

ممارسات الاستماع للإذاعات المصرية وانعكاساتها على إدارة الانفعالات لدى الشباب الجامعي: دراسة كيفية

د. أحمد جمال حسن محمد *

المستخلص:

هدفت هذه الدراسة إلى تتبع الكيفية التي يصف بها الشباب الجامعي انعكاسات ممارسات استماعهم للإذاعات المصرية على إدارة انفعالاتهم، وتم لأجل ذلك استخدام المنهج الكيفي/ النوعي، وجمعت البيانات الكيفية باستخدام مقابلة شبيهة مركبة معمقة لملاءمتها لفلسفة وغرض الدراسة، والتي تم تنفيذها مع (٢٨) مشاركاً من مستمعي الإذاعات المصرية والتي امتدت أعمارهم ما بين (١٨ : ٢١ عاماً)، وقد بينت النتائج في إطار القراءة المعرفية والنظرية أن التحول المتسارع في رقمه البث لم يؤثر على مكانة الراديو التقليدي، حيث لا يزال كثير من مستمعي الإذاعات المصرية يعتمدون عليه كمصدر رئيس في متابعة الأخبار والأحداث، والاستماع للموسيقى والدراما، وغيرها من التفضيلات، أما على المستوى التطبيقي تبين أن الاستماع عبر جهاز الراديو التقليدي يفتقد بعض ميزات الوسائط الرقمية كالاستماع عند الطلب، كما كان من الواضح أن الاستماع للإذاعات المصرية كان مدمجاً بشكل جيد في عديد من أنشطة الحياة اليومية للمشاركين الشباب، وقد ذكر المشاركون تفضيلاتهم الشخصية بوضوح، بينما تنوعت المحتويات التي يفضلها المشاركون، وأيضاً عبر المشاركون عن تفضيلاتهم للإذاعات المصرية، فضلاً عن البرامج الإذاعية ومقدميها، وأخيراً وضح بعض المشاركون قدرة بعض المحتويات الإذاعية على: تقليل الانفعالات، وصنع الهدوء، وخلق الراحة النفسية من خلال التأمل فيما يسمعون.

الكلمات المفتاحية: ممارسات الاستماع؛ الإذاعات المصرية؛ إدارة الانفعالات؛ دراسة كيفية.

* مدرس الإذاعة والتلفزيون بالمعهد التكنولوجي العالي للإعلام بالمنيا

Egyptian Radio Listening Practices and their Implications for Management of Emotions among University Youth: A Qualitative Study

Dr. Ahmed Gamal Hassan Mohammed*

Abstract:

This study aimed to track how university youth describe the effects of their listening practices to Egyptian radio stations on managing their emotions. Depth for its relevance to the philosophy and purpose of the study, Which was carried out with (28) participants of Egyptian radio listeners, whose ages ranged between (18 : 21 years), and the results showed in the context of cognitive and theoretical reading that the rapid shift in the digitization of the broadcast did not affect the status of the traditional radio, As many Egyptian radio listeners depend still They on it as a main source of income: Follow-up of news and events, listening to music and drama, and other preferences. On the applied level, it was found that listening via the traditional radio device lacks some of the advantages of digital media, such as listening on demand. It was also clear that listening to Egyptian radio stations was well integrated in many n life activities the daily activities of the young participants, and the participants stated their personal preferences clearly, while the content preferences of the participants varied, Participants also expressed their preferences for Egyptian radio stations, as well as radio programs and their presenters. Finally, some participants explained the ability of some radio content to: reduce emotions, create a calm, and create psychological comfort through contemplation of what they hear.

Keywords: Listening Practices; Egyptian Radio Stations; Management of Emotions; A Qualitative Study

* Lecturer of radio and television technology at the Higher Technological Institute for Media in Minya

مقدمة:

لم يعدَّ هناك حاجة للتأكيد على أهمية وسائل الإعلام البالغة ومكانتها الكبيرة داخل المجتمعات، خاصة بعدَّ أن أصبحت هذه الوسائل جزءاً رئيساً من المقاييس التي تُشير إلى مستوى الحضارة والتقدم في أي دولة من دول العالم، كما امتلكت القدرة الفاعلة في التأثير على سلوكيات الأفراد وإكسابهم قيماً جديدةً مقابل قيماً قديمة. ويُمثل الراديو أحد هذه الوسائل، والذي يُسهم في توصيل الرسائل الإعلامية إلى جماهير المستمعين المختلفين بسرعة فائقة؛ لذلك فإن للإذاعات المسموعة دوراً كبيراً في تشكيل الرأي العام، والمساهمة الفعالة في التنمية بكافة أشكالها، وبالرغم من أن التحولات الهائلة في العملية الاتصالية بجميع مكوناتها قدَّ أفقدت تلك الإذاعات جزءاً كبيراً من أدوارها الأساسية، إلا أنها ساعدتها في المحافظة على صفاتها الحيوية من خلال توفير فرصاً جديدة لأدوارها التأثيرية كالتفاعلية والمشاركة الفاعلة في إنتاج المحتوى، وأصبح جمهور المستمعين متأثراً ومؤثراً بشكلٍ متفاوتٍ فيما تُقدمه تلك الإذاعات من مضمين.

بناءً على ما سبق؛ أصبح من الضروري مُراعاة الإذاعات المسموعة لإحاجات وشباعات الجمهور خاصة الانفعالية منها، حيث تُنصّل الانفعالات بحياة الأفراد اتصالاً مباشراً، فهي تؤثر بشكلٍ كبير على الوظائف الجسمية والنفسية والاجتماعية، كما تُمثل الانفعالات مصدرراً لاستمرار الحياة وصنع القرار، وحداً فاصلاً بين السواء والمرضى النفسي أو العقلي؛ لذلك يميل المستمعون للبحث عن البرامج والمحتوى الذي يتناسب مع اهتماماتهم ومتطلباتهم الشخصية، والتي توفر لهم مجالاً للمساعدة في إدارة انفعالاتهم، وتنظيم خبراتهم، وتنمية خيالهم، وتنشيط تفكيرهم، وتشكيل إدراكهم للذات وللآخرين، وقدَّ تختلف تلك الانفعالات من فردٍ لآخر حسب إدارته لها.

مما سبق يتبين؛ أن البث الإذاعي عملية هامة للمجتمع المصري بشكلٍ عام وشبابه بشكلٍ خاص، لما لديها من قدرة على ربط الشباب بمجتمعهم مما يُعزز قيم المواطنة لديهم؛ لذلك حاولت هذه الدراسة الاستفادة من بعض النظريات السلوكية والإعلامية لتحقيق فهم أعمق لمدى انعكاسات ممارسات استماع الشباب الجامعي للإذاعات المصرية على إدارة انفعالاتهم؛ لذا اعتمدت في تفسير إدارة الانفعالات على كلٍ من: نموذج القدرة، ونموذج "Bar-On" للذكاء العاطفي الاجتماعي، ونموذج "Goleman"، والنظرية الإنسانية، بينما اعتمدت في التعرف على دوافع استماع الشباب الجامعي للإذاعات المصرية على نظرية الاستخدامات والشباعات.

مشكلة الدراسة:

سَاعدت التحوّلات التكنولوجية الاتصالية في استعادة الإذاعات المسموعة لأدوارها التأثيرية في المجتمع كوسيلة اتصال تؤدي دوراً هاماً في حياة الأفراد، من خلال إعلامهم وإخبارهم وتثقيفهم وتسليةهم، واستخدام المعلومات المستمدة من بثها في اتخاذ القرارات، وتقويم الحجج المنطقية لديهم من جهة، ومن جهة أخرى يُمكن أن يُساعد الاستماع إلى الإذاعات في تحسين الصحة العقلية والعاطفية لديهم من خلال الاستماع إلى تفضيلاتهم من البرامج ومقدميها. وبالرغم من أن الجانب الانفعالي يُشكل أحد التحديات التي تواجه المجتمعات، لِمَا له من دور فعّال في تفسير الشخصية منذ سِتينيات القرن الماضي⁽¹⁾، إلا أن عديد من البحوث والدراسات الإعلامية قد ركزت إلى حدٍ كبير على الجوانب المعرفية، بينما أغفلت الجانب الانفعالي عند معالجة الفردية للرسائل الإعلامية الجماهيرية، حيثُ كان يُنظر للانفعالات حينها على أنها "ضوضاء"، وبناءً على ذلك، يُمكن بلورة مشكلة الدراسة في السؤال الرئيس الآتي: "كيف يَصِف الشباب الجامعي انعكاسات ممارسات استماعهم للإذاعات المصرية على إدارة انفعالاتهم؟". إلى جانب مجموعة من الأسئلة الفرعية، وهي:

- كيف يَسْتَمع الشباب الجامعي للإذاعات المصرية؟
- متى وأين يَسْتَمع الشباب الجامعي للإذاعات المصرية؟
- ماذا يَسْتَمع الشباب الجامعي في الإذاعات المصرية؟
- لِمَاذا يَسْتَمع الشباب الجامعي للإذاعات المصرية؟
- كيف يُدير الشباب الجامعي انفعالاتهم عند استماعهم للإذاعات المصرية؟

أهمية الدراسة:

برزت أهمية هذه الدراسة كأهمية ذاتية في تركيزها الكيفي على فهم انعكاسات ممارسات استماع الشباب الجامعي للإذاعات المصرية على إدارة انفعالاتهم. ومن هنا يُمكن أن تتضح أهمية الدراسة في الآتي: (١) الإضافة العلمية الموضوعية المأمولة والمقننة لأدبيات البحوث والدراسات البيئية، حيثُ تجمع الدراسة الحالية بين مجالات: الإعلام والاتصال، وعلم النفس السلوكي، والصحة النفسية. (٢) مُساعدة المؤسسات الإذاعية المسموعة في التعرف على تأثير ممارسات استماع الشباب الجامعي للإذاعات على عملية إدارة الانفعالات لديهم، إضافة إلى التعرف على أنواع البرامج التي يُمكن أن تؤثر بشكل إيجابي على الإدارة الانفعالية لدى الجمهور من المُستمعين بشكل عام. (٣) تكريس مفهوم الأهمية التطبيقية من خلال تقديم معلومات، ونتائج ومخرجات ذات دلالة بشأن انعكاسات ممارسات استماع الشباب الجامعي للإذاعات المصرية على إدارة انفعالاتهم.

أهداف الدراسة:

سَعَت الدراسة الحالية للكشف عن مدى انعكاسات ممارسات استماع الشباب الجامعي للإذاعات المصرية على إدارة انفعالاتهم من خلال: (١) تحديد كيفية استماع الشباب الجامعي للإذاعات المصرية. (٢) بيان إجراءات استماع الشباب الجامعي للإذاعات المصرية. (٣) رصد تفضيلات استماع الشباب الجامعي بالإذاعات المصرية. (٤) التعرف على دوافع استماع الشباب الجامعي للإذاعات المصرية. (٥) الكشف عن كيفية إدارة الشباب الجامعي لانفعالاتهم من خلال استماعهم للإذاعات المصرية.

مراجعة الدراسات السابقة:

تستعرض الدراسة الحالية مجموعة من الدراسات السابقة ذات الصلة الوثيقة بموضوعها؛ للاستفادة منها نظرياً ومنهجياً ومعرفياً وإجرائياً، وكذلك الوقوف على أحدث ما تم التوصل إليه في هذا الحقل البحثي، وقد أظهرت مراجعة التراث العلمي المتعلق بانعكاسات ممارسات الاستماع للإذاعات عن عديد من الفوائد بشكل عام، وفي إطار الكشف عن عادات وأنماط ممارسات الاستماع للإذاعات استهدفت دراسة يوسف محمد (٢٠٢٢)^(٢) التعرف على عادات الاستماع للراديو في عصر وسائل التواصل الاجتماعي من وجهة نظر الشباب الجامعي، وقد خلصت نتائجها إلى أن عادات وطبيعة الاستماع للراديو من قبل الشباب تتمثل في بعض الأحيان وليس بصورة مستمرة أو دائمة؛ مما يعني ضعف التعرض لهذه الوسيلة من بين الوسائل الأخرى، كما تمثلت أماكن الاستماع المفضلة لديهم في البيت أو السيارة، وجاء الهاتف النقال ومن ثم الراديو التقليدي كوسائل الاستماع للإذاعات، وجاء في مقدمة المفضلات الأغاني، ومن ثم المنوعات، تليها الاستماع للتلاوات القرآنية، وكان الصباح أهم أوقات الاستماع المفضلة لعينة الدراسة، تلاها جميع الأوقات، وفي الأخير جاء الليل. كما تمثلت أهم أسباب الاستماع للراديو، في: سهولة التنقل بالجهاز، قلة تكلفة الجهاز، الجهاز في معظم الأوقات لا يحتاج إلى تيار كهربائي، سهولة استخدام الجهاز، يحافظ على قيم المجتمع وأخلاقياته، تعلق عاطفي مع الراديو، والسرعة في نقل الأحداث، بينما كان ظهور وسائل التواصل الاجتماعي في مقدمة أسباب عدم الاستماع، وهو ما أكدت عليه دراسة تامر السيد (٢٠٢٢)^(٣) والتي سعت إلى معرفة عادات وأنماط تعرض الجمهور المصري للمحطات الإذاعية الحكومية والخاصة، إضافة إلى التعرف على أنواع التأثيرات المعرفية، والوجدانية، والسلوكية المتحققة من اعتماد الجمهور على هذه المحطات، وقد خلصت الدراسة إلى التفوق النسبي في تغيير عادات الاستماع للإذاعات الخاصة عنها في الإذاعات الحكومية بعد ظهور وسائل الاتصال الحديثة.

وفي ذات الإطار ركزت دراسة (Rodero 2020)⁽⁴⁾ على معرفة عادات الاستماع، واستهلاك الراديو، وتصور المستمعين عن أزمة "Covid-19"، وقد أشارت النتائج إلى أن الأفراد قد غيروا من عادات الاستماع لديهم وزادوا من استهلاكهم المتوسط، فإثناء الأغلاق يستمعون إلى الراديو في الغالب في غرفة المعيشة، وغرفة النوم، والمطبخ أثناء التنظيف أو الطهي، كما أنهم يستهلكون المزيد من ساعات الراديو والمزيد من المحطات والبرامج المتنوعة. بينما سعت دراسة (Ticar 2019)⁽⁵⁾ إلى تحديد عادات وأسباب الاستماع إلى الراديو، وقد كشفت النتائج إلى أن المستجيبين عادة ما يستمعون للإذاعات لمدة (٣٠ : ٦٠) دقيقة في الصباح، وفضل المستجيبين البرامج والدراما الإذاعية الصباحية، والترفيهية في فترة ما بعد الظهر، والموسيقى في المساء، وتمثلت أسباب الاستماع في الحصول على المعلومات، والترفيه، والاسترخاء، بينما تمثل تأثير الاستماع في الشعور بالاسترخاء، والرضا، والتحفيز.

ووصفت دراسة (Avengoza 2016)⁽⁶⁾ ممارسات الاستماع إلى الراديو في "Bihug" من خلال تحديد البرامج والمحطات التي يستمعون إليها أكثر من غيرها، وخلصت النتائج إلى استخدام جهاز الراديو التقليدي في الاستماع للإذاعات بالمنزل على مدار اليوم تحديداً من الساعة (٣ ص : ١٠م)، بينما أجرت دراسة (Ajaegbu, et al 2015)⁽⁷⁾ مسحاً حول عادات استماع طلاب الجامعة للراديو، والتعرف على مواقفهم من البرامج المذاعة، وقد كشفت النتائج أن الطلاب يتمتعون بسهولة الوصول إلى الراديو في الحرم الجامعي.

وفي سياق الكشف عن تأثيرات ممارسات الاستماع إلى الراديو سعت دراسة Krause⁽⁸⁾ (2020) إلى التعرف على دور وتأثير ممارسات الاستماع إلى الراديو في الحياة اليومية لكبار السن، وقد كشفت نتائج التحليل الموضوعي الانعكاسي عن تفضيلات شخصية متنوعة فيما يتعلق بالمحتوى، والمحطات، ومقدمي البرامج، كما تبأينت دوافع المستمعين، حيث ركز البعض على المتعة التي يصنعها الاستماع إلى الراديو، بينما أشار البعض إلى فوائدها الترفيهية كالاسترخاء، وتعديل المشاعر. بينما استهدفت دراسة ولاء إبراهيم (٢٠٢١)⁽⁹⁾ الكشف عن العلاقة بين اعتماد الشباب الجامعي على الإذاعات الرقمية وإدراكهم للقيم الاجتماعية، حيث بينت النتائج أن التعرض غير المنتظم جاء في مقدمة أنماط التعرض من قبل الشباب الجامعي، بينما تصدر دافع التسلية والترفيه قائمة دوافع هذا التعرض، كما جاءت محطة "نجوم أف أم" في مقدمة المحطات التي يستمع إليها الشباب؛ بالتالي جاءت الأغاني والمنوعات في مقدمة المضامين التي يفضلونها.

واستهدفت دراسة رانيا الشحات (٢٠٢٢)⁽¹⁰⁾ التعرف على تفاعلية الأطفال مع إذاعة البرنامج الثقافي المصري من خلال إنتاجهم لقصص قصيرة من تأليفهم، وتوصلت الدراسة إلى وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين معدل تعرض الأطفال لإذاعة البرنامج الثقافي وبين

إدراكهم لجوانب الإبداع الأدبي لديهم، كما ظهرت علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين دوافع تعرض المبحوثين لإذاعة البرنامج الثقافي وبين تنمية عناصر الإبداع لديهم. بينما بحثت دراسة غادة عاطف (٢٠٢١)⁽¹¹⁾ العلاقة بين الاعتماد على إذاعة القرآن الكريم والمعرفة الدينية لدى الجمهور، وقد أظهرت النتائج عن ارتفاع نسبة استماع المبحوثين لإذاعة القرآن الكريم بشكل منتظم سواء يومي أو شبه يومي، وكان القرآن الكريم مُرتلاً ومجوداً هو النوعية البرمجية المفضلة من برامج إذاعة القرآن الكريم، أيضاً بينت النتائج وجود ارتباط طردي بين معدل الاعتماد على إذاعة القرآن الكريم والمعرفة الدينية.

وفي ذات الإطار سعت دراسة لمياء محسن (٢٠١٨)⁽¹²⁾ للكشف عن اتجاهات الشباب الجامعي نحو الإذاعات المصرية التقليدية، وقد أظهرت نتائجها أن هناك ارتباط بين الذكور والإناث في معدل التعرض للإذاعات التقليدية في الاتجاه العكسي؛ أي أنه كلما زاد تعرض الإناث للإذاعات قل تعرض الذكور لها، وارجعت الباحثة ذلك إلى اختلاف دوافع الاهتمام بين الجنسين، واختلاف نمط الحياة وتفضية أوقات الفراغ بينهما. كما سعت دراسة مجيب الشميري (٢٠١٨)⁽¹³⁾ للكشف عن اتجاهات الجمهور اليمني نحو الإذاعات المحلية الخاصة، وقد توصلت نتائجها إلى وجود اتجاهات إيجابية وسلبية متباينة لدى الجمهور اليمني نحو أداء هذه المحطات الإذاعية حديثة التجربة، كما أظهرت النتائج وجود علاقة استماع إيجابية لدى عينة الدراسة للإذاعات المحلية الخاصة، كما هناك تنوع متقارب لدى عينة الدراسة في توزيع مدة الاستماع للإذاعات المحلية الخاصة، كما يعتمد معظم أفراد عينة الدراسة على جهاز الراديو التقليدي في الاستماع بالرغم من وجود الهاتف المحمول كوسيط تقني جديد، وكانت أكثر المواد والبرامج متابعه من قبل المبحوثين من الإذاعات المحلية الخاصة تتحدد في (الأغاني والأناشيد) وهو ما يؤكد على وجود مؤشرات قوية للاستخدام الترفيهي لهذه الإذاعات، هذا وقد تنوعت دوافع استماع المبحوثين للإذاعات المحلية الخاصة، حيث تجمع ما بين الدوافع النفعية كالدافع المعرفي، ودافع البحث عن المعلومات، والنقاش مع الآخرين، والدوافع الطقوسية كالتسليية والترفيه، وقضاء وقت الفراغ.

وحاولت دراسة سامية موسى وآخرون (٢٠١٨)⁽¹⁴⁾ التعرف على حجم اعتماد المراهقين على الإذاعات الرقمية الشبابية، ومدى العلاقة بين هذا الاعتماد وبين تدعيم حقهم في الاتصال، وخلصت النتائج إلى وجود علاقة ارتباطية بين استخدام المبحوثين للإذاعات وتدعيم حقوق الاتصال الإلكترونية لديهم. وفي ذات السياق خلصت نتائج دراسة Ignatiew (2017)⁽¹⁵⁾ إلى أن أكثر ما يميز الإذاعات الرقمية هو التعايش بينها وبين الإذاعات التقليدية.

وفي إطار متصل بينت دراسة Lissitsa & Laor (2021)⁽¹⁶⁾ أن الراديو عند الطلب قد غير من تعريف وجوهر المشهد الراديوي بشكل جذري؛ مما يوفر للمستمعين قدراً أكبر من

المرونة لإدارة استهلاكهم للمحتوى في أي وقت وفي أي مكان، وقد أظهرت النتائج ارتباط المتعة وتعدد المهام ارتباطاً إيجابياً باستخدام الراديو عند الطلب. أما دراسة (Laor (2022)⁽¹⁷⁾ فقد حققت في تغييرات عادات الاستماع إلى الراديو للمستهلكين الذين يستخدمون الراديو عند الطلب، وقد أشارت النتائج إلى معدلات استماع يومية عالية للمحتوى الراديوفوني عند الطلب من شبكة الإنترنت، لأن المستمعين لا يعتمدون على الجداول الزمنية، حيث يستخدم المستمعون بشكل استباقي الخيارات التي يقدمها الراديو عند الطلب لتلبية احتياجات المستمعين المتنوعة، كما أشارت النتائج إلى أن تنوع عروض الراديو عبر الإنترنت تشجع على الاستهلاك المتكرر لمحتوى أكثر تنوعاً، كما أن الراديو تحت الطلب وفر التفاعل، وساعد في الحفاظ على دور الراديو كوسيلة ذات صلة للتأثير.

وقارنت دراسة (Mohamed, et al (2018)⁽¹⁸⁾ بين أنماط استماع طلاب الجامعة؛ بهدف تحديد تأثير التغييرات التكنولوجية عليهم، وقد خلصت الدراسة إلى وجود عدد كبير من طلاب الجامعة لا يستمع للإذاعات الرقمية لأسباب متنوعة، برغم من عوامل سهولة الاستخدام المتصورة، والفائدة المتصورة، والمواقف التي أثرت بشكل كبير على استقبال الجمهور لراديو الإنترنت.

وكشفت بعض البحوث والدراسات المرتبطة بممارسات الاستماع للإذاعات عن عديد من الفوائد بشكل عام كالفوائد الترفيهية، والعلاجية، والصحية، وبشكل خاص تلك المتعلقة بالانفعالات، واحترام الذات، وجودة الحياة، حيث أظهرت نتائج دراسة Sheppard & Broughton (2020)⁽¹⁹⁾ ارتباط الاستماع للموسيقى بالمحددات الاجتماعية الرئيسة للصحة من منظور اجتماعي وثقافي من جهة، ومن منظور الصحة البدنية والعقلية من جهة أخرى، حيث يمكن أن تؤدي المشاركة في الموسيقى إلى تحسين المحددات الاجتماعية كالصحة والاجتهاد، والعزلة الاجتماعية الإيجابية، والاستقلالية، ورأس المال الاجتماعي، والحفاظ على الرفاهية الفردية أو تعزيزها، علاوة على ذلك، يمكن تقديم أنشطة الموسيقى والوصول إليها بنفقات قليلة نسبياً كالوصول إليها من خلال الاستماع للراديو. بينما أشارت دراسة Krause, et al (2018)⁽²⁰⁾ إلى أن الاستماع للموسيقى يؤثر على الحالة المزاجية والتكيف، والاحترام والقيمة، والتنشئة الاجتماعية، والإدراك، وتحقيق الذات.

وفي مجال الصحة النفسية بينت بعض البحوث والدراسات أن الاستماع للموسيقى يساعد الأفراد على تكوين الروابط الاجتماعية، وتعزيز التواصل مع الأفراد بعضهم البعض ومع المجتمع، وتوفر فرصاً للتفاعل الاجتماعي، فقد كشفت دراسة (Dingle, et al (2013)⁽²¹⁾ أن الأنشطة المدعومة بالاستماع للموسيقى عبر الإذاعات تقدم فرصة لنشاط هادف وتربط

اجتماعي للأفراد، كما أظهرت الدراسة بعض التأثيرات لتلك الأنشطة، ومنها: (١) التأثير الشخصي، ويشمل: المشاعر الإيجابية، والتنظيم العاطفي، والتجربة الروحية، وإدراك الذات، (٢) التأثير الاجتماعي، ويشمل: الترابط، والتواصل مع الجمهور، والاداء الاجتماعي، (٣) النتائج الوظيفية، وتشمل: الفوائد الصحية، والقدرة على العمل. وكشفت دراسة chäfer, et al (2013)⁽²²⁾ أن الأفراد يستمعون للموسيقى لتنظيم الإثارة والمزاج، وتحقيق الوعي الذاتي، وتعبير عن الترابط الاجتماعي. وحاولت دراسة Creech, et al (2013)⁽²³⁾ الإجابة عن سؤال كيف يمكن لاستماع الموسيقى أن تُعزز الرفاهية الاجتماعية والعاطفية لدى الأفراد من كبار السن، وقّدت كشفت النتائج عن تعزيز الموسيقى للرفاهية الاجتماعية والعاطفية للأفراد كوجود نظرة إيجابية للحياة، والاستقلالية والسيطرة، وتكوين علاقات اجتماعية إيجابية، والكفاءة والشعور بالاعتراف.

وفي إطار مُتّصل سعت دراسة Hugelius, et al (2019)⁽²⁴⁾ إلى تقديم لمحة عامة عن استخدام وتأثير الراديو الإنساني في الكوارث الطبيعية من منظور صحي، وقد أظهرت النتائج أنه يمكن استخدام الراديو الإنساني لتعزيز الرفاهية الجسدية والنفسية الاجتماعية من خلال توفير المعلومات المتعلقة بالصحة والمشورة والدعم النفسي والاجتماعي في حالات الكوارث الطبيعية، كما أن الراديو لديه القدرة على الوصول بشكل فعال من حيث التكلفة إلى عدد كبير من المتضررين في المناطق التي تضررت بشدة من البنية التحتية؛ لذلك يمكن أن تساهم الإذاعة في التعافي الصحي والرفاهية من منظور الفرد والمجتمع. وناقشت دراسة Garrido, et al (2016)⁽²⁵⁾ علاقة استماع الموسيقى بتنظيم الحالة المزاجية، حيث أظهرت النتائج أن الموسيقى المختارة ذاتياً هي الأكثر فاعلية في تغيير الحالة المزاجية في اتجاه إيجابي، وقد يميل بعض الأشخاص خاصة أولئك الذين يميلون نحو الاكتئاب للموسيقى التي تحافظ على المزاج السلبي.

وفي سياق مُتّصل ناقشت دراسات Hays (2005)⁽²⁷⁾; Jacob, et al (2009)⁽²⁶⁾; Hays & Minichiello (2005)⁽²⁸⁾ كيفية مواجهة مشاعر الاكتئاب والقلق والألم من خلال الاستماع للإذاعات؛ مما يؤدي إلى إنتاج مشاعر إيجابية وفرص للتعبير عن الذات، حيث أثبتت نتائجها أن الموسيقى توفر للأفراد تطويراً لهويتهم الذاتية وفهمها، والحفاظ على الرفاهية، إضافة إلى احترام الذات الإيجابي، والشعور بالكفاءة والاستقلالية، وتجنب مشاعر العزلة والوحدة.

التعليق على الدراسات السابقة ومدى الاستفادة منها:

تختلف الدراسة الراهنة عما سبقها من بحوث ودراسات في أنها انطلقت مما آلت إليه نتائجها، والتي أكدت على أهمية الاستماع للإذاعة؛ لذلك يمكن ملاحظة ما يلي:

- تنوعت وتعددت الموضوعات والقضايا التي تناولتها تلك البحوث والدراسات، وهو ما يُمثل رصيذاً معرفياً وعلمياً انعكس بصورة إيجابية على موضوع هذه الدراسة، حيث تُعدّ هذه الدراسة استكمالاً للدراسات السابقة المرتبطة في ظل التغيرات التي تلاحق المجتمع ووسائل الإعلام معاً.
- جاءت الدراسات السابقة متنوعة من حيث: الأهمية، والأهداف، والإجراءات المنهجية؛ مما أفاد في في تحديد مجال الدراسة بالتركيز على بحث مدى انعكاسات ممارسات استماع الشباب الجامعي للإذاعات المصرية على إدارة إنفعالاتهم.
- انقسمت الدراسات المرتبطة بممارسات استماع الأفراد للإذاعات إلى فئتين، الأولى- خللت الظاهرة من منظور العادات والأنماط وربطتها بالاستهلاك المباشر وغير المباشر للوسائط وأماكن الاستماع، بينما الثانية- اعتمدت عملياً على إجراء استقصاءات ومقابلات مُقننة مع الجمهور، وقد توصلت معظمها إلى نتائج مؤكدة ومتوافقة إلى حدّ ما لفوائد الاستماع إلى الإذاعات سواء كان ذلك بشكل عام كالفوائد الترفيهية، والعلاجية، والصحية، أو بشكل خاص كتلك المتعلقة بالانفعالات، واحترام الذات، وجودة الحياة.
- أثرت الوسائط والمنصات الإلكترونية الجديدة على ممارسات استماع الأفراد، حيث جاء استخدام الأفراد لوسائل التواصل الاجتماعي في مقدمة أسباب عزوف كثير من المُستمعين للراديو عن الاستماع من جهة، ومن جهة أخرى تبين أن الراديو عند الطلب غير من تعريف وجوهر المشهد الراديوي بشكل جذري؛ مما وفر للمُستمعين قدراً أكبر من المرونة لإدارة استهلاك المحتوى في أي وقت وفي أي مكان، كما شجع تنوع عروض الإذاعات عبر الإنترنت على الاستهلاك المتكرر لمحتوى أكثر تنوعاً، أيضاً الراديو تحت الطلب وفر التفاعل، وساعد في الحفاظ على دور الراديو كوسيلة ذات صلة للتأثير؛ مما ساهم في معالجة عزوف المُستمعين عن الاستماع إلى حدٍ ما.
- بشكل عام تبين أن تنوعت دوافع استماع الأفراد للإذاعات والتي جمعت ما بين الدوافع النفعية والطفوسية بتنوع تفضيلات الاستماع، وبشكل خاص تم التركيز على المتعة التي يصنعها الاستماع إلى الراديو كمؤشر قوي للاستخدام الترفيهي للإذاعات، والذي يساعد على الاسترخاء، وتعديل المشاعر والانفعالات، وتنمية عناصر الإبداع لدى المُستمعين.
- تؤثر تفضيلات استماع الأفراد للمحتويات الإذاعية المتنوعة على: الحالة المزاجية والتكيف، والاحترام والقيمة، والتنشئة الاجتماعية، والإدراك، وتحقيق الذات، أيضاً يمكن أن تساعد على: تكوين الروابط الاجتماعية، وتعزيز التواصل مع الآخرين ومع المجتمع، وتوفير فرصاً للتفاعل الاجتماعي، كذلك يؤدي التنوع في تفضيلات الاستماع إلى

- تحسین المُحددات الاجتماعية كالصحة، والاجتهاد، والعزلة الاجتماعية الإيجابية، والاستقلالية، ورأس المال الاجتماعي، والحفاظ على الرفاهية الفردية أو تعزيزها؛ بذلك يُمكن أن يؤدي الاستماع للإذاعات إلى إنتاج مشاعر إيجابية وفرصاً للتعبير عن الذات.
 - ركزت معظم الدراسات السابقة على قطاعاً نوعياً تمثل في الشباب وكيفية تعرضه للإذاعات، أو كبار السن وكيف يؤثر استماعهم للإذاعات على حياتهم، أو الأطفال وكيف تؤثر مشاركتهم الإذاعية على إدراكهم لجوانب الإبداع الأدبي، وقد بينت تلك الدراسات أن اختلاف كثافة استماع الأفراد للإذاعات يرجع إلى: دوافع الاهتمام، ونمط الحياة وتقضية أوقات الفراغ، والارتباط التكنولوجي.
 - تشترك الدراسة الحالية مع البحوث والدراسات السابقة في المجال العام للدراسة والمتمثل في ممارسات الاستماع (للراديو) للإذاعات، كما تشترك مع معظم الدراسات السابقة في المنهج المستخدم للكشف عن مدى انعكاسات ممارسات استماع الشباب الجامعي للإذاعات المصرية على إدارة انفعالاتهم والمتمثل في المنهج الوصفي سواء الكمي أو الكيفي؛ بهدف التعرف على: آراء، واتجاهات، وتقييم الجمهور للإذاعات المتنوعة، أو تأثيرات تلك الإذاعات على حياتهم.
 - وفي إطار ما سبق، يُمكن أن تستفيد هذه الدراسة من البحوث والدراسة السابقة فيما يلي:
 - تعميق مشكلة الدراسة وصياغتها بشكل يُمكن من خلاله الإجابة عن سؤال الدراسة الرئيس: "كيف يصف الشباب الجامعي انعكاسات ممارسات استماعهم للإذاعات المصرية على إدارة انفعالاتهم؟"
 - تحديد كل من: أسئلة الدراسة، وأهدافها، وفرضياتها، والمنهجية العلمية للدراسة وإجراءاتها، والشروط اللازمة لاختيار العينة (المشاركين) ونوعها، والمفاهيم الإجرائية.
 - اختيار أداة الدراسة وبنائها، وتحويل المحاور الموضوعية إلى متغيرات قابلة للبحث والقياس من خلال توظيف أساليب التحليل الكيفي المناسبة.
 - تعميق المعرفة بالأطر: المفاهيمية، والنظرية، والمعرفية لموضوع الدراسة.
- الإطار النظري التفسيري للدراسة ومفاهيمها التأسيسية:**

عكس التطور التاريخي لتكنولوجيا الإعلام والاتصال الجهود الإنسانية في بث الرسائل الاتصالية عبر المسافات البعيدة بأقصى سرعة ممكنة، وبأقل تكلفة اقتصادية، وأكثر وضوحاً عند الاستقبال⁽²⁹⁾، وفي إطار ذلك تواصلت الجهود الإنسانية منذ أن نجح ماركوني في تحقيق

أول إرسال لاسلكي للصوت وصولاً للبث الإذاعي الرقمي عبر شبكة الإنترنت (30). وقد اعتمدت الخدمات الإذاعية في مصر منذ بدايتها في عام (١٩٢٥م) على يد بعض الأفراد الهواة على الإعلان التجاري في تمويلها، ثم بدأ بث الإذاعة الرسمية للحكومة المصرية في (٣١ مايو ١٩٣٤م) بعد أن تم إيقاف جميع المحطات الأهلية، ومازالت الإذاعة المصرية تتطور، ومازالت مصدرًا حيويًا للأخبار والمعلومات.

وقد استمدت الإذاعة أهميتها كوسيلة اتصال جماهيرية من خصائصها المختلفة، فهي وسيلة تتمتع بالقدرة على التغطية الجغرافية الواسعة للإرسال الإذاعي، كما تتخطى حاجزي الفقر والامية، حيث لا تشترط مستوى تعليمياً معيناً في من يتابع برامجها، كما أنها قليلة التكلفة مقارنة بوسائل الاتصال الأخرى، ويمكن حمل جهاز الاستقبال الإذاعي إلى أي مكان يغادر إليه الإنسان، ويتم توظيفها جيداً لخدمة عمليتي التعليم والتنمية (30)؛ لذا يُعدّ الاستماع إلى الإذاعات نشاطاً ترفيهياً ممتعاً يعزز لدى المستمعين المعرفة والتعلم.

وقد صاحب التطور في تكنولوجيا الإعلام والاتصال اهتماماً علمياً محدوداً بالمعالجة الفردية للرسائل الإعلامية الجماهيرية، فمن جهة كان التركيز إلى حد كبير على الجوانب المعرفية كالاستدعاء، والتعلم، والأفكار، والمعتقدات، ومن جهة أخرى كان يُنظر للعواطف على أنها "ضوضاء"، حيث تشابهت نظريات التأثير المتماثل أو المباشر مع التنظير السلوكي كنماذج التحفيز والاستجابة، وتجاهلت المشاعر الداخلية التي تم تصورهما على أنها ليست ذات صلة بالبحث والدراسة (31)، إلا أن هناك جزءاً كبيراً من النظريات التي تناولت العواطف ووسائل الإعلام الجماهيري قد اهتمت بانخراط الأشخاص في الشخصية الممتلئة في وسائل الإعلام (32).

ومن هذه النظريات نظرية إدارة الحالة المزاجية، والتي تنص على أن الأشخاص يُعرضون أنفسهم بشكل انتقائي لبرامج إعلامية معينة من أجل إدارة حالتهم المزاجية، أو لمواكبة أو استعادة الحالات السارة لتجنب التأثيرات السلبية، حيث يُثار الأفراد بما يرونه، أو يسمعون، أو يقرؤونه، ويُعانون التشويق، والإثارة، والخوف على البطل، ويمكن أن تتحول تلك الإثارة عند حل الصراع الدرامي إلى حالة ممتعة (33)، كما اقترحت نظرية الفعل المعقول أن الأشخاص يتعاطفون بشكل طبيعي مع معاناة الآخرين؛ بالتالي يشعرون بالخوف والضيق نيابة عن الأبطال المحبوبين، وعندما ينتصر الأبطال فإنهم يستمتعون بانتصاراتهم (34)؛ (33).

وبناءً على ما سبق؛ يتضح أن الانفعالات من المكونات الهامة في الشخصية الإنسانية، والتي تؤدي دوراً هاماً في درجة السواء واللاسواء لدى الفرد، حيث تؤثر الانفعالات في وظائف الفرد من الناحية الفسيولوجية، والنفسية، والاجتماعية؛ بالتالي فإن قدرة الفرد على

التحكّم بانفعالاته وإدارتها بشكل صحيح ينعكس بشكل كبير على سلوكه وقدرته على التعامل مع الآخرين. لذلك تتضح أهمية ومدلوليه إدارة الانفعالات في قدرة الفرد على التأقلم والتكيف مع البيئة المحيطة به بشكل واقعي يُمكنه من مواصلة العيش والتفاعل مع الآخرين، والتي تتطلب قدرًا جيدًا من الوعي الذاتي ضمن قدراته المتاحة سواء العقلية، أو النفسية، أو المادية⁽³⁵⁾. وبالرغم من ظهور مُصطلح إدارة الانفعالات "Management of Emotions" لأول مرة في أحد البحوث الأمريكية عام (١٩٩٥م)، إلا أن النقاشات حول إدارة الانفعالات قد بدأت منذ بداية القرن العشرين، وبدأت معها المنشورات بالظهور، بداية بأعمال العالم "Thorndike, 1920"، والتي توصلت من خلالها إلى وجود الذكاء الاجتماعي، والمُمثل في: القدرة على التواصل مع الآخرين، وتشكيل العلاقات الاجتماعية⁽³⁶⁾، وقد أجمع عديد من علماء النفس، مثل: "Gardner, Mayer & Salovey, Goleman" على أهمية إدارة الانفعالات للإنسان؛ نظرًا لزيادة تأثيرها في حياته، حيث لا يُمكن التنبؤ بنجاح الفرد في المستقبل وكذلك في حياته إلا من خلال الربط بين الجانبين الانفعالي والمعرفي⁽³⁷⁾.

وتمثل إدارة الانفعالات إحدى أبعاد الذكاء الانفعالي، وهي مصدر من مصادر الفروق الفردية المرتبطة بالسلوك الاجتماعي التكيفي، وهي أساسية في التواصل والتفاعل الاجتماعي بين الأفراد لارتباطها بالسلوك الاجتماعي التكيفي⁽³⁸⁾، كما تشمل إدارة الانفعالات: المثابرة، والحماس، والمعرفة الانفعالية، وإدراك العلاقات الاجتماعية⁽⁴⁰⁾؛⁽³⁹⁾، أما أشكال إدارة الانفعالات فهي متعددة، فقد تكون هروبياً كتشئت الانتباه، أو إيجابية كممارسة الرياضة وطلب الدعم الاجتماعي⁽³⁶⁾.

وقد تعددت المفاهيم التي تناولت إدارة الانفعالات، فعرفها "Onil"، بأنها: "مهارات اجتماعية تتواجد مع الناس الآخرين في حالة من السيطرة على العواطف"⁽⁴¹⁾، وعرفها "Salovey"، بأنها: قدرة الفرد على مراقبة مشاعره الشخصية والتمييز بين هذه الانفعالات، واستعمال هذه المعلومات لتوجيه فكره"⁽⁴²⁾، بينما عرفها "Weisinger"، بأنها: "استعمال الفرد لانفعالاته بنجاح لئساعده في توجيه سلوكه وفكره بطرائق تُعزز من نتائجه"⁽⁴³⁾، أما "Bar-On"، فقد عرفها بأنها: "كيفية تفاعل الفرد من خلال استعمال معرفته في المواقف الحياتية وفهم الفرد لذاته والآخرين وعلاقته معهم والتوافق مع المطالب البيئية"⁽⁴⁴⁾، وعرفها "Mayer & Salovey"، بأنها: "القدرة على فهم المشاعر والانفعالات الذاتية، والانفتاح بالمشاعر نحو الآخرين، ومشاركتهم لهذه المشاعر؛ مما يؤدي إلى التوازن الانفعالي"⁽⁴⁵⁾. بينما تُعرف الدراسة الحالية إدارة الانفعالات إجرائياً: "بقدرة الشباب الجامعي على تحقيق التوازن الانفعالي عبر الاستماع للإذاعات المصرية، من خلال مجموعة من العوامل/ المكونات، وهي: التنظيم الذاتي للانفعالات، الدافعية وحفز الذات، الوعي بالذات (المعرفة الانفعالية)، التعاطف، والمهارات الاجتماعية".

وقد ارتبط مفهوم إدارة الانفعالات بعدد من النماذج النظرية التي حاولت قياس وتفسير القدرة على إدارة الانفعالات لدى مختلف الفئات العمرية، حيث أن تصنيف نماذج إدارة الانفعالات قائم على نموذجين، الأول- النموذج المختلط كروية واسعة تُصور إدارة الانفعالات على أنها نتاج لخاصة وافية لسمات الشخصية المستقرة، والكفاءات الاجتماعية والعاطفية، والجوانب التحفيزية، والقدرات المعرفية المختلفة⁽⁴⁶⁾، والثاني- نموذج القدرات القائمة على معالجة المعلومات كروية أكثر تقييداً تُصور إدارة الانفعالات كنتائج حقائق يعتمد على الاستخدام التكيفي للعواطف وتطبيقها على التفكير الشخصي⁽⁴⁷⁾.

وقد قدم الأدب النظري عدد من النماذج النظرية لقياس وتفسير إدارة الانفعالات؛ لذا حاولت هذه الدراسة الاستفادة من بعض النظريات السلوكية كنظرية الذكاء الانفعالي، والإعلامية كنظرية الاستخدامات والشبكات في محاولة لتحقيق فهم أعمق لكيفية انعكاسات ممارسات استماع الشباب الجامعي للإذاعات المصرية على إدارة انفعالاتهم، وذلك على النحو التالي:

(١) **نموذج القدرة:** يُعدّ "Mayer and Salovey" أول من قدم إطاراً نظرياً عن إدارة الانفعالات كصورة من صور الذكاء العاطفي⁽⁴⁷⁾، حيث ينظر هذا النموذج للذكاء العاطفي على أنه ذكاء تقليدي ويتألف من مجموعة من المهارات التي تجمع بين العواطف والإدراك، كما يهتم هذا النموذج بإدارة الانفعالات من خلال قياس قدرة الفرد على فهم واستخدام عواطفه بشكل فعال عبر مجموعة من العناصر كالحفاظ على المشاعر، والحفاظ على مزاجاً جيداً، وإصلاح المشاعر كالتهدئة بعد الشعور بالغضب، وتوليد المشاعر المناسبة لموقف معين كتحفيز ودعم الزملاء في المواقف المختلفة⁽⁴⁵⁾.

بناءً على ما سبق يتضح أن نموذج القدرة يتضمن مجالين رئيسيين، الأول- التجربة والخبرة، ويتمثل في القدرة على الإدارة الجيدة للمشاعر، وردود الفعل تجاهها، والثاني- يتمثل في قدرة الفرد على فهم وإدارة المشاعر واستعداده لذلك دون الحاجة إلى ضرورة تجربة تلك المشاعر الوجدانية⁽⁴⁹⁾.

(٢) **نموذج "Bar-On" للذكاء العاطفي الاجتماعي:** ساعدت دراسات "Bar-On" في توسيع معنى إدارة الانفعالات من خلال دمجها في الصفات التي لا تتعلق بالقدرة، وإيجاد بناء مُنطوق لمفهوم الذكاء الانفعالي والاجتماعي في إطار إمكانية تصنيف قدرة الفرد على التعامل مع البيئة الخارجية ومحيطه التفاعلي⁽⁴⁴⁾.

(٣) **نموذج "Goleman":** كشف ذلك النموذج أن الوعي الذاتي للانفعالات مرتبط بأنشطة خاصة مصدرها مناطق خاصة في القشرة الدماغية خاصة في مناطق اللغة وهو ما يُعرف

بالنظام الحوفي، حيث تُساهم تلك الأنشطة في التعرف وتمييز الانفعالات المُستثارة، ويرى "Goleman" أن إدارة الانفعالات تُعني قدرة الفرد على السَّحْم في ردود أفعاله الوجدانية، وضبط دوافعه، وهذا الضبط للمشاعر لا يعني منعها، بل يعني التعامل معها ليُكون مُلائمة، فإدارة الانفعالات تُعني فهم ما وراء الشعور، وتهدئة النفس، وضبط الانفعالات السلبية كالقلق الجامح والتَهْجُم، وسُرعة الاستثارة، وغيرها، وتحويلها إلى انفعالات إيجابية، حيث يُميز الأفراد ذوي إدارة الانفعالات المُرتفعة بإقامة علاقات اجتماعية ودية وحميمة، ولديهم القدرة على فهم القوانين غير المُعلنة والقدرة على الاندماج المُلائم (40)؛ (39).

٤) **النظرية الإنسانية: يُعدّ "Maslow"** هو أحد مُنظري المدرسة الإنسانية، فقد أكد من خلال نظريته سمة إدارة الانفعالات من خلال أرائه التي يؤكد فيها أن للإنسان طبيعة جوهريّة، وهي إما أن تكون طبيعة خيرة أو مُحايدة، ولكنها ليست شريرة، كما أشار "Maslow" إلى أن هناك مجموعة من الحاجات التي يسعى الفرد إلى تحقيقها، وأن الشخص الضعيف لا يستطيع اشباع حاجاته فإنه يعجز عن التفكير بطريقة منطقيّة؛ وذلك بسبب ما ينتج من توتر نفسي أو عدم القدرة على إدارة الانفعالات، ويُمكن لإدارة الانفعالات أن تُعمل على تنمية الذكاء الشخصي؛ مما يُساعد على التعلّم الفعال⁽³⁵⁾.

٥) **نظرية الاستخدامات والاشباعات: قدم "Katz"** في عام (١٩٥٩م) وصفاً لمُدخل الاستخدامات والاشباعات "Uses and Gratifications Approach" ردًا على إدعاء "Bernard Berelson" بأن البحث والدراسة في علوم الإعلام والاتصال أصبح مُستهلكًا، وأشار "Katz" إلى أن علمية البحث والدراسة في علوم الإعلام والاتصال تُستطيع أن تحفظ مكانتها بتحويل السؤال إلى "ماذا يفعل الناس بوسائل الإعلام؟"، بدلاً من "ما الذي تفعله وسائل الإعلام بالناس؟"⁽⁵⁰⁾.

وتفترض النظرية أن جمهور وسائل الإعلام جمهوراً إيجابياً، ونشطاً، ويبحث عن نتائج مُعينة عند استخدام وسائل الإعلام من أجل اشباع الاحتياجات النفسية والاجتماعية، وأن عملية الاتصال تتم بناءً على اختيار الجمهور لوسيلة إعلامية مُعينة أو محتوى مُعين، حيث أن استخدام الجمهور لوسائل الاتصال موجه وهادف⁽⁵¹⁾. وقد قُسمت مُعظم بحوث ودراسات الاتصال دوافع التعرُّض إلى دوافع نفعية، وأخرى طقوسية.

بناءً على ذلك يُمكن اعتبار أن الإذاعات المسموعة من أهم العوامل الخارجية التي تؤثر في عملية البناء المعرفي والسلوكي والوجداني لجمهور المُستمعين؛ لذا ترى الدراسة الحالية أن الإذاعات المصرية لها دوراً أساسياً في تشكيل أفكار ومعتقدات وقيم وسلوكيات الشباب

الجامعي، لذلك تكونت لدى الباحث أفكارًا مترابطة، يُمكن من خلالها: التعرف على كيفية إدارة الشباب الجامعي لانفعالاتهم عند تعرّضهم للإذاعات المصرية، ووضع تنبؤات بخصوص تأثيرات الاستماع لتلك الإذاعات على إدارة الشيق الانفعالي لدى مُستمعيها من الشباب الجامعي، ويُمكن الاستفادة من ذلك الإطار النظري في تعميق المفاهيم المعرفية والنظرية وصياغتها، ومعالجة بعض من تساؤلات الدراسة، كذلك بناء استنتاجات لإدارة الانفعالات لدى الشباب الجامعي المصري، كما ساعدت في بناء أداة الدراسة، وتحويل المفاهيم النظرية إلى متغيرات قابلة للبحث والقياس، إضافة إلى إمكانية أن تُبرهن على بعض من أهداف هذه الدراسة، والمساعدة في تفسير نتائجها ومناقشتها من خلال المفاهيم والتحليلات المتعمقة بها.

منهجية الدراسة وإجراءاتها:

يُمكن عرض منهجية الدراسة وإجراءاتها وفق مجموعة من العناصر، وذلك على النحو التالي:

(أ) فلسفة الدراسة: بالاعتماد على النموذج الفلسفي البنائي "Constructivist Paradigm"

تقوم الفلسفة البنائية على أربع معتقدات رئيسية، وهي: نظرية الوجود (الأنطولوجيا)، نظرية المعرفة (الأبستمولوجيا)، المنهجية (الميثودولوجيا)، ونظرية القيم (الإكسولوجيا)، إضافة إلى عددًا من المكونات الفرعية (53).

وتحددًا البنائية الاجتماعية "Social Constructivism"، استخدّمت الدراسة الحالية منهج المنطق الاستدلالي "Deductive Reasoning Approach"، أو البعد الاستدلالي "Deductive Dimension" كما يسميه (52) "Hatch"، وهو بُعدٌ موجود بشكلٍ ضمني داخل هذه الدراسة من خلال الأنماط والعلاقات المحددة سلفًا، إضافةً للأطر النظرية المُستندة عليها الدراسة الحالية، أو كما تُسميها (54) "Braun & Clarke"، بالتحليل النظري "Theoretical Analysis"، وهو تحليل مدفوع بنظرية على عكس التحليل الاستقرائي الذي يكون مدفوعًا بالبيانات.

(ب) منهج الدراسة وتصميمها: استهدفت هذه الدراسة الكشف عن انعكاسات ممارسات استماع الشباب الجامعي للإذاعات المصرية على إدارة انفعالاتهم؛ لذا تم استخدام المنهج الكيفي كمنهج وصفي تفسيري معني باستكشاف ووصف وتفسير الظواهر الاجتماعية، عبر تجزئة المعاني المرتبطة بحياة الأفراد، والتعمق في فهم بعض جوانب تلك الظواهر في سياقاتها وظروفها الطبيعية (55)،

(ج) من الأفضل ألا يتم تقييد البحوث والدراسات الكيفية بوصف شديد التحديد، فهي مجال واسع -

كالبحوث الاجتماعية، والبحوث التربوية - لا ينبغي تحديد ماهيتها بدقة، بل من الأنفع والأجدى وضع خصائص تصفها، ومن هذه الخصائص: أنها تبحث وتدرس معنى حياة الأفراد في ظروفها الطبيعية، وتقدم وجهات نظر المشاركين، وتغطي السياقات التي يعيش فيها الأفراد، وتقدم رؤى تساعد على فهم السلوك الاجتماعي البشري، وتسعى لاستخدام مصادر متعددة للأدلة بدلاً من الاعتماد على مصدر واحد (57). كما يهتم بالإجابة على الأسئلة ولا يسعى لاختبار فرضيات أو تعميم النتائج (58).

(د) كما استخدمت الدراسة التصميم الأساسي التفسيري "Basic Interpretive Research" بوصفه أقرب التصميم الكيفية للفلسفة البنائية؛ وذلك بغرض بناء المعنى لا استكشافه (56).

(هـ) المشاركين في الدراسة: تهتم الفلسفة البنائية بموقع الباحث في البحث من خلال تشاركه لقيمه، وخبراته، وتجاربه الذاتية؛ وذلك لبناء المعنى، بالتالي من المتوقع أن يصرح الباحث بخبراته، وقيمه، واتجاهاته، وموقعه من السياق (55)، ونظراً ليعمل الباحث بالمعهد التكنولوجي العالي للإعلام بالمنيا، فقد مثل المشاركين في الدراسة عينة قصدية من طلاب المعهد، ولتحقيق الملاءمة والكفاية،

(و) الملاءمة يقصد بها أن يكون المشاركون هم أفضل من يُخبر عن موضوع الدراسة، أما الكفاية فيُقصد بها كفاية المصادر اللازمة لجمع المعلومات والتي يتحقق من خلال الوصف (59).

(ز) شارك في الدراسة (٢٨) شاب وفتاة من مُستمعي الإذاعات المصرية، مثلت الإناث نسبة (٧٥%)، مقابل (٢٥%) للذكور، بينما مثل ساكني الحضر نسبة (٨٥.٨%)، مقابل (١٤.٢%) للريف، كما امتدت أعمار هؤلاء المشاركين ما بين (١٨: ٢١ عاماً).

(ح) جمع البيانات: اعتمدت الدراسة الحالية في جمع البيانات على تصميم مقابلة شبه مركبة معمقة لملاءمتها لفلسفة و غرض الدراسة، والمقابلة شبه المركبة هي مقابلات يتم غالباً إعداد قدرًا من أسئلتها مسبقاً، بينما ينشأ قدرًا آخر من هذه الأسئلة من السياق، بينما يُشير مصطلح معمقة إلى كثرة وعمق التفاصيل التي يتم الحديث عنها أثناء المقابلة. وقد مرت إجراءات تصميم المقابلة بالمراحل التالية:

(١) التعمق في الأدبيات والدراسات السابقة المرتبطة، وإعداد وكتابة الإطار النظري بشكل كامل قبل البدء في تصميم الأداة.

(٢) إعداد دليل المقابلة بصورة أولية، وقد شمل على تقديم الباحث، واستعراض عنوان وأهداف الدراسة، وعرض الوقت المتوقع للمقابلة والمقدر بـ (٦٠ دقيقة)، والتنويه بتسجيل المقابلة، والتعهد بالسرية، وسرد حقوق المشاركين، ونص الموافقة، كما

- أحتوى الدليل على بيانات المشاركين، ومرحلتين للنقاش، شمل الأول- ممارسات استماع الشباب الجامعي للإذاعات المصرية، بينما شمل الثاني- إدارة الشباب الجامعي لانفعالاتهم، وقد ظهر بها (٥) أسئلة رئيسة، وعددًا من أسئلة التتبع.
- (٣) المراجعة والتعديل سواء بالحذف، أو الإضافة، أو إعادة صياغة بعض الأسئلة وفقًا لاستشارة (٥) من المتخصصين الأكاديميين والمهنيين^(١) باستخدام نموذج استشارة الخبراء.
- (٤) نفذ الباحث مقابلة تجريبية "Pilot Interview" على ثلاث مشاركين متقاربين في خصائصهما من المشاركين الأساسيين، وتم تسجيل المقابلة، ومن ثم طلب من المشاركين الثلاثة تقييم المقابلة باستخدام استمارة تقييم المقابلات⁽⁶⁰⁾، وتقديم أي ملاحظات على دليل المقابلة.
- (٥) تم تعديل وقت المقابلة لتصبح من (٣٠: ٤٥) دقيقة بعد التطبيق التجريبي، وهو الوقت الفعلي الذي ظهر أثناء التطبيق التجريبي، كما تمت إضافة توضيح سردي لعوامل إدارة الانفعالات، وهي: التنظيم الذاتي للانفعالات، والتعاطف، والمهارات الاجتماعية، والدافعية الذاتية، والمعرفة الانفعالية، بعد أن وضح المشاركون الثلاثة في المقابلة التجريبية أن هناك تشابه في بعض العوامل.
- (٦) تمت مراجعة الدليل قبل تنفيذ المقابلات الفعلية، وقد أحتوى الدليل في صورته النهائية على تقديم الباحث، واستعراض عنوان وأهداف الدراسة، وعرض الوقت المتوقع للمقابلة، والتنويه بتسجيل المقابلة، والتعهد بالسرية، وسرد حقوق المشاركين، ونص الموافقة، كما أحتوى الدليل على بيانات المشاركين، ومرحلتين للنقاش، وقد ظهر بها (٩) أسئلة رئيسة، و(١٧) سؤال تنبعي.

(١) المتخصصين الأكاديميين والمهنيين:

- ١- أ.د/ فاطمة الزهراء صالح ... أستاذ الإذاعة والتلفزيون ورئيس قسم الإعلام بكلية الآداب - جامعة سوهاج.
- ٢- أ.د/ يسرا حسني عبد الخالق ... أستاذ العلاقات العامة بقسم الإعلام - كلية الآداب - جامعة أسيوط.
- ٣- أ.م.د/ عبد المحسن حامد ... أستاذ الإذاعة والتلفزيون المساعد بقسم الإعلام التربوي - كلية التربية النوعية - جامعة المنيا.
- ٤- د/ محمد فيض ... المخرج والإذاعي بإذاعة شمال الصعيد، والمحاضر بالمعهد التكنولوجي العالي للإعلام.
- ٥- أ/ الهام أحمد سلطان ... الإذاعية بإذاعة الوادي الجديد.

(٧) قام الباحث بالتطبيق المواجهي المباشر في الفترة من ٣/١٨: ٢٣/٤/٥م، وتم تسجيل جميع المقابلات، وبلغ متوسط وقت المقابلات (٣٧ دقيقة تقريباً)، وتم تفرغ كل مقابلة بعد انتهائها، وكتاباتها في مستند ورقي مع إجراء تعديل في الصياغة والكلمات والعبارات التي تشير إلى المتحدث، ومن ثم إرسالها للمشاركين كإجراء للتحقق من دقة المعلومات، وهو ما يُعرف بـ "تدقيق المشاركين".

(٨) تكرر بعض ممارسات الاستماع في مرحلة مبكرة من جمع البيانات، وتحديدًا بعد مقابلة المشترك السابع؛ وظهرت مبدئيًا عادات وأنماط الاستماع للإذاعات المصرية، ووصلت البيانات لمستوى مرض من التشبع بعد مقابلة المشترك التاسع عشر، ومع ذلك استمر الباحث في جمع البيانات بغرض التعمق ومعرفة أكثر الأنماط والإجراءات المستخدمة أثناء الاستماع للإذاعات المصرية.

وفي سياق جمع البيانات استخدمت الدراسة أثناء تصميم المقابلة مجموعة من المعايير التي من شأنها أن تتحقق من: صدق النتائج، ومدى إمكانية تطبيقها واتساقها، ومدى محايدتها وموضوعيتها، وهي: المصدقية، والانتقالية، والاعتمادية، والتأكيدية، وهي مصطلحات تُقابل الخصائص السيكمترية (الصدق والثبات) في البحوث الكمية (65); (64); (63); (62); (61)، ويمكن تناول تلك المعايير على النحو التالي:

– **التحقق من المصدقية:** أشار (66) "Gray" إلى صعوبة تحكيم صدق الأدوات الكيفية كأداة المقابلة بدقة كما في الأدوات الكمية كالاستبانة، حيث أن الأدوات الكيفية تُستند على استحداث أسئلة جديدة بناءً على استجابات المشاركين في الدراسة؛ لذلك استخدم الباحث استراتيجية تعدد الباحثين في تطبيق المقابلات (٢)، إضافة إلى استراتيجية استشارة الخبراء. بالتالي تحقق الباحث من معيارية التأكيدية بعرضها على (٥) من المتخصصين الأكاديميين والمهنيين؛ لأخذ رأيهم واقتراحاتهم حول مناسبة الأسئلة لهدف الدراسة، ومدى وضوحها وسهولة فهمها، ثم التعديل على هذه الأسئلة بناءً على اقتراحاتهم.

– **التحقق من قابلية النقل والتعميم:** فُسر (67) "Lincoln & Guba" هذا المعيار بالتشابه بين الظاهرة الأصلية محل الدراسة وظواهر أخرى يُمكن نقل نتائج الدراسة إليها؛ لذا دعم الباحث النتائج باقتباسات مباشرة من استجابات المشاركين في المقابلات، كما قارن

(٢) استعان الباحث بباحثين أثناء تطبيق تجربة الدراسة أحدهما د. آلاء عزمي مدرس الإذاعة المعهد التكنولوجي العالي للإعلام بالمنيا، والآخر م.م. نوران مجدي مدرس الإذاعة المساعد بالمعهد التكنولوجي العالي للإعلام بالمنيا.

الباحث نتائج الدراسات السابقة المرتبطة بموضوع الدراسة، والتي يُمكن أن تُحسّن من معايير التقييم وجودة البيانات ونتائج الدراسة، كما وضع الباحث بعض المعايير المحددة في اختيار عينة الدراسة؛ لضمان اختيار عينة مناسبة لهدف الدراسة.

– **التحقّق من الاعتمادية:** طبق الباحث توصيات (67) "Lincoln & Guba" للاعتمادية في الدراسات الكيفية، حيثُ حلّل الباحث البيانات بشكلٍ مُستقل، ثم جعل الباحثان الأخران يُحللان نفس البيانات كلٌّ على حدة، ثم اجتمع الباحث مع كليهما كلٌّ على حدة لمناقشة نتائج التحليل والاتفاق على الترميزات والموضوعات الرئيسية التي سوف يتم عرضها في النتائج، وهذا التحليل المُستقل قد ساعد الباحث في تخفيف التحيز الفردي.

ط) الاعتبار الأخلاقية للدراسة: تبنّت الدراسة الحالية قائمة أخلاقيات البحوث الكيفية التي وضعها (68) "Patton"، من خلال إبلاغ المشاركين في التطبيق بأن المشاركة اختيارية، ويُمكن لأي منهم أن ينسحب في أي مرحلة من مراحل المُقابلة، مع التأكيد على عدم الإشارة لأسمائهم في الدراسة حفاظاً على خصوصيتهم، وقد تم تزويد المشاركين بكافة المعلومات اللازمة حول طبيعة الدراسة وهدفها وأهميتها في تقديم المُقابلة، وإعطاء مزيد من التوضيح والشرح لمن طلب ذلك، مع إبلاغهم مسبقاً أن الوقت المتوقع لإتمام المُقابلة لن يتجاوز الـ(٤٥) دقيقة، إضافة إلى تقديم الشكر والتقدير مُقابل المشاركة، كما تم إعطاؤهم الصلاحية الكاملة في تحديد وقت وزمان ومكان المُقابلة، وتمت المُقابلات بأسلوبين، الأول- مباشر، والثاني- افتراضي، كما لم يُقدم الباحث أي عود مُبالغ فيها للمشاركين، إضافة إلى الحصول على الموافقات اللازمة من إدارة المعهد والمشاركين أنفسهم.

ولأجل زيادة فوائد الدراسة وتقليل المخاطر المُحتملة، مثل: استغراق المزيد من وقت المشاركة فإن الباحث وجه المُقابلة بلطف نحو الهدف المُحدد مع تجنّب أي نقاشات خارجية، والتي من شأنها تضييع وقت الباحث والمشاركين (69).

ي) استراتيجيات تحليل البيانات وإجراءاتها: تم تحليل البيانات باستخدام استراتيجيتين، الأولى- استراتيجية تحليل سطر بسطر "Line by line coding"، وفيها يتم تحليل المُقابلة وتُرمزها بالكامل، ومن ثم الانتقال إلى المُقابلة الثانية وتُرمزها، وهكذا. وتمت هذه العملية أثناء جمع البيانات، مع محاولة للكشف المبدي عن ممارسات الاستماع للإذاعات المصرية وانعكاساتها على إدارة الشباب الجامعي لانفعالاتهم، كما استخدمت هذه الاستراتيجية بعد الانتهاء من جمع البيانات؛ بغرض التحقّق من وجود كل جزء ضمن الرمز الذي يرتبط به للمقابلات. أما الثانية- استراتيجية مقارنة الحالة بالحالة "Case by

”Case Comparison“، ويتم فيها تحليل جميع المقابلات، ومقارنة البيانات لسؤال، أو عنصر واحد فقط، وقد بدأت هذه الاستراتيجية بعد الانتهاء من جمع البيانات والانتهاء من تطبيق الاستراتيجية الأولى، وامتدت حتى مرحلة كتابة النتائج.

وفي إطار متصل استخدمت الدراسة الحالية التحليل الموضوعي الانعكاسي⁽⁷⁰⁾ ”Reflexive Thematic Analysis“، والتي تُطبق عبر ستة مراحل، الأولى- التآلف مع مجموعة البيانات: حيث قام الباحث بإجراء المقابلات بنفسه وتسجيلها وتدوينها كتابياً؛ بغرض التعرف على البيانات من خلال التعمق في نسخ البيانات وقراءتها وإعادة قراءتها، والاستماع إلى تسجيلاتها مرة واحدة على الأقل، والإشارة إلى أي ملاحظات أولية. الثانية- الترميز: وفيها تم الترميز الأولي للمقابلات وتحليل كل مقابلة على حدة باستخدام الترميز الوصفي، الذي يلخص الموضوع الأساسي لمقطع البيانات الكيفية في كلمة أو عبارة قصيرة، إضافة إلى استخدام أسلوب الترميز الاستقرائي المفتوح؛ بهدف اكتشاف رموز جديدة من البيانات دون التأثير بأحكام مسبقة مستمدة من نظريات، أو دراسات سابقة، أو قائمة رموز معدة سابقاً⁽⁷¹⁾، وفي الدراسة الحالية تم تلخيص مقطع واحد من المقابلة برمز واحد، بينما احتاجت بعض المقاطع إلى أكثر من رمز، وقد بلغت رموز المقاطع الأولية (32) رمزاً. الثالثة- توليد مواضيع أولية: تم البحث عن المواضيع من خلال إعادة قراءة رموز المقاطع الأولية، والتأكد من ترميزها بشكل صحيح، وفي غضون ذلك تم البحث عن الاتصالات بين الرموز، ونتيجة لهذا البحث تم إعادة تسمية بعض الرموز، ودمج المتشابه منها، وربط بعضها بأخرى؛ بالتالي تكونت مجموعة من الرموز تسمى موضوعات مرتبطة بأسئلة الدراسة الحالية ارتباط وثيق.

الرابعة- تطوير المواضيع ومراجعتها: تم تطوير الموضوعات المستخرجة بصورة متكررة ومراجعتها؛ من أجل التأكد من جودة التحليل، ومن ثم إنشاء خريطة مواضيعية تتضمن عدة رموز⁽⁷²⁾، وبعد نقل بعض الرموز من موضوع إلى آخر، وتقسيم بعض السمات إلى عدة رموز؛ تم ترتيب جميع الترميزات الـ(32) وتصنيفها تحت تسع موضوعات أساسية. الخامسة- تنقية وتسمية المواضيع: تم تحديد وتنقية الموضوعات الرئيسة التسعة وتسميتها، والتأكد من أنها توفر معاً قصة شاملة متماسكة حول بيانات الدراسة. السادسة والأخيرة- الكتابة: يتم كتابة التقرير النهائي؛ بغرض تقديم قصة واضحة عن بيانات الدراسة بناءً على التحليل، هذا التحليل يهدف إلى بناء مناقشات جيدة تجيب على أسئلة الدراسة، وقد تم التعديل عدة مرات على تسميات الرموز، والتي تُعدّ موضوعات فرعية تحت مظلة تسع موضوعات أساسية، حتى خرجت في شكلها النهائي والتي تجلت في كتابة نتائج الدراسة ومناقشتها.

حدود الدراسة:

اقتصر الحدّ الموضوعي على معرفة مدى انعكاسات ممارسات استماع الشباب الجامعي للإذاعات المصرية على إدارة انفعالاتهم، بينما تُحدد الحدّ الزمني بالفترة التي قام الباحث فيها بالتطبيق المواجهي المباشر والتي امتدّت من ٣/١٨ : ٢٠٢٣/٤/٥ م، وشمل الحدّ المكاني محافظات بني سويف، المنيا، أسيوط، سوهاج محل إقامة الشباب المشاركين في الدراسة، كما شمل الحدّ البشري عينة قصديّة من طلاب المعهد التكنولوجي العالي للإعلام بالمنيا شملت (٢٨) مشاركًا من الشباب والفتيات من مُستمعي الإذاعات المصريّة.

مصطلحات الدراسة:

تمّ تحديد مصطلحات الدراسة في إطار ما جاء بالإطار المعرفي والنظري، وذلك على النحو الآتي:

(١) **ممارسات الاستماع:** وتُعني إجراءات عادات وأنماط، وتفضيلات، ودوافع استماع الشباب الجامعي المصري للإذاعات المصريّة المختلفة.

(٢) **إدارة الانفعالات:** وتُعني إجرائيًا قدرة الشباب الجامعي على تحقيق التوازن الانفعالي عبر الاستماع للإذاعات المصريّة، من خلال: (أ) التنظيم الذاتي للانفعالات؛ أي قدرة الشباب على التعامل مع انفعالاتهم وتنظيمها والتحكّم فيها، (ب) الدافعية وحفز الذات؛ أي قدرة الشباب على الإصرار وحثّ النفس على: التّقدم والسعي، ومواجهة الإحباطات، (ج) الوعي بالذات (المعرفة الانفعالية)، والتي تُعني وعي الشباب بمشاعره وانفعالاته وكذلك الوعي بالحالة المزاجية، (د) التعاطف؛ أي قدرة الشباب على إدراك انفعالات الآخرين والتّوحد معهم انفعاليًا، (هـ) المهارات الاجتماعية؛ أي قدرة الشباب على التعامل مع الآخرين بقاعية وكسب الحُب والتقدير.

نتائج الدراسة:

اهتمت الدراسة ببحث ممارسات الاستماع للإذاعات المصرية وانعكاساتها على إدارة الانفعالات لدى الشباب الجامعي، بالاعتماد على تصميم مُقابلة شبه مُركبة مُعمقة في جمع البيانات من مجموعة من المُشاركين في الدراسة بلغ عددهم (٢٨) مُشاركًا من مُستمعي الإذاعات المصريّة والذين سيّمتُهم بـ (م) مَقرونًا برقم المُشارك، مثل: (م ٨)؛ أي المُشارك الثامن أثناء استعراض الاقتباسات، وتمّ إدارة المُقابلات من قِبَل الباحث باستخدام دليل المُقابلة. وسوف يتمّ عرض النتائج وفقًا للموضوعات المطروحة في الدليل على النحو التالي:

الموضوع الأول- ممارسات وتجارِب استماع الشباب الجامعي للإذاعات المصريّة:

شمل هذا المحور أربع موضوعات، وهي: عادات وأنماط، وتفضيلات، ودوافع استماع

الشباب الجامعي للإذاعات المصرية، وبالنظر إلى طبيعة أسئلة هذا المحور، يُمكن تناول النتائج من خلال أسئلة جمع المعلومات، وهي: ماذا، وأين، ومتى، ولماذا، وكيف، ويُمكن تناول تلك الموضوعات مدعومة باقتباسات بعض المشاركين على النحو التالي:

أولاً- الوصول "كيف تسمع للإذاعات المصرية":

من المعتاد استخدام معظم أفراد المجتمع لأجهزة الراديو التقليدية للاستماع إلى الإذاعات المصرية المتنوعة، إلا أن التطور التقني لوسائل الإعلام والاتصال قد صاحبه تعدد في وسائل وتقنيات استماع الشباب الجامعي للإذاعات المصرية، حيث يُستخدم المشاركون من الشباب تطبيقات الهاتف الذكي والأجهزة اللوحية "Smart Phone; Tablet"، والتليفزيون الكلي "Cable Television"، وراديو الإنترنت من خلال أجهزة الكمبيوتر "Internet Radio"، وراديو السيارة "Car Stereo"، والبث المباشر للإذاعات "Radio Live Stream" عبر المواقع الإلكترونية المتنوعة.

وبالرغم من ذلك التعدد إلا أن أجهزة الراديو التقليدية لا تزال وسيطاً إعلامياً أساسياً لاستماع كثير من الشباب المشاركين للإذاعات المصرية المتنوعة، حيث أنه لا يُقارن بأي وسائل أو تقنيات اتصالية أخرى كما عبر عنه (م3): "جهاز الراديو التقليدي لا يقارن بأي وسيلة أخرى، فهو يخلق جواً جميلاً يساعدي على الانسجام"، وأضاف البعض بعداً جمالياً للاستماع للإذاعات من خلال الراديو التقليدي، حيث أفاد (م7): "جهاز الراديو القديم مُمتع أكثر من الموبايل وراديو الإنترنت، فهذا الجهاز يُعطي أجواءً خيالية جميلة تجعلني أعيش معها". وفي ذات الإطار ذكر "الحسن عبد الكريم" مدير البرامج في الإذاعة السودانية: أن جهاز الراديو بتصميمه التقليدي مازال أكثر المُقتنيات طلباً في القرى والريف، ويستقى الملايين من الأفراد الأخبار والمعلومات والترفيه عبر الإذاعات المتنوعة (73)، كما أسفرت نتائج بحث من مؤسسة نيلسون ليحوت الإعلام عن أن نسبة (63%) من إجمالي المُستمعين ليث الراديو، ما زالوا يعتمدون على أجهزة الراديو التقليدية غير الرقمية.

ثانياً- الإجراءات "متى وأين تسمع للإذاعات المصرية":

كان من الواضح أن معظم الشباب المشاركين في الدراسة يستمعون للإذاعات المصرية بشكل يومي، وبالرغم من اختلاف مقدار الوقت الذي يقضونه في الاستماع، إلا أن أوضح تباين لاستماع الإذاعات المصرية المُختلفة تمثل في ما عبر عنه معظم الشباب عن تشغيل الإذاعة طوال اليوم، حيث أشارت (م5) بأن: "الراديو مش بيحصل عندنا في البيت إلا إذا الكهرباء فصلت"، كما عبر (م17) بأن: "الراديو شغال على مدار اليوم سواء كنا في البيت أم خارجه".

وفي إطار مُتصل ربط بعض المشاركين بممارسات الاستماع للإذاعات المصرية ببعض من أنشطة الروتين اليومي كالنوم، حيث شملت الإجراءات الذهاب إلى النوم أو الاستيقاظ منه،

فَقَدَّ ذَكَرَ (م ٢٣): "أَسْتَمِعُ لِلرَّادِيُو عِنْدَمَا أَسْتَيْقِظُ مُبَاشِرَةً مِنَ النُّوْمِ"، أَمَّا (م ٢٤) فَقَدَّ أَشَارَ بِالْآتِي: "لَوِ الرَّادِيُو مَشَّ شَغَالٌ عِنْدَ اسْتَيْقَاطِي مِنَ النُّوْمِ بِشَغْلَةٍ وَاسْتَمِعْتُ إِلَيْهِ وَأَنَا أُرْتَدِي مَلَابِسِي"، بَيْنَمَا ذَكَرَ (م ١٩): "بَسْمَعُ الرَّادِيُو قَبْلَ مَا أَنَامُ"، حَيْثُ يُمَكِّنُ أَنْ يُسَاعِدَ الاسْتِمَاعَ لِبَعْضِ الإِذَاعَاتِ المِصْرِيَّةِ عَلَى الاسْتِرْحَاءِ وَالذَّهَابِ إِلَى النُّوْمِ، وَهُوَ مَا أَشَارَ إِلَيْهِ (م ٢٦): "بِيسَاعِدُنِي سَمَاعُ الرَّادِيُو قَبْلَ النُّوْمِ عَلَى الاسْتِرْحَاءِ وَالذَّهَابِ إِلَى النُّوْمِ"، بَيْنَمَا رَبطَ بَعْضُ المُشَارِكِينَ الاسْتِمَاعَ لِلِإِذَاعَاتِ بَعَادَاتِ التَّعَرُّضِ لِبَعْضِ وَسَائِلِ الإِعْلَامِ الأُخْرَى، كَمَا أَشَارَ (م ١): "بَسْمَعُ إِذَاعَاتِ الرَّادِيُو عِنْدَمَا أَقُومُ بِإِيقَافِ تَشْغِيلِ التَّلِفِيزِيُونِ لَيْلاً".

وِبِالرَّغْمِ مِنْ اخْتِلَافِ مِقْدَارِ الوَقْتِ الَّذِي يَفْضِيهِ الشَّبَابُ المُشَارِكِينَ فِي الاسْتِمَاعِ لِلِإِذَاعَاتِ المِصْرِيَّةِ فِي الجَلْسَةِ الوَاحِدَةِ، إِلاَّ أَنَّ مُدَّةَ الاسْتِمَاعِ لِجَمِيعِ المُشَارِكِينَ لَمْ تَقُلْ عَن (٣٠) دَقِيقَةً وَلَمْ تَزِيدْ عَن ثَلَاثِ سَاعَاتٍ، وَهَذَا لَمْ يَتَعَارَضْ مَعَ المُشَارِكِينَ الَّذِينَ ذَكَرُوا بِأَنَّ الرَّادِيُو يَعْملُ طَوَالَ اليَوْمِ، حَيْثُ أَفَادَ (م ٥) بِأَنَّ: "بِالرَّغْمِ مِنْ أَنَّ الرَّادِيُو مَشَّ بِفِصْلِ عِنْدَنَا فِي البَيْتِ إِلاَّ أَنَا نَقُومُ بِأَنْشِطَةٍ أُخْرَى كَمُشَاهَدَةِ التَّلِفِيزِيُونِ".

وَفِي إِطَارِ مُتَّصِلِ رَبطِ بَعْضِ المُشَارِكِينَ مُمَارَسَاتِ الاسْتِمَاعِ لِلِإِذَاعَاتِ المِصْرِيَّةِ بِالمَوْجِ المُتَوَاجِدِينَ فِيهِ مِنْ خِلالِ اسْتِغْلَالِ إِمكَانِيَّةِ نَقْلِ الرَّادِيُو إِلَى أَيِّ مَكَانٍ يَذْهَبُونَ إِلَيْهِ، كَالْمَنْزَلِ هَذَا مِنْ جِهَةٍ، حَيْثُ عَبَّرَ عَن ذَلِكَ كُلِّهِ مِنْ (م ٢): "أَسْتَمِعُ لِلرَّادِيُو أَثْنَاءِ تَوَاجُدِي فِي البَيْتِ"، وَ(م ١٨): "بِسْمَعَةٍ فِي البَيْتِ"، (م ٢٠): "أَكْثَرَ مَكَانٍ بَسْمَعُ فِيهِ الرَّادِيُو البَيْتِ"، بَيْنَمَا رَبطَتْ أَحَدَى المُشَارِكَاتِ مُمَارَسَاتِ الاسْتِمَاعِ بِتَوَاجُدِهَا فِي المَطْبَخِ، حَيْثُ ذَكَرَتْ (م ١٠): "أَسْتَمِعُ لِلرَّادِيُو عِنْدَمَا أَتَوَاجُدُ فِي المَطْبَخِ"، بَيْنَمَا أَشَارَ (م ٤): "أَسْتَمِعُ لِلرَّادِيُو عِنْدَمَا أَكُونُ فِي العَرَبِيَّةِ". وَمِنْ جِهَةٍ أُخْرَى اجْتَازَتْ مُمَارَسَاتِ الاسْتِمَاعِ لِلِإِذَاعَاتِ المِصْرِيَّةِ لَدَى بَعْضِ المُشَارِكِينَ المِسَاحَةَ، حَيْثُ ذَكَرَ (م ٢٠): "يُمْكِنُنِي حَمْلَ الرَّادِيُو إِلَى أَيِّ مَكَانٍ أَنَا ذَاهِبٌ إِلَيْهِ".

ثالثاً- التفضيلات "ماذا تسمع في الإذاعات المصرية":

ذَكَرَ الشَّبَابُ المُشَارِكُونَ تَفْضِيلَاتِهِمُ الشَّخْصِيَّةَ بِوَضُوحٍ، وَقَدَّ تَنَوَّعَتْ المُحتَوِيَّاتُ الَّتِي يُفْضِلُهَا المُشَارِكُونَ، لِتَشْمَلَ المُحتَوِيَّاتِ: الدِّينِيَّةَ، وَالثَّقَافِيَّةَ، وَالتَّرْفِيهِيَّةَ، وَالإِخْبَارِيَّةَ، وَالدِّرَامِيَّةَ، وَالرِّيَاضِيَّةَ، كَمَا عَبَّرَ المُشَارِكُونَ أَيْضاً عَن تَفْضِيلَاتِهِمُ لِلِإِذَاعَاتِ المِصْرِيَّةِ، فَضْلاً عَن البَرَامِجِ الإِذَاعِيَّةِ وَمُقَدِّمِهَا.

فِيمَا يَنْتَبِهُ بِالإِذَاعَاتِ المُفْضَلَةِ، فَقَدَّ فَضَّلَ مُعْظَمُ المُشَارِكِينَ إِذَاعَةَ القُرْآنِ الكَرِيمِ لِبَيْتِهَا المُحتَوَى الدِّينِي، حَيْثُ جَاءَ عَلَى لِسَانِ بَعْضِ المُشَارِكِينَ الَّاتِي: (م ٥): "أَسْتَمِعُ لِإِذَاعَةِ القُرْآنِ الكَرِيمِ لِأَصْلِحَ مِنْ تَعَامَلَاتِي اليَوْمِيَّةِ، حَيْثُ شَدَّ انْتِبَاهِي مَرَّةً فِي بَرْنَامِجِ الفَتَاوِي سَيِّدَةَ بِتَسْأَلِ عَن بَعْضِ الأُمُورِ الحَيَاتِيَّةِ هَلْ هِيَ صَاحِيحَةٌ أَمْ خَطَأٌ؛ فَصَحَّحْتُ مِنْ بَعْضِ أُمُورِ الحَيَاتِيَّةِ بِسَبَبِ ذَلِكَ"، (م ٧): "أَسْتَمِعُ لِإِذَاعَةِ القُرْآنِ الكَرِيمِ لِسَمَاعِ التَّلَاوَاتِ الصَّاحِيحَةِ إِضَافَةً لِلاِسْتِمَاعِ

للأحاديث النبوية“، (م ١٣): ”أستمع لإذاعة القرآن الكريم لتحسين قراءة القرآن عندي“، (م ٢١): ”أستمع لإذاعة القرآن الكريم لمعرفة إجابة كثير من الأسئلة الدينية“، (م ٢٢): ”أستمع لإذاعة القرآن الكريم لمعرفة أمور ديني“.

كما أشار بعض المشاركين إلى مجموعة من الإذاعات الأخرى المرتبطة بمحتويات أخرى، حيث أفاد البعض بالآتي: (م ٩): ”بسمع شبكة البرنامج العام؛ لتتنوع محتوياتها كالبرنامج الفكاهي ساعة لقلبك، والبرنامج الدرامي كلمتين وبس، وبرنامج الأطفال أبله فضيلة“، (م ١): ”بسمع برنامج صباحك ومطرحك على راديو ٩٠٩٠، وكمان بتابع برنامج كلام معلمين“، (م ٤): ”بسمع المسلسل الدرامي الكوميدي حكاية الدكتور مسعود، وكمان بحب أسمع قصص الجرائم وطرق حلها“، (م ١٨): ”بسمع برنامج طالبة أليه على راديو نجوم F.M“، (م ٢٣): ”بسمع برنامج كوميدي اسمه كفاية كده على راديو نجوم F.M“، (م ٢٤): ”بحب أسمع البرامج الإخبارية من خلال راديو مصر“، (م ٢٠): ”بحب أسمع الموسيقى من خلال راديو ٩٠٩٠“، (م ١٢): ”بتابع برنامجي ربات البيوت وساعة لقلبك“.

وإذا كانت تفضيلات المشاركين من الشباب هي الدافع وراء سلوك تبديل الإذاعات، إلا أن هناك عدد قليل من المشاركين سعداء بتشغيل إذاعة معينة دائماً، فقد أشار (م ٢٣): ”لا أقوم بتغيير إذاعة القرآن الكريم“، بينما ذكر (م ٢٠): ”طالما برامجي المفضلة شغالة لا أقوم بتغيير المحطة“، وأفاد (م ١١): ”معديش طاقة أقعد أغير الإذاعات بشكل مستمر“.

وذهب بعض المشاركين إلى تسمية المحتويات المفضلة لديهم بمقدمي البرامج، حيث ذكر بعض المشاركين الآتي: (م ٩): ”بحب برنامج عبير مصطفى الراديو بيضحك، وبرنامج عبير بسيوني فولو“، (م ١): ”بسمع أي برنامج لأحمد يونس“، (م ١٨): ”بحب المذيع إيهاب طه عشان كده بسمع برنامج طالبة أليه“، (م ٢٣): ”بفضل استمع للمذيع خالد جواد لأنه بيقدم محتوى ممتع“.

رابعاً- الدوافع والأسباب "لماذا تستمع للإذاعات المصرية":

تعددت وتنوعت دوافع استماع المشاركين للإذاعات المصرية، ويمكن استعراض تلك الدوافع على النحو الآتي: (١) **التسلية والترفيه (المتعة)**: يوفر الاستماع للإذاعات المصرية المتعة لكثير من المستمعين حيث ذكر بعض المشاركين الآتي: (م ١٤): ”بحب أسمع أخبار الفنانين كترفيه ليا وقت الفراغ“. (٢) **تنظيم المزاج والاسترخاء**: سعى بعض الشباب المشاركين للاستماع للإذاعات المصرية بوعي لتغيير مزاجهم والشعور بتحسن، حيث ذكر كل من: (م ١١، م ١٥): ”بستمع للراديو لأنه مريح نفسياً“، بينما أشار (م ١٨): ”بحب أسمع الموسيقى للاسترخاء“. (٣) **تنمية الشعور بالخيال**: وجد عدد كبير من الشباب المشاركين أن الاستماع للإذاعات المصرية يُنمي لديهم الشعور بالخيال، حيث ذكر (م ٣): ”الاستماع

للإذاعات ينمي عندي الشعور بالخيال، بالإضافة أنه ينمي قوة التركيز والملاحظة من خلال حاسة السمع، بينما ذكر (م ١٠): "الاستماع للراديو بيخليني أتخيل القصص أحسن ما أشوفها"، وأفاد (م ٢): "ينشط الخيال"، وأشار (م ٤): "أنا بتخيل وأنا بستمع للراديو بشكل الشخص اللي بسمعه، وطريقته وهو بيتكلم، وأسلوبه عامل أزي"، وذكر (م ٢٢): "الراديو يطلق الخيال عند المستمع ولا يحتاج إلى جهد، فهو يجعلني أتخيل المواقف المختلفة كما لو أنني موجود به".

(٤) المساعدة على قضاء الوقت: ساعد الاستماع للإذاعات المصرية على قضاء الوقت، فغالبًا ما يضع الشباب المشاركين الراديو في الخلفية عند القيام بأشياء أخرى، بهذه الطريقة تم استخدام الراديو كمُرافق لأنشطة أخرى، حيث ذكر (م ١٦): "بسمع الراديو أثناء قيامي بوجباتي المنزلية".

(٥) يُحفز الذكريات: إن ما يسمعه الأفراد في الإذاعات يُمكن أن يُحفز الحنين إلى الماضي، حيث أقر قليل من الشباب بأن الاستماع للإذاعات المصرية يُعيد الذكريات ويُحفز الشعور بالحنين إلى الماضي، حيث ذكر (م ٤): "بكون سعيدة وأنا بسمع الراديو لأنه مرتبط بذكراياتي مع والدي"، وأضاف (م ١٧): "الإذاعة بتربط الماضي بالحاضر".

(٦) يَصنع جو من الألفة: يُفضل كثير من المشاركين الحصول على بعض الأصوات أثناء تأدية بعض المهام الحياتية، وهو ما يوفره الاستماع للإذاعات المصرية، حيث أنهم لا يعنادون على الصمت، حيث صرح (م ٣): "الراديو له جو تاني في توصيل الرسالة أو المعلومة وحل القضايا المجتمعية المختلفة"، بينما صرح (م ٢٠): "الاستماع للراديو بيعزني عن العالم المحيط من خلال خلق جو خاص".

(٧) التعليم والتثقيف: يُعدّ الاستماع للإذاعات المصرية وسيلة من وسائل التعليم والتثقيف لما يوفره من برامج تعليمية وتثقيفية متنوعة تُذاع عبر المحطات الإذاعية المختلفة، حيث أشار (م ٥): "بستفاد من استماعي لإذاعة القرآن الكريم في حياتي الدينية والدينية"، وأضاف (م ٢١): "بقوي ثقافتي من خلال الفقرات المقدمة في إذاعة القرآن الكريم"، كما أشار كل من (م ١٣، م ٧): "بحفظ من خلاله القرآن الكريم عن طريق التعليم"، بينما أشار (م ٢٤): "كطالب إعلام يجب أن أسمع جيدًا لمُختلف البرامج لتدريبي وأتعلم بنفسِي"، كما ذكر (م ١٩): "لمتابعة الأخبار الجديدة دائمًا".

(٨) الشراكة: اتخذ بعض الشباب المشاركين الراديو شريكًا وصديقًا لهم، حيث ذكر (م ١٣): "الراديو بيكسر حواجز المكان لأنه بيعتمد على حاسة السمع؛ لذلك يمكنني اصطحابه لأي مكان أذهب إليه"، أيضًا أشار (م ١٨): "الراديو سهل الاستماع فهو شريكي لأي

مكان أذهب إليه“، وعبر (م ٢٠): ”تحس أنك أول ما تسمع الراديو كأنك عندك صاحب يسليك“.

(٩) **التشويق:** تُصنَع الإذاعات المسموعة تشويقاً لدى المُستمعين، وفي هذا الإطار ذكر (م ١١): ”بحس أن الاستماع للراديو مشوق في أنني أعرف ما يُذاع دائماً“.

الموضوع الثاني- إدارة الانفعالات لدى مُستمعي الإذاعات المصرية من الشباب الجامعي:

تُعدُّ الانفعالات مصدرًا أساسيًا لاستمرار الحياة وصنع القرار؛ لذلك تُمثل جزءاً مهماً في حياة الشباب الجامعي وسلوكهم، لما لها من تأثيراً كبيراً على الوظائف الجسمية، والنفسية. وبناءً على ذلك يُمكن تناول نتائج هذا المحور من خلال نموذج ”Goleman“ في الذكاء الانفعالي والمتضمن خمسة أبعاد، ثم تصنيفها ضمن مكونين رئيسيين، هما: المكونات الشخصية، وتشمل ثلاث أبعاد، وهي: (الوعي الذاتي الانفعالي، وتنظيم وإدارة الانفعالات، والدافعية وحفز الذات)، والمكونات الاجتماعية، وتشمل بُعدين، وهما: (التعاطف، والمهارات الاجتماعية)، ويُمكن تناول تلك الأبعاد مدعومة باقتباسات بعض المشاركين على النحو التالي:

أولاً- التنظيم الذاتي للانفعالات:

تُعني القدرة على التعامل مع الانفعالات وتنظيمها والتحكم فيها، ومن هذا المنطلق كُشِفَ المشاركون من الشباب عن دور الاستماع للإذاعات المصرية في تنظيم الانفعالات لديهم، حيثُ أفاد كثير من المشاركين على أن استماعهم للإذاعات يُغيّر من الحالة المزاجية لديهم، إضافة إلى تنمية القدرة على ضبط انفعالاتهم، كما عبر عنه (م ٢٥): ”سماعي للراديو له قدرة على ضبط مشاعري وتحويل انفعالاتي من حال إلى آخر“، إضافة إلى ما سبق أضاف البعض أن الاستماع للإذاعات بمثابة الصديق المريح نفسياً، وهذا ما عبر عنه (م ١٩): ”الإذاعة قادرة على تغيير شعور وانفعالات المُستمع أي كانت هي، فأنا لما يكون مضايق بسمع الراديو، لأن الشعور بالضيق يحتاج أنك تتكلم مع حد، والراديو بيوفر لي ده وقادر على تبديل شعوري وتنظيمه“، وأضاف (م ٢٠): ”أنا بسمع الراديو عشان بيغير مشاعري وانفعالاتي، لأنه صديقي فهو شخص أمامي أستطيع أن أتكلم معاها وأسمع له“.

بينما أشار البعض بقدرة الإذاعات على تحقيق التوازن العاطفي، أو القدرة على تحقيق التوازن العاطفي، أو القدرة على تهدئة النفس وكبح جماح الإفراط في الانفعال سلْباً أو إيجاباً على نحو مناسب، وهو ما ذكره بعض المشاركين على النحو الآتي: (م ١٥): ”الراديو ببساعدني على تنظيم انفعالاتي، أو هو ببسيطر على انفعالاتي، فالراديو شغال دائماً، فممكن أسمع جملة أو كلمة تغير من انفعالاتي تماماً“، (م ٢٧): ”بالنسبالي سماع الراديو حاجة

مريحة جداً، ومشاعري بتتغير على حسب اللي بسمعة، فلو موسيقى بحبها فبتكون مصدر سعادة، ولو بسمع مشكلة أو موقف فمشاعري بتتغير بس مش ببيغير حاجة من سلوكي“، (م ٢٦): ”كلنا عارفين أن مفيش حد شبه الثاني، كلنا مختلفين في ردود الأفعال والتفكير والدوافع، فالراديو بالنسبالي حاجة جميلة جداً، فلو بسمع برنامج بحبه ويكون مبسوطه، وده خلاني أقدر أتحمك في مشاعري“، (م ١٣): ”الراديو بينظم انفعالاتي خاصة لو متعصبه فبسمع إذاعة القرآن الكريم فبهده“ (م ١٢): ”الراديو بينظم انفعالاتي خاصة لو مضايقة بسمع الراديو فبهدهأ“.

إضافة إلى ما سبق، وضح بعض المشاركين قدرة بعض المحتويات الإذاعية على: تقليل الانفعالات، وصنع الهدوء، وخلق الراحة النفسية من خلال التأمل فيما يسمعون، فقد أشار (م ٢١): ”سماعي للراديو بيديني الشعور بالطمأنينة وهدوء الأعصاب“، كما ذكر آخرون الآتي: (م ١٠): ”لما بكون منفعة أو مضايقة بحب أشغل إذاعة القرآن الكريم، أو الموسيقى والأغاني اللي بحبها، بحس بعدها بهدوء وانفعالاتي بتقل“، (م ٢٨): ”الراديو خلي رده فعلي هادنة في جميع المواقف“، (م ١، ٢، ٣، ٥): ”مفيش شك أن الواحد لما بيكون متعصب أو هناك مشكلة وبسمع إذاعة القرآن الكريم (فبهدهأ وانفعالاتي بتتغير)، (وده يريحني نفسياً)، (وده بيفرق معايي جداً)، (فبهدهأ والشعور بيرجع أحسن من الأول)“، وذكر (م ٢١): ”سماعي للراديو بيديني الشعور بالطمأنينة وهدوء الأعصاب“، (م ٧): ”أنا برتاح نفسياً لما بسمع الراديو“.

ثانياً- الدافعية وحفز الذات:

تُعني القدرة على الإصرار وحث النفس على التقدم والسعي، ومواجهة الإحباطات، والتفائل والشعور بالأمل عند مواجهة العقبات، من هذا المنطلق كثف المشاركون من الشباب عن دور الاستماع للإذاعات المصرية في تعزيز الدافعية وحفز نواتهم، حيث أفاد كثير من المشاركين على أن استماعهم للإذاعات يمدهم بالقوة التي تدفعهم للقيام بالأشياء المختلفة؛ مما يجعلهم مُميزون عن الآخرين على حد تعبيرهم، حيث ذكر (م ١٥): ”الراديو بينوع أفكارني وبيديني كمية معلومات مكنتش أعرفها، وبيخليني على دراية باللي بيحصل في المجتمع، فطبيعي بكون متميزة وسط الناس اللي مش بيسمعوا راديو، أنا بستفاد من الراديو من غير ما يأخذ من وقتي“، وأضاف كل من (م ١٣، ٢٠، ٢١): ”الراديو يتقنني فده بيميزني عن الآخرين“.

وأضاف آخرون أن الاستماع للراديو يدفعهم للتطوير والابتكار، حيثُ ذُكرت (م ٢٥):
”تدفعني البرامج التي تتناول دعم التطوير والابتكار إلى تحسين مهاراتي والتميز في المجالات المختلفة“، وعن دور الإذاعات في التثقيف والتعليم ولما له دور في تحفيز الذات للتميز كما عبر عنه (م ١٩): ”الراديو يقدم لي المعرفة بأمور الحياة والتثقيف الواعي، ويُني عندي التخيل وتوسيع الأفق“، أيضاً عبر بالآتي (م ٢٧): ”الراديو أكسبني خبرات معرفية تخيلني أقدر أساعد الناس وفق إمكانياتي“، بينما أسْتعرض (م ٢): ”الراديو يبخلي عندي كم معلومات يبخليني أكسب الثقة في تعاملاتي مع الناس بشكل كويس وأحترم آرائهم وأخليهم يقربوا مني بمجرد أن بتعامل معاهم وبحسبهم أني بحس بهم، وده تغيير جذري في حياتي لأنني عدت عليا فترة مكنتش بتعامل مع حد ودلوقتي بقيت اجتماعية بتكلم مع كل الناس ولو حد عنده مشكلة بحاول أهلها“، وأشارت (م ١): ”الراديو يبخليني أبحث كثير عن المعلومات اللي بسمعها“، وأضاف (م ٢٦): ”الراديو بيزودني بمعلومات وخبرات تخيلني أقدر أتواصل مع العالم الخارجي وكمان بيمدني بحلول لكثير من المشكلات التي تواجهني أو تواجه المحطين بي“.

ثالثاً- الوعي بالذات (المعرفة الانفعالية):

تُعني وعي الفرد بمشاعره وانفعالاته وكذلك الوعي بالحالة المزاجية، حيثُ أفاد كثير من المشاركين على أن استماعهم للإذاعات يمدُّهم بالقدرة على الانتباه، والإدراك الجيد للانفعالات والمشاعر الذاتية وحسن التمييز بينهما والتعبير عنها، والوعي بين الأفكار والمشاعر والأحداث، وذلك ما عبر عنه (م ١٩): ”أكيد في وقت محتاج أن أهرب من كل حاجة فيتجه إلى سماع الراديو عشان أقدر أصفي دماغي وأغير من شعوري وانفعالاتي“، (م ٢٧): ”بالرغم من أن الحياة مشاركة إلا أن في وقت بحب أهرب فيه من العيلة أسمع فيه برامج الإذاعية المفضلة“، (م ١٠): ”في ناس ممكن تسبب تجمع أو مناسبة اجتماعية وتروح تسمع برامجها المفضلة في الراديو“، بينما أفاد (م ٢٥): ”الراديو مش يبخليني أهرب من المناسبات الاجتماعية إطلاقاً، بالعكس ده بيشجعني على المشاركة في المناسبات“، (م ٤): ”مش بهرب من المشاركات الاجتماعية، لأن بحب احترم مشاعر الآخرين“، (م ١): ”آخر اليوم بحاول أهرب من كل اللي حواليا عشان أسمع الراديو“.

رابعاً- التعاطف:

تُعني القدرة على إدراك انفعالات الآخرين والتوحد معهم انفعالياً، من هذا المنطلق كَشَف المشاركون من الشباب عن دور الاستماع للإذاعات المصرية في فهم مشاعرهم والاهتمام بها،

والحساسية لانفعالاتهم حتى وإن لم يفصحوا عنها، فقد عبّر (م ٢٥): "من الطبيعي أن تعاطف مع الآخرين"، بينما أشار (م ٢٦): "التعاطف من الصفات القوية في حياتنا، والاستماع للراديو جعلني أشعر بالآخرين وأتأثر بهم"، وعبّر (م ٢٧): "أنا من الشخصيات التي بتأثر عند سماع مشكلة، وأنا شايقة أنه من الطبيعي جداً أنه داخل الإطار الإنساني لو أي حد يسمع أي حد فطبيعي يتأثر به"، وأضاف (م ١٢): "الراديو بيخليني تعاطف مع الآخرين".

ومن زاوية أخر ارتبط التعاطف عند بعض المشاركين ببعض المحتويات الإذاعية، حيث ذكر (م ٨): "أنا بتأثر جداً بالمحتوى اللي بيقدمه الراديو خاصة القضايا الاجتماعية، وده بيخلق جوايا شعور الحمد دائماً"، كما ذكر (م ٢٠): "أنا الراديو بيخليني تعاطف مع أخبار كثيرة زي الحوادث وأخبار الوفيات، ولما بتعاطف مع الناس اللي بتحكي مشاكلها وترسل رسائلها للبرامج الإذاعية، فبكتسب من خلال سماعي للمشكلة وحلها القدرة على فهم أمور ديني وفهم المجتمع"، أيضاً ذكر (م ٤): "لو سمعت أخبار حزينة بتأثر جداً بس بحاول اتغلب على حزني بسرعة"، وفي ذات الإطار عبّر (م ١): "في برامج بتعرض مشاكل الناس فده بيخليني تعاطف مع الناس ومشاكلها"، وأضاف (م ١٠): "لو شغال برنامج ويحكي عن قصة حزينة أو قصة رومانسية أو مشكلة، فأنا بتأثر بكل تلك الموضوعات، فلو القصة حزينة بزعل جداً، ولو قصة رومانسية بتعاطف مع الموضوع، ولو مشكلة بحاول أدور على حل، ده غير أن نسبة التركيز عند سماع الراديو أقوى من أي وسيلة ثانية لأنه بيعتمد على حاسة السمع"، كما أشار (م ١٥): "لما بسمع برنامج في الراديو ممكن يخليني أنفعل أو يهديني، فأنا بتعاطف مع قضايا المرأة، أو مع قضايا الحرب ولقاءات مع أسر الشهداء"، وأشار (م ١٩): "بطبيعية الحال لما بسمع المحتوى الديني فيحاول أطبق ده على أرض الواقع، وده بيخليني أحس بالطمأنينة والمسئولية اتجاه الآخرين"، وعبّر (م ٥): "أنا بتعاطف مع الآخرين وفق المواقف المختلفة، فأنا من خلال سماعي لإذاعة القرآن الكريم بتعلم المواقف من السيرة النبوية والصحابة وبحاول أطبقها".

خامساً- المهارات الاجتماعية:

تعني القدرة على التعامل مع الآخرين بفاعلية وكسب الحُب والتقدير، من هذا المنطلق كشف المشاركون من الشباب عن دور الاستماع للإذاعات المصرية في تنمية التأثير الإيجابي لديهم ولدى الآخرين من خلال إدراك وفهم انفعالاته ومشاعره، فقد عبّر (م ١): "الاستماع للإذاعة جعلني أحترم آراء وانتقادات الآخرين"، وأضاف (م ١٥): "أنا أحترم الآراء المقدمة في الراديو حتى لو أنا مش متفقة معها، وأوقات كثيرة بغير وجهة نظري في بعض الموضوعات بناءً على اللي بسمعه في الراديو من موضوعات"، كما أشار (م ١٣): "بتأثر

بالكلام اللي بسمعة في الراديو وده بيزيد عندي الشعور بالتعاطف مع الآخرين“، وعبر (م ٢) ”براعي مشاعر الآخرين على حسب مدى حبي ليهم، فلو الشخص مضايق بضايق ولو فرحان بفرح معاها، الراديو خلاني بحس بالناس“.

وفي إطار مُتّصل ربط بعض المُشاركين المهارات الاجتماعية بالثقة، كما عبّر (م ٥): ”أحترم الآراء اللي بسمعها في الإذاعة لأنها من مصدر موثوق بالنسبالي“، وأشار (م ٢٧): ”أحترم الآراء المعروضة في البرامج الإذاعية ولكن لا أثق فيها جميعاً“. هذا وقد ذهب آخرون إلى ربط المهارات الاجتماعية بالقائم بالاتصال في الإذاعات، كما عبّر (م ١): ”بتأثر بصوت المذيع فحالي المزاجية هي انعكاس لحالة المذيع اللي بسمعه“، وأضاف (م ٨): ”مبدئياً أنا بتأثر جداً بحالة المزاجية للمذيع فلو هو حزين أنا بحزن ولو هو سعيد أنا بفرح“.

مناقشة النتائج:

بحثت الدراسة الحالية ممارسات استماع الشباب الجامعي للإذاعات المصرية، واعتبرت أن تلك الممارسات ترتبط ارتباطاً وثيقاً بإدارة الانفعالات لدى هؤلاء الشباب، حيث بينت النتائج في إطار القراءة المعرفية والنظرية أن التحول المتسارع في رقمته البث لم يؤثر على مكانة الراديو التقليدي، حيث لا يزال كثير من مستمعي الإذاعات المصرية يعتمدون عليه كمصدر رئيس في: متابعة الأخبار والاحداث، والاستماع للموسيقى والدراما، وغيرها من التفضيلات، وذلك يتفق مع نتائج دراسة يوسف محمد (٢٠٢٢)⁽²⁾، والتي بينت دور جهاز الراديو التقليدي في الاستماع إلى الإذاعات المختلفة، كما أظهرت دراسة لمياء محسن (٢٠١٨)⁽¹²⁾ أن معظم أفراد عينة الدراسة يعتمدون على جهاز الراديو التقليدي في الاستماع بالرغم من وجود الهاتف المحمول كوسيط تقني جديد، بينما اختلفت النتائج مع دراسة نشرتها جامعة نيويورك، والتي بينت أن الخدمات الرقمية الحديثة تعمل على تغيير الطريقة التي يستمع بها الجمهور إلى المحتوى؛ مما يعرض مستقبل الراديو التقليدي للخطر⁽⁷⁴⁾.

ويمكن إرجاع ذلك إلى عدة أسباب، منها: (١) سهولة الاستخدام: حيث يستطيع أي فرد من أفراد المجتمع باختلاف الفئات العمرية والثقافية والتعليمية استخدام جهاز الراديو التقليدي بعكس الوسائط الأخرى، (٢) سهولة التنقل: يمكن الانتقال بالجهاز التقليدي في أي مكان يذهب الشخص إليه دون الحاجة إلى الاتصال بالإنترنت، والذي يمثل عائقاً أمام الوسائط الرقمية في المناطق التي يكون فيها الاتصال بالإنترنت ضعيفاً أو غير متاح، (٣) العلاقة الشخصية: يشعر البعض بالعلاقة الشخصية مع الجهاز بشكل عام ومع مقدمي البرامج بشكل خاص، (٤) العادات والتقاليد: يمكن أن يكون استخدام الجهاز التقليدي لدى البعض جزءاً من الثقافة الشعبية، (٥) الشغف بالهواية: يمكن أن يكون الاستماع للإذاعات عبر الجهاز التقليدي هواية يفضلها البعض،

(٦) الخصوصية: يوفر جهاز الراديو التقليدي الخصوصية، حيث لا يتطلب تسجيل الدخول أو مشاركة معلومات الحساب، (٧) التواصل الاجتماعي: يُمكن لمُستمعين الإذاعات عبر جهاز الراديو التقليدي الاستماع مع أفراد آخرين والتواصل معهم عن طريق النقاشات حول المواضيع المطروحة.

وبالرغم من الميزات السابقة إلى أن الاستماع عبر جهاز الراديو التقليدي يفقد بعض ميزات الوسائط الرقمية، ومنها: (١) الاستماع عند الطلب: حيث يستطيع الفرد الوصول إلى تقضياته في أي وقت مناسب له، (٢) جودة الصوت: تُعطي الوسائط الرقمية صوتاً ذا جودة مرتفعة مقارنةً بالجهاز التقليدي، (٣) الرصد والمتابعة: توفر الإذاعات الرقمية معلومات حول: عدد المُستمعين، وحجم التفاعل مع الإذاعة كالتعليقات.

وكان من الواضح أن الاستماع للإذاعات المصرية كان مُدمج بشكل جيد في عديد من أنشطة الحياة اليومية للمشاركين الشباب، حيث أشار معظم المشاركين في الدراسة أنهم يستمعون للإذاعات المصرية بشكل يومي، وبالرغم من اختلاف مقدار الوقت الذي يقضونه في الاستماع في الجلسة الواحدة، إلا أن مدة الاستماع لجميع المشاركين لم تقل عن (٣٠) دقيقة، ولم تزيد عن ثلاث ساعات، كما كان أوضح تبين استماع الإذاعات المصرية المختلفة تمثل في تشغيل الإذاعة طوال اليوم. وذلك يتفق مع نتائج دراسة (٥) (2019) Ticar، والتي كشفت أن المستجيبين عادةً ما يستمعون للإذاعات لمدة (٣٠ : ٦٠) دقيقة في الصباح، كما تتفق مع دراسة (4) (2020) Rodero، والتي أشارت إلى أن الأفراد قد غيروا من عادات الاستماع لديهم وزادوا من استهلاكهم المتوسط، بينما تختلف جزئياً مع دراسة يوسف محمد (٢٠٢٢) (2)، والتي خلصت نتائجها إلى أن عادات وطبيعة الاستماع للراديو من قبل الشباب تتمثل في بعض الأحيان وليس بصورة مستمرة أو دائمة، وتختلف جزئياً أيضاً مع دراسة ولاء إبراهيم (٢٠٢١) (8)، والتي بينت أن التعرض غير المنتظم جاء في مقدمة أنماط التعرض من قبل الشباب الجامعي.

وفي إطار مُتصّل ربط بعض المشاركين ممارسات الاستماع للإذاعات المصرية ببعض من أنشطة الروتين اليومي كالنوم، كما ربط بعض المشاركين ممارسات الاستماع للإذاعات المصرية بالموقع المتواجدين فيه من خلال استغلال إمكانية نقل الراديو إلى أي مكان يذهبون إليه، كالمنزل هذا من جهة، والسيارة من جهة أخرى. وهو ما يتفق مع نتائج دراسة Rodero (4) (2020)، والتي بينت أن الأفراد أثناء الأغلاق في أزمة Covid-19 كانوا يستمعون إلى الراديو في الغالب في غرفة المعيشة، وغرفة النوم، والمطبخ أثناء التنظيف أو الطهي، كما تتفق مع نتائج دراسة سالي أحمد (٢٠١٥) (75)، والتي كشفت أن أكثر من نصف عينة الدراسة

يُمارسون أنشطة أخرى عند الاستماع لمحطات الراديو، وربطت دراسة (76) José (2020) ممارسات الاستماع بسياق اجتماعي وثقافي أوسع.

بناءً على ما سبق يتضح أن عادات وأنماط الاستماع للإذاعة يمكن أن تتغير بمرور الوقت؛ لتغير الاهتمامات، كما يمكن أن تتغير بتغير الثقافات والتكنولوجيا المتاحة للاستماع للإذاعات، أيضاً يمكن أن تتغير بتغير سياسات الإذاعات، ويمكن أن تتغير عند بث برامج ذات جودة منخفضة.

وذكر الشباب المشاركون تفضيلاتهم الشخصية بوضوح، وقد تنوعت المحتويات التي يفضلها المشاركون، لتشمل المحتويات: الدينية، والثقافية، والترفيهية، والإخبارية، والدرامية، والرياضية، كما عبر المشاركون أيضاً عن تفضيلاتهم للإذاعات المصرية، فضلاً عن البرامج الإذاعية ومقدميها. ويمكن إرجاع التنوع في تلك التفضيلات إلى قدرة بعض المحتويات كالتلاوات القرآنية على تحسين مزاج هؤلاء الشباب وصرف انتباههم عن الأفكار السلبية. ويتفق ذلك التنوع مع دراسة يوسف محمد (2022) (2)، والتي بينت أن الأغاني كانت في مقدمة مفضلات المستمعين، ومن ثم المنوعات، تليها الاستماع للتلاوات القرآنية.

وإذا كانت تفضيلات المشاركين من الشباب هي الدافع وراء سلوك تبديل الإذاعات، إلا أن هناك عدداً قليل من المشاركين سعداء بتشغيل إذاعة معينة دائماً، كما ذهب بعض المشاركين إلى تسمية المحتويات المفضلة لديهم بمقدمي البرامج. ويمكن إرجاع ذلك إلى آليات التكيف للمستمعين مع الإذاعات المسموعة، أيضاً يمكن إرجاعها إلى شخصية الإذاعة، حيث أن شخصية المضيفين الإذاعيين يمكن أن تؤدي دوراً هاماً في التأثير العاطفي للبرامج، حيث يمكن تفضيل هؤلاء المذيعين لمساهماتهم بشكل إيجابي في تعزيز الرفاهية العاطفية لديهم. ويتفق ذلك مع دراسة (8) Krause (2020)، والتي كشفت نتائجها عن تفضيلات شخصية متنوعة فيما يتعلق بالمحتوى، والمحطات، ومقدمي البرامج. وفي إطار متصل تعددت وتنوعت دوافع استماع المشاركين للإذاعات المصرية، والتي تمثلت في: التسلية والترفيه (المتعة)، وتنظيم المزاج والاسترخاء، وتنمية الشعور بالخيال، والمساعدة على قضاء الوقت، ويحفز الذكريات، ويصنع جو من الألفة، والتعليم والتثقيف، والشراكة، والتشويق.

وذلك يتفق مع دراسة (8) Krause (2020)، والتي أشارت إلى تباين دوافع المستمعين، حيث ركز البعض على المتعة التي يصنعها الاستماع إلى الراديو، بينما أشار البعض إلى فوائدها الترفيهية كالاسترخاء، وتعديل المشاعر والانفعالات، ودراسة ولاء إبراهيم (2021) (9)، والتي أفادت بتصدر دافع التسلية والترفيه قائمة دوافع هذا التعرض، ودراسة مجيب الشميري (2018) (13)، والتي أظهرت تنوع دوافع استماع المبحوثين للإذاعات المحلية

الخاصة، حيث تُجمع ما بين الدوافع النفسية كالدافع المعرفي، ودافع البحث عن المعلومات، والنقاش مع الآخرين، والدوافع الطقوسية كالتسلية وقضاء وقت الفراغ، والتسلية والترفيه.

ويمكن إرجاع هذا التنوع، إلى: (1) الاهتمامات الشخصية: حيث يميل المستمعون إلى البحث عن البرامج والمحتوى الذي يتناسب مع اهتماماتهم ومطالباتهم الشخصية، (2) العمر والنوع: حيث يمكن أن تؤثر المتغيرات الديموجرافية كالعمر والنوع في تفضيلات الاستماع، فالمستمعون ذوي العمر الأصغر يميلون إلى الترفيه والتسلية، في حين يميل المستمعون ذوي العمر الأكبر إلى البرامج الإخبارية والتحليلات السياسية.. وغيرها من المحتويات الجادة، (3) التنوع الثقافي: قد يؤثر التنوع الثقافي في تفضيلات المستمعين، (4) جودة المحتوى: حيث يبحث المستمعون عن المحتوى الذي يتميز بالجودة والاحترافية، (5) التفاعل مع المستمعين: يرغب المستمعون دائماً للتفاعل، والمشاركة، وإبداء الرأي، والتعليق.

بناءً على ما سبق؛ يتبين أن الإذاعات المصرية تؤدي دوراً هاماً في حياة الشباب، حيث تقوم بإعلامه وإخباره وتثقيفه وتسلية، كما يستخدم الشباب المعلومات المستمدة من الراديو في القرارات والحجج المنطقية، وغير ذلك؛ لذلك يُنظر إلى الإذاعيين على أنهم مصادر موثوقة لموزعي المعرفة، ويجب عليهم السعي دائماً لتقديم معلومات تستند إلى الحقائق حتى لا يتم تضليل جمهورهم، أيضاً يجب أن تستمر الإذاعات في أداء وظائفها الإعلامية للحفاظ على دورها كوسيلة ذات صلة للتأثير.

ويمكن الحفاظ على ذلك الدور من خلال دراسة خصائص المستمعين، فكلما زادت المعلومات التي تعرفها الإذاعات عن خصائص المستمعين، كلما استطاعت تلبية احتياجاتهم ورغباتهم بشكل أفضل، وبالتالي تزداد مصداقيتها ومعدلات فاعليتها، لذلك فإنه من الضروري لمحطات الراديو التعرف على حجم الجمهور وخصائصه النوعية، واتجاهاته العامة، أيضاً فيما يفكرون؟، وبماذا يشعرون؟، وأين يعيشون؟، وما رغباتهم واحتياجاتهم ومتوسط دخولهم؟⁽⁷⁵⁾.

وبالرغم من الفوائد العديدة المعلنه لكثير من الأفراد والناجحة من الاستماع إلى الإذاعات المصرية المختلفة، مثل: الحصول على المعلومات، والترفيه، والتواصل والتفاعل، والتثقيف والتعليم، والإرشاد والتوجيه، وتعزيز الثقافة العامة، وتعزيز الوعي الاجتماعي، وتنمية الشعور بالانتماء، وتقديم الخدمات العامة، إلا أن بعض البحوث والدراسات المرتبطة بممارسات الاستماع للإذاعات قد كشفت عن عديد من الفوائد الأخرى غير المعلنه بشكل كبير لكثير من الأفراد كالفوائد العلاجية، والصحية، وبشكل خاص تلك المتعلقة بالانفعالات، واحترام الذات، وجودة الحياة، وهو ما أكدته نتائج الدراسة الحالية، حيث كشف المشاركون من الشباب عن دور الاستماع للإذاعات المصرية في تنظيم الانفعالات لديهم، حيث أفاد كثير من المشاركين على أن

استماعهم للإذاعات يُغيّر من الحالة المزاجية لديهم، إضافة إلى تنمية القدرة على ضبط انفعالاتهم، بينما أشار البعض بقدرة الإذاعات على تحقيق التوازن العاطفي، أو القدرة على تحقيق التوازن العاطفي، أو القدرة على تهدئة النفس وكبح جماح الإفراط في الانفعال سلباً أو إيجاباً على نحو مناسب.

إضافة إلى ما سبق، وضح بعض المشاركين قدرة بعض المحتويات الإذاعية على: تقليل الانفعالات، وصنع الهدوء، وخلق الراحة النفسية من خلال التأمل فيما يسمعون، كما كشف المشاركون من الشباب عن دور الاستماع للإذاعات المصرية في تعزيز الدافعية وحفز ذواتهم، حيث أفاد كثير من المشاركين على أن استماعهم للإذاعات يمدّهم بالقوة التي تدفعهم للقيام بالأشياء المختلفة؛ مما يجعلهم مميزون عن الآخرين على حدّ تعبيرهم، وأضاف آخرون أن الاستماع للراديو يدفعهم للتطوير والابتكار، بينما أفاد كثير من المشاركين على أن استماعهم للإذاعات يمدّهم بالقدرة على الانتباه، والإدراك الجيد للانفعالات والمشاعر الذاتية وحسن التمييز بينهما والتعبير عنها، والوعي بين الأفكار والمشاعر والأحداث.

ومن جهة أخرى كشف المشاركون من الشباب عن دور الاستماع للإذاعات المصرية في فهم مشاعرهم والاهتمام بها، والحساسية لانفعالاتهم حتى وإن لم يفصحوا عنها، بينما ارتبط التعاطف عند بعض المشاركين ببعض المحتويات الإذاعية، وفي إطار مُصِل كشف المشاركون عن دور الاستماع للإذاعات المصرية في تنمية التأثير الإيجابي لديهم ولدى الآخرين من خلال إدراك وفهم انفعالاته ومشاعره، بينما ربط البعض المهارات الاجتماعية بالثقة، هذا وقد ذهب آخرون إلى ربط المهارات الاجتماعية بالقائم بالاتصال في الإذاعات.

ويُتفق مع ما سبق كُلياً من: دراسة (19) Sheppard & Broughton (2020)، والتي ربطت بين الاستماع للموسيقى والمحددات الاجتماعية الرئيسة للصحة من منظور اجتماعي وثقافي من جهة، ودراسة (20) Krause, et al (2018)، والتي بينت أن الاستماع للموسيقى يؤثر على الحالة المزاجية والتكيف، والاحترام والقيمة، والتنشئة الاجتماعية، والإدراك، وتحقيق الذات، ودراسة (21) Dingle, et al (2012)، والتي أظهرت أن الأنشطة المدعومة كالأستماع للموسيقى عبر الإذاعات تُقدم فرصة لنشاط هادف وتُربط اجتماعي للأفراد، ودراسة (23) Creech, et al (2013)، والتي كشفت عن تعزيز الموسيقى للرفاهية الاجتماعية والعاطفية للأفراد، كوجود نظرة إيجابية للحياة، والاستقلالية والسيطرة، والعلاقات الاجتماعية الإيجابية، والكفاءة والشعور بالاعتراف.

وبناءً على ما سبق يُمكن استنتاج أن الشباب الذين يسمعون بانتظام إلى المحطات الإذاعية المصرية كانوا أكثر ارتباطاً بثقافتهم وهويتهم؛ مما أدى إلى شعورهم بالرفاهية

النفسية، كما أن التعرّض لوجهات النظر والآراء المختلفة عبر الإذاعات المصرية، قد أدى إلى تطوير مهارات التفكير العليا لديهم من جهة، ومن جهة أخرى يرى الباحث أن الاستماع إلى الإذاعات لفترات طويلة يُمكن أن يعود بالسلب على الشباب خاصة مسؤولياتهم الأكاديمية نتيجة التعرّض لكثير من المعلومات؛ لذا من الضروري الاتزان والاعتدال في ممارسات الاستماع للإذاعات بشكل خاص، ووسائل الإعلام الأخرى بشكل عام.

وفي سياق مُتّصل يُمكن ملاحظة العلاقة القوية بين تفضيلات الشباب سواء لإذاعات، أو برامج، أو مُذيعين وإدارة انفعالاتهم، حيث أفاد الشباب الذين يستمعون إلى برامج تُركز على أخبار إيجابية عن مستويات أعلى من الإدارة العاطفية والرفاهية العامة، بعكس أولئك الذين يواجهون صعوبة في إدارة انفعالاتهم بسبب استماعهم إلى محتوى سلبي أو مُثير للجدل. ويتضح من ذلك أن عادات الاستماع للإذاعات أثرت بشكل إيجابي على إدارة المشاعر من خلال توفير الشعور بالراحة والاسترخاء، وتخفيف التوتر، حيث يُساعد الاستماع على تحرر الشباب من الأنماط السلوكية والفكرية السلبية، واعتماد مواقف أكثر صحة تجاه الحياة؛ من خلال: حُسن اختيار المحتوى الإذاعي، والاستماع بانتباه، والتحليل والتقييم لما يُذاع عبر الأثير، والاستفادة والتطبيق مما يُذاع من إيجابيات.

وفي إطار تلك النتائج، يُمكن استخلاص عددٍ من التوصيات، وهي كالآتي:

- (١) لدى الإذاعات مسؤولية كبيرة في اختيار برامجها ومحتواها وقدميها، حيث من الضروري بذل كثير من الجهود لصناعة برامج تُساعد الجمهور على تنمية مهاراتهم في إدارة انفعالاتهم.
- (٢) ضرورة تركيز الإذاعات على صناعة برامج إذاعية مسؤولة عن تعزيز الإدارة العاطفية الإيجابية.
- (٣) يجب دمج موضوعات، مثل: الصحة العقلية، والرفاهية العاطفية، والتعلم الاجتماعي والعاطفي، وبناء العلاقات الإيجابية في البرامج الإذاعية المختلفة.
- (٤) ضرورة تبني القائمين بالاتصال لنبذة عاطفية تُشجع المُستمعين على تطوير عادات عاطفية وصحية.

كما تُقدم الدراسة مجموعة من البحوث المُقترحة، وذلك على النحو التالي:

- (١) دراسة دور المحتوى الإذاعي في تعزيز الصحة العقلية، أو الرفاهية العاطفية لدى فئات مُجتمعية مُختلفة.

- ٢) دراسة تأثيرات ممارسات الاستماع للإذاعات المصرية على جودة الحياة لدى فئات عمرية مختلفة ككبار السن.
- ٣) إجراء دراسة تحليلية لمضامين الإذاعات المصرية ودورها في إدارة الانفعالات لدى الجمهور.
- ٤) إجراء دراسة تتبعية تحليلية للكشف عن أثار الاستماع للراديو على الأفراد والمجتمع في فترات زمنية مختلفة.
- ٥) دراسة دور المؤسسات الإذاعية في تنمية الصحة النفسية لدى المستمعين.

مراجع الدراسة:

- 1) Bandura, A. (1986). The explanatory and predictive scope of self-efficacy theory. *Journal of social and clinical psychology*, 4(3), 359-373.
- ٢) يوسف محمد حسين. (٢٠٢٢). عادات الاستماع للراديو في عصر وسائل التواصل الاجتماعي من وجهة نظر الشباب الجامعي: دراسة ميدانية للمدة من ٢٠٢٢/٣/١٥ لغاية ٢٠٢٢/٦/١٥. *مجلة كلية الآداب، الجامعة المستنصرية*، (٩٩)، ٢٥٥-٢٧٧.
- ٣) تامر السيد طاهر جميل. (٢٠٢٢). عادات وأنماط استماع الجمهور المصري للإذاعات الحكومية والخاصة: دراسة مقارنة. *مجلة كلية الآداب، جامعة المنصورة*، ٧١(٧١)، بدون ترقيم.
- 4) Rodero, E. (2020). Radio: the medium that best copes in crises. Listening habits, consumption, and perception of radio listeners during the lockdown by the Covid-19//La radio: el medio que mejor se comporta en las crisis. Hábitos de escucha, consumo y percepción de los oyentes de radio durante el confinamiento por el Covid-19. *Profesional de la información*, 29(3).
- 5) Ticar, J. M. P. (2019). Radio listening habits among public high school students in rural and urban areas and their attitude toward the programs (*Unpublished special paper*). Central Philippine University, Jaro, Iloilo City.
- 6) Avengoza-Almadrones, R. J. (2016). Radio listening practices of the Bihug of Tuaca, Basud, Camarines Norte, Philippines. *Asia Pacific Journal of Multidisciplinary Research*, 4(4).
- 7) Ajaegbu, O. O., Akintayo, B. J., & Akinjiyan, M. M. (2015). Radio listening habits among university students and their attitude towards programmes (A study of Redeemers University students). *Research on Humanities and Social Sciences*, 5(12), 149-162.
- 8) Krause, A. E. (2020). The role and impact of radio listening practices in older adults' everyday lives. *Frontiers in Psychology*, 11, 603446.
- ٩) ولاء إبراهيم عقاد. (٢٠٢١). اعتماد الشباب الجامعي على الإذاعات الرقمية وعلاقته بإدراك القيم الاجتماعية. *مجلة البحوث الإعلامية*، ٥٨(٣)، ١١١٩-١١٨٠.
- ١٠) رانيا الشحات محمود. (٢٠٢٢). تفاعلية الأطفال في إنتاج قصصهم بإذاعة البرنامج الثقافي المصري وعلاقتها بتنمية الإبداع لديهم. *رسالة ماجستير غير منشورة*، جامعة عين شمس، كلية الدراسات العليا للطفولة، قسم الإعلام وثقافة الأطفال.
- ١١) غادة عاطف حمودة. (٢٠٢١). العلاقة بين الاعتماد على إذاعة القرآن الكريم والمعرفة الدينية. *رسالة ماجستير غير منشورة*، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، قسم الإذاعة.
- ١٢) لمياء محسن. (٢٠١٨). اتجاهات الشباب الجامعي نحو الإذاعات المصرية التقليدية. *المجلة العلمية لبحوث الإذاعة والتلفزيون*، ٢٠١٨(١٥)، ٣٢٩-٢٩١.

- ١٣) مجيب الشيمري (٢٠١٨). اتجاهات الجمهور اليمني نحو الإذاعات المحلية الخاصة: دراسة ميدانية على محطات FM. *مجلة الدراسات الاجتماعية*، ٢٤(١)، ٨٦-٥٥.
- ١٤) سامية موسى إبراهيم، وأسماء فتحي، وعمرو محمد. (٢٠١٨). اعتماد المراهقين المصريين على إذاعات الإنترنت الشبابية وعلاقته بتدعيم حقهم في الاتصال. *مجلة دراسات الطفولة*، ٢١(٨١)، ١٥-٢٤.
- 15) Ignatiew, N. (2017). Music radio station from the "on air" to the online: Identifying media logics in the content and formats of radio FIP on its digital platforms, *MA Thesis*. Uppsala University, Disciplinary Domain of Humanities and Social Sciences, Faculty of Social Sciences, Department of Informatics and Media.
- 16) Lissitsa, S., & Laor, T. (2021). Baby Boomers, Generation X and Generation Y: Identifying generational differences in effects of personality traits in on-demand radio use. *Technology in society*, 64, 101526.
- 17) Laor, T. (2022). Radio on demand: New habits of consuming radio content. *Global media and communication*, 18(1), 25-48.
- 18) Mohamed, S., Wok, S., Lahabou, M. (2018). Technological Development and its Impact on Student Reception of a Campus Radio. *Journal of Education and Learning*, Canadian Center of Science and education, 7(1), 103-115.
- 19) Sheppard, A., & Broughton, M. C. (2020). Promoting wellbeing and health through active participation in music and dance: a systematic review. *International journal of qualitative studies on health and well-being*, 15(1), 1732526.
- 20) Krause, A. E., Davidson, J. W., & North, A. C. (2018). Musical activity and well-being: A new quantitative measurement instrument. *Music Perception: An Interdisciplinary Journal*, 35(4), 454-474.
- 21) Dingle, G. A., Brander, C., Ballantyne, J., & Baker, F. A. (2013). 'To be heard': the social and mental health benefits of choir singing for disadvantaged adults. *Psychology of Music*, 41(4), 405-421.
- 22) Schäfer, T., Sedlmeier, P., Städtler, C., & Huron, D. (2013). The psychological functions of music listening. *Frontiers in psychology*, 4, 511.
- 23) Creech, A., Hallam, S., Varvarigou, M., McQueen, H., & Gaunt, H. (2013). Active music making: A route to enhanced subjective well-being among older people. *Perspectives in Public health*, 133(1), 36-43.
- 24) Hugelius, K., Adams, M., & Romo-Murphy, E. (2019). The power of radio to promote health and resilience in natural disasters: a review. *International journal of environmental research and public health*, 16(14), 2526.

- 25) Garrido, S., Schubert, E., & Bangert, D. (2016). Musical prescriptions for mood improvement: An experimental study. *The Arts in Psychotherapy, 51*, 46-53.
- 26) Jacob, C., Guptill, C., & Sumsion, T. (2009). Motivation for continuing involvement in a leisure-based choir: The lived experiences of university choir members. *Journal of Occupational Science, 16*(3), 187-193.
- 27) Hays, T. (2005). Well-being in later life through music. *Australasian Journal on Ageing, 24*(1), 28-32.
- 28) Hays, T., & Minichiello, V. (2005). The meaning of music in the lives of older people: A qualitative study. *Psychology of music, 33*(4), 437-451.
- 29) Given, J. (2003). *Tuning off the Television: Broadcasting's Uncertain Future*, 1st ED, Australia, Sudney, UNSW Press Book.
- ٣٠) حسن عماد مكاي، عادل عبد الغفار. (٢٠٠٨). *الإذاعة في القرن الحادي والعشرين*، ط١، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، مصر.
- 31) Katz, E., & Lazarsfeld, P. F. (1955). *Personal Influence*, New York: The Free Press.
- 32) Konijn, E. A., & ten Holt, J. M. (2015). From noise to nucleus: Emotion as key construct in processing media messages. In K. Döveling, C. von Scheve, & E. A. Konijn (Eds.), *The Routledge handbook of emotions and mass media* (pp. 37-59). Routledge/Taylor & Francis Group.
- 33) Knobloch-Westerwick, S., & Alter, S. (2006). Mood adjustment to social situations through mass media use: How men ruminate and women dissipate angry moods. *Human Communication Research, 32*(1), 58-73.
- 34) Zillmann, D. (1983). Transfer of excitation in emotional behavior. *Social psychophysiology: A sourcebook*, 215-240.
- ٣٥) سعيد محمد الكلوت. (٢٠٢٢). إدارة الانفعالات لدى زوجات شهداء حرب ٢٠١٤ في قطاع غزة. *مجلة جامعة الإسراء للعلوم الإنسانية*، (١٣)، ٣٣٥-٣٤٩.
- ٣٦) إيمان نجدي عيد مراد، وهمان همام السيد فراج، وفاء محمد عبد الجواد خليل. (٢٠٢١). *العوامل المسهمة في إدارة الانفعالات لدى طلاب المرحلة الإعدادية في ضوء بعض المتغيرات الديموجرافية. دراسات تربوية واجتماعية*، جامعة حلوان، ٢٧(١١)، ٢٥٥-٢٧٧.
- 37) Brualdi Timmins, A. C. (1996). Multiple intelligences: Gardner's theory. *Practical Assessment, Research, and Evaluation, 5*(1), 10.
- ٣٨) فاطمة زياد عيسى النوافلة. (٢٠٢٠). إدارة الانفعالات وعلاقتها بالكفاءة الذاتية المدركة لدى طلبة جامعة مؤتة. *رسالة ماجستير غير منشورة*، جامعة مؤتة، كلية الدراسات العليا، الأردن.

- 39) Goleman, D. (1995). *Emotional Intelligence: Why It Can Matter or Than Io*, New York, Bantam.
- 40) Goleman, D. (1996). Emotional intelligence. Why it can matter more than IQ. *Learning*, 24(6), 49-50.
- ٤١) عبد العال حامد عجوة. (٢٠٠٣). قائمة بالار أون للذكاء الوجداني: كراسة الأسئلة والتعليقات، المكتبة المصرية، الإسكندرية، مصر.
- 42) Salovey, P., & Mayer, J. D. (1990). Emotional intelligence. *Imagination, cognition and personality*, 9(3), 185-211.
- 43) Weisinger, H. (1998). *Emotional intelligence at work: The untapped edge for success* (Doctoral dissertation, Univerza v Mariboru, Ekonomsko-poslovna fakulteta).
- 44) Bar-On, R. (2000). Emotional and social intelligence: Insights from the Emotional Quotient Inventory. In R. Bar-On & J. D. A. Parker (Eds.), *The handbook of emotional intelligence: Theory, development, assessment, and application at home, school, and in the workplace* (pp. 363–388). Jossey-Bass/Wiley.
- 45) Mayer, J. D., Salovey, P., & Caruso, D. R. (2008). Emotional intelligence: New ability or eclectic traits?. *American psychologist*, 63(6), 503.
- 46) Boyatzis, R. E., Goleman, D., & Rhee, K. (2000). Clustering competence in emotional intelligence: Insights from the Emotional Competence Inventory (ECI). *Handbook of emotional intelligence*, 99(6), 343-362.
- 47) Mayer, J. D., CARUSO, D. R., & SALOVEY, P. (1997). *Emotional Intelligence Meets*. 1997.
- ٤٨) فاروق السيد عثمان. (٢٠٠١). القلق وإدارة الضغوط النفسية، ط١، دار الفكر العربي، القاهرة، مصر.
- ٤٩) إيمان عباس الخفاف. (٢٠١٣). الذكاء الانفعالي: تعلم كيف تفكر انفعاليًا، دار المناهج، عمان، الأردن.
- 50) Severin, W. J., & Tankard, J. W. (1997). *Communication theories: Origins, methods, and uses in the mass media* (pp. 300-310). New York: Longman.
- 51) Haridakis, P. M., & Whitmore, E. H. (2006). Understanding electronic media audiences: The pioneering research of Alan M. Rubin. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 50(4), 766-774.
- 52) Hatch, J. A. (2002). *Doing qualitative research in education settings*. Suny Press.

- 53) Lincoln, Y. S., & Guba, E. G. (2013). *The constructivist credo*. Left Coast Press.
- 54) Braun, V., & Clarke, V. (2006). Using thematic analysis in psychology. *Qualitative research in psychology*, 3(2), 77-101.
- 55) Leavy, P. (Ed.). (2014). *The Oxford handbook of qualitative research*. Oxford University Press, USA.
- 56) Merriam, S. B., & Tisdell, E. J. (2015). *Qualitative research: A guide to design and implementation*. John Wiley & Sons.
- 57) Yin, R. K. (2015). *Qualitative research from start to finish*. Guilford publications.
- 58) Creswell, J. W., & Poth, C. N. (2018). *Qualitative inquiry and research design: Choosing among five approaches*. 4th edition. London, UK: SAGE Publications Ltd.
- 59) Fossey, E., Harvey, C., McDermott, F., & Davidson, L. (2002). Understanding and evaluating qualitative research. *Australian & New Zealand journal of psychiatry*, 36(6), 717-732.
- 60) Castillo-Montoya, M. (2016). Preparing for interview research: The interview protocol refinement framework. *The qualitative report*, 21(5), 811-831.
- 61) Guba, E. G. (1981). Criteria for assessing the trustworthiness of naturalistic inquiries. *Ectj*, 29(2), 75-91.
- 62) Shenton, A. K. (2004). Strategies for ensuring trustworthiness in qualitative research projects. *Education for information*, 22(2), 63-75.
- 63) Subedi, D. (2016). Explanatory sequential mixed method design as the third research community of knowledge claim. *American Journal of Educational Research*, 4(7), 570-577.
- ٦٤) محمد بن عبدالله بن عطية الزهراني. (٢٠٢٠). معايير تقييم جودة البحوث النوعية في العلوم الإنسانية. *المجلة الدولية للدراسات التربوية والنفسية*. ٨(٣)، ٦٠٥-٦٢٢.
- ٦٥) هبة خالد العدساني، وأحلام محمد العبد اللطيف. (٢٠٢٢). العوامل المؤثرة على الاستخدام الأكاديمي لأعضاء هيئة التدريس لمواقع التواصل الاجتماعي: منهج نوعي. *المجلة العلمية لجامعة الملك فيصل: العلوم الإنسانية والإدارية*. ٢٣(١)، ٤٩-٥٨.
- 66) Gray, D. E. (2014). *Doing research in the real world*. 3th edition, London, UK: Sage.
- 67) Lincoln, Y. S., & Guba, E. G. (1985). *Naturalistic inquiry*. sage.

- 68) Patton, M. Q. (2014). *Qualitative research & evaluation methods: Integrating theory and practice*. 4th edition, SAGE Publications Ltd.
- 69) Gray, D. E. (2022). *Doing research in the real world*. 5th edition, SAGE Publications Ltd.
- 70) Braun, V., & Clarke, V. (2021). One size fits all? What counts as quality practice in (reflexive) thematic analysis?. *Qualitative research in psychology*, 18(3), 328-352.
- 71) Saldaña, M. R. (2016). Pruebas de bondad de ajuste a una distribución normal. *Revista Enfermería del trabajo*, 6(3), 114.
- 72) Vaismoradi, M., Turunen, H., & Bondas, T. (2013). Content analysis and thematic analysis: Implications for conducting a qualitative descriptive study. *Nursing & health sciences*, 15(3), 398-405.
- ٧٣) محمد علي - الخرطوم - سكاي نيوز عربية - 2 1 نوفمبر ٢٠٢٢ - ٤٦:٢١ بتوقيت أبوظبي، صمد في وجه الزمن.. ما سر "هيمنة الراديو" في ريف السودان؟، <https://rb.gy/wqke52>
- 74) Maye, L., Robinson, S., Pantidi, N., Ganea, L., Ganea, O., Linehan, C., & McCarthy, J. (2020, April). Considerations for implementing technology to support community radio in rural communities. In *Proceedings of the 2020 CHI Conference on Human Factors in Computing Systems*, 1-13.
- ٧٥) سالي أحمد حسن جاد. (٢٠١٥). دوافع استخدام الجمهور المصري لمحطات الراديو عبر شبكة الإنترنت والشباعات المُتحققة. *المجلة العلمية لبحوث الإذاعة والتلفزيون*، ٢٠١٥ (٤)، ٤٣٩-٤٥٧.
- 76) José, G., Anguiano. (2018). Soundscapes of Labor and Belonging: Mexican Custodians' Radio Listening Practices at a Southern California University. *Journal of Popular Music Studies*, 30:127-154. doi: 10.1525/JPMS.2018.000001.