

استخدامات أفراد المجتمع السعودي للمحطات الإذاعية المحلية والإشاعات المتحققة منها: دراسة ميدانية على عينة من سكان مدينة الرياض

بكر بن محمد إبراهيم

أستاذ مشارك، بقسم الإعلام، كلية الآداب، جامعة الملك سعود،

الرياض، المملكة العربية السعودية

(قدم للنشر في 20/2/1430هـ، وقبل للنشر في 26/4/1430هـ)

ملخص البحث. تهدف هذه الدراسة الوصفية إلى معرفة مدى استفادة أفراد المجتمع السعودي من خلال برامج المحطات الإذاعية المحلية (حكومية وخاصة)، ومدى الرضا عنها. وسيتم من خلال هذه الدراسة تحقيق عدد من الأهداف الفرعية من خلال الإجابة عن عدة تساؤلات يتعلق أبرزها بمعرفة طبيعة الاستماع للإذاعات المحلية السعودية الحكومية أو الخاصة، وأسباب عدم الاستماع لتلك المحطات، ونوعية المحطات الإذاعية والأشكال البرمجية المفضلة، بالإضافة إلى معرفة دوافع الاستماع، وهل يحقق الاستماع إشباعاً لدوافع أفراد المجتمع السعودي؟ ومعرفة مدى رضا أفراد المجتمع عن الأشكال البرمجية المقدمة في الإذاعات الحكومية والخاصة، وهل توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين أفراد الجمهور وحجم استماعهم للمحطات الإذاعية الحكومية والخاصة؟ وهل توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين أفراد الجمهور في مدى رضاهم عن الأشكال البرمجية المقدمة سواءً في الإذاعات الحكومية أو الخاصة؟ وقد بلغ عدد أفراد العينة التي تم إجراء الدراسة عليهم (565) مفردة، مثلوا جميع مناطق مدينة الرياض، وكان عدد من لا يستمعون للمحطات الإذاعية المحلية (195) مفردة، أي بنسبة 34.5%، أجابوا فقط على بياناتهم الشخصية وأسباب عدم استماعهم للمحطات الإذاعية، فيما بلغ عدد من يستمعون (370) مفردة أي بنسبة 65.5%، وهم من تم من خلالهم تحري أهداف الدراسة.

وأوضحت النتائج أن السبب الأهم في عدم الاستماع للمحطات الإذاعية المحلية يعود لقدرة القنوات التلفزيونية على جذب الانتباه أكثر من المحطات الإذاعية، كما بينت النتائج أن ما يقرب من نصف أفراد العينة (42.7%) يفضلون السماع للمحطات الإذاعية الخاصة، تلتها في ذلك المحطات الحكومية العامة، ثم المحطات الحكومية المتخصصة، وظهر من ترتيب مدى الاستماع للمحطات الإذاعية السعودية الحكومية والخاصة احتلال قناة إم بي سي إف إم التجارية MBC FM للمرتبة الأولى من حيث الاستماع، تلتها محطة البرنامج العام الحكومية في المرتبة الثانية، ثم محطة بانوراما الخاصة في المرتبة الثالثة. وحول الدوافع من وراء الاستماع لكل من المحطات الإذاعية الحكومية والخاصة أظهرت النتائج اختلاف ترتيب دوافع الاستماع في كلا النوعين من المحطات الحكومية والخاصة، في حين لم يظهر الاختلاف ذاته بالنسبة للإشباع المتحققة من الاستماع. كما توصلت نتائج الدراسة إلى عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الخصائص الديموغرافية لأفراد العينة مع حجم استماعهم للمحطات الإذاعية، سوى في متغير المستوى التعليمي، أما بالنسبة للفروق ذات الدلالة الإحصائية بين الخصائص الديموغرافية ومدى الرضا عن الأشكال البرمجية المقدمة في كلا النوعين من الإذاعات الحكومية والخاصة، فقد رصدت النتائج عدة فروق ذات دلالة إحصائية، كان أبرزها بين المتغيرات الديموغرافية والشكل البرمجي الخاص بـ: (البرامج الفنية مثل الأغاني والموسيقى وأخبار الفن).

موضوع الدراسة وأهميته

تعد الإذاعة أحد أهم وسائل الاتصال الجماهيري التي تلعب دوراً حاسماً في توصيل المعلومات للجماهير، متخطية الحواجز الجغرافية والثقافية، وتتميز هذه الوسيلة بعدة خصائص مكنتها من احتلال مكانة لائقة بين وسائل الاتصال الجماهيري المختلفة. وتتعدد الأمثلة التي تبرز هذا الدور في الاعتماد على هذه الوسيلة، حيث تستفيد منه قطاعات كثيرة في أي مجتمع، مثل هيئات الأرصاد الجوية أو إدارات المرور والأمن والسلامة، وغيرها من القطاعات في إخبار الناس المتنقلين عبر وسائل المواصلات، بتوقعات حول التقلبات الجوية أو الاختناقات والحوادث المرورية على الطرقات. وقد سجلت الإذاعة لصالحها خلال عقود

طويلة من الزمن، شهادات اعتراف عديدة بإسهاماتها في مجالات التنمية الإنسانية، فلم ينحصر دورها في المدن الكبيرة، بل امتد ليكون الفاعل الرئيس في مشاريع التنمية على مستوى المدن الصغيرة والأرياف. ويرى كريم (2000م، ص 247) أن الإذاعة "استطاعت في مدة لا تزيد على ربع قرن، أن تتبوأ المركز الأول، بين وسائل الإعلام والتعبير، من حيث الانتشار وقوة التأثير، ونشر الثقافة، والتوجيه، بين أمم العالم عامة والأمم المتخلفة، أو الصاعدة خاصة". وتؤكد الخلفية التاريخية لنشأة الإذاعة المسموعة، أهمية الراديو بوصفها وسيلة اتصالية جماهيرية، والدور الذي لعبته هذه الوسيلة منذ نهاية القرن التاسع عشر وحتى اليوم، بالإضافة إلى التنافس بين الإذاعة والصحافة المطبوعة، والتلفزيون فيما

إم FM MBC التي انطلق بثها في يونيو من عام 1994م.

وكانت هذه الإذاعة نقطة انطلاق لمحطة إذاعية أخرى تتبع المستثمر ذاته، وهي إذاعة بانوراما إف إم Panorama FM التي بدأت بثها في عام 2005م، ويؤكد (صبري، وعبود، 2008م، ص 96) في معرض حديثهما عن الإذاعات الخاصة في المملكة العربية السعودية أن إذاعة MBC FM تقدم برامج الموسيقى الخليجية إلى جانب البرامج الخفيفة على مدار الساعة، في إشارة إلى توجهها الخليجي، في حين أن إذاعة بانوراما تقدم أغاني عربية إلى جانب البرامج الحوارية الشيقة، في إشارة إلى توجهها العربي.

كما يصور كل من (صبري، وعبود، 2008م، ص 111 - 121) وضع الإذاعات الحكومية والخاصة في العالم العربي، بأن الإذاعات الخاصة جاءت لتلائم البيئة الاتصالية الجديدة التي فرضتها تطورات تقنيات الاتصال، ساعدها في ذلك صفات وقدرات خاصة بها، حيث استطاعت تقصي رغبات الجمهور، على الاستفادة من كل إمكانات التفاعل معه وإتاحة الفرصة له للمشاركة، كما أن هذه الإذاعات تتميز بالتخصص في المضامين البرمجية المقدمة بقدرتها على استغلال الإمكانيات التكنولوجية الحديثة، نتيجة لعملها بمبدأ الاقتصاد الحر، أما بالنسبة للإذاعات الحكومية فيرى الباحثان بعد أن أوضحا الأدوار التي لعبتها الإذاعات الحكومية في تطور

مضى، والذي كان غالباً ما يحسم لصالح الراديو. وقد عرفت المملكة العربية السعودية انطلاقة الإذاعة بشكل فعلي في عهد الملك عبدالعزيز آل سعود رحمه الله بتاريخ 1368/12/9هـ (2/10/1949م)، حيث بدأ البث والإرسال من مدينة جده. (الشبيلي، 2000م، ص 155).

وقد شهد تطور الإذاعة الرسمية الحكومية في المملكة العربية السعودية عدة مراحل، قسمها (كريم، 2000م، ص 24) في أربعة مراحل بدأت من عام 1368هـ (1949م) وحتى الثمانينات الأخيرة من القرن الماضي، حيث شملت التطورات الجوانب الهندسية والإدارية والقانونية والبرمجية، بالإضافة إلى نشأة الإذاعات المتخصصة مثل إذاعة القرآن الكريم.

كما أسهم القطاع الخاص في المملكة العربية السعودية من خلال استثماراته في مجال الإعلام الخارجي في إنشاء محطات إذاعية تبث من خارج المملكة، ويغطي بثها أراضي المملكة العربية السعودية وبعض الدول العربية مستفيداً في هذا الشأن من تقنيات الأقمار الصناعية، وفي هذا الصدد يوضح الشبيلي (2000م، ص 270 - 293) أن الاستثمار في مجال الإعلام داخل المملكة لم يبدأ إلا بعد عام 1974م، وذلك في تخصصات متعددة منها إنشاء المحطات الإذاعية والتلفزيونية، واستشهد بمجموعة آراء الدولية التي تمتلك محطة تلفزيون الشرق الأوسط Middle East MBC Television، وينبثق عنها إذاعة إم بي سي إف

الأخرى، ومعرفة أي الدوافع وراء الاستماع لتلك الإذاعات والإشباع التي تحققها، ومدى الرضا عن البرامج لدى الإذاعات الحكومية أو الخاصة.

مشكلة الدراسة وأهدافها

تتلخص مشكلة الدراسة الحالية وهدفها الرئيس في التعرف إلى مدى استفادة أفراد المجتمع السعودي من برامج المحطات الإذاعية المحلية (حكومية وخاصة)، ومدى الرضا عنها. وسيتم التعرف إلى طبيعة المشكلة البحثية وهدفها الرئيس من خلال تحقيق الأهداف الفرعية الآتية:

- 1 التعرف إلى طبيعة الاستماع للمحطات الإذاعية الحكومية والخاصة وحجمه.
- 2 التعرف إلى أسباب عدم الاستماع إلى المحطات الإذاعية الحكومية والخاصة.
- 3 تحري نوعية المحطات الإذاعية السعودية التي يفضلها أفراد المجتمع.
- 4 معرفة مدى الاستماع للمحطات الإذاعية الحكومية والخاصة.
- 5 بيان الأشكال البرمجية الإذاعية التي يفضل أفراد المجتمع الاستماع إليها.
- 6 تحديد المحطات الإذاعية التي يفضل أفراد المجتمع من خلالها متابعة أشكال المواد البرمجية الإذاعية.
- 7 معرفة الدوافع من وراء الاستماع إلى

المجتمعات العربية، أن وجود الإذاعات الحكومية هو أمر مهم، ولا ينبغي أن يتم التعامل معها بمنطق الاستحياء أو التبرير، كونها مازالت تحتفظ لنفسها بجوانب إيجابية، مثل: اهتمامها بتحقيق المصلحة العامة، وتحقيق التماسك الاجتماعي السياسي، وتبني القضايا القومية للأمم، والتكامل مع خطط التنمية، والحفاظ على الهوية الوطنية، والاهتمام بالقضايا القومية، والمشاركة في خطط التنمية المستدامة والتعليم المستمر، والوصول إلى مختلف فئات المجتمع، وتقديم الخطاب الديني المستنير، والاهتمام بالفئات النوعية في المجتمع مثل الأطفال والعاملين في التراث الشعبي.

وتنبع أهمية الدراسة الحالية من خلال أهمية الدور الذي تلعبه المحطات الإذاعية المسموعة في المجتمعات، بالإضافة إلى أن كون المحطات الإذاعية، لم تحفل بالاهتمام ذاته الذي لاقته المحطات التلفزيونية عموماً وفي ظل البث التلفزيوني عبر الأقمار الصناعية خصوصاً من قبل الباحثين وطلاب الدراسات العليا في العالم العربي عموماً، والمجتمع السعودي بشكل خاص. ويشكل هذا الجانب الأهمية العلمية للدراسة الحالية، أما الجانب التطبيقي، فقد تعمل هذه الدراسة على إفادة العاملين والقائمين على المحطات الإذاعية السعودية الحكومية أو الخاصة من خلال الإجابة عن تساؤلات الدراسة التي تعنى بمعرفة أسباب عدم الاستماع للمحطات الإذاعية السعودية، ومدى الاستماع لأي منها، ومدى تفضيل إحداها على

ويعيد مكاوي، والسيد (1998م) بداية نشوء هذه النظرية إلى الدراسات التي أجريت في ثلاثينيات القرن الماضي. فيما يضع عبد الحميد (1997م، ص210-214) ما يشبه التصنيف لمراحل الدراسات التي طبقت وأجريت حول نموذج الاستخدامات والإشباعات خلال عقود الأربعينيات والخمسينيات والستينيات والسبعينيات في القرن الماضي، بوصفها أبرز مراحل بحوث الاستخدامات والإشباعات. ففي تلك العقود ظهر عديد من النماذج النظرية التي أسست لنظرية الاستخدامات والإشباعات، والتي انطلقت من خلال دراسات استخدامات وسائل الإعلام وعلاقتها بدوافع الفرد النفسية والاجتماعية، والوظائف التي تقوم بها وسائل الإعلام في المجتمعات. ومن أبرز النماذج التنظيرية التي ظهرت في تلك الفترات الزمنية الماضية، نموذج دانتييل كاتز (Katz) وآخرين، ونموذج روزنجرين (Rozengren)، وكانت هذه النماذج تسعى في غالبيتها إلى تحقيق الأهداف الآتية:

- 1 الكشف عن كيفية استخدام الفرد لوسائل الإعلام.
 - 2 الكشف عن دوافع الفرد من استخدامه لوسائل الإعلام.
 - 3 محاولة فهم عملية الاتصال الجماهيري بشكل متعمق.
- ويرى كاتز وزملاؤه، أن هناك خمسة

المحطات الإذاعية الحكومية.

- 8 معرفة الدوافع من وراء الاستماع إلى المحطات الإذاعية الخاصة.
- 9 معرفة الإشباعات المتحققة من الاستماع إلى المحطات الإذاعية الحكومية.
- 10 معرفة الإشباعات المتحققة من الاستماع إلى المحطات الإذاعية الخاصة.
- 11 التعرف إلى مدى الرضا العام لأفراد المجتمع عن مستوى الأشكال البرمجية التي تقدمها المحطات الإذاعية الحكومية والخاصة.
- 12 رصد الفروق ذات الدلالة الإحصائية بين أفراد العينة من حيث خصائصهم الديموغرافية، وبين حجم الاستماع للمحطات الإذاعية الحكومية والخاصة.
- 13 رصد الفروق ذات الدلالة الإحصائية بين أفراد العينة من حيث خصائصهم الديموغرافية وبين مدى الرضا العام عن أشكال البرامج المقدمة في المحطات الإذاعية الحكومية والخاصة.

الإطار النظري

تدخل الدراسة الحالية في إطارها النظري ضمن دراسات العلاقة بين تعرض الفرد لوسائل الإعلام ودوافع ذلك التعرض، وما يحققه من إشباعات، فيما يسمى نموذج الاستخدامات والإشباعات، الذي يعد أحد مداخل المفهوم الوظيفي لوسائل الإعلام.

حاجات بيولوجية ونفسية واجتماعية لدى الإنسان، وتتفاعل هذه الحاجات مع الخصائص الفردية والإطار الاجتماعي المحيط بالفرد، وينتج عن ذلك مشكلات فردية تختلف في حداثتها وحلول محتملة لتلك المشكلات، ومن ثم تتولد الدوافع لحل المشكلات أو إشباع الحاجات، ويتم ذلك من خلال التعرض لوسائل الإعلام أو ممارسة أنشطة أخرى، ثم تتولد حاجات إضافية تمر بالمراحل السابقة نفسها.

عناصر نظرية الاستخدامات والإشباع

أولاً: افتراض الجمهور النشط

بمعنى أن أعضاء الجمهور نشطون ويختارون التعرض للوسائل التي تلبي حاجاتهم، والمضمون الذي يتفق مع توقعاتهم. وفسر كل من ليفي ووندال عام 1984م مصطلح الجمهور النشط بأنه جمهور "عنيد" Obstinat Audience، يبحث عما يريد من خلال ما تعرضه هذه الوسائل، ويتحكم في اختيار الوسيلة التي تقدم له المضمون الذي يبحث عنه. (Wimmer & Dominic, 2000: 389).

ثانياً: الأصول الاجتماعية والنفسية لاستخدام وسائل الإعلام

يعني هذا العنصر أن أعضاء الجمهور لا يستخدمون وسائل الإعلام بشكل إنفرادي، وإنما باعتبارهم أعضاء في جماعات اجتماعية منظمة وشركاء في بيئة ثقافية واحدة. في إشارة إلى دور

افتراضات رئيسية تقوم عليها نظرية الاستخدامات والإشباع: (عبد الحميد، 1997م، ص222-223):

1 أن جمهور المتلقين لوسائل الإعلام هم جمهور نشط، واستخدامه لوسائل الإعلام موجه لتحقيق أهداف معينة.

2 أن أعضاء الجمهور يمتلكون المبادرة في تحديد العلاقة بين إشباع حاجاتهم، واختيار الوسيلة التي تشبع تلك الحاجات.

3 أن وسائل الإعلام نفسها تنافس وسائل أخرى تعد من مصادر لإشباع الحاجات، مثل الاتصال الشخصي وغيره، مما يدخل عوامل وسيطة في دائرة علاقة استخدام الفرد أو الجمهور لوسائل الإعلام.

4 أن الجمهور هو وحده القادر على تحديد الصورة الحقيقية لكيفية استخدامه لوسائل الإعلام، لأنه هو وحده الذي يحدد اهتماماته وحاجاته ودوافعه ومن ثم يختار الوسائل التي تشبع حاجاته.

5 أن إصدار الأحكام حول قيمة العلاقة بين حاجات الجمهور واستخدامه لوسيلة ما أو محتوى معين، يجب أن يحددها الجمهور نفسه.

في حين يضع نموذج روزنجرين الفروض الأساسية التالية: (مكاوي، والسيد، 1998م، ص242).

هناك مجموعة من العناصر التي تشكل منظور الاستخدامات والإشباع، والتي تبدأ من تولد

الديموغرافية والاجتماعية في التعرض لوسائل الإعلام. الذي تقدمه، واتجاه الأفراد نحو هذه الوسيلة أو تلك، ومعدل تعرض الفرد، والكيفية التي يتعرض بها.

رابعاً: التوقعات من وسائل الإعلام

بين ويندال (Windhal et al. 1992:160-161) أن المكافأة (القيمة) التي يحصل عليها الفرد من تعرضه للوسيلة الإعلامية لها علاقة بتقويم الفرد ذاته للإشباع التي تحققها له الوسيلة، في إشارة إلى أن هذه العملية التي يدخل فيها عنصر القيمة والتوقع، هي في الأساس مدخل مبني على أسس اجتماعية نفسية. بمعنى أن اختلاف توقعات الأفراد في عملية التعرض لوسائل الإعلام، يأتي نتيجة لاختلاف البيئات الاجتماعية الثقافية لكل مجتمع، كما يعني اختلاف توقعات الأفراد في المجتمع الواحد نتيجة لوجود فروق فردية بين أفراد الجمهور. وبهذا فإن التوقع والقيمة يعدان سبباً في عملية التعرض لوسائل الإعلام.

خامساً: التعرض لوسائل الإعلام

أشارت الدراسات والبحوث في مجال الاتصال الجماهيري، إلى وجود علاقات ارتباطية بين الإشباع التي يحققها أفراد الجمهور والتعرض لوسائل الإعلام، حيث يثبت التعرض المتزايد لوسائل الإعلام بأن الجمهور نشط، وأن له القدرة على اختيار المضمون الذي يلبي حاجاته.

سادساً: إشباع وسائل الإعلام

باعتبار أن جمهور وسائل الإعلام جمهور

العوامل الديموغرافية والاجتماعية في التعرض لوسائل الإعلام.

ثالثاً: دوافع الجمهور وحاجاته من وسائل الإعلام

عرف وليامز (Williams, 1984: 60) الدافع بأنه حالة نفسية تحفز الفرد على القيام بالتفكير أو التصرف بطريقة معينة، لأنه يتوقع مستوى من الرضا لحاجة لديه أو مجموعة من الحاجات. وتحفل الأدبيات العلمية في هذا الإطار بتعدد وجهات نظر الباحثين واختلافها حول دوافع الجمهور وحاجاته من استخدامه لوسائل الإعلام، وعلى الرغم من ذلك يمكن إجمالها فيما يلي:

1- دوافع نفعية Instrumental Motives

هي التي تستهدف التعرف إلى الذات، واكتساب المعرفة والمعلومات، والخبرات، وجميع أشكال التعلم بوجه عام، والتي تعكسها نشرات الأخبار والبرامج التعليمية والثقافية.

2- دوافع طقوسية Ritualized Motives

هي التي تعنى بتمضية الوقت، والاسترخاء والصدقة والألفة مع الوسيلة، والهروب من المشكلات، وتنعكس هذه الفئة في البرامج الخيالية مثل المسلسلات، والأفلام والمنوعات، وبرامج الترفيه المختلفة.

ويرجع كل من لامود وأندرسون (Lamude & Anderson, 1992: 362-372) الاختلاف في دوافع تعرض الجمهور لوسائل الإعلام للعوامل

بالتوتر، والدفاع عن الذات، وتنعكس في برامج التسلية والترفيه والإثارة.

ب) (إشباعات شبه اجتماعية **Para- Social**، تتحقق من خلال التوحد مع شخصيات وسائل الإعلام، ويزيد تحقيق مثل هذه الإشباعات عندما تكون علاقة الفرد بالمجتمع ضعيفة، ويزيد إحساسه بالعزلة في مجتمعه. (مكاوي، والسيد، 1998م، ص 243- 249).

من خلال الاستعراض السابق لنظرية الاستخدامات والإشباعات، فإن الدراسة الحالية تسعى إلى الانطلاق وفق تلك المفاهيم والعناصر النظرية لها. حيث تعد هذه الدراسة أفراد المجتمع السعودي، في متابعتهم واستماعهم للمحطات الإذاعية، جمهوراً نشطاً، ويختارون التعرض لمحطات إذاعية معينة تشبع حاجاتهم، وكذلك مضامين برامجية معينة تلبى توقعاتهم.

كما أن من ضمن أهداف الدراسة الحالية معرفة دور العوامل الديموغرافية في طبيعة تعرض أفراد المجتمع السعودي لتلك المحطات الإذاعية، وهو ما يتسق نظرياً مع العنصر الثاني لنظرية الاستخدامات والإشباعات.

أما بالنسبة للعنصر الثالث من عناصر النظرية والمعني بدوافع الجمهور وحاجاته من وسائل الإعلام، فهو ما تهدف إلى الكشف عنه هذه الدراسة، أو تثبت عدم وجوده.

نشط، تحركه دوافعه النفسية والاجتماعية في ذلك الاستخدام، فإنه ينتظر تحقيق نتائج من ذلك الاستخدام، وهي التي يطلق عليها الإشباعات (Gratifications). (انظر أيضاً: Rosengren, 1974 و Mcquail, D, 1984 و Rosengren, K. & Windhl, S. 1972). وقد فصلت دراسات وبحوث الاستخدامات والإشباعات بين الإشباعات التي يبحث عنها الجمهور من خلال تعرضه لوسائل الإعلام، وتلك الإشباعات المتحققة بالفعل من ذلك التعرض.

وفرق لورانس وينر Wenner بين نوعين من الإشباعات هما:

1- إشباعات المضمون **Content Gratifications**

وهي الإشباعات التي تنتج عن التعرض لمضمون وسائل الإعلام، وتنقسم إلى نوعين: أ) (إشباعات توجيهية **Orientalional** تتمثل في مراقبة البيئة والحصول على المعلومات.

ب) (إشباعات اجتماعية **Social** تعني ربط المعلومات التي يحصل عليها الفرد بشبكة علاقاته الاجتماعية.

2- إشباعات العملية **Process Gratifications**

وهي الإشباعات التي تنتج عن عملية الاتصال والارتباط بوسيلة محددة، ولا ترتبط بخصائص الرسالة أو المضمون، وتنقسم إلى نوعين:

أ) (إشباعات شبه توجيهية **Para- Orientalional** وهذه تتحقق من خلال تخفيف الإحساس

العام، وأن أبرز أسباب عدم الاستماع يعود للاكتفاء بمصادر أخرى من الإذاعات، والاكتفاء بمصادر أخرى من قنوات تلفزيونية. كما أظهرت نتائج الدراسة ذاتها أن برامج البث المباشر جاءت في المرتبة الأولى من حيث المتابعة تلتها البرامج الدينية ثم الثقافية، وبالنسبة لدوافع الاستخدام كان الدافع الخاص لشغل وقت الفراغ ودافع معرفة موضوعات تصلح للنقاش أكثر دوافع الاستماع، أما بالنسبة للإشباع المتحققة من وراء الاستماع فبينت النتائج أن أهم الإشباع هي الخاصة بتحقيق التمكن المعرفي من بعض المعلومات، ثم الإشباع الخاص بالمساعدة على التخلص من الملل.

دراسة المحيا (1414هـ) بعنوان: "دوافع

استخدام وسائل الاتصال الإلكترونية ومدى الإشباع الذي تحققه"، وهي دراسة مسحية استبان آراء (745) مفردة من أفراد المجتمع السعودي بهدف التعرف إلى دوافع استخدام التلفزيون، والإذاعة، والفيديو، ومسجل الصوت، والإشباع المتحققة منها، وفي إطار النتائج الخاصة بالإذاعة، بينت النتائج أن دافع معرفة الأحكام الشرعية جاء في مقدمة دوافع أفراد العينة من استخدامهم للإذاعة، تلاه دافع التعرف إلى ما يجري في العالم.

ثانياً: الدراسات السابقة على المستوى العربي

دراسة حسن (1993م) بعنوان: "استخدامات

الأسرة المصرية لوسائل الاتصال الإلكترونية ومدى الإشباع الذي تحققه"، وعملت الباحثة في إطار منهج

كما ستسعى الدراسة، تحت إطار العنصر الرابع من عناصر نظرية الاستخدامات والإشباع والمتعلق بالتوقعات من وسائل الإعلام، إلى معرفة مدى وجود فروق بين أفراد المجتمع السعودي خلال تعرضهم لتلك المحطات، ومعرفة مدى رضا أفراد المجتمع عما تقدمه تلك المحطات أيضاً.

الدراسات السابقة

في إطار السعي نحو الاستفادة مما تقدمه الدراسات والبحوث السابقة عن موضوع البحث الحالي، لم يجد الباحث أي دراسات على المستوى المحلي تتصل مباشرة بموضوع دراسته الحالية، سوى بعض دراسات الاستخدامات للإذاعات والإشباع المتحققة منها، أو الدراسات المقارنة بين الإذاعات الحكومية والخاصة، وهي الدراسات القريبة من موضوع الدراسة الحالية، على المستوى المحلي أولاً، والمستوى العربي ثانياً.

أولاً: الدراسات السابقة على المستوى المحلي:

دراسة التميّاط (2006م) بعنوان:

"استخدامات المواطن السعودي لإذاعة الرياض (البرنامج العام) وإشباعاتها"، وهي دراسة مسحية هدفت إلى التعرف إلى الاستخدامات والإشباع المتحققة من الاستماع لإذاعة الرياض (البرنامج العام) من خلال عينة قوامها (271) مفردة، وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج من أبرزها، أن 41٪ من أفراد العينة نادراً ما يستمعون أولاً يستمعون لإذاعة البرنامج

عموماً، أن سبب تفضيل مشاهدة التلفزيون جاء في مقدمة الأسباب وبنسبة 50٪، تلاه سبب أن أفراد العينة لا يجدون فيها اهتماماتهم بنسبة 33.3٪، فيما أرجع 16.7٪ من أفراد العينة سبب عدم استماعهم للإذاعة إلى كونها مملة.

وأفضت نتائج الدراسة إلى بعض المؤشرات المهمة، فيما يتعلق بأراء المبحوثين نحو الإذاعات الحكومية، حيث رأى المبحوثين وبنسب عالية أن من أهم السمات الإيجابية التي تتمتع بها الإذاعات الحكومية أنها تقدم خدمات مختلفة، وأنها تقدم معلومات مفيدة، إلى جانب أنها تهتم بجميع فئات المجتمع، وتقدم حلولاً للمشكلات اليومية. ومثلت هذه السمات الجوانب المتعلقة بمخاطبة الجماهير. أما ما يتعلق بالسمات السلبية للإذاعات الحكومية فرأى المبحوثون وبنسب منخفضة أنها لا تعرض القضايا بموضوعية، وأنهم يشعرون برقابة عليها، إلى جانب أنها لا تعمل بحرية. ومثلت هذه السمات الجوانب التنظيمية والإدارية. ورأى المبحوثون أن الإذاعات الحكومية لا تستطيع منافسة الإذاعات الخاصة وذلك بنسب (72.2٪ القاهرة، 70٪ تونس، 49.8٪ الكويت).

فيما أفضت نتائج الدراسة إلى مؤشرات أخرى مهمة تتعلق بأراء المبحوثين نحو الإذاعات الخاصة، حيث رأى المبحوثون وبنسب عالية تجاوزت نسبة 50٪ في آرائهم الإيجابية التي تتمتع بها الإذاعات

المسح على استبانة استخدامات عينة من الأسرة المصرية التي تمتلك وسائل الاتصال الإلكتروني (المذياع والتلفاز)، والإشباع الناجمة عن ذلك الاستخدام، وتوصلت الدراسة في نتائجها إلى وجود توازن لدى العينة عند استخدام المذياع والتلفاز لأغراض نفعية ولأغراض طقوسية في آن معاً. كما احتلت الإشباع التوجيهية المقدمة من جميع أنواع الإشباع للوسائل الإلكترونية، ثم الإشباع الاجتماعية، تلتها الإشباع التوجيهية وأخيراً الإشباع شبه الاجتماعية.

دراسة صبري وعبود (2008م) بعنوان: "مكانة الإذاعات الحكومية ودورها في ظل منافسة الإذاعات الخاصة"، وسعت هذه الدراسة إلى معرفة مدى تأثير مكانة الإذاعات الحكومية الوطنية التابعة للدولة في ظل انتشار الإذاعات الخاصة في الوطن العربي، وعملت الدراسة من خلال مسح ميداني على عينة من المستمعين بلغت (400 مفردة) في كل من مدن القاهرة، وتونس، والكويت، على الكشف عن تأثير معدلات الاستماع للإذاعات الحكومية في مقابل الاستماع إلى الإذاعات الخاصة، بالإضافة إلى استبانة آراء عينة من القائمين على الاتصال في كل من الإذاعة المصرية والإذاعة التونسية والكويتية للوقوف على نقاط القوة والضعف لدى الإذاعات الحكومية وآليات تطوير أدائها. ومن أبرز ما توصلت إليه الدراسة في نتائجها فيما يتعلق بعدم الاستماع إلى الإذاعات

8 ما الدوافع من وراء الاستماع إلى

المحطات الإذاعية الخاصة؟

9 ما الإشباع المتحققة من الاستماع إلى

المحطات الإذاعية الحكومية؟

10 - ما الإشباع المتحققة من

الاستماع إلى المحطات الإذاعية الخاصة؟

11 - ما مدى الرضا العام لأفراد

المجتمع حول مستوى الأشكال البرمجية التي تقدمها

المحطات الإذاعية الحكومية والخاصة؟

12 - ما أوجه الفروق ذات الدلالة

الإحصائية بين أفراد العينة من حيث خصائصهم

الديموغرافية وبين حجم الاستماع للمحطات الإذاعية

الحكومية والخاصة؟

13 - ما أوجه الفروق ذات الدلالة

الإحصائية بين أفراد العينة من حيث خصائصهم

الديموغرافية وبين مدى الرضا العام عن أشكال

البرامج المقدمة في المحطات الإذاعية الحكومية

والخاصة؟

مفاهيم الدراسة

الإذاعة

يعرف كريم (2000م، ص38) الإذاعة بأنها

"عملية إرسال واستقبال غير سلكية بأجهزة مناسبة،

لبرامج ومواد إعلامية وثقافية وتعليمية وترويحية،

هدفها إشباع الحاجات المشروعة للمستمعين، أفراداً

وجماعات، على اختلاف أنواعهم وفئاتهم وثقافتهم

الخاصة فيما يتعلق بمخاطبة الجماهير أو فيما يتعلق

بالجوانب التنظيمية والإدارية التي حظيت بنسب إيجابية

أعلى مقارنة بمخاطبة الجماهير، أما ما يتعلق بالسما

السلبية للإذاعات الحكومية فرأى المبحوثون أنها لا

تراعي كافة فئات المجتمع، إلى جانب أنها لا تقدم

حلولاً للمشكلات اليومية. ورأى المبحوثون أن

الإذاعات الخاصة تستطيع منافسة الإذاعات الحكومية

وذلك بنسب (83.3% القاهرة، 70% تونس،

76.2% الكويت).

تساؤلات الدراسة

1 ما طبيعة وحجم الاستماع للمحطات

الإذاعية الحكومية والخاصة؟

2 ما أسباب عدم الاستماع إلى المحطات

الإذاعية الحكومية والخاصة؟

3 ما نوعية المحطات الإذاعية السعودية التي

يفضلها أفراد المجتمع؟

4 ما مدى الاستماع للمحطات الإذاعية

الحكومية والخاصة؟

5 ما الأشكال البرمجية الإذاعية التي

يفضل أفراد المجتمع الاستماع إليها؟

6 ما طبيعة المحطات الإذاعية التي يفضل

أفراد المجتمع من خلالها متابعة أشكال المواد البرمجية؟

7 ما الدوافع من وراء الاستماع إلى

المحطات الإذاعية الحكومية؟

الذي يشعر به المبحوث من تعرضه للبرامج المقدمة في المحطات الإذاعية السعودية الحكومية أو الخاصة. الإجراءات المنهجية للدراسة

تعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية التي تسعى إلى وصف خصائص ظاهرة معينة وصفاً دقيقاً، وقد استخدم الباحث منهج المسح لعينة من أفراد المجتمع السعودي (مواطنين ومقيمين)؛ وذلك بهدف الإجابة عن التساؤلات الخاصة بالدراسة.

وتحدد الإطار الزمني للدراسة خلال النصف الثاني من العام الميلادي (2007)، في مدينة الرياض التي مثلت الإطار المكاني للدراسة. وتم استخدام أسلوب العينة العنقودية التي حرص الباحث من خلال استخدامها على تمثيل مجتمع منطقة الرياض بأكملها، حيث تم تقسيم منطقة الرياض إلى خمس مناطق بحسب الاتجاهات الجغرافية، واختار منها بشكل عشوائي عدداً موحداً من الأحياء في كل منطقة، وعمل بعد ذلك على توزيع الاستبانات في هذه الأحياء، حيث يشير عبد الحميد (2000م، ص140) إلى أن اختيار هذا النوع من العينات يستخدم عادة مع الدراسات التي تستهدف دراسة أنماط المشاهدة أو استخدامات وسائل الإعلام. وقام الباحث بتوزيع عدد (600) ^(□) استبانة عاد منها 477 استبانة، وبعد فرزها وجد الباحث عدد(35)

وممنهم، في كل مكان، وفق سياسة إعلامية مكتوبة، تنبثق من عقيدة المجتمع". وهو التعريف ذاته الذي تنطلق منه الدراسة الحالية في تعريفها للإذاعة. كما يقصد بالإذاعات المحلية السعودية كل الإذاعات التي يغطي بثها أرجاء المملكة العربية السعودية سواء الحكومية منها أو التابعة للقطاع الخاص، وهي: إذاعة البرنامج العام، إذاعة البرنامج الثاني، إذاعة القرآن الكريم، إذاعة نداء الإسلام، إذاعة البرنامج الأوروبي، إذاعة إم بي سي إف إم MBC FM، إذاعة بانوراما.

الدوافع

يقصد بها كل ما يثير سلوك الإنسان ويدفعه نحو التعرض لوسائل الإعلام والإذاعة على وجه الخصوص. ويعرف (مكاوي، 1997م، ص63) الدافع بأنه "حالة من الاستثارة، والتوتر الداخلي التي تثير السلوك ويدفعه إلى التعرض للبرامج"، أما بالنسبة لتقسيمات هذه الدوافع فقد تم توضيحها في الإطار النظري لهذه الدراسة.

الإشباع

يقصد بها قدرة وسائل الإعلام على إشباع حاجات الجمهور من خلال البرامج التي تقدمها، وهي تنقسم إلى عدة أقسام كما وضحت في الإطار النظري من الدراسة الحالية.

الرضا

يقصد بالرضا في هذه الدراسة مدى الارتياح

(1) حدد العدد (600) بناءً على التعداد السكاني لمنطقة الرياض الذي تم الحصول عليه من أمانة مدينة الرياض.

قام الباحث بتوزيع (600) استبانة عاد منها (565) استبانة، وقد بلغ عدد الذين لا يستمعون للمحطات الإذاعية السعودية (195) مفردة أي بنسبة 34.5%، حيث أجابوا فقط عن أسباب عدم استماعهم لتلك المحطات بعد أن وضخوا خصائصهم الديموغرافية، كما تقتضي أهداف الدراسة الحالية. فيما بلغ عدد الذين يستمعون للمحطات الإذاعية السعودية (370) مفردة أي بنسبة 65.5%، وهم الذين أجابوا عن بقية متغيرات الدراسة الحالية وأسئلتها. وتتضمن الفقرات الآتية استعراضاً للنتائج التي توصلت لها الدراسة.

استبانة غير مكتملة، ليلغ بذلك إجمالي مفردات العينة المكتملة (565) مفردة. واستخدم الباحث برنامج الحزم الإحصائية بالدراسات الاجتماعية SPSS لإجراء عمليات تحليل نتائج هذا البحث، وقد تم معالجة بيانات الدراسة عن طريق الجداول التكرارية البسيطة والمركبة، واختبار تي تست البسيط T-Test، واختبار الفروق المسمى بـ: "جودة التطابق كـ² Chi-Square".

النتائج

الجدول رقم (1). النسب والتكرارات للبيانات الشخصية لأفراد عينة الدراسة (من لا يستمعون)

المتغير	فئات المتغير	ك	%
الجنس	ذكر	169	86.7
	أنثى	26	13.3
الإجمالي	سعودي	142	72.8
	غير سعودي	53	27.2
الإجمالي	من 15 - 25 سنة	29	14.9
	من 26 - 35 سنة	93	47.7
الإجمالي	من 36 - 45 سنة	40	20.5
	من 46 - 55 سنة	25	12.8
الإجمالي	أكثر من ذلك	8	4.1
		195	100%
الحالة الاجتماعية	متزوج	110	56.4
	أعزب	74	37.9
	مطلق	7	3.6

الإجمالي		أرمل	4	2.1
			195	%100
تابع جدول رقم (1). النسب والتكرارات للبيانات الشخصية لأفراد عينة الدراسة (من لا يستمعون)				
المتغير	فئات المتغير	ك	%	
المستوى التعليمي	دون المتوسط	5	2.6	
	ثانوي	56	28.7	
	جامعي	122	62.6	
	دراسات عليا	12	6.2	
الإجمالي		195	%100	
المهنة	طالب	24	12.3	
	وظيفة تعليمية (مدرس مدرسة، أستاذ جامعي)	27	13.8	
	عمل حر	25	12.8	
	وظيفة حكومية مدنية	25	12.8	
	وظيفة حكومية عسكرية	7	3.6	
	وظيفة قطاع خاص	75	38.5	
	ربة منزل	12	6.2	
الإجمالي		195	%100	
متوسط الدخل	أقل من 2000 - 4000 ريال	36	18.5	
الشهري	أكثر من 4000 - 8000 ريال	60	30.8	
	أكثر من 8000 - 12000 ريال	76	39	
	أكثر من 12000 ريال	23	11.8	
الإجمالي		195	%100	

أولاً: النتائج المتعلقة بأفراد عينة الدراسة (من لا يستمعون للمحطات الإذاعية)

1- الخصائص الديموغرافية لأفراد عينة الدراسة (من لا يستمعون للمحطات الإذاعية)
يتضح من الجدول السابق أن أعلى نسبة من جنس مفردات العينة كانت لمصلحة الذكور، حيث بلغت نسبتهم 86.7%، فيما كانت نسبة الإناث في عينة الدراسة 13.3%.

وشكل المواطنون السعوديون ما يقرب من ثلاثة أرباع مفردات العينة بنسبة 72.8%، فيما بلغت نسبة

المقيمين 27.2٪، ويتضح من الجدول أيضاً أن ما يقرب من نصف مفردات العينة كانت من فئة الشباب، حيث جاءت الفئات العمرية (من 26 - 35 سنة) بتكرار (93) ونسبة 47.7٪، تلتها فئة (من 36 - 45 سنة) بتكرار (40) ونسبة 20.5٪. فيما حصلت الفئات العمرية الأخرى على التكرارات والنسب الأقل.

ويظهر من خلال الجدول السابق أن ما يزيد على نصف أفراد العينة هم من المتزوجين، حيث بلغت تكراراتهم (110) ونسبة 56.4٪، ثم فئة العزاب بتكرار (74) ونسبة 37.9٪، فالمطلقين والأرامل بنسب أقل.

كما تظهر بيانات الجدول رقم (1) المستوى التعليمي لأفراد العينة، حيث شكل المستوى الجامعي ما يزيد على نصف العينة بتكرار (122) ونسبة 62.6٪، تلتها فئة المستوى الثانوي بتكرار (56) ونسبة 28.7٪.

ويتضح من الجدول ذاته أن أعلى نسبة من مفردات مجتمع الدراسة كانوا من موظفي القطاع الخاص، حيث بلغت تكراراتهم (75) ونسبة 38.5٪، تلتهم وبنسب متقاربة من هم على وظيفة تعليمية أو وظيفة حكومية مدنية أو من أصحاب العمل الحر أو طلاب بنسب متوالية (13.8٪، 12.8٪، 12.3٪).

ويتضح كذلك من الجدول ذاته أن متوسطات الدخول الشهرية لأفراد العينة تمثلت بشكل كبير في فئة (أكثر من 8000 - 12000 ريال) بتكرار (76) ونسبة 39٪، تلتها الفئة الثانية (أكثر من 4000 - 8000 ريال)، وقد بينت نتائج الدراسة في هذا الصدد أن متوسط الدخل الشهري لأفراد العينة يقع بين هاتين الفئتين.

الجدول رقم (2). النسب والتكرارات لأسباب عدم استماع أفراد عينة الدراسة للإذاعة.

الأسباب	موافق جداً		موافق		محايد		غير موافق		غير موافق أبداً		متوسط انحراف حسابي معياري
	ك	٪	ك	٪	ك	٪	ك	٪	ك	٪	
لأن القنوات التلفزيونية تجذب الانتباه أكثر من القنوات الإذاعية.	147	75.4	38	19.5	5	2.6	4	2.1	1	0.5	1.32
لأنني أستطيع متابعة الأخبار عبر القنوات التلفزيونية بشكل أفضل.	132	67.7	51	26.2	7	3.6	3	1.5	2	1	1.42

1.215	2.64	7.2	14	17.9	35	29.7	58	22.6	44	22.6	44	لأن مستوى المواد البرامجية التي تقدمها المحطات الإذاعية لا يشجع على متابعتها.
1.356	2.67	11.3	22	22.6	44	12.3	24	29.7	58	24.1	47	لعدم وجود الوقت الكافي.

جنس مفردات العينة ممن يستمعون للمحطات الإذاعية كانت لصالح الذكور، حيث بلغت نسبتهم 86.2%، فيما كانت نسبة الإناث في عينة الدراسة 13.8%.

وشكل المواطنون السعوديون ثلاثة أرباع مفردات العينة بنسبة 75.1%، فيما بلغت نسبة المقيمين 24.9%، ويتضح من الجدول أيضاً أن غالبية مفردات العينة كانت من فئة الشباب، حيث جاءت الفئات العمرية (من 26 - 35 سنة) بتكرار (152) ونسبة 41%، تلتها فئة (من 15 - 25 سنة) بتكرار (145) ونسبة 39.2%. فيما حصلت الفئات العمرية الأكبر على التكرارات والنسب الأقل. ويظهر من خلال الجدول ذاته أن نصف أفراد العينة هم من العزاب، حيث بلغت تكراراتهم (189) ونسبة 51.1%، ثم فئة المتزوجين بتكرار (169) ونسبة 45.7%، فالمطلقين والأرامل على التوالي بنسب أقل.

تظهر بيانات الجدول رقم (3) المستوى التعليمي لأفراد العينة، حيث شكل المستوى الجامعي ما يزيد على نصف العينة بتكرار (218) ونسبة 58.9%، تلتها فئة المستوى التعليمي الثانوي بتكرار (103) ونسبة

2- أسباب عدم الاستماع للمحطات الإذاعية بشكل عام

يتضح من الجدول رقم (2) أسباب عدم الاستماع للمحطات الإذاعية سواء الحكومية أو الخاصة، حيث يتضح أن السبب الأول يعود لقدرة القنوات التلفزيونية على جذب الانتباه أكثر من الإذاعة المسموعة، بأقل متوسط حسابي (1.32) وانحراف معياري (0.677)، وأرجع أفراد العينة ممن لا يستمعون للمحطات الإذاعية السبب الثاني في عدم الاستماع لتفضيلهم متابعة الأخبار من القنوات التلفزيونية، وتبعه السبب الثالث الذي يعود لمستوى مضمون البرامج المقدمة في الإذاعة والذي لا يشجع على متابعتها، فيما كان السبب الأخير عدم وجود الوقت الكافي.

ثانياً: النتائج المتعلقة بعينة أفراد الدراسة (ممن

يستمعون للمحطات الإذاعية)

3- الخصائص الديموغرافية لأفراد عينة الدراسة

(ممن يستمعون للمحطات الإذاعية)

يتضح من الجدول رقم (3) أن أعلى نسبة من

27.8٪: تلتها نسب من يمتهنون الأعمال الحرة (56) ونسبة 17.6٪ فيما تقاربت نسب من هم على وظيفة تعليمية (مدرس، مدرسة، أستاذ جامعي) 10.8٪ مع نسب من يقومون بأعمال وظيفية مدنية حكومية 7.6٪، وبلغت تكرارات من لا يعملون (10) ونسبة 2.7٪.

الجدول رقم (3). النسب والتكرارات للبيانات الشخصية لأفراد عينة الدراسة (من يستمعون)

المتغير	فئات المتغير	ك	٪
الجنس	ذكر	319	86.2
	أنثى	51	13.8
الإجمالي		370	٪100
الجنسية	سعودي	278	75.1
	غير سعودي	92	24.9
الإجمالي		370	٪100
العمر	من 15 - 25 سنة	145	39.2
	من 26 - 35 سنة	152	41.1
	من 36 - 45 سنة	37	10
	من 46 - 55 سنة	22	5.9
	أكثر من ذلك	14	3.8
الإجمالي		370	٪100
الحالة الاجتماعية	متزوج	169	45.7
	أعزب	189	51.1
	مطلق	7	1.9
	أرمل	5	1.4
المستوى التعليمي	دون المتوسط	28	7.6
	ثانوي	103	27.8
	جامعي	218	58.9
	دراسات عليا	21	5.7
	الإجمالي		370
المهنة	طالب	106	28.6
	وظيفة تعليمية (مدرس، مدرسة،	40	10.8

		الإجمالي	
	أستاذ جامعي)	370	
17.6	65	عمل حر	
7.6	28	وظيفة حكومية مدنية	
3.2	12	وظيفة حكومية عسكرية	
27	100	وظيفة قطاع خاص	
2.4	9	ربة منزل	
2.7	10	لا أعمل	
	%100	370	
		تابع الجدول رقم (3).	
المتغير	فئات المتغير	ك	%
متوسط الدخل الشهري	أقل من 2000- 4000 ريال	199	53.8
	أكثر من 4000- 8000 ريال	88	23.8
	أكثر من 8000- 12000 ريال	35	9.5
	أكثر من 12000 ريال	48	13
		%100	370
		الإجمالي	

4- وصف أفراد العينة لطبيعة حجم استماعهم للمحطات الإذاعية السعودية

تشير بيانات الجدول رقم (4) إلى أن نصف أفراد العينة بتكرار (194) ونسبة 52.4% يستمعون للمحطات الإذاعية السعودية بشكل كبير، فيما بلغت تكرارات من يستمعون بشكل متوسط لها (129) بنسبة 34.9%، فيما أشار (47) مفردة بنسبة 12.7% باستماعها بشكل ضعيف.

الجدول رقم (4). وصف أفراد العينة لطبيعة حجم استماعهم للمحطات الإذاعية السعودية.

ويتضح كذلك من الجدول ذاته أن ما يقرب من نصف مفردات عينة الدراسة تراوحت متوسطات دخولهم الشهرية ما بين (أقل من 2000- 4000 ريال) بتكرار (199) ونسبة 53.8%، وأن (88) مفردة منهم بنسبة 23.8% تراوحت متوسطات دخولهم الشهرية ما بين (أكثر من 4000- 8000 ريال)، ولم يختلف الحال كثيراً فيما يتعلق بمتوسط الدخل الشهري لعموم أفراد العينة ممن يستمعون أو لا يستمعون؛ حيث يقع المتوسط العام لأفراد العينة بين هاتين الفئتين.

أكثر من نصف أفراد العينة (208) بنسبة 56.2٪ بأنهم يستمعون لها بحسب الظروف، فيما تستمع (116) مفردة من مفردات العينة بنسبة 31.4٪ للمحطات الإذاعية السعودية في الفترة المسائية، وكانت أقل فترة للاستماع هي فترة الظهيرة بتكرار (18) ونسبة 4.9٪.

الجدول رقم (6). الأوقات المفضلة لأفراد العينة في الاستماع للمحطات الإذاعية.

الفترة	ك	٪
الصباحية	28	7.6
الظهيرة	18	4.9
المساء	116	31.4
حسب الظروف	208	56.2
الإجمالي	370	٪100

7 - نوع المحطات الإذاعية التي يفضل أفراد

العينة الاستماع لها

حول تفضيل أفراد العينة لنوع المحطات الإذاعية التي يفضلون الاستماع إليها، أشارت النتائج في الجدول رقم (7) إلى أن ما يقرب من ثلثي أفراد العينة يفضلون السماع للمحطات الإذاعية الخاصة بتكرار (158) ونسبة 42.7٪، تلتها المحطات الإذاعية الحكومية العامة بتكرار (71) ونسبة 19.2٪، ثم المحطات الإذاعية الحكومية المتخصصة بتكرار (42) ونسبة 11.4٪، فيما فضل (99) من أفراد العينة

الفئة	ك	٪
بشكل كبير	194	52.4
بشكل متوسط	129	34.9
بشكل ضعيف	47	12.7
الإجمالي	370	٪100

5- المدة الزمنية التي يقضيها أفراد العينة في

الاستماع للمحطات الإذاعية السعودية

يتضح من الجدول رقم (5) أن نصف أفراد العينة (186) ونسبة 50.3٪ تقضي أقل من ساعة يومياً في الاستماع إلى المحطات الإذاعية السعودية، في حين بلغت تكرارات من يستمعون لمدة تراوح من ساعة إلى ساعتين (127) ونسبة 34.3٪، أما من يستمعون لأكثر من ذلك فقد بلغت نسبتهم 15.4٪.

الجدول رقم (5). المدة الزمنية التي يقضيها أفراد العينة في الاستماع للمحطات الإذاعية.

المدة الزمنية	ك	٪
أقل من ساعة	186	50.3
من ساعة إلى ساعتين	127	34.3
أكثر من ذلك	57	15.4
الإجمالي	370	٪100

6- الفترات المفضلة لأفراد العينة في الاستماع

للمحطات الإذاعية السعودية

وباستبانة آراء أفراد العينة عن الفترات المفضلة لديهم في الاستماع للمحطات الإذاعية السعودية، أفاد

بنسبة 26.8% الاستماع إلى أكثر من نوع.

الاستماع للمحطات الإذاعية السعودية الحكومية والخاصة، حيث جاءت محطة إم بي سي إف إم MBC FM ذات الملكية الخاصة في المرتبة الأولى من حيث الاستماع بمتوسط الحسابي (1.83) وانحراف معياري 1.151، يبرز اتجاه دائم نحو الاستماع إليها، كما يوضح وجود تشتت في بقية إجابات المبحوثين في فئات مدى الاستماع الأخرى (أحياناً، نادراً، لا أستمع)، ويتضح ذلك من خلال مجموع تكرارات الاستماع لها. كما تشير النتائج في الجدول ذاته إلى احتلال إذاعة البرنامج العام الحكومية للمرتبة الثانية في مدى الاستماع، تلتها بعد ذلك محطة بانوراما ذات الملكية الخاصة، فالمحطات الإذاعية الحكومية المتخصصة (إذاعة نداء الإسلام، إذاعة القرآن الكريم)، والتي يرى الباحث أن السبب الرئيس في حصولها على هذه المواقع يعود إلى طبيعة تخصصها، كما أوضحت النتائج حصول محطة البرنامج الثاني على المرتبة السادسة.

الجدول رقم (7). نوع المحطات الإذاعية التي يفضل أفراد العينة الاستماع لها

نوع المحطة	ك	%
المحطات الإذاعية الحكومية (العامه)	71	19.2
المحطات الإذاعية المتخصصة الحكومية	42	11.4
المحطات الإذاعية الخاصة	158	42.7
أكثر من نوع	99	26.8
الإجمالي	370	100%

وهذه النتيجة تشير إلى أفضلية نسبية للإذاعات الخاصة، مقارنة بالاستماع للإذاعات الحكومية، ولكنها تعطي مؤشراً مهماً للإذاعات الحكومية نحو إعادة النظر في رغبات وحاجات الجمهور.

8- مدى الاستماع للمحطات الإذاعية السعودية الحكومية والخاصة

تبين النتائج في الجدول رقم (8) ترتيب مدى

الجدول رقم (8). مدى الاستماع للمحطات الإذاعية السعودية الحكومية والخاصة.

الترتيب	المحطة الإذاعية	دائماً ك	%	أحياناً ك	%	نادراً ك	%	لا أستمع ك	%	متوسط انحراف حسابي معياري
1	إذاعة إم بي سي إف إم MBC FM	228	61.6	27	7.3	63	17	52	14.1	1.151
2	إذاعة البرنامج العام	102	27.6	132	35.7	98	26.5	38	10.3	0.957
3	إذاعة بانوراما PANORAMA	151	40.8	66	17.8	79	21.4	74	20	1.176
4	إذاعة نداء الإسلام	62	16.8	96	25.9	59	15.9	153	41.4	1.146

1.082	2.88	38.1	141	27.3	101	19.5	72	15.1	56	إذاعة القرآن الكريم	5
1.057	2.99	44.3	164	22.4	83	21.9	81	11.4	42	إذاعة البرنامج الثاني	6
1.042	3.12	49.5	183	25.7	95	13	48	11.9	44	إذاعة البرنامج الأوروبي	7

الإذاعية، حيث احتلت البرامج والنشرات الإخبارية المرتبة الأولى بأقل متوسط حسابي في استماع أفراد العينة لأشكال البرامج المختلفة، تلتها البرامج الرياضية، فالبرامج الفنية مثل الأغاني والموسيقى وأخبار الفن، واحتلت البرامج الدينية والقرآن الكريم المرتبة الأخيرة من حيث الاستماع، ويعزو الباحث ذلك إلى كون البرامج الدينية والقرآن الكريم يُبث من محطات إذاعية متخصصة.

تلقت نتيجة الجدول السابق إلى وجود تطابق كبير إلى حد ما مع نتيجة الجدول رقم (7) الخاص بنوع المحطات الإذاعية التي يفضلها أفراد العينة، حيث جاءت النتائج بتفضيل ثلثي أفراد العينة للمحطات الإذاعية الخاصة، تلتها بعد ذلك المحطات الحكومية العامة والمتخصصة.

9- طبيعة استماع أفراد العينة لأشكال المواد البرمجية الإذاعية في الإذاعات الحكومية أو الخاصة.

توضح بيانات الجدول رقم (9) الخاصة بمعرفة طبيعة استماع أفراد العينة لأشكال المواد البرمجية

الجدول رقم (9). طبيعة استماع أفراد العينة لأشكال المواد البرمجية الإذاعية في الإذاعات الحكومية أو الخاصة.

م	الشكل البرمجي	دائماً		أحياناً		نادراً		لا أستمع		متوسط انحراف محاسبي
		ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	
1	البرامج والنشرات الإخبارية	180	48.6	123	33.2	42	11.4	25	6.8	0.903
2	البرامج الرياضية	173	46.8	102	27.6	42	11.4	53	14.3	1.073
3	البرامج الفنية مثل الأغاني والموسيقى وأخبار الفن	158	42.7	108	29.2	52	14.1	25	14.1	1.064
4	البرامج السياسية	115	31.1	148	40	70	18.9	37	10	0.946
5	البرامج الاقتصادية	109	29.5	124	33.5	102	27.6	35	9.5	0.960
6	برامج المسابقات	82	22.2	132	35.7	93	25.1	63	17	1.009
7	البرامج الدينية والقرآن الكريم	96	25.9	68	18.4	59	15.9	147	39.7	1.236

0.938	1.80	2.2	8	3.8	14	11.6	43	36.8	136	45.7	169	لأنها تعد مصدراً رئيسياً للتعرف إلى الأنباء
0.994	1.80	2.2	8	5.7	21	11.4	42	31.6	117	49.2	182	يقتيني الاستماع لها على علم بما يدور في العالم في المجالات كافة.
1.004	1.97	3.2	12	4.9	18	14.9	55	39.7	147	37.3	138	لأن الاستماع لها يساعدني على النقاش والحوار مع الآخرين
1.186	2.1	6.2	23	11.4	42	4.9	18	42.2	156	45.4	131	تعمل على تسليتي.
1.173	2.21	5.9	22	11.9	44	10.3	38	41.4	153	30.5	113	لأن الاستماع لها يساعد على تضيئة وقت الفراغ.

11- دوافع أفراد العينة من الاستماع

للمحطات الإذاعية الحكومية

توضح نتائج الجدول رقم (11) ترتيب دوافع أفراد العينة من الاستماع للمحطات الإذاعية الحكومية، حيث جاء دافع التعرف إلى الأنباء في المرتبة الأولى بمتوسط حسابي (1.80) وانحراف معياري (0.938) تلاه بعد ذلك دافع البقاء على علم بما يدور في العالم في كافة المجالات، بالمتوسط الحسابي نفسه وانحراف معياري أكبر من سابقه، فيما حل دافع الرغبة في الحوار والنقاش مع الآخرين في المرتبة الثالثة، وحل دافع التسلية رابعاً، ودافع تضيئة وقت الفراغ خامساً.

12- دوافع أفراد العينة في الاستماع

للمحطات الإذاعية الخاصة

على العكس وبشكل مغاير إلى حد كبير مما جاء في نتائج الجدول رقم (11) المتعلق بدوافع أفراد العينة من الاستماع للمحطات الإذاعية الحكومية، جاءت نتائج الجدول رقم (12) المتعلقة بدوافع أفراد العينة من الاستماع للمحطات الإذاعية الخاصة، حيث جاء دافع التسلية في المرتبة الأولى بأقل متوسط حسابي (1.82) وانحراف معياري (1.408)، تلاه في المرتبة الثانية دافع النقاش والحوار مع الآخرين، الذي حل ثالثاً في دوافع الاستماع للمحطات الحكومية، فيما حل دافع تضيئة وقت الفراغ بالنسبة لنتائج الجدول الحالي في المرتبة الثالثة، ودافع التعرف إلى الأنباء في المرتبة الرابعة، وجاء دافع البقاء على علم بما يدور في العالم في المرتبة

الأخيرة.

الجدول رقم (12). دوافع أفراد العينة في الاستماع للمحطات الإذاعية الخاصة

الدوافع	موافق جداً		موافق		لا أدري		غير موافق		غير موافق أبداً		متوسط انحراف معياري
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	
تعمل على تسليتي.	214	57.8	74	20	39	10.5	18	4.9	25	6.8	1.82
لأن الاستماع لها يساعدني على النقاش والحوار مع الآخرين	184	49.7	86	23.2	53	14.3	25	6.8	22	5.9	1.203
لأن الاستماع إليها يساعد على تمضية وقت الفراغ.	159	43	109	29.5	41	11.1	22	5.9	39	10.5	1.31
لأنها تعد مصدراً رئيسياً للتعرف إلى الأنباء	136	36.8	96	25.9	55	14.9	51	13.8	32	8.6	1.323
يقيني الاستماع لها على علم بما يدور في العالم في المجالات كافة.	127	34.3	99	26.8	50	13.5	38	10.3	56	15.1	1.432

ويفسر الباحث اختلاف وتغاير الترتيب في

1 -+الاطلاع الدائم على ما يجري في العالم في المجالات كافة.

2 -+التزود بالأخبار عن الأحداث المحلية تقوم به المحطات الحكومية مقارنة بالمحطات الخاصة.

3 -+الإشباع التي يحققها أفراد العينة من خلال الاستماع للمحطات الإذاعية الحكومية

فيما يتعلق بالإشباع التي يحققها أفراد العينة

من خلال الاستماع للمحطات الإذاعية الحكومية، فقد

أظهرت النتائج في الجدول رقم (13) تحقق الإشباع من الاستماع للمحطات الإذاعية الحكومية حسب

الجدول رقم (13). الإشباع التي يحققها أفراد العينة من خلال الاستماع للمحطات الإذاعية الحكومية

الإشباع	موافق جداً		موافق		لا أدري		غير موافق		غير موافق أبداً		متوسط انحراف معياري
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	
تقيني المحطات الإذاعية على	189	51.1	152	41.1	18	4.9	4	1.1	7	1.9	0.792

												اطلاع دائم على ما يجري في العالم في المجالات كافة.
1.684	1.67	1.9	7	1.1	4	2.4	9	40.8	151	53.2	197	تزدني المحطات الإذاعية بالأخبار عن الأحداث المحلية الإقليمية والدولية.
1.105	1.95	3.8	14	9.2	34	8.4	31	35.7	132	43	159	يساعدني الاستماع للمحطات الإذاعية في النقاش والحوار مع الآخرين عن الأحداث.
1.134	2.1	4.1	15	11.9	44	10	37	38.6	143	35.4	131	يساعدني الاستماع إلى المحطات الإذاعية على تضييق وقت فراغي.
1.214	2.11	7.3	27	9.7	36	7	26	39.2	145	36.8	136	الاستماع للمحطات الإذاعية يعمل على تسليتي.

تتفق هذه الإشباعات المتحققة بشكل كبير مع دوافع أفراد العينة بالنسبة للاستماع للمحطات الحكومية، من حيث حلول التسلية وتمضية وقت الفراغ في المراتب الأخيرة، أو من حيث تصدر الاطلاع الدائم بما يجري حول العالم، والتزود بالأخبار ومناقشة الآخرين عن الأحداث للمراتب الثلاث الأولى.

14- الإشباعات التي يحققها أفراد العينة من خلال الاستماع للمحطات الإذاعية الخاصة

أما ما يتعلق بالإشباعات التي يحققها أفراد العينة من خلال الاستماع للمحطات الإذاعية الخاصة، فقد

الجدول رقم (14). الإشباعات التي يحققها أفراد العينة من خلال الاستماع للمحطات الإذاعية الخاصة

الإشباعات	موافق جداً	موافق	لا أدري	غير موافق	غير موافق أبداً	متوسط انحراف حسابي معياري
-----------	------------	-------	---------	-----------	-----------------	---------------------------

ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
199	53.8	134	36.2	24	6.5	5	1.4	8	2.2	1.61	0.841
يساعدني الاستماع للمحطات الإذاعية في النقاش والحوار مع الآخرين عن الأحداث.											
178	48.1	134	36.2	26	7	16	4.3	16	4.3	1.8	1.038
تبقيني المحطات الإذاعية على اطلاع دائم على ما يجري في العالم في المجالات كافة.											
189	51.1	79	21.4	45	12.2	41	11.1	16	4.3	1.96	1.211
الاستماع للمحطات الإذاعية يعمل على تسليتي.											
180	48.6	89	24.1	50	13.5	25	6.8	26	7	1.99	1.236
يساعدني الاستماع إلى المحطات الإذاعية على تضيئة وقت فراغي.											
119	32.2	98	26.5	40	10.8	63	17	50	13.5	2.53	1.431
تزودني المحطات الإذاعية بالأخبار عن الأحداث المحلية الإقليمية والدولية.											

النتيجة عن الاستماع في الجدول السابق ، مع نظيراتها من الإشباع بالنسبة للاستماع للمحطات الإذاعية الحكومية. وهو أمر من المفترض حدوثه نتيجة لاختلاف توجه كلا النوعين من المحطات الإذاعية.

يتضح من خلال هذه النتائج بعد مقارنتها بدوافع الاستماع للمحطات الإذاعية الخاصة تقدم الإشباع الخاص بإشباع رغبة النقاش والحوار مع الآخرين ، بعد أن كان ثانياً في الترتيب بوصفه دافعاً للاستماع ، تلاه الإشباع المعرفي المتعلق بمعرفة ما يدور في العالم في كافة المجالات ، ثم إشباع التسلية وإشباع الفراغ ، فيما حل إشباع التعرف إلى الأخبار حول الأحداث المحلية والإقليمية والدولية في المرتبة الأخيرة. ويمكن ملاحظة وجود اختلاف في ترتيب الإشباع

15-مدى رضا أفراد العينة عن مستوى أشكال المواد البرمجية التي تقدمها المحطات الإذاعية الحكومية

والخاصة

كمرتبة ثانية، فيما جاء الرضا عن البرامج الرياضية في المرتبة الثالثة، فالبرامج الاقتصادية في المرتبة الرابعة، وحلت برامج المسابقات في المرتبة الخامسة، ثم البرامج السياسية في المرتبة السادسة، في حين جاء رضا أفراد العينة عن البرامج الفنية مثل الأغاني والموسيقى وأخبار الفن في المرتبة السابعة والأخيرة.

تبين نتائج جدول رقم (15) المتعلق بتوزيع تكرارات مدى رضا أفراد العينة عن مستوى أشكال المواد البرمجية التي تقدمها المحطات الإذاعية الحكومية والخاصة، حيث جاء الرضا عن مستوى شكل البرامج والنشرات الإخبارية في المرتبة الأولى بأقل متوسط حسابي (1.92)، تلاه الرضا عن البرامج الدينية والقرآن الكريم

الجدول رقم (15). مدى رضا أفراد العينة عن مستوى أشكال المواد البرمجية التي تقدمها المحطات الإذاعية الحكومية والخاصة

انحراف معياري	متوسط حسابي	غير راضٍ أبداً		غير راضٍ		محايد		راضٍ		راضٍ جداً		الأشكال البرمجية
		%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
1.021	1.92	3.2	12	6.2	23	10.5	39	40	148	40	148	البرامج والنشرات الإخبارية
1.153	1.97	4.3	16	8.9	33	12.2	45	28.6	106	45.9	170	البرامج الدينية والقرآن الكريم
1.131	2.06	4.3	16	8.4	31	16.2	60	31.6	117	39.5	146	البرامج الرياضية
1.057	2.31	3.5	13	10.3	38	24.9	92	37.3	138	24.1	89	البرامج الاقتصادية
1.096	2.34	5.7	21	8.6	32	23.5	87	39.2	145	23	85	برامج المسابقات
1.068	2.38	4.1	15	11.1	41	25.9	96	37	137	21.9	81	البرامج السياسية
1.326	2.41	13.2	49	6.2	23	18.9	70	31.9	118	29.7	110	البرامج الفنية مثل الأغاني والموسيقى وأخبار الفن

أ) الفروق من حيث متغير الجنس

لم تظهر نتائج استخدام الاختبار الإحصائي (ت) T-Test في الجدول رقم (16 - أ) فروقاً ذات دلالة إحصائية بين أفراد العينة من حيث جنسهم في حجم الاستماع للمحطات الإذاعية الحكومية والخاصة.

16- تفصي الفروق ذات الدلالة الإحصائية

بين أفراد العينة من حيث خصائصهم الديموغرافية وبين حجم الاستماع للمحطات الإذاعية الحكومية والخاصة.

الجدول رقم (16-أ). نتائج اختبار (ت) للتعرف إلى الفروق بين الجنسين من حيث استماعهم للمحطات الإذاعية.

المتغير	الجنس	العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة T	مستوى الدلالة
متغير استماع أفراد العينة للمحطات الإذاعية	ذكر	319	1.60	0.714	1.940	0.164
	أنثى	51	1.58	0.638		

(سعوديون وغير سعوديين) في حجم الاستماع للمحطات الإذاعية الحكومية والخاصة.

ب) الفروق من حيث متغير الجنسية

كما لم تظهر نتائج استخدام الاختبار الإحصائي (ت) T-Test في الجدول رقم (16-ب) فروقاً ذات دلالة إحصائية بين أفراد العينة من حيث جنسيتهم

الجدول رقم (16-ب). نتائج اختبار (ت) للتعرف إلى الفروق بين السعوديين وغير السعوديين من حيث حجم استماعهم للمحطات الإذاعية.

المتغير	الجنس	العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة T	مستوى الدلالة
متغير استماع أفراد العينة للمحطات الإذاعية	سعودي	278	1.58	0.693	0.721	0.396
	غير سعودي	92	1.64	0.735		

عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الفئات العمرية المختلفة وحجم الاستماع للإذاعات الحكومية والخاصة.

ج) الفروق من حيث متغير العمر وحجم الاستماع للمحطات الإذاعية الحكومية والخاصة تشير النتائج في الجدول رقم (16-ج) إلى

الجدول رقم (16-ج). توزيع الخصائص الديموغرافية (العمر) لأفراد العينة بحسب حجم سماعهم للإذاعات الحكومية والخاصة.

حجم الاستماع بشكل كبير بشكل متوسط بشكل ضعيف الإجمالي

العمر	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
من 15 - 25	76	20.5	52	14.1	17	4.6	145	39.2
من 26 - 35	77	20.8	56	15.1	19	5.1	152	41.1
من 36 - 45	22	5.9	12	3.2	3	0.8	37	10
من 46 - 55	9	2.4	6	1.6	7	1.9	22	5.9
أكثر من ذلك	10	2.7	3	0.8	1	0.3	14	3.8
الإجمالي	194	52.4	129	34.9	47	12.7	370	100%

كا² = 10.722 (درجة الحرية = 8) مستوى دلالة (0.218).

(د) الفروق من حيث متغير الحالة الاجتماعية وحجم الاستماع للمحطات الإذاعية الحكومية والخاصة والعينة وحجم الاستماع إلى الإذاعات الحكومية والخاصة.

تشير النتائج في الجدول رقم (16 - د) إلى عدم

الجدول رقم (16 - د). توزيع الخصائص الديموغرافية (الحالة الاجتماعية) لأفراد العينة بحسب حجم سماعهم للإذاعات الحكومية والخاصة

حجم الاستماع	بشكل كبير	بشكل متوسط	بشكل ضعيف	الإجمالي
ك	%	ك	%	ك
89	24.1	59	15.9	169
100	27	64	17.3	189
2	0.5	5	1.4	7
3	0.8	1	0.3	5
194	52.4	129	34.9	370

كا² = 5.030 (درجة الحرية = 6) مستوى دلالة (0.540).

(هـ) الفروق من حيث متغير المستوى التعليمي وحجم الاستماع للمحطات الحكومية والخاصة، حيث كانت قيمة كا² = 14.564 عند درجة الحرية 6 وبمستوى دلالة (0.024).

تشير النتائج في الجدول رقم (16 - هـ) إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين فئات المستوى التعليمي وحجم الاستماع للمحطات الإذاعية الحكومية والخاصة

لم تبين النتائج في الجدول رقم (16- و) وجود فروق للإذاعات الحكومية والخاصة. ذات دلالة إحصائية بين متغير المهنة وحجم الاستماع

الجدول رقم (16- هـ). توزيع الخصائص الديموغرافية (المستوى التعليمي) لأفراد العينة بحسب حجم سماعهم للإذاعات الحكومية والخاصة.

حجم الاستماع	بشكل كبير		بشكل متوسط		بشكل ضعيف		الإجمالي
	ك	%	ك	%	ك	%	
المستوى التعليمي							
دون المتوسط	17	4.6	6	1.6	5	1.4	28
ثانوي	49	13.2	35	9.5	19	5.1	103
جامعي	122	33	75	20.3	21	5.7	218
دراسات عليا	6	1.6	13	3.5	2	0.5	21
الإجمالي	194	52.4	129	34.9	47	12.7	370

كا²=14.564 (درجة الحرية=6) مستوى دلالة (0.024).

الجدول رقم (16- و). توزيع الخصائص الديموغرافية (المهنة) لأفراد العينة بحسب حجم سماعهم للإذاعات الحكومية والخاصة.

حجم الاستماع	بشكل كبير		بشكل متوسط		بشكل ضعيف		الإجمالي
	ك	%	ك	%	ك	%	
المهنة							
طالب	55	14.9	38	10.3	13	3.5	106
وظيفة تعليمية/مدرس، مدرسة، أستاذ جامعي..	16	4.3	20	5.4	4	1.1	40
عمل حر	36	9.7	22	5.9	7	1.9	65
وظيفة حكومية مدنية	16	4.3	7	1.9	5	1.4	28
وظيفة حكومية عسكرية	7	1.9	2	0.5	3	0.8	12
وظيفة قطاع خاص	50	13.5	37	10	13	3.5	100
تابع الجدول رقم (16- و).							
حجم الاستماع	بشكل كبير		بشكل متوسط		بشكل ضعيف		الإجمالي
المهنة	ك	%	ك	%	ك	%	
رية منزل	8	2.2	0	0	1	0.3	9
لا أعمل	6	1.6	3	0.8	1	0.3	10
الإجمالي	194	52.4	129	34.9	47	12.7	370

كا²=14.464 (درجة الحرية=14) مستوى دلالة (0.416).

الفروق ذات دلالة إحصائية بين متغير الدخل الشهري لأفراد العينة وحجم استماعهم للإذاعات الحكومية والخاصة.

لم تبين النتائج في الجدول رقم (16-ز) وجود

الجدول رقم (16-ز). توزيع الخصائص الديموغرافية (متوسط الدخل الشهري) لأفراد العينة بحسب حجم سماعهم للإذاعات الحكومية والخاصة.

حجم الاستماع		بشكل كبير		بشكل متوسط		بشكل ضعيف		الإجمالي	
ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
أقل من 2000	27.6	102	20	74	6.2	23	199	53.8	
أكثر من 4000	14.1	52	5.7	21	4.1	15	88	23.8	
أكثر من 8000	4.6	17	3.5	13	1.4	5	35	9.5	
أكثر من 12000	6.2	23	5.4	21	1.1	4	48	13	
الإجمالي	52.4	194	34.9	129	12.7	47	370	100%	

كا²=7.886 (درجة الحرية=6) مستوى دلالة (0.247).

17- تقصي الفروق بين الخصائص الديموغرافية لأفراد العينة وبين مدى رضاهم بشكل عام عن الأشكال البرمجية المقدمة في المحطات الإذاعية الحكومية والخاصة.

أ) الفروق من حيث متغير الجنس تظهر نتائج استخدام الاختبار الإحصائي مربع كاي Chi-Square Test في الجدول رقم (17-أ) فروقاً ذات دلالة إحصائية بين الذكور والإناث حول مدى

0.509	3.301	درجة	البرامج الرياضية	حرية=4
❖0.010	13.309	درجة	البرامج الاقتصادية	حرية=4
❖0.001	19.158	درجة	برامج المسابقات	حرية=4
0.562	2.977	درجة	البرامج السياسية	حرية=4
0.888	1.136	درجة	البرامج الفنية مثل الأغاني والموسيقى وأخبار الفن	الحرية=4
❖ دال عند مستوى دلالة أقل من (0.05)				

ج (الفروق من حيث متغير العمر والرضا عن الأشكال البرمجية المقدمة في المحطات الإذاعية الحكومية والخاصة

بينت نتائج استخدام الاختبار الإحصائي مربع كاي Chi-Square Test في الجدول رقم (17-1) - ج) فروقاً ذات دلالة إحصائية بين متغير العمر، ومدى رضاهم بشكل عام عن الأشكال البرمجية المقدمة في المحطات الإذاعية الحكومية والخاصة نحو شكل برامجي واحد، وهو شكل البرامج الفنية مثل الأغاني والموسيقى وأخبار الفن.

الجدول رقم (17-ب). قيمة كا² ودالاتها للفروق بين الجنسية (سعودي وغير سعودي)، وبين مدى رضاهم بشكل عام عن الأشكال البرمجية المقدمة في المحطات الإذاعية الحكومية والخاصة.

رضاهم بشكل عام عن الأشكال البرمجية المقدمة في المحطات الإذاعية الحكومية والخاصة نحو ثلاثة أشكال برمجية فقط هي: البرامج الدينية والقرآن الكريم، والبرامج الاقتصادية، وبرامج المسابقات.

ب) الفروق من حيث متغير الجنسية

أظهرت نتائج استخدام الاختبار الإحصائي مربع كاي Chi-Square Test في الجدول رقم (17-ب) فروقاً ذات دلالة إحصائية بين السعوديين وغير السعوديين، حول مدى رضاهم بشكل عام عن الأشكال البرمجية المقدمة في المحطات الإذاعية الحكومية والخاصة نحو شكل برامجي واحد، وهو شكل البرامج الفنية مثل الأغاني والموسيقى وأخبار الفن.

الجدول رقم (17-أ). قيمة كا² ودالاتها للفروق بين الجنس (ذكور وإناث)، وبين مدى رضاهم بشكل عام عن الأشكال البرمجية المقدمة في المحطات الإذاعية الحكومية والخاصة.

الأشكال البرمجية المقدمة	قيمة كا ²	مستوى الدلالة
البرامج والنشرات الإخبارية	7.158	درجة حرية=4
البرامج الدينية والقرآن الكريم	18.185	درجة
	❖0.001	

الأشكال البرمجية المقدمة	قيمة كا ²	مستوى الدلالة	حرية=16
البرامج والنشرات الإخبارية	2.178 درجة	0.703	0.966
البرامج الدينية والقرآن الكريم	7.775 درجة	0.100	0.252
البرامج الرياضية	1.626 درجة	0.804	0.282
البرامج الاقتصادية	2.202 درجة	0.699	0.022
برامج المسابقات	6.457 درجة	0.168	0.022
البرامج السياسية	6.973 درجة	0.137	0.022
البرامج الفنية مثل الأغاني والموسيقى وأخبار الفن	14.892 درجة	0.005	0.022

❖ دال عند مستوى دلالة أقل من (0.05)

(د) الفروق من حيث متغير الحالة الاجتماعية والرضا عن الأشكال البرمجية المقدمة في المحطات الإذاعية الحكومية والخاصة.

أوضحت نتائج استخدام الاختبار الإحصائي مربع كاي Chi-Square Test في الجدول رقم (17-د) فروقاً ذات دلالة إحصائية بين متغير الحالة الاجتماعية لأفراد العينة، ومدى رضاهم بشكل عام عن الأشكال البرمجية المقدمة في المحطات الإذاعية الحكومية والخاصة نحو شكل برامجي واحد، وهو شكل البرامج الفنية مثل الأغاني والموسيقى وأخبار الفن.

الجدول رقم (17-د). قيمة كا² ودلالاتها للفروق بين متغير الحالة الاجتماعية ومدى الرضا بشكل عام عن الأشكال البرمجية

البرامج والنشرات الإخبارية

البرامج الدينية والقرآن الكريم

البرامج الرياضية

البرامج الاقتصادية

برامج المسابقات

البرامج السياسية

البرامج الفنية مثل الأغاني والموسيقى وأخبار الفن

❖ دال عند مستوى دلالة أقل من (0.05)

الجدول رقم (17-ج). قيمة كا² ودلالاتها للفروق بين متغير العمر ومدى الرضا بشكل عام عن الأشكال البرمجية المقدمة في المحطات الإذاعية الحكومية والخاصة.

الأشكال البرمجية المقدمة	قيمة كا ²	مستوى الدلالة	حرية=16
البرامج والنشرات الإخبارية	9.000 درجة	0.913	0.231
البرامج الدينية والقرآن الكريم	19.759 درجة	0.231	0.257
البرامج الرياضية	19.233 درجة	0.257	0.257

المقدمة في المحطات الإذاعية الحكومية
والخاصة.

الجدول رقم (17- هـ). قيمة كا² ودلالاتها للفروق بين متغير المستوى التعليمي ومدى الرضا بشكل عام عن الأشكال البرمجية المقدمة في المحطات الإذاعية الحكومية والخاصة.

مستوى الدلالة	قيمة كا ²	الأشكال البرمجية المقدمة
0.711	8.911 درجة	البرامج والنشرات الإخبارية
0.449	11.957 درجة	البرامج الدينية والقرآن الكريم
0.568	10.547 درجة	البرامج الرياضية
0.243	14.974 درجة	البرامج الاقتصادية
0.642	9.698 درجة	برامج المسابقات

مستوى الدلالة	قيمة كا ²	الأشكال البرمجية المقدمة
0.811	7.656 درجة	البرامج والنشرات الإخبارية
0.476	11.632 درجة	البرامج الدينية والقرآن الكريم
0.759	8.328 درجة	البرامج الرياضية
0.423	12.283 درجة	البرامج الاقتصادية
0.221	5.380 درجة	برامج المسابقات
0.199	15.825 درجة	البرامج السياسية
❖0.007	27.440 درجة	البرامج الفنية مثل الأغاني والموسيقى وأخبار الفن

❖ دال عند مستوى دلالة أقل من (0.05)

تابع الجدول رقم (17- هـ).

مستوى الدلالة	قيمة كا ²	الأشكال البرمجية المقدمة
0.685	9.214 درجة	البرامج السياسية
0.992	3.388 درجة	البرامج الفنية مثل الأغاني والموسيقى وأخبار الفن

❖ دال عند مستوى دلالة أقل من (0.05)

هـ) الفروق من حيث متغير المستوى التعليمي والرضا عن الأشكال البرمجية المقدمة في

المحطات الإذاعية الحكومية والخاصة

لا تشير نتائج استخدام الاختبار الإحصائي مربع

كاي Chi-Square Test في الجدول رقم (17- هـ) إلى

وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متغير المستوى التعليمي

لأفراد العينة، ومدى رضاهم بشكل عام عن الأشكال

البرمجية المقدمة في المحطات الإذاعية الحكومية والخاصة .

الأشكال البرمجية المقدمة	قيمة كا ²	مستوى الدلالة
البرامج والنشرات الإخبارية	31.861 درجة حرية=28	0.280
البرامج الدينية والقرآن الكريم	42.123 درجة حرية=28	❖0.042
البرامج الرياضية	21.000 درجة حرية=28	0.825
البرامج الاقتصادية	25.200 درجة حرية=28	0.617
برامج المسابقات	31.165 درجة حرية=28	0.310
البرامج السياسية	41.705 درجة حرية=28	❖0.046
البرامج الفنية مثل الأغاني والموسيقى وأخبار الفن	38.951 درجة حرية=28	0.082

❖ دال عند مستوى دلالة أقل من (0.05)

الجدول رقم (17- ز). قيمة كا² ودلالاتها للفروق بين متغير متوسط الدخل الشهري ومدى الرضا بشكل عام عن الأشكال البرمجية المقدمة في محطات الإذاعة الحكومية والخاصة.

الأشكال البرمجية المقدمة	قيمة كا ²	مستوى الدلالة
--------------------------	----------------------	---------------

و) الفروق من حيث متغير المهنة والرضا عن الأشكال البرمجية المقدمة في المحطات الإذاعية الحكومية والخاصة تظهر نتائج استخدام الاختبار الإحصائي مربع كاي Chi-Square Test في الجدول رقم (17- و) فروقاً ذات دلالة إحصائية بين متغير المهنة ومدى رضا أفراد العينة بشكل عام عن الأشكال البرمجية المقدمة في المحطات الإذاعية الحكومية والخاصة نحو شكلين من الأشكال البرمجية وهما: البرامج الدينية والقرآن الكريم، والبرامج الفنية مثل الأغاني والموسيقى وأخبار الفن.

ز) الفروق من حيث متغير متوسط الدخل الشهري والرضا عن الأشكال البرمجية المقدمة في المحطات الإذاعية الحكومية والخاصة لا تشير نتائج استخدام الاختبار الإحصائي مربع كاي Chi-Square Test في الجدول رقم (17- ز) إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متغير متوسط الدخل الشهري لأفراد العينة ومدى رضاهم بشكل عام عن الأشكال البرمجية المقدمة في المحطات الإذاعية الحكومية والخاصة.

الجدول رقم (17- و). قيمة كا² ودلالاتها للفروق بين متغير المهنة ومدى الرضا بشكل عام عن الأشكال البرمجية المقدمة في المحطات الإذاعية الحكومية والخاصة.

البرنامج العام، وأرجعوا ذلك إلى عدة أسباب منها الاكتفاء بمصادر أخرى من الإذاعات، بالإضافة إلى كون الدراسة الحالية تناولت مسح آراء الجمهور عن مجمل المحطات الإذاعية السعودية، فيما كانت دراسة التميّاط تتمحور حول محطة البرنامج العام. وفيما يلي استعراض لمناقشة نتائج التساؤلات التي توصل إليها الباحث، بعد توصل الدراسة الحالية إلى نتائج أخرى وصفية لخصائص عينة مجتمع الدراسة الديموغرافية وأنماط استماعهم للمحطات الإذاعية، تم عرضها في معرض تفصيل النتائج.

1- ما طبيعة وحجم الاستماع للمحطات الإذاعية الحكومية والخاصة؟

بينت نتائج الجدول رقم (4) أن نصف أفراد العينة بتكرار (194) ونسبة 52.4% يستمعون للمحطات الإذاعية السعودية دائماً، فيما بلغت تكرارات من يستمعون أحياناً لها (129) بنسبة 34.9%، فيما أشار (47) مفردة بنسبة 12.7% باستماعها نادراً. وأرجع الباحث ظهور هذا الترتيب إلى اختلاف الخصائص الديموغرافية لأفراد المجتمع السعودي؛ مثل العمر، والمستوى التعليمي، والحالة الاجتماعية.

2- ما أسباب عدم الاستماع إلى المحطات الإذاعية الحكومية والخاصة؟

وضعت النتائج في الجدول رقم (2) أسباب عدم الاستماع للمحطات الإذاعية الحكومية والخاصة

البرامج والنشرات الإخبارية	9.271 درجة	0.680	حرية=12
البرامج الدينية والقرآن الكريم	19.546 درجة	0.076	حرية=12
البرامج الرياضية	15.977 درجة	0.192	حرية=12
البرامج الاقتصادية	12.929 درجة	0.374	حرية=12
برامج المسابقات	6.482 درجة	0.890	حرية=12
البرامج السياسية	10.930 درجة	0.535	حرية=12
البرامج الفنية مثل الأغاني والموسيقى وأخبار الفن	11.487 درجة	0.488	حرية=12

❖ دال عند مستوى دلالة أقل من (0.05)

مناقشة النتائج والتوصيات

من أبرز ما توصلت إليه الدراسة الحالية في نتائجها أن هناك 34.5% من أفراد العينة لا يستمعون مطلقاً للمحطات الإذاعية المحلية الحكومية أو الخاصة، وهي نسبة لا يمكن الوثوق في مقارنتها بأي حال مع ما توصلت إليه نتائج دراسة التميّاط (2006م)، حيث توصل إلى أن 41% من أفراد عينته لا يستمعون لإذاعة

بالترتيب التالي :

أ) لقدرة القنوات التلفزيونية على جذب الانتباه أكثر من المحطات الإذاعية.

ب) لأن متابعة الأخبار عبر القنوات التلفزيونية تعد الشكل الأفضل لهم مقارنة بالإذاعات.

ج) لأن مستوى المواد البرمجية التي تقدمها المحطات الإذاعية لا تشجع على متابعتها.

د) لعدم وجود الوقت الكافي.

وبمقارنة هذا الترتيب بعدم الاستماع للمحطات الإذاعية مع ما يشبهه في نتائج الدراسات السابقة، وجد الباحث تطابقاً في السبب الأول المتعلق بقدرة القنوات التلفزيونية على جذب الانتباه من أسباب عدم الاستماع مع دراسة صبري و عبدو(2008م)، التي وضحت نتائجها تفضيل الجمهور لمشاهدة التلفزيون، وبينما جاء السبب المتعلق بمستوى المواد البرمجية التي تقدمها المحطات الإذاعية في المرتبة الثالثة في الدراسة الحالية، نجد أنه جاء في دراسة صبري و عبدو (2008م) في المرتبة الثانية في أسباب عدم الاستماع للمحطات الإذاعية.

3- ما نوعية المحطات الإذاعية السعودية التي يفضلها أفراد المجتمع ؟

أوضحت النتائج في الجدول رقم (7) أن ما يقرب من ثلثي أفراد العينة يفضلون السماع للمحطات الإذاعية الخاصة بتكرار (158) ونسبة 42.7٪، تلتها المحطات الإذاعية الحكومية العامة والمتخصصة بمجموع

تكراراتها ونسبها، فيما فضل (99) من أفراد العينة بنسبة 26.8٪ الاستماع إلى أكثر من نوع، وهذه النتيجة تشير بشكل أو آخر إلى أن الإذاعات الحكومية ما زالت تحتل مكانة لدى أفراد المجتمع على الرغم من منافسة الإذاعات الخاصة لها، وهي الإشكالية التي ناقشتها دراسة صبري و عبدو (2008م)، وتوصلت بصدها إلى أنه توجد للمحطات الإذاعية الحكومية إيجابيات في كونها تقدم خدمات مختلفة ومفيدة وتهتم بفئات المجتمع المختلفة. لكن هذا لا يعفي تلك المحطات - بحسب رأي الباحث - من محاولة البحث في تقصي رغبات أفراد المجتمع السعودي إذا ما أرادت أن تستعيد مكانتها الكاملة.

4- ما مدى الاستماع للمحطات الإذاعية الحكومية والخاصة؟

يتضح من الجدول رقم (8) ترتيب مدى الاستماع للمحطات الإذاعية السعودية الحكومية والخاصة، حيث جاءت محطة إم بي سي إف إم MBC FM ذات التوجه الخاص في المرتبة الأولى، تلتها محطة البرنامج العام الحكومية، ثم محطة بانوراما ذات التوجه الخاص، فبقية المحطات الحكومية في الترتيب، وهذه النتيجة تتفق مع ما ذهبت إليه نتيجة الجدول السابق.

5- ما الأشكال البرمجية الإذاعية التي يفضل أفراد المجتمع الاستماع إليها؟

بينت النتائج في الجدول رقم (9) احتلال البرامج والنشرات الإخبارية للمرتبة الأولى بأقل

7 - ما الدوافع من وراء الاستماع إلى المحطات الإذاعية الحكومية؟

أشارت نتائج الجدول رقم (11) إلى الترتيب الآتي لدوافع الاستماع للمحطات الإذاعية الحكومية:

- أ) دافع التعرف إلى الأنباء.
- ب) دافع البقاء على علم بما يدور في العالم في المجالات كافة.
- ج) دافع الرغبة في الحوار والنقاش مع الآخرين.
- د) دافع التسلية.
- هـ) دافع تضيئة وقت الفراغ.

وبمقارنة ترتيب هذه الدوافع مع نتائج الدراسات السابقة نجد أنه لا يتطابق مع دراسة التميّاط (2006م)، التي تناولت استخدامات المواطن السعودي لإذاعة البرنامج العام والإشباع المتحققة منها؛ حيث جاء لدى التميّاط دافعا شغل وقت الفراغ ومعرفة موضوعات تصلح للنقاش في المقدمة، في حين أنها احتلت الترتيب الأول في نتائج الدراسة الحالية، أما في دراسة المحيا (1414هـ) فقد جاء دافع التعرف إلى الأحكام الشرعية في الترتيب الأول، تلاه دافع التعرف إلى ما يجري في العالم. ويعتقد الباحث أن النتائج التي توصل إليها في هذا المجال هي أقرب ما يمكن إلى التوافق من جهة توجه المحطات الحكومية المعني بالخدمة العامة والمختلفة أو المتنوعة، والذي يهتم بجميع فئات المجتمع، كما ظهر في آراء المبحوثين في دراسة صبري وعبدو (2008م).

متوسط حسابي في استماع أفراد العينة للأشكال البرمجية المختلفة، تلتها البرامج الرياضية، فالبرامج الفنية مثل الأغاني والموسيقى وأخبار الفن، واحتلت البرامج الدينية والقرآن الكريم المرتبة الأخيرة من حيث الاستماع، ويعزو الباحث تأخر ترتيب البرامج الدينية والقرآن الكريم إلى كون البرامج الدينية والقرآن الكريم تذاع عبر محطات إذاعية متخصصة.

6- ما طبيعة المحطات الإذاعية التي يفضل أفراد العينة من خلالها متابعة أشكال المواد البرمجية؟

بينت نتائج الجدول رقم (10) تفضيل 66.8% من أفراد العينة متابعة شكل البرامج والنشرات الإخبارية من خلال المحطات الإذاعية الخاصة، أما بالنسبة لشكل البرامج السياسية فقد رأى (269) منهم بنسبة 72.7% متابعتها في المحطات الحكومية، وهو الأمر الذي عزاه الباحث إلى عدم اهتمام القنوات الخاصة كثيراً بالبرامج السياسية. وعلى العكس تماماً بالنسبة لشكل البرامج الدينية والقرآن الكريم وجد الباحث أن (245) بنسبة 66.2% من أفراد العينة يستمعون إليها من خلال المحطات الحكومية، وهو الأمر الذي تبين للباحث من قبل وتحديدًا في نتائج الجدول رقم (8). كما بينت النتائج في الجدول ذاته أن (319) بنسبة 86.2% من أفراد العينة يستمعون إلى البرامج الفنية مثل الأغاني والموسيقى من خلال المحطات الإذاعية الخاصة، ويعود ذلك إلى توجه الأخيرة نحو الترفيه والتسلية أكثر من المحطات الحكومية.

8 - ما الدوافع من وراء الاستماع إلى المحطات الإذاعية الخاصة؟

بينت النتائج في الجدول رقم (12) الترتيب الآتي لدوافع الاستماع للمحطات الإذاعية الخاصة:

أ) دافع التسلية.

ب) دافع النقاش والحوار مع الآخرين.

ج) دافع تضيئة وقت الفراغ.

د) دافع التعرف إلى الأنباء.

هـ) دافع البقاء على علم بما يدور في العالم.

لا يقتضي الترتيب الحالي مناقشة مع الدراسات السابقة؛ كونها لم تتناول بالبحث الإذاعات الخاصة، فيما عدا أن دراسة صبري وعبدو (2008م) تناولت آراء الباحثين حولها وحول الإذاعات الحكومية، ولكن يرى الباحث أن المناقشة للنتيجة الحالية تفترض الاتساق مع نتائج الدوافع الخاصة بالإذاعات الحكومية، فالملاحظ هو اختلاف عكسي لترتيب الدوافع بين الإذاعات الحكومية والخاصة، وهو الأمر الذي يحملنا إلى القول بشيء من الثقة أن توجه المحطة يسهم في تحديد دوافع الجمهور، ومبعث الثقة في ذلك ما تفترضه نظرية الاستخدامات والإشباع من أن الجمهور يبحث عن مضامين براجمية تلبي توقعاته، وهذا ما تسعى نحوه المحطات الخاصة أو المتخصصة باهتمام أكبر من المحطات الحكومية.

9 - ما الإشباع المتحققة من الاستماع إلى المحطات الإذاعية الحكومية؟

أوضحت نتائج الجدول رقم (13) تحقق الإشباع من الاستماع للمحطات الإذاعية الحكومية بحسب الترتيب التالي:

أ) الاطلاع الدائم على ما يجري في العالم في المجالات كافة.

ب) التزود بالأخبار حول الأحداث المحلية الإقليمية والدولية.

ج) الرغبة في النقاش والحوار مع الآخرين حول الأحداث.

د) تضيئة وقت الفراغ.

هـ) التسلية.

وهذه النتيجة تعني توافقاً منطقياً مع دوافع أفراد العينة من الاستماع إلى المحطات الإذاعية الحكومية، وبالمقارنة في نتائج الدراسات السابقة، فقد وجدت دراسة التمياط (2006م) أن إشباع التمكين المعرفي من بعض المعلومات حل في المرتبة الأولى، تلاه الإشباع الخاص بالمساعدة على التخلص من الملل، وهي نتيجة متوافقة إلى حد كبير مع الإشباع التي توصلت إليها الدراسة الحالية بالنسبة للإشباع الأول، كما أن الترتيب الحالي يتوافق مع دراسة حسين (1993م) التي تناولت استخدامات الأسر المصرية لوسائل الاتصال الإلكترونية، التي توصلت إلى أن الإشباع التوجيهية (مراقبة البيئة والتزود بالمعلومات) جاءت في المقدمة، تلتها الإشباع الاجتماعية (مناقشة الآخرين) في المرتبة الثانية.

الثالثة ، وجاء رضا أفراد العينة عن البرامج الفنية مثل الأغاني والموسيقى وأخبار الفن في المرتبة الأخيرة ، وهذه النتيجة الأخيرة الخاصة بالبرامج الفنية تؤكد ما ذهب إليه أفراد العينة بالنسبة للإشباع المتحققة من الاستماع للإذاعات الخاصة ، فيما يتعلق بدافع التسلية أو تفضية وقت الفراغ ، حيث لم تأت هذه الإشباعات في المرتبة الأولى.

12- ما أوجه الفروق ذات الدلالة الإحصائية بين أفراد العينة من حيث خصائصهم الديموغرافية وحجم الاستماع للمحطات الإذاعية الحكومية والخاصة؟

لم ترصد نتائج الجداول (16- أ ، 16- ب ، 16 ج ، 16 د ، 16 هـ ، 16 و ، 16 ز) الخاصة بالتوزيع التكراري للمتغيرات الديموغرافية (الجنس ، الجنسية ، العمر ، الحالة الاجتماعية ، المستوى التعليمي ، المهنة ، متوسط الدخل الشهري) مع متغير حجم الاستماع للمحطات الإذاعية الحكومية والخاصة ، سوى حالة فروق واحدة ذات دلالة إحصائية بين أفراد العينة بالنسبة لمتغيري المستوى التعليمي وحجم الاستماع إلى المحطات الإذاعية الحكومية والخاصة كما وضحت ذلك نتيجة الاختبار الإحصائي مربع كاي.

13- ما أوجه الفروق ذات الدلالة الإحصائية بين أفراد العينة من حيث خصائصهم الديموغرافية ومدى الرضا العام عن أشكال البرامج المقدمة في المحطات الإذاعية الحكومية والخاصة؟

10 - ما الإشباع المتحققة من الاستماع للمحطات الإذاعية الخاصة؟

بينت نتائج الجدول رقم (14) تحقق الإشباع من الاستماع للمحطات الإذاعية الخاصة بحسب الترتيب التالي :

أ) الرغبة في النقاش والحوار مع الآخرين عن الأحداث.

ب) الاطلاع الدائم على ما يجري في العالم في المجالات كافة.

ج) التسلية.

د) التزود بالأخبار حول الأحداث المحلية الإقليمية والدولية.

هـ) تفضية وقت الفراغ.

تظهر هذه النتيجة عدم الاتساق بين ترتيب دوافع الاستماع للمحطات الحكومية مع الإشباع المتحققة من هذا الاستماع ، ولكنها تشير بقدر ما إلى أن المحطات الخاصة لا تسير نحو إشباع رغبات الجمهور في التسلية والترفيه فقط ، بل تسعى إلى التثقيف أيضاً.

11- ما مدى الرضا العام لأفراد المجتمع عن مستوى الأشكال البرمجية التي تقدمها المحطات الإذاعية الحكومية والخاصة؟

بينت نتائج الجدول رقم (15) أن الرضا عن مستوى شكل البرامج والنشرات الإخبارية حل في المرتبة الأولى ، تلاه الرضا عن البرامج الدينية والقرآن الكريم ، فيما جاء الرضا عن البرامج الرياضية في المرتبة

الجدول رقم (9) المتعلق بالتساؤل رقم (5) الخاص بتفضيل أفراد العينة لشكل برامجي يفضل السماع إليه، وكذلك العودة لمدى الرضا العام لأفراد العينة عما تقدمه المحطات الإذاعية الحكومية والخاصة في نتائج الجدول رقم (15) والتساؤل رقم (11)، حيث حل في المرتبة الأخيرة. الأمر الذي يؤكد بشكل أو بآخر أن يكون هذا الشكل البرامجي مصدراً للفروق ذات الدلالة الإحصائية بين أفراد العينة.

التوصيات

تعد هذه الدراسة هي الأولى من نوعها في المملكة العربية السعودية - على حد علم الباحث - والتي تناولت الإذاعات السعودية الحكومية والخاصة في آن معاً، وقد أشار الباحث في معرض حديثه عن أهمية الدراسة الحالية إلى قلة الدراسات التي تناولت الإذاعة المسموعة، وقد توصلت الدراسة في نتائجها إلى عدة نقاط جوهرية عليها تكون ذات فائدة للقائمين على المحطات الإذاعية السعودية الحكومية والخاصة، وتجذب انتباه الباحثين من طلاب الدراسات العليا في الجامعات والمؤسسات العلمية الأخرى.

ويوصي الباحث بعد توصله لإجابات أسئلة الدراسة إلى ما يلي:

1 الاهتمام بدراسات رجع الصدى لدى المحطات الإذاعية الحكومية والخاصة لمعرفة رغبات أفراد المجتمع السعودي وحاجاتهم.

لم ترصد نتائج الاختبار الإحصائي مربع كاي وجود فروق ذات دلالة إحصائية بالنسبة للمتغيرات الديموغرافية (المستوى التعليمي، متوسط الدخل الشهري) بالنسبة لجميع أشكال البرامج المقدمة في المحطات الإذاعية الحكومية والخاصة، في حين رصدت نتائج الاختبار ذاته وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين المتغيرات الديموغرافية الأخرى والأشكال البرامجية الموضحة أدناه:

متغير الجنس والأشكال البرامجية (البرامج الدينية والقرآن الكريم، البرامج الاقتصادية، برامج المسابقات).

- متغير الجنسية والأشكال البرامجية (البرامج الفنية مثل الأغاني والموسيقى وأخبار الفن).
- متغير العمر والأشكال البرامجية (البرامج الفنية مثل الأغاني والموسيقى وأخبار الفن).
- متغير الحالة الاجتماعية والأشكال البرامجية (البرامج الفنية مثل الأغاني والموسيقى وأخبار الفن).
- متغير المهنة والأشكال البرامجية (البرامج الدينية والقرآن الكريم، البرامج السياسية).

تشير معظم نتائج الفروق السابقة إلى أن الشكل البرامجي (البرامج الفنية مثل الأغاني والموسيقى وأخبار الفن) كان أكثر الأشكال الذي أوجد فروقاً ذات دلالة إحصائية بين أفراد العينة.

وتفضي هذه النتيجة إلى العودة الفاحصة نحو هذا الشكل البرامجي الذي حل في المرتبة الثالثة في نتائج

الإعلام، جامعة القاهرة.
 الشيبلي، عبدالرحمن. (2000م). الإعلام في المملكة العربية السعودية: دراسة وثائقية وصفية تحليلية، ط1، الرياض: مطبعة سفير.
 صبري، أمينة. و عبدو، خالد (2008م). مكانة الإذاعات الحكومية ودورها في ظل منافسة الإذاعات الخاصة، تونس: منشورات اتحاد إذاعات الدول العربية، سلسلة بحوث ودراسات إذاعية عدد (62).
 عبد الحميد، محمد. (1997م). نظريات الإعلام واتجاهات التأثير. الطبعة الأولى، مركز تكنولوجيا التعليم - كلية التربية جامعة حلوان.
 كريم، بدر. (2000م). نشأة وتطور الإذاعة في المجتمع السعودي، ط3، الرياض: مطابع الفرزدق التجارية.

الحيا، مساعد. (1414هـ). دوافع استخدام وسائل الاتصال الإلكترونية ومدى الإشباع الذي تحققه، رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية الدعوة والإعلام، جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية، الرياض.
 مكاوي، حسن عماد، والسيد، ليلي حسين. (1998م). الاتصال ونظرياته المعاصرة، الطبعة الأولى، القاهرة: الدار المصرية للكتاب.

المراجع الأجنبية

- Mcquail, D. (1984) "With the benefit of hindsight:

2 تكثيف البرامج الثقافية المتنوعة التي تكسب الجمهور معلومات ومعارف عامة مفيدة، حيث ظهرت الحاجة لها في نتائج الدراسة الحالية من خلال دوافع الاستماع والإشباع المتحققة من ذلك الاستماع، سواء لدى الإذاعات الحكومية أو الخاصة.
 3 إجراء الدراسات المتخصصة عن الأشكال البرمجية المتعلقة بالبرامج الدينية والقرآن الكريم، وكذلك المتعلقة بشكل البرامج الفنية مثل الأغاني وأخبار الفن؛ للوقوف على معلومات دقيقة حول رغبات الجمهور وآرائه في هذين الشكلين تحديداً.
 4 أن تبدي المحطات الإذاعية الحكومية والخاصة اهتماماً بالأشكال البرمجية الأخرى، مثل البرامج الاقتصادية والرياضية وبرامج المسابقات.
 5 دعوة القطاع الخاص نحو الاستثمار في مجال إنشاء المحطات الإذاعية المتخصصة بالاقتصاد والرياضة والمسابقات.

المراجع العربية

التمياط، عبدالله. (2006م). استخدامات المواطن السعودي لإذاعة الرياض (البرنامج العام) وإشباعاتها، رسالة ماجستير غير منشورة. قسم الإعلام، جامعة الملك سعود، الرياض.
 حسن، ليلي. (1993م). استخدامات الأسرة المصرية لوسائل الاتصال الإلكتروني ومدى الإشباع الذي تحققه، رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية

- Penguin.
- Williams, Frederick. **The new Communication.** California: Wadsworth Publishing Co. 1984.
 - Wimmer, Roger D. and Joseph R. Dominick. **Mass Media Research; An Introduction.** Wadsworth Publishing Company, 5th Edition. 2000.
 - Windel, Steven (et. Al). **Using Communication Theory. An Introduction to Planned Communication.** CA: SAGE Publications Inc. 1992.
 - reflections on uses and gratifications research", **Critical Studies in Mass Communication, 1,2: 93-177.**
 - Rosengren, K.E. (1974) "Uses and gratifications: a paradigm outlined", pp. 81-269 in Blumler, J.G. and Katz, E. (eds) **The Uses of Mass Communications.**
 - Rosengren, K.E. and Windhl, S. (1972) "Mass media consumption as a functional alternative", pp. 94-166 in **Mcquail, D.(ed) Sociology of Mass Communications,** Harmondsworth:

Saudi people uses of local radio stations and ensuing satisfaction: a field study on a sample of Riyadh city residents

Bakr M. Ibrahim

An Associate Professor, Mass communication department, College of Arts
King Saud University ,2009 G - 1430 H

(Received 20/2/1430H; accepted for publication 26/4/1430H.)

Abstract. This is a descriptive study conducted to know how far the Saudi people benefit from the private or public local radio stations, measuring the people satisfaction about these stations. The study achieves a number of sub-objectives by having an answer to some questions.

The foremost question is to know the reason why programs of the private or public local radio stations are or are not listened to. It probes the type of radio stations; favorite programs; and motives of listening to these programs. It answers whether motives for listening to such stations are satisfied or not.

The study probes how far the Saudi people are satisfied with the types of programs presented by the private or public local radio stations. It discusses the satisfaction of audiences towards programs presented, and whether there are any statistically significant differences or not.

The sample surveyed comprised 565 persons from Riyadh city. The figure of those who do not listen to local radio stations is 195; 34.5% of the sample answer the questions; give their personal data; and mention why they do not listen to radio stations.

The figure of those who listen to radio stations are 370 persons; 65.5% of the sample and on them the study is based.

The findings show that the major reason why they do not listen to local radio stations is satellite channels for they are eye-catching different to radio stations. They show also that about 42.7% of the sample prefers listening to private radio stations, followed by public governmental stations and private governmental in a row.

In the survey, MBC FM ranks the top, followed by governmental public program and private panorama in a row.

On the motives behind listening to public and private radio stations, the findings show that the motives go different from private to public stations. However, there is no difference in satisfaction degrees driven from listening.

The study reaches that there is no statistically significant difference in demographic features and listening habit to radio stations amongst the sample, except in the academic levels.

However, the study shows that there are statistically significant differences in demographic features and satisfaction degrees towards some programs presented via the private or public radio stations. The major difference is between the demographic variables and type of programs: music, songs, arts news.

