

دور برامج البث المباشر في تغيير السلوك المجتمعي لدى الشباب
الأردني (برنامج وسط البلد أنموذجاً للدراسة).

**The Role of Live Programs in Changing the Social
Behavior of Jordanian Youth Program "Wast Al
Balad as an Example"**

اعداد الطالب:

خير الدين شموط

اشراف الأستاذة الدكتورة حميدة سميسم

قدمت هذه الرسالة لغاية استكمال متطلبات الحصول على درجة الماجستير في

الاعلام

قسم الصحافة والاعلام

كلية الاعلام

جامعة الشرق الاوسط

أيار / 2018

ب

تفويض

أنا الطالب خير الدين ناصر خير الدين شموط أفوض جامعة الشرق الأوسط بتزويد نسخ من رسالتي ورقياً وإلكترونياً للمكتبات أو المنظمات أو الهيئات والمؤسسات المعنية بالأبحاث والدراسات العلمية عند طلبها

الاسم: خير الدين ناصر خير الدين شموط

التاريخ. 2018 / 5 / 26

التوقيع.....

قرار لجنة المناقشة

نوقشت هذه الرسالة بعنوان (دور برامج البث المباشر في تغيير السلوك المجتمعي لدى الشباب الأردني - برنامج وسط البلد أنموذجاً للدراسة).

وأجيزت بتاريخ 26 / 5 / 2018

أعضاء لجنة المناقشة:

1. أ.د. حميدة مهدي سميسم - جامعة الشرق الاوسط (مشرفاً ورئيساً).....
2. د. رائد البياتي - جامعة الشرق الاوسط (عضواً).....
3. د. علاء الدين خليفة الدليمي - جامعة اليرموك (عضواً خارجياً).....

الشكر

اللهم لك الحمد حمدا كثيرا طيبا مباركا فيه ملء السماوات وملء الأرض وملء ما شئت من شيء بعد أهل الثناء والمجد أحق ما قال العبد وكلنا لك عبد أشكرك ربي على نعمك التي لا تعد وآلائك التي لا تحد أحمذك ربي وأشكرك على أن يسرت لي إتمام هذا البحث على الوجه الذي أرجوان ترضى به عني.

ثم أتوجه بالشكر إلى من رعاني طالبا في برنامج الماجستير ومعدا هذا البحث أستاذتي ومشرفتي الفاضلة الأستاذة الدكتورة: حميدة سميسم التي لها الفضل -بعد الله تعالى- على البحث والباحث مذ كان الموضوع عنوانا وفكرة إلى أن صار رسالة وبحثا. فلها مني الشكر كله والتقدير والعرفان.

وأتوجه بالشكر الجزيل إلى جميع أساتذتي الفضلاء في قسم الإعلام في كلية الإعلام بجامعة الشرق الأوسط الذين لم يألوا جهدا في توجيهي وإمدادي بما احتجت إليه من كتب من مكتباتهم العامة.

وأقدم بشكري الجزيل في هذا اليوم إلى أساتذتي الموقرين في لجنة المناقشة رئاسة وأعضاء لتفضلهم على بقبول مناقشة هذه الرسالة فهم أهل لسد خللها وتقويم معوجها وتهذيب نتواتها والإبانة عن مواطن القصور فيها سائلا الله الكريم أن يثيبهم عني خيرا.

كما أتوجه بالشكر للأستاذ الفاضل الدكتور الاعلامي هاني البدري الذي كان عوناً لي في هذه الرسالة وفي مرحلة البكالوريوس.

الاهداء

إلى من جرع الكأس فارغاً ليسقيني قطرة حب

إلى من كلّت أنامله ليقدّم لنا لحظة سعادة

إلى من حصد الأشواك عن دربي ليمهد لي طريق العلم

إلى القلب الكبير (والدي العزيز)

إلى من أرضعتني الحب والحنان

إلى رمز الحب وبلسم الشفاء

إلى القلب الناصع بالبياض (والدتي الحبيبة)

إلى القلوب الطاهرة الرقيقة والنفوس البريئة إلى رياحين حياتي (إخوتي)

إلى رفيقة دربي "ليليان" سند الحياة وظلها وعزها.

قائمة المحتويات

أ.....	العنوان
Er.....	تفويض
	Error! Bookmark not defined.
.....	قرار لجنة المناقشة
	Error! Bookmark not defined.
د.....	الشكر
ه.....	الاهداء
و.....	قائمة المحتويات
ز.....	قائمة الجداول
ح.....	قائمة الملحقات
ط.....	الملخص باللغة العربية
ي.....	الملخص باللغة الإنجليزية
1.....	الفصل الأول: خلفية الدراسة وأهميتها
9.....	الفصل الثاني: الأدب النظري والدراسات السابقة
58	الفصل الثالث: منهجية الدراسة (الطريقة والإجراءات)
64	الفصل الرابع: نتائج الدراسة
77	الفصل الخامس: مناقشة النتائج والتوصيات
84	المراجع
90	الملحقات

قائمة الجداول

رقم الفصل - رقم الجدول	محتوى الجدول	الصفحة
1-3	معاملات الارتباط بين درجة العبارة وبين الدرجة الكلية للبعد الذي ينتمي إليه بما فيها درجة هذه العبارة	60
2-3	قيم الثبات لمجالات الدراسة	62
3-4	توزيع أفراد عينة الدراسة تبعاً للمتغيرات الشخصية.	64
4-4	التكرارات والنسب المئوية لإجابات أفراد عينة الدراسة عن الأسئلة الخاصة بالعادات الاتصالية	66
5-4	المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لإجابات أفراد عينة الدراسة عن أبعاد أداة الدراسة والأداة ككل	68
6-4	المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لإجابات أفراد عينة الدراسة عن فقرات بعد الدوافع السلوكية والبعد ككل	69
7-4	المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لإجابات أفراد عينة الدراسة عن فقرات بعد الدوافع الوجدانية والبعد ككل	70
8-4	المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لإجابات أفراد عينة الدراسة عن فقرات بعد الدوافع المعرفية والبعد ككل	72
9-4	نتائج تطبيق تحليل التباين الأحادي (ANOVA) على المجالات الدراسة والأداة ككل تبعاً لمتغير العمر	74
10-4	نتائج تطبيق تحليل التباين الأحادي (ANOVA) على المجالات الدراسة والأداة ككل تبعاً لمتغير المؤهل العلمي	75
11-4	نتائج تطبيق اختبار (Independent Samples T-Test) على مجالات الدراسة والأداة ككل تبعاً لمتغير الجنس	76

قائمة الملحقات

الصفحة	المحتوى	الرقم
90	الاستبانة	1

دور برامج البث المباشر في تغيير السلوك المجتمعي لدى الشباب الأردني (برنامج وسط البلد أنموذجاً للدراسة)

إعداد الطالب

خير الدين شموط

إشراف

الأستاذة الدكتورة حميدة سميسم

الملخص

هدفت الدراسة إلى التعرف على دور برامج البث المباشر في تغيير السلوك المجتمعي لدى الشباب الأردني-برنامج وسط البلد أنموذجاً للدراسة. وتعد الدراسة من الدراسات الوصفية التي انتهجت المنهج المسحي في التطبيق على عينة من الشباب الاردني قوامها 300 شاب من كلا الجنسين من مناطق مختلفة من عمان العاصمة. وقد بين التحليل الإحصائي عددا من النتائج كان أهمها:

- 1- ان الفئة البحوثه تتابع اذاعة وسط البلد بمستوى (أحيانا) أكثر منه (دائما)
- 2- ان دافعية الاطلاع على القضايا العامة كانت أكثر من الاراء والتحليلات الخاصة بهذه القضايا.
- 3- الشباب المتابعه للبرنامج يفضل (السيارة) مكانا للاستماع على الامكنة الأخرى.
- 4- ان الفترة الصباحية هي المفضلة للاستماع أكثر من الظهيرة وما بعدها
- 5- عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha = 0.05$) في آراء أفراد عينة الدراسة حول دور البرامج الإذاعية الأردنية في المساهمة بتغيير السلوك المجتمعي لدى الشباب الأردني تبعاً لمتغير العمر.
- 6- عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha = 0.05$) في آراء أفراد عينة الدراسة حول دور البرامج الإذاعية الأردنية في المساهمة بتغيير السلوك المجتمعي لدى الشباب الأردني تبعاً لمتغير المؤهل العلمي.
- 7- عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha = 0.05$) في آراء أفراد عينة الدراسة حول دور البرامج الإذاعية الأردنية في المساهمة بتغيير السلوك المجتمعي لدى الشباب الأردني تبعاً لمتغير الجنس

الكلمات المفتاحية: الإذاعة الأردنية-السلوك المجتمعي-برنامج وسط البلد-الشباب الاردني.

The Role of the Live Broadcast Programs in Changing the Community Behavior for the Jordanian Youth Program (WAST AL BALAD as an Example)

Prepared by:

Khairuddin Shamout

Supervision:

Professor Hamida Semisem

Abstract

This study aims to identify the role of the live broadcast programs in changing the Community behavior for the Jordanian youth- WAST AL BALAD program as a model for the study. This study is one of the descriptive studies which applied the survey method in apply to a sample of Jordanian youth basis on 300 youth male and female from different arias of Amman.

The statistical analysis showed a number of results, the most important were:

1-The category of the sample follows the Wasat Albalad radio at a level of (sometimes) more than (always).

2-The motivation to access about public issues was more than opinions and analyzes on these issues

3-The youth people follow-up the program preferred (car) as a place to listen to other places.

4-The morning period is the favorite to listen more than noon and after.

5-There were no statistically significant differences at the level of significance ($\alpha = 0.05$) in the opinion of the sample members of the study on the role of the Jordanian radio programs in contributing to changing the community behavior of the Jordanian youth according to the variable age.

6-There were no statistically significant differences at the level of significance ($\alpha = 0.05$) in the opinion of the sample members of the study on the role of the Jordanian radio programs in contributing to changing the community behavior of the Jordanian youth according to the qualification.

7-There were no statistically significant differences at the level of significance ($\alpha = 0.05$) in the opinion of the sample members of the study on the role of the Jordanian radio programs in contributing to changing the community behavior of the Jordanian youth according to the gender.

Key Words: Jordan radio- community behavior- Wasat Albalad Program- Jordanian youth.

الفصل الأول

خلفية الدراسة وأهميتها المقدمة.

تطورت وسائل الإعلام وتنوعت في السنوات الأخيرة تنوعاً كبيراً نظراً للثورة العلمية والتكنولوجية التي شهدتها القرن العشرين. فأصبحت وسائل الإعلام تؤدي دوراً جوهرياً في توعية المجتمع بالقضايا المحيطة به حيث تعد وسائل الإعلام مصدراً رئيساً يلجأ إليه المجتمع للحصول على المعلومة في القضايا السياسية والثقافية والاجتماعية بسبب فاعليتها الاجتماعية وانتشارها الواسع فهي قادرة على مخاطبة القسم الأعظم من البناء المجتمعي ويمتلك الإمكانية على التأثير بصورة غير مباشرة ويشكل وعياً مجتمعياً بطريقة مباشرة (حجاب، 2008).

كما يمثل الإعلام عنصراً مؤثراً في حياة المجتمعات بصفته الناشر والأساس للفكر والثقافة ويسهم بفاعلية في عملية تشكيل الفكر الاجتماعي للأفراد إلى جانب الأسرة والمؤسسات التعليمية والمؤسسات المدنية؛ بل أنه في كثير من دول العالم يعدّ أحد مصادر الثقافة عن طريق التفاعل والتأثير الإنساني المتبادل. وفي السنوات الأخيرة اكتسبت وسائل الإعلام باختلافها أبعاداً جديدة زادت من قوة تأثيرها على الأفراد والجماعات. إضافةً إلى أن الإعلام بصفته مؤسسة اجتماعية هامة في المجتمعات البشرية يحمل مضامين اقتصادية وسياسية وأيديولوجية إن لم تكن لها القدرة على ترسيخ ثقافة المجتمع وهويته فأنها تؤدي إلى تزييف الوعي وإفساد العقول (الموسى، 2010).

وعلى الرغم من تعدد وسائل الإعلام وتنوعها إلا أنها لم تستطع أن تلغي دور الإذاعة من ساحة الإعلام وبقيت وسيلة إعلام تجذب الملايين من الناس للاستماع لها في أنحاء العالم. بل أن الإذاعة انتشرت بقوة مع ارتفاع نسبة الفقر والبطالة في المجتمعات النامية لأنها الوسيلة الأقرب إلى مختلف شرائح المجتمع من الأميين والمتقنين والشباب والكبار بالإضافة لكونها الوسيلة الأقل تكلفة من حيث امتلاكها.

ستبحث هذه الدراسة في موضوع برنامج (وسط البلد) أنموذجاً للبرامج المجتمعية التي تتناول مواضيع اجتماعية تهم الشارع الأردني وما هو الدور الذي يؤديه مثل هذا النوع من البرامج في التغيير والتأثير على السلوك المجتمعي للشباب الأردني.

مشكلة الدراسة.

تبحث هذه الدراسة في دور برامج البث المباشر في تغيير السلوك المجتمعي لدى الشباب الأردني ودراسة برنامج (وسط البلد) كمثال على البرامج الإذاعية الأردنية التي لها دور في تغيير السلوك المجتمعي لدى الشباب الأردني حيث تعتبر الإذاعة أحد وسائل الإعلام والاتصال الجماهيري المسموعة التي لها دورها في السلوك المجتمعي. وقد دفع ذلك الباحثين إلى الاهتمام بما تقدمه الإذاعات المسموعة وتتبع الآثار التي يمكن أن تتركها المادة الإعلامية ومضامينها في أنماط تفكير وسلوك الجمهور المستمع وفي مقدمتهم الشباب.

وقد تمت صياغة مشكلة الدراسة بالسؤال التالي:

- ما دور برامج البث المباشر في تغيير السلوك المجتمعي لدى الشباب الأردني؟

إن دراسة هذا النوع من البرامج الإذاعية سيساعد منتجي ومعدّي هذه البرامج في معرفة طبيعة المواضيع والرسائل والأفكار التي يجب أن يتم التركيز عليها وكيفية طرحها وإيصالها لمسامع الشباب الأردني بما سيساهم في تغيير قيمهم وسلوكياتهم المجتمعية تجاه الأفراد والجماعات والمؤسسات والمجتمع الأردني بشكل عام. وبالتالي مساهمة الشباب الأردني في تحقيق التطور المجتمعي المنشود. ومعرفة ما هي المواضيع الاجتماعية التي تُلفت اهتمام الشباب الأردني والوقوف عليها ومعرفة طريقة تجاوبه مع القضايا المجتمعية وسلوكياتها الاجتماعية تجاهها وتوجيه هذا السلوك بما يخدم المجتمع.

أهداف الدراسة.

تهدف هذه الدراسة بشكل رئيسي إلى دراسة دور برامج البث المباشر في تغيير السلوك المجتمعي لدى الشباب الأردني والبرنامج الإذاعي (وسط البلد) كنموذج للبرامج الإذاعية الأردنية التي تطرح قضايا اجتماعية تستهدف شرائح المجتمع الأردني على اختلافها وتنوعها والتركيز على فئة الشباب من المجتمع الأردني بوصفها الشريحة الكبرى حسب احصائية التخطيط لعام 2017 وينبثق من هذا الهدف الأهداف الفرعية الآتية:

1. أسباب الاعتماد للاستماع لمثل هذا النوع من البرامج الإذاعية.
2. والوقوف على القضايا المجتمعية التي تهم الشارع الأردني وتحديدًا الشباب والتي إما تم طرحها في البرامج الإذاعية سابقاً وبالتالي تسليط الضوء عليها بتركيز أكثر نظراً لأهميتها. أو لم يتم طرحها مسبقاً وغياب طرحها كلياً أو جزئياً نظراً لحساسيتها وبالتالي تجنب الحديث فيها. وخاصة أنّ الشباب الأردني يعاني من قضايا وهموم أوجدت لديه سلوكيات سلبية تجاه مجتمعه وهي نتيجة لما خلفته البطالة والفقر وغيرها من العوامل.
3. ومعرفة مدى مساهمة هذا النوع من البرامج الإذاعية في تغيير السلوك والتوجه المجتمعي لدى الشباب الأردني ومدى تفاعله مع الرسائل والتوجيهات الاجتماعية التي تقدمها ذلك بهدف تطوير نوعية هذه البرامج ونوعية الأفكار والقضايا والقيم المجتمعية التي يتم طرحها والتي تستهدف المجتمع الأردني وبالتالي تحقيق الهدف من وجودها كبرامج إذاعية في تغيير المجتمع بفاعلية عالية. وإيجاد طريق واضحة وصحيحة للعاملين في هذه البرامج لكيفية طرح الرسائل الاجتماعية وخدمة المجتمع. ومحاولة تتبع البرامج الإذاعية الأردنية ودراسة تأثيرها على الوعي المجتمعي؛ بهدف الوقوف على النتائج المترتبة منتلقي الشباب للمادة المسموعة والتوصل إلى نتائج لأهم

إفرازات البرامج الإذاعية على علاقة الناس والفعاليات الاجتماعية وأنماط السلوك المجتمعي وكيفية مواجهه الظواهر السلبية في المجتمع.

أهمية الدراسة.

تأتي هذه الدراسة للتأكيد على أهمية دور برنامج (وسط البلد) كبرنامج إذاعي أردني وتأثيره على المجتمع وسلوكيات الشباب الأردني باعتباره وسيلة من وسائل التغيير في السلوك المجتمعي للأفراد والجماعات. وأن البرامج الإذاعية التي تبث على الإذاعات الأردنية بحاجة إلى توجيه أفكارها بما يخدم الواقع المجتمعي للشباب الأردني.

إن نتائج هذه الدراسة تأمل في تقديم أفكار للإذاعات الأردنية ورسم طريق مضيء وواضح لماهية البرامج الإذاعية التي يجب أن تُوجه للشباب الأردني وما هي طبيعة المواضيع التي يجب التركيز عليها بما يساعد في تطوير هذه البرامج الإذاعية. وخاصة مع الانتشار الواسع للإذاعات الحكومية والخاصة وتنوع البرامج التي تقدمها والسماح بترخيص عشرات المحطات الإذاعية الموجهة للمجتمع الأردني.

أسئلة الدراسة.

تسعى هذه الدراسة للإجابة عن التساؤل الرئيسي الآتي:

1. ما الدور الذي تؤديه البرامج الإذاعية الأردنية في التأثير على السلوك المجتمعي للشباب الأردني؟.

وينبثق منه الأسئلة الفرعية الآتية:

1. ما هي دوافع استماع الشباب الأردني نحو البرامج الإذاعية ذات الطابع المجتمعي والخدمي مثل البرنامج الإذاعي (وسط البلد) الذي يبث على إذاعة (راديو فن أف أم) والتي تهتم بقضايا المجتمع ومشاكله اليومية؟

2. ما عادات الاستماع الى البرامج الإذاعية بشكل عام لدى الشباب الأردني على الاستماع للبرامج الإذاعية بشكل عام؟ وما هي نوعية البرامج الإذاعية التي تلقى رواجاً كبيراً ومتابعة لدى الشباب الأردني؟.

حدود الدراسة.

تعتمد هذه الدراسة على دراسة ميدانية لفهم دور البرامج الإذاعية الأردنية في المساهمة في تغيير السلوك المجتمعي ولقد كان البرنامج الإذاعي (وسط البلد) نموذجاً لهذه البرامج التي تقدم رسائل مجتمعية للمواطن الأردني. والتركيز على السلوك المجتمعي والتأثير الاجتماعي للبرامج الإذاعية دون غيرها من الموضوعات الاقتصادية والثقافية والسياسية والترفيهية.

- الحدود الزمانية: تم عمل مسح للعينات خلال شهر ابتداءً من 2018/1/15م - 2018-2-15م.

- **الحدود المكانية:** تم أخذ عينة مكونة من (300) من الشباب الأردني في العاصمة عمان موزعين على الأماكن التالية: مجمع الشمال طلاب جامعات (جامعة الشرق الأوسط، الجامعة الأردنية) وسائقي الباصات والتكاسي.

- **الحدود البشرية:** استهدفت الدراسة فئة الشباب الأردني من عمر (19-24) سنة من الذكور والإناث حسب تصنيف الجمعية العامة لبرنامج الأمم المتحدة الإنمائي الصادر عن الجمعية العامة. شملت العينة طلاب جامعتي الشرق الأوسط والجامعة الأردنية وشبابوسائقي الباصات وسائقين التاكسي في مجمع الشمال ضمن الفئة ضمن حدود هذه الأماكن لمراعاة التنوع في المستوى التعليمي والثقافي للعينة.

محددات الدراسة.

تقتصر هذه الدراسة على تجربة البرنامج الإذاعي (وسط البلد) الذي يُذاع على إذاعة (فن أف أم) كإذاعة أردنية كنموذج لبرنامج إذاعي يهتم بالشارع الأردني وهمومه وي طرح رسائل اجتماعية موجهة للمجتمع الأردني خلال الفترة الصباحية من أيام الأسبوع (الأحد-الخميس) من الساعة السابعة صباحاً حتّى الساعة العاشرة صباحاً.

مصطلحات الدراسة.

1. **الدور:** المهمة والوظيفة ويقال قام بدور أي لعب دوراً: شارك بنصيب كبير (معجم المعاني الجامع ص1).

وهو مجموعة من الأنشطة المرتبطة والأطر السلوكية التي تحقق ما هو متوقع في مواقف معينة وتترتب الأدوار وإمكانية التنبؤ بسلوك الفرد في المواقف المختلفة (البديري، 2002).

- ويقصد بالدور إجرائياً: هو عبارة عن مجموعة من أنماط السلوك المتعارف عليها والمصاحبة لعادات استماع الشباب لبرنامج وسط البلد.

2. **الشباب:** تعتبر مرحلة الشباب من أهم المراحل التي يمر بها الفرد حيث تبدأ شخصية الإنسان بالتبلور. وتنضج معالم هذه الشخصية من خلال ما يكتسبه الفرد من مهارات ومعارف ومن خلال النضوج الجسماني والعقلي والعلاقات الاجتماعية التي يستطيع الفرد صياغتها ضمن اختياره الحر. وإذا كان معنى الشباب أول الشيء فإن مرحلة الشباب تتلخص في أنها مرحلة التطلع إلى المستقبل بطموحات عريضة وكبيرة (العطري، 2004).

- ويقصد بالشباب إجرائياً:
- بأنها فئة الشباب الجامعي من جميع طلاب جامعة الشرق الأوسط والجامعة الأردنية وسائقين الباصات والتكاسي.
- تختلف المعايير المعينة لتحديد الفترة العمرية المحددة لسن الشباب بين الدول والمنظمات في العالم. ولكن حسب تقرير الأمين العام المقدم إلى الجمعية العامة للأمم المتحدة فهم الفئة التي الذين أعمارهم بين (19-24) وهي الفئة التي ستركز عليها هذه الدراسة (برنامج الأمم المتحدة الإنمائي بتعريف الشباب الصادر عن الجمعية العامة للأمم المتحدة، 1981).

3. **السلوك المجتمعي:** هو السلوك الذي يتحدد نتيجة التفاعل بين الفرد وبين البيئة التي يعيش فيها وبصفة خاصة البيئة الاجتماعية (السيد، 1976).

- ويقصد بالسلوك المجتمعي إجرائياً:
- هو سلوك الشباب في المجتمع وتعاملهم مع بعضهم البعض ومع البيئة المحيطة بهم
- هونشاط كلي ينطوي على مجموعة من الأنشطة الجزئية التفصيلية تتعلق بسلوك الشباب مع أنفسهم سلوكه مع محيطه ومع الأفراد والجماعات المحيطين به.

والسلوك المجتمعي للشباب هو نتاج لتفاعل قواهم العضوية والمزاجية والوجدانية والعقلية مع مؤثرات البيئة وعناصرها مثل الاسرة والمدرسة والجامعة والمؤسسات والعادات والتقاليد واحتكاك الشباب مع هذه العناصر بشكل مباشر.

4. برنامج وسط البلد: برنامج حوارى إذاعي على نمط البرامج الحوارية التلفزيونية يقدمه الإعلامي والمذيع الأردني هاني البدرى. يناقش البرنامج قضايا المجتمع الأردني الحساسة والتي تلامس و بشكل مباشر و مؤثر، لقمة عيشه وامنه الاقتصادي والاجتماعي، والقضايا اليومية والحياتية. ويتبع برنامج وسط البلد أسلوباً بسيطاً و وسطياً في طريقة المخاطبة، لكنه لن يحيد عن هدفه في التأكيد على احترام الآخر و رأيه و طريقة مخاطبته. كما أنه يشدد على إعادة الحياة لأناقة اللغة والحوار ما بين الناس، والذي يعتقد القائمون على البرنامج أنه جزء مهم يمارسه الإعلام المسؤول، في توجيه المتلقين لطرق التحاور النظيف والمهذب والمستند إلى الأخلاق الطيبة والحجة المنطقية (ماجد، 2008)

5. البرنامج الإذاعي: هي العنصر الأساسي الذي تعتمد عليه أي إذاعة وتتنوع هذه البرامج من إخبارية إلى سياسية إلى تسجيلية وإلى برامج منوعات وبرامج ثقافية وأدبية ودينية وتتجه كل منها للوصول إلى قطاع من المجتمع كالأسرة عموماً ثم تضيق زاوية التوجه إلى الفئة العمرية أو الجنس أو المهنة. (جعفر، 2013)

الفصل الثاني

الأدب النظري والدراسات السابقة.

أولاً: الأدب النظري.

يتضمن هذا الفصل عرضاً للنظريات الإعلامية التي تقوم عليها هذه الدراسة للاستفادة منها في تحليل النتائج كما يتضمن الإطار النظري المرتبط بموضوعات الدراسة وهي: الإذاعة والبرامج الإذاعية السلوك المجتمعي والشباب الأردني؛ بغرض تكوين صورة مناسبة عنها. كما يتضمن عرضاً للدراسات السابقة التي أجريت على موضوع الدراسة؛ بغرض الاستفادة من الإجراءات المنهجية ومقارنه نتائجها بالنتائج التي ستخرج بها الدراسة الحالية.

السلوك المجتمعي.

إن الفرد منذ ولادته تنشأ بينه وبين البيئة التي يعيش فيها علاقة ديناميكية. فيؤثر كل منهما في الآخر ويتأثر به. وأن هذه العلاقة التي تقوم بين الفرد وبيئته الخارجية تجعله في حالة مستمرة من النشاط . ومجموع هذا النشاط الذي يصدر من الفرد في أثناء عملية التفاعل هو مانسميه بالسلوك (منصور، 1978).

إن السلوك الإنساني عموماً يختلف باختلاف الأفراد حتى وإن كان الموقف الذي يستجيبون له ثابتاً أو كانت الظروف البيئية الموضوعية التي يسلكون إزاءها واحدة بالنسبة للجميع. وأن محددات سلوك الفرد ترجع إلى عوامل كثيرة متداخلة تشمل التغيرات الجسدية والنضج العقلي والشخصية والثقافة التي يحيى في ظلها الفرد والجماعات التي يعيش فيها ويتعامل معها . والطبقة المجتمعية للفرد لذا فإن دراسته ليست بالأمر اليسير، أن يصعب إرجاع سلوك معين إلى عامل واحد أو إلى عدد بسيط من عوامل حتى ولو كان هنالك عاملاً وبضع عوامل أكثر أثراً من غيرها (كامل، 1993).

في حين يعرف السلوك المجتمعي على أنها الطريقة أو الكيفية التي يتفاعل من خلالها الفرد مع أفراد المجتمع الآخرين ويتخذ هذا التفاعل نمطين هما النمط الإيجابي والنمط السلبي كما يعكس هذين النمطين عملية التنشئة المجتمعية التي ينشأ عليها الفرد وضغط الواقع البيئي والحالة الداخلية للفرد والتي تكون بصورة عامة مكتسبة عن تجاربها لسابقة وخبراته المترسبة فضلاً عن خصائصه الوراثية (الخرجي، 1996).

فالسلوك المجتمعي هو نتائج العلاقات الدينامية التي تصدر عن تفاعل الفرد بميوله وحاجاته ورغباته ونزعاته وحوافز هو قدراته واتجاهاته وأراءه مع إمكانيات البيئة بما فيها من عوامل مادية واجتماعية ومعنوية وثقافية. والسلوك يتضمن (كامل، 1993):

أ- السلوك الظاهري: ونستطيع ملاحظته موضوعياً ويظهر على شكل تعبيرات لفظية أو غير لفظية وهناك اختلافات ببعض التعبيرات غير اللفظية وخاصة الإشارات حسب ما هو سائد في ثقافة الشعوب.

ب- السلوك الداخلي: هي أي عملية عقلية يتبعها الفرد كالتفكير والتذكر والإدراك والتخيل وغيرها ولا نستطيع أن نلاحظها مباشرة وإنما نستدل على حدوثها عن طريق ملاحظة نتائجها.

أن لكل مجتمع له تقاليده وأعرافه بل حتى دياناته ويمكن أن نقول هذا سلوك اجتماعي وذاك سلوك لا اجتماعي وفق ما هو سائد ومتعارف عليه. فالسلوك المجتمعي في مجتمعنا يتطلب احترام الأنظمة والقوانين والالتزام بالدين والأخلاق والقيم المجتمعية المستمدة من التراث العربي الإسلامي ويمكن تحديد من يسلك سلوك اجتماعي إذا امتاز بنظرة إيجابية متفائلة تتسم بالتفكير العلمي ويتصف بشخصية قوية متعاونة مع تفضيل مصلحة المجموع على مصلحته الشخصية يعمل الخير يحافظ على الممتلكات العامة وممتلكات الآخرين وذا شرف ونخوة يأمر بالمعروف وينهي عن المنكر وكل الصفات التي يتصف بها المؤمن.

للسلوك المجتمعي للفرد عدد من الميزات هي:

1. يحمل السلوك المجتمعي مع ان وأهداف أخلاقية من أجل التآلف والتواد والتعاون سعياً لتحقيق التوافق مع الجماعة والحصول على تقديرهم ومن وظائفه تنظيم العلاقات بين الناس.
 2. سلوك مكتسب يتعلمه الفرد من تجربته السابقة وهو يتفاعل مع غيره لذلك فهو يؤثر فيهم ويمكن أن يسيطر عليه ويوجهه من قبل الجماعة.
 3. يتنوع هذا السلوك بحسب حاجات الفرد والمواقف التي تواجهه هو الناس الذين يتفاعل معهم وكذلك سلوك الآخر ينتجابه.
 4. يظهره الفرد ويوجهه نحو الآخرين بهدف الاتصال بهم والتأثير عليهم بحسب تجاربه وخبراته السابقة ووفقاً لحاجاته.
 5. أن السلوك المجتمعي يمكن ملاحظته عندما يكون مباشر أو يمكن استنتاجه عندما يكون موضوعياً ويستدل على كونها اجتماعياً من الغرض الذي يحققه (حمد، 1995).
- يتأثر السلوك المجتمعي بسلوك الآخرين أو يؤثر فيهم وهو يشتمل على تواصل بين الأفراد والجماعات لذا فهو سلوك كلي يتضمن ثلاث أنواع:
- ١ - التركيب أو البناء: أي العناصر التي يتكون منها الموقف.
 - ٢ - عملية التفاعل: أي العلاقات بين عناصر التركيب والبناء.
 - ٣ - المضمون أو المحتوى: أي الموضوع الذي يدور حولها لتفاعل بين العناصر المختلفة (زهران، 1981).

عناصر السلوك المجتمعي.

يتضمن السلوك المجتمعي مجموعة من العناصر يمكن تحديدها بما يأتي:

أولاً: الشخصية:

أن معرفة خصائص الفرد الشخصية وطبيعة الموقف الذي يواجه تؤدي إلى اختلاف السلوك نتيجة لما يفرضه الموقف فأن أحد الأفراد قد يستجيب بطريقة متسقة من الذكاء أو الخمول أو التوتر العصبي ولكن شخصية الفرد تتحدد نتيجة للتفاعل المجتمعي مع الآخرين والعلاقات الإنسانية القائمة تكون بنمط محدد فأن تلك العلاقات تلقي بظلالها على الشخصية الإنسانية.

ولما كانت شخصية الفرد توصف إشارة لطبيعة الفرد المزاجية وسلوكه ونوع التنظيم المجتمعي الذي يعيش فيه.

فربما ستكون الإجابة أن إدراكنا ومشاعرنا وسلوكنا يتأثر متأثراً واضحاً بالتعليم والظروف المعيشية إلى حد أن بعض الكتاب تشككوا أن للوراثة تأثيراً على نمو شخصية الفرد بل ذهب بعضهم إلى حد نفي وجود هذا التأثير على الإطلاق بل هناك من اخذ الأمر مأخذ الجد واخذ يعد أن وجود فروق في الصفات النفسية يمكن أن يورث أمر لا يتفق مع المثل الديمقراطية.

أن شخصية الفرد هي نتاج ثقافي تنجم عن تفاعل العوامل البيولوجية له مع بيئته المجتمعية ومكوناتها الثقافية فالثقافة المتكاملة تنتج شخصية متكاملة وشخصية الفرد السوي هي الشخصية التي تستطيع التكيف مع الثقافة التي تعيش فيها وعلى هذا فالشخصية السوية إذاً هي درجة من درجات الاتساق مع أنماط الجماعة ومعاييرها (زهران، 1981).

ورغم اختلاف وجهات النظر في كون الشخصية هي وليدة البيئة أم الوراثة يبقى الاحتمال الأقوى أن لكل من البيئة والوراثة إسهاماتهما واضحة في بناء الشخصية وعليه يمكن أن نستدل على أن شخصية الفرد ما هي إلا نتاج الوراثة والبيئة معاً. (وليد، 2015)

فالشخصية السوية تختلف من ثقافة إلى ثقافة أخرى نظراً لاختلاف الأنماط السلوكية والمراكز والأدوار التي تقدمها كل ثقافة إلى الأفراد الذين يعيشون فيها وبذلك يتحدد المستوى السوي والمستوى المنحرف للسلوك ما بين ثقافة وأخرى أو حتى داخل الثقافة الواحدة فإنه يختلف من وقت لآخر والفرد المجتمعي هو الذي يحتفظ بعلاقة وثيقة دائمة مع الآخرين مستخدماً وسائل الاتصال بالتعبيرات اللفظية وغير اللفظية ومما يسهل هذا الاتصال ويعمقه استعمال الرموز ذوات المعنى أي لغة الثقافة التي يعيش فيها والتي لا يكون لها معنى ألا بالنسبة للجماعة التي تستخدمها. (كامل، 1993)

ثانياً: الدوافع والحاجات:

يعد موضوع الدوافع أو القوى الدافعة للسلوك المجتمعي من الموضوعات العامة لأن واقع السلوك بطبيعة الحال تحدده مساراته فالسلوك هو نتاج عملية تتفاعل فيها العوامل الحيوية والمؤثرات المجتمعية فالعوامل الحيوية تصدر من داخل الفرد في حين المؤثرات المجتمعية هي ما تواجه الفرد من تصرفات يقوم بها الأفراد الذين يتعامل معهم الفرد مما تنشط الدافعية لديه لكون لا سلوك بدون دافع حقيقة لا يمكن تجاهلها. (خلدون، 2009)

فالدوافع تعبير عن حاجات الفرد وهذه الدوافع شخصية وداخلية بالنسبة للفرد فهو يدركها في بيئته كعوامل مساعدة على تحقيق أهداف معينة والسلوك المجتمعي يتأثر بالحاجات الإنسانية قد تجعل الفرد في حالة توتر التي عن طريق ثقافته وخبراته تتحول الحاجات إلى رغبات في إطار المفاهيم الثقافية والمجتمعية وتفسر هذه الرغبات من حيث كونها مثيرات تؤدي إلى أنواع معينة من الاستجابة أو الفعل

أن دور الحاجات الفسيولوجية أو الأولية في السلوك المجتمعي يكمن من خلال تعويد الفرد على العادات المرغوبة في المجتمع أما الحاجات الثانوية فتتطور وفق النضج العقلي للفرد ومن أمثلة هذه الحاجات الثانوية المنافسة وتحقيق الذات والانتماء والحب والتقدير. أن الحاجات توجه سلوك الفرد لإشباعها وتتوقف كثيرا من خصائص الشخصية عليها وتتبع من حاجات الفرد وطرائق إشباعها يضيف قدرة الفرد على مساعدته للوصول إلى أفضل مستوى يسلكه. ويمكن إشباع الحاجات الثانوية في الاتجاه المطلوب فالحاجة للانتماء مثلاً يمكن أن تتحقق من خلال التفاعل في جماعة متماسكة وهكذا من ناحية أخرى يسود الناس لدى ميل إلى صياغة أهداف جديدة لا أنفسهم حينما يمكنهم تحقيق هدف معين. (الناصر،

(2009)

فالفرد يعيش في حالة عدم اتزان بينه وبين بيئته وهذا يدفعه إلى محاولة إعادة الاتزان بكل الوسائل المتاحة فإذا خلت البيئة من الإمكانات والمقومات التي تساعد على إعادة الاتزان فأنه يعاني من الإحباط ويسمى بانحراف السلوك وهذا لا يعني أن الأفراد الأسوياء يكون بينهم وبين البيئة التي يتفاعلون معها اتزان دائم هذا لا وجود له وإنما هي حالات من الاتزان وعدم الاتزان ثم الاتزان ثانية وهكذا تستمر حياته. (فضل، 2005)

ثالثاً: السلوك التفاعلي الإيجابي:

إن لكل شخص أسلوب خاص في التفاعل ويطمح من ذلك إلى الاستجابات المرغوبة من الأشخاص ويتم ذلك بطرائقه الخاصة. ومن الأمثلة على السلوك التفاعلي سرعة إجراء الحوار مع الآخرين وبهذا الحوار يتعلم أنماط السلوك المتنوع وتتكون لديه الاتجاهات ويمكن له تنظيم علاقاته مع من يتحاور معهم في إطار القيم والثقافة والتقاليد المجتمعية المتعارف عليها.

إن الإنسان في طبعه يحتاج إلى أن يعيش في جماعة يتعاون معها على تهيئة وسائل العيش واسباب الحياة ويمكن أن يتعلم منها وفي ذات الوقت يمكن أن تتعلم منه فهو محتاج إلى المخالطة والمعاشرة والرفقة والجيرة فمهما بلغ من مستوى علمي أو ذكاء فإنه يبقى بحاجة إلى الآخرين. (مجدي، 2015)

إن إحدى مؤشرات رقي الأمم هو بمقدار ما تمتاز به من سلوك اجتماعي فبقدر ما يقوم به أبناء أمة ما من سلوك مرغوب يعطي صفة لتلك الأمة فمثلاً الأمة الإسلامية تمتاز بسمات إيجابية لا يمكن حصرها بسهولة. ومنها على سبيل الذكر لا الحصر أن من سلوك المسلم إغاثة الملهوف وهذا أثر من آثار الرحمة وغيض البصر أثر من آثار العفة والبذل والعطاء أثر من آثار السماحة والكرم. (كامل، 1993)

أن سلوك الفرد التفاعلي لا يقتصر على مكان محدد فالفرد يتفاعل مع أفراد أسرته ومجتمعه يشاركهم أفراحهم و أحزانهم وكذلك يجري هذا النمط من التفاعل في المدرسة مع الطلبة ومع من يقومون بتعليمه و يمكن أن يحدث السلوك التفاعلي في مواقع متعددة مثل دور العبادة إذ يؤثر الدين تأثيراً كبيراً في نفوس الأفراد ودور العبادات من المؤسسات المهمة التي تسهم في تربية الفرد وتفاعله وتشكيل سلوكه سيما خطبة الجمعة إذا ابتعدت عن وعظ السلاطين واتخذت منها رسالياً تكون تأثيراتها قوية في إضفاء روح الأخوة الإسلامية وتعزيزها وتغرس في نفسه حب الخير والابتعاد عن الشر وتنمي اتجاهات وعادات ديمقراطية واجتماعية وخلقية وتعاونية سليمة. (جمال، 2003)

وكما تؤدي دور العبادة أيضاً دوراً لا يقل في أهميته عن دور المدرسة والأصدقاء إذ تمد الفرد بإطار سلوكي معياري أخلاقي وتنمي لديه الضمير الحي وروح الجماعة تتطلق من أن للمسجد رسالة تربوية ينبغي أن تستمر وتوجه إلى الإنسانية جمعاء ولا تقتصر لفئة محددة ضيقة وتغرس القيم الدينية الفاضلة لأفراد المجتمع ومن خلال السلوك التفاعلي الذي يحققه المسجد يمكن للتعاليم السامية أن تترجم إلى سلوك عملي وتكون روح الأخوة هي السائدة ويتضح ذلك حين يتغيب أحد المؤمنين عن صلاة الجمعة

أوالجماعة لمدة طويلة سوف يفترده من معه وبدء التساؤل عن سبب ذلك الغياب وهذا التساؤل يحقق التراحم الذي يعد سمة بارزة في سلوك المسلم. (محمد، 2011).

أما في الوقت الحاضر نتيجة للتطورات العلمية من أجهزة الاتصال يمكن تحقيق التواصل عن بعد ولكن يبقى التواصل مع الآخرين عن طريق اللقاء المباشر أكثر تأثيراً في تحقيق السلوك التفاعلي الإيجابي رغم سهولة وسائل الاتصال وقلة كلفتها في الوقت الحاضر تبقى وسيلة في التفاعل المجتمعي عن طريق الاتصالات المتطورة (الإنترنت، الهاتف النقال) إذا استخدمت بالشكل الصحيح لا يمكن الاستهانة بها كوسيلة لتحقيق السلوك التفاعل الإيجابي.

(محمود، 2009).

ثانياً: الإذاعة والشباب.

يحتل الشباب مكانة مهمة داخل المجتمع لما يتمتعوا به من طاقة وفعالية وما يتميزوا به من تطلعات وآمال. فهم حاضر الأمم ومستقبلها وهم العجلة المُحرّكة لأي مجتمع والقوى المؤثرة الكبرى فيها. وبالتالي كانت المسؤولية الكبيرة على المؤسسات التربوية والتعليمية والإعلامية في التنشئة الاجتماعية والثقافية والسياسية للشباب واستيعاب طاقاتهم وإمكانياتهم وتوجيهها إلى الطريق الصحيح بما يخدم المجتمعات ويرقى بها.

تعريف مرحلة الشباب.

اختلفت وجهات النظر العلمية للعلماء في التوصل إلى تعريف ثابت للشباب فلا يوجد تعريف محدد للشباب وهناك إشكالية في إيجاد تحديد واضح لهذا المفهوم وعدم الاتفاق على تعريف مشترك فيختلف مفهوم الشباب باختلاف الأهداف المنشودة من وضع التعريف.

فالمفهوم البيولوجي يقوم على أساس اعتبارها مرحلة عمرية أو طور من أطوار نمو الإنسان الذي فيه يكتمل نضجه العضوي وكذلك نضجه العقلي والنفسي. في حين أن المفهوم السيكولوجي يرى أن الشباب حالة عمرية تخضع لنمو بيولوجي من جهة ولثقافة المجتمع من جهة أخرى. بدءاً من سن البلوغ وانتهاءً بدخول الفرد إلى عالم الراشدين الكبار حيث تكون قد اكتملت عمليات التطبيع الاجتماعي. وهذا التعريف يحاول الدمج بين الفئة العمرية والثقافة المكتسبة من المجتمع وعرفت فئة الشباب " بأنها فترة العمر التي تتميز بالقابلية للنمو يمر فيها الإنسان بمراحل حيوية تتميز بالقابلية للنمو الذهني والنفسي والاجتماعي والبدني والعاطفي " (زهران، 1971).

وفي هذه الدراسة سيتم التركيز على المفهوم الاجتماعي للشباب حيث يرى علماء الاجتماع أن الشباب " مرحلة عمرية تبدأ حينما يحاول المجتمع إعداد الشخص وتأهيله لكي يحتل مكانة اجتماعية ويؤدي دوراً وأدواراً في بنائه وتنتهي حينما يتمكن الشخص من أن يتبوأ مكانته ويؤدي دوره في السياق الاجتماعي". فالتعريف الاجتماعي يأخذ في اعتباره الوجود الاجتماعي للشباب في المجتمع باعتبارهم جزء لا يتجزأ من البناء الاجتماعي العام (محمد، 1985).

سيتم التركيز في هذه الدراسة على الفئة العمرية للشباب حسب تصنيف الأمم المتحدة حيث حددت مرحلة الشباب بالفئة العمرية 19 - 24 سنة.

المؤسسات المؤثرة في سلوكيات الشباب.

سلوكيات الشباب وتنشئتهم هي مسؤولية تتقاسمها مؤسسات عديدة في المجتمع أهمها: الأسرة المدرسة الجامعة دور العبادة وسائل الإعلام الشارع وغيرها من المؤسسات على تنوعها. وتتكامل هذه المؤسسات فيما بينها لتشكل السلوك المجتمعي لدى الفرد (حجار، 1985).

- الأسرة: فهي المحيط الذي يوفر للفرد احتياجاته ويحميه من البيئة المحيطة وما تحمله من مخاطر وهي البيئة التي تكون شخصية الفرد بما تغرسه من قيم وسلوكيات.
- المدرسة: فالفرد يقضي وقتاً لا بأس به في المدرسة خلال يومه ويتلقى فيها المعرفة والتربية. وتكمن أهمية المدرسة للشباب بأنها نظام تعليمي يزود الشباب بالمهارات الأساسية وتساعده على فهم القضايا المعاصرة ومسؤولياتهم تجاه الأفراد والمجتمع وتنمي قدراتهم ومفاهيمهم وتؤهلهم للانطلاق في معترك الحياة.
- بيئة العمل: فهي المؤسسة التي تتيح للشباب الفرصة للاندماج في المجتمع وتمنحه المسؤولية للقيام بدوره. فهي تحقق للشباب الاستقلال المادي والنفسي وإثبات الذات والتفاعل مع بيئته الاجتماعية المحيطة به بالإضافة إلى دورها في معالجة قضايا الشباب مثل الفقر والبطالة والانحراف.
- الأصدقاء: فالجماعات التي تحيط بالشباب تساهم في تشكيل شخصيته والتأثير في أنماط سلوكه من خلال المكتسبات الثقافية التي تفرزها في محيطه الاجتماعي واكسابه السلوكيات المكتسبة.
- الشارع: فهو المؤسسة التي تكون سلوكيات الشباب عندما تعجز المدرسة والأسرة عن تكوين سلوكياته وعادة ما تكون سلوكيات غير سوية.

• وسائل الإعلام: تلعب وسائل الإعلام دوراً مهماً في السلوكيات المجتمعية لدى الشباب حيث

أنها مصدر المعلومة والأفكار والاتجاهات والقيم بشقيها الإيجابية والسلبية. ولها دورها في رفد

الشباب بالخلق والإبداع والتربية والترفيه والتأثير في مواقفهم وسلوكياتهم المجتمعية.

الشباب الأردني وقضايا المجتمع التي تواجهه.

وفقاً لتقديرات دائرة الإحصاءات العامة فقد بلغ عدد الشباب الذين تتراوح أعمارهم بين 19 - 24 عاماً

حوالي مليونين و413 ألف و770 للعام 2018م أي ما نسبته 21.6 بالمئة من عدد سكان المملكة،

ويشير ذلك التقدير إلى أن المجتمع الأردني فتي وشاب ويتمتع بالقوة والحيوية والتأثير (موقع دائرة

الإحصاءات العامة الأردنية).

في خطاب العرش السامي يقول جلالة الملك عبدالله الثاني بن الحسين "إن الشباب هم العنصر الأكبر

في المجتمع ولا بد من تفعيل دورهم الرائد في العمل العام، وستولي الحكومة الاهتمام اللازم لدعم

الهيئات الشبابية وتوسيع مجالات المشاركة والمساهمة في إعداد البرامج والخطط لتنمية النشاط الشبابي

الحر والمساهمة في مسيرتنا الوطنية بكل مجالاتها وهذه أيضاً دعوة للشباب الراغبين في العمل السياسي

أن يكون نشاطهم من خلال الأحزاب ذات البرامج السياسية والاقتصادية والاجتماعية" (الموقع الرسمي

لجلالة الملك عبدالله الثاني بن الحسين).

إن فئة الشباب هي أكثر فئات المجتمع تأثراً بعمليات الغزو الثقافي؛ نتيجة للانفجار المعرفي الهائل

وتطور وسائل الإعلام الجماهيرية وبالذات الفضائيات التي توصف وسائل الإعلام بوصفها الراهن إذا

تمثل متغيراً اجتماعياً وثقافياً مهماً في حياة الشباب فهو المصدر الرئيس للمعلومات والتعلم وهو واحد

مصادر عمليات تشكيل الوعي الاجتماعي في عصر العولمة الإعلامية ونظراً إلى أن الجمهور الأكثر

هو الشباب فإن أنجح البرامج وأكثرها استماعاً على مستوى الإذاعات الأردنية بشكل عام هي البرامج

التي تعنى بقضايا الشباب ومشاكلهم واهتماماتهم والتي تطرح مواضيع سياسية واقتصادية واجتماعية بلغة شبابية تتناغم مع أفكار الشباب ومفاهيمهم الحياتية.

إنّ للشباب دوراً كبيراً في تنمية وبناء المجتمع فمن أهم مُميّزاتهم ودورهم كقوة تغيير مجتمعية ما يأتي: الشباب هم الأكثر طموحاً في المجتمع وعملية التغيير والتقدم لا تقف عند حدود بالنسبة لهم فهم أساس التغيير والقوة القادرة على إحداثه لذلك يجب أن يكون استقطاب طاقاتهم وتوظيفها أولوية جميع المؤسسات والمجموعات الاجتماعية التي تسعى للتغيير. والشباب هم الفئة الأكثر تقبلاً للتغيير وهم الأكثر استعداداً لتقبل الجديد والتعامل معه والإبداع فيه وهم الأقدر على التكيف بسهولة دون إرباك مما يجعل دورهم أساسياً في إحداث التغيير في مجتمعاتهم. والحماس الفكري لدى الشباب والطاقة الجبارة التي يملكونها تساعدهم بشكل كبير نحو التقدم والحيوية في التفاعل مع مختلف المعطيات السياسية والاجتماعية المتغيرة. إنّ الشباب قوة اجتماعية هائلة ففي بعض البلدان هم أكثر الفئات عدداً وهم بالطبع الأكثر نشاطاً وبالتالي يمكنهم تغيير الكثير من خلال الاشتراك بأعمال التنمية المجتمعية في جميع المجالات والمساهمة في إصلاحها والتأسيس للأجيال القادمة لتكون ظروفهم أفضل. وروح المبادرة لدى الشباب والمنافسة الشريفة في الإبداع والابتكار تشجعهم على إطلاق أفكارهم وخلق مبادرات ومؤسسات وجمعيات في مختلف المجالات وكلها تساهم في تنمية المجتمع حسب عملها. دور الشباب في العمل التطوعي والخدمات العامة في المدن والريف والأحياء الشعبية على حد سواء فمشاركتهم بالأعمال التطوعية المختلفة قادرة على بناء شخصياتهم وتقويتها وتعزيز روح المواطنة لديهم وتجعلهم يساهمون في مساعدة الآخرين ويقدمون لمجتمعاتهم طاقاتهم الإيجابية وقوتهم في المجالات الصحيحة. التعرف على الأمور المحلية التي تخص المجتمع الذي يعيشون به والتعلم عنه واكتساب معرفة في تاريخه ومميزاته وخصائصه واحتياجاته مما يمكنهم من تطويره وتنميته. تأسيس المجموعات الشبابية المختلفة والمشاركة

فيها فهناك الكثير مما يمكن أن يقوم به الشباب المهتمين بالعمل في مجال واحد وهو ما يمكن أن يسهم في تطوير هذا المجال والمجتمع المحيط بهم كذلك (محبوب، 2006).

وتأتي أهمية الشباب الأردني في تقدم المجتمع الأردني من خلال مبادرات التطوع والحملات التطوعي ضمن أنشطة ومبادرات الخير وتشمل هذه المبادرات على تقديم وجبات للعائلات المحتاجة بالإضافة إلى المعونات المختلفة والطرود الخيرية والاهتمام بالنظافة والتي تعتبر من أهم الأساسيات التي يحرص الشباب على الاهتمام بها؛ كتنظيف الشوارع والمدارس وحرم الجامعات. وحملات التبرع بالدم والمشاركة الوطنية والمشاركة في الانتخابات باعتبار أن الشباب يشكلون نسبة كبيرة حاسمة في المجتمع. وتقديم التبرعات وترميم أماكن للعبادة وتقديمها للأسر العفيفة وإصلاح المتنزهات والتنسيق لعقد مؤتمرات مختلفة المضمون تهم المجتمع والطلبة وذلك لزيادة معارف الشباب الآخرين وحثهم على المشاركة في الأنشطة المختلفة التي تقام في أماكن مختلفة وتقوية العلاقات الاجتماعية و يكون ذلك بالتنسيق لتقديم واجبات الفرح والحزن للآخرين وهذا يساعد على توطيد العلاقات بين الشباب للرقى بالمجتمع في جوانب متعددة والضغط الإعلامي من خلال سعي الشباب إلى إظهار رسالتهم ومساعدتهم من قالب البرامج الشخصية أوعمال درامية صغيرة وهادفة ويتم نشر هذه الفيديوهات عبر الإنترنت من خلال وسائل التواصل الاجتماعي وبالتالي تصل الرسالة بسرعة كبيرة إلى المسؤولين وتعدّ هذه الرسائل من الأمور التي تهم المجتمع وتساهم في تقدّمه.

نظريات التأثير الإعلامية.

تستخدم هذه الدراسة نظرية الاعتماد للحصول على النتائج المطلوبة. وفيما يلي توضيح لهذه النظرية: نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام:

يعتبر الاعتماد على وسائل الإعلام حاجة أساسية في المجتمعات المعاصرة حيث يتدرج هذا الاعتماد بالتدرج من الحاجة إلى معرفة أنسب المشتريات في الأسواق وانتقالاً إلى احتياجات أهم كالرغبة في الحصول على معلومات عن العالم المحيط لكي يتفاعل معه.

وبسبب اختلاف الأفراد في الأهداف والمصالح فهناك اختلاف في درجة الاعتماد على وسائل الإعلام مما ينتج نظاماً مختلفة لوسائل الإعلام ترتبط بالأهداف والمصالح الفردية لكل منهم وطبيعة الاعتماد ودرجته على كل وسيلة من الوسائل في علاقتها بهذه الأهداف ويترتب على تشابه الأفراد في بعض الأهداف ودرجة الاعتماد على الوسائل التي تحقق هذه الأهداف ظهور نظم مشتركة لوسائل الإعلام بين الفئات أو الجماعات. حيث يوجد نظم مختلفة لوسائل الإعلام بالنسبة للأفراد تحددها طبيعة الأهداف ودرجة الاهتمام بها وطبيعة الاعتماد على وسائل معينة ودرجته في تحقيق هذه الأهداف (عبد الحميد، 2009). فالهدف من نظرية الاعتماد هي قدرة وسائل الاتصال على تحقيق أكبر قدر من التأثير المعرفي والعاطفي والسلوكي وسوف يزداد هذا التأثير عندما تقوم هذه الوسائل بوظائف نقل المعلومات بشكل مناسب وهذا الاحتمال سوف تزيد قوته في حالة تواجد عدم استقرار بنائي في المجتمع بسبب الصراع والتغيير (مكاوي والسيد، 2003). وفكرة تغيير سلوك ومعارف ووجدان الجمهور يمكن أن تصبح تأثيراً تفاعلياً لتغيير كل من المجتمع ووسائل الاتصال وهو ما يسمى العلاقة الثلاثية بين وسائل الاتصال والجمهور والمجتمع. حيث أن طبيعة العلاقة المتبادلة بين وسائل الإعلام والنظام الاجتماعي والجمهور كالتالي (نجم، 2011):

وسائل الإعلام:

تختلف وسائل الإعلام من مجتمع إلى آخر من حيث درجة تطورها وكلما كانت وسائل الإعلام لديها القدرة على إشباع رغبات الجمهور وكانت أكثر تنوع يزداد اعتماد المجتمع عليها.

النظام الاجتماعي:

تختلف طبيعة كل مجتمع عن الآخر من حيث درجة الاستقرار والقدرة على مواجهة الأزمات. فكلما زادت حالة عدم الاستقرار في المجتمع زادت حاجة الأفراد إلى المعلومات وبالتالي الاعتماد على وسائل الإعلام أي الجمهور ويصبح أكثر اعتماداً على وسائل الإعلام الموجودة في المجتمع في فترات عدم الاستقرار.

الجمهور:

يختلف الجمهور في درجة اعتماده على وسائل الإعلام نتيجة الاختلاف في الأهداف والمصالح والحاجات الفردية.

فالأفراد يعتمدون على وسائل الإعلام باعتبارها مصدراً من مصادر تحقيق أهدافهم فالفرد يهدف إلى تأييد حقه في المعرفة لاتخاذ القرارات الشخصية والاجتماعية المختلفة ويحتاج إلى التسلية والترفيه كهدف أيضاً في نفس الوقت إلا أن الأفراد لا يستطيعون ضبط أو تحديد نوع الرسائل التي تبثها وسائل الإعلام أكثر مما هي عليه ولكنهم يستطيعون تحديد ما لا ينشر من رسائل لأن وسائل الإعلام تحدد ما ينشر أو لا ينشر بناء على العلاقة مع الأفراد المتلقين مثلها مثل النظم الاجتماعية.

يعتمد الأفراد على وسائل الإعلام لتحقيق الأهداف التالية (مكاوي والسيد 1998):

- الفهم مثل: معرفة الذات من خلال التعلم والحصول على الخبرات الفهم الاجتماعي من خلال

معرفة الأشياء عن العالم أو الجماعة المحلية وتفسيرها.

- التوجيه: ويشتمل على توجه العمل مثل: أن تقرر ماذا تشتري؟ وكيف ترتدي ثيابك؟ وكيف تحتفظ برشاقتك؟ وتوجيه تفاعلي مثل: الحصول على دلالات عن كيفية التعامل مع مواقف جديدة أو صعبة.

- التسلية: وتشتمل على التسلية مثل: الراحة والاسترخاء والاستثارة والتسلية الاجتماعية مثل:

الذهاب إلى السينما أو الاستماع إلى الموسيقى مع الأصدقاء أو مشاهدة التلفزيون مع الأسرة.

وسائل الإعلام لها أهميتها للفرد فهي تجعل أهداف الفهم والتوجيه والتسلية أكثر سهولة ولكنها ليست الوسيلة الوحيدة لبلوغ هذه الأهداف فالأفراد يتصلون في نهاية الأمر بشبكات داخلية من الأصدقاء والأسرة وكذلك بنظم تربوية وسياسية وغيرها تساعد الناس أيضاً على بلوغ أهدافهم. وتكمن قوة وسائل الإعلام في السيطرة على مصادر معلومات معينة تلزم الأفراد لبلوغ أهدافهم الشخصية.

هناك مجموعة من الآثار التي تنتج عن اعتماد الأفراد على وسائل الإعلام من خلال ثلاث مجموعات أساسية هي (مكاوي والسيد، 2003).

• الآثار المعرفية:

- الغموض: الغموض هو عبارة عن مشكلة نقص في المعلومات.
- تكوين الاتجاه: مساهمة وسائل الإعلام في تكوين الاتجاهات نحو قضايا معينة.
- ترتيب الأولويات: تلعب وسائل الإعلام دورها في ترتيب أولويات الجمهور في القضايا البارزة.
- اتساع المعتقدات: ويتم تنظيم هذه المعتقدات في فئات: الأسرة أو الدين أو السياسة .
- القيم: تقوم وسائل الإعلام بدور كبير في توضيح أهمية القيم مثل: الأمانة الحرية المساواة.

• الآثار الوجدانية: ترتبط العمليات الوجدانية ببعض المصطلحات مثل: المشاعر أو العطف ويمكن

التعرف على آثار وسائل الإعلام على الوجدان وقياس هذه الآثار وتتحدد هذه الآثار الوجدانية

في:

- الفتر العاطفي: يفترض أن كثرة التعرض للعنف في وسائل الإعلام يؤدي إلى الشعور بالتبدل أو اللامبالاة.

- الخوف والقلق: عندما تعرض وسائل الإعلام أحداث العنف والرعب والكوارث والاعتقالات.
- الدعم المعنوي والابتكار: من التأثيرات الوجدانية لوسائل الإعلام رفع الروح المعنوية لدى المواطن أو تزايد شعورهم بالاعتراب. ويلاحظ أن اعتراب الفرد يزداد حيث لا يجد معلومات من وسائل الإعلام.

• الآثار السلوكية: تنحصر الآثار السلوكية لاعتماد الفرد على وسائل الإعلام في سلوكين أساسيين

هما:

- التنشيط: التنشيط يعني قيام الفرد بعمل ما نتيجة التعرض للوسيلة الإعلامية وهو الناتج النهائي لربط الآثار المعرفية والوجدانية وقد يتمثل هذا التنشيط في: اتخاذ مواقف مؤيدة مطالبة بحقوقها والمساواة بالجنس أو الإقلاع عن التدخين.
- الخمول: الخمول يعني عدم النشاط وتجنب القيام بالفعل وقد يتمثل الخمول في العزوف عن المشاركة السياسية وعدم الإدلاء بالتصويت الانتخابي وعدم المشاركة في الأنشطة التي تفيد المجتمع.

ومما سبق تقوم نظرية الاعتماد على الفروض التالية (عبد الحميد، 2010):

- ينشأ تدفق الأحداث من المجتمع الذي يضم مجموعة من النظم الاجتماعية التي يحكمها الوظيفة البنائية وتحدث علاقات اعتماد متبادلة بين هذه النظم الاجتماعية ووسائل الإعلام .
- تؤثر عناصر الثقافة والبناء الاجتماعي للمجتمع على وسائل الإعلام إيجابياً وسلبياً وهي التي تحدد خصائص وسائل الإعلام التي تتضمن: الأهداف والموارد والتنظيم والبناء والعلاقات المتبادلة. وتتحكم هذه الخصائص في وظائف تسليم المعلومات التي يتحكم فيها عدد الوسائل الإعلامية المتاحة ودرجة مركزيتها ويؤثر ذلك بالتالي على الأنشطة التي تمارسها وسائل الإعلام أو ما يطلق عليها سياسات التشغيل. كذلك تؤثر عناصر الثقافة وبناء المجتمع على الأفراد يساهم ذلك في تشكيل الفروق الفردية والفئات الاجتماعية والعلاقات الاجتماعية. ويعمل النظام الاجتماعي أيضاً على خلق حاجات للأفراد مثل: الحاجة إلى الفهم والتوجيه والتسلية ويحدد الاعتماد والتبادل بالنظم الاجتماعية ونظم وسائل الإعلام على كيفية تطوير الناس اعتمادهم على وسائل الإعلام لإشباع حاجاتهم النفسية والاجتماعية مما يخلق التنوع في تأثيرات وسائل الإعلام على الأفراد.

- تقوم وسائل الإعلام بتغطية الأحداث التي تقع داخل النظم الاجتماعية المختلفة ومن الأشخاص داخل هذه النظم وتتلقى وسائل الإعلام التركيز على بعض القضايا والموضوعات التي تشكل وسائل الإعلام المتاحة للجماعة.

- العنصر الرئيسي في هذا الإطار التكامل هو الأفراد كأعضاء في الجمهور التلقي لوسائل الإعلام هؤلاء الأفراد لديهم بناء متكامل للواقع الاجتماعي تم تشكيله عبر التنشئة الاجتماعية والتعليم والانتماء إلى جماعات ديموغرافية وعوامل التكيف الاجتماعي والتعليم والانتماء إلى جماعات ديموغرافية وعوامل التكيف الاجتماعي والخبرة المباشرة ويستخدم هؤلاء الأفراد وسائل الإعلام لاستكمال بناء الواقع الاجتماعي الذي لا يدركونه بالخبرة المباشرة وتتحكم علاقات الاعتماد والتبادل بوسائل الإعلام والنظم الاجتماعية الأخرى في تشكيل رسائل المعلومات للجماعة.

- يكون الواقع الاجتماعي محدداً ومفهوماً للأفراد ويلبي حاجاتهم وتطلعاتهم قبل استقبال الرسائل الإعلامية لن يكون لرسائل الإعلام تأثير يذكر سوى تدعيم الاعتقادات والقيم وأنماط السلوك الموجودة بالفعل. وعلى النقيض قد لا يكون لدى الأفراد واقع اجتماعي حقيقي يسمح بالفهم والتوجيه والسلوك فأنهم يعتمدون على وسائل الإعلام بقدر أكبر لفهم الواقع الاجتماعي وبالتالي يكون لهذه الوسائل تأثير أكبر على المعرفة والاتجاهات والسلوك. لذلك يجب الأخذ في الاعتبار درجة اعتماد الأفراد على وسائل الإعلام للحصول على المعلومات كوسيلة للتنبؤ بآثار هذه الوسائل على الأفراد.

- تتدفق المعلومات من وسائل الإعلام لكي تؤثر في الأفراد وفي بعض الحالات تتدفق المعلومات أيضاً من الأفراد لكي تؤثر في وسائل الإعلام وفي المجتمع ككل ويتخذ ذلك بعض الاشكال. مثل: الاعتراض الجماهيري الذي يزيد من مستوى الصراع في المجتمع أو يؤدي إلى تكوين جماعات اجتماعية

جديدة. مثل هذه الأحداث قد تؤدي إلى تغيرات في طبيعة العلاقات بالنظم الاجتماعية ونظم وسائل الإعلام (خلدون، 2012).

وبناءً على ما سبق ستقوم هذه الدراسة توضيح التأثيرات التي أحدثتها البرامج الإذاعية -وبرنامج (وسط البلد) هو نموذجاً لهذه البرامج على السلوكيات المجتمعية للشباب الأردني ومعرفة ما إذا كان الشباب الأردني قد تأثر بالآثار السلوكية التي أتت بها نظرية الاعتماد.

تعريف الإذاعة.

الإذاعة في اللغة هي إظهار الشيء وانتشاره ويقال ذاع الخبر وغيره يذيع ذيوماً ورجل مذيع لا يكتف سرّاً فالإذاعة أهم وسائل الإعلام الصوتية المسموعة وتسمى أيضاً الراديو ولفظة الراديو ذات أصل لاتيني وتعني (راديو) وتعني نصف القطر استناداً إلى بث الموجات الصوتية مع تضمين الموجات الصوتية عبر الغلاف الجوي على هيئة دوائر وتعد الإذاعة من وسائل الإعلام غير المرئية لذلك أطلق عليها اسم " الوسيلة العمياء " ويحتوي البث الإذاعي على مواد إخبارية وتعليمية وتجارية وثقافية وغيرها يستمع إليها الأشخاص في شتى بقاع العالم هدفها مخاطبة المستمعين على اختلاف ثقافتهم وأجناسهم وأعمارهم وميولهم ومستوياتهم الثقافية والتعليمية (مكاوي، 2008).

فالإذاعة من أقوى الوسائل التي تؤثر في شرائح المجتمع مقارنة بعدد الساعات التي يستمع بها الشخص إلى الإذاعة فتمكنت منذ بثها الأول من أن تكون مصدر للمعلومات ولقد أرضت جميع الأذواق فكانت سبيلاً لتسلية المسافرين على اختلافهم مهما طالت ساعات سفرهم.

نشأة وتطور الإذاعة.

لقد تم اختراع الراديو من قبل العالم الإيطالي " غوليلمو ماركوني " فلقد قام باستخدام الموجات الكهرومغناطيسية لإنتاج إشارات صوتية تم نقلها عبر مسافات بعيدة ومع الاجتهاد ومواصلة الأبحاث قام باختراع الإذاعة ولقد قام بإنشاء شركة ماركوني لتصنيع الراديو بعد أن عرض اختراعه في إنجلترا وتم تسجيله وفي عام 1909م وقد حصل على جائزة نوبل في الفيزياء عن هذا الاختراع. ومن الأسماء التي لمعت في تاريخ الراديو هو (تريفر بيليس) الذي صمم جهاز يشحن يدوياً في أوائل التسعينيات بعد أن كان يشاهد برنامج تلفزيوني لجمع التبرعات للمحتاجين في أفريقيا ففكر في حاجتهم لوسيلة توصل إليهم المعلومات بتكلفة بسيطة الجهاز لا يحتاج إلى بطاريات تشغيل يشحن فقط وقت الحاجة عرف باسم (Freeplay Radio) صنعت بأحجام مختلفة.

في عام 1906م قام الأمريكي (فيسيندون) بنقل الموسيقى والصوت إلى مسافة تبلغ مئات الأميال واعتبر هذا العام ميلاد الإذاعة على المستوى الجماهيري. وفي عام 1914م تم إنشاء أول إذاعة وهي إذاعة " لاكنينبليكيو " مؤسسها بريارد شمل بثها بلجيكا وشمال فرنسا وقد قدمت برامج احتوت فقط على أحاديث وموسيقى وبعد سنة ونصف توقفت نشاطاتها المدنية واتجهت إلى النشاطات الحربية والمخابراتية والاتصالات الجوية والبحرية وبعد توقف الحرب استأنفت نشاطاتها فبدأت الإذاعة بعد الحرب العالمية الأولى لذلك هي أقدم وسائل الاتصال البشرية. وفي عام 1910م تم بث برنامج غنائي للنجم أنريكو كاروسو في نيويورك يقدمه دي فورست وقد كان بثاً إذاعياً تجريبياً بعد ذلك توالى الدول في عشرينيات القرن العشرين على البدء بالبث الإذاعي واعتبرت أمريكا أول دولة أجرت تجاربها في مجال الإذاعة تبعها بريطانيا وألمانيا وفرنسا أما أمريكا ففي عام 1920م بدأ البث التجريبي في محطة (kdka) في ولاية بتسبيرج والتي افتتحها شركة وستنجهوس وكانت أول محطة تجارية بثت نتائج الانتخابات الرئاسية

بين (كوكس وهاردنج) في عام 1920 م ثم ما لبث أن انتظم بثها وتتنوع برامجها لتشمل الرياضة والأخبار (مكاوي، 2008).

تلا ذلك ازدهار للإذاعة مما أدى إلى زيادة محطات الإرسال فأصبحت الإذاعة مجال اهتمام الناس فانتقلت من أمريكا إلى أوروبا بالتحديد إلى بريطانيا التي قامت بإنشاء أول محطة إذاعية في أوروبا في الخامس عشر من مايو 1920 م فقامت جريدة الديلي ميل ببث برنامج إذاعي من تشلنسفورد ثم بعد ذلك تم إنشاء شركة الإذاعة البريطانية (BBC) عام 1927م التي كان بثها من لندن وكانت تبث يومياً ولكن عندما انتشرت محطات الإرسال في بريطانيا دعا ذلك الحكومة إلى القلق وتشكيل لجنة لدراسة مدى تأثير الإذاعة على الجمهور وكان من قرارات اللجنة حل شركة الإذاعة البريطانية مع تعويض المساهمين فيها وإنشاء هيئة عامة سميت بهيئة الإذاعة البريطانية (BBC) بعد أن تم رفض فكرة الإذاعة التجارية وكذلك فكرة الإذاعة الحكومية التي تسيطر عليها الدولة وقد استعمل الملك البريطاني جورج الخامس البث الإذاعي لإسماع صوته إلى المستعمرات البريطانية حتى وصل إلى البلدان البعيدة وقد حدث ذلك في عام 1932 م في أول عيد ميلاد ملكي (المولدي، 2009).

أما في أستراليا وتحديداً في المحطة الإذاعية سيدني فبدأ البث في 1923 م وفي محطة أخرى في عام 1925م وفي نيوزيلندا عام 1925م منح ترخيص لشركة الإذاعة النيوزيلندية استبدل فيما بعد عام 1932م بمجلس الإذاعة النيوزيلندية وفي إيرلندا بدأ البث الإذاعي في عام 1926 م. أما في جنوب آسيا وتحديداً في الهند فقد كانت شركة إذاعة الهند أول محطة إذاعية عام 1927م ولكنها فيما بعد توقفت لافتقار الناس للأجهزة الإذاعية ولكن وبعد خمس سنوات تم إنشاء محطة إذاعة الحكومة الهندية واعدت تسميتها بإذاعة كل الهند في عام 1936م.

أما في الوطن العربي لم تتوانى الدول العربية عن الالتحاق بركب التطور فظهرت بعض الإذاعات في الوطن العربي بمبادرات فردية من مهتمين وأخرى أوجدتها القوات المحتلة كما في دولة الجزائر عام

1925م حيث ظهرت الإذاعة على يد أحد المستوطنين الفرنسيين والهدف منها تحقيق أهداف المحتل العسكرية والاستراتيجية وفي دول أخرى لم تظهر الإذاعات إلا بعد الاستقلال أما مصر فكانت أول دولة عربية أوجدت المحطات الإذاعية فكانت أول محطة عام 1925 م حيث كانت المحطات الإذاعية ملك لهواة اعتمدوا في تمويلها على الإعلانات التجارية و في عام 1934م تم البث ضمن إذاعة تابعة للحكومة المصرية بالاتفاق مع شركة ماركوني ولكن فيما بعد تم إلغاء العقد مع هذه الشركة عام 1947م وأصبحت الإذاعة مصرية فقط ولكن في عام 1956 م في شهر مايو تحديداً صدر مرسوم ملكي حدد شروط لاستخراج التراخيص الخاصة باستخدام الأجهزة اللاسلكية بالرجوع إلى الاتفاقيات الدولية فذاعت هذه الإذاعات الأهلية البرامج بلغات عدة.

فيما بعد انتشرت الإذاعات في الوطن العربي وامتازت باستخدام كوادر بشرية متخصصة بالإضافة إلى تقنيات عالية. وقد كان لتضمين التردد (FM) الأثر الأكبر نظراً لما يتمتع به من جودة عالية فاقت التردد (AM). في القرن العشرين تحديداً في الخمسينيات ومع ظهور التلفاز تزايد أعداد المستمعين للإذاعة على عكس ما هو متوقع فقد واكبت الإذاعة التطور ولم تخلو برامجها المذاعة من الموسيقى التي فضلها الكثيرون مما اكسب الإذاعة العديد من المستمعين ولم تقتصر البرامج على ذلك فقد تخللها مقابلات ومكالمات بالإضافة إلى الأخبار. أما في الستينات من القرن ذاته ظهرت تقنية السيريوي الصوت المجسم الذي يشعرك بأنك قريب جداً من الحدث خصوصاً عند نقلها للحفلات الموسيقية (كامل، 2006).

واكبت الإذاعات التطور فمع ظهور الشبكة العنكبوتية وتوجه الأفراد إليها أصبح من الضروري أن تثبت الإذاعات وجودها فقامت بعض الإذاعات بالبث عبر الإنترنت مما زاد من انتشارها وقد بدأت هذه الفكرة عام 1993 م في أميركا تحديداً إذاعة " أنترنت تالك راديو" وفي عام 1995م تلتها إذاعة " اتش كي " ومما يميز هذه الإذاعة عن سابقتها أنها بثت على مدار اليوم وليس لساعات محددة ومما لا بد ذكره

بأن هذا النوع من الإذاعات تميزت بوجود عدد من المحطات لا حصر لها ولا تقل عن إحدى عشر ألف محطة على الصعيدين الرسمي والخاص وهناك إذاعات لا يتم بثها إلا على شبكة الإنترنت (مكاوي، 2008).

كُثر من الأشخاص كانوا يفضلون إذاعة الإنترنت بسبب قلة التعقيد وهذا ما يميزها عن الإذاعات العادية فلا تحتاج لحجز ذبذبة والالتزام برسوم وعمل تصاريح رسمية وشراء أجهزة بث بل على العكس تماماً فالبرامج التي تحتاجها تجدها مجانية على الإنترنت وهناك مواقع تستضيف إذاعات الإنترنت مجاناً أما ما تبثه راديو الإنترنت فقد تنوع فالإذاعات الخاصة فضلت تقديم الموسيقى فقط واعتمدت في تمويلها على الشركات الفنية بتقديم جديدها نوعاً من الدعاية بالإضافة إلى بيع نغمات ورسائل مصورة للهواتف الخلوية أما الإذاعات الرسمية فانتقالها إلى هذه التقنية أحدث تغييراً في المادة التي تقدمها فإلى جانب البث المباشر أوجدت تسجيلات للبرامج لتمكن المستمع من الرجوع إليها وقت الحاجة وضمنت أيضاً لقطات من دخل الاستوديو الإذاعي تظهر فيها مقدمي البرامج وضيوفهم إن وجدوا.

أهمية الإذاعة.

تحتل الإذاعة مكانتها من قدرتها على تجميع الأفراد في جميع الأزمنة والأماكن ببيته كان أو في العمل حتى لو كان في سيارته ليلاً صباحاً وفجراً بالحرب أو السلم يستمع إليها الرجال والنساء حتى أنها باتت تثبت برامج للأطفال.

لقد أتاحت الإذاعة لمستمعيها مشاركة آرائهم وفرصة الإصغاء إليهم وتلبية احتياجاتهم وإيجاد حلول مبتكرة لبعض المصاعب والمشكلات التي تواجههم وتعرض سبلهم ضمن سياسة إشراك المستمع في البرنامج ومحاورته فبات المستمع في البرامج الإذاعية هو الأساس ويحتل الصدارة.

لم يتأثر البث الإذاعي بتاريخه الطويل بعجلة التطور وعصر المعلوماتية والتكنولوجية الرقمية وظهور التلفاز والإنترنت ومواقع التواصل الاجتماعي والقنوات الأخبارية والهواتف المحمولة بل ما زال يعد أكثر الوسائط الإعلامية جذباً للمستمع حيث يصل إلى أعداد كبيرة من المستمعين في أرجاء العالم بل حتى أننا نجده كتطبيق على الهواتف المحمولة فلم يعد الهاتف وسيلة اتصال فقط بل أصبح يبيت لنا المحطات الإذاعية.

ولما تشغله الإذاعة من أهمية كبيرة فقد حدد الثالث عشر من فبراير للاحتفال باليوم العالمي للراديو وسبب اختيار ذلك اليوم بالتحديد لأنه اليوم الأول الذي بدأ به بث أول إذاعة للأمم المتحدة في عام 1946م وقد قدمت إسبانيا مقترح بتحديد يوم الاحتفال في 30 أكتوبر بسبب ما حدث في عام 1938م عندما قدم الرائي الإنجليزي اتش جي ويلز برنامج حرب العوالم الخيالي على إذاعة بي بي سي ولكنه عالجته على شكل نشرة إخبارية لمدة ساعة مما دفع المستمعين إلى تصديق أن كائنات من المريخ ستحتل الأرض وأدى إلى انتشار الاضطراب ولكن بعد المناقشات أثر أعضاء اليونسكو يوم 13 فبراير (المولدي، 2009).

مميزات الإذاعات.

الإذاعة كوسيلة اعلام كان لها ميزات عديدة ساعدت على تقبلها من قبل العامة وزيادة انتشارها أهمها (شرف،2005):

- 1 سعة انتشارها فهي لا تحتاج إلى وسط لانتقالها فالموجات الإذاعية قادرة على تخطي العقبات التي تواجه وسائل الاتصال الأخرى.
- 2 استخدمها حاسة السمع فقط مما يفتح آفاق المستمع إلى التصور والتخيل وإطلاقه بلا قيود بالإضافة إلى عدم احتياج المستمع إلى التركيز فباستطاعته ممارسة أي نشاط يريد أثناء الاستماع إليها.
- 3 صغر حجم الأجهزة الإذاعية التي يمكن حملها أينما ذهبنا بالإضافة إلى تزويد السيارات بجهاز إذاعي وكذلك وجودها كتطبيق على الهواتف المحمولة الحديثة.
- 4 قدرتها على مخاطبة جميع المستويات سواء كان أمي أو متعلم وإعطائهم فرصة للحصول على المعلومات والثقافة ومتابعة ما يحصل داخل بلادهم وخارجها.
- 5 قلة التكاليف فهي لا تحتاج إلى أجهزة استقبال فقط تحتاج إلى جهاز إذاعي.
- 6 عدم معرفة مسبقة بما سيتم الاستماع إليه لأن عملية الاختيار آنية تتم في الوقت الذي تم تشغيل الجهاز الإذاعي به.
- 7 وسيلة مناسبة للبلاد النامية والتي تقتقر إلى تغطية تلفزيونية أو لا يستطيع قاطنيها شراء جهاز تلفزيوني لغلاء سعره مقارنة بالجهاز الإذاعي.
- 8 استخدمت الإذاعات من قبل الحكومات بهدف إثارة مشاعر المستمعين وقت الازمات والحروب ببثها أغاني وطنية وحماسية ونشرها للأخبار أول بأول.

9 توشي البرامج الإذاعية بالواقعية مما يدفع المشاهد للتفكير بأنها تحدث الآن حتى وأن كانت حلقات مسجلة لأن ذلك ما عرف عن الإذاعة فبرامجها وتقاريرها لأحداث تحدث الآن وليست لأحداث تحدث بالماضي.

10 قدرة نصوصها الإعلانية على إقناع المستمع حيث أنها في أغلب الأحيان توجه الرسالة الإعلانية للمستمع مباشرة بمخاطبته بكلمات مثل عزيزي وسيدي وسيدتي وتتميز المواد الإعلانية بفورية نصوصها حيث يمكن تغييرها بالدقائق الأخيرة قبل نشرها ووصولها إلى المستمع.

أنواع الإذاعات:

تعددت أنواع الإذاعات فظهرت (البكري، 2003):

- 1 الإذاعات الحكومية: تكون تحت سيطرة الحكومة ويتم تمويلها من خزينة الدولة أما مضمون البرامج فتشرف عليها وتحدد أهدافها من قبل الدولة.
- 2 إذاعات إخبارية: تعود ملكيتها لفرد أو شركة أو مؤسسة تجارية هدفها تحقيق الربح المادي في أغلب الأوقات ويتم ذلك ببثها للإعلانات التجارية أما مضمون برامجها فيطغى عليه الترفيه ولا يوجد لها أي أهداف سياسية.
- 3 الإذاعات الحزبية: تابعة لحزب أو فكر معين.
- 4 الإذاعات الفنية: تبث الموسيقى والأغاني وتمويلها يكون من الإعلانات التجارية أو تلقيها أجر مقابل عمل دعاية لأغنية ألبوم جديد.
- 5 الإذاعات الدينية: نادرة جداً تمول من قبل مؤسسات دينية أما مضامين برامجها فتكون تفسير أو شرح لمبادئ دينية وقد كان لهذه القنوات الأثر الكبير في عمليات التبشير وخاصة في المناطق الفقيرة.

- 6 الإذاعات المجتمعية: تغطي منطقة جغرافية محددة أو جمهور محدد.
- 7 الإذاعات الوطنية: يغطي بثها جميع المناطق وتوجه برامجها للشعب القاطن في تلك الدولة.
- 8 الإذاعات الإقليمية: تغطي إقليم داخل الدولة وتبث برامجها لجزء من الدولة التي يمثلها الإقليم.
- 9 الإذاعات الموجهة: توجه برامجها خارج حدود الدولة كالإذاعة البريطانية وتسعى لتحقيق هدف معين.
- 10 الإذاعات الخارجية: تبث أي مناسبة أو حدث يحدث خارج الاستوديو ولها عدة أنواع حسب المناسبة سياسية كانت رياضية فنية أم ثقافية.
- 11 الإذاعات الخاصة: إذاعات محلية مستقلة لا تهدف إلى الربح توفر المنفعة للمجتمع في المجالات الاجتماعية والاقتصادية والسياسية والترفيهية (fogg ص12). وبدأت الإذاعات الخاصة بالظهور في أعقاب إقرار القانون المؤقت رقم "71" لسنة 2002 الخاص بالإعلام المرئي والمسموع الذي أجاز إنشاء محطات إذاعية خاصة ما أدى الى تبلور أفكار اختمرت في عقول كثيرين فانطلقت مجموعة من الإذاعات الخاصة تباعاً. وارتفع عدد الإذاعات الخاصة الأردنية ليصل الى ثلاثين إذاعة وتنوعت اتجاهاتها بين فنية مثل روتانا إلى إخبارية مثل المدينة (FM) فيما سجلت إذاعة فن (FM) نفسها كأول محطة إذاعية خاصة في الأردن حيث تم تدشينها في الخامس والعشرين من أيار من عام 2003 قانون المرئي والمسموع الذي سمح بترخيصها هدف إلى جذب رجال الأعمال للاستثمار في الإعلام وشجع الإذاعات التجارية (مجلة السجل عدد 3 22/نوفمبر/2007).

أنواع البرامج الإذاعية.

البرنامج الإذاعي عنصر أساسي لكل إذاعة فهو يعتبر هوية المحطة الإذاعية وتتعدد أنواعها بين اخباري سياسي منوعات ثقافية ادبية ودينية وكل برنامج يستهدف شريحة معينة من المجتمع.

أصبحت البرامج متشابهة في الإذاعات سواء البرامج المسائية منها أو الصباحية ولعل السبب في ذلك عدم التمتع بالتفكير الخلاق والابداعي فالاستنساخ هو الحل الوحيد مما جعلها تبدوا البرنامج ذاته مع اختلاف المقدم ولكن نوعية البرامج الصباحية تختلف عن المسائية ففي فترة الصباح تبث برامج تزودنا بأخبار عن حالة الطرق والسير وحالة الطقس ومعلومات خدماتية بالإضافة إلى القضايا الصحية أما الفترة المسائية فبرامجها تستهدف الشباب والنساء ويكون هناك تفاعل وحوار بين المستمع والمقدم فتشمل معلومات فنية واجتماعية وسياسية ومحلية.

تزايدت أعداد الإذاعات وخاصة بعد أن بدأت ببث البرامج التي تعنى في هموم المواطن اليومية ومشاكله مع المؤسسات والدوائر الرسمية وحالة الطرق والطقس وقضايا تهم كافة شرائح المجتمع خاصة في البرامج الحوارية ولعل السبب الرئيسي وراء الانتشار الكبير للإذاعات في الأردن هو اقرار قانون هيئة الإعلام المرئي والمسموع التي كان عملها يتمثل في منح تراخيص البث الإذاعي والتلفزيوني عام 2003م مما قضى على الاحتكار الحكومي للإذاعات على مر العقود وعمل على جذب رجال الأعمال للاستثمار في مجال الإعلام خلال هذه الفترة تم تدريب العديد من الكوادر في المجالات الهندسية والبرمجية والأخبارية كما لم تتوانى الإذاعات الأردنية في رفد الإذاعات العربية بالكوادر من مقدمي برامج معروفين للعمل ضمن هذه الإذاعات بل وأيضاً عملوا ضمن إذاعات دولية (أبو اصبح، 2005).

وقد أثبتت الإذاعات الأردنية جدارتها في استقطاب جميع الفئات العمرية من خلال بثها لبرامج متنوعة خاصة الحوارية منها ولكنها سعت لاستهداف شريحة الشباب بالدرجة الأولى كونهم عنصر أساسي

وفعال في المجتمع الأردني وظهر ذلك جلياً في نوعية البرامج المقدمة فتجد أن الفترة الصباحية خصصت للبرامج التي تحل مشاكل المواطن وهمومه على اختلاف بيئاتهم الاجتماعية ووظائفهم واستهدفت الفئة العمرية الكبيرة أما الفترة المسائية فاتجهت نحو الشباب واهتمت بقضاياهم وعملت على معالجتها على الصعيد السياسي والاقتصادي وغيره من الأصعدة. هناك تنافس كبير بين الإذاعات في تقديم الأفضل من ناحية نوعية البرامج المقدمة لجذب أكبر عدد من المستمعين فسعت الإذاعات لاختيار أفضل المذيعين الذين يتميزون بحضور ومصادقية ويتمتعون بأسلوب حوار هادف ولا شك أن بعض الإذاعات الأردنية قد اكتسبت أهميتها ومتابعيها بسبب مذيع ناجح نال إعجاب الكثيرين وأيضاً اهتمت بمضامين البرامج وتنوعها لكنهم أثروا التركيز على ما يفضله المستمع.

ومما لا بد ذكره أن الشركات المختصة تقوم بعمل دراسات إحصائية تتعلق بالإذاعات مرتين خلال السنة كما تقوم الإذاعة ذاتها بعمل دراسات كل ثلاث أشهر من أجل معرفة عدد المستمعين ومدى رضاهم عن المحطة الإذاعية (تقييم أداء). تخضع الإذاعات الأردنية لرقابة مستمرة من قبل هيئة الإعلام المرئي والمسموع بدءاً من إجراءات الترخيص ثم تزويدهم بقائمة البرامج المراد بثها وأسماء العاملين من مقدمي برامج ومعدنين ومضامين البرامج ولها الحق في أن ترفض أو توافق على منح الإذاعة الموافقة على الترخيص أما بعد الترخيص فيأتي دور الرقابة اللاحقة يتم بها مراقبة البرامج وتسجيلها وإذ حصل أي تجاوز أو بث أي برنامج لا يتفق مع الشروط والقانون المتعارف عليهم تقوم الهيئة بإرسال إنذار أو وقف البرنامج ولا ننسى أيضاً الرقابة الجماهيرية والتي تتمثل في رأي الجمهور وإقبالهم على الاستماع لبرنامج معين وانتقادهم لبرنامج آخر فتقييم الجمهور مهم جداً للبرنامج وللإذاعة. تكون المخالفات الإذاعية أما في المضمون أو في السياسات الإعلامية أو الإساءة الاجتماعية والدينية وغيرها من التوجهات والإجراءات المتخذة من قبل هيئة الإعلام المرئي والمسموع عادة ما تتناسب مع حجم المخالفة وتكرارها فتتنوع الإجراءات بين توجيه فقط أو تحقيق أو تحويل إلى القضاء. ولقد منحت هيئة الإعلام المرئي

والمسموع تراخيص لعدد كبير من الإذاعات منها المحلي وكما منحت محطات أجنبية حق البث مثل الإذاعة البريطانية BBC وراديو مونتني كارلو RMC وصوت أمريكا سوا وأيضاً منحت راديو هلا وهي إذاعة خاصة بالقوات المسلحة الأردنية ومديرية التوجيه المعنوي وأيضاً لإذاعة أمن إف ام وهي إذاعة خاصة بقوات الأمن العام وغيرها الكثير من الإذاعات (السلعوس، 1998).

البرامج الإذاعية المجتمعية الأردنية وقضايا المجتمع الأردني التي تتناولها.

البرامج الإذاعية المجتمعية وسيلة ناجحة وفعالة لتفعيل التواصل بين المواطن والمجتمع يساهم فيها الناس في صنع القرار وتحديد أولوية عمل المؤسسات إلى درجة كبيرة وكذلك هي وسيلة إعلامية هدفها الأول هموم وقضايا الشريحة أو المنطقة أو الفئة التي وجدت من أجلها. لقد ساهمت البرامج الإذاعية المجتمعية في ترسيخ مفهوم الديمقراطية فقد مكنت المواطن من إيصال صوته وأثبتت البرامج الإذاعية المجتمعية الحوارية نجاحها بمعالجة وطرح القضايا حيث قامت برفع سقف الحوار بهدف خدمة المجتمعات فكرياً وجغرافياً.

يقول اختصاصي علم الاجتماع جمال العتوم "الإذاعة تستطيع أن تطرح قضايا الناس وهمومهم أكثر من التلفزيون ليس لأن التلفزيون لا يستطيع الوصول إليهم ولكن لسهولة طرح هذه القضايا فالعمل الإذاعي أقل كلفة وأسهل من العمل التلفزيوني فيستطيع أي شخص أن يتصل هاتفياً بالإذاعة وي طرح قضايا ويتحاور مع المسؤول فأى مجتمع بحاجة إلى هذه الوسيلة لنقل المشاكل والهموم والمشاركة في حلها والتخلص منها" (بني هذيل الإذاعات أكثر وسائل الإعلام تأثيراً بالجمهور الخميس 2011/7/7).

تعدُّ البرامج التي تقدمها الإذاعات وسيلة إعلامية تنموية ناجحة في تفعيل التواصل بين المواطن والمجتمع وفي رفع مستوى التعاون داخل المجتمع الواحد فتعتمد البرامج المجتمعية على مبدأ التطوعية والخدمة العامة والتركيز على الهم المجتمعي في رقعة محلية محدودة. ورغم أن العالم العربي يفتقر إلى هذا النوع

من البرامج إلا أن هذا النوع جذب اهتمام المعنيين بالتنمية الاجتماعية وتطوير المجتمع المحلي (شكري، 1987).

الإذاعة أصبحت عبارة عن مصدر للأحداث والأخبار. والتفاعل الدائم مع المواطنين حول الرأي العام ومتابعة هذه الآراء من خلال مقابلات مع الخبراء والمسؤولين في موضوع مدار البحث ونظراً لقدرته على التجديد استطاع أن يستقطب جمهوراً واسعاً من الشباب في الأردن وخارجه لأن الشباب هم أكثر الفئات العمرية قدرة على التعامل مع الحاسوب والإنترنت. وظهور أشكال جديدة للإذاعة نتيجة تطور تكنولوجيا الاتصال مثل الراديو الرقمي والذي يتميز بالسرعة العالية في نقل البيانات والإذاعة عبر الإنترنت والتي تعتمد في بثها على الإنترنت. وتطبيقات الهاتف الخلوية للإذاعات. حيث يعتبر الشباب الفئة الأكثر تعاملًا مع هذه التقنيات الحديثة (قيراط، 2001).

برامج الفترة الصباحية هي برامج يتلقى منها الجمهور معلومات تتعلق بالأحداث الآنية والخدمات وأخبار السير والطرق والحالة الجوية في مناطق الأردن وأيضاً القضايا الصحية المتعلقة بنوعية الغذاء الصحي. البرامج الصباحية تضع الجمهور بخانة المتلقي بحيث تهدف إلى مصاحبة المستمع في مشواره الصباحي ويبعث فيه روح الأمل والتفاؤل من خلال البدء بيوم جديد بابتسامة وتغطية الأخبار بشكل خفيف ومواصلة الرسالة بكل ايجابية. وتستهدف البرامج المسائية التي تقدمها الإذاعات للشباب والنساء معاً وهناك تفاعل كبير بينهم وبين مقدمي هذه البرامج إذ أن البرامج المسائية تغطي الجوانب الاجتماعية والفنية والسياسية والمحلية بشكل تحليلي وحواري. (محمد، 2015)

فالمجتمع الأردني يعاني من مجموعة من القضايا والتحديات والتي تمس بالدرجة الأولى الشباب الأردني تنوعت هذه القضايا بين القديمة والجديدة على المجتمع الأردني وذات أبعاد متنوعة من حيث الحدوث سياسياً واقتصادياً واجتماعياً وثقافياً تتفاعل فيما بينها لتشكل أثراً سلبية تنعكس على سلوكيات وممارسات الشباب الأردني في ظل تراجع المنظومة القيمية الدينية والاجتماعية وغياب تأثيرها وحدوث تحولات قيمية

في بنية المجتمع الأردني نتيجة التطورات التكنولوجية والتحولات الاجتماعية التي أصابت المجتمع الأردني والتغير في قيم المجتمع الأردني وارتباطاته القيمية والمجتمعية. وموجات اللاجئين والوافدين من جنسيات عربية إلى الأردن ودور ذلك في ارتفاع مستوى العنف والجريمة بأشكالها المختلفة والتسبب في زيادة مستوى الاحتقان في الشارع الأردني والتعبير عن الرفض والمطالب الشعبية عبر ممارسات وسلوكيات قائمة على العنف اللفظي وغير اللفظي والاعتداءات على الممتلكات العامة والخاصة والاعتداء على الحريات الشخصية وحقوق الآخرين وعدم المسؤولية واللامبالا (خلدون، 2009)

ويمكن إيجاز التحديات والقضايا التي تواجه الشباب الأردني بما يلي:

1. قضايا سياسية: حيث يشكل غياب بيئة الحريات الفردية وانتشار الثقافة والسلوك

الديمقراطي وحرية التعبير وغياب قيم الحرية والمساواة والعدالة وتكافؤ الفرص إلى جانب

غياب تطبيق قيم المواطنة وممارستها بشكل حقيقي ضمن سيادة القانون.

2. قضايا اقتصادية: حيث يشكل انتشار ظاهرة الفقر وتدني المستوى المعيشي للمواطن في ظل

ارتفاع الأسعار وصعوبة الحياة وارتفاع المتطلبات لأفراد المجتمع وازديادها عاملاً أساسياً في

تشكيل الضغوط النفسية والاجتماعية على المواطن. أما على مستوى الأسرة أو المجتمع أو الدولة

كما يشكل ازدياد أعداد عاطلين عن العمل وعدم توفر فرص العمل وانتشار الفراغ بين الشباب

الأردني والسياسات العامة المتبعة من قبل الحكومات في التعامل مع الشأن الاقتصادي من

خلال رفع الاسعار وفرض الضرائب وتدني الرواتب المعيشية وعدم التعامل مع المواطن وفق

أسس من الشفافية والصراحة وتوفير المعلومات واتباع سياسة اقتصادية عادلة تتصف المواطن

ولا تنهكه بفرض سياسات يتحمل آثارها المواطن فقط.

3. قضايا اجتماعية: إن غياب الدين وتعاليمه المختلفة في التعامل الحياتي اليومي بين

الفرد والمجتمع والأسرة والدولة وعدم تغليب التعاليم والقيم الدينية في التعاطي مع المشكلات النفسية

والاجتماعية والاقتصادية والسياسية وفي العلاقة مع الآخرين في المجتمع وفي العلاقة مع صناع القرار فيها عاملاً أساسياً مشكلاً لخلق بيئة من السلوكيات المجتمعية غير السوية الناتجة عن الواقع الاجتماعي والاقتصادي والسياسي الذي يعايشه المواطن كما أن تغير المنظومة الاجتماعية والقيمية لأفراد المجتمع الأردني ودخول مفاهيم وقيم جديدة محفزة للعنف وللقيم الفردية والمصلحة الشخصية على حساب المصلحة العامة ولعدم التواصل والانقطاع في العلاقات الاجتماعية وأنهيار دور العشيرة والقيادات الاجتماعية في تحقيق قيم التكافل الاجتماعي والتسامح والتعايش والمحبة والابتعاد عن التهميش والاقصاء للآخر وقبول الاختلاف والتفاعل معه وتراجع تأثير دور العبادة والمؤسسة التربوية والتعليمية في ترسيخ القيم الإيجابية وبناء الشخصية وفق قيم المحبة والعدالة والمساواة والتضحية والإيثار والابتعاد عن النزعات الفردية والتفرقة على أسس الأصل واللون والعرق والدين. كما أن دخول اللاجئين والوافدين في المجتمع الأردني وانخراطهم فيه أدى إلى تفتت الوحدة الاجتماعية من خلال ادخال قيم وممارسات جديدة ساهمت بتغيير الصورة العامة للمجتمع نحو الانفتاح السلبي وسيطرة القيم النفعية المادية على حساب العلاقات الاجتماعية والأسرية إلى جانب نشر ممارسات سلبية أدت إلى انتشار وارتفاع مستوى الجريمة بأشكال مختلفة في المجتمع الأردني.

4. قضايا الثقافية والتكنولوجية: إن انتشار التكنولوجيا عبر الأشكال والأدوات المختلفة بين أوساط المجتمع الأردني كغيره من المجتمعات ووصولها إلى أيدي كافة الفئات الاجتماعية الفقيرة وغيرها شباباً ونساءً وأطفالاً ورجالاً في المدن والأرياف والبادية والقرى مما أدى بدوره إلى إيجاد ثقافة الانفتاح الاتصالي والإعلامي وبالتالي بروز ممارسات وسلوكيات انتقلت عبر الإعلام ووسائله المختلفة إلى الفرد والأسرة الأردنية فالمسلسلات التركية والمبدجة عبر الفضائيات وأدوات التواصل الاجتماعي الفيسبوك والتويتر والواتس اب وغيرها ساهمت بإيجاد ثقافة مختلفة عن الثقافة السائدة في مجتمعنا الأردني انتقلت إلى الفرد الأردني مما أدى إلى إيجاد فجوة في القيم والفكر والسلوك الممارس مما أدى إلى

تواجد سلوكيات لدى الشاب الأردني لم تكن موجودة من قبل على مستوى الأسرة وتجاه أفرادها المختلفة أو على مستوى المجتمع والدولة عموماً من خلال الاعتداء على حقوق وحريات الآخرين ومصادرتها بغير حق أو الاعتداء على الممتلكات الخاصة أو العامة وتدميرها من خلال اعتبارها أحد ادوات التعبير كما يظن البعض أن يسميها ويمارسها كالاعتداء على المدارس والمؤسسات والسيارات والمحال التجارية كما نشاهد في المظاهرات أو المسيرات أو الاعتصامات والتي يجب أن تكون وتبقى حضارية وسلمية تستخدم الادوات المناسبة وفق أسلوب ديمقراطي لا يشكل أي حالة عنف موجه لأي طرف كان واحترام المعارضة والرأي المخالف وقبوله دون اقضاء أو تهميش أو مصادرة حق (السلعوس، 1998).

لقد أكدت نتائج الاستطلاع الذي أجرته منظمة أيركس حول (انتشار وسائل الإعلام في الأردن) أن المجتمع الأردني يهتم للاستماع للبرامج الترفيهية والموسيقية مقارنة بالبرامج الإذاعية الاجتماعية والخدمية وبالتالي محدودية القيم والأهداف الاجتماعية التي تهدف البرامج الإذاعية المجتمعية تقديمها وبنها في المجتمع الأردني وخاصة فئة الشباب بوصفهم الفئة الفعالة والمؤثرة والمحركة للمجتمع الأردني (استطلاع وسائل الإعلام في الأردن أيركس، 2008).

معالجة القضايا السلبية التي تواجه أفراد ومؤسسات المجتمع هي مسؤولية من مسؤوليات الإذاعات وما تتعاطه من مواضيع خلال برامجها إلى جانب مؤسسات المجتمع الأردني على تنوعها وبالتالي كان لازماً على مسؤولي وصناع القرار الحرص على انتقاء والتركيز على هذه القضايا بما يُوجه سلوكيات الشباب الأردني للحد من هذه القضايا وأثارها السلبية على الشباب أولاً والمجتمع ثانياً.

برنامج وسط البلد.

في هذه الدراسة لقد تم اختيار البرنامج الإذاعي (وسط البلد) المُذاع على إذاعة (فن أف أم) للدكتور الإعلامي والمذيع هاني البديري كمثال لبرنامج إذاعي يناقش ويعالج قضايا المجتمع الأردني الحساسة والتي تلامس و بشكل مباشر و مؤثر، لقمة عيشه وامنه الاقتصادي والاجتماعي، والقضايا التي تهتم بالعلاقات الأسرية التي أصبحت في موضع يدعوالى القلق، بسبب اتساع الهوة الثقافية والتكنولوجية بين أفراد الأسرة الواحدة، ما يدعوالى الوقوف على هذه المشكلة التي يجب التركيز عليها في جميع حلقات البرنامج و بشكل يومي و مستمر إلى جانب القضايا الانسانية.

وسط البلد برنامج إذاعي يعتمد على الحوار قدمه وما زال المذيع الأردني هاني البديري الذي قدم عدد من البرامج في التلفزيون الأردني ك (ستون دقيقة) وغيرها من البرامج الأردنية والعربية اعتمد على الحوار الهادف البناء الهادئ بعيداً عن التعصب وبلغة جريئة لا تتعدى حدود الاحترام.

فكرة البرنامج ظهرت لتواكب البرامج الإذاعية الحوارية الأخرى التي أصبحت رائجة ولها جمهورها الكبير ولكن في برنامج وسط البلد ابتعدوا عن النمطية المتبعة التي انتهجتها البرامج الأخرى مما أدى إلى ابتعادها عن الواقعية وهموم المواطن. ارتقى البرنامج بالمستمع احترم مشاعر المواطنين واتسم بالوسطية والاعتدال واستهدف الفئة الأكبر من المواطنين ناقش قضايا المجتمع والمواطن الأردني الاقتصادية والاجتماعية وعلاقاته الأسرية التي بدأت بالتلاشي منذ ظهور عصر المعلوماتية والتكنولوجيا ووسائل الاتصال الاجتماعي والقضايا الإنسانية التي تحرك وجدان المستمع. يتم بثه على الإذاعة الأردنية فن

أف أم من الأحد إلى الخميس من 07:00 - 10:00 صباحاً (موقع عمون 2012).

ثالثاً: الدراسات السابقة.

1. السلعوس، (1998) (واقع برنامج البث المباشر في إذاعة المملكة الأردنية الهاشمية) دراسة في

الإعلام الإذاعي".

توصل الباحث إلى مجموعة من النتائج التي كان من أهمها:

- أن 70% من المبحوثين يستمعون إلى برنامج البث المباشر وأن من أسباب الاستماع إليه أنه يلقي الضوء على القضايا المهمة للمواطن الأردني.

- أن (82.5%) من أفراد العينة يجدون أن وقت إذاعة برنامج البث المباشر هو وقت ملائم وأن (52.5%) منهم يجدون أن هناك جدية في نقاش المذيع مع المواطن وأن (75%) منهم يرون أن مقدمي البرنامج يتمتعون بكفاءة جيدة. إضافة إلى عدد آخر من النتائج.

2. بومعيزة السعيد (2006) (أثر وسائل الإعلام على القيم والسلوكيات لدى الشباب).

فقد طرح الإشكالية التالية: ماهو أثر وسائل الإعلام الجماهيرية على القيم والسلوكيات لدى الشباب؟ من خلال رأي أفراد العينة المتكونة من 215 مفردة إناث و 200 مفردة ذكور بولاية البلدية (الجزائر وهذا من أجل اختبار فرضيات الدراسة عن طريق تحليل العلاقة بين المتغيرات -أن التلفزيون هو الوسيلة الإعلامية الأكثر استعمالاً ويبقى وسيلة عائلية أكثر منها فردية والسياق العائلي يضبط المشاهدة. كما يشاهد الشباب التلفزيون الجزائري أساساً ولكنه مغير مدمنين عليه. وأن معظم الدراسة يستمعون إلى الإذاعة الجزائرية بصفة عرضية وخاصة الإناث ولكن الذكور يقرؤون الجرائد الجزائرية أكثر من الإناث ولو بنسبة ضعيفة. وجل الدراسة يستعملون الإنترنت وخاصة الذكور والذين من هم يمتلكون المؤهلات التعليمية واللغوية.

وخلصت الدراسة إلى النتائج التالية:

- يستعمل أغلبية الدراسة الإنترنت من أجل التفاعل الاجتماعي بالدرجة الأولى ثم البحث العلمي والتسلية؛ لكن الإناث يملن إلى استعمال الإنترنت لغرض البحث العلمي أكثر من الذكور.
- أن أغلبية الدراسة صرحوا بأن استعمالهم لوسائل الإعلام ساعدهم على الارتباط بالقيم أكثر وهذا عكس الاعتقاد السائد. لكن الإناث أكثر اعتقاداً من الذكور فيما يخص قدرة وسائل الإعلام على جعلهن يرتبطن بقيم الطموح والتقوى وتقدير العلم والعلماء والديمقراطية والعدل.
- اعتبرت العينة أن وسائل الإعلام مصدر التعزيز القيم عندهم باستثناء بعض القيم التي لها علاقة بالبيئة الاجتماعية مثل: التفتح أو التي هي بعيدة عن إدراكهم مثل: احترام الذات وإثبات الذات.
- أن الذكور أقل اعتقاداً من الإناث في أن وسائل الإعلام تساعد على الارتباط بقيم البعد الاجتماعي والبعد الديني وتعتبر الإناث أكثر اعتقاداً من الذكور في قدرة وسائل الإعلام على جعله نترتبط بقيمة الديمقراطية بمفهومها الواسع الذي يشمل العلاقات الفردية والأسرية.
- أن دور وسائل الإعلام يقدم كمل الدور مؤسسات التنشئة الاجتماعية الأخرى وأنه كلما كان دور هذه الأخيرة قوي أقل دور وسائل الإعلام في تعزيز القيم وبصفة خاصة قيم الأبعاد النفسية والاجتماعية والدينية.
- أن أغلبية الدراسة مشبعون بالقيم ذات البعد الاجتماعي التي تعلموها بفعل عوامل التنشئة وبالتالي صارت تضبط تفاعلات الاجتماعية وتجعلهم موجهين على مستوى الشخصية نحو الخارج أكثر مما هم موجهين نحو الداخل.
- يستعمل الشباب محتويات وسائل الإعلام وفق مايتماشى وقيمهم بصفة خاصة ذات البعد الاجتماعي والديني ويتحاشون كلما يتنافرو هذه القيم.

- أن قيم البعد الديني هو أكثر تجلياً في شخصية الدراسة وبالتالي فهي تضبط ما يستعملونه من وسائل إعلام وما يتعرضون له من محتويات.

- كلما كانت الاستعدادات النفسية والشخصية لدى الدراسة قادرة على السماح لهم بالتفاعل الاجتماعي. والاندماج في جماعات الأولوية إلا واستغنوا عن وسائل الإعلام كبديل وظيفي يحدد السلوكيات.

3-مركز المساعدة الإعلامية الدولية والمنح الوطنية لدراسة الديمقراطية (2007)، الأذاعة المحلية: أثرها على التحديات وتطورها.

ركزت الدراسة على عدة جوانب تتعلق بالإذاعات المجتمعية والتأثير الذي يحدثه الإعلام المتنقل على المجتمع ودور الإذاعات المجتمعية في التنمية. ودور الإذاعات المجتمعية كمصدر له قوة في المجتمع. وأهم مرتكزات الإذاعة المجتمعية كالأعضاء الذين يديرون هذه الإذاعات المجتمعية والمتطوعين فيها بالإضافة إلى ملكية هذه الإذاعات ومدى تمثيلها المجتمع. بالإضافة للحاجات المحلية التي تقدمها الإذاعات المجتمعية والبيئة السياسية المحيطة بالإذاعة بالإضافة إلى التشريعات الحكومية والحاجات التنظيمية. والتركيز على مسألة استمرارية هذه الإذاعات مالياً خاصة أنها إذاعات غير ربحية تقدم خدمة للمجتمع. والدعم اللامحدود المقدم لهذه الإذاعات من الممولين لمساعدتها في الاستمرارية في خدمة المجتمع. وشبكات الإذاعات المجتمعية في العالم وتبادل البرامج والأخبار الوطنية والتعاون على مستوى التدريب وإيجاد موانئ شرف مهني. والتنمية التي تقدمها الإذاعات من خلال التطوير الرقمي والإنترنت. توصلت هذه الدراسة بعد استعراض هذه الجوانب المتعلقة بالإذاعات المجتمعية إلى مجموعة من التوصيات. وأكدت الدراسة أن الإذاعات المجتمعية وجه مشكلات تتعلق بالبيئة التشريعية وكذلك التشريعات الحكومية والضرورات التنظيمية وأوصت بتوفير بيئة مناسبة لتطور هذه الإذاعات التي تسهم في تنمية المجتمعات.

وبينت الدراسة أن الإذاعات المجتمعية بحاجة إلى الدعم المتواصل من الممولين كونها إذاعات غير ربحية وذلك لضمان استمراريتها في خدمة المجتمعات كما طالبت الممولين بضرورة خلق استراتيجيات فاعلة في مسألة دعم تمويل هذه الإذاعات.

وأكدت الدراسة أن الإذاعات المجتمعية في العالم بحاجة إلى مزيد من الدعم من حيث التدريب والتأهيل للوصول إلى إنتاج إعلامي مجتمعي كمي ونوعي بالمستوى المطلوب. وأن الإذاعات المجتمعية بحاجة إلى تقوية تأثيرها في المجتمع المحلي من أجل التطوير وأن يكون لها قوة أكبر في المجتمع.

3. دراسة زعموم وبومعية (2007) التفاعلية في الإذاعة أشكالها ووسائلها.

تبحث هذه الدراسة في مفهوم التفاعلية في الإذاعة من حيث مظاهرها وأشكالها ووسائلها وتذكر أساساً على الإذاعة العربية ذات التجارب الثرية والمتعددة وبنيت أهمية هذه الدراسة على اعتبار أن الإذاعة لا تزال تحظى بأهمية كبيرة في المنطقة العربية رغم التحديات التي تواجهها.

لقد اعتمدت هذه الدراسة في إطارها النظري على المدرسة الميديولوجية في علوم الإعلام والاتصال التي تؤكد الدور المحوري "الوسيط" الذي تلعبه وسائل الإعلام الجماهيرية في مجال الأخبار والترفيه والتوعية والتنشئة الاجتماعية وانطلاقاً من هذا المدخل التقليدي فإن الدراسة اعتبرت أنه يمكن تأكيد أن الدور الوظيفي الذي تقدمه التفاعلية في الإذاعة يعد أداة أساسية في خلق بيئة الحوار الاجتماعي والاتصال الفعال خصوصاً وأن التفاعلية تمكن المتلقي من المشاركة الوطنية في إثراء مضمون المادة الإعلامية التي تبثها الإذاعة.

لقد خلصت هذه إلى أن التفاعلية في الإذاعة حقيقة أساسية هي أن ثورة الاتصال قدمت وسائل تقنية مبتكرة وفعالة في مجال كسر الحاجز بين الإذاعة وجمهورها لذا اقترحت الدراسة على القائمين على الإعلام المسموع الاستفادة من الثورة الرقمية.

وبينت الدراسة أيضاً أن فكرة التفاعلية الإذاعية ليست مجرد هواية أو أسلوب تواصل بقدر ما هي وسيط في عملية تفعيل واشتراك المتلقي في النشاط الإذاعي كما أشارت الدراسة إلى أن العولمة بأبعادها السياسية والثقافية والاقتصادية قد وضعت المجتمعات العربية أمام تحديات تبرز التفاعلية الإذاعية كوسيلة مشاركة وحوار يمكن استخدامها وبشكل فعال بهدف "الاندماج الذكي" سياقات العولمة. كما أن التفاعلية الإذاعية يمكن استخدامها كوسيلة تسويق "اجتماعي" خصوصاً في عملية التوعية الاجتماعية بهدف محاربة بعض المعتقدات والأفكار والسلوكيات والظواهر الخاطئة والسلبية المنتشرة في مجتمعاتنا العربية والتي لا تخدم مصلحة المجتمع بل تعيق مسيرته التنموية.

وخلصت الدراسة إلى أن الإذاعات العربية الإلكترونية تقتصر إلى استخدام التفاعلية عبر استخدام الوسائط المتعددة بمفهومها الحديث ولقد أكدت الدراسة صحة الفرضية التي تطرقت لمحدودية تقطيف الإذاعات العربية الإلكترونية التفاعلية وبالتالي عدم قدرتها على تحقيق النتائج التي تؤدي إليها التفاعلية. تستمد هذه الدراسة أهميتها من أهمية البرامج الإذاعية التي تعتبر أداة من أدوات التغيير المجتمعي لدى الشباب. وخاصة أنها الفئة العظمى في المجتمع وعليه فإن نتائج هذه الدراسة قد تساعد في تطوير البرامج الإذاعية التي تستهدف الشباب والتغيير السلوكي المجتمعي لديهم.

كما أن هذه الدراسة تعطي مزيداً من المعلومات التي يحتاجها أصحاب العلاقة في قطاع الإذاعات والإعلام الذي يعاني ضعفاً في الدراسات العلمية التي تتناول الموضوعات المجتمعية والشباب.

4. السلعوس 2008 برنامج "بصراحة مع الوكيل" همزة وصل بين المواطن والمسؤول

"(بحث ميداني في الإعلام الإذاعي).

ملخص يتناول هذا البحث واقع برنامج "بصراحة مع الوكيل" الذي تذييعه إذاعة "FM" من عمان يومياً باستثناء يومي الجمعة والسبت وقد اتبعت الباحث في إعداداته منه المسح الميداني بوصفه أكثر المناهج ملائمة للدراسات الوصفية الخاصة بموضوعه ذات البحث. وقد تم التوصل إلى عدد من

النتائج والتوصيات التي منشأها أن تكون ذات فائدة لهذا البرنامج الذي يأتي في مقدمة البرامج الجماهيرية

التي تذاغ على قنوات إذاعات FM الأردنية. ومن أهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة:

- أن كل أفراد العينة يستمعون إلى هذا البرنامج إما بشكل دائم أو أحياناً أو نادراً.
- إن أسباب الاستماع إلى البرنامج عائدة إلى الرغبة في التعرف على المشكلات التي يعاني منها الناس في المجتمع الأردني.

- إن الحوار الذي يجري خلال بث البرنامج يتسم بالجدية العالية.

- إن (9.67%) من المبحوثين يرون أن مقدم البرنامج يتمتع بكفاءة عالية. ويرى (9.68%)

منهم أنه يقوم بمتابعة القضايا المطروحة. وأن (7.84%) منهم يرون أنه يمنح المستمعين

فرصة كافية لشرح مشكلاتهم وقضاياهم على الأثير. وقد توصل الباحث إلى عدد آخر من

النتائج والتوصيات التي يمكن أن تفيد في تقدم البرنامج وتطويره.

5. دراسة صبري وعبدو (2008) مكانة الإذاعات الحكومية ودورها في ظل منافسة الإذاعات الخاصة.

سعت هذه الدراسة إلى معرفة مدى تأثير مكانة الإذاعات الحكومية الوطنية التابعة للدولة من ظهور

الإذاعات الخاصة في الوطن العربي في ظل اتجاه معظم الدول إلى الانفتاح واتباع السياسات الليبرالية

في الاقتصاد والسياسة والإعلام.

كما بحثت هذه الدراسة في كيفية تأثير معدلات الاستماع للإذاعات الحكومية في ظل منافسة الإذاعات

الخاصة لها وذلك من خلال إجراء دراسة ميدانية على عينة من المستمعين في مدينتي القاهرة وتونس.

خلصت هذه الدراسة إلى النتائج التالية:

- الراديو لا يزال متواجداً بقوة على الساحة الإعلامية على الرغم من الثورة الهائلة في مجال الاتصال

وظهور الوسائل التفاعلية الحديثة.

- ظهور وسائل تكنولوجيا جديدة يمكنها استقبال بث الراديو مثل الهاتف النقال وأجهزة تشغيل الموسيقى MP3 من أجل الاستماع إلى الراديو إلا أن جهاز الراديو ما زال يحتفظ بالنسب الأعلى في الاستخدام في القاهرة وتونس والكويت على السواء.
- تفضل عينة الدراسة في هذه الدراسة الاستماع للإذاعات التي تقدم مضموناً خفيفاً وعصرياً ومسلياً والتي يغلب عليها طابع الترفيه والتسلية وتقديم البرامج التفاعلية.
- أكدت الدراسة على ضرورة الوصول بالإذاعات المجتمعية إلى "العالم الرقمي" لما له من دور في تقوية وتدعيم دورها التنموي في المجتمع.

6. دراسة التميمي (2009) استخدامات الشباب الجامعي الأردني لإذاعات ال FM والإشباع المتحققة.

هدفت هذه الدراسة إلى الكشف عن دوافع استخدام الشباب الجامعي الأردني لإذاعات ال FM والإشباع المتحققة منها بالإضافة إلى أنواع البرامج وأسماء المحطات والبرامج والمذيعين الذين يفضل الشباب الجامعي الاستماع إليهم والكشف عن اللغة واللهجة التي يفضلها الشباب الجامعي في البرامج الإذاعية وعادات الاستماع لدى الشباب الجامعي والآثار التي يتركها الاستماع للإذاعات في حياتهم. اعتمدت هذه الدراسة على المنهج الوصفي بأسلوب المسح الميداني وذلك باستخدام (الاستمارة) لعينة عشوائية متعددة المراحل واشتملت على 414 طالباً وطالبة من جامعتي البتراء والأردنية.

خلصت الدراسة إلى مجموعة من النتائج:

- إن 6,73% من الشباب الذين يتعرضون إلى FM يستمعون إليها بدافع التسلية والترفيه والاستمتاع وما نسبته 45,8% يستمعون إليها بدافع تمضية الوقت وملئ الفراغ أي بدوافع

- "طقوسية" بينما يتعرض 27,7% من الشباب الجامعي الذين يستمعون لإذاعات FM بدافع متابعة الأخبار والأحداث الجارية 23,3% بدافع اكتساب المعرفة والمعلومات أي بدوافع نفعية.
- أجمع 83,8% من الشباب الجامعي الذين يتعرضون لإذاعات FM على أنهم يفضلون الاستماع إلى الأغاني والمقطوعات الموسيقية وهو ما يقاس مع دوافع النسبة الأكبر من الشباب الجامعي الذين يستمعون لإذاعات FM بدوافع طقوسية.
- مركز المساعدة الإعلامية الدولية والمنح الوطنية لدراسة الديمقراطية (2007)، الأذاعة المحلية: أثرها على التحديات وتطورها.

ركزت هذه الدراسة على التفاعلية في الإذاعات وتأثيرها على الجمهور كما بينت الدراسة أهمية التفاعلية في جذب الجمهور الذي يسهم من خلال المشاركات في جعل هذه الإذاعات ذات تأثير أكبر في المجتمع.

كما تطرقت هذه الدراسة إلى دور التكنولوجيا في التفاعلية من خلال الإذاعات بالإضافة إلى ما توفره هذه التفاعلية من تغذية راجعة للرسالة الإعلامية من خلال الإذاعات بالإضافة إلى ما توفره هذه التفاعلية من تغذية راجعة للرسالة الإعلامية الموجهة للجمهور كما أن المضمون الذي تبثه الإذاعات له دور هام في إيجاد بيئة تفاعلية بين الإذاعات والجمهور المستمع وأكدت الدراسة على أهمية بحوث الجمهور في الاستدلال على المضامين التي يجب أن تقدمها الإذاعات كذلك نوعية البرامج والأوقات التي تبث فيها تلك البرامج.

7. رويس 2010 تجربة الإذاعات المجتمعية الأردنية في تنمية المجتمع المحلي دراسة حالة: نادي مستمعي راديو البلد.

هدفت هذه الدراسة إلى تحليل تجربة (نادي مستمعي وسط البلد) كتجربة فريدة من نوعها لا مثيل لها في الأردن وتبيان الدوافع التي تقف وراء مواظبة أعضاء النادي لمتابعة برنامج (راديو البلد) والاهتمام

بها والتفاعل معها وذلك من أجل التعرف بعمق على تجربة هذه الإذاعة الأردنية المجتمعية وتبيان دورها في عملية التنمية الاجتماعية.

وتكون مجتمع الدراسة من (أعضاء نادي مستمعي راديو البلد) والذين يتعرضون بشكل متواصل مع الرسالة الإعلامية لهذه الإذاعة ويتفاعلون معها. وتم اعتماد العينة العشوائية الممثلة لإجراء الدراسة المأخوذة من السجل الخاص بأسماء النادي البالغ عددهم (250) عضواً. وتم اختيار عينة عشوائية بنسبة (50%) من أعضاء النادي وبناء على هذه النسبة بلغ عدد أفراد العينة مئة وخمسة وعشرون عضواً استجاب منهم (122) عضواً في النادي.

وكشفت الدراسة أن أقل من نصف أعضاء النادي بقليل (43.3%) والذين يتعرضون للرسالة الإعلامية التي تبثها بما مقداره (3-6) ساعات يومياً وخمسهم تقريباً (18.9%) يستمعون (ل راديو البلد) يومياً أكثر من سبع ساعات. ويؤشر إلى أن معظم أعضاء النادي يعتمدون بشكل أساسي على (راديو البلد) كوسيلة إعلام لهم يتابعونها لساعات طويلة.

وبينت النتائج أن نصف أعضاء النادي (46.7%) يفضلون الاستماع إلى البرامج الإخبارية والسياسية والاجتماعية التي تقدمها الإذاعة وهذا يتنافى مع ما بينته بعض الدراسات المسحية في الأردن في أن الجمهور الأردني يتجه نحو الإذاعات الترفيهية ولا يفضلون البرامج السياسية الجادة.

وينظر أعضاء النادي إلى (راديو البلد) على أنه يختلف في رسالته الإعلامية عن الإذاعات المحلية الأخرى إذ أن أكثر من خمس أعضاء نادي مستمعي هذه الإذاعة (41.8%) يواظبون على الاستماع لها لأنهم يرون أنها تختلف دائماً عن الإذاعات الأخرى من حيث الرسالة الإعلامية التي تقدمها للجمهور؛ في حين يرى نصف الأعضاء (49.2%) أن (راديو البلد) يختلف "أحياناً" عن الإذاعات الأخرى في رسالته الإعلامية.

ومن الأسباب التي تدعو لقل من ثلثي (59%) أعضاء النادي بقليل إلى الالتصاق بإذاعتهم هذه والتعرض الكثيف المتواصل لرسالتها الإعلامية اعتقادهم أن رسالة (راديو البلد) الإعلامية " مستقلة ولا تحمل أجندات محددة ". وتتساوى هذه القناة باستقلالية هذه الإذاعة عند أعضاء النادي الذكور (59.7%) والإناث (61.4%) أي بنسبة الثلثين تقريباً.

ويجد أقل من ثلاثة أرباع أعضاء النادي بقليل (70.9%) أن راديو البلد يلتزم بشعاره الذي يرفعه وهو " صوت المجتمع-صوت الناس والبلد ". كما يجد أقل من ثلثي أعضاء النادي بقليل (60.5%) أن هذه الإذاعة تعكس كافة وجهات النظر التي لها علاقة بالأحداث دون أن ينحاز لأي طرف كان.

ويتجه غالبية أعضاء النادي (81%) إلى الاعتقاد أن هذه الإذاعة توفر لأعضاء النادي الفرصة للمشاركة في تحديد الرسالة الإعلامية المجتمعية للراديو. كما وتعتبر الغالبية من أعضاء النادي (86%) أن رسالة هذه الإذاعة المجتمعية تسهم في معالجة قضايا المواطن الأردني وتلامس همومه.

لقد بينت الدراسة أن ثلاثة أرباع أعضاء نادي المستمعين (76%) يعتمدون أن راديو البلد له تأثير في الحراك الديمقراطي في المجتمع المحلي إن الغالبية العظمى من أعضاء نادي المستمعين (89.3%) يعتقدون أن هذه الإذاعة تسهم في نقل مشكلاتهم إيصالها إلى المسؤولين. كما كشفت الدراسة عن أن غالبية أعضاء النادي (85.2%) يعتقدون أن هذه الإذاعة قد اسهمت بشكل كبير في رفع مستوى الوعي لديهم ويمكن إرجاع ذلك لما يمنحه هذا الراديو لجمهوره من مساحة للتعبير وفرصة للمشاركة في صنع الرسالة الإعلامية.

وقد كشفت الدراسة أن غالبية أعضاء النادي (82.8%) يشعرون أن (راديو البلد) وفر لهم جواً نفسياً مناسباً وقد يعود ذلك إلى اعتماد هذه الإذاعة الأسلوب الشعبي والبسيط الذي يناسب المتلقين جميع كراديو مجتمعي يخاطب أفراد المجتمع بأسلوب قريب من قلوبهم ومزاجهم.

وخلصت الدراسة إلى:

- أن غالبية أعضاء نادي مستمعي (راديو البلد) (82.2%) يعتمدون على (راديو البلد) كمصدر لمعرفة ومواكبة آخر الأخبار المحلية.
 - أن غالبية أعضاء النادي (81%) يتجهون إلى الاعتقاد أن (راديو البلد) يوفر لهم الفرصة للمشاركة في تحديد الرسالة الإعلامية المجتمعية للراديو.
 - أن ثلاثة أرباع أعضاء نادي المستمعين (76.2%) يستمعون (ل راديو البلد) من أجل التعلم ويظهر ذلك بنفس النسبة في أوساط الذكور والإناث.
 - إن الغالبية العظمى من أعضاء نادي المستمعين (89.3%) يعتقدون أن (راديو البلد) يساهم في نقل مشكلاتهم وقضاياهم وإيصالها إلى المسؤولين وهو دور أساسي من أدوار الراديو المجتمعي.
 - أن ثلاثة أرباع أعضاء النادي الذكور (74.6%) وغالبية العضوات الإناث (80.7%) يعتقدون أن (راديو البلد) أسهم في تغيير سلوكياتهم.
 - أن المذيع لا يزال الوسيلة الأكثر استخداماً للاستماع إلى البث الإذاعي فجميع أعضاء النادي (100%) ممن أعمارهم (46 فأكثر) يستخدمون المذيع كوسيلة للاستماع إلى راديو البلد.
8. **نسيمة 2013** الإذاعة ودورها في التنمية المحلي (الإذاعة المحلية لورقلة نموذجاً).
- ركزت هذه الدراسة على دراسة دور الإذاعة المحلية في التنمية المحلية للمجتمع وتوصلت هذه الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها:
- أن نسبة الإناث المواظبات على الاستماع إلى إذاعة الجزائر من ورقلة تفوق نسبة الذكور وذلك راجع إلى تمكن الإناث على متابعة البرامج لأن معظمهم ماكثات بالبيت ويميلون إلى الاستماع إلى البرامج الإذاعية. والذكور لم يتمكنوا من تتبع البرامج المذاعة باستثناء البرامج المعروضة في أيام العطل ونهاية الأسبوع.

- وبالنسبة لوقت البرامج المذاعة فكلا الجنسين أعربوا عن عدم تمكنهم في بعض الأحيان من متابعة جل البرامج المعروضة في الإذاعة وذلك يرجع إلى الوقت الذي تبث فيه هذه البرامج حيث بلغت النسبة لدى الذكور (73.33%) أما عند الإناث بلغت النسبة (76.19%) ونادراً ما يتناسب وقت بث هذه البرامج مع وقت الفراغ وهذا ما عبر عنه كلاً من الجنسين.

- الإناث يملن إلى متابعة البرامج المتنوعة لتصبح الإذاعة بمثابة النافذة التي تطلع لى مختلف الجوانب والظواهر محاولة منها الوصول إلى جوهر المشكلة وتليها البرامج الاجتماعية التي تسعى الإذاعة إلى التعريف بالمشاكل الخفية والظاهرة منها بهدف الوصول إلى وضع الحلول المناسبة لهذه المنطقة وإشراك جميع الجهات الفاعلة بالمجتمع. أما الذكور فنفس الشيء يهتمون بالبرامج المتنوعة وتليه بعد ذلك البرامج السياسية فهم يميلون إلى سماع الأخبار وبعدها البرامج العلمية.

- الذكور يفضلون الاستماع إلى برامج الإذاعة بمفردهم وتحددت النسبة بـ (73.33%) فيحين بلغت نسبة الإناث (57.14%) أما الإناث فبعضهم يفضلون الاستماع مع العائلة وذلك بهدف تبادل الأفكار والآراء.

- الإناث تفضل مناقشة البرامج مع العائلة ومع الأصدقاء وكانت النسب متقاربة أما أغلبية الذكور يتناقشون في بعض الأحيان مع الأصدقاء.

- كلا الجنسين يشاركون في البرامج الإذاعية في بعض الأحيان وخاصة عندما يكون الموضوع ذو صلة بالواقع اليومي وهذه المشاركة تعبر عن تفاعل وتناغم المستمعين مع هذه البرامج و كانت النسب متقاربة. أما فئة الذكور الذين أعربوا لنا عن عدم مشاركتهم في هذه البرامج كانت بنسب كبيرة وذلك راجع إلى قلة اهتمامه موعداً بالمتابعة المستمرة للبرامج المذاعة. أو لعدم تناسب وقت بث هذه البرامج مع وقت فراغهم. أبدى كلا الجنسين عن رأيهم في أي مدى تتعرض الإذاعة للمشاكل المتعلقة

بالمنطقة فكانت النسب المحصل عليها متقاربة. عند الذكور والإناث وهذا يؤكد لنا تعرض الإذاعة للمشاكل التنموية المتعلقة بالمنطقة.

- أعرب كلا الجنسين عن مساهمة الإذاعة في تفعيل التنمية المحلية حيث كانت النسب متقاربة لدى الذكور (40%) ولدى الإناث. ونستنتج أن هدف إنشاء الإذاعة المحلية هو تفعيل التنمية المحلية.
 - يرى كلا الجنسين أن برامج الإذاعة تؤثر بشكل إيجابي على حياة المواطن لأن مضمون هذه البرامج قريب من الواقع المعاش والإذاعة بدورها تسعى إلى خدمة المواطن وتلبية حاجياته.
 - يرى الذكور أن برامج العمل الإذاعي ناجحة إلى حد ما وكذلك لدى فئة الإناث وفئة الإناث أعربت عن تناسب برنامجها المفضل مع وقت فراغها.
 - أعرب كلا الجنسين على أن الإذاعة تغطي كافة المستويات التعليمية وأعربوا كذلك عن استماعهم للأخبار المحلية وكانت (66.66%).
- لقد تمت الاستفادة من الدراسات السابقة في التعرف على منهجية البحث العلمي بالإضافة إلى ربط النتائج التي توصلت إليها بعض الدراسات بنتائج الدراسات المشابهة وذلك في محاولة لربط هذه الدراسة بالدراسات السابقة لأن البحث العلمي يعتمد على التراكمية والترابط بين الدراسات السابقة والدراسات الحديثة.

الفصل الثالث

منهجية الدراسة (الطريقة والاجراءات)

يعرض الباحث في هذا الفصل المنهجية التي قامت عليها الدراسة حول دور البرامج الإذاعية الأردنية في المساهمة بتغيير السلوك المجتمعي لدى الشباب الأردني (برنامج وسط البلد أنموذجاً للدراسة) ويتضمن هذا الفصل شرحاً عن مجتمع الدراسة وعينة الدراسة وأداة الدراسة وقياس صدقها وثباتها والمعالجة الإحصائية في تحليل بياناتها ومتغيرات الدراسة وإجراءات الدراسة.

تعتمد هذه الدراسة على المنهج الوصفي كنوع من أنواع البحث العلمي حيث يعتمد هذا الأسلوب الدراسات المسحية عن طريق المسح بالعينة والمسح ينصب على دراسة أشياء موجودة بالفعل وقت إجراء الدراسة في مكان وزمان معين، ويرتبط مفهوم البحوث الوصفية بدراسة واقع الأحداث والظواهر والمواقف والآراء وتحليلها وتفسيرها بغرض الوصول الى استنتاجات مفيدة إما لتصحيح هذا الواقع أو تحديثه أو استكمالها أو تطويره وتمثل هذه الاستنتاجات فهماً للحاضر يستهدف توجيه المستقبل.

وتم استخدام المنهج الوصفي المسحي بوصفه المنهج الأكثر ملائمة لهذه الدراسة كونها تدرس تأثير البرامج الإذاعية على السلوك المجتمعي للشباب الأردني. وتسعى هذه الدراسة إلى تحليل أنموذج من نماذج البرامج الإذاعية وهو برنامج " وسط البلد " وتعرف دراسة الحالة أنها أسلوب منهجي يستهدف تقديم وصف الحالة أو سلوك أو موقف أو جماعة بغرض الكشف عن خصائص ظاهرة عن طريق دراسة العلاقة بين عناصر الظاهرة ومكوناتها وعواملها والعوامل الداخلة فيها في إطار إعلامي.

مجتمع الدراسة.

يتكون مجتمع الدراسة من الشباب الأردني في محافظة عمان والذين يتعاملون مع البرامج الإذاعية الأردنية بشكل يومي ودائم أو بشكل متقطع أثناء القيادة أو العمل أو غيره من النشاطات. ولكن تم أخذ عينة عشوائية ومقصودة متواجدة في العاصمة الأردنية (عمان) للشباب الأردني الذي يُتوقع بأنه يتعامل مع البرامج الإذاعية بشكل يومي نظراً لطبيعة نشاطها اليومي سواء أكان طالباً وموظفاً وأصحاب محال وسواقى تكاسي والسرفيس.

عينة الدراسة:

اعتمدت هذه الدراسة على العينة العشوائية البسيطة والتي تعرف بأنها المعاينة التي يكون فيها احتمال اختيار أي وحدة مساوياً لاختيار الوحدة الأخرى والعينة العشوائية البسيطة هي إحدى أنواع العينات الاحتمالية حيث تعتمد على نظرية الاحتمالات في اختيار وحداتها وتقدير معالمها وتعد هذه العينة من أكثر العينات شيوعاً وأبسطها اعتمدت هذه الدراسة على عينة عشوائية بسيطة مكونة (300) من الشباب الأردني أعمارهم ما بين 19-24 سنة ومن الفئتين الذكور والإناث ومستويات تعليمية مختلفة من طلاب جامعة الشرق الأوسط وطلاب الجامعة الأردنية ورواد المقاهي والمحال في كل من مجمع رغدان ومجمع الشمال ومستخدمي الباصات والسرفيس.

أدوات الدراسة:

بعد مراجعة الأدب النظري والدراسات السابقة قام الباحث بتصميم استبانة كأداة للدراسة (أنظر الملحق رقم 1) وتضمنت أسئلة مغلقة لعينة الدراسة الشباب الأردنية وقبل توزيعها عرضت الاستبانة على عدد من المحكمين المختصين لإجراء اختبار الصدق.

الصدق البياني

يتم قياس صدق عبارات الأداة من خلال معامل الارتباط بين درجة العبارة وبين الدرجة الكلية للبعد الذي ينتمي إليه بما فيها درجة هذه العبارة وهو ما يطلق "الصدق البنائي" وكذلك تم استخدام الارتباط للعبارة وهو معامل الارتباط بين درجة العبارة للبعد ومعامل الارتباط بين أبعاد والأداة ككل كما هو موضح

الجدول رقم (1):

الجدول رقم (1) معاملات الارتباط بين درجة العبارة وبين الدرجة الكلية للبعد الذي ينتمي إليه بما فيها

درجة هذه العبارة

رقم الفقرة	المعرفية	عاطفة	السلوكية
1	0.84*	0.80*	0.65*
2	0.81*	0.59*	0.66*
3	0.83*	0.71*	0.73*
4	0.79*	0.73*	0.76*
5	0.76*	0.76*	0.82*
6	0.80*	0.64*	0.49*
7	0.63*	0.58*	0.78*
8	0.49*	0.74*	0.61*
9	0.65*	0.70*	0.60*
10	0.60*		0.71*
11	0.70*		0.64*
12			0.68*
البعد ككل	0.98*	*0.96	0.97*

*دالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($0.05 \geq \alpha$).

يظهر من الجدول رقم (1) أن جميع معاملات الارتباط بين درجة العبارة والدرجة الكلية للبعد الذي تنتمي إليه ومعاملات الارتباط بين أبعاد الدراسة والأداة ككل دالة إحصائياً عند مستوى الدلالة ($0.05 \geq \alpha$) مما يشير إلى الاتساق الداخلي بين العبارات المكونة للأداة وأنها صادقة بنائياً وتعد صالحة للتطبيق على أفراد الدراسة.

ثبات الأداة

للتحقق من ثبات أداة الدراسة قام الباحث باستخراج معامل الثبات بطريقة كرونباخ الفا حيث بلغت قيمة معامل الثبات (0.96) وقام الباحث باستخراج قيمة Guttman Split-Half Coefficient والتي بلغت (0.88) والجدول رقم (2) يوضح قيم الثبات لمجالات الدراسة.

الجدول رقم (2) قيم الثبات لمجالات الدراسة.

المجال	قيم كرونباخ الفا	Guttman Split-Half Coefficient
1	0.90	0.81
2	0.87	0.82
3	0.89	0.90

متغيرات الدراسة.

تناولت الدراسة عدداً من المتغيرات المستقلة والأخرى التابعة على النحو التالي:

1. **المتغيرات المستقلة:** وهي العمر الجنس والمستوى التعليمي الوظيفة البرامج الإذاعية.

2. **المتغيرات التابعة:**

- مدى الاستماع للبرامج الإذاعية الأردنية.

- مدى اهتمام الشباب للاستماع للبرامج الإذاعية الأردنية التي تتناول القضايا التي تمسهم وتمس الشارع الأردني وبرنامج (وسط البلد) نموذجاً على هذا النوع من البرامج.
- مدى تأثير هذا النوع من البرامج على السلوكيات المجتمعية للشباب الأردني وكيفية تعاطيهم مع الرسائل المجتمعية التي تقدمها.

الطريقة والاجراءات.

- تم العمل بمجموعة من الاجراءات لتحقيق أهداف هذه الدراسة تمثلت بالخطوات التالية:
- صياغة فقرات الاستبانة مع مراعاة البساطة والوضوح والاطلاع على استبانات أخرى متشابهة من دراسات أخرى.
 - تم اختيار عينة عشوائية ممثلة بـ (300) من الشباب الجامعي الأردني: وقد تم اختيار جامعتين: جامعة الشرق الأوسط للدراسات العليا والجامعة الأردنية.
 - توزيع الاستبانة وجمعها وتحليلها إحصائياً لأشخاص القادرين على تعبئة هذه الاستبانات وقراءتها.

التصميم الإحصائي.

تمت المعالجة الإحصائية للدراسة من خلال برنامج التحليل الإحصائي (SPSS) (Statistical Package for Social Siences) ولمعالجة بيانات الدراسة والوصول إلى النتائج التي تخدم هدف الدراسة تم استخدام الأساليب الإحصائية الآتية:

1. تم استخراج معاملات الارتباط بين درجة العبارة وبين الدرجة الكلية للبعد الذي ينتمي إليه وقيم الثبات لمجالات الدراسة.

2. التكرارات والنسب المئوية لإجابات أفراد عينة الدراسة.

3. المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية. نتائج تطبيق تحليل التباين الأحادي (ANOVA) على المجالات الدراسة والأداة ككل.

4. نتائج تطبيق اختبار (Independent Samples T-Test).

الفصل الرابع

نتائج الدراسة

يتضمن هذا الفصل عرض نتائج الدراسة التي هدفت للتعرف على دور البرامج الإذاعية الأردنية في المساهمة بتغيير السلوك المجتمعي لدى الشباب الأردني (برنامج وسط البلد أنموذجاً للدراسة) كما يتضمن هذا الفصل لوصف للمتغيرات الشخصية لأفراد العينة.

عينة الدراسة:

تكونت عينة من (300) شاب أردني تم اختيارهم بطريقة عشوائية من مجتمع الدراسة الجدول رقم (3) يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة تبعاً للمتغيرات الشخصية.

الجدول رقم (3)

توزيع أفراد عينة الدراسة تبعاً للمتغيرات الشخصية.

المتغير	المستوى	التكرار	النسبة المئوية
النوع الاجتماعي	ذكر	179	59.7
	أنثى	121	40.3
	المجموع	300	100.0
المؤهل العلمي	توجيهي فأقل	38	12.7
	دبلوم	15	5.0
	بكالوريوس	247	82.3
	دراسات عليا	–	–
	المجموع	300	100.0
العمر	أقل من 19	24	8.0
	من 19 – إلى 25 سنة	252	84.0
	من 26 – إلى 30 سنة	24	8.0
	المجموع	300	100.0

يظهر من الجدول رقم (3) ما يلي:

1. بلغ عدد الذكور في العينة (179) بنسبة مئوية (59.7%) بينما بلغ عدد الإناث (121) بنسبة مئوية (40.3%).
2. بلغت أعلى نسبة مئوية لتوزيع أفراد العينة تبعاً لمتغير المؤهل العلمي (82.3%) للمؤهل العلمي (بكالوريوس) بينما بلغت أدنى نسبة مئوية (5.0%) للمؤهل العلمي (دبلوم).
3. بلغت أعلى نسبة مئوية لتوزيع أفراد العينة تبعاً لمتغير العمر (84.0%) للفئة العمرية (من 19 – إلى 25 سنة) بينما بلغت أدنى نسبة مئوية (8.0%) للفئات العمرية (أقل من 19 سنة) من (26 – إلى 30 سنة).

النتائج المتعلقة بالسؤال الثاني: ما هي العادات الاتصالية لدى الشباب الأردني؟

للإجابة عن هذا السؤال تم استخراج التكرارات والنسب المئوية لإجابات أفراد عينة الدراسة عن الأسئلة الخاصة بالعادات الاتصالية الجدول رقم (3) يوضح ذلك.

الجدول رقم (4)

التكرارات والنسب المئوية لإجابات أفراد عينة الدراسة عن الأسئلة الخاصة بالعادات الاتصالية

الأسئلة	الإجابة	التكرار	النسبة المئوية
ما درجة مواظبتك على الاستماع إلى الإذاعات الأردنية	دائماً	140	46.7
	أحياناً	28	9.3
	نادراً	132	44.0
كم عدد الساعات التي تستمع فيها إلى الإذاعات الأردنية؟	ساعتين فأقل	276	92.0
	من 3 - 4	17	5.7
	أكثر من 4 ساعات.	7	2.3
ما هي الفترات التي تستمع فيها إلى الإذاعات الأردنية؟ وهنا يمكنك اختيار أكثر من إجابة.	الفترة الصباحية	205	68.3
	فترة الظهر	42	14.0
	الفترة المسائية	53	17.7
ما المكان الذي تستطيع فيه سماع الإذاعات الأردنية؟	المنزل	42	14.0
	السيارة	243	81.0
	مكان العمل	15	5.0
ما الوسيلة التي تستمع فيها للإذاعات الأردنية	المذياع	229	76.3
	الهاتف الخليوي	44	14.7
	الإنترنت	27	9.0

يظهر من الجدول رقم (4) ما يلي:

1. بلغت أعلى نسبة مئوية لتوزيع أفراد عينة الدراسة تبعاً للإجابة عن السؤال " ما درجة مواظبتك

على الاستماع إلى الإذاعات الأردنية " بلغت (46.7%) للإجابة (دائماً) بينما بلغت أدنى نسبة

مئوية (9.3%) للإجابة (أحياناً).

2. بلغت أعلى نسبة مئوية لتوزيع أفراد عينة الدراسة تبعاً للإجابة عن السؤال " كم عدد الساعات

التي تستمع فيها إلى الإذاعات الأردنية؟ " بلغت (92.0%) للإجابة (ساعتين فأقل) بينما بلغت

أدنى نسبة مئوية (2.3%) للإجابة (أكثر من 4 ساعات).

3. بلغت أعلى نسبة مئوية لتوزيع أفراد عينة الدراسة تبعاً للإجابة عن السؤال " ما هي الفترات التي

تستمع فيها إلى الإذاعات الأردنية؟ وهنا يمكنك اختيار أكثر من إجابة. " بلغت (68.3%)

للإجابة (الفترة الصباحية) بينما بلغت أدنى نسبة مئوية (14.0%) للإجابة (فترة الظهيرة).

4. بلغت أعلى نسبة مئوية لتوزيع أفراد عينة الدراسة تبعاً للإجابة عن السؤال " ما المكان الذي

تستطيع فيه سماع الإذاعات الأردنية؟" بلغت (81.0%) للإجابة (السيارة) بينما بلغت أدنى

نسبة مئوية (5.0%) للإجابة (مكان العمل).

5. بلغت أعلى نسبة مئوية لتوزيع أفراد عينة الدراسة تبعاً للإجابة عن السؤال " ما الوسيلة التي

تستمع فيها للإذاعات الأردنية " بلغت (76.3%) للإجابة (المذياع) بينما بلغت أدنى نسبة

مئوية (9.0%) للإجابة (الإنترنت).

نتائج المتعلقة بالسؤال الثالث: ماهي الدوافع المعرفية والوجدانية والسلوكية التي ساهم بها برنامج وسط

البلد من أجل تغيير السلوك لدى الشباب الأردني؟

للإجابة عن هذا السؤال تم استخراج المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لإجابات أفراد عينة

الدراسة عن أبعاد أداة الدراسة وفقراتها وفيما يلي عرض النتائج:

الجدول رقم (5)

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لإجابات أفراد عينة الدراسة عن أبعاد أداة الدراسة والأداة

ككل

الرتبة	الرقم	البعد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	درجة تقييم
1	3	السلوكية	2.04	0.52	متوسط
2	1	المعرفية	2.02	0.52	متوسط
2	2	الوجدانية	2.02	0.51	متوسط
الأداة ككل			2.03	0.49	متوسط

يظهر من الجدول رقم (5) أن المتوسطات الحسابية لإجابات أفراد عينة الدراسة عن أبعاد أداة الدراسة (2.04-2.02) بدرجة تقييم متوسط لجميع أبعاد الدراسة جاء بالمرتبة الأولى بعد "الدوافع السلوكية" وجاء بالمرتبة الثانية ببعد (المعرفية الوجدانية) وبلغ المتوسط الحسابي للأداة ككل (2.03) بدرجة تقييم متوسط.

كما تم استخراج المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لإجابات أفراد عينة عن الفقرات كل بعد بشكل منفصل وفيما يلي عرض النتائج:

الجدول رقم (6)

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لإجابات أفراد عينة الدراسة عن فقرات بعد الدوافع السلوكية

والبعد ككل

الرتبة	الرقم	الفقرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	درجة تقييم
1	10	استماعي لبرنامج وسط البلد يجعلني مطلعاً على القضايا التي تهم الناس.	2.13	0.76	متوسط
2	7	استماعي لبرنامج وسط البلد يساعدني على معرفة المسؤوليات والواجبات الاجتماعية الفردية والجماعية.	2.06	0.71	متوسط
3	4	استماعي لبرنامج وسط البلد يزيد من الوعي الثقافي لدي.	2.05	0.78	متوسط
4	2	استماعي لبرنامج وسط البلد يساهم في زيادة معرفتي بأخر الأحداث والمستجدات في البلد.	2.03	0.74	متوسط
4	6	استماعي لبرنامج وسط البلد ساعدني على تبني رأي من يعجبني من المستمعين.	2.03	0.77	متوسط
6	9	برنامج وسط البلد يعمل على فتح قنوات مباشرة مع المسؤولين وصناع القرار.	2.02	0.77	متوسط
7	11	استماعي لبرنامج وسط البلد يقدم لي معرفة في السلوكيات المرفوضة اجتماعياً.	2.01	0.78	متوسط
8	1	استماعي لبرنامج وسط البلد يحثني إلى معرفة الأحداث الجديدة والغير متوقعة.	1.99	0.74	متوسط
9	8	برنامج وسط البلد يساهم في تشكيل مجموعات ضاغطة لحل ومتابعة بعض القضايا من قبل المستمعين.	1.97	0.70	متوسط
10	3	استماعي لبرنامج وسط البلد يزيد من الوعي السياسي لدي.	1.96	0.77	متوسط

11	5	استماعي لبرنامج وسط البلد يساعدني في تكوين آراء وتحليلات عن القضايا والأحداث المجتمعية التي تجري من حولي.	1.95	0.75	متوسط
بُعد الدوافع السلوكية ككل			2.02	0.52	متوسط

يظهر من الجدول رقم (6) أن المتوسطات الحسابية لإجابات أفراد العينة عن فقرات بعد الدوافع السلوكية (2.13-1.95) بدرجة تقييم أحيانا جاء بالمرتبة الأولى الفقرة (10) ونصها: استماعي لبرنامج وسط البلد يجعلني مطلعا على القضايا التي تهم الناس بمتوسط حسابي (2.13) بينما جاءت بالمرتبة الأخيرة رقم (5) ونصها: استماعي لبرنامج وسط البلد يساعدني في تكوين آراء وتحليلات عن القضايا والأحداث المجتمعية التي تجري من حولي بمتوسط حسابي (1.95) وبلغ المتوسط الحسابي للبعد ككل (2.02).

الجدول رقم (7)

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لإجابات أفراد عينة الدراسة عن فقرات بعد الدوافع الوجدانية والبعد ككل

الرتبة	الرقم	الفقرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	درجة تقييم
1	6	استماعي لبرنامج وسط البلد يؤكد على حاجتي للالتزام العامة	2.13	0.76	متوسط
2	5	يساهم برنامج وسط البلد في حل القضايا الاجتماعية.	2.08	0.75	متوسط
3	3	استماعي لبرنامج وسط البلد يزيد من شعوري بالمسؤولية نحو المجتمع.	2.04	0.78	متوسط
3	8	يقدم برنامج وسط البلد المادة الإذاعية التي تخدم المجتمع بأسلوب شعبي وبسيط.	2.04	0.72	متوسط

متوسط	0.76	2.02	يساهم برنامج وسط البلد في حل القضايا السياسية.	4	5
متوسط	0.78	2.01	يركز برنامج وسط البلد على إعطاء الفرص في برامجها للشباب في المجتمع للتعبير عن آرائهم.	7	6
متوسط	0.78	1.98	استماعي لبرنامج وسط البلد يجعلني أحرص على ثقافة الشارع.	1	7
متوسط	0.74	1.94	استماعي لبرنامج وسط البلد عزز من شعوري بالثقة والأمان من خلال ما أسمعه من معلومات عبر الأثير الإذاعي.	2	8
متوسط	0.51	2.02	بعد الدوافع الوجدانية ككل		

يظهر من الجدول رقم (7) أن المتوسطات الحسابية لإجابات أفراد العينة عن فقرات بعد الدوافع الوجدانية (2.13-1.94) بدرجة تقييم أحيانا جاء بالمرتبة الأولى الفقرة (6) ونصها: استماعي لبرنامج وسط البلد يؤكد على حاجتي للالتزام العامة بمتوسط حسابي (2.13) بينما جاءت بالمرتبة الأخيرة رقم (2) ونصها: استماعي لبرنامج وسط البلد عزز من شعوري بالثقة والأمان من خلال ما أسمعه من معلومات عبر الأثير الإذاعي بمتوسط حسابي (1.94) وبلغ المتوسط الحسابي للبعد ككل (2.02).

الجدول رقم (8)

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لإجابات أفراد عينة الدراسة عن فقرات بعد الدوافع

السلوكية والبعد ككل

الرتبة	الرقم	الفقرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	درجة تقييم
1	12	استماعي لبرنامج وسط البلد يجعلني أراقب الأخطاء التي يرتكبها الآخرون في المجتمع	2.16	0.79	متوسط
2	5	استماعي لبرنامج وسط البلد يساعدني على التوجه للأنشطة المتعلقة بحماية البيئة والمجتمع.	2.14	0.79	متوسط
3	8	استماعي لبرنامج وسيط البلد يجعلني أحرص على نظافة البيئة.	2.09	0.74	متوسط
4	4	استماعي لبرنامج وسط البلد يساعدني على مساعدة الآخرين.	2.08	0.80	متوسط
4	7	استماعي لبرنامج وسط البلد يجعلني احترم القانون.	2.08	0.74	متوسط
6	1	استماعي لبرنامج وسط البلد عزز لدي رأئي خلال مناقشتي مع الآخرين.	2.05	0.78	متوسط
6	6	استماعي لبرنامج وسط البلد يعمل على تقبلي لوجهات النظر حول القضايا المختلفة المطروحة.	2.05	0.73	متوسط
8	11	استماعي لبرنامج وسط البلد يقدم لي فرصة أن أصبح مواطن صحفي.	2.04	0.75	متوسط
9	3	استماعي لبرنامج وسط البلد يجعلني أقبّل الأفكار الجديدة.	2.01	0.77	متوسط
9	9	استماعي لبرنامج وسط البلد يجعلني أحرص على التفاعل في حملات التوعية.	2.01	0.77	متوسط

الرتبة	الرقم	الفقرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	درجة تقييم
10	10	استماعي لبرنامج وسط البلد يجعلني مشارك في الإعلام الوطني.	1.94	0.75	متوسط
11	2	استماعي لبرنامج وسط البلد جعلني أعبر عن آرائي بحرية مطلقة.	1.90	0.77	متوسط
بعد الدوافع السلوكية ككل			2.04	0.52	متوسط

يظهر من الجدول رقم (8) أن المتوسطات الحسابية لإجابات أفراد العينة عن فقرات بعد الدوافع الوجدانية (1.90-2.16) بدرجة تقييم أحياناً جاء بالمرتبة الأولى الفقرة (12) ونصها: استماعي لبرنامج وسط البلد يجعلني أراقب الأخطاء التي يرتكبها الآخرون في المجتمع بمتوسط حسابي (2.16) بينما جاءت بالمرتبة الأخيرة رقم (2) ونصها: استماعي لبرنامج وسط البلد جعلني أعبر عن آرائي بحرية مطلقة بمتوسط حسابي (1.90) وبلغ المتوسط الحسابي للبعد ككل (2.04).

نتائج المتعلقة بالسؤال الثالث: هل هناك فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha = 0.05$) في آراء أفراد عينة الدراسة حول دور البرامج الإذاعية الأردنية في المساهمة بتغيير السلوك المجتمعي لدى الشباب الأردني تبعاً لمتغير العمر؟

للإجابة عن هذا السؤال تم استخراج المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لمجالات الدراسة والأداة ككل تبعاً لمتغير العمر كما تم تطبيق تحليل التباين الأحادي (ANOVA) على مجالات الدراسة والأداة ككل تبعاً لمتغير العمر الجدول رقم (9) يوضح ذلك.

الجدول رقم (9)

نتائج تطبيق تحليل التباين الأحادي (ANOVA) على المجالات الدراسة والأداة ككل تبعاً لمتغير العمر

الدالة الإحصائية	F	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	العمر	المجال
0.16	1.86	0.54	2.09	من 12 - 18 سنة	المعرفية
		0.51	1.99	من 19 - إلى 25 سنة	
		0.49	2.19	من 26 - إلى 30 سنة	
0.14	1.99	0.51	2.21	من 12 - 18 سنة	الوجدانية
		0.51	2.00	من 19 - إلى 25 سنة	
		0.48	2.02	من 26 - إلى 30 سنة	
0.24	1.43	0.51	2.18	من 12 - 18 سنة	السلوكية
		0.52	2.02	من 19 - إلى 25 سنة	
		0.47	2.13	من 26 - إلى 30 سنة	
0.21	1.55	0.49	2.16	من 12 - 18 سنة	الأداة ككل
		0.50	2.00	من 19 - إلى 25 سنة	
		0.45	2.12	من 26 - إلى 30 سنة	

يظهر من الجدول رقم (9) عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha = 0.05$) في

آراء أفراد عينة الدراسة حول دور البرامج الإذاعية الأردنية في المساهمة بتغيير السلوك المجتمعي لدى

الشباب الأردني تبعاً لمتغير العمر حيث كانت جميع قيم (F) غير دالة إحصائياً.

نتائج المتعلقة بالسؤال الرابع: هل هناك فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha = 0.05$)

في آراء أفراد عينة الدراسة حول دور البرامج الإذاعية الأردنية في المساهمة بتغيير السلوك المجتمعي

لدى الشباب الأردني تبعاً لمتغير المؤهل العلمي؟

للإجابة عن هذا السؤال تم استخراج المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لمجالات الدراسة والأداة ككل تبعاً لمتغير المؤهل العلمي كما تم تطبيق تحليل التباين الأحادي (ANOVA) على مجالات الدراسة والأداة ككل تبعاً لمتغير المؤهل العلمي الجدول رقم (9) يوضح ذلك.

الجدول رقم (10)

نتائج تطبيق تحليل التباين الأحادي (ANOVA) على المجالات الدراسة والأداة ككل تبعاً لمتغير المؤهل العلمي

المجال	المؤهل العلمي	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	F	الدالة الإحصائية
المعرفية	توجيهي فأقل	1.97	0.49	2.93	0.09
	دبلوم	2.01	0.52		
	بكالوريوس	2.33	0.37		
الوجدانية	توجيهي فأقل	2.04	0.53	0.31	0.73
	دبلوم	2.01	0.51		
	بكالوريوس	2.10	0.45		
السلوكية	توجيهي فأقل	2.05	0.53	2.15	0.12
	دبلوم	2.02	0.52		
	بكالوريوس	2.31	0.42		
الأداة ككل	توجيهي فأقل	2.02	0.49	1.74	0.18
	دبلوم	2.01	0.50		
	بكالوريوس	2.26	0.38		

يظهر من الجدول رقم (10) عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha = 0.05$)

في آراء أفراد عينة الدراسة حول دور البرامج الإذاعية الأردنية في المساهمة بتغيير السلوك المجتمعي لدى الشباب الأردني تبعاً لمتغير المؤهل العلمي حيث كانت جميع قيم (F) غير دالة إحصائياً.

نتائج المتعلقة بالسؤال الخامس: هل هناك فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha = 0.05$)

في آراء أفراد عينة الدراسة حول دور البرامج الإذاعية الأردنية في المساهمة بتغيير السلوك المجتمعي

لدى الشباب الأردني تبعاً لمتغير الجنس؟

للإجابة عن هذا السؤال تم استخراج المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لمجالات الدراسة والأداة

ككل تبعاً لمتغير الجنس كما تم تطبيق اختبار (Independent Samples T-Test) على مجالات

الدراسة والأداة ككل تبعاً لمتغير الجنس الجدول رقم (10) يوضح ذلك.

الجدول رقم (11)

نتائج تطبيق اختبار (Independent Samples T-Test) على مجالات الدراسة والأداة ككل تبعاً

لمتغير الجنس

الدالة الإحصائية	T	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الجنس	المجال
0.83	0.21	0.50	2.02	ذكر	المعرفية
		0.55	2.01	أنثى	
0.65	0.45	0.50	2.03	ذكر	الوجدانية
		0.52	2.00	أنثى	
0.83	0.21	0.51	2.05	ذكر	السلوكية
		0.53	2.03	أنثى	
0.77	0.29	0.48	2.03	ذكر	الأداة ككل
		0.51	2.02	أنثى	

يظهر من الجدول رقم (11) عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha = 0.05$)

في آراء أفراد عينة الدراسة حول دور البرامج الإذاعية الأردنية في المساهمة بتغيير السلوك المجتمعي

لدى الشباب الأردني تبعاً لمتغير الجنس حيث كانت جميع قيم (T) غير دالة إحصائياً.

الفصل الخامس

مناقشة النتائج والتوصيات

يتضمن هذا الفصل عرضاً لمناقشة النتائج التي أسفرت عنها هذه الدراسة حول دور البرامج الإذاعية الأردنية في المساهمة بتغيير السلوك المجتمعي لدى الشباب الأردني (برنامج وسط البلد أنموذجاً للدراسة) ويتضمن هذا الفصل أيضاً التوصيات التي توصلت إليها الدراسة في ضوء النتائج وستتم مناقشة النتائج المتعلقة بكل سؤال وفقاً لترتيبها في أسئلة الدراسة.

مناقشة النتائج المتعلقة بالسؤال الأول:

ما درجة مواظبتك على الاستماع الى الاذاعات الاردنية؟

1 أظهرت النتائج أن الشباب المبحوث أجاب بخيار (أحياناً) بنسبة (9.3%) في حين تدنى خيار (دائماً)

الى نسبة (46.7%) وهذه النتيجة تعزى الى أن الشباب المبحوث يتابع البرامج دائماً وليس أحياناً

2 أظهرت الدراسة أن أعلى نسبة لساعات التي يستمع فيها الشباب المبحوث أقل من ساعتين يومياً

بينما تدنى معدل (4 ساعات) الى أدنى مستوى

3 كشفت الدراسة أن اذاعة (فن اف ام) لها متابعون من الشباب بشكل جيد من أجل الحصول على

الاخبار التي تهمهم. وهذه النتيجة تتحقق مع دراسة (صبري وعبدو 2008) التي أكدت على استمرار

الراديو متواجدا بقوة في الفضاء الاعلامي

4 بينت الدراسة أن أعلى نسبة لتوزيع أفراد عينة الدراسة تبعا للسؤال المتعلق في الفترات المفضلة

للاستماع حيث أظهرت الدراسة أن الفترة الصباحية كانت هي الأوفر حظاً من فترة الظهيرة وما بعدها

5 ظهر أن أفضل مكان للاستماع الى البرامج الاذاعية هو (السيارة) في حين كان (مكان العمل) غير

ملائم للاستماع ويعزوا الباحث هذه النتيجة الى ان السيارة بمثابة المكان الخاص للمواطن ويستطيع اثناء

قيادته للعجلة الاستمتاع في الموسيقى والبرامج والاخبار طالما هو في طريقه من وإلى العمل في حين لا

تتوفر ربما في بيئة العمل ظروف ملائمة للاستماع للاذاعات بحكم التقاليد الرسمية وهذا امر طبيعي

6 ما زال جهاز المذياع هو الوسيلة المفضلة للاستماع أكثر من تطبيق الانترنت ويعزوا الباحث هذه

النتيجة مع ما جاء في الادب النظري في هذه الدراسة ومع مبادئ نظرية الاستخدامات والشباعات

والتي تؤكد على ان الجمهور المستمع يبحث دائما عما يشبع احتياجاته الممثلة هنا في هذه الدراسة
بتغير السلوك المجتمعي لدى الفئة المبحوثة

نتائج المتعلقة بالسؤال الثاني:

ماهي الدوافع السلوكية والمعرفية والوجدانية التي ساهم بها برنامج وسط البلد من أجل تغيير السلوك لدى الشباب الأردني؟

1 اظهرت النتائج أن دافعية الاطلاع على القضايا العامة التي تهم الناس هي التي تصدرت الاهتمامات في حين تراجعت الى المرتبة الاخيرة الفقرة الخاصة بتكوين الاراء والتحليلات على القضايا المجتمعية التي تجري حول الفئة المبحوثة. وقد تكون هذه النتيجة أن جمهور الشباب الاردني يفضل الاطلاع على القضايا العامة أكثر مما يفضل التحليلات المتعلقة بها. وفي الاطلاع على بعض الاجابات تبين ان بعض أفراد العينة توقف عن ممارسة بعض السلوكيات السيئة التي كانت ملازمة له بسبب التوجهات والارشادات التي وردت في برنامج وسط البلد

2 اما بنسبة لدوافع المعرفية فقد احتلت في المرتبة الاولى الفقرة التي نصها (استماعي لبرنامج وسط البلد يجعلني أراقب الاخطاء التي يرتكبها الاخرين في المجتمع) في حين تراجعت الى المرتبة الاخيرة الفقرة التي نصها (استماعي لبرنامج وسط البلد جعلني اعبر عن ارائي بحرية مطلقة) ويعزوا الباحث هذه النتيجة الى أن اهتمام الجمهور ما زال يركز على الاخطاء المجتمعية أكثر من تركيزه على التعبير بحرية

3 اما بنسبة للدوافع الوجدانية فقد أظهرت الدراسة أن المرتبة الاولى كانت لدافع الحاجة الى الالتزام بينما تراجعت الفقرة التي مفادها تعزيز الجمهور بثقة والامان من خلال البرنامج. وهذا يدل على ان مبدأ

الالتزام لدى الشباب المبحوث كان مرتفعاً ولكن ما زال البرنامج قادراً على تعزيز شعور متابعيه في الثقة والامان.

ان هذه النتيجة تتسجم مع نظريات التأثير الاعلامي التي تؤكد على أن الاذاعات ما زالت أدوات فعالة في التنشئة الاجتماعية والسلوكية والمعرفية والوجدانية وأنها تنمي مفاهيم وسلوكيات مجتمعية جديدة في المجتمع مقابل نبذ سلوكيات متخلفة وقديمة.

مناقشة النتائج المتعلقة بالسؤال الثالث:

هل هناك فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha = 0.05$) في آراء أفراد عينة الدراسة حول دور البرامج الإذاعية الأردنية في المساهمة بتغيير السلوك المجتمعي لدى الشباب الأردني تبعاً لمتغير العمر؟

أظهرت النتائج المتعلقة بالدراسة عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha = 0.05$) في آراء أفراد عينة الدراسة حول دور البرامج الإذاعية الأردنية في المساهمة بتغيير السلوك المجتمعي لدى الشباب الأردني تبعاً لمتغير العمر ويعزو الباحث هذه النتيجة إلى اتفاق أفراد عينة الدراسة من جميع الأعمار على الدور الذي تقدمه الإذاعات الأردنية وخاصة إذاعة (فن أف أم) من برامج وخاصة برنامج وسط البلد يتناسب مع جميع الأعمار وأن إذاعة (فن أف أم) تلبي احتياجات المستمعين من خلال البرامج التي تقدمها وخاصة برنامج وسط البلد الذي يوفر لهم الفرصة للمشاركة في الرسالة الإعلامية بالإضافة إلى اعتبارهم أن هذا البرنامج مصدر موثوقاً للأخبار مع توفير البرنامج مساحة من حرية التعبير تمكن المستمعين من التعبير عن آرائهم ومواقفهم دون أي ضغوطات أو تهديد.

مناقشة النتائج المتعلقة بالسؤال الرابع:

هل هناك فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha = 0.05$) في آراء أفراد عينة الدراسة حول دور البرامج الإذاعية الأردنية في المساهمة بتغيير السلوك المجتمعي لدى الشباب الأردني تبعاً لمتغير المؤهل العلمي؟

أظهرت النتائج المتعلقة بالسؤال الرابع: عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha = 0.05$) في آراء أفراد عينة الدراسة حول دور البرامج الإذاعية الأردنية في المساهمة بتغيير السلوك المجتمعي لدى الشباب الأردني تبعاً لمتغير المؤهل العلمي ويعزوا الباحث هذه النتيجة إلى اتفاق أفراد عينة الدراسة من جميع المستويات التعليمية على الدور الذي تقدمه الإذاعات الأردنية من برامج وخاصة برنامج وسط البلد يتناسب مع جميع المستويات التعليمية حيث يوفر هذا البرنامج وعياً ودراسة للمضامين الجادة التي تتبناها بعض الإذاعات دون غيرها ومن خلال ذلك يستطيعون التمييز بين إذاعة وإذاعة أخرى. إضافة إلى ذلك فإن هذه النتيجة تتسجم مع ما تذهب إليه نظرية الاستخدامات والإشباعات التي ترى أن المستمعين يختارون الرسالة الإعلامية التي تناسبه من بين فيض من الرسائل الإعلامية التي تبثها الوسائل الأخرى وهذا ما دفع المستمعين لبرنامج وسط البلد إلى يختاروا رسالة برنامج وسط البلد للشعور بالفروقات بين الرسالة الإعلامية التي يقدمها إذاعة (فن أف أم) والإذاعات الأخرى.

نتائج المتعلقة بالسؤال الخامس:

هل هناك فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha = 0.05$) في آراء أفراد عينة الدراسة حول دور البرامج الإذاعية الأردنية في المساهمة بتغيير السلوك المجتمعي لدى الشباب الأردني تبعاً لمتغير الجنس؟

عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha = 0.05$) في آراء أفراد عينة الدراسة حول دور البرامج الإذاعية الأردنية في المساهمة بتغيير السلوك المجتمعي لدى الشباب الأردني تبعاً لمتغير الجنس ويعود ذلك إلى اتفاق أفراد عينة الدراسة ذكوراً وإناً أن لإذاعة (فن أف أم) دوراً في تغيير السلوك المجتمعي لدى الشباب حيث أن برامج الإذاعات الأردنية وخاصة برامج إذاعة (فن أف أم) تواكب آخر الأخبار والمستجدات المحلية والعربية والدولية مما يدفعهم للاعتماد عليها كمصدر للأخبار والمعلومات كما يعتقد الذكور والإناث أن غالبية المستمعين لبرنامج وسط البلد يتمتعوا بحرية التعبير وهذا الأمر يدفعهم على المواظبة على الاستماع ل راديو البلد في ظل عدم قدرة بعض وسائل الإعلام الأردنية أن تصبح مساحة لحرية الرأي والتعبير خاصة أن مستمعي برنامج وسط البلد يجدون السهولة في المشاركة والتفاعل مع برنامج وسط البلد وإبدأ آرائهم دون أي تدخل من إدارة إذاعة (فن أف أم).

التوصيات:

بناءً على نتائج الدراسة أوصى الباحث بمايلي:

1. على الأذاعات المجتمعية أن تعمل جاهدة على رفع أنماط الاتصال لدى الشباب الاردني الى مستوى مرتفع بدلا من المستوى المتوسط الذي أظهرته الدراسة
2. وكذلك فان الاذاعات المجتمعية مدعوة لان تبحث في أسباب تدني معدل الاستماع اليومي الى الاذاعات كما أظهرته الدراسة
3. طالما ان الفترة الصباحية هي الاوفر حظا فان الباحث يرى بضرورة تكثيف الرسائل الاتصالية التي تدعوا الى تغيير السلوك المجتمعي ضمن هذه الفترة لكسب المزيد من المتابعين
4. بما ان النتائج بينت على وجود تغير ايجابي في سلوك الفئة المبحوثة أثناء استماعهم لبرنامج وسط البلد فان هذا البرنامج والقائمين عليه مدعون لتكثيف بث الثقافة المجتمعية الصحيحة واستثمار هذه النتيجة لصالح التغير الايجابي في المجتمع دفعا لعملية التنمية الاجتماعية
5. على برنامج وسط البلد تعزيز مبدأ الثقة والامان لدى متابعيه وذلك من خلال برامج نفسية واجتماعية جذابة تحقق هذا الهدف
6. على برنامج وسط البلد ان يستمر في مخاطبة متابعيه بنفس الطريقة الاعلامية المتبعة لان النتائج أظهرت أن الجمهور من مختلف الاعمار لا توجد لديهم فروقات في المتابعة في ما يتعلق بكون البرنامج مصدرا موثوقا للمعلومات مع توفير فضاءرحب لحرية التعبير مكنت المستمعين من التعبير عن ارائهم دون ضغوطات وتهميش

المراجع

المراجع العربية

1. أبوصبع، صالح خليل، (2005). استراتيجيات الاتصال عمان دار المجدلاوي.
2. أبو جلال، إسماعيل، (2012). الإذاعة ودورها في الوعي الأمني الأردن دار سامة للنشر والتوزيع ط1.
3. الباسطي، عبد الرؤوف، (2007). قضايا الإعلام والاتصال في الأردن والوطن العربي عمان مؤسسة عبد الحميد شومان .
4. البجري، طارق، (2002). أساسيات في علم إدارة القيادة عمان دار الفكر للطباعة والنشر.
5. برنامج تدعيم الإعلام المستقل في الأردن (ايركس)، (2008) (استطلاع انتشار وسائل الإعلام في الأردن).
6. بشوش، محمد، (1984). ملامح الشبيبة العربية في الخطاب العلمي العربي تونس مركز الدراسات والأبحاث الاقتصادية والاجتماعية سلسلة الدراسات الاجتماعية.
7. البكري، اياد شاكر، (2003). تقنيات الاتصال بين زمنين. دار الشروق للنشر والتوزيع الاردن .
8. بومعيزة، السيد أثر، (2006) وسائل الإعلام على القيم والسلوكيات لدى الشباب جامعة الجزائر.
9. التميمي، ندى، (2009) استخدامات الشباب الجامعي الأردني لإذاعات ألد FM والاشباعات المتحققة منها رسالة ماجستير غير منشورة عمان الأردن.
10. الجرجاني، علي، (1983) التعريفات بيروت دار الكتب العلمية ط1.
11. حجاب، محمد منير، (2003). الإعلام والتنمية الشاملة القاهرة دار الفجر للنشر والتوزيع.

12. حجاب، محمد منير، (2010). نظريات الاتصال دار الفجر النشر والتوزيع القاهرة ط1 2010

م.

13. حجاب، محمد منير، (2008). وسائل الاتصال ونشأتها وتطورها القاهرة دار الفجر للنشر

والتوزيع.

14. حجار، عزت، (1985). الشباب العربي ومشكلات سلسلة عالم المعرفة المجلس الوطني للثقافة

والفنون والآداب الكويت.

15. الحضيف، محمد بن عبدالرحمن، (1998). كيف تؤثر وسائل الإعلام؟ دراسة في النظريات

والأساليب مكتبة العبيكان الرياض.

16. حلس، موسى، (2003). مدخل إلى علم الاجتماع مكتبة دار المنار غزة فلسطين.

17. حمد، ليث كريم، (1995) قواعد السلوك الاجتماعي المدرسي للمتعلم في الفكر

18. الخرجي، سناء صاحب، (1996) التغير المجتمعي وسلوك الطالبة الجامعية

19. درويش، عبدالرحيم، (2012) مقدمة إلى علم الاتصال عالم الكتب القاهرة.

20. الدليمي، عبدالرزاق، (2012) وسائل الإعلام والطفل دار الميسرة ط1.

21. رضا، أنور طاهر، (2000) الثقافة: سباق الورقة والشاشة.

22. رويس، عبلة، (2010). تجربة الإذاعات المجتمعية الأردنية في تنمية المجتمع المحلي " دراسة

حالة: نادي مستمعي راديو البلد" رسالة ماجستير منشورة عمان الأردن.

23. زعموم خالد، وبومعيرة السعيد، و بن خده يوسف، (2007). التفاعلية في الإذاعة: أشكالها

ووسائلها مجلة اتحاد الإذاعات العربية.

24. زهران، حامد عبدالسلام، (م1981) علم النفس الاجتماعي عالم الكتب القاهرة.

25. زهران، حامد، (1971م) علم نفس النمو عالم الكتب القاهرة.
26. سعد صالح، (1996م) المخدرات والمجتمع، مكتبة الثقافة للنشر والتوزيع عمان الأردن.
27. السلعوس، محمد هاشم، (1998م) واقع البث المباشر في إذاعة المملكة الأردنية الهاشمية مجلة كلية التربية بغداد جامعة المستنصرية.
28. السلعوس، محمد هاشم، (2008) برنامج ("بصراحة مع الوكيل" همزة وصل بين المواطن والمسؤول بحث ميداني في الإعلام الإذاعي).
29. السيد صبحي، (1976م) الإنسان وسلوكه الاجتماعي القاهرة جامعة عين شمس.
30. شكري عبد المجيد، (1987م) الإذاعات المحلية لغة العصر القاهرة دار الفكر العربي.
31. صبري أمينة، وعبدو خالد جمال، (2008م) مكانة الإذاعات الحكومية ودورها في ظل منافسة الإذاعات الخاصة مجلة اتحاد الإذاعات العربية العدد 62.
32. عبد الحميد، محمد، (2009 م) الاتصال والاعلام على شبكة الإنترنت القاهرة عالم الكتب.
33. عبد الحميد، محمد (2010م) نظريات الإعلام واتجاهات التأثير ط3 القاهرة عالم الكتب.
34. عبيد، عاطف عدلي، (2002م) العبد نظريات الإعلام والرأي العام " الأسس العلمية والتطبيقات العربية دار الفكر العربي مصر.
35. العطري، عبد الرحيم، (2004م) سيكولوجيا الشباب المغربي الرباط دار النشر طويس.
36. علي، محمد علي، (1985م) الشباب العربي والتغير الاجتماعي دار النهضة العربية بيروت.
37. فايد، حسين، (2001) الاضطرابات السلوكية...تشخيصها-أسبابها -علاجها القاهرة طيبة للنشر والتوزيع.
38. قيراط، محمد، (2001 م) الإعلام والمجتمع.. الرهان والتحديات عمان مكتبة الفلاح.

39. كامل، سعد (1993م) السلوك الإنساني بين الحب والعدوان مجلة علم النفس العدد 27.
40. ليلة، علي، وآخرون، (1991م) الشباب القطري.. اهتماماته وقضاياه مركز الوثائق الدراسات الشبابية جامعة قطر.
41. محجوب، عباس، (2006) الشباب والتنمية ط 1 الأردن: عالم الكتاب الحديث.
42. معوض، خليل، (1985م) سيكولوجية النمو دار النهضة العربية بيروت.
43. مكاي، حسن عماد، والسيد ليلي حسن، (1998م) الاتصال ونظرياته المعاصرة الدار المصرية اللبنانية القاهرة.
44. مكاي، حسن عماد، والسيد ليلي حسن، (1998م) الاتصال ونظرياته المعاصرة الدار المصرية اللبنانية القاهرة.
45. مكاي، عماد حسن، والسيد ليلي حسين، (2001م) الاتصال ونظرياته المعاصرة.
46. منصور، طلعت، وآخرون، (1978 م) أسس علم النفس العام مكتب النشر للطباعة القاهرة.
47. الموسى، عصام سليمان، (2010م) الثورة الرقمية تضع الإعلام العربي على مفترق طرق مجلة المستقبل العربي العدد 376.
48. نجم، طه، (2009م) الاتصال الجماهيري في المجتمع العربي الحديث الإسكندرية دار المعرفة الجامعية.
49. نجم، طه، (2011م) نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام.
50. نسيم، أوكادي، (2013) الإذاعة ودورها في التنمية المحلية (الإذاعة المحلية لورقلة أنموذجاً جامعة قاصدي مرباح ورقلة).

المراجع الأجنبية:

1. Center for International Media Assistance and National Endowment for Democracy, (2007) , **Community Radio: It's Impact and Challenges to Its Development**, Washington, D.C.
2. Fogg, Ally and Horbel (2005) ,Philland Brooks, Kathy, **Community Radio Toolkit**,2005.
3. Simmons, (2009) , Dear Radio Broadcaster, Fan Mail as a Form of Perceived Interactivity,Journal of Broadcasting and Electronic Media.

مواقع وروابط الكترونية:

1. صفحة برنامج وسط البلد على موقع التواصل الاجتماعي الفيس بوك:

الرابط: <https://www.facebook.com/WASATALBALAD>

2. موقع دائرة الإحصاءات العامة الأردنية:

الرابط: <http://dosweb.dos.gov.jo/ar>

3. الموقع الرسمي لجلالة الملك عبدالله الثاني بن الحسين:

الرابط: <https://kingabdullah.jo/ar/letters/>

الملاحق

بسم الله الرحمن الرحيم

السلام عليكم ورحمة الله وبركاته

الاستبانة

تحية طيبة وبعد.....

يقوم الباحث بإجراء دراسة بعنوان "دور البرامج الإذاعية الأردنية في المساهمة بتغيير السلوك المجتمعي لدى الشباب الأردني (برنامج وسط البلد أنموذجاً للدراسة)، استكمالاً لمتطلبات الحصول على درجة الماجستير في الإعلام، لذلك يرجى التكرم منكم بالإجابة عن الأسئلة المعدة في هذه الاستبانة بموضوعية، علماً بأن هذه البيانات لأغراض البحث العلمي فقط، وعليه لا داعي لكتابة الاسم أو أي بيانات شخصية حفاظاً على عنصر السرية.

البحث يهدف للتعرف على برنامج وسط البلد للدكتور هاني البديري والذي يبيت عبر أثر إذاعة فن إف إم على التردد (97,7) في الفترة الصباحية من الساعة السابعة صباحاً وحتى الساعة العاشرة صباحاً من يوم الأحد إلى يوم الخميس وتهدف الدراسة لمعرفة مدى مساهمة هذا البرنامج في إقناع المستمعين لتبديل السلوك لديهم.

القسم الأول: المتغيرات الديمغرافية

- النوع الاجتماعي: () ذكر () أنثى
- المؤهل العلمي: () دبلوم () بكالوريوس () دراسات عليا.
- العمر: () من 12-18 سنة () من 19 - 25 سنة () من 29-30 سنة

القسم الثاني: العادات الاتصالية:

1. ما درجة موزبتك على الاستماع إلى الإذاعات الأردنية؟
() دائماً () أحياناً () أحياناً
2. كم عدد الساعات التي تستمع فيها إلى الإذاعات الأردنية؟
() ساعتين () من 3-4 () أكثر من 4 ساعات
3. ما هذ الفترات التي تستمع فيها إلى الإذاعات الأردنية؟ وهنا يمكنك اختيار أكثر من إجابة.
() الفترة الصباحية () فترة الظهيرة () الفترة المسائية
4. ما المكان الذي تستطيع فيه سماع الإذاعات الأردنية؟
() المنزل () السيارة () مكان العمل
5. ما الوسيلة التي تستمع فيها للإذاعات الأردنية؟
() المذياع () الهاتف الخليوي () الإنترنت

القسم الثالث:

الدوافع المعرفية والوجدانية والسلوكية لدى المستمعين:

ما هي الدوافع المعرفية والوجدانية التي ساهم بها برنامج وسط البلد من أجل تغيير السلوك لدى الشباب الأردني؟

الرقم	العبارة	دائماً	أحياناً	نادراً
1.	استماعي لبرنامج وسط البلد يحثني إلى معرفة الأحداث الجديدة والغير متوقعة.			
2.	استماعي لبرنامج وسط البلد يساهم في زيادة معرفتي بآخر الأحداث والمستجدات في البلد.			
3.	استماعي لبرنامج وسط البلد يجعلني أحرص على ثقافة الشارع.			
4.	استماعي لبرنامج وسط البلد يزيد من الوعي السياسي لدي.			
5.	استماعي لبرنامج وسط البلد يزيد من الوعي الثقافي لدي.			
6.	استماعي لبرنامج وسط البلد يساعدني في تكوين آراء وتحليلات عن القضايا والأحداث المجتمعية التي تجري من حولي.			
7.	استماعي لبرنامج وسط البلد عزز من شعوري بالثقة والأمان من خلال ما أسمعه عن معلومات عبر الأثير.			
8.	استماعي لبرنامج وسط البلد عزز لدي آرائي خلال مناقشتي مع الآخرين.			

9.	استماعي لبرنامج وسط البلد جعلني أعبر عن آرائي بحرية مطلقة.			
		دائماً	أحياناً	نادراً
10.	استماعي لبرنامج وسط البلد ساعدني على تبني رأي من يعجبني من المستمعين.			
11.	استماعي لبرنامج وسط البلد يجعلني أتعلم الأفكار الجديدة.			
12.	استماعي لبرنامج وسط البلد يزيد من شعوري بالمسؤولية نحو المجتمع.			
13.	استماعي لبرنامج وسط البلد يساعدني على مساعدة الآخرين.			
14.	استماع لبرنامج وسط البلد يساعدني على التوجه للأنشطة المتعلقة بحماية البيئة والمجتمع.			
15.	استماعي لبرنامج وسط البلد يساعدني على معرفة المسؤوليات والواجبات الاجتماعية الفردية والجماعية.			
16.	استماعي لبرنامج وسط البلد يعمل على تقبلي لوجهات النظر حول القضايا المختلفة المطروحة.			
17.	برنامج وسط البلد يساهم في تشكيل مجموعات ضاغطة لحل ومتابعة بعض القضايا من قبل المستمعين.			
18.	برنامج وسط البلد يعمل على فتح قنوات مباشرة مع المسؤولين وصناع القرار.			

			يساهم برنامج وسط البلد في حل القضايا السياسية.	19.
			يساهم برنامج وسط البلد في حل القضايا الاجتماعية.	20.
نادراً	أحياناً	دائماً		
			استماعي لبرنامج وسط البلد يجعلني أحترم القانون.	21.
			استماعي لبرنامج وسط البلد يجعلني أحرص على نظافة البيئة.	22.
			استماعي لبرنامج وسط البلد يجعلني مطلعاً على القضايا التي تهتم الناس.	23.
			استماعي لبرنامج وسط البلد يجعلني أحرص على التفاعل في حملات التوعية.	24.
			استماعي لبرنامج وسط البلد يجعلني مشارك في الإعلام الوطني.	25.
			استماعي لبرنامج وسط البلد يقدم لي فرصة أن أصبح مواطن صحفي.	26.
			استماعي لبرنامج وسط البلد يجعلني أراقب الأخطاء التي يرتكبها الآخرون في المجتمع.	27.
			استماعي لبرنامج وسط البلد يقدم لي معرفة في السلوكيات المرفوضة اجتماعياً.	28.
			استماعي لبرنامج وسط البلد يؤكد على حاجتي للالتزام العامة.	29.
			يساهم برنامج وسط البلد بتغيير السلوك المجتمعي الخاطئ لدى الشباب الأردني.	30.

			31. يركز برنامج وسط البلد على إعطاء الفرص في برامجها للشباب في المجتمع للتعبير عن آرائهم.
	دائماً	أحياناً	نادراً
			32. يقدم برنامج وسط البلد المادة الإذاعية التي تخدم المجتمع بأسلوب شعبي وبسيط.
			33. برنامج وسط البلد لا يعطي الفرصة أمام الشباب في المجتمع لإبداء آرائهم نحو البرامج الإذاعية التي تقدمها.

انتهت الأسئلة شكراً لحسن تعاونكم