

اتجاهات المستمعين نحو إذاعات الـ (FM) الاجتماعية في الأردن

محمود شليبه *

ملخص

تهدف هذه الدراسة إلى التعرف على اتجاهات المستمعين نحو إذاعات الـ FM الاجتماعية في الأردن ومكانة هذه المحطات الخاصة والرسمية عند الجمهور وبخاصة فئة الشباب وحجم التعرض والاستماع لهذه المحطات التي أصبحت تشكل ظاهرة إعلامية في المجتمع الأردني. كما هدفت الدراسة إلى التعرف على دور محطات الـ FM في خدمة المجتمعات المحلية وإيجابيات وسلبيات هذه المحطات الإذاعية.

وقد أظهرت الدراسة أن 83.6% من مجموع أفراد العينة يستمعون إلى محطات الـ FM بشكل دائم و 10.2% يستمعون إليها أحياناً وتبين من نتائج الدراسة أن المواد والبرامج المفضلة عند أفراد العينة كانت الأغاني بنسبة 24.2% يليها المواد والبرامج الدينية بنسبة 17.8% ثم برامج الخدمات بنسبة 14.2% ثم الندوات والحوارات بنسبة 11.3% والمسابقات والفوايز بنسبة 11.3% أيضاً والأخبار بنسبة 10.9%. وأظهرت الدراسة أن الدافع الرئيسي للاستماع لمحطات الـ FM هو تناولها قضايا ومشكلات المجتمع المحلي والخدمات بنسبة 31.3% وتمضية الوقت والتسلية أثناء السفر وممارسة العمل بنسبة 34.2%. ودلت النتائج أن أفراد العينة يفضلون الاستماع لمحطات الـ FM وقت الصباح بنسبة 50.9% والمساء المبكر بنسبة 17.8%.

وأظهرت الدراسة أن أبرز سلبيات محطات الـ FM هي كثرة الإعلانات التجارية بنسبة 60.9% والتركيز على الأغاني والأمور الفنية بنسبة 9.1% وعدم التجديد في الدورات البرمجية بنسبة 6.2% وأبرز الإيجابيات تمثلت في التوازن والتنوع في البرامج بنسبة 48.9% الأداء المميز والإيقاع ووضوح شخصية المحطة بنسبة 26% والتوقيت المناسب للبرامج بنسبة 20.9%.

وفيما يتعلق بالبرامج التي يحرص أفراد العينة على متابعتها والاستماع إليها كان برنامج "سباق الأغاني Top ten" المفضل الأول على عمان نت وبنسبة 31.8% يليه برنامج بصراحة مع الوكيل على فن FM وبنسبة 25.6% وأفاد أفراد العينة بأنهم يفضلون الاستماع لقنوات الـ Fm لأنها توصل صوت المواطن إلى المسؤولين وتساعد في حل المشكلات وقضايا الخدمات وتشجيع الحوار بمتوسط حسابي

(1.33)، ولأن نسبة مشاركة المستمعين في برامجها عالية بمتوسط حسابي (1.36)، ولأنها تركز على الأغاني الخفيفة بمتوسط حسابي (1.28) كما أظهرت الدراسة أن معظم المستمعين لمحطات FM من الفئة الشابة التي تسعى لمتابعة برامج وأغاني محطات الـ FM بدرجة كبيرة لأنها تستهوي ميولهم وتشبع رغباتهم واحتياجاتهم.

مقدمة الدراسة

لا أحد يجادل في وقتنا الحاضر، الذي يوصف بعصر المعلومات وتقنيات الاتصال عالية التطور والكفاءة والفعالية، في قوة تأثير وسائل الإعلام على الناس أفراداً وجماعات وشعوباً وأمماً، وتعتبر الإذاعة المسموعة (الراديو) إحدى وسائل الإعلام التي تخاطب حاسة واحدة بدرجة عالية الوضوح.

وتصنف الإذاعة المسموعة على أنها من الوسائل الساخنة التي تنجح في استثارة المستمع وتفاعله مع المادة أو الشخصية المذاعة. والإذاعة المسموعة وخاصة محطات الـ (FM) تدعم الألفة والمودة من خلال المشاركة المباشرة، لأن مناخ الاستماع يخلق للمستمع عالماً خاصاً به... كما أن غياب مشاهدة الوقائع والأحداث والاعتماد على ما تنقله الوسيلة، يثير الخيال ليرسم الصورة الغائبة⁽¹⁾.

وقد أدى انتشار محطات الراديو التي تعتمد على التشكيل بالتردد FM منذ السبعينات إلى اتجاه المزيد من المحطات نحو تقديم البرامج المتخصصة والتوسع في استخدام خدمات الراديو المتخصصة أو الموجهة لفئات نوعية من الجمهور⁽²⁾.

وتعتبر وسائل الاتصال في العالم الحديث أحد أهم وسائل التنمية في المجتمعات وخصوصاً مجتمعات العالم النامي، حيث تعتبر وسائل الإعلام الخاصة مسموعة ومرئية ومكتوبة مرآة لواقع الشعوب في معظم الأحيان، الأمر الذي يساهم في التنمية المجتمعية الإيجابية لتلك الشعوب⁽³⁾.

ومن أهم هذه الوسائل هي الإذاعات المجتمعية المنتشرة في المدن والأرياف وأحياناً في القرى والأقاليم البعيدة عن العاصمة، حيث إن الإذاعات المجتمعية هي وسيلة إعلامية تنموية ناجحة في تفعيل التواصل بين المواطن والمجتمع وفي رفع مستوى التعاون داخل المجتمع الواحد، حيث يعتمد هذا النوع من الإذاعات المجتمعية على مبدأ التطوعية والخدمة العامة والتركيز على الهم المجتمعي في رقعة محلية، وتتميز الإذاعة المجتمعية عن غيرها من الأنماط الأخرى من حيث الجمهور المستهدف للإذاعة المحلية حيث إنه جمهور مجتمع محلي بعينه،

محدود من حيث العدد مقارنة بجمهور الإذاعات القومية أو الإذاعات الدولية. محتوى المواد التي تقدمها الإذاعة المحلية نابع ومستمد من المجتمع المحلي ذاته ولخدمته، بحيث تعكس البرامج المختلفة عادات السكان وتقاليدهم وتراثهم واهتماماتهم. كما تتحدث الإذاعة المحلية بلغة الجمهور المستهدف وتخطبه بها، وقد يظهر فيها أيضاً لهجة سكان المنطقة المستهدفة. ورغم أن معظم دول العالم العربي تخلو ولغاية الآن من الإذاعات المجتمعية، إلا أن هذا الموضوع جذب اهتمام المعنيين بالتنمية الاجتماعية وتطوير المجتمع المحلي⁽⁴⁾.

إلا أنه وبشكل عام فإن بعض الخبراء يرون أن جمهور الإذاعة المسموعة، وخاصة محطات الـ (FM) ليس متنوعاً كجمهور الإذاعة المسموعة والمرئية (التلفزيون)، فعندما اختفت شبكات الإذاعة الشبيهة بشبكة محطات التلفزيون الحالية بسبب استحواذ التلفزيون على أغلب النجوم والبرامج الجذابة، اختار الراديو التجزئة إلى محطات تخاطب جماهير محلية لكي يحافظ على بقائه، وقامت المحطات بشكل منفرد بتطوير أنماط معينة من البرامج الموجهة إلى مجموعات مستهدفة من المستمعين⁽⁵⁾.

مشكلة الدراسة Problem of the study

إن المنافسة الأثيرة التي تتسابق بها المحطات الإذاعية في بث الأغاني والبرامج أصبحت ملفتة للانتباه؛ ففي سبيل النجاح والتفوق يتبع هذا النوع من القنوات وسائل مختلفة وأساليب متنوعة للوصول إلى المراتب والتصنيفات الممتازة، وفي ظل هذا يأتي المستمع لهذه القنوات بمثابة الحكم عليها، وذلك للتقرير فيما إذا كانت ناجحة أو فاشلة ومقدار ذلك النجاح والفشل.

ومن هنا فإن مشكلة الدراسة تتمثل في مدى تقبل المستمع للبرامج والأغاني التي تبثها قنوات الـ (FM) الإذاعية والفنية، ومقدرة هذه القنوات على استقطاب وجذب المستمعين إلى برامجها المختلفة. ومدى تحقيق هذه المحطات لرغبات واحتياجات المستمعين وإلى أي مدى تختلف أو تتماثل في مهامها وأدائها ووظائفها عن المحطات الرسمية أو العامة التي تتوجه في برامجها لجمهور واسع.

أهمية الدراسة Significance of the study

خلال السنوات القليلة الفائتة ظهرت منابع للفن وخرج للساحة الإعلامية منافسة مع القنوات الفضائية قنوات إذاعية "FM" تبث باقية يومية من الأغاني واللقاءات الفنية. وكان لظهورها جمالية ملفتة حيث استطاع المطربون نشر أغانيهم بشكل سريع، واستطاع المتذوق سماع أغانياته

المفضلة في كل مكان يتواجد فيه سواء في السيارة أو المنزل. وجاءت القنوات الإذاعية بشكل راق تستلهمها أدوات فعلية للعمل الجماعي من خلال تقديم الأغاني وبثها وعمل الكثير من اللقاءات الفنية.

وتأتي أهمية هذه الدراسة من أهمية التأثير الذي تحدثه القنوات الإذاعية المسموعة (الراديو) على المستمع بشكل عام، لانتشار مثل هذا النوع من القنوات، وكذلك سهولة الاستماع إليه في أي وقت وفي أي مكان، وبالتالي الوقوف على حقيقة الأمر باستطلاع آراء المستمع الأردني حول ذلك، وخاصة فئة الشباب الذين يفترض أنهم من أكثر الفئات تعرضاً لها وتأثراً بها، بالارتكاز على أن أمراً ما يحدث، وأنه لا بد من معرفة الأسباب التي تؤدي إلى حدوثه.

كما تتمثل أهمية الدراسة في الكشف عن دور الراديو الذي أختار التجزئة إلى محطات تخاطب جماهير محلية لكي يحافظ على بقائه والقيام بتطوير أنماط معينة من البرامج الموجهة إلى مجموعات مستهدفة من المستمعين وأهمية الإذاعات المجتمعية في خدمة المجتمعات المحلية كوسيلة إعلامية تنموية لخدمة هذه المجتمعات المحلية.

أهداف الدراسة Objectives of the study

تأتي هذه الدراسة لاستطلاع اتجاهات المستمعين نحو محطات الـ (FM) الأردنية، تتحدد أهداف الدراسة فيما يلي:

1. التعرف على اتجاهات المستمعين نحو محطات الـ (FM) الأردنية.
2. التعرف على مكانة محطات الـ (FM) الخاصة والتجارية عند الجمهور وبخاصة فئة الشباب مقارنة بالإذاعة الرسمية والتعرف على حجم التعرض والاستماع لهذه المحطات التي أصبحت تشكل ظاهرة إعلامية في المجتمع الأردني.
3. التعرف على مدى متابعة المستمع الأردني لقنوات الـ (FM) الإذاعية والفنية وحجم الاستماع لها، والتعرف على أفضل أوقات الاستماع المخصصة لهذه المحطات.
4. التعرف على الأسباب والدوافع التي من أجلها يتابع المستمع الأردني محطات الـ (FM) الإذاعية والفنية.
5. التعرف على حجم الاستماع لمحطات الـ (FM) المفضلة التي تستهوي جمهور المستمعين.
6. التعرف على المحتوى والمضامين أو الأنماط البرمجية التي تستهوي فئة الشباب على محطات الـ (FM).

7. التعرف على سلبيات وإيجابيات أغاني وبرامج قنوات الـ (FM) من وجهة نظر المستمع الأردني.
8. التعرف على دور محطات الـ (FM) (كإذاعات مجتمعية) في خدمة المجتمعات المحلية.

تساؤلات الدراسة Questions of the study

تحاول الدراسة الإجابة عن عدد من الأسئلة، يأتي في مقدمتها:

1. ما هي اتجاهات المستمعين نحو محطات الـ (FM) بشكل عام ومحطات (FM) الفنية والدينية بشكل خاص؟
2. هل يقوم المستمع الأردني وبشكل عام بالاستماع ومتابعة قنوات الـ (FM)؟ وما هو حجم التعرض والاستماع لهذه المحطات؟
3. ما هي العوامل التي تعمل على جذب المستمع الأردني وترتكز عليها قنوات الـ (FM) الإذاعية والفنية؟
4. ما هي الآثار التي تتركها قنوات الـ (FM) الإذاعية والفنية بما تقدمه من برامج وأغانٍ مختلفة على المستمع الأردني؟
5. إلى أي مدى يتقبل المستمع الأردني هذا النوع من البرامج والأغاني التي تبث عبر قنوات الـ (FM) الإذاعية والفنية؟
6. ما هي فئة الجمهور الأكثر تعرضاً واستماعاً لمحطات الـ (FM).
7. هل الدافع الرئيسي والأساسي للاستماع لمحطات الـ (FM) هو التسلية والترفيه والاستماع الفني من خلال الإيقاع السريع والبرامج الموسيقية الخفيفة.
8. هل الدافع الرئيسي والأساسي للاستماع لمحطات الـ (FM) هو تناولها قضايا الخدمات والمجتمع المحلي، أم تعددت الأسباب لتكون الإذاعة مجرد خلفية أثناء ممارسة العمل أو القراءة أو أثناء السفر أو في الطريقة إلى العمل.
9. ما هي محطات الـ (FM) التي تحظى بنسبة استماع عالية، هل هي المحطات الفنية والموسيقية أم الإذاعات المجتمعية الشاملة والمتخصصة؟
10. ما هو دور محطات الـ (FM) كمحطات مجتمعية في خدمة المجتمع المحلي؟

11. إلى أي مدى تلبية وتشبع هذه المحطات رغبات واحتياجات المستمعين والجمهور المستهدف في المجتمعات المحلية.

فرضيات الدراسة Hypotheses

ل للوصول إلى تحقيق أهداف الدراسة سيتم الاستناد إلى مجموعة من الفرضيات لفحصها وقياسها، وهي:

الفرضية الأولى: تعتبر الفئة الشابة هي الفئة الأكثر تعرضاً لمتابعة برامج وأغاني قنوات ال (FM) بدرجة كبيرة، لأنها تستهوي ميولهم وتشبع رغباتهم.

الفرضية الثانية: الفئات العمرية الأكثر تقدماً هي الأقل تعرضاً واستماعاً لمحطات ال (FM) لأنها لا تلبية رغباتهم واحتياجاتهم.

الفرضية الثالثة: هناك مجموعة من الأساليب المختلفة تتبعها قنوات ال (FM) الإذاعية والفنية لجذب المستمع الأردني لها.

الفرضية الرابعة: أسلوب الأداء المتميز والإيقاع السريع الخفيف والكلمة الرشيقة والمحتوى ونوعية البرامج الخفيفة والمتنوعة والأعمال الفنية وشخصية المحطة من العوامل الأساسية لتعرض واستماع الشباب لمحطات ال (FM).

الفرضية الخامسة: هناك مجموعة من الآثار الإيجابية والسلبية تتركها قنوات ال (FM) على المستمع الأردني وبدرجات متفاوتة.

الفرضية السادسة: محطات ال (FM) المتخصصة والدينية هي الأكثر تعرضاً واستماعاً من الفئة العمرية الأكثر تقدماً.

منهجية الدراسة Methodology

هذه الدراسة من الدراسات الوصفية، التي تتضمن تفسيراً لظاهرة الاستماع لبرامج وأغاني محطات ال (FM)، وسيتم اعتماد منهج المسح الميداني، والمقابلات الشخصية خلال إجراء الدراسة وذلك لتحقيق هدفين:

1. التوصل إلى البيانات المتعلقة بالمستمع الأردني الذي تدور حوله الدراسة.

2. التسجيل الأمين والواعي للبيانات التي يُدلي بها المستمع الأردني حول برامج وأغاني قنوات الـ (FM)

مجتمع الدراسة وعينتها Population of the study sampling Design

شمل مجتمع الدراسة المستمعين الأردنيين، وتم استخدام أسلوب العينة العشوائية البسيطة وذلك باختيار عدد من المستمعين في مختلف مناطق المملكة، وتم اختيار (500) فردٍ بنسبة عدد السكّان في كل محافظة من محافظات المملكة وتم توزيع الاستبانة على عينة الدراسة كما هو موضح في الجدول الآتي:

جدول يبين عدد الاستبانات الموزعة والمستردة منها ونسبتها (*)

المحافظة	عدد السكان	الاستبانات الموزعة	الاستبانات المستردة	نسبة الاسترداد
محافظة العاصمة	1576238	112	110	98.21%
محافظة إربد	751634	85	80	94.12%
محافظة الزرقاء	639469	85	82	109.33%
محافظة البلقاء	276082	70	64	91.43%
محافظة المفرق	178914	50	38	76.00%
محافظة الكرك	169770	35	30	85.71%
محافظة جرش	123190	25	17	68.00%
محافظة مادبا	107321	15	8	53.33%
محافظة عجلون	94548	13	10	76.92%
محافظة العقبة	79839	10	5	50.00%
محافظة معان	79670	5	3	60.00%
محافظة الطفيلة	62783	5	3	60.00%
المجموع		500	450	90.00%

وقد تم الاعتماد على نسبة تركيز السكان في كل محافظة لتوزيع عدد معين من الاستبانات

(*) دائرة الإحصاءات العامة، التعداد العام للسكان 1994.

على أفراد العينة ضمن هذه المحافظات وبما يتناسب مع حجم التركيز السكاني.

طريقة جمع البيانات (أداة البحث) Method of Data Collection

اعتمدت هذه الدراسة على نوعين من مصادر المعلومات وهي الأولية والثانوية، حيث إن المعلومات الثانوية تمت من خلال المراجعة والمسح للدراسات السابقة المتعلقة بمجال الدراسة وذلك لوضع الأسس العلمية والأطر النظرية لها.

أما المعلومات الأولية فتمت من خلال تطوير استبانة خاصة بالدراسة تغطي كافة الجوانب المتعلقة بمشكلة وأهمية وأهداف الدراسة وتساؤلاتها وفرضياتها، حيث تم إجراء اختبار قبلي Pre test للاستبانة على (30) مفردة من أفراد مجتمع الدراسة حتى يتمكن من التعرف إذا ما كان بها عبارات غير واضحة أو غير مفهومه للمبحوث تحتاج إلى تعديل أو إعادة صياغة أو إذا وجد بها أسئلة معادة حتى يتم تدعيمها بأسئلة جديدة أو تعديل بعض الأسئلة.

وقد تم إجراء اختبار الصدق عن طريق تحكيم الاستبانة من قبل المختصين وتم الاسترشاد بأرائهم وتوجيهاتهم حيث تم تحكيم الاستبانة من قبل أ. د. هاشم السلعوس. و د. أمجد القاضي و د. علي نجادات من جامعة اليرموك.

وكذلك استطلاع بعض آراء المسؤولين حول قنوات ال (FM) الإذاعية والفنية من خلال إجراء المقابلات الشخصية معهم.

اختبار الثبات:

لقد تم استخدام اختبار (كرونباخ ألفا) لقياس مدى ثبات أداة القياس، حيث بلغت قيمة $\alpha = 92.88\%$ وهي نسبة ممتازة كونها أعلى من النسبة المقبولة 60% .

وقد تم جمع البيانات بطريقتين هما:

- الأولى طريقة التسجيل الذاتي Self Recording Method.

- والثانية طريقة المقابلة الشخصية Interview.

التدقيق المكتبي

تم التدقيق المكتبي بعد جمع الاستبانات والتأكد من صلاحيتها واستبعاد الاستبانات غير المكتملة أو غير الصالحة.

الإطار النظري للدراسة

The Placement and the Status of the FM (FM) في الأردن Radio stations in Jordan

هيئة الإعلام المرئي والمسموع (www.avc.gov.jo)

أنشئت الهيئة بموجب قانون الإعلام المرئي والمسموع المؤقت رقم (71) لسنة 2002، وتتمتع بشخصية اعتبارية ذات استقلال إداري ومالي وقد باشرت الهيئة أعمالها في منتصف عام 2003 و بدأت بأعمال التأسيس و إعداد مشاريع الأنظمة ومن ثم شراء مبنى للهيئة تم الانتقال إليه في مطلع تشرين أول عام 2003 وتتولى المهام التالية:

- تنمية قطاع الإعلام المرئي والمسموع في المملكة وتنظيمه والعمل على خلق بيئة استثمارية فيه.
- دراسة طلبات ترخيص المحطات الإذاعية والتلفزيونية.
- إجازة المصنفات ومنح الرخص اللازمة لمحلات تداولها و أماكن عرضها.
- اعتماد مكاتب مراسلي محطات الإذاعة والتلفزيون.
- ترخيص الأجهزة والوسائل التقنية المستخدمة لأعمال البث الإذاعي والتلفزيوني بالتنسيق مع هيئة تنظيم قطاع الاتصالات⁽⁶⁾.
- وتتلخص استراتيجية الهيئة بتنمية قطاع الإعلام المرئي والمسموع في المملكة وخلق بيئة استثمارية فيه من خلال:
- التعريف بالقانون الذي أتاح للقطاع الخاص الاستثمار في هذا المجال و إزالة كل العوائق من أمامه.
- تنظيم أسس البث وفق القواعد و الضوابط العامة التي تعارف عليها المجتمع.
- بيان إجراءات ومتطلبات الترخيص منذ تقديم الطلب وحتى توقيع اتفاقية الترخيص بعد صدور موافقة مجلس الوزراء.

شلية

- مخاطبة الجهات ذات الاختصاص والتنسيق بما في ذلك هيئة تنظيم قطاع الاتصالات ومن ثم رفع التوصية.

أنواع الرخص

- رخص محطات البث و إعادة البث الإذاعي.
- رخص محطات البث و إعادة البث التلفزيوني الأرضي.
- رخص محطات البث الفضائي.
- رخص محطات البث المؤقتة عبر الأقمار الاصطناعية⁽⁷⁾.

الأنظمة التي صدرت

- نظام التنظيم الإداري لهيئة الإعلام المرئي والمسموع رقم (162) لسنة 2003.
- نظام رخص البث وإعادة البث الإذاعي والتلفزيوني والرسوم المستوفاة عنها رقم (163)، لسنة 2003.
- نظام اعتماد مكاتب ومراسلي محطات الإذاعية والتلفزيون رقم (61) لسنة 2004.
- النظام المالي لهيئة الإعلام المرئي والمسموع رقم (62) لسنة 2004.
- نظام إجازة المصنفات المرئية والمسموعة ومراقبتها رقم (63) لسنة 2004⁽⁸⁾.

وضعية قنوات الـ (FM) في الأردن:

تم تحديد مجتمع الدراسة من محطات الـ (FM) التي تبث برامجها في الأردن، وهي:

1. صوت الغد	2. يرموك FM	3. عمان نت
4. المجد	5. عمان FM	6. MBC
7. روتانا	8. عمان القرآن الكريم	9. فن FM
10. إربد FM	11. حياة FM	12. إذاعة معان الجديدة صوت الجنوب FM

وقد تم اختيار عينة منها لتقديم خلفية عن نشأتها وأهدافها وبرامجها وتردداتها ونطاق

تغطيتها. وتم التوصل من خلال عينة الدراسة من المحطات إلى ما يلي:

الإذاعات المجتمعية: Community Radio Stations

يعتبر الراديو والتلفزيون أفضل وسائل الإعلام في الوصول إلى الناس وإيقاظهم لتقبل مفاهيم وأفكار جديدة وتبني أساليب جديدة، حيث تشير تقارير منظمة الأغذية والزراعة للأمم المتحدة إلى أن قطار ثورة المعلومات قد فات مليار شخص تقريبا من الفقراء في الأرياف الذين يمثلون 75% من سكان العالم والذين يعيشون بأقل من دولار واحد في اليوم. وتتسع الفجوة ما بين المزارعين والفلاحين وسكان الريف أكثر وأكثر حتى إن المقارنة أحيانا بين المزارعين وخصوصا سكان الريف الأصليين والمزارعين الآخرين أصحاب المشروعات الزراعية الكبيرة لا تكون لصالح كفة الفلاحين البسطاء، فالمزارعون أصحاب الاستثمارات والمشاريع الكبيرة لديهم مهارات وخبرات تساعدتهم وتمكنهم من تطوير وتنمية أعمالهم وتحسين إنتاجهم وبمستويات عالية عكس الفلاحين الصغار الذين لا يدخلون تحسينات وخبرات جديدة وسبب ذلك الفجوة الاتصالية والمعرفية بين الفئتين: Communication and Knowledge. gap فقلة المعلومات حول الخبرات والمهارات الزراعية لدى الفلاحين في الريف وقلة المعلومات لديهم أيضا حول اتجاهات الأسواق والأنماط الزراعية الناجحة من أهم أسباب تردّي إنتاجهم وتراجعهم وانخفاض دخلهم⁽⁹⁾.

من هنا تأتي أهمية أدوات الاتصال والإعلام كعناصر أساسية لتحسين سبل العيش لدى الناس في المجتمعات المحلية في الدول النامية وخصوصا المزارعين الفقراء، وفي سعيهم للتعرف على التكنولوجيا واقتصاديات السوق والخبرات الزراعية والتسويق الفعال والتوعية والإرشاد وهذا يأتي من خلال وجود أجهزة الاتصال المجتمعي التي أهمها الإذاعات المجتمعية، وذلك لقلّة تكاليفها وبساطة العمل وسرعة تدريب أبناء المجتمع المحلي للعمل الإعلامي وانخفاض كلفة تلقي خدماتها من قبل الجمهور، فالاستماع إلى برنامج إذاعي عبر جهاز "ترانزستور" لا يزيد كلفته عن دولارين أقل بكثير من تصفح مقال على الانترنت بحاجة إلى جهاز كمبيوتر بسعر لا يقل عن 400 دولار عدا ميزات الراديو وخصوصا أن الاستماع إليه لا يعطل الإنتاج ولا يتطلب التفرغ الزمني للاستفادة من معلومات عبر برنامج معين عكس الانترنت، إضافة إلى أن الأميين الذين لا يجيدون القراءة والكتابة يمكنهم الاستفادة من الإعلام المجتمعي عبر الراديو وليس من خلال الإنترنت⁽¹⁰⁾.

ومن هذا المنطلق أقبل الأردن على عهد إعلامي جديد، بإشراك القطاع الخاص في الاستثمار بالقطاع الإعلامي، الذي كان منذ وقت قريب حكراً على الدولة فحسب... فالعديد من الإذاعات والفضائيات قد بدأت بالفعل بثها عبر الأثير الأردني، في حين ستشهد الأيام المقبلة المزيد من تلك الإذاعات.

ومن هنا جاء دور هيئة الإعلام المرئي والمسموع والتي أنشئت بموجب قانون الإعلام المرئي والمسموع لسنة 2002 والتي تتمتع بشخصية اعتبارية ذات استقلال إداري ومالي حيث تتولى العديد من المسؤوليات من أهمها تنمية قطاع الإعلام المرئي والمسموع في المملكة وتنظيمه والعمل على خلق بيئة استثمارية فيه.

ويضيف مدير إذاعة عمان نت (السيد داوود كتاب) أن العديد من الإذاعات المجتمعية بدأت في الأردن لتحقيق الهدف المنشود في عملية التنمية من أبرز هذه الإذاعات عمان نت التي بدأت كأول إذاعة عربية مجتمعية على الإنترنت والتي تهتم بالشأن المحلي، حيث حرصت منذ البداية على تناول القضايا الاجتماعية والثقافية والرياضية والترفيهية التي تغطي العاصمة عمان (11).

إذاعة يرموك FM:

أنشئت إذاعة يرموك FM بهدف خدمة المجتمع المحلي والمجتمع الطلابي ويشرف عليها قسم الصحافة والإعلام في الجامعة ويدير الإذاعة طلبة قسم الإذاعة والتلفزيون في القسم وتبث برامجها للمجتمع المحلي، وبدأت ببث برامج مجتمعية.

وقد تأسست إذاعة يرموك FM داخل حرم جامعة يرموك بموجب مذكرة تفاهم بين الجامعة وكل من منظمة انترنيوز الأمريكية وجامعة غرب كنتاكي WKU ويتمويل من وزارة الخارجية الأمريكية وذلك في إطار برنامج الصحافة الدولية، وإدارة المؤسسات الإعلامية وبرنامج التدريب الذي تنهض به الانترنيوز بالتعاون مع جامعة كنتاكي.

وقد قام الجانب الأمريكي بتجهيز الإذاعة بأحدث أجهزة البث الإذاعي، إلى جانب محطة الإرسال بطاقة واحد كيلو واط وثبتت على تردد (105.7) ميغاهيرتز لتغطي مساحة خمسين كيلومتراً في كافة الاتجاهات بعد أن قامت جامعة يرموك بتهيئة البنية التحتية اللازمة.

ويأتي إنشاء إذاعة يرموك FM لتحقيق الأهداف التالية:

- أولاً: التوسع في الجانب العملي والتطبيقي لطلبة قسم الصحافة والإعلام- تخصص الإذاعة والتلفزيون- وإكسابهم المهارات الضرورية واللازمة في جوانب الكتابة والتحرير الإخباري وإعداد البرامج بأنواعها المختلفة والتغطيات الميدانية والتشغيل والمونتاج والبث على الهواء مباشر ليكونوا مهيين لممارسة العمل الإذاعي في المؤسسات الإعلامية داخل الوطن وخارجه دون الحاجة إلى أي فترة تدريب بعد تخرجهم.
- ثانياً: ربط الجامعة عبر إذاعة يرموك FM بالمجتمع المحلي من خلال طرح قضاياها للنقاش والحوار والمشاركة في حلها سعياً وراء خدمة المجتمع المحلي وتطويره.
- ثالثاً: بث المواد والموضوعات التي يقوم لطلبة القسم بإعدادها بحيث تتناول قضايا ومجالات لها مساس بالحياة الاقتصادية والاجتماعية والثقافية والفنية والتربوية والجامعية وبما يعزز روح الانتماء للوطن والولاء للعرش الهاشمي.
- رابعاً: ربط المستمع بالأحداث الجارية من حوله محلياً وإقليمياً وعالمياً، وتشجيع المواهب الشابة في مختلف المجالات الرياضية والفنية والنواحي الإبداعية.
- خامساً: دعم مفهوم التنمية المستدامة لدى المجتمع ومعالجة مشاكل واحتياجات الأسرة من النواحي الصحية والتعليمية والثقافية والاجتماعية والاقتصادية وغيرها.
- سادساً: إنتاج البرامج التي تعالج مواضيع الفقر ومحاربة البطالة وإيجاد فرص عمل مختلفة وإنتاج برامج شبابية حول احتياجات الشباب والحد من الهجرة من المناطق الريفية.
- سابعاً: تشجيع المجتمع المحلي على استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال للاستفادة منها في مختلف مجالات الحياة وبث وتشجيع ثقافة التدريب لدى القطاعات المهنية.
- ثامناً: الاهتمام والعمل على تشجيع الحوار البناء واحترام مبدأ الرأي والرأي الآخر.
- تاسعاً: تشجيع المواطن المحلي على زيادة الاهتمام بصيانة الموارد المحلية والوطنية والحفاظ عليها وتعزيزها والمحافظة على البيئة المحلية⁽¹²⁾.

وقد بدأت الإذاعة بثها التجريبي اعتباراً من 2006/9/18، بواقع ساعتين كل يوم من الساعة الحادية عشرة وحتى الواحدة بعد الظهر، وقررت اللجنة الفنية المشرفة على الإذاعة ما يلي:

زيادة ساعات البث وذلك بعد أن تم افتتاح الإذاعة رسمياً في الثامن عشر من شهر شباط 2007 لتكون على النحو التالي: من الساعة العاشرة حتى الواحدة بعد الظهر. ومن الساعة الثالثة حتى الخامسة مساءً⁽¹³⁾.

والجدير بالذكر أن حوالي أربعين طالباً وطالبة من طلبة تخصص الإذاعة والتلفزيون قد تلقوا تدريبات عملية في كافة مجالات العمل الإذاعي بإشراف أعضاء اللجنة الفنية المتخصصين في هذا الميدان، وقد تم الإعداد لدورة برمجية جديدة متوازنة ومتنوعة تحقق أهداف الإذاعة أخذة في الاعتبار الجمهور المستهدف في محيط التغطية مما يستدعي تدريب عدد أكبر من الطلبة للقيام بهذه المسؤولية.

وحتى يتم التكامل بين الجانب النظري والجانب الميداني في العملية التعليمية فقد تم الاتفاق على تبادل أعضاء الهيئة التدريسية في قسم الصحافة والإعلام بجامعة اليرموك وأعضاء الهيئة التدريسية في كلية الصحافة والإعلام في جامعة غرب كنتاكي.

ومن أجل تفعيل دور الإذاعة لتحقيق أهدافها المرجوة فقد تم تشكيل هيئة استشارية للإذاعة من داخل الجامعة والمجتمع المحلي إلى جانب اللجنة الفنية المشرفة ووضع برامج تدريبية مع المحطات المشابهة في الأردن Shadowing Programs.

وباختصار فإن إذاعة يرموك FM هي التجربة الوحيدة والفريدة في مجال البث الإذاعي التي تنطلق من رحاب مؤسسة أكاديمية على مستوى الجامعات العربية⁽¹⁴⁾.

إذاعة معان الجديدة صوت الجنوب FM

انطلقت إذاعة معان FM في الخامس من أذار 2007، وتبث الإذاعة على الموجه F القصيرة FM المنخفضة الطاقة وموجتها العاملة هي (90.3) حيث توفر تغطية لمعظم التجمعات الكافية في مختلف مناطق محافظة معان.

جاءت فكرة إنشاء محطة إذاعة "معان الجديدة: صوت الجنوب" كأول إذاعة في الأردن ذات أهداف تنموية موجهة إلى المجتمع المحلي انطلاقاً من إدراك أهمية نشر الوعي والمعرفة في إحداث التنمية والتغيير الإيجابي.

وأنت هذه المبادرة من جامعة الحسين بن طلال للمساهمة في رؤية الجامعة لتطوير دورها التنموي وتعتبر إذاعة "معان الجديدة صوت الجنوب" أول إذاعة تنموية متخصصة في المحافظات الأردنية تقوم على فكر وتجارب الإعلام التنموي، تسعى إلى تحقيق رسالة الإعلام التنموي المحلي بنشر المعرفة والوعي وخلق ثقافة صديقة للتنمية في أوساط الشباب الأردني في محافظة معان باعتبارهم الطاقة القادرة على التغيير الإيجابي والتحديث ومنح الشباب وأفراد المجتمع المحلي في المحافظة الفرصة للوصول إلى المعلومات التي يريدها ويحتاجون إليها في حل المشكلات المحلية باعتبار الإذاعة المحلية تمثل منبراً حراً لتبادل الأفكار والآراء والمعلومات⁽¹⁵⁾.

إذاعة عمان نت

تحت شعار "صوت المجتمع" بدأ راديو عمان نت بثه عبر موجة FM على تردد، (92.4) مطلع تموز 2005 كأول إذاعة مجتمعية في الأردن، بعد انطلاقتها الأولى في تشرين أول 2000 كأول إذاعة عربية مستقلة تبث عبر الإنترنت (على موقع www.ammannet.net).

وكانت "عمان نت" قد تأسست كمؤسسة أردنية غير حكومية بمبادرة من الصحفي داود كتاب، الحائز على جوائز عالمية في الصحافة، وبرعاية منظمة اليونسكو وأمانة عمان الكبرى، لتكون نموذجاً خلاقاً في تفعيل الصحافة الإلكترونية البديلة.

ويتميز موقع الإذاعة على الإنترنت باستفتاءاته المثيرة للجدل والتي تحقق درجة عالية من التفاعلية بين الموقع وجمهوره. ويتم استخدام الاستفتاءات في تقارير إخبارية، "وأصبحنا بذلك نصنع الأخبار ولا ننقلها فقط".

ويبث راديو عمان نت عدداً من البرامج المتعلقة بالديمقراطية وحقوق الإنسان، مثل رصد البرلمان وإيصاله بناخبيه وبرامج تتناول قضايا المرأة، وبرامج تفاعلية تهدف لرفع الوعي الإعلامي والقانوني، إضافة إلى برامج ترفيهية وثقافية وسياحية.

وتحرص الإذاعة على مخاطبة اهتمامات الشباب عبر برامج تعني بالتكنولوجيا والرياضة، بالإضافة إلى "الإذاعات المدرسية" يعبر من خلالها الأطفال عن أنفسهم.

وتعطي "عمان نت" أهمية للأخبار المحلية عن مدينة عمان. أما الأخبار العربية والدولية فإنها تُغطى بقدر تأثيرها على الوضع المحلي لمدينة عمان. تبث الإذاعة نشرات أخبار وتقارير وتحقيقات خاصة بها، وتعكس وجهات النظر المختلفة لكافة شرائح المجتمع الأردني من مواطنين ومؤسسات أهلية وحكومية. كما تنتج "عمان نت" برامج متنوعة في المجال الفني والاجتماعي والسياسي والاقتصادي.

استقطبت هذه المحطة الخاصة الشباب في الأردن والخارج نظرا لقدرتها على التجديد وفرضت نفسها كإذاعة مستقلة. وتفاخر بكار صحتي متدرب للعمل كفريق يقوم كل منهم بالتسجيل والمونتاج والبت وتحرير الأخبار والتقارير بنفسه. (16).

إذاعة عمان FM

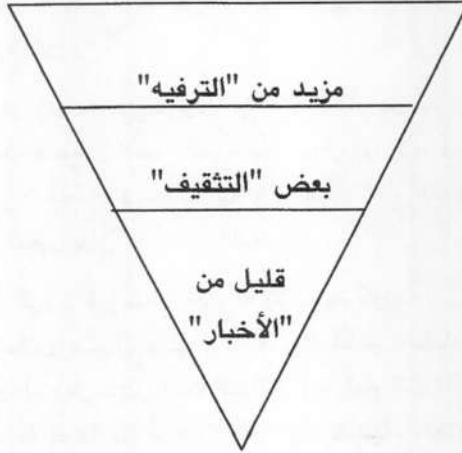
بدأت إذاعة عمان FM إرسالها يوم 1991/10/1 كإذاعة محلية متخصصة تعنى بتعميم مفاهيم الثقافة المرورية بين أوساط المستمعين حيث كان بثها يصل إلى ست ساعات يوميا ثلاث منها صباحية "من الساعة 7-9" وثلاث مسائية "من الساعة 1.00-3.00" إلى أن أصبحت تبث لمدة أربع وعشرين ساعة في أوائل عام 1999.

وقد كانت إذاعة عمان FM هي الإذاعة المحلية الأولى التي تبث برامجها على موجة ال FM وعلى تردد 99 ميغاهيرتز داخل حدود المملكة الأردنية الهاشمية.

أسست إذاعة عمان FM كذراع إعلامي من إذاعة مؤسسة الإذاعة والتلفزيون بهدف الحفاظ على قدرتها التنافسية لإذاعات التسلية والترفيه والإذاعات الشاملة الخفيفة التي انتشرت بكثرة في الساحة المحلية بعد إصدار قانون الإعلام المرئي والمسموع "قانون مؤقت رقم 71 لسنة 2002" الذي أتاح للقطاع الخاص حق تأسيس الإذاعات وإرسال بثها على موجات ال FM ضمانا لحرية التعبير وإتاحة الفرصة لبروز الرأي الآخر، وهدف الحفاظ على القيم الاجتماعية الإيجابية وبناء القيم الإيجابية الجديدة والحد من انتشار السلوكيات السلبية بين فئات المجتمع المختلفة وخاصة فئة الشباب منها نتيجة تعرضها لسيل هائل من الرسائل الإعلامية مختلفة الأهداف والأبعاد والتي تبثها الإذاعات ومحطات التلفزة من داخل الوطن وخارجه. (17)

وقد كان استهداف عمان FM لفئة الشباب في برامجها وموادها ورسائلها الإعلامية التي خطط لها بعناية فائقة واعتمادا على أبحاث المستمعين واستطلاعات الرأي العام يهدف تحسين

هذه الفئة الهامة من فئات المجتمع والحفاظ على مكونات وملامح وقيم شخصيتها الوطنية الأردنية والتقليل من نسب تأثرها بالرسائل الإعلامية الموجهة إليها من أجهزة إعلام سلبية الأهداف. وقد اعتمدت إذاعة عمان FM نظرية الهرم الإذاعي المقلوب في فلسفتها واستراتيجيتها الإعلامية لتقدم وظائفها الإعلامية حسب النظرية المذكورة على الشكل التالي: (18)



إذاعة صوت الغد

بدأ البث التجريبي لإذاعة صوت الغد العائدة لشركة الأردن الدولية للبث الإذاعي على تردد (101.5) ميغا هيرتز لتغطية منطقة عمان الكبرى بتاريخ 2005/3/10، وأصبحت الآن تغطي منطقة عمان الكبرى وأجزاء من المناطق الشمالية في الأردن، وتطمح هذه الإذاعة إلى تغطية جميع مناطق المملكة بحلول عام 2010م. (19)

محطة حياة إف إم

بدأ البث الرسمي للمحطة الإذاعة الجديدة (حياة) على تردد 104.7 ميغا هيرتز بتاريخ 2006/2/13 والتي تعتبر الأولى في المملكة من حيث طبيعة برامجها الإسلامية الاجتماعية والملتزمة وتختص في الجوانب والأمور المجتمعية برؤية إسلامية، لتغطي مناطق عمان وضواحيها، وتطمح هذه الإذاعة بتغطية جميع أجزاء المملكة في المستقبل. (20)

راديو فن FM

راديو فن FM المحطة الإذاعية الأردنية الأولى في الأردن، التي تبث مباشرة من عمان وتغطي كافة مناطق المملكة 24 ساعة في اليوم وعلى مدار الأسبوع. يتضمن برنامج الإذاعة تقديم مزيج من الأغاني العربية والإنجليزية والعالمية الحديثة، مع نشرة للأخبار كل ساعة بالإضافة إلى برامج متنوعة مثل برنامجي "بصراحة" و "صباحو" اللذين يذاعان يوميا لمدة ساعتين ويحظيان بشهرة كبيرة.

تم إطلاق راديو فن رسميا في حزيران 2003، ويدار من قبل مجموعة من الشباب الأردني من القطاع الخاص الذين يتمتعون بخبرة كبيرة في مجال الإعلام، وبحس عال فيما يتعلق بالجو والتوجهات السائدة على ساحة الأغنية العربية والأجنبية، الأمر الذي يجعل برامج المحطة تلبي مختلف احتياجات المستمعين على المستوى الوطني.

تعتبر المحطة من الرواد في ساحة الإذاعة الأردنية، كونها المحطة الأولى في المملكة التي توفر فرصا كاملة للإعلان عبر الراديو لشركات القطاعين الخاص والعام وبتكلفتها مناسبة. ويتوفرها موقعا إلكترونيا، ومن خلال البث المباشر والبرامج الشيقة، تكون قد زودت المستمعين والمعلنين عبرها بمجموعة كاملة من أساليب الإعلان والتسليية. منذ إنطلاقه، سعى راديو فن ليس فقط إلى أن يكون المحطة الإذاعية الأولى في الأردن، بل أيضا لأن يلعب دورا مهما في تحسين صورة الأغنية المحلية، والتي أدت إلى أن يكون راديو فن القاعدة لحيوية التي ينطلق من خلالها مطربون أردنيون.⁽²¹⁾

تمتاز إذاعة راديو فن أف أم بأنها تبث برامجها إلى جميع محافظات المملكة.

إن العالم العربي بحاجة إلى إذاعات مجتمعية على غرار الكثير من الإذاعات المجتمعية التي تنتشر بالآلاف في أفريقيا وأوروبا وآسيا حتى إن كل تجمع سكاني وقرية لديها إذاعتها المجتمعية المحلية التي تعمل كوسيلة فاعلة للمجتمعات الريفية وتعمل كحلقة وصل بين المجتمعات المحلية وصانعي القرار، وتوظيف الاتصال في عملية التنمية لإحداث تغيير إيجابي حقيقي في حياة الناس: فالإتصال المجتمعي في مجال التنمية أداة قوية من شأنها تحسين فرص نجاح مشروعات التنمية. وتساعد هذه العملية على تقييم المخاطر والفرص الاجتماعية والسياسية في مبادرات التنمية والوصول إلى تحقيق النتائج على أرض الواقع.⁽²²⁾

الدراسات السابقة

لم يكن هناك على حد علم الباحث دراسات ذات صلة وثيقة بموضوع البحث، وذلك لحدائثة طرح مثل هذه المواضيع، إلا أن الباحث تمكن من جمع بعض الدراسات التي لها علاقة بموضوع الدراسة ومن هذه الدراسات:

دراسة للرواس⁽²³⁾ بعنوان: "مدى استماع الشباب لمحطات الإذاعة العربية والإشباع المتحققة" حيث أجرى دراسة ميدانية على عينة عشوائية قوامها 400 مفردة من طلاب الجامعات العمانية وتم توزيعهم بأسلوب التوزيع المتساوي حسب متغير النوع، وقد تم سحب العينة من أربع جامعات هي: ظفار، نزوى، صحار وجامعة السلطان قابوس. وقد تم التوصل إلى العديد من النتائج أهمها: ارتفاع نسبة استماع طلاب الجامعات العُمانية للمحطات الإذاعية العربية الغنائية بنسبة (82.5%)، وتوزعت على الاستماع دائماً بنسبة (43.5%)، والاستماع أحياناً بنسبة 39.0% تمثلت أهم الدوافع للاستماع للمحطات العربية في: تمضية وقت الفراغ ثم الشعور بالسعادة ثم تقليد الأغاني الواردة في المحطات الغنائية. وتمثلت أهم الدوافع للاستماع للمحطات الإذاعية العربية الغنائية في: معرفة أغاني شعوب دول أخرى ثم تنمية الجوانب العاطفية عند المبحوثين، و زيادة ارتباط المبحوثين بالناس والمجتمع. جاءت محطة الـ (MBC) في مقدمة تفضيلات أفراد العينة بنسبة 69.5% يليها روتانا بنسبة (47.9%)، ثم محطة المجد بنسبة (47.3%)، وتوضح النتائج أن (76.8%) غير راضين عن مستوى أغاني المحطات العربية الغنائية، و يرى (91.8%) من عينة الدراسة أن هناك تأثيراً مباشراً وتأثيراً إلى حد ما لهذه المحطات على حجم استماع طلاب الجامعات العُمانية.

و دراسة أخرى لعبد العظيم⁽²⁴⁾ "إدراك الشباب الجامعي لتأثير المحطات الغنائية على أخلاقيات المجتمعات العربية" حيث أجرت دراسة ميدانية على عينة قوامها 200 مفردة من طلبة وطالبات قسم الاتصال الجماهيري بجامعة الإمارات، وتم توزيعهم بأسلوب التوزيع المتناسب حسب متغيري النوع والتخصص الدراسي، وقد توصلت الدراسة إلى العديد من النتائج أهمها: (54.5%) من أفراد العينة يستمعون للمحطات الغنائية أحياناً، و(19%) يستمعون لها دائماً في حين تقل نسبة من يستمعون لها نادراً لتصل إلى (2.5%)، ولا يستمعون على الإطلاق إلى (5%). تبين أن أهم أسباب الاستماع لهذه المحطات هي: التسلية (28.35%)، لا يوجد سبب محدد (23.19%)، لقضاء وقت الفراغ (21.9%)، و كانت أهم هذه القنوات بالنسبة لعينة الدراسة: روتانا (35.57%)، ام بي سي اف ام (19.9%)، المجد (18.56%)، ومن أكثر

السلوكيات التي يرى المبحوثون أنها تتأثر بشكل سلبي نتيجة للاستماع للمحطات العربية هي التي تتعلق بالمظهر بمتوسط 1.58 ثم اللغة بمتوسط 1.72 ثم طريقة التعامل مع الجنس الآخر 1.70. وقد أثبتت الدراسة وجود علاقة ارتباط عكسية بين الاستماع للمحطات الإذاعية العربية وتقدير المبحوثين لتأثيرها الضار على قيمهم الأخلاقية وسلوكياتهم الاجتماعية. كما أثبتت الدراسة وجود فروق دالة إحصائية في مستوى إدراك الشباب الجامعي لتأثير المحطات الغنائية على أخلاقياتهم مقارنة بمستوى إدراكهم لتأثيرها على أخلاقيات الآخرين.

رغم قلة الدراسات السابقة وثيقة الصلة بموضوع هذه الدراسة فإن الباحث يسعى إلى معرفة مدى مطابقة أو مخالفة نتائج دراسته كلها أو بعضها مع نتائج الدراسات السابقة وعرض الجديد في نتائج هذه الدراسة وأهميتها للتخطيط البرامجي والدورات البرنامجية لمحطات الإذاعات المجتمعية.

التحليل الإحصائي

تحليل بيانات الدراسة

تم توزيع 500 استبانة بطريقة عشوائية على عدد من المستمعين لمحطات الـ(FM) الغنائية، واسترجاع 450 استبانة صالحة لأغراض التحليل الإحصائي، وذلك بهدف التوصل من خلال هذه الاستبانات إلى أهداف الدراسة ومناقشة فرضياتها، من خلال تحليل المعلومات المتجمعة من إجابات أفراد العينة على أداة الدراسة، وقد قام الباحث باستخدام نظام التحليل (SPSS).

أولاً: وصف الخصائص العامة لعينة الدراسة

1. الجنس

جدول (1)

يبين توزيع أفراد العينة حسب الجنس

النسبة	التكرار	الجنس
48%	216	ذكر
52.0%	234	أنثى
100%	450	المجموع

من خلال الجدول السابق يتبين لنا أن ما نسبته (52.0%) من أفراد عينة الدراسة كانوا

من الإناث حيث بلغ عددهن (324) فرداً، في حين أن عدد الذكور بلغ (216) فرداً شكلوا ما نسبته (48%)، وتتقارب النسبتين إلى حد ما.

2. المستوى التعليمي

جدول (2)

يبين توزيع أفراد العينة حسب المستوى التعليمي

النسبة	التكرار	المستوى للتعليمي
17.6%	79	أقل من ثانوية عامة
4.7%	21	ثانوية عامة
18.4%	83	دبلوم كلية مجتمع
37.6%	169	بكالوريوس
6.7%	30	دبلوم الدراسات العليا
6.0%	27	ماجستير
9.1%	41	دكتوراه
100%	450	المجموع

من الجدول السابق يتبين لنا أن معظم أفراد العينة كانوا من حاملي شهادات البكالوريوس، إذ بلغ عددهم (169) فرداً شكلوا (37.6%)، وهي النسبة الأعلى ضمن الفئات التعليمية للعينة، يليهم حملة شهادات الدبلوم وبنسبة (18.4%)، ويليه من هم دون الثانوية العامة وبنسبة (17.6%)، يليهم حملة شهادات الدكتوراه وبنسبة (9.1%)، يليهم حملة شهادات دبلوم الدراسات العليا وبنسبة (6.7%)، ويأتي بعدهم حملة شهادات الماجستير وبنسبة (6.0%)، وفي المرتبة الأخيرة من هم في مستوى الثانوية العامة وبنسبة (4.7%).

3. الحالة الاجتماعية

جدول (3)

يبين توزيع أفراد العينة حسب الحالة الاجتماعية

النسبة	التكرار	المستوى التعليمي
41.3%	186	أعزب
48.9%	220	متزوج
5.6%	25	مطلق
4.2%	19	أرمل
100%	450	المجموع

من خلال الجدول السابق يتضح لنا أن أكثر أفراد العينة كانوا من المتزوجين حيث بلغ عددهم 220 فرداً شكلوا ما نسبته 48.9% من عينة الدراسة، وأن العزاب بلغ عددهم 186 فرداً وبنسبة 41.3% من عينة الدراسة، في حين أن ما نسبته 5.6% من أفراد العينة كانوا من المطلقين، وأن ما نسبته 4.2% من الأرامل.

4. العمر

جدول (4)

يبين توزيع أفراد العينة حسب العمر

النسبة	التكرار	الفئة العمرية
7.3%	33	19 - 15 سنة
26.4%	119	من 20 إلى 24 سنه
19.6%	88	من 25 إلى 29 سنه
32.7%	147	من 30 إلى 34 سنه و 35-39
7.8%	35	من 40-44 سنة
2.2%	10	من 45-49 سنة
2.2%	10	من 50 - 54 سنة
1.8%	8	55 سنه فأكثر
100%	450	المجموع

من الجدول السابق نجد أن معظم أفراد العينة كانوا ضمن الفئة العمرية من 30 إلى 34 سنة و 35-39 سنة حيث بلغ عددهم 147 فرداً ونسبتهم 32.7%، يليهم من هم ضمن الفئة العمرية

من 20 إلى 24 سنة حيث بلغ عددهم 119 فرداً شكلوا ما نسبته 26.4%. وتوزع باقي أفراد العينة على باقي الفئات العمرية بنسب متقاربة لكنها قليلة.

5. الدخل الشهري

جدول (5)

يبين توزيع أفراد العينة حسب الدخل الشهري

النسبة	التكرار	الدخل الشهري
18.9%	85	أقل من 150 دينار
32.2%	145	من 200- 249 دينار
17.6%	79	من 250 إلى 299 دينار
3.6%	16	من 300-349 دينار
9.1%	41	من 350-399 دينار
5.8%	26	من 400-449 دينار
10.2%	46	من 450-499 دينار
2.7%	12	500 دينار فأكثر
100%	450	المجموع

من خلال الجدول السابق يتبين لنا أن معظم أفراد العينة كان مستوى دخلهم ضمن الفئة (من 200- 249 دينار، إذ بلغ عددهم 145 فرداً شكلوا ما نسبته 32.2%)، ويتبين لنا كذلك أن ما نسبته 18.9% من عينة الدراسة كان مستوى دخلهم ضمن الفئة (أقل من 150 ديناراً)، يليهم ذوي الفئة (من 250 إلى 299 ديناراً) وبنسبة 17.6%، وتوزع باقي أفراد العينة على باقي فئات الدخل وبنسب قليلة ومتقاربة.

جدول (6)

يبين توزيع أفراد العينة حسب مكان السكن

النسبة	التكرار	مكان السكن
60.4%	272	مدينة
18.7%	84	قرية
7.8%	35	بادية
31.1%	59	مخيم
100%	450	المجموع

من الجدول السابق نجد أن معظم أفراد العينة من سكان المدن حيث بلغ عدد الذين يسكنون في المدينة 272 فرداً من أصل 450 فرد شكّلوا عينة الدراسة، حيث بلغت نسبتهم 60.4%، في حين أن سكان القرى كان عددهم 84 فرداً، وأن سكان البادية بلغ عددهم 59 فرداً، وبلغ عدد سكان المخيمات 59 فرداً.

ثانياً: تحليل أسئلة الدراسة

المجموعة الأولى من الأسئلة

1. هل لديك جهاز (استقبال) راديو؟

جدول (7)

يبين توزيع إجابات أفراد العينة على السؤال

النسبة	التكرار	الإجابة
97.9%	440	نعم
2.1%	10	لا
100%	450	المجموع

من خلال الجدول يتضح لنا أن أغلب أفراد العينة يمتلكون جهاز استقبال المحطات الإذاعية راديو حيث بلغ عددهم 440 فرداً ونسبتهم 97.9%، في حين أن الذين لا يمتلكون جهاز استقبال المحطات الإذاعية لم تتجاوز نسبتهم 2.1% فقط.

2. هل تستمع إلى محطات الـ (FM) الإذاعية؟

جدول (8)

يبين توزيع إجابات أفراد العينة على السؤال

الإجابة	التكرار	النسبة
نعم	376	83.6%
لا	28	6.2%
أحياناً	46	10.2%
المجموع	450	100%

من خلال الجدول السابق يتضح لنا أن معظم أفراد العينة يستمعون لمحطات الـ (FM) الإذاعية بشكل دائم، شكلوا نسبة 83.6%، في حين أن الذين لا يستمعون لمحطات الـ (FM) أبداً فقد بلغ عددهم 28 فرداً لم تتجاوز نسبتهم 6.2%، ونجد أيضاً أن الذين أحياناً ما يستمعون لمحطات أحياناً الـ (FM) بلغ عددهم 46 فرداً شكلوا ما نسبته 10.2 من عينة الدراسة ونسبة من يستمعون لمحطات (FM) دائماً وأحياناً بلغت (93.8%).

3. ما هي المدة التي تقضيها في سماع محطات الـ (FM)؟

جدول (9)

يبين توزيع إجابات أفراد العينة على السؤال

الإجابة	التكرار	النسبة
أقل من ساعة	151	33.6%
من ساعة إلى أقل من ساعتين تقريباً	174	38.7%
من ساعتين إلى أقل من أربع ساعات	99	22.0%
أربع ساعات فأكثر يومياً	26	5.8%
المجموع	450	100%

معظم أفراد العينة يقضون من ساعة إلى أقل من ساعتين يستمعون لمحطات الـ (FM) حيث بلغ عددهم 174 فرداً شكلوا ما نسبته 38.75%، يليهم الذين يقضون أقل من ساعة يومياً في استماعهم لمحطات الـ (FM)، وبنسبة 33.6%، يليهم الذين يقضون من ساعتين إلى أقل من أربع ساعات، والذين يقضون أربع ساعات يومياً فأكثر.

4. ما هي المحطات التي تفضل الاستماع إليها؟

جدول (10)

يبين توزيع إجابات أفراد العينة على السؤال

النسبة	التكرار	الإجابة
26.2%	118	صوت الغد
6.2%	28	المجد
32.9%	148	روتانا
7.3%	33	فن FM
2.2%	10	عمان نت
6.9%	31	حياة
2.2%	10	MBC
4.0%	18	يرموك FM
8.4%	38	عمان FM
1.8%	8	عمان القرآن الكريم
1.8%	8	إريد FM
100%	450	المجموع

من خلال الجدول السابق يتضح لنا أن قناتي روتانا والغد نالتا أكبر نسبي استماع من أفراد العينة، إذ نجد أن ما نسبته 32.9% من أفراد العينة يفضلون الاستماع لمحطة روتانا، وأن ما نسبته 26.2% من أفراد العينة يفضلون الاستماع لمحطة صوت الغد.

وفيما يلي ترتيب المحطات الإذاعية حسب درجة تفضيل أفراد العينة للاستماع إليها

من الأعلى فالأقل:

1. روتانا
2. صوت الغد
3. عمان FM
4. فن FM
5. حياة
6. المجد
7. يرموك FM

8. عمان نت
9. MBC
10. عمان القرآن الكريم
11. إربد FM

5. ما هي أهم المواد والبرامج التي تفضل الاستماع إليها؟

جدول (11)

يبين توزيع إجابات أفراد العينة على السؤال

النسبة	التكرار	الإجابة
%17.8	80	المواد الدينية
%10.9	49	الأخبار
%11.3	51	الندوات والحوارات
%24.2	109	الأغاني
%11.3	51	المسابقات والفوايزر
%10.2	46	برامج المنوعات
%14.2	64	برامج الخدمات
%100	450	المجموع

من خلال الجدول السابق يتبين لنا أن معظم أفراد العينة يفضلون الاستماع للأغاني التي تبثها محطات الـ (FM) الإذاعية، حيث بلغ عددهم 109 أفراد شملوا ما نسبته 24.2%، يليهم الذين يفضلون الاستماع للمواد الدينية ونسبة 17.8%، يليها برامج الخدمات بنسبة (14.2%) والندوات والحوارات بنسبة (11.3%) والمسابقات والفوايزر بنسبة (11.3%) والأخبار بنسبة (10.9%) والمنوعات بنسبة (10.2%).

6. من وجهة نظرك ما هو الدافع الرئيسي للاستماع لقنوات الـ (FM) بشكل عام؟

جدول (12)

يبين توزيع إجابات أفراد العينة على السؤال

النسبة	التكرار	الإجابة
31.3%	141	تناولها قضايا المجتمع المحلي والخدمات
8.9%	40	التسلية أثناء ممارسة العمل
25.3%	114	تمضية الوقت والتسلية أثناء السفر
6.7%	30	تقديمها البرامج الثقافية المفيدة
6.2%	28	البرامج الخفيفة والكلمة الرشيقة والإيقاع السريع
2.2%	10	الموسيقى والأغاني
19.3%	87	جميع ما ذكر
100%	450	المجموع

من خلال الجدول السابق يتبين لنا أن أكثر سببين اعتبرهما أفراد العينة الأكثر أهمية باعتبارهما الدافع الرئيسي للاستماع لمحطات الـ (FM) كانا: تناولها قضايا المجتمع المحلي والخدمات) و (تمضية الوقت والتسلية أثناء السفر) حيث بلغت نسبتها 31.3%، و 25.3% على التوالي، أما بقية الأسباب فكانت أهميتها قليلة من وجهة نظر أفراد العينة.

7. ما هو الوقت الذي تفضل فيه الاستماع لقنوات الـ (FM) بشكل عام؟

جدول (13)

يبين توزيع إجابات أفراد العينة على السؤال

النسبة	التكرار	الإجابة
50.9%	229	وقت الصباح
4.4%	20	وقت الظهر
17.8%	80	وقت المساء المبكر
10.4%	47	وقت المساء المتأخر
7.3%	33	أثناء السفر داخل المملكة
9.1%	41	في جميع الأوقات
100%	450	المجموع

من الجدول السابق يتبين أن معظم أفراد العينة يفضلون الاستماع لمحطات الـ (FM) في وقت الصباح، حيث بلغ عددهم 229 فرداً شكلوا ما نسبته 50.9%، (80) فرداً بنسبة (17.8%) يفضلون الاستماع في وقت المساء المبكر، وتوزع باقي أفراد العينة في إجاباتهم على بقية الأوقات بنسب ذات تمثيل متقارب ولكنه ضعيف. وهذا يعني أن فترة الذروة (Prime time) بالنسبة لمحطات الـ (FM) هو وقت الصباح والمساء المبكر نسبياً.

8. برأيك ما هي سلبيات محطات الـ FM. إذا كان هناك سلبيات:

جدول (14)

يبين توزيع إجابات أفراد العينة على السؤال

النسبة	التكرار	الإجابة
60.9%	274	كثرة الإعلانات التجارية
17.3%	78	بعض البرامج توقيتها غير مناسب للجمهور المستهدف
9.1%	41	التركيز على الأغاني والأمور الفنية
6.2%	28	عدم التجديد في الدورات البرمجية
6.4%	29	أخرى (سطحية بعض البرامج، تدني مستوى الخدمة الإخبارية، بعض البرامج تكاد تخلو من الهدف والمضمون، التكرار والإعادة)
100%	450	المجموع

- ويظهر الجدول السابق سلبيات محطات الـ (FM)، وقد اتفق معظم أفراد العينة على أن كثرة الإعلانات التجارية في هذه المحطات هي إحدى سلبياتها، حيث بلغ عددهم 274 فرداً ونسبتهم 60.9%، وتم ترتيب هذه السلبيات حسب آراء أفراد العين كما يلي:
1. كثرة الإعلانات التجارية.
 2. بعض البرامج توقيتها غير مناسب للجمهور المستهدف بنسبة (17.3%)
 3. التركيز على الأغاني والأمور الفنية بنسبة (9.1%).
 4. عدم التجديد في الدورات البرمجية بنسبة (6.2%)
 5. أخرى بنسبة (6.4%)

النسبة	التكرار	الإجابة
%25.6	115	FM في محمد بصراح مع محمد
%31.8	143	عبدان بيت / (Top ten) الأسماء الأكثر شيوعاً
%8.9	42	القرآن الكريم / إن شاء الله تعالى
%2.2	10	روايات / روايات
%5.3	24	FM / FM
%1.8	8	عبدان بيت / روايات
%4.4	20	FM / FM
%2.2	10	روايات / روايات
%6.2	28	في / (مسائل) ساعة بساعة من وقتنا

يتميز توزيع إجابات سؤالنا على التالي:

(16) جدول رقم

9. ما هي البرامج التي تركز على متابعة واستطلاع الرأي؟

البرامج التي تركز على متابعة واستطلاع الرأي هي: (FM) 26.0% (إب الأسماء الأكثر شيوعاً) 31.8% (عبدان بيت) 8.9% (القرآن الكريم) 2.2% (روايات) 5.3% (FM) 1.8% (عبدان بيت) 4.4% (FM) 2.2% (روايات) 6.2% (في / (مسائل) ساعة بساعة من وقتنا) 25.6%

النسبة	التكرار	الإجابة
%26	117	الأسماء الأكثر شيوعاً
%20.9	94	التوقيت المناسب للبرامج
%48.9	220	التوازن والتنوع في البرامج
%4.2	19	البرامج الجادة (البرامج الجادة، المسابقات، البرامج الجارية)
%100	450	المجموع

يتميز توزيع إجابات سؤالنا على التالي:

(15) جدول رقم

9. ما هي البرامج التي تركز على متابعة واستطلاع الرأي؟

شلية

الرقم	الفقرة	المتوسط الحسابي
4	أفضل الاستماع لمحطات الـ (FM) في أوقات الظهيرة	1.60
5	أفضل الاستماع لمحطات الـ (FM) في أوقات المساء وقبل النوم	1.59
6	أفضل الاستماع لمحطات الـ (FM) أثناء العمل، بحيث تكون خلفية.	1.54
7	أستمع لمحطات الـ (FM) لأنها تقوم بعرض وتناول قضايا المجتمع المحلي في بثها برامجها	1.28
8	أستمع لمحطات الـ (FM) للتسلية وقضاء وقت الفراغ	1.51
9	تعتبر البرامج والأغاني التي تقدمها قنوات الـ (FM) مقبولة اجتماعياً.	1.15
10	أفضل الاستماع إلى محطات الـ FM لأنها توصل صوت المواطن إلى المسؤولين وتساعد في حل المشكلات وقضايا الخدمات وتشجع الحوار.	1.33
11	أفضل الاستماع إلى محطات الـ FM أثناء الدراسة	1.77
12	أفضل الاستماع إلى محطات الـ FM بسبب التنوع والتوازن في برامجها.	1.57
13	أفضل الاستماع إلى محطات الـ FM لأن نسبة مشاركة المستمعين في برامجها عالية	1.36
14	أفضل الاستماع إلى برامج الندوات والمناقشات على محطات FM	1.27
15	أفضل الاستماع إلى برامج المسابقات على محطات FM	1.42

من خلال الجدول السابق يتبين لنا ما يلي :

1. اختلفت إجابات أفراد العينة على هذه المجموعة من الأسئلة وكان هناك تباين واضح فيها، إذ اتجهت بعض الإجابات نحو (نعم) وبعضها الآخر نحو (لا).
2. اتفق معظم أفراد العينة على أنهم يفضلون الاستماع للقنوات التي تركز على الأغاني الخفيفة والبرامج الفنية الممتعة، وبمتوسط حسابي يشير إلى ذلك بلغ 1.28.
3. واتفقوا أيضاً على أنهم يفضلون الاستماع لمحطات الـ (FM) لأنها تقوم بعرض وتناول قضايا المجتمع المحلي في بثها برامجها، وبمتوسط حسابي بلغ 1.28.
4. اعتبر معظم أفراد العينة أن البرامج والأغاني التي تقدمها قنوات الـ (FM) مقبولة اجتماعياً، وبمتوسط حسابي بلغ 1.15.

5. يفضل معظم أفراد العينة الاستماع إلى محطات الـ FM لأنها توصل صوت المواطن إلى المسؤولين وتساعد في حل المشكلات وقضايا الخدمات وتشجع الحوار، وبمتوسط حسابي بلغ (1.33%).
6. يفضل معظم أفراد العينة الاستماع إلى محطات الـ FM للأسباب التالية:
 - لأن نسبة مشاركة المستمعين في برامجها عالية وبمتوسط حسابي بلغ (1.36%).
 - لبثها برامج الندوات والمناقشات على محطات الـ FM وبمتوسط حسابي (1.27%).
 - لبثها برامج المسابقات وبمتوسط حسابي (1.42%).
7. في باقي فقرات هذه المجموعة من الأسئلة اتفق معظم أفراد العينة على الإجابة بـ (لا) على ما جاء في هذه الفقرات.

ثالثاً مناقشة الفرضيات

من خلال إجابات أفراد العينة على أسئلة أداة الدراسة تم التوصل إلى ما يلي:

1. كان معظم المستمعين لقنوات (FM) من الفئة الشابة مما يعني أن الفئة الشابة هي الفئة الأكثر تعرضاً لمتابعة برامج وأغاني محطات الـ (FM) بدرجة كبيرة، لأنها تستهوي ميولهم وتشجع رغباتهم واحتياجاتهم، وهذا ما يثبت صحة الفرضية الأولى؟
2. كانت الفئات العمرية الكبيرة والمتقدمة الأقل تعرضاً واستماعاً لمحطات الـ (FM) لأنها لا تلبى رغباتهم واحتياجاتهم، وهذا ما يثبت صحة الفرضية الثانية.
3. تتبع قنوات الـ (FM) مجموعة من الأساليب المختلفة لجذب المستمع الأردني لها، بث الأغاني الخفيفة وذات الإيقاع السريع، طرح وتناول قضايا مهمة ذات طابع شعبي وجماهيري، برامج المسابقات. مما يعني أن الفرضية الثالثة صحيحة وهي مثبتة.
4. أسلوب الأداء المتميز والكلمة الرشيقة والإيقاع السريع الخفيف والمحتوى المتنوع ونوعية البرامج الخفيفة والأعمال الفنية من العوامل الأساسية لتعرض واستماع الشباب لمحطات الـ (FM)، ما يشير إلى إثبات الفرضية الرابعة.

5. تؤثر قنوات الـ (FM) على المستمعين بشكل إيجابي من خلال فتح مساحة معينة من خلالها لطرح آرائهم ومقترحاتهم والحوار وعلاج بعض المشاكل، ونجد أيضاً بعض التأثيرات السلبية على المستمعين، مما يثبت الفرضية الخامسة.
6. معظم أفراد العينة من الفئات العمرية الكبيرة والمتقدمة يفضلون الاستماع للمحطات الدينية، وهذا يعني أن الفرضية السادسة مثبتة وصحيحة أيضاً.

النتائج

من خلال توصيف عينة الدراسة وتحليل أسئلتها تم التوصل إلى مجموعة من النتائج:

1. يفضل المستمعون الأردنيون الاستماع إلى محطات فن FM، وصوت الغد، وإذاعة عمان نت، ومحطة روتانا الغنائية
2. يفضل المستمعون الأردنيون المتابعون لمحطات (FM) الإذاعية الاستماع إلى الأغاني والمسابقات والفوازير والمواد الدينية.
3. يفضل المستمعون الأردنيون المتابعون لمحطات (FM) بشكل عام وقت الصباح في الاستماع لهذه المحطات.
4. يقوم المستمع الأردني وبشكل عام بالاستماع ومتابعة قنوات الـ (FM) بدرجة كبيرة، وذلك أثناء السفر أو خلال العمل، أو في الطريق إلى العمل وفي طريق العودة من العمل.
5. من أهم الأسباب التي تدفع المستمعين الأردنيين للاستماع لقنوات الـ (FM) بشكل عام تناولها قضايا المجتمع المحلي والخدمات، وتقديمها البرامج الخفيفة والكلمة الرشيقة والإيقاع السريع. ولأن نسبة مشاركة المستمعين List hers participation في برامجها عالية.
6. من أكثر السلبيات التي تعاني منها محطات الـ FM من وجهة نظر المستمعين الأردنيين لها، هي أن بعض البرامج توقيتها غير مناسب للجمهور المستهدف، وعدم تجديدها للدورات البرمجية Program schedules.
7. أسلوب الأداء والإيقاع السريع ووضوح شخصية وهوية المحطة، التوازن والتنوع في البرامج Personality and identity of the radio station تعتبر من أهم إيجابيات محطات الـ (FM) الإذاعية.

8. برنامج بصراحة مع الوكيل، وبرنامج سباق الأغاني (Top ten)، يعتبران من أكثر البرامج متابعة من قبل جمهور المستمعين لمحطات الـ (FM) في الأردن.
9. يفضل المستمعون الاستماع إلى محطات الـ (FM) لأنها توصل صوت المواطن إلى المسؤولين وتساعد في حل المشكلات وتعرض لقضايا ومشكلات المواطنين وتشجع الحوار.

التوصيات

1. يجب على محطات الـ (FM) القيام بتناول قضايا المجتمع المحلي والخدمات، والتي تتناول القضايا والمشكلات العامة وتقديم البرامج الخفيفة والكلمة الرشيقة والإيقاع السريع، للتأثير المستمعين نحو التعرض لها.
2. ضرورة تركيز محطات الـ (FM) في بث برامجها المهمة وذات العلاقة المباشرة بالوطن والمواطن في وقت الصباح، إن هذا الوقت هو ما يفضله مستمعو مثل هذا النوع من القنوات.
3. يجب على قنوات الـ (FM) مراعاة التوقيت المناسب في بث البرامج والمواد للجمهور المستهدف، والعمل على تجديد الدورات البرمجية فيها وعدم اللجوء للتكرار والإعادة.
4. يجب على محطات الـ (FM) التميز في الأداء والإيقاع ووضوح شخصية المحطة، والعمل على التوازن والتنوع في برامجها.
5. العمل على إيصال صوت المواطن إلى المسؤولين والمساعدة في حل المشكلات وقضايا الخدمات وتشجيع الحوار.
6. المساهمة في تطوير البنى الاجتماعية والاقتصادية والفكرية في المجتمع المحلي بالإضافة إلى المساهمة في تنفيذ الخطط التنموية الموضوعة من قبل الجهات المختصة، ويمكن أن تستفيد برامج التنمية الاجتماعية في الدول النامية بشكل عام إذا عملت على تغطية الأنشطة التنموية في القالب الإخباري، حيث تحظى البرامج الإخبارية بمعدلات عالية من الاستماع في كل الدول كما أن عرض برامج التنمية الاجتماعية في إطار البرامج الإخبارية وضمن نشرات الأخبار يجعلها تحظى بمصداقية عالية، فالبرنامج التنموي يكتسب الشكل المنطقي المقنع القابل للتصديق.

7. الاهتمام بالخدمة الإخبارية كنشرات الأخبار والبرامج الإخبارية التي تحتل أهمية بالغة على خريطة البرامج والدورات البرمجية والتي تعتبر المرآة التي تعكس النشاطات المحلية والعربية والعالمية من خلال حلقة الوصل الهامة بين المواطنين وبين ما يدور حولهم من أحداث، إن تطبيق ما تم ذكره لا يتم إلا عن طريق جهد مركز لتوفير المعلومات لأفراد المجتمع المحلي بتثقيفهم ومساعدتهم على تنمية قدراتهم ولا بد أن تأتي برامج محطات الـ FM ترجمة واقعية لاحتياجات المجتمع المحلي من خلال البرمجة Programming كاستراتيجية استخدام وتتابع البرامج عبر الجدول الإذاعي الذي يتم تخطيطه لجذب الجماهير المستهدفة بعناية. وحتى تحقق البرامج فعاليتها لابد أن تقوم هذه المحطات بإجراء دراسات مستمرة لمعرفة رد فعل الجمهور وتقييم البرامج، فالراديو والتلفزيون أفضل وسائل الإعلام في الوصول إلى الجمهور.

The Attitudes of the Listeners towards the FM Community Radio Stations in Jordan.

Abstract

The objective of this study is to identify the views and attitudes of the listeners towards the FM community radio stations in Jordan. The study aimed to examine the stature and the importance of the FM radio stations particularly to the youths listeners as a communication phenomenon in the Jordanian society, and to identify its role in the local community.

The study also aimed to explore the advantages and the disadvantages of the FM radio stations.

The study revealed that 83.6% of the respondents tune to the FM stations always and 10.2% tune to the FM stations sometimes. Regarding the programs preferability the study shows that the most preferable was the entertainment programs songs (Top ten) by 24.2% followed by the religious programs 17.8% and the service programs with a percentage of 14.2% and the dialogue and discussion programs 11.3% the contests and quiz programs 11.3%, the news 10.9%.

One of the major findings of the study revealed that 34.2% of the sample tune to the FM stations for entertainment and as a time killer during their travel or commuting or while they are working.

50.9% of the respondents tune to the FMs. In the morning. While 17.8% tune to the FMs in the early evening 31.3% of the sample said that the major motive for them to tune to the FMs due to its dealing with the issues, problems, and the services of the local community.

The study revealed that one of the major disadvantages of the FMs. is the numerousness of the advertising's and the commercials and the lock of the programs schedules dating up with a percentage of 60.9% while the major advantage of the FMs. is the diversified and balanced programs schedules with a percentage of 48.9%.

Concerning the programs the respondent care and prefer to tune regularly, to the program of the songs contest (top ten) on Amman net ranks first with a percentage of 31.8% followed by frankly with al- wakeel on Fen FM ranks the second with a percentage of 25.6%.

قدم البحث للنشر في 2008/4/15 وقبل في 2009/12/23

الهوامش:

- (1) بركات، 2006، الإذاعات الدولية، ص 128.
- (2) مكاي، 1989، إنتاج البرامج للراديو النظرية والتطبيق، ص 63-65.
- (3) نفس المرجع، 1989، ص 57
- (4) كتاب، 2007، (مقابلة)، (13)، مارس 2007.
- (5) مكاي 1989، ص 58
- (6) منشورات هيئة الإعلام المرئي والمسموع (2006).
- (7) نفس المرجع، 2006
- (8) المرجع السابق، 2006.
- (9) نفس المرجع، 2006.
- (10) كتاب مارس، 2007، (مقابلة).
- (11) لقاء مع داود كتاب مدير عمان نت نائب رئيس الاتحاد العالمي للإذاعات المجتمعية.
- (12) شلبية، ابريل 2007 المنسق وعضو اللجنة الفنية ليرموك FM.
- (13) نفس المرجع، 2007
- (14) نفس المرجع، ابريل، 2007 - منشورات خاصة بالإذاعة، 2007.
- (15) إذاعة صوت معان، يناير، 2007 - منشورات مركز الدراسات والاستشارات
- (16) داوود كتاب، (13) مارس 2007 (مقابلة).
- (17) حاتم محسن (مقابلة)، 5 أيار 2007.
- (18) نفس المرجع، 2007.
- (19) إذاعة صوت الغد، 15 أبريل، 2007.

- (20) الرجبي مدير البرامج بحياة FM (مقابلة) أبريل 2007.
- (21) طنوس، المدير الفني بإذاعة فن FM (مقابلة) أبريل 2007.
- (22) نفس المرجع، أبريل 2007.
- (23) الرواس، 2004، مدى استماع الشباب لمحطات الاذاعة العربية والاشباعات المتحققة- دراسة ميدانية.
- (24) عبد العظيم، 2001، ادراك الشباب الجامعي لتأثير المحطات الفضائية على أخلاقيات المجتمعات العربية - دراسة ميدانية.

المصادر والمراجع

- إذاعة صوت معان، مارس، 2007 - منشورات الإذاعة 2007.
- الحجيلان، جميل، كيف يواجه العرب الإعلام الغربي مواجهة عقلانية تمنح دفوعهم مصداقية القبول، 2003، مقال منشور على الانترنت: www.balagh.com/islam.
- الحسن، عبد العزيز حمد، وسائل الإعلام والإعلان. وصف نظري للعلاقة والتأثير، 2005، مقالة منشورة على الانترنت، (Www.Islamonline.COM.NET)
- الرجبي، محمود، مساعد مدير البرامج بإذاعة حياة FM، مارس 2007.
- الرواس، أنور، مدى استماع الشباب لمحطات الإذاعة العربية والإشباعات المتحققة، مجلة جامعة السلطان قابوس، العدد 2004، 3، ص ص 24-76.
- السيد أحمد مصطفى، البحث الإعلامي، مفهومه وإجراءاته ومفاهيمه، الكتاب الأول، منشورات جامعة قاريونس، بنغازي، ط1، 1994، ص 57.
- اللجنة العربية لدراسة قضايا الإعلام والاتصال في الوطن العربي، الإعلام العربي حاضراً ومستقبلاً، ص 76-77.
- النعمي، محمد عبد العال، شندي، أديب قاسن، العولمة ومستقبل الوطن العربي، مقال منشور في مجلة الحكمة، السنة الأولى، العدد 5، بغداد، 1998م، ص 76.
- بركات، سهير عبد الغني، الإذاعات الدولية، دراسة مقارنة لنظمها وفلسفها، مؤسسة أبو ريشة للنشر والتوزيع، دمشق، 2000، ص 128.
- بني هاني، حسين، مدير عام هيئة الإعلام المرئي والمسموع، (مقابلة)، يناير 2007.

دليمي، عبد الرزاق محمد، إشكاليات الاتصال والإعلام في العالم الثالث، عمان: مكتبة الرائد العلمية، 2004، ص16

شلبية، محمود، منسق وعضو اللجنة الفنية لإذاعة يرموك FM، (مقابلة)، أبريل 2007.

طنوس، أنور، المدير الفني بإذاعة فن FM، أبريل 2007.

عبد العظيم، سهير، إدراك الشباب الجامعي لتأثير المحطات الغنائية على أخلاقيات المجتمعات العربية، جامعة الإمارات، 2001، ص 20-30.

كتاب، داوود، مدير إذاعة عمان نت، نائب رئيس الاتحاد العالمي للإذاعات المجتمعية (مقابلة)، مارس 2007.

محسن، حاتم، مدير إذاعة عمان FM (مقابلة) مايو، 2007.

مكاوي، حسن عماد: إنتاج البرامج للراديو - النظرية والتطبيق - القاهرة مكتبة الأنجلو المصرية، 1989.

هيئة الإعلام المرئي والمسموع، منشورات 2006.