من ذلك فتوفير الظروف المناسبة والمريحة تحسن القابلية الذهنية للأفراد، وتشير هذه الأدلة إلى أن درجة الإعاقة مرتبطة إيجابيا بطول الفترة الزمنية التي يقضيها الطفل في البيئة الفقيرة، وتظهر الدراسات المعاكسة أن انتقال الفرد من بيئات ومجتمعات متشددة في قيمها وطرق تعاملها إلى بيئات جيدة يؤدي إلى زيادة وتعزيز النمو العقلي، كما يؤدي تحسين الفرص التربوية للأفراد إلى زيادة ذكائهم وتطوير قدراتهم العقلية.
- ٣- **السلامة النفسية:** التي تنتوي على مدى تقبل الأسرة والمجتمع للفرد من جهة وأفكاره الإبداعية من جهة أخرى دون أن يخاف من التعبير عن أفكاره المتباينة.
- ٤- **الحرية الفكرية:** التي تمكن الفرد المبدع من الوصول إلى المعرفة بطريقته الخاصة وزيادة

وعيه الذاتي واستقلاليته.

ما السمات العامة للشخص المبدع؟

الشخص المبدع يجب أن يتصف بسمات عدة من أهمها:

أ- **الحساسية:** لما كان التتميط الاجتماعي قد جعل بعض الصفات قاصرة على جنس واحد وعلى أشخاص معينين فهذه الصفة من حظ الإناث ولاحقاً للذكور بامتلاكها، وهكذا فإننا قتلنا الإبداع عند الطفل بعدم سماحنا له أن يتصف بهذه الصفة.

ب - **الاستقلالية:** فهذه الصفة ذكورية بحتة في أسرنا التقليدية، فان حاولت الفتاة الاعتماد على نفسها -في شراء شيء معين من السوق - والاستقلالية قيل لها أنت ولد أم بنت؟ هذه أعمال الرجال! والسؤال إن لم يكن هناك ذكور فهل سيتغاضون عن إصاق صفة الاستقلالية بالبنات أم سيحاولون أن ينجبوا ذكرا من أجل هذه المهمة!؟

ج- **الأصالة:** أي أن الشخص المبدع المتصف بهذه الصفة يمكنه أن يستحضر أفكار متميزة ويحقق شروطا معينة في موقف ما.

د- **الطلاقة:** وتنطوي على سرعة إنتاج الأفكار التي ترتبط بموقف ما وتستوفي شروطا معينة يحددها هذا الموقف.

هـ- **المرونة:** وهي القدرة على إنتاج أكبر عدد من البدائل أو الأفكار ذات الصلة بالمشكلة التي تستدعي هذه الأفكار وتفيد في حلها.

ن- **الانطلاق (الانفتاح الاجتماعي):** فالطفل بحاجة إلى التقبل، حيث يميل إلى الشعور بأنه مقبول ومرغوب به ممن حوله، ويهدد هذه الحاجة شعوره بأنه غير مرغوب فيه، في نفس الوقت يحتاج الطفل إلى الانتماء للآخرين والتفاعل معهم، وإن هُددت هذه الحاجة أيضا قد يهدد سلوكه الاجتماعي فيميل إلى الانطواء والوحدة، وتبين الدراسات أن تنشئة الأطفال في جو من الحنان وعلى أيدي آباء عطوفين لها أهمية عظمى في مساعدتهم على أن يشبوا على الشعور بالمسؤولية الاجتماعية، والانفتاح الاجتماعي عند الطفل دليل على سلامته النفسية وعدم تمرّكه حول ذاته وانطواءه على نفسه.

و - **الثقة بالنفس:** الايجابي هو الذي يثق بنفسه وقدراته، لذا علينا أن نعلّم شبابنا أنه يمكن أن يفعل كذا وكذا ونبعد قدر الإمكان عن الأمر والنهي والسخرية ونستخدم عبارات التشجيع، مثلا أنا على ثقة بأنك تستطيع أن تفعل أفضل من هذا، هيا جرب هذه المرة... وكما قلنا الإبداع هو ابتكار شيء غير مألوف وهنا يأتي دور الثقة بالنفس بأن يفعل الشاب الآراء التي يكون مقتنعا بها وإن خالفت آراء الوالدين والمعلمين والآخرين بدون خوف ولا أدنى تردد. (٣٩)

كيف يمكننا تعليم الإبداع لشبابنا السعودي من خلال إذاعات الإنترنت؟

هناك وسائل كثيرة ومختلفة لتعليم الإبداع نذكر بعضها وبإيجاز:

- إتاحة الفرص أمام الشباب للإسهام في حل مشكلاته الخاصة من خلال أطروحات يقدمها الشباب عبر إذاعات الإنترنت تمكنه من اعتماده على نفسه.
- تنمية خيال الشباب بطريقة سليمة عبر برامج إثرائية تبث من خلال إذاعات الإنترنت تساعد على الخيال المبدع والاكتشاف والابتكار، فالخيال الإنساني مسؤول عن كل الأعمال الابتكارية في حياة البشر (فالطيارة يوماً ما كانت خيالاً أو حلمًا)!
- إتاحة الفرص أمام الشباب للتجريب واكتشاف الأشياء واستطلاع البيئة المحيطة من رسم وفكّ وتركيب وما إلى غير ذلك من المحاولات الأولى التي ترضي شغفهم للإبداع والابتكار عبر إذاعات تكون خاصة بطلاب الجامعات.
- الاهتمام بالفروق الفردية بين طلاب الجامعات، ومن المهم أن نعمل على تنمية استعدادات الفرد وقدراته.
- إثارة اهتمام طلاب الجامعات بالمشكلات وإثارة حماسهم للبحث في هذه المشكلات والتماس الحلول المبتكرة.
- تنمية قدرة الشباب السعودي على الملاحظة الدقيقة.
- تدريب الشباب السعودي على الصبر والمثابرة وبذل الجهد المتصل، فالمبدعون يتميزون دائماً بالصبر والقدرة على تحمل العناء، اديسون الذي يضرب به المثل بالعبقريّة والإبداع وكثرة الاختراعات فهو الذي اخترع المصباح الكهربائي والصور المتحركة وبطارية السيارة وعدّاد النور والكثير الكثير، فكان صبره وتحملّه للعناء بلا حدود.
- تدريب الشباب السعودي من خلال إذاعات الإنترنت على التفكير الناقد الذي يربط الأسباب بالنتائج.
- تشجيع التعلم عن طريق الاكتشاف لاعن طريق الحفظ والتلقين وذلك من خلال برامج هادفة يتم بثها عبر إذاعات الإنترنت^(٤٠).

نتائج الدراسة الميدانية:

توزيع أفراد عينة الدراسة:

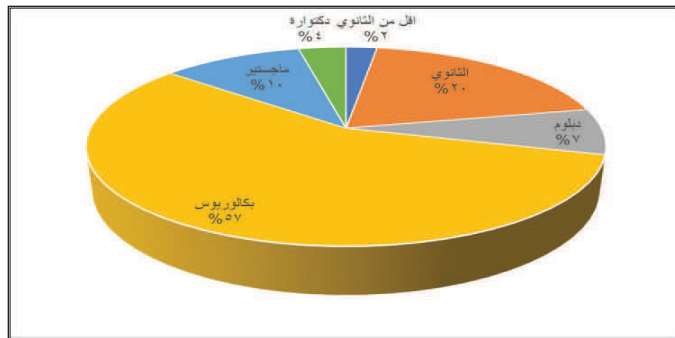
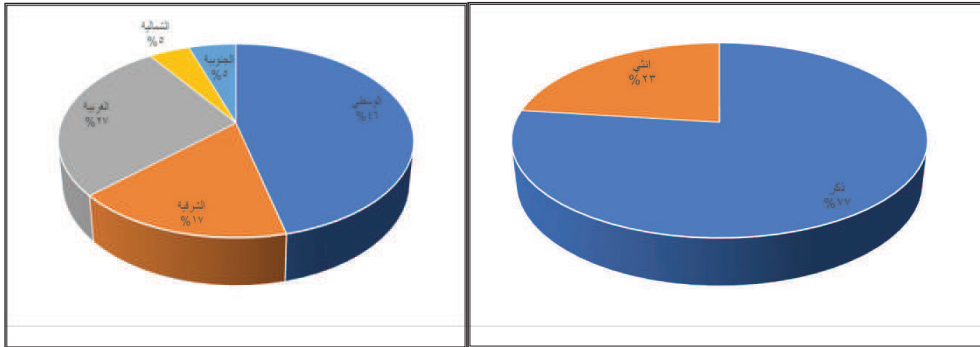
توزعت عينة الدراسة بحسب النوع توزيعاً عشوائياً بحيث تكون معبرة عن مجتمع الدراسة ويمكن وصف عينة الدراسة في ضوء المتغيرات الديموجرافية كما بالجدول الآتي:

جدول (٢) وصف إجمالي عينة الدراسة حسب متغيرات العمر المحافظة والتعليم

النوع	العمر	المحافظة		التعليم
ذكر	اقل من ٢٠ سنة	١٧٣	الوسطى	٤٣
أنثى	٢٠ سنة فأقل من ٢٥ سنة	٣١٨	الشرقية	٣٦٦
	٢٥ سنة فأقل من ٣٠ سنة	٢٩٤	الغربية	١٤٠
	٣٠ سنة فأكثر	١٠٩٢	الشمالية	١٠٦٦
			الجنوبية	١٩٦
				٦٦
الإجمالي = ١٨٧٧				

ويلاحظ من الجدول السابق:

أن أعلى الفئات كانت فئة ٣٠ سنة فأكثر، حيث شارك في الإجابة عن فقرات الاستبانة (١٠٩٢) من عينة الدراسة، بينما في متغير التعليم حصلت درجة ممن يحملون البكالوريوس على أعلى نسبة مشاركة، حيث شارك في الإجابة عن فقرات الاستبانة (١٠٦٦)، أما بالنسبة للمنطقة فقد جاءت المنطقة الوسطى في أعلى نسبة المشاركة، حيث شارك منها (٨٦٧) من أفراد عينة الدراسة والشكل الآتي يوضح ذلك:



توزيع عينة الدراسة بحسب متغيرات النوع والمنطقة والتعليم ومن الأشكال السابقة يتضح عدم اعتدالية النموذج الإحصائي لعينة الدراسة، لكن هذا أمر مقبول إحصائياً ويمكن معالجته بالاختبارات الإحصائية للمتوسطات والتكرارات كما سيأتي. كما يمكن وصف عينة الدراسة تفصيلاً كما بالجدول الآتي:

جدول (٣) وصف عينة الدراسة حسب متغيرات الدراسة الأساسية

الإجمالي	المنطقة						العمر		
	الجنوبية	الشمالية	الغربية	الشرقية	الوسطي	التكرار			
١٢٩	٦	٧	٥٧	٥	٥٤	التكرار	ذكر	أقل من ٢٠ سنة	
١٠٠,٠	٤,٧	٥,٤	٤٤,٢	٣,٩	٤١,٩	%			
٤٤	١	٦	٩	٥	٢٣	التكرار	أنثى		
١٠٠,٠	٢,٣	١٣,٦	٢٠,٥	١١,٤	٥٢,٣	%			
١٧٣	٧	١٣	٦٦	١٠	٧٧	التكرار	الإجمالي		
١٠٠,٠	٤,٠	٧,٥	٣٨,٢	٥,٨	٤٤,٥	%			
٢١٣	١٩	٨	٧٦	٢٤	٨٦	التكرار	ذكر	٢٠ سنة فأقل من ٢٥ سنة	
١٠٠,٠	٨,٩	٣,٨	٣٥,٧	١١,٣	٤٠,٤	%			
١٠٥	٩	٣	١٤	٢٣	٥٦	التكرار	أنثى		
١٠٠,٠	٨,٦	٢,٩	١٣,٣	٢١,٩	٥٣,٣	%			
٣١٨	٢٨	١١	٩٠	٤٧	١٤٢	التكرار	الإجمالي		
١٠٠,٠	٨,٨	٣,٥	٢٨,٣	١٤,٨	٤٤,٧	%			
٢١٤	٨	١٢	٦٠	٤١	٩٣	التكرار	ذكر	٢٥ سنة فأقل من ٣٠ سنة	
١٠٠,٠	٣,٧	٥,٦	٢٨,٠	١٩,٢	٤٣,٥	%			
٨٠	٦	٣	٨	١٨	٤٥	التكرار	أنثى		
١٠٠,٠	٧,٥	٣,٨	١٠,٠	٢٢,٥	٥٦,٣	%			
٢٩٤	١٤	١٥	٦٨	٥٩	١٣٨	التكرار	الإجمالي		
١٠٠,٠	٤,٨	٥,١	٢٣,١	٢٠,١	٤٦,٩	%			
٨٩٠	٣٨	٣٨	٢٥٠	١٧١	٣٩٣	التكرار	ذكر	٣٠ سنة فأكثر	
١٠٠,٠	٤,٣	٤,٣	٢٨,١	١٩,٢	٤٤,٢	%			
٢٠٢	٩	٧	٣٩	٣٠	١١٧	التكرار	أنثى		
١٠٠,٠	٤,٥	٣,٥	١٩,٣	١٤,٩	٥٧,٩	%			
١٠٩٢	٤٧	٤٥	٢٨٩	٢٠١	٥١٠	التكرار	الإجمالي		
١٠٠,٠	٤,٣	٤,١	٢٦,٥	١٨,٤	٤٦,٧	%			

أولاً: إثبات فروض الدراسة

إثبات الفرض الأول للدراسة

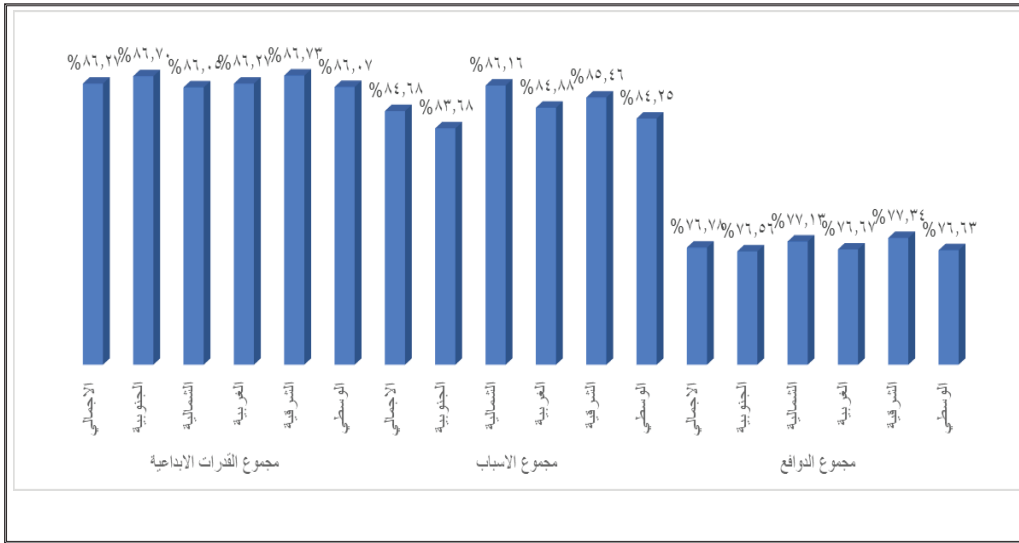
للتحقق من الفرض الأول والذي ينص علي أنه « يوجد فروق بين أفراد عينة الدراسة في (الدوافع - الأسباب - القدرات الإبداعية) حسب متغير المنطقة (الوسطى - الشرقية - الغربية - الشمالية - الجنوبية).

وللتحقق من الفرض الإحصائي تم استخدام اختبار تحليل التباين أحادي الاتجاه - one way ANOVA كما الجدول الآتي:

جدول (٤) دراسة الفروق في (الدوافع - الأسباب - القدرات الإبداعية) حسب متغير المنطقة (الوسطى - الشرقية - الغربية - الشمالية - الجنوبية) باستخدام اختبار تحليل التباين أحادي الاتجاه

الدلالة الإحصائية	الفاء	% للموافقة	الانحراف المعياري	المتوسط	العدد		
٠,٩٣	٠,٢٢	٪٧٦,٦٣	٣,٠٤٦٣٠	١٨,٣٩١٠	٨٦٧	الوسطى	مجموع الدوافع
		٪٧٧,٣٤	٣,٠٠٠٠٣	١٨,٥٦١٥	٣١٧	الشرقية	
		٪٧٦,٦٧	٢,٩٧٩٥١	١٨,٤٠١٦	٥١٣	الغربية	
		٪٧٧,١٣	٣,٢٣٩٤٢	١٨,٥١١٩	٨٤	الشمالية	
		٪٧٦,٥٦	٣,١٦٩٧٦	١٨,٣٧٥٠	٩٦	الجنوبية	
		٪٧٦,٧٨	٣,٠٣٣١٦	١٨,٤٢٧٣	١٨٧٧	الإجمالي	
٠,٥١	٠,٨٣	٪٨٤,٢٥	٣,٤٩٢٣٨	٢٠,٢١٩١	٨٦٧	الوسطى	مجموع الأسباب
		٪٨٥,٤٦	٣,٠٤٧٧٣	٢٠,٥١١٠	٣١٧	الشرقية	
		٪٨٤,٨٨	٣,٣٣٩٤٠	٢٠,٣٧٠٤	٥١٣	الغربية	
		٪٨٦,١٦	٣,١٧٨٠٩	٢٠,٦٧٨٦	٨٤	الشمالية	
		٪٨٣,٦٨	٣,٧٩٣٨١	٢٠,٠٨٣٣	٩٦	الجنوبية	
		٪٨٤,٦٨	٣,٣٨١٤٦	٢٠,٣٢٣٤	١٨٧٧	الإجمالي	
٠,٩٦	٠,١٦	٪٨٦,٠٧	٥,٤٦١٤٦	٣٣,٥٦٨٦	٨٦٧	الوسطى	مجموع القدرات الإبداعية
		٪٨٦,٧٣	٤,٩٨٣٩٨	٣٣,٨٢٦٥	٣١٧	الشرقية	
		٪٨٦,٢٧	٥,٥٦٢٧٥	٣٣,٦٤٥٢	٥١٣	الغربية	
		٪٨٦,٠٥	٤,٩١٩٤٧	٣٣,٥٥٩٥	٨٤	الشمالية	
		٪٨٦,٧٠	٦,١١٦٩٥	٣٣,٨١٢٥	٩٦	الجنوبية	
		٪٨٦,٢٧	٥,٤١٩٧٨	٣٣,٦٤٥٢	١٨٧٧	الإجمالي	

ومن خلال النظر إلى الجدول السابق يتضح عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بحسب المنطقة مما يشير إلى توافق كل أفراد العينة حول بنود الاستبانة مع اختلاف المناطق التي ينتمون إليها مع ملاحظة أن درجة الموافقة ٧٦,٧ على الدوافع إلى الاستماع إلى الإذاعات الالكترونية وفي الأسباب ٨٤,٦ وفي القدرات الإبداعية ٨٦,٢ مما يعني درجة موافقة مرتفعة وأن هناك طلب ملح علي هذه التقنية.
ويمكن التعبير عن النسب المئوية للموافقة كما بالشكل الآتي:



شكل (٢)

النسبة المئوية للموافقة علي (دوافع - أسباب - القدرات الإبداعية) للاستماع إلى الإذاعات الالكترونية لدي عينة الدراسة بحسب متغير المنطقة.
ومن خلال النظر إلى الشكل السابق يتضح ما يلي:

جاء في ترتيب المناطق من حيث مجموع القدرات الإبداعية المنطقة الشرقية، حيث بلغت نسبة الموافقة (٨٦,٧٣%) مما يدل على وجود حاجة ملحة لأفراد المنطقة الشرقية في وجود إذاعة الانترنت، كما جاء في الترتيب الأول من حيث مجموع الأسباب المنطقة الشمالية حيث بلغت نسبة الموافقة (٨٦,١٦%)، بينما جاء في الترتيب الأول من حيث مجموع الدوافع المنطقة الشرقية بنسبة (٧٧,٣٤%).

إثبات الفرض الثاني للدراسة: دراسة الفروق بحسب النوع

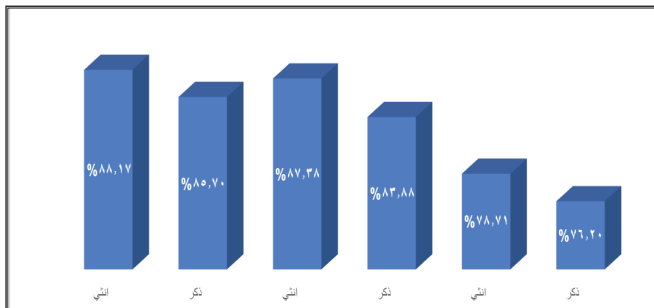
جدول (٥) دراسة الفروق في (الدوافع - الأسباب - القدرات الإبداعية)
حسب متغير النوع (ذكر - أنثى) باستخدام اختبار التاء لعينيتين مستقلتين

الدلالة الإحصائية	التاء	% للموافقة	الانحراف المعياري	المتوسط	العدد		
٠,٠٠١ دالة	٣,٦٢٧٤٩	٪٧٦,٢٠	٣,٠٨٧٧٨	١٨,٢٨٩١	١٤٤٦	ذكر	مجموع الدوافع
		٪٧٨,٧١	٢,٧٩٦١٢	١٨,٨٩١٠	٤٣١	أنثى	
٠,٠٠١ دالة	٤,٥٦١٩٨	٪٨٣,٨٨	٣,٤٧٤٢٣	٢٠,١٣٠٠	١٤٤٦	ذكر	مجموع الأسباب
		٪٨٧,٣٨	٢,٩٦٢٤٣	٢٠,٩٧٢٢	٤٣١	أنثى	
٠,٠٠١ دالة	٣,٢٤٧٧٥	٪٨٥,٧٠	٥,٤٥٤٨٩	٣٣,٤٢٣٩	١٤٤٦	ذكر	مجموع القدرات الإبداعية
		٪٨٨,١٧	٥,٢٣٨٥٦	٣٤,٣٨٧٥	٤٣١	أنثى	

من الجدول السابق يتضح ما يأتي:

يبدو فروق بين الذكور في الإناث في الدوافع والأسباب والقدرات الإبداعية حيث بلغت قيمة التاء (٣,٦٢٧٤٩) في محور مجموع الدوافع، كما بلغت قيمة تاء (٤,٥٦١٩٨) في محور مجموعة الأسباب، وبلغت قيمة تاء (٣,٢٤٧٧٥) في محور مجموع القدرات الإبداعية، وكانت أعلى المتوسطات لصالح الإناث في البنود الثلاث السابقة حيث بلغت المتوسطات (١٨,٨٩١٠) في مجموع الدوافع بينما بلغت المتوسطات في مجموع الأسباب (٢٠,٩٧٢٢) وبلغت في مجموع القدرات الإبداعية (٣٤,٣٨٧٥) هذا بالنسبة للإناث، بينما كانت متوسطات الذكور على الترتيب (١٨,٢٨٩١) في مجموع الدوافع، وفي مجموع الأسباب بلغت المتوسطات (٢٠,١٣٠٠) بينما في مجموع القدرات الإبداعية بلغت المتوسطات (٣٣,٤٢٣٩).

وقد يُعزى هذا إلى حاجة المجتمع السعودي إلى هذه التقنية المستحدثة وخصوصاً من جانب السيدات، حيث يمكن أن يفيد منه القطاع النسوي خصوصاً بعد الإصلاحات التشريعية والتي أعطت المزيد من الصلاحيات للإناث. ويمكن التعبير عن النسبة المئوية للموافقة كما بالشكل الآتي:



شكل (٣) النسبة المئوية للموافقة علي
(دوافع - أسباب - القدرات الإبداعية)
للاستماع إلى الإذاعات الإلكترونية
لدي عينة الدراسة بحسب متغير النوع

إثبات الفرض الثالث للدراسة

دراسة الفروق بحسب العمر

يبدو هذا المتغير أهم الفروق حيث أظهر أعلى الفروق وخصوصا للفئة الأعلى في العمر كما بالجدول الآتي. وقد يفسر هذا في ضوء تعطش الفئة الأكبر سنا إلى هذه التقنية، كما يشير هذا إلى الاختيار العقلاني لهذه التقنية كونها أمل وطموح للفئة الرشيدة من الشباب.. مما يعطي هذه الدراسة أهميتها ويعضد من تطبيقها.

جدول رقم (٦) دراسة الفروق في (الدوافع - الأسباب - القدرات الإبداعية)

حسب متغير العمر باستخدام اختبار التاء لعينيتين مستقلتين

الدلالة الإحصائية	الفاء	% للموافقة	الانحراف المعياري	المتوسط	العدد	
دالة ٠,٠٠٢٠	٤,٩٥١٢١	٪٧٣,٤٣	١٧,٦٢٤٣	١٧٣	اقل من ٢٠ سنة	مجموع الدوافع
		٪٧٦,٣٦	١٨,٣٢٧٠	٣١٨	٢٠ سنة فاقل من ٢٥ سنة	
		٪٧٧,٢٨	١٨,٥٤٧٦	٢٩٤	٢٥ سنة فاقل من ٣٠ سنة	
		٪٧٧,٣٠	١٨,٥٥١٣	١٠٩٢	٣٠ سنة فأكثر	
		٪٧٦,٧٨	١٨,٤٢٧٣	١٨٧٧	الإجمالي	
دالة ٠,٠٠٢٦	٤,٧٦٣٣٦	٪٨١,١٤	١٩,٤٧٤٠	١٧٣	اقل من ٢٠ سنة	مجموع الأسباب
		٪٨٤,٠١	٢٠,١٦٣٥	٣١٨	٢٠ سنة فاقل من ٢٥ سنة	
		٪٨٥,٠٣	٢٠,٤٠٨٢	٢٩٤	٢٥ سنة فاقل من ٣٠ سنة	
		٪٨٥,٣٤	٢٠,٤٨١٧	١٠٩٢	٣٠ سنة فأكثر	
		٪٨٤,٦٨	٢٠,٣٢٣٤	١٨٧٧	الإجمالي	
دالة ٠,٠٠٠٠١	١٥,٧٧٨٠٨	٪٨١,٠٤	٣١,٦٠٦٩	١٧٣	اقل من ٢٠ سنة	مجموع القدرات الإبداعية
		٪٨٤,٢٥	٣٢,٨٥٨٥	٣١٨	٢٠ سنة فاقل من ٢٥ سنة	
		٪٨٥,٦٠	٣٣,٣٨٤٤	٢٩٤	٢٥ سنة فاقل من ٣٠ سنة	
		٪٨٧,٨٧	٣٤,٢٦٧٤	١٠٩٢	٣٠ سنة فأكثر	
		٪٨٦,٢٧	٣٣,٦٤٥٢	١٨٧٧	الإجمالي	

من خلال الجدول السابق يتضح ما يأتي:

وجود فروق ذات دلالة إحصائية على حسب متغير العمر في كل محاور الاستبانة، حيث بلغت قيمة فاء في محور مجموع الدوافع (٤,٩٥١٢١) وجاءت أعلى نسبة موافقة لفئة من هم أكثر من ٣٠ سنة حيث بلغت نسبة الموافقة (٪٧٧,٢٨) وهم من يمثلون الرشداء والعقلاء،

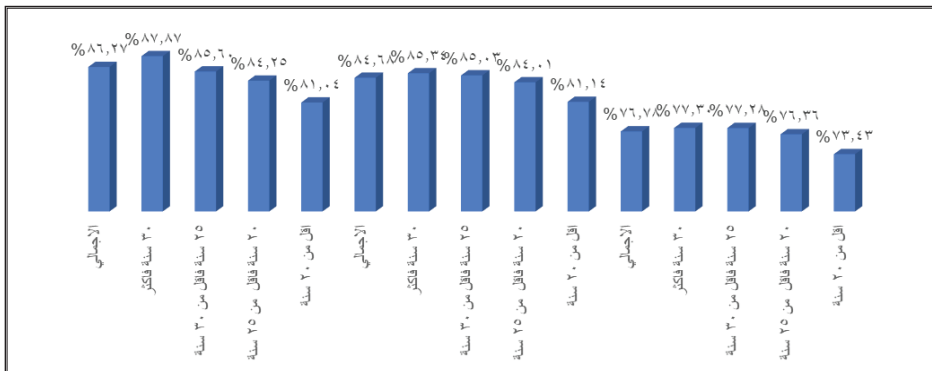
كما جاء في الترتيب الثاني الشباب من فئة ٢٥ سنة إلى أقل من ٣٠ سنة، حيث بلغت نسبة الموافقة (٧٧,٢٨٪) وجاء في الترتيب الأخير فئة الشباب والصبيان من عمر أقل من ٢٠ سنة.

أما في محور مجموع الأسباب فقد أثبتت النتائج وجود فروق ذات دلالة إحصائية على حسب متغير العمر، حيث بلغت قيمة فاء (٤,٧٦٣٣٦) كما جاء ترتيب الفئات العمرية كالاتي: ٣٠ سنة فأكثر في الترتيب الأول حيث بلغت نسبة الموافقة (٨٥,٣٤٪) وجاء في الترتيب الثاني فئة من ٢٥ سنة فأقل من ٣٠ سنة حيث بلغت نسبة الموافقة (٨٥,٠٣٪) وجاء في الترتيب الأخير فئة الشباب والصبيان من هم أقل من ٢٠ سنة بنسبة (٨١,١٤٪).

وفي محور مجموع القدرات الإبداعية أثبتت النتائج وجود فروق ذات دلالة إحصائية، حيث بلغت قيمة فاء (١٥,٧٧٨٠٨) كما جاء ترتيب الفئات العمرية كالاتي: ٣٠ سنة فأكثر في الترتيب الأول حيث بلغت نسبة الموافقة (٨٧,٨٧٪) وجاء في الترتيب الثاني فئة من ٢٥ سنة فأقل من ٣٠ سنة حيث بلغت نسبة الموافقة (٨٥,٦٠٪) وجاء في الترتيب الأخير فئة الشباب والصبيان من هم أقل من ٢٠ سنة بنسبة (٨١,٠٤٪).

وقد تشابهت نتائج هذا الفرض مع نتائج دراسة (عبد الصادق حسن عبد الصادق) من حيث الفئات العمرية التي تستمتع بالاستماع إلى إذاعات الانترنت، كما تشابهت هذه النتائج مع نتائج الفروق في الأعمار السنوية بين المفحوصين حيث أن الشباب هم أغلب الفئات التي تستمتع إلى هذه الإذاعات.

ويمكن التعبير عن النسبة المئوية للموافقة كما بالشكل الآتي:



ومن خلال النظر إلى الشكل السابق نجد أن الفئة العمرية ٣٠ سنة فأكثر هي الفئة التي حصلت على أعلى نسبة موافقة، كما جاءت الفئة من ٢٥ سنة فأقل من ٣٠ سنة في الترتيب الثاني وجاء في الترتيب الأخير الفئة العمرية ٢٠ سنة فأقل وذلك في كل محاور الاستبانة. ولدراسة الفروق الثنائية باستخدام اختبار شافيه

جدول (٧) اختبار شافييه لدراسة الفروق الثنائية بحسب
متغير العمر في (الدوافع - الأسباب - القدرات الإبداعية) لدي عينة الدراسة

الدالة الإحصائية	الخطأ المعياري	الفرق في المتوسط	(J) العمر	اذ	
دالة ٠,١٠٩	٠,٢٨٦	٠,٧٠٣	٢٠ سنة فاقل من ٢٥ سنة	اقل من ٢٠ سنة	مجموع الدوافع
دالة ٠,٠١٧	٠,٢٩٠	٠,٩٢٣	٢٥ سنة فاقل من ٣٠ سنة		
دالة ٠,٠٠٣	٠,٢٤٧	٠,٩٢٧	٣٠ سنة فأكثر		
٠,١٠٩	٠,٢٨٦	٠,٧٠٣	اقل من ٢٠ سنة	٢٥ سنة فاقل من ٢٥ سنة	
٠,٨٤٦	٠,٢٤٥	٠,٢٢١	٢٥ سنة فاقل من ٣٠ سنة		
٠,٧١٦	٠,١٩٣	٠,٢٢٤	٣٠ سنة فأكثر		
دالة ٠,٠١٧	٠,٢٩٠	٠,٩٢٣	اقل من ٢٠ سنة	٢٥ سنة فاقل من ٣٠ سنة	
٠,٨٤٦	٠,٢٤٥	٠,٢٢١	٢٠ سنة فاقل من ٢٥ سنة		
١,٠٠٠	٠,١٩٩	٠,٠٠٤	٣٠ سنة فأكثر		
دالة ٠,٠٠٣	٠,٢٤٧	٠,٩٢٧	اقل من ٢٠ سنة	٣٠ سنة فأكثر	
٠,٧١٦	٠,١٩٣	٠,٢٢٤	٢٠ سنة فاقل من ٢٥ سنة		
١,٠٠٠	٠,١٩٩	٠,٠٠٤	٢٥ سنة فاقل من ٣٠ سنة		
٠,١٩٧	٠,٣١٨	٠,٦٩٠	٢٠ سنة فاقل من ٢٥ سنة	اقل من ٢٠ سنة	مجموع الأسباب
دالة ٠,٠٣٩	٠,٣٢٣	٠,٩٣٤	٢٥ سنة فاقل من ٣٠ سنة		
دالة ٠,٠٠٤	٠,٢٧٦	١,٠٠٨	٣٠ سنة فأكثر		
٠,١٩٧	٠,٣١٨	٠,٦٩٠	اقل من ٢٠ سنة	٢٥ سنة فاقل من ٢٥ سنة	
٠,٨٤٨	٠,٢٧٣	٠,٢٤٥	٢٥ سنة فاقل من ٣٠ سنة		
٠,٥٣٣	٠,٢١٥	٠,٣١٨	٣٠ سنة فأكثر		
دالة ٠,٠٣٩	٠,٣٢٣	٠,٩٣٤	اقل من ٢٠ سنة	٢٥ سنة فاقل من ٣٠ سنة	
٠,٨٤٨	٠,٢٧٣	٠,٢٤٥	٢٠ سنة فاقل من ٢٥ سنة		
٠,٩٩١	٠,٢٢٢	٠,٠٧٤	٣٠ سنة فأكثر		
دالة ٠,٠٠٤	٠,٢٧٦	١,٠٠٨	اقل من ٢٠ سنة	٣٠ سنة فأكثر	
٠,٥٣٣	٠,٢١٥	٠,٣١٨	٢٠ سنة فاقل من ٢٥ سنة		
٠,٩٩١	٠,٢٢٢	٠,٠٧٤	٢٥ سنة فاقل من ٣٠ سنة		
٠,١٠٦	٠,٥٠٦	١,٢٥٢	٢٠ سنة فاقل من ٢٥ سنة	اقل من ٢٠ سنة	مجموع القدرات الإبداعية
دالة ٠,٠٠٨	٠,٥١٣	١,٧٧٧	٢٥ سنة فاقل من ٣٠ سنة		
دالة ٠,٠٠٠١	٠,٤٣٨	٢,٦٦٠	٣٠ سنة فأكثر		
٠,١٠٦	٠,٥٠٦	١,٢٥٢	اقل من ٢٠ سنة	٢٥ سنة فاقل من ٢٥ سنة	
٠,٦٨٩	٠,٤٣٣	٠,٥٢٦	٢٥ سنة فاقل من ٣٠ سنة		
دالة ٠,٠٠١	٠,٣٤١	١,٤٠٩	٣٠ سنة فأكثر		
دالة ٠,٠٠٨	٠,٥١٣	١,٧٧٧	اقل من ٢٠ سنة	٢٥ سنة فاقل من ٣٠ سنة	
٠,٦٨٩	٠,٤٣٣	٠,٥٢٦	٢٠ سنة فاقل من ٢٥ سنة		
٠,٠٩٩	٠,٣٥٢	٠,٨٨٣	٣٠ سنة فأكثر		
دالة ٠,٠٠٠١	٠,٤٣٨	٢,٦٦٠	اقل من ٢٠ سنة	٣٠ سنة فأكثر	
دالة ٠,٠٠١	٠,٣٤١	١,٤٠٩	٢٠ سنة فاقل من ٢٥ سنة		
٠,٠٩٩	٠,٣٥٢	٠,٨٨٣	٢٥ سنة فاقل من ٣٠ سنة		

يتضح من الجدول السابق:

وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الفئات العمرية في كل المحاور حيث أشارت النتائج إلى:

- في محور الدوافع وجود فروق بين فئة أقل من ٢٠ سنة وباقي فئات هذا المحور.
- في محور الأسباب وجود فروق بين فئة ٣٠ سنة فأكثر وباقي الفئات.
- في محور القدرات الإبداعية وجود فروق بين فئة ٣٠ سنة فأكثر وباقي الفئات.

وقد تشابهت نتائج هذا الفرض مع نتائج دراسة _سليم الغامدي (١٤٣٠هـ) من حيث إقبال الشباب على الاستماع إلى البث الإذاعي من خلال الانترنت.

إثبات الفرض الرابع للدراسة

جدول (٨) دراسة الفروق بحسب المؤهل الدراسي

الدلالة الإحصائية	الفاء	% للموافقة	الانحراف المعياري	المتوسط	العدد		
٠,٠٠١٦٨ دالة	٣,٨٧٩٩٩	٪٨٠,١٤	٣,٣٢٢٦٣	١٩,٢٣٢٦	٤٣	أقل من الثانوي	مجموع الدوافع
		٪٧٦,٣٢	٣,٠٠٢٨٥	١٨,٣١٦٩	٣٦٦	الثانوي	
		٪٧٨,٣٠	٣,٣٧٤٦٨	١٨,٧٩٢٩	١٤٠	دبلوم	
		٪٧٧,٢١	٢,٨٧٣٤٧	١٨,٥٣٠٠	١٠٦٦	بكالوريوس	
		٪٧٣,٦٠	٣,٤٤٤٦٤	١٧,٦٦٣٣	١٩٦	ماجستير	
		٪٧٦,٤٥	٣,١٣٠٤٦	١٨,٣٤٨٥	٦٦	دكتوراه	
		٪٧٦,٧٨	٣,٠٣٣١٦	١٨,٤٢٧٣	١٨٧٧	الإجمالي	
٠,٠٠٢٢٥ دالة	٣,٧٤٣٠٣	٪٨٩,٥٣	٢,٥٣٨٩٥	٢١,٤٨٨٤	٤٣	أقل من الثانوي	مجموع الأسباب
		٪٨٤,٣١	٣,٤٦٦٣٩	٢٠,٢٣٥٠	٣٦٦	الثانوي	
		٪٨٥,١٨	٣,٦٢٨٩٦	٢٠,٤٤٢٩	١٤٠	دبلوم	
		٪٨٥,١٧	٣,٢١٨٥٩	٢٠,٤٤٠٠	١٠٦٦	بكالوريوس	
		٪٨١,٢٣	٣,٩٣٨٦٣	١٩,٤٩٤٩	١٩٦	ماجستير	
		٪٨٤,٩١	٣,٢٦٦٤٥	٢٠,٣٧٨٨	٦٦	دكتوراه	
		٪٨٤,٦٨	٣,٣٨١٤٦	٢٠,٣٢٣٤	١٨٧٧	الإجمالي	
٠,١٥٦٧٨	١,٦٠٠١٧	٪٨٩,٧٤	٤,٥٤٦٠٦	٣٥,٠٠٠٠	٤٣	أقل من الثانوي	مجموع القدرات الإبداعية
		٪٨٥,١٥	٥,٧١١٥١	٣٣,٢١٠٤	٣٦٦	الثانوي	
		٪٨٥,٨١	٦,٠٣٧٥٥	٣٣,٤٦٤٣	١٤٠	دبلوم	
		٪٨٦,٦٧	٥,٠٨٢٤٨	٣٣,٨٠٣٠	١٠٦٦	بكالوريوس	
		٪٨٥,٢٢	٦,٢٨٦٨٢	٣٣,٢٣٤٧	١٩٦	ماجستير	
		٪٨٧,٧٦	٥,٢٧٩٢٦	٣٤,٢٢٧٣	٦٦	دكتوراه	
		٪٨٦,٢٧	٥,٤١٩٧٨	٣٣,٦٤٥٢	١٨٧٧	الإجمالي	

من خلال الجدول السابق يتضح ما يأتي:

يتضح وجود فروق ذات دلالة إحصائية على حسب متغير المؤهل الدراسي في كل محاور الاستبانة، حيث بلغت قيمة فاء في محور مجموع الدوافع (3,87999) وجاءت أعلى نسبة موافقة لفئة أقل من الثانوي حيث بلغة نسبة الموافقة (80,14%).

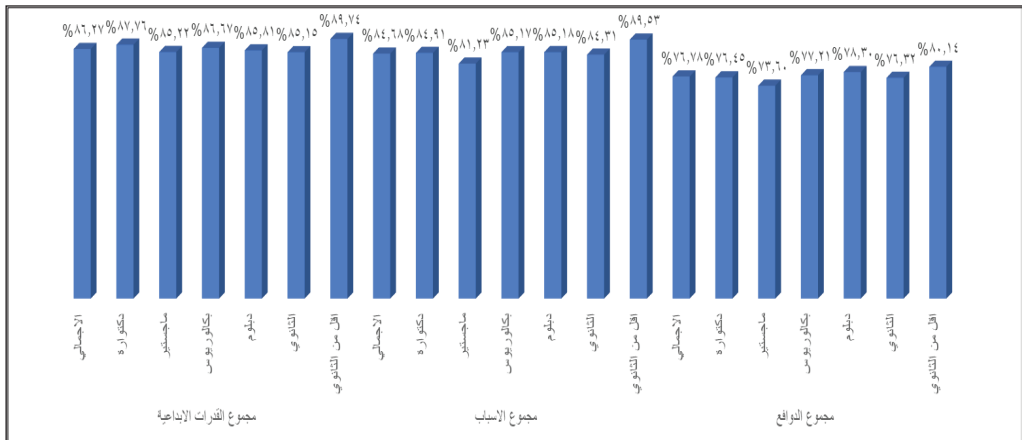
كما جاء في الترتيب الثاني الدبلوم، حيث بلغت نسبة الموافقة (78,30%) وجاء في الترتيب الأخير فئة الماجستير.

أما في محور مجموع الأسباب أثبتت النتائج وجود فروق ذات دلالة إحصائية على حسب متغير المؤهل الدراسي حيث بلغت قيمة فاء (3,74303) كما جاء ترتيب الفئات كالاتي: جاءت أعلى نسبة موافقة لفئة أقل من الثانوي حيث بلغة نسبة الموافقة (89,53%).

كما جاء في الترتيب الثاني الدبلوم، حيث بلغت نسبة الموافقة (85,18%) وجاء في الترتيب الأخير فئة الماجستير (81,23%).

وفي محور مجموع القدرات الإبداعية أثبتت النتائج وجود فروق ذات دلالة إحصائية حيث بلغت قيمة فاء (1,60017) كما جاء ترتيب الفئات كالاتي: جاءت أعلى نسبة موافقة لفئة أقل من الثانوي حيث بلغة نسبة الموافقة (89,74%). كما جاء في الترتيب الثاني فئة الدكتوراه، حيث بلغت نسبة الموافقة (87,76%) وجاء في الترتيب الأخير فئة الثانوي بنسبة موافقة (85,15%).

والشكل الآتي يوضح ذلك:



من خلال الشكل السابق سيتضح ما يأتي:

توضح الأعمدة أن فئة أقل من الثانوي في كل محاور الاستبانة حصلت على أعلى نسبة موافقة على وجود هذه التقنية.

وقد يفسر الباحث ذلك أن هؤلاء لديهم الكثير من وقت الفراغ فهم غير مشغولون بالدراسة والذاكرة، منهم من يعمل عملاً يتناسب مع مؤهله البسيط ومنهم من لا يعمل، ولذا فلهيهم الوقت الكافي للاستماع لهذه الإذاعة والتنوع والتجول بين فقراتها التي تقدمها.

إثبات الفرض الخامس للدراسة

جدول (٩) دراسة الفروق حسب عدد ساعات المزمع الاستماع إليها

الدالة الإحصائية	الفئة	% للموافقة	الانحراف المعياري	المتوسط	العدد		
دالة ٠,٠٠٠٠١	١٩,٩٢٥	%٧٥,٠١	٣,١٢٦٢٥	١٨,٠٠٢٧	١١٠٠	أقل من ٣٠ دقيقة	مجموع الدوافع
		%٧٨,٥٧	٢,٨٠٦٨٠	١٨,٨٥٧٤	٥٣٣	من ٣٠ دقيقة فأقل من ساعة	
		%٨٠,٥٤	٢,٥٦٥٠٣	١٩,٣٢٩٩	١٩٧	ساعة فأقل من ٣ ساعات	
		%٨٢,٠٩	٣,٣٠٩٥٠	١٩,٧٠٢١	٤٧	٣ ساعات فأكثر	
		%٧٦,٧٨	٣,٠٣٣١٦	١٨,٤٢٧٣	١٨٧٧	الإجمالي	
دالة ٠,٠٠٠٠١	٢٢,٦٠١	%٨٢,٥٧	٣,٦٠٩٨٣	١٩,٨١٦٤	١١٠٠	أقل من ٣٠ دقيقة	مجموع الأسباب
		%٨٦,٨٥	٢,٩٤٨٨٤	٢٠,٨٤٤٣	٥٣٣	من ٣٠ دقيقة فأقل من ساعة	
		%٨٩,٥٥	٢,٦١٣٩٧	٢١,٤٩٢٤	١٩٧	ساعة فأقل من ٣ ساعات	
		%٨٩,١٠	٣,٠٠٤٠١	٢١,٣٨٣٠	٤٧	٣ ساعات فأكثر	
		%٨٤,٦٨	٣,٣٨١٤٦	٢٠,٣٢٣٤	١٨٧٧	الإجمالي	
دالة ٠,٠٠٠٠١	٢٥,٣٤٤	%٨٤,٠٣	٥,٨٥٢٥٤	٣٢,٧٧٢٧	١١٠٠	أقل من ٣٠ دقيقة	مجموع القدرات الإبداعية
		%٨٨,٨٢	٤,٤٥٩٦٩	٣٤,٦٣٩٨	٥٣٣	من ٣٠ دقيقة فأقل من ساعة	
		%٩١,٢١	٤,١٣١٨٧	٣٥,٥٧٣٦	١٩٧	ساعة فأقل من ٣ ساعات	
		%٨٨,٩٨	٥,٤٨٨٧٨	٣٤,٧٠٢١	٤٧	٣ ساعات فأكثر	
		%٨٦,٢٧	٥,٤١٩٧٨	٣٣,٦٤٥٢	١٨٧٧	الإجمالي	

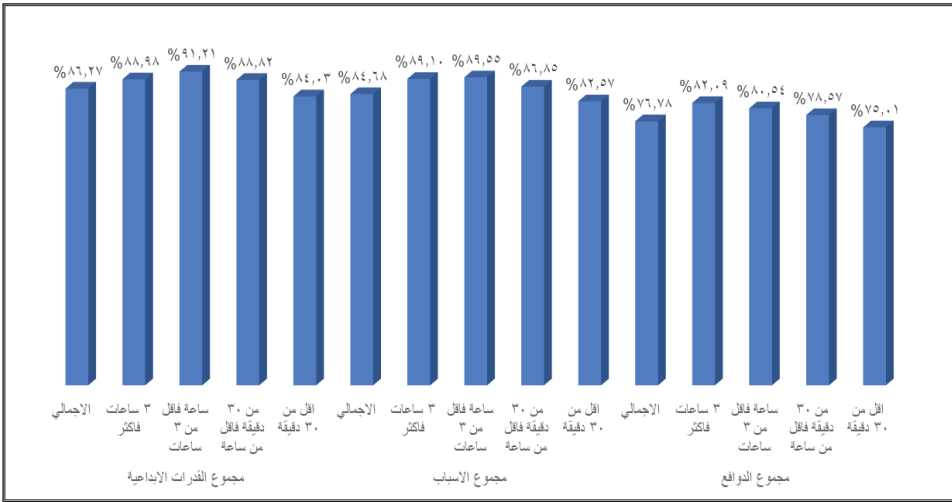
من خلال الجدول السابق يتضح ما يأتي:

وجود فروق ذات دلالة إحصائية على حسب متغير عدد الساعات المزمع الاستماع إليها في كل محاور الاستبانة، حيث بلغت قيمة فاء في محور مجموع الدوافع ١٩,٩٢٥ وجاءت أعلى نسبة موافقة لفئة ٣ ساعات فأكثر حيث بلغت نسبة الموافقة ٨٢,٠٩٪.

أما في محور مجموع الأسباب أثبتت النتائج وجود فروق ذات دلالة إحصائية على حسب عدد الساعات المزمع الاستماع إليها حيث بلغت قيمة فاء (٢٢,٦٠١) كما جاء في الترتيب

الأول فئة جاءت أعلى نسبة موافقة لفئة ساعة فأقل من ٣ ساعات حيث بلغت نسبة الموافقة ٨٩,٥٥%.

وفي محور مجموع القدرات الإبداعية أثبتت النتائج وجود فروق ذات دلالة إحصائية حيث بلغت قيمة فاء ٢٥,٣٤٤ كما جاء ترتيب الفئات كالآتي: جاءت أعلى نسبة موافقة لفئة ساعة فأقل من ٣ ساعات حيث بلغت نسبة الموافقة ٩١,٢١% والشكل الآتي يوضح ذلك:



يتضح من الشكل السابق ما يأتي:

وجود فروق بين الفئات في عدد الساعات الاستماع للإذاعة ففي محور مجموع الدوافع نجد أن أعلى نسبة موافقة كانت لفئة ٣ ساعات فأكثر، أما في محور مجموع الأسباب كانت لفئة ساعة فأقل من ٣ ساعات، وفي محور مجموع القدرات الإبداعية فئة ساعة فأقل من ٣ ساعات.

الدراسة التفصيلية للعبارة باستخدام اختبار مربع كاي بيرسون Person's Chi Square Test

تم اختبار الفروق بحسب متغير (العمر) لكونه الأكثر إظهاراً في الفروق على مستوي المحور كما أشار الفرض الثالث إلى هذا، والآن تستعرض الدراسة الفروق باستخدام اختبار مربع كاي للاعتمادية كما بالجدول التالية:

أولاً: دراسة الفروق العمرية بين عينة الدراسة حسب الدوافع إلى الاستماع إلى الإذاعات الإلكترونية.

جدول (١٠) الفروق العمرية بين عينة الدراسة حسب الدوافع إلى الاستماع إلى الإذاعات الالكترونية

الدالة الإحصائية	مربع كاي	% للموافقة	المتوسط	الاستجابات				النوع		العبارات
				الإجمالي	موافق	محايد	غير موافق	التكرار	%	
٠,٧٣٧	٢,٥٥٤	٨٠,٩٢	٢,٤٢٧٧	١٧٣	٩٩	٤٩	٢٥	التكرار	٢٠ من	دوافع ١ عندما لا أجد من أتحدث معه
				١٠٠,٠٠	٥٧,٢٠	٢٨,٣٠	١٤,٥٠	%	سنة	
		٨٢,١٨	٢,٤٦٥٤	٣١٨	١٨١	١٠٤	٣٣	التكرار	٢٠ سنة قافل	
				١٠٠,٠٠	٥٦,٩٠	٣٢,٧٠	١٠,٤٠	%	من ٢٥ سنة	
		٨٢,٧٧	٢,٤٨٨٣	٢٩٤	١٧٥	٨٦	٣٣	التكرار	٢٥ سنة قافل	
				١٠٠,٠٠	٥٩,٥٠	٢٩,٣٠	١١,٢٠	%	من ٣٠ سنة	
٨٢,٩١	٢,٤٨٧٢	١٠٩٢	٦٥٤	٣١٦	١٢٢	التكرار	٣٠ سنة			
		١٠٠,٠٠	٥٩,٩٠	٢٨,٩٠	١١,٢٠	%	فاكثر			
٨٢,٥٨	٢,٤٧٧٤	١٨٧٧	١١٠٩	٥٥٥	٢١٣	التكرار	الإجمالي			
		١٠٠,٠٠	٥٩,١٠	٢٩,٦٠	١١,٣٠	%				
٠,٠٠٠١١	٧٨,١٧٢	٦٥,٧٠	١,٩٧١١	١٧٣	٥١	٦٦	٥٦	التكرار	٢٠ من	دوافع ٢ للشعور بالراحة والاسترخاء
				١٠٠,٠٠	٢٩,٥٠	٣٨,٢٠	٣٢,٤٠	%	سنة	
		٧٤,٢١	٢,٢٢٦٤	٣١٨	١٢٨	١٣٤	٥٦	التكرار	٢٠ سنة قافل	
				١٠٠,٠٠	٤٠,٣٠	٤٢,١٠	١٧,٦٠	%	من ٢٥ سنة	
		٧٦,٧٦	٢,٣٠٢٧	٢٩٤	١٣٣	١١٧	٤٤	التكرار	٢٥ سنة قافل	
				١٠٠,٠٠	٤٥,٢٠	٣٩,٨٠	١٥,٠٠	%	من ٣٠ سنة	
٨١,١١	٢,٤٣٣٢	١٠٩٢	٦٠١	٣٦٣	١٢٨	التكرار	٣٠ سنة			
		١٠٠,٠٠	٥٥,٠٠	٣٣,٢٠	١١,٧٠	%	فاكثر			
٪٧٧,٨٤	٢,٣٣٥١	١٨٧٧	٩١٣	٦٨٠	٢٨٤	التكرار	الإجمالي			
		١٠٠,٠٠	٤٨,٦٠	٣٦,٢٠	١٥,١٠	%				
٠,٠١٤	١٥,٩٨٥	٥٤,٣٤	١,٦٣٠١	١٧٣	٣٥	٣٩	٩٩	التكرار	٢٠ من	دوافع ٣ لأن أصدقائي يستمعون إليها
				١٠٠,٠٠	٢٠,٢٠	٢٢,٥٠	٥٧,٢٠	%	سنة	
		٥٣,٢٥	١,٥٩٧٥	٣١٨	٤٤	١٠٢	١٧٢	التكرار	٢٠ سنة قافل	
				١٠٠,٠٠	١٣,٨٠	٣٢,١٠	٥٤,١٠	%	من ٢٥ سنة	
		٥٥,٢٢	١,٦٥٦٥	٢٩٤	٤٧	٩٩	١٤٨	التكرار	٢٥ سنة قافل	
				١٠٠,٠٠	١٦,٠٠	٣٣,٧٠	٥٠,٣٠	%	من ٣٠ سنة	
٥٤,٣٣	١,٦٣	١٠٩٢	١٤٦	٣٩٦	٥٥	التكرار	٣٠ سنة			
		١٠٠,٠٠	١٣,٤٠	٣٦,٣٠	٥٠,٤٠	%	فاكثر			
٥٤,٢٩	١,٦٢٨٧	١٨٧٧	٢٧٢	٦٣٦	٩٦٩	التكرار	الإجمالي			
		١٠٠,٠٠	١٤,٥٠	٣٣,٩٠	٥١,٦٠	%				
٠,٠٠٠	٢٩,٧٦٧	٨٨,٠٥	٢,٦٤١٦	١٧٣	١٢٧	٣٠	١٦	التكرار	٢٠ من	دوافع ٤ لتمضية أوقات الفراغ
				١٠٠,٠٠	٧٣,٤٠	١٧,٣٠	٩,٢٠	%	سنة	
		٨٨,٦٨	٢,٦٦٠٤	٣١٨	٢٣٧	٥٤	٢٧	التكرار	٢٠ سنة قافل	
				١٠٠,٠٠	٧٤,٥٠	١٧,٠٠	٨,٥٠	%	من ٢٥ سنة	
		٨٧,٤١	٢,٦٢٢٤	٢٩٤	٢٠٧	٦٣	٢٤	التكرار	٢٥ سنة قافل	
				١٠٠,٠٠	٧٠,٤٠	٢١,٤٠	٨,٢٠	%	من ٣٠ سنة	
٨٢,٤٨	٢,٤٧٤٤	١٠٩٢	٦٧٠	٢٧٠	١٥٢	التكرار	٣٠ سنة			
		١٠٠,٠٠	٦١,٤٠	٢٤,٧٠	١٣,٩٠	%	فاكثر			
٨٤,٨٢	٢,٥٤٤٥	١٨٧٧	١٢٤١	٤١٧	٢١٩	التكرار	الإجمالي			
		١٠٠,٠٠	٦٦,١٠	٢٢,٢٠	١١,٧٠	%				
٠,٠٠٣	١٣,٧١٧	٦٤,٧٤	١,٩٤٢٢	١٧٣	٥٢	٥٩	٦٢	التكرار	٢٠ من	دوافع ٥ بحكم العادة والارتباط بالإنترنت
				١٠٠,٠٠	٣٠,١٠	٣٤,١٠	٣٥,٨٠	%	سنة	
		٧٠,٩٦	٢,١٢٨٩	٣١٨	١١٦	١٢٧	٧٥	التكرار	٢٠ سنة قافل	
				١٠٠,٠٠	٣٦,٥٠	٣٩,٩٠	٢٣,٦٠	%	من ٢٥ سنة	
		٧٢,٦٨	٢,١٨٠٣	٢٩٤	١١٨	١١١	٦٥	التكرار	٢٥ سنة قافل	
				١٠٠,٠٠	٤٠,١٠	٣٧,٨٠	٢٢,١٠	%	من ٣٠ سنة	
٧١,٠٦	٢,١٣١٩	١٠٩٢	٤١٠	٤١٦	٢٦٦	التكرار	٣٠ سنة			
		١٠٠,٠٠	٣٧,٥٠	٣٨,١٠	٢٤,٤٠	%	فاكثر			
٧٠,٧٢	٢,١٢١٥	١٨٧٧	٦٩٦	٧١٣	٤٦٨	التكرار	الإجمالي			
		١٠٠,٠٠	٣٧,١٠	٣٨,٠٠	٢٤,٩٠	%				

الترتيب	الجموع	المتوسط	الانحراف المعياري	البيانات				التكرار	النسبة المئوية	ملاحظات	
				المتوسط	الانحراف المعياري	البيانات	التكرار				
١٠٠٠٠	١٧,٩١	٢,٤٣٣٥	١٧٣	١٠٣	٤٢	٢٨	٢٨	١٦,٢٠	أقل من ٢٠ سنة	دوافع ٦ لأنها ترفه عني وتسلييني	
				١٠٠,٠٠	٥٩,٥٠	٢٤,٣٠	١٦,٢٠	١٦,٢٠	١٦,٢٠		٢٠ سنة فأقل
				٣١٨	١٩٠	١٠٩	١٩	١٩	١٩		من ٢٥ سنة
				١٠٠,٠٠	٥٩,٧٠	٣٤,٣٠	٦,٠٠	٦,٠٠	٦,٠٠		٢٥ سنة فأقل
				٢٩٤	١٦٠	٩٩	٣٥	٣٥	٣٥		من ٣٠ سنة
٢,٤٣٧٧	١٠,٩٢	١٠٠,٠٠	١٨٧٧	٦١٦	٣٣٨	١٣٨	١٣٨	١٢,٦٠	٣٠ سنة فأكثر	الإجمالي	
				١٠٠,٠٠	٥٦,٤٠	٣١,٠٠	١٢,٦٠	١٢,٦٠	١٢,٦٠		١٢,٦٠
				١٠٠,٠٠	٥٦,٤٠	٣١,٠٠	١٢,٦٠	١٢,٦٠	١٢,٦٠		١٢,٦٠
				١٠٠,٠٠	٥٦,٤٠	٣١,٠٠	١٢,٦٠	١٢,٦٠	١٢,٦٠		١٢,٦٠
				١٠٠,٠٠	٥٦,٤٠	٣١,٠٠	١٢,٦٠	١٢,٦٠	١٢,٦٠		١٢,٦٠
٢,٤٥٢٣	١٠٠,٠٠	١٠٠,٠٠	١٨٧٧	١٠٦٩	٥٨٨	٢٢٠	٢٢٠	١١,٧٠	٢٠ سنة فأقل	دوافع ٧ مناقشة برامجها مع الآخرين	
				١٠٠,٠٠	٤٤,٥٠	٣٣,٥٠	٢٢,٠٠	٢٢,٠٠	٢٢,٠٠		٢٢,٠٠
				٣١٨	١٤٥	١٢٦	٤٧	٤٧	٤٧		من ٢٥ سنة
				١٠٠,٠٠	٤٥,٦٠	٣٩,٦٠	١٤,٨٠	١٤,٨٠	١٤,٨٠		٢٥ سنة فأقل
				٢٩٤	١٤٣	١١٧	٣٤	٣٤	٣٤		من ٣٠ سنة
٢,٣٧٠٧	١٠٠,٠٠	١٠٠,٠٠	١٨٧٧	٥٧٨	٣٤٩	١٦٥	١٦٥	١١,٦٠	٣٠ سنة فأكثر	الإجمالي	
				١٠٠,٠٠	٤٨,٦٠	٣٩,٨٠	١١,٦٠	١١,٦٠	١١,٦٠		١١,٦٠
				١٠٠,٠٠	٤٨,٦٠	٣٩,٨٠	١١,٦٠	١١,٦٠	١١,٦٠		١١,٦٠
				١٠٠,٠٠	٤٨,٦٠	٣٩,٨٠	١١,٦٠	١١,٦٠	١١,٦٠		١١,٦٠
				١٠٠,٠٠	٤٨,٦٠	٣٩,٨٠	١١,٦٠	١١,٦٠	١١,٦٠		١١,٦٠
٢,٣٧٨٢	١٠٠,٠٠	١٠٠,٠٠	١٨٧٧	٥٢,٩٠	٣٢,٠٠	١٥,١٠	١٥,١٠	١٥,١٠	٢٠ سنة فأقل	دوافع ٨ للتعايش مع مشكلات لا تطرحها وسائل الإعلام التقليدية	
				١٠٠,٠٠	٥٢,٩٠	٣٢,٠٠	١٥,١٠	١٥,١٠	١٥,١٠		١٥,١٠
				٣١٨	١٧٣	١٠٠	٤٥	٤٥	٤٥		من ٢٥ سنة
				١٠٠,٠٠	٥٤,٤٠	٣١,٤٠	١٤,٢٠	١٤,٢٠	١٤,٢٠		٢٥ سنة فأقل
				٢٩٤	١٧٩	٨٥	٣٠	٣٠	٣٠		من ٣٠ سنة
٢,٣٥٢٦	١٠٠,٠٠	١٠٠,٠٠	١٨٧٧	٦٦,٨٠	٢٤,٤٠	٨,٩٠	٨,٩٠	٨,٩٠	٣٠ سنة فأكثر	الإجمالي	
				١٠٠,٠٠	٦٦,٨٠	٢٤,٤٠	٨,٩٠	٨,٩٠	٨,٩٠		٨,٩٠
				١٠٠,٠٠	٦٦,٨٠	٢٤,٤٠	٨,٩٠	٨,٩٠	٨,٩٠		٨,٩٠
				١٠٠,٠٠	٦٦,٨٠	٢٤,٤٠	٨,٩٠	٨,٩٠	٨,٩٠		٨,٩٠
				١٠٠,٠٠	٦٦,٨٠	٢٤,٤٠	٨,٩٠	٨,٩٠	٨,٩٠		٨,٩٠
٢,٥١٦٨	١٠٠,٠٠	١٠٠,٠٠	١٨٧٧	١١٧٢	٥٠٣	٢٠٢	٢٠٢	١٠,٨٠	٢٠ سنة فأقل	دوافع ٨ للتعايش مع مشكلات لا تطرحها وسائل الإعلام التقليدية	
				١٠٠,٠٠	٥٢,٦٠	٣٠,١٠	١٧,٣٠	١٧,٣٠	١٧,٣٠		١٧,٣٠
				٣١٨	١٧٣	١٠٠	٤٥	٤٥	٤٥		من ٢٥ سنة
				١٠٠,٠٠	٥٤,٤٠	٣١,٤٠	١٤,٢٠	١٤,٢٠	١٤,٢٠		٢٥ سنة فأقل
				٢٩٤	١٧٩	٨٥	٣٠	٣٠	٣٠		من ٣٠ سنة
٢,٥١٦٨	١٠٠,٠٠	١٠٠,٠٠	١٨٧٧	١١٧٢	٥٠٣	٢٠٢	٢٠٢	١٠,٨٠	٣٠ سنة فأكثر	الإجمالي	
				١٠٠,٠٠	٦٦,٨٠	٢٤,٤٠	٨,٩٠	٨,٩٠	٨,٩٠		٨,٩٠
				١٠٠,٠٠	٦٦,٨٠	٢٤,٤٠	٨,٩٠	٨,٩٠	٨,٩٠		٨,٩٠
				١٠٠,٠٠	٦٦,٨٠	٢٤,٤٠	٨,٩٠	٨,٩٠	٨,٩٠		٨,٩٠
				١٠٠,٠٠	٦٦,٨٠	٢٤,٤٠	٨,٩٠	٨,٩٠	٨,٩٠		٨,٩٠

يشير الجدول السابق إلى فروق في استجابة عينة الدراسة في العبارات:

- للشعور بالراحة والاسترخاء.
- لان أصدقائي يستمعون إليها.
- لتمضية أوقات الفراغ.
- بحكم العادة والارتباط بالانترنت.
- لأنها ترفه عني وتسلييني.
- مناقشة برامجها مع الآخرين.
- للتعايش مع مشكلات لا تطرحها وسائل الإعلام التقليدية.

حيث بلغت قيمة كاي (. ١٧٢,٧٨) لعبارة للشعور بالراحة والاسترخاء، وكانت أعلى المتوسطات في فئة (٣٠ سنة فأكثر) مقارنة ببقية الفئات، كما بلغت قيمة كاي ١٥,٩٨٥ عبارة لان أصدقائي يستمعون إليها، بينما بلغت قيمة كاي ٢٩,٧٦٧ عبارة لتمضية أوقات الفراغ، وبلغت قيمة كاي ١٣,٧١٧ عبارة بحكم العادة والارتباط بالانترنت وهذا يمثل وجود فروق متعددة وذات دلالة إحصائية بين إجابات المفحوصين حول فقرات الاستبانة.

ثانياً: دراسة الفروق العمرية بين عينة الدراسة حسب الأسباب إلى الاستماع إلى الإذاعات الإلكترونية:

جدول (١١) الفروق العمرية بين عينة الدراسة حسب الأسباب إلى الاستماع إلى الإذاعات الإلكترونية

الدلالة الحية	نوع الحياة	٪ للموافقة	المتوسط	الاستجابات				النوع		العبارات
				الإجمالي	موافق	محايد	غير موافق	التكرار	٪	
٠,٢٤٧	٧,٨٧٦	٩٣,٢٦	٢,٧٩٧٧	١٧٣	١٤٢	٢٧	٤	التكرار	أقل من ٢٠ سنة	اسباب ١ ستساعد على اكتساب المعلومات أكثر
				١٠٠,٠٠	٨٢,١٠	١٥,٦٠	٢,٣٠	٪	٢٠ سنة فأقل من	
				٣١٨	٢٦١	٥٣	٤	التكرار	٢٥ سنة	
				١٠٠,٠٠	٨٢,١٠	١٦,٧٠	١,٣٠	٪	٢٥ سنة فأقل من	
				٢٩٤	٢٤٥	٤٥	٤	التكرار	٣٠ سنة	
٩٥,٢٤	٢,٨٥٧١	٩٣,٩٩	٢,٨١٩٧	١٠٩٢	٩٤٥	١٣٨	٩	التكرار	٣٠ سنة فأكثر	الإجمالي
				١٠٠,٠٠	٨٦,٥٠	١٢,٦٠	٠,٨٠	٪		
				١٨٧٧	١٥٩٣	٢٦٣	٢١	التكرار		
				١٠٠,٠٠	٨٤,٩٠	١٤,٠٠	١,١٠	٪		
				٩٤,٥٨	٢,٨٣٧٥					
٠,٠٠٠	٤٢,٧٥١	٧٣,٩٩	٢,٢١٩٧	١٧٣	٧٥	٦١	٣٧	التكرار	أقل من ٢٠ سنة	اسباب ٢ ستنجح لي التواصل مع الآخرين من خلال قنوات تواصل جديدة ومبتكرة
				١٠٠,٠٠	٤٣,٤٠	٣٥,٣٠	٢١,٤٠	٪	٢٠ سنة فأقل من	
				٣١٨	١٥٧	١١٦	٤٥	التكرار	٢٥ سنة	
				١٠٠,٠٠	٤٩,٤٠	٣٦,٥٠	١٤,٢٠	٪	٢٥ سنة فأقل من	
				٢٩٤	١٧٥	٨٨	٣١	التكرار	٣٠ سنة	
٨٤,٢٢	٢,٥٢٦٦	٨٢,٩٩	٢,٤٨٩٨	١٠٩٢	٦٦٧	٣٣٣	٩٢	التكرار	٣٠ سنة فأكثر	الإجمالي
				١٠٠,٠٠	٦١,١٠	٣٠,٥٠	٨,٤٠	٪		
				١٨٧٧	١٠٧٤	٥٩٨	٢٠٥	التكرار		
				١٠٠,٠٠	٥٧,٢٠	٣١,٩٠	١٠,٩٠	٪		
				٨٢,١٠	٢,٤٦٣					
٠,٢١٢	٨,٣٧٥	٨٢,٦٦	٢,٤٧٩٨	١٧٣	١٠٧	٤٢	٢٤	التكرار	أقل من ٢٠ سنة	اسباب ٣ ستنجح فرص المشاركة وتبادل الآراء مع أشخاص لديهم ميول تشبه ميولي
				١٠٠,٠٠	٦١,٨٠	٢٤,٣٠	١٣,٩٠	٪	٢٠ سنة فأقل من	
				٣١٨	١٩٧	٩٠	٣١	التكرار	٢٥ سنة	
				١٠٠,٠٠	٦١,٩٠	٢٨,٣٠	٩,٧٠	٪	٢٥ سنة فأقل من	
				٢٩٤	١٧٦	٩٢	٢٦	التكرار	٣٠ سنة	
٨٤,٨٠	٢,٥٤٤	٨٣,٦٧	٢,٥١٠٢	١٠٩٢	٦٨١	٣٢٤	٨٧	التكرار	٣٠ سنة فأكثر	الإجمالي
				١٠٠,٠٠	٦٢,٤٠	٢٩,٧٠	٨,٠٠	٪		
				١٨٧٧	١١٦١	٥٤٨	١٦٨	التكرار		
				١٠٠,٠٠	٦١,٩٠	٢٩,٢٠	٩,٠٠	٪		
				٨٤,٣٠	٢,٥٢٩					
٠,٠٠٠	١٣,١٩٣	٧٧,٤٦	٢,٣٢٣٧	١٧٣	٨٤	٦١	٢٨	التكرار	أقل من ٢٠ سنة	اسباب ٤ ستنجح لي المشاركة في الأنشطة المجتمعية والمدنية في مجتمعنا السعودي
				١٠٠,٠٠	٤٨,٦٠	٣٥,٣٠	١٦,٢٠	٪	٢٠ سنة فأقل من	
				٣١٨	١٦٩	١١٥	٣٤	التكرار	٢٥ سنة	
				١٠٠,٠٠	٥٣,١٠	٣٦,٢٠	١٠,٧٠	٪	٢٥ سنة فأقل من	
				٢٩٤	١٥٤	١١٢	٢٨	التكرار	٣٠ سنة	
٨٢,٩٤	٢,٤٨٨١	٨٠,٨٢	٢,٤٢٤٥	١٠٩٢	٦٣١	٣٦٣	٩٨	التكرار	٣٠ سنة فأكثر	الإجمالي
				١٠٠,٠٠	٥٧,٨٠	٣٣,٢٠	٩,٠٠	٪		
				١٨٧٧	١٠٣٨	٦٥١	١٨٨	التكرار		
				١٠٠,٠٠	٥٥,٣٠	٣٤,٧٠	١٠,٠٠	٪		
				٨١,٧٦	٢,٤٥٢٩					

٩,٠٠١	٢٢,٣٥١	٨٢,٨٥	٢,٤٨٥٥	١٧٣	١٠١	٥٥	١٧	التكرار	اقل من ٢٠ سنة	اسباب ٥ ستساعدني في التعرف على الفرص الوظيفية المناسبة لتخصصي العلمي والمهني	
				١٠٠,٠٠٠	٥٨,٤٠	٣١,٨٠	٩,٨٠	%			
		٨٣,٠٢	٢,٤٩٠٦	٣١٨	١٩٠	٩٤	٣٤	التكرار	٢٠ سنة فاقل من		
				١٠٠,٠٠٠	٥٩,٧٠	٢٩,٦٠	١٠,٧٠	%			
		٨١,١٨	٢,٤٣٥٤	٢٩٤	١٦٦	٩٠	٣٨	التكرار	٢٥ سنة فاقل من		
				١٠٠,٠٠٠	٥٦,٥٠	٣٠,٦٠	١٢,٩٠	%			
		٧٧,١١	٢,٣١٣٢	١٠٩٢	٥٢٨	٣٧٨	١٨٦	التكرار	٣٠ سنة فاكثر		
				١٠٠,٠٠٠	٤٨,٤٠	٣٤,٦٠	١٧,٠٠	%			
		٧٩,٢٨	٢,٣٧٨٣	١٨٧٧	٩٨٥	٦١٧	٢٧٥	التكرار	الإجمالي		
				١٠٠,٠٠٠	٥٢,٥٠	٣٢,٩٠	١٤,٧٠	%			
٩,٠٠٠	٢٧,٧٠١	٧٩,٧٧	٢,٣٩٣١	١٧٣	٩٨	٤٥	٣٠	التكرار	اقل من ٢٠ سنة	اسباب ٦ سنتيخ لي الاستماع الذي يناسب مهنتي وتوزيع وقتي الذي لا يسمح بالمشاهدة والقراءة	
				١٠٠,٠٠٠	٥٦,٦٠	٢٦,٠٠	١٧,٣٠	%			
		٨٥,٤٣	٢,٥٦٢٩	٣١٨	١٩٧	١٠٣	١٨	التكرار	٢٠ سنة فاقل من		
				١٠٠,٠٠٠	٦١,٩٠	٣٢,٤٠	٥,٧٠	%			
		٨٦,٦٢	٢,٥٩٨٦	٢٩٤	١٩٠	٩٠	١٤	التكرار	٢٥ سنة فاقل من		
				١٠٠,٠٠٠	٦٤,٦٠	٣٠,٦٠	٤,٨٠	%			
		٨٣,٩٧	٢,٥١٩٢	١٠٩٢	٦٧٧	٣٠٥	١١٠	التكرار	٣٠ سنة فاكثر		
				١٠٠,٠٠٠	٦٢,٠٠	٢٧,٩٠	١٠,١٠	%			
		٨٤,٢٥	٢,٥٢٧٤	١٨٧٧	١١٦٢	٥٤٣	١٧٢	التكرار	الإجمالي		
				١٠٠,٠٠٠	٦١,٩٠	٢٨,٩٠	٩,٢٠	%			
٩,٠٠٠	٣٢,٨٦٢	٧٥,٩٢	٢,٢٧٧٥	١٧٣	٨٦	٤٩	٣٨	التكرار	اقل من ٢٠ سنة	اسباب ٧ ستعيدني إلى الاستماع بزمان جميل كان أقل صخبًا وضوضاء	
				١٠٠,٠٠٠	٤٩,٧٠	٢٨,٣٠	٢٢,٠٠	%			
		٨١,٢٤	٢,٤٣٧١	٣١٨	١٧٧	١٠٣	٣٨	التكرار	٢٠ سنة فاقل من		
				١٠٠,٠٠٠	٥٥,٧٠	٣٢,٤٠	١١,٩٠	%			
		٨١,٩٧	٢,٤٥٩٢	٢٩٤	١٦٧	٩٥	٣٢	التكرار	٢٥ سنة فاقل من		
				١٠٠,٠٠٠	٥٦,٨٠	٣٢,٣٠	١٠,٩٠	%			
		٨٤,٨٣	٢,٥٤٤٩	١٠٩٢	٦٩٧	٢٩٣	١٠٢	التكرار	٣٠ سنة فاكثر		
				١٠٠,٠٠٠	٦٣,٨٠	٢٦,٨٠	٩,٣٠	%			
		٨٢,٩٥	٢,٤٨٨٥	١٨٧٧	١١٢٧	٥٤٠	٢١٠	التكرار	الإجمالي		
				١٠٠,٠٠٠	٦٠,٠٠	٢٨,٨٠	١١,٢٠	%			
٩,٠٠٠	٣٩,٥٨٦	٨٣,٢٤	٢,٤٩٧١	١٧٣	١٠٧	٤٥	٢١	التكرار	اقل من ٢٠ سنة	اسباب ٨ إذاعات الإنترنت سهلة الوصول إلى المتلقي	
				١٠٠,٠٠٠	٦١,٨٠	٢٦,٠٠	١٢,١٠	%			
		٨٥,٥٣	٢,٥٦٦	٣١٨	٢٠٠	٩٨	٢٠	التكرار	٢٠ سنة فاقل من		
				١٠٠,٠٠٠	٦٢,٩٠	٣٠,٨٠	٦,٣٠	%			
		٨٨,٨٩	٢,٦٦٦٧	٢٩٤	٢٠٤	٨٢	٨	التكرار	٢٥ سنة فاقل من		
				١٠٠,٠٠٠	٦٩,٤٠	٢٧,٩٠	٢,٧٠	%			
		٨٩,٦٢	٢,٦٨٨٦	١٠٩٢	٨١٣	٢١٨	٦١	التكرار	٣٠ سنة فاكثر		
				١٠٠,٠٠٠	٧٤,٥٠	٢٠,٠٠	٥,٦٠	%			
		٨٨,٢٣	٢,٦٤٦٨	١٨٧٧	١٣٢٤	٤٤٣	١١٠	التكرار	الإجمالي		
				%١٠٠,٠٠٠	%٧٠,٥٠	%٢٣,٦٠	%٥,٩٠	%			

يشير الجدول السابق إلى فروق في استجابة عينة الدراسة في العبارات التالية:

- سنتيخ لي التواصل مع الآخرين من خلال قنوات تواصل جديدة ومبتكرة.
- سنتيخ لي المشاركة في الأنشطة المجتمعية والمدنية في مجتمعنا السعودي.
- ستساعدني في التعرف على الفرص الوظيفية المناسبة لتخصصي العلمي والمهني.

- ستيح لي الاستماع الذي يناسب مهنتي وتوزيع وقتي الذي لا يسمح بالمشاهدة والقراءة.
- ستيديني إلى الاستمتاع بزمان جميل كان أقل صحبًا ووضواء.
- الإنترنت سهلة الوصول إلى المتلقي.

حيث بلغت قيمة كاي ٤٢,٧٥١ لعبارة ستيح لي التواصل مع الآخرين من خلال قنوات تواصل جديدة ومبتكرة وكانت أعلى المتوسطات في فئة (٣٠ سنة فأكثر) مقارنة ببقية الفئات، كما بلغت قيمة كاي ١٣,١٩٣ لعبارة ستيح لي المشاركة في الأنشطة المجتمعية والمدنية في مجتمعنا السعودي، وكانت أعلى المتوسطات في فئة (٣٠ سنة فأكثر) مقارنة ببقية الفئات، بينما بلغت قيمة كاي ٢٢,٣٥١ لعبارة ستيساعدني في التعرف على الفرص الوظيفية المناسبة لتخصصي العلمي والمهني وكانت أعلى المتوسطات في فئة (أقل من ٢٠ سنة) مقارنة ببقية الفئات.

ثالثاً: دراسة الفروق العمرية بين عينة الدراسة حسب رؤية العينة للقدرات الإبداعية من الاستماع إلى الإذاعات الالكترونية.

جدول (١٢) الفروق العمرية بين عينة الدراسة حسب رؤية العينة للقدرات الإبداعية من الاستماع إلى الإذاعات الالكترونية

الدلالة الإحصائية	مربع كاي	٪ للموافقة	المتوسط	الاستجابات				النوع	العبارات	
				الإجمالي	موافق	محايد	غير موافق			
٠,٠٠٠	٤٤,٧٠٢	٨٤,٠١	٢,٥٢٠٢	١٧٣	١٠,٧	٤٩	١٧	التكرار	القدرات_الإبداعية ١ فكرة إذاعة الإنترنت مبتكرة ووجيهة، وجديرة بالاهتمام والمشاركة والدعم	
				١٠٠,٠٠	٦١,٨٠	٢٨,٣٠	٩,٨٠	٪		اقل من ٢٠ سنة
				٣١٨	٢٠,٦	٩٨	١٤	التكرار		٢٠ سنة فأقل من
				٢٩٤	١٩٦	٨٦	١٢	التكرار		٢٥ سنة فأقل من
				١٠٠,٠٠	٦٦,٧٠	٢٩,٣٠	٤,١٠	٪		٢٥ سنة
٠,٠٠٠	٦٣,٨٥٦	٨٠,٥٤	٢,٤١٦٢	١٧٣	٩٦	٥٣	٢٤	التكرار	القدرات_الإبداعية ٢ ستكون منصة مثالية وميزة، يروج الشباب من خلالها لإبداعاتهم؛ بيسر وسهول وانتشار مساو للوسائل الحديث أو أكثر	
				١٠٠,٠٠	٥٥,٥٠	٣٠,٦٠	١٣,٩٠	٪		اقل من ٢٠ سنة
				٣١٨	١٩٣	١٠,٦	١٩	التكرار		٢٠ سنة فأقل من
				٢٩٤	١٩٧	٨٠	١٧	التكرار		٢٥ سنة فأقل من
				١٠٠,٠٠	٦٧,٠٠	٢٧,٢٠	٥,٨٠	٪		٢٥ سنة
٠,٠٠٠	٤٦,٢٢٢	٧٨,٠٣	٢,٣٤١	١٧٣	٩١	٥٠	٣٢	التكرار	القدرات_الإبداعية ٣ ستجعلني أتحمس أكثر لأفكاري	
				١٠٠,٠٠	٥٢,٦٠	٢٨,٩٠	١٨,٥٠	٪		اقل من ٢٠ سنة
				٣١٨	١٧٤	١١٧	٢٧	التكرار		٢٠ سنة فأقل من
				٢٩٤	١٦٣	١٠,٦	٢٥	التكرار		٢٥ سنة فأقل من
				١٠٠,٠٠	٥٥,٤٠	٣٦,١٠	٨,٥٠	٪		٢٥ سنة
٠,٠٠٠	٤٢,٦	٨٠,٣٥	٢,٤١٠٤	١٧٣	٩٣	٥٨	٢٢	التكرار	القدرات_الإبداعية ٤ ستقدم لي برامج تعليمية هامة لتنمية الإبداع	
				١٠٠,٠٠	٥٣,٨٠	٣٣,٥٠	١٢,٧٠	٪		اقل من ٢٠ سنة
				٣١٨	١٨٨	١٠,٧	٢٣	التكرار		٢٠ سنة فأقل من
				٢٩٤	١٧٣	١٠,٢	١٩	التكرار		٢٥ سنة فأقل من
				١٠٠,٠٠	٥٨,٨٠	٣٤,٧٠	٦,٥٠	٪		٢٥ سنة

٠٠٠٠٠٠	٤٨,٤١١	٨٣,٠٤	٢,٤٩١٣	١٧٣	١٠٤	٥٠	١٩	التكرار	اقل من ٢٠ سنة	القدرات_الإبداعية ٥ ستساعد الشباب على اكتساب وتنمية القدرات الإبداعية لديهم
				١٠٠,٠٠٠	٦٠,١٠	٢٨,٩٠	١١,٠٠	التكرار		
		٨٤,٩١	٢,٥٤٧٢	٣١٨	١٩٥	١٠٢	٢١	التكرار	٢٠ سنة فافل من سنة ٢٥	
				١٠٠,٠٠٠	٦١,٣٠	٣٢,١٠	٦,٦٠	%		
		٨٧,١٩	٢,٦١٥٦	٢٩٤	١٩٨	٧٩	١٧	التكرار	٢٥ سنة فافل من سنة ٣٠	
				١٠٠,٠٠٠	٦٧,٣٠	٢٦,٩٠	٥,٨٠	%		
٩٠,٤٢	٢,٧١٢٥	١٠٩٢	٨٠٢	٢٦٦	٢٤	التكرار	٣٠ سنة فأكثر			
		١٠٠,٠٠٠	٧٣,٤٠	٢٤,٤٠	٢,٢٠	%				
٨٨,٣٠	٢,٦٤٨٩	١٨٧٧	١٢٩٩	٤٩٧	٨١	التكرار	الإجمالي			
		١٠٠,٠٠٠	٦٩,٢٠	٢٦,٥٠	٤,٣٠	%				
٠٠٠٠٠١	٢٣,٠٠١	٨٥,٧٤	٢,٥٧٢٣	١٧٣	١١٤	٤٤	١٥	التكرار	اقل من ٢٠ سنة	القدرات_الإبداعية ٦ ستدعم طرح وتجريب الأفكار والحلول المبتكرة
				١٠٠,٠٠٠	٦٥,٩٠	٢٥,٤٠	٨,٧٠	التكرار		
		٨٧,٤٢	٢,٦٢٢٦	٣١٨	٢١٦	٨٤	١٨	التكرار	٢٠ سنة فافل من سنة ٢٥	
				١٠٠,٠٠٠	٦٧,٩٠	٢٦,٤٠	٥,٧٠	%		
		٨٨,٦٦	٢,٦٥٩٩	٢٩٤	٢٠٧	٧٤	١٣	التكرار	٢٥ سنة فافل من سنة ٣٠	
				١٠٠,٠٠٠	٧٠,٤٠	٢٥,٢٠	٤,٤٠	%		
٩٠,٧٢	٢,٧٢١٦	١٠٩٢	٨١٥	٢٥٠	٢٧	التكرار	٣٠ سنة فأكثر			
		١٠٠,٠٠٠	٧٤,٦٠	٢٢,٩٠	٢,٥٠	%				
٨٩,٣٨	٢,٦٨١٤	١٨٧٧	١٣٥٢	٤٥٢	٧٣	التكرار	الإجمالي			
		١٠٠,٠٠٠	٧٢,٠٠	٢٤,١٠	٣,٩٠	%				
٠٠٠٠٠٢	٣٢,٥٧٩	٨٢,٨٥	٢,٤٨٥٥	١٧٣	١٠٥	٤٧	٢١	التكرار	اقل من ٢٠ سنة	القدرات_الإبداعية ٧ ستدعم استخدام الطرق غير المألوفة في حل المشكلات
				١٠٠,٠٠٠	٦٠,٧٠	٢٧,٢٠	١٢,١٠	التكرار		
		٨٤,٠٧	٢,٥٢٢	٣١٨	١٩٣	٩٨	٢٧	التكرار	٢٠ سنة فافل من سنة ٢٥	
				١٠٠,٠٠٠	٦٠,٧٠	٣٠,٨٠	٨,٥٠	%		
		٨٦,٠٥	٢,٥٨١٦	٢٩٤	١٨٧	٩١	١٦	التكرار	٢٥ سنة فافل من سنة ٣٠	
				١٠٠,٠٠٠	٦٣,٦٠	٣١,٠٠	٥,٤٠	%		
٨٨,٤٣	٢,٦٥٢٩	١٠٩٢	٧٥١	٣٠٣	٣٨	التكرار	٣٠ سنة فأكثر			
		١٠٠,٠٠٠	٦٨,٨٠	٢٧,٧٠	٣,٥٠	%				
٨٦,٨١	٢,٦٠٤٢	١٨٧٧	١٢٣٦	٥٣٩	١٠٢	التكرار	الإجمالي			
		١٠٠,٠٠٠	٦٥,٨٠	٢٨,٧٠	٥,٤٠	%				
٠٠٠٠٠٣	٣٦,١٥٣	٨٥,٩٣	٢,٥٧٨	١٧٣	١١٧	٣٩	١٧	التكرار	اقل من ٢٠ سنة	القدرات_الإبداعية ٨ ستشجع على التجديد والتغيير
				١٠٠,٠٠٠	٦٧,٦٠	٢٢,٥٠	٩,٨٠	التكرار		
		٨٧,٧٤	٢,٦٣٢١	٣١٨	٢١٧	٨٥	١٦	التكرار	٢٠ سنة فافل من سنة ٢٥	
				١٠٠,٠٠٠	٦٨,٢٠	٢٦,٧٠	٥,٠٠	%		
		٨٩,٢٣	٢,٦٧٦٩	٢٩٤	٢١٠	٧٣	١١	التكرار	٢٥ سنة فافل من سنة ٣٠	
				١٠٠,٠٠٠	٧١,٤٠	٢٤,٨٠	٣,٧٠	%		
٩١,٦٧	٢,٧٥	١٠٩٢	٨٤٢	٢٢٧	٢٣	التكرار	٣٠ سنة فأكثر			
		١٠٠,٠٠٠	٧٧,١٠	٢٠,٨٠	٢,١٠	%				
٩٠,٠٩	٢,٧٠٢٧	١٨٧٧	١٣٨٦	٤٢٤	٦٧	التكرار	الإجمالي			
		١٠٠,٠٠٠	٧٣,٨٠	٢٢,٦٠	٣,٦٠	%				
٠٠٠٠٠٤	٢٩,١٨١	٧٩,٠٠	٢,٣٦٩٩	١٧٣	٩٣	٥١	٢٩	التكرار	اقل من ٢٠ سنة	القدرات_الإبداعية ٩ ستمنى مهاراتي عبر الردشة مع الآخرين في برامج الإذاعة وحولها
				١٠٠,٠٠٠	٥٣,٨٠	٢٩,٥٠	١٦,٨٠	التكرار		
		٨٠,٨٢	٢,٤٢٤٥	٣١٨	١٧٠	١١٣	٣٥	التكرار	٢٠ سنة فافل من سنة ٢٥	
				١٠٠,٠٠٠	٥٣,٥٠	٣٥,٥٠	١١,٠٠	%		
		٨٣,٩٠	٢,٥١٧	٢٩٤	١٧٦	٩٤	٢٤	التكرار	٢٥ سنة فافل من سنة ٣٠	
				١٠٠,٠٠٠	٥٩,٩٠	٣٢,٠٠	٨,٢٠	%		
٨٥,٦٨	٢,٥٧٠٥	١٠٩٢	٦٦٦	٣٢٣	٧٣	التكرار	٣٠ سنة فأكثر			
		١٠٠,٠٠٠	٦٣,٧٠	٢٩,٦٠	٦,٧٠	%				
٨٣,٩٦	٢,٥١٨٩	١٨٧٧	١١٣٥	٥٨١	١٦١	التكرار	الإجمالي			
		١٠٠,٠٠٠	٦٠,٥٠	٣١,٠٠	٨,٦٠	%				

١٠,٠٠٢	٢١,٣٧٣	٧٨,٠٣	٢,٣٤١	١٧٣	٩٤	٤٤	٣٥	التكرار	اقل من ٢٠ سنة	القدرات_الابداعية ١٠ المسلسلات الإذاعية ستتمي الحس الخيالي والذاكرة وستربط بين الإبداع والتعلم	
				١٠٠,٠٠٠	٥٤,٣٠	٢٥,٤٠	٢٠,٢٠	%			
		٨٢,٤٩	٢,٤٧٤٨	٣١٨	١٨٣	١٠٣	٣٢	التكرار	٢٠ سنة فأقل من		
				١٠٠,٠٠٠	٥٧,٥٠	٣٢,٤٠	١٠,١٠	%			
		٨٠,٣٩	٢,٤١١٦	٢٩٤	١٥٨	٩٩	٣٧	التكرار	٢٥ سنة فأقل من		
		١٠٠,٠٠٠	٥٣,٧٠	٣٣,٧٠	١٢,٦٠	%					
		٧٨,٦٩	٢,٣٦٠٨	١٠٩٢	٥٣٥	٤١٦	١٤١	التكرار	٣٠ سنة فأكثر		
				١٠٠,٠٠٠	٤٩,٠٠	٣٨,١٠	١٢,٩٠	%			
		٧٩,٥٤	٢,٣٨٦٣	١٨٧٧	٩٧٠	٦٦٢	٢٤٥	التكرار	الإجمالي		
				١٠٠,٠٠٠	٥١,٧٠	٣٥,٣٠	١٣,١٠	%			
١٠,٠٠١	٢١,٨٠٧	٧٩,٥٨	٢,٣٨٧٣	١٧٣	٩٢	٥٦	٢٥	التكرار	اقل من ٢٠ سنة	القدرات_الابداعية ١١ ستساعدني على التحليل المنطقي لمختلف القضايا	
				١٠٠,٠٠٠	٥٣,٢٠	٣٢,٤٠	١٤,٥٠	%			
		٨٣,٠٢	٢,٤٩٠٦	٣١٨	١٧٧	١٢٠	٢١	التكرار	٢٠ سنة فأقل من		
				١٠٠,٠٠٠	٥٥,٧٠	٣٧,٧٠	٦,٦٠	%			
		٨٥,١٥	٢,٥٥٤٤	٢٩٤	١٨٣	٩١	٢٠	التكرار	٢٥ سنة فأقل من		
		١٠٠,٠٠٠	٦٢,٢٠	٣١,٠٠	٦,٨٠	%					
		٨٥,٢٠	٢,٥٥٥٩	١٠٩٢	٦٧٠	٣٥٩	٦٣	التكرار	٣٠ سنة فأكثر		
				١٠٠,٠٠٠	٦١,٤٠	٣٢,٩٠	٥,٨٠	%			
		٨٤,٣٠	٢,٥٢٩	١٨٧٧	١١٢٢	٦٢٦	١٢٩	التكرار	الإجمالي		
				١٠٠,٠٠٠	٥٩,٨٠	٣٣,٤٠	٦,٩٠	%			
١٠,٠٠٠	٥٤,٦١٣٥	٨١,١٢	٢,٤٣٣٥	١٧٣	١٠١	٤٦	٢٦	التكرار	اقل من ٢٠ سنة	القدرات_الابداعية ١٢ ستفتح آفاقاً تقنية وعلمية جديدة	
				١٠٠,٠٠٠	٥٨,٤٠	٢٦,٦٠	١٥,٠٠	%			
		٨٥,٢٢	٢,٥٥٦٦	٣١٨	١٩٦	١٠٣	١٩	التكرار	٢٠ سنة فأقل من		
				١٠٠,٠٠٠	٦١,٦٠	٣٢,٤٠	٦,٠٠	%			
		٨٧,٥٣	٢,٦٢٥٩	٢٩٤	١٩٦	٨٦	١٢	التكرار	٢٥ سنة فأقل من		
		١٠٠,٠٠٠	٦٦,٧٠	٢٩,٣٠	٤,١٠	%					
		٨٩,٥٩	٢,٦٨٧٧	١٠٩٢	٧٨٩	٢٦٥	٣٨	التكرار	٣٠ سنة فأكثر		
				١٠٠,٠٠٠	٧٢,٣٠	٢٤,٣٠	٣,٥٠	%			
		٨٧,٧٥	٢,٦٣٢٤	١٨٧٧	١٢٨٢	٥٠٠	٩٥	التكرار	الإجمالي		
				١٠٠,٠٠٠	٦٨,٣٠	٢٦,٦٠	٥,١٠	%			
١٠,٠٠٠	٦٩,٧٥٤	٧٥,٣٤	٢,٢٦٠١	١٧٣	٧٨	٦٢	٣٣	التكرار	اقل من ٢٠ سنة	القدرات_الابداعية ١٣ ستحدث ثورة في مجالي الأثير الإذاعي والأقمار الاصطناعية	
				١٠٠,٠٠٠	٤٥,١٠	٣٥,٨٠	١٩,١٠	%			
		٨١,٨٧	٢,٤٥٦	٣١٨	١٧٠	١٢٣	٢٥	التكرار	٢٠ سنة فأقل من		
				١٠٠,٠٠٠	٥٣,٥٠	٣٨,٧٠	٧,٩٠	%			
		٨٣,٦٧	٢,٥١٠٢	٢٩٤	١٧٥	٩٤	٢٥	التكرار	٢٥ سنة فأقل من		
		١٠٠,٠٠٠	٥٩,٥٠	٣٢,٠٠	٨,٥٠	%					
		٨٧,١٢	٢,٦١٣٦	١٠٩٢	٧١٧	٣٢٨	٤٧	التكرار	٣٠ سنة فأكثر		
				١٠٠,٠٠٠	٦٥,٧٠	٣٠,٠٠	٤,٣٠	%			
		٨٤,٦٠	٢,٥٣٨١	١٨٧٧	١١٤٠	٦٠٧	١٣٠	التكرار	الإجمالي		
				١٠٠,٠٠٠	٦٠,٧٠	٣٢,٣٠	٦,٩٠	%			

في الجدول السابق يتضح ما يأتي:

من أهم جداول التحليل في هذه الدراسة، حيث أشارت نتائجه إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية في كل عبارات المحور الخاص للقدرات الإبداعية من الاستماع إلى الإذاعات الالكترونية، حيث أثبتت نتائج اختبار مربع كأي إلى وجود فروق دالة إحصائياً في كل العبارات مما يعني وجود ضرورة ملحة لتبني الأفكار الإبداعية والعمل على إتمام هذه الأفكار، وهذا ما تسعى الدراسة إلى تحقيقه.

كما أشارت الفئات إلى أن أكثر الفئات استجابة وموافقة على هذه الفكرة هي فئة ٣٠ سنة فأكثر وتليها في الترتيب فئة ٢٥ سنة فأقل من ٣٠ ما يعني أن الراشدون والعقلاء هم من يميلون إلى تبني وتطبيق هذه الأفكار الإبداعية مما يؤكد على أهميتها في المجتمع السعودي.

ملخص نتائج الدراسة

نتائج فروض الدراسة:

الفرض الأول: والذي ينص على أنه «يوجد فروق بين أفراد عينة الدراسة في (الدوافع - الأسباب - القدرات الإبداعية) حسب متغير المنطقة (الوسطي - الشرقية - الغربية - الشمالية - الجنوبية).

أثبتت النتائج الحقائق الآتية:

- عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بحسب المنطقة مما يشير إلى توافق كل أفراد العينة حول بنود الاستبانة مع اختلاف المناطق التي ينتمون إليها.
- جاء في ترتيب المناطق من حيث القدرات الإبداعية المنطقة الشرقية، كما جاء في الترتيب الأول من حيث الأسباب المنطقة الشمالية، بينما جاء في الترتيب الأول من حيث الدوافع المنطقة الشرقية.

الفرض الثاني: الفروق في (الدوافع - الأسباب - القدرات الإبداعية) حسب متغير النوع (ذكر - أنثى) باستخدام اختبار التاء لعينيتين مستقلتين.

أثبتت النتائج وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الذكور والإناث في كل محاور الاستبانة لصالح الإناث.

الفرض الثالث: فروق في (الدوافع - الأسباب - القدرات الإبداعية) حسب متغير العمر باستخدام اختبار التاء لعينيتين مستقلتين.

أثبتت النتائج وجود فروق ذات دلالة إحصائية على حسب متغير العمر في كل محاور الاستبانة، وجاءت أعلى نسبة موافقة لفئة من هم أكثر من ٣٠ سنة.

الفرض الرابع: فيما يتعلق بالفروق الثنائية باستخدام اختبار شافيه.

الفروق بحسب العمر:

- في محور الدوافع وجود فروق بين فئة أقل من ٢٠ سنة وباقي فئات هذا المحور.
- في محور الأسباب وجود فروق بين فئة ٣٠ سنة فأكثر وباقي الفئات.
- في محور القدرات الإبداعية وجود فروق بين فئة ٣٠ سنة فأكثر وباقي الفئات.

الفروق بحسب المؤهل الدراسي:

وجود فروق ذات دلالة إحصائية على حسب متغير المؤهل الدراسي في كل محاور الاستبانة، وجاءت أعلى نسبة موافقة لفئة أقل من الثانوي.

الفروق حسب عدد ساعات المزمع الاستماع إليها:

وجود فروق ذات دلالة إحصائية على حسب متغير عدد الساعات المزمع الاستماع إليها في كل محاور الاستبانة.

محور الدوافع أعلى نسبة موافقة لفئة ٣ ساعات فأكثر .

محور الأسباب أعلى نسبة موافقة لفئة ساعة فاقل من ٣ ساعات.

القدرات الإبداعية أعلى نسبة موافقة لفئة ساعة فاقل من ٣ ساعات.

الفروق العمرية بين عينة الدراسة حسب الدوافع إلى الاستماع إلى الإذاعات الإلكترونية.

وجود فروق في استجابة عينة الدراسة في العبارات:

- للشعور بالراحة والاسترخاء.

- لان أصدقائي يستمعون إليها.

- لتمضية أوقات الفراغ.

- بحكم العادة والارتباط بالانترنت.

- لأنها ترفه عني وتسليني.

- مناقشة برامجها مع الآخرين.

- للتعايش مع مشكلات لا تطرحها وسائل الإعلام التقليدية.

الفروق العمرية بين عينة الدراسة حسب أسباب الاستماع إلى الإذاعات الإلكترونية:

وجود فروق في استجابة عينة الدراسة في العبارات التالية:

- ستيح لي التواصل مع الآخرين من خلال قنوات تواصل جديدة ومبتكرة.

- ستيح لي المشاركة في الأنشطة المجتمعية والمدنية في مجتمعنا السعودي.

- ستساعدني في التعرف على الفرص الوظيفية المناسبة لتخصصي العلمي والمهني.

- ستيح لي الاستماع الذي يناسب مهنتي وتوزيع وقتي الذي لا يسمح بالمشاهدة والقراءة.

- ستعيدني إلى الاستمتاع بزمان جميل كان أقل صحباً وضوضاء.

- الإنترنت سهلة الوصول إلى المتلقي.

الفروق العمرية بين عينة الدراسة حسب رؤية العينة للقدرات الإبداعية من الاستماع الي

الإذاعات الإلكترونية.

وجود فروق ذات دلالة إحصائية في كل عبارات المحور الخاص للقدرات الإبداعية من الاستماع إلى الإذاعات الإلكترونية.

توصيات الدراسة

- هناك ضرورة لإنشاء إذاعات متخصصة في الإنترنت في مجال تنمية القدرات الإبداعية لطلاب الجامعات.
- ضرورة إنشاء مراكز دراسات وبحوث ميدانية ملحقه بهذه الإذاعات لتقديم المعلومات والأسس العلمية لحلول مشاكل طلاب الجامعات.
- ضرورة التخطيط الجيد ووضع الاستراتيجيات المناسبة لبرامج تنمية القدرات الإبداعية للشباب ولطلاب الجامعات على وجه الخصوص.
- ضرورة التدريب المشترك بين الإعلاميين ومسؤولي تلك الإذاعات في مجال البرامج التفاعلية في مجال تنمية القدرات الإبداعية لطلاب الجامعات.
- بناء شراكة وتنسيق بين الإذاعات والجامعات، هيئات الإعلام، ومؤسسات المجتمع المدني في مجال تنمية القدرات الإبداعية لطلاب الجامعات.
- رفع مستوى الصرف على برامج تنمية القدرات الإبداعية لطلاب الجامعات.
- الاستفادة من مميزات وسائل الإعلام الاجتماعي في مجال تنمية القدرات الإبداعية لطلاب الجامعات.
- إنشاء إذاعات رقمية متخصصة في مجال تنمية القدرات الإبداعية لطلاب الجامعات، واتباع الخطوات العلمية في إعداد وتقديم برامج تنمية القدرات الإبداعية لطلاب الجامعات بالإذاعات الرقمية.
- أهمية إجراء الدراسات الاستطلاعية الموضوعية والمقننة لرصد مشاكل طلاب الجامعات الواجب مناقشتها من خلال الإذاعات الرقمية في برامجها التفاعلية.
- الاهتمام بالجانب التقني في مجال التدريب المشترك بين مسؤولي تنمية القدرات الإبداعية لطلاب الجامعات والإعلاميين بحيث يتم التدريب في معظمه على التقنيات الحديثة المرتبطة بالإذاعات الرقمية وتوظيف الإذاعة الرقمية في مجال تنمية القدرات الإبداعية لطلاب الجامعات.
- أهمية التقويم المستمر لبرامج تنمية القدرات الإبداعية لطلاب الجامعات من خلال الدراسات العلمية الميدانية.

المصادر والمراجع

- ١- محمد الصاوي محمد، البحث العلمي: أسسه وطريقة كتابته، (القاهرة: المكتبة الأكاديمية، ١٩٩٢م)، ص ٤٠.
- ٢- ل. ر. جاي، مهارات البحث التربوي، تعريب: جابر عبد الحميد، (القاهرة: دار النهضة العربية، ١٩٩٣)، ص ١٠٨.
- ٣- صلاح الدين محمود علام: الأساليب الإحصائية الاستدلالية البارامترية اللابارامترية في تحليل البحوث النفسية والتربوية، ط١، (القاهرة، دار الفكر العربي، ١٩٩٣م)، ص ١٨٠.
- ٤- السيد محمد خيرى، الإحصاء في البحوث النفسية، (القاهرة: دار الفكر العربي، ١٩٩٩م)، ص ٢٢٨.
- ٥- فؤاد البهي السيد: علم نفس الإحصائي وقياس العقل البشري، ط (١٦)، (القاهرة، دار الفكر العربي، ١٩٩٩م)، ص ٣٦٤.
- ٦- المرجع سابق: ص ٣٧٠.
- ٧- محمود السيد أبو النيل، الإحصاء النفسي والاجتماع والتربوي، الطبعة الخامسة، (القاهرة: دار النهضة العربية، ١٩٨٧م)، ص ٢٩١.
- ٨
- ٩- ينظر: البرامج التفاعلية في مجال التوعية المرورية عبر الإذاعات الرقمية، عبد المحسن بدوى محمد أحمد، جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، الرياض، ٢٠١٦م، ص ٥.
- ١٠- ينظر: «لسان العرب» لأبي الفضل جمال الدين محمد بن مكرم ابن منظور، ط. دار صادر - بيروت ٢٠٠٣م، (٣٥/٢).
- ١١- ينظر: التربية الإبداعية: فنّ يجب تعلمه؟ لنورس محمد قدور، مجلة الحوار المتمدن (العدد ٢٣٣٢) بتاريخ ٤ أغسطس ٢٠٠٨م.
- 12- Carl Malamud، A World's Fair for the Global Village (Cambridge، Massachusetts: MIT Press، 1997)، p. 33..
- 13- Harmeet Sawhney، and Lee Seungwhan، 'Arenas of Innovation: Understanding New Configurational Potentialities of Communication Technologies'، Media، Culture & Society، vol. 27، no. 3 (2005) pp. 391-414..
- 14- BRS Media، Inc. (<http://www.brsmedia.fm>)، accessed September 27، 2012.
- 15- Tom Webster، 'The Infinite Dial، 2009: Radio's Digital Platforms، AM/FM، Online، Satellite، HD RadioSuper and Podcasting'، Arbitron/Edison Media Research، New York City، US، 16 April 2009، p. 3.
- 16- Chris Atton، An Alternative Internet، Radical Media، Politics and Creativity (Edinburgh: EdinburghUniversity Press، 2004)، p. 27..
- 17- Chris Priestman 'Narrowcasting and the Dream of Radio's Great Global Conversation'، 11)) The Radio Journal: International Studies in Broadcast & Audio Media ،vol. 2 ،no. 2 (June 2004) ،pp. 77-88.
- ١٨- ينظر: الرابط <http://www.alarabiya.net/articles.9٧٨١٢/١٩/٠١/٢٠١٠/>
- ١٩- ينظر: دوافع استخدام الشباب الجامعي في الجامعات البحرينية لإذاعات الإنترنت (دراسة ميدانية)، عبد الصادق حسن عبد الصادق، مجلة رؤى استراتيجية، ٢٠١٣م.

- ٢٠- محمد عبد الرؤوف: مقال بعنوان: إذاعات الإنترنت.. تستعيد زمن المستمعين، جريدة الشرق الأوسط، عدد الخميس ١٩ ذو الحجة ١٤٢٩ هـ ١٨ ديسمبر ٢٠٠٨ العدد ١٠٩٧٨.
- ٢١- محمد عبد الرؤوف: مقال بعنوان: إذاعات الإنترنت.. تستعيد زمن المستمعين، جريدة الشرق الأوسط، عدد الخميس ١٩ ذو الحجة ١٤٢٩ هـ ١٨ ديسمبر ٢٠٠٨ العدد ١٠٩٧٨.
- ٢٢- ينظر: «إذاعات الإنترنت في مصر.. محطات بالجملة ومخاوف من الفوضى» لسمير محمود، نشر بموقع العربية. نت بتاريخ: ١٣ شعبان ١٤٣١ هـ - ٢٥ يوليو ٢٠١٠م.
- ٢٣- ينظر: «ما هي مخاطر الإنترنت» لأفنان أبو مفرح، نشر بموقع موضوع com.mawdoo3.com، بتاريخ ٢١ مايو ٢٠١٧.
- ٢٤- ينظر: «كيف نحمي أبنائنا من مخاطر الإنترنت؟» نشر بجريدة الإعلامي www.themediamagazine.com، تصدر عن ملتقى الإعلام العربي بتاريخ: ١٧ أكتوبر ٢٠١٧م.
- ٢٥- ينظر: «كيف نحمي أبنائنا من مخاطر الإنترنت؟» نشر بجريدة الإعلامي www.themediamagazine.com، تصدر عن ملتقى الإعلام العربي بتاريخ: ١٧ أكتوبر ٢٠١٧م.
- ٢٦- ينظر: التربية الإعلامية، كيف نتعامل مع الإعلام، فهد بن عبد الرحمن الشميري، بحث مقدم للمؤتمر الأول للتربية الإعلامية الرياض عام ١٤٢٨ هـ - ٢٠٠٧م ص ٦٠.
- ٢٧- ينظر: التربية الإعلامية، كيف نتعامل مع الإعلام، فهد بن عبد الرحمن الشميري، بحث مقدم للمؤتمر الأول للتربية الإعلامية الرياض عام ١٤٢٨ هـ - ٢٠٠٧م ص ٥٦: ٥٩.
- ٢٨- ينظر: المرجع السابق، ص ٦٤.
- ٢٩- ينظر: المرجع السابق، ص ٦٥.
- ٣٠- ينظر: المرجع السابق، ص ٦٦.
- ٣١- ينظر: الاتصال ونظرياته المعاصرة، حسن عماد مكاي، ليلي حسين السيد، الدار المصرية اللبنانية، ط١، ١٩٩٨م، ص ١٩٧.
- ٣٢- ينظر: الاتصال ونظرياته المعاصرة، حسن عماد مكاي، ليلي حسين السيد، الدار المصرية اللبنانية، ط١، ١٤١٩ هـ-١٩٩٨م، ص ٢٠٣.
- ٣٣- ينظر: المرجع السابق، ص ٢٠٨.
- ٣٤- ينظر: المرجع السابق، ص ٢٠٥.
- ٣٥- ينظر: الاتصال ونظرياته المعاصرة، حسن عماد مكاي، ليلي حسين السيد، الدار المصرية اللبنانية، ط١، ١٤١٩ هـ-١٩٩٨م، ص ١٨٥: ٢٠٨، وينظر: التربية الإعلامية، كيف نتعامل مع الإعلام، فهد بن عبد الرحمن الشميري، بحث مقدم للمؤتمر الأول للتربية الإعلامية الرياض عام ١٤٢٨ هـ - ٢٠٠٧م، ص ١١٩.
- ٣٦- ينظر: التربية الإبداعية: فنّ يجب تعلمه؟ لنورس محمد قدور، مجلة الحوار المتمدن (العدد ٢٣٣٢)، بتاريخ ٤ أغسطس ٢٠٠٨م.
- ٣٧- ينظر: التربية الإبداعية: فنّ يجب تعلمه؟ مصدر سابق.
- ٣٨- ينظر: التربية الإبداعية: فنّ يجب تعلمه؟ مصدر سابق، وأيضًا «نظرية الذكاءات المتعددة» لهارود جاردنر.
- ٣٩- ينظر: التربية الإبداعية: فنّ يجب تعلمه؟ لنورس محمد قدور، مجلة الحوار المتمدن (العدد ٢٣٣٢)، بتاريخ ٤ أغسطس ٢٠٠٨م.
- ٤٠- ينظر: التربية الإبداعية: فنّ يجب تعلمه؟ لنورس محمد قدور، مجلة الحوار المتمدن (العدد ٢٣٣٢)، بتاريخ ٤ أغسطس ٢٠٠٨م.