

13 شباط

اليوم العالمي للإذاعة

#انتم\_الإذاعة



# إستقصاء إلكتروني حول الشباب والإذاعة في فلسطين

## تقرير النتائج

# إستقصاء إلكتروني حول الشباب والإذاعة في فلسطين - تقرير النتائج<sup>(1)</sup>

## اليوم العالمي للإذاعة للعام 2017 «أنتم الإذاعة!»

### المقدّمة

تحتفل منظّمة الأمم المتحدة للتربية والعلم والثقافة (اليونسكو) في 13 شباط/فبراير من كل عام باليوم العالمي للإذاعة بهدف تسليط الضوء على التأثير الإيجابي الذي تتركه الإذاعة في حياة ملايين الأشخاص. وتبقى الإذاعة وسيلة الاعلام التي تصل إلى أكبر عددٍ من الأشخاص حول العالم في أسرع وقتٍ ممكن. «أنتم الإذاعة!»<sup>(2)</sup> هو الموضوع المعتمد دولياً لليوم العالمي للإذاعة للعام 2017. ومن خلال الفعاليات، تسعى اليونسكو إلى التركيز على تفاعل الجمهور ومشاركته والحرص على أن تكون أصوات الجميع مسموعة. احتفل مكتب اليونسكو في رام الله - عبر مشروع شبكات الشباب المتوسطي (NET-MED Youth) الممول من الاتحاد الأوروبي- باليوم العالمي للإذاعة للعام 2017 من خلال إطلاق مبادرة ترمي إلى تعزيز مشاركة الشبان والشابات في النشاط الإذاعي وتفاعلهم مع المحطات الإذاعية. وعلى وجه التحديد، تقوم هذه المبادرة على إجراء استقصاء عبر الإنترنت تحت عنوان «أنتم الإذاعة» نُفذت بالشراكة مع إذاعة 24FM. وفي هذا السياق، صُمم استقصاء إلكتروني وبرنامج مقابلات مع الجمهور (vox pop) يتوخيان الوقوف على تمثيل الشباب في المحطات الإذاعية الفلسطينية. وفي اليوم العالمي للإذاعة، بثت إذاعة 24FM برنامجاً مباشراً مدته ساعة واحدة استضيف فيه أربعة أعضاء من مشروع شبكات الشباب المتوسطي في فلسطين، وممثل عن نقابة الصحفيين الفلسطينيين، ونائب وزير الإعلام. وتضمّن البرنامج عرضاً لنتائج الاستقصاء، كما تخلّله نقاش حول سبل تحسين استخدام الشباب للإذاعة كوسيلة لمناصرة قضاياهم. وفي موازاة ذلك، لجأ أعضاء مشروع شبكات الشباب المتوسطي إلى الموقع الإلكتروني الخاص بالمشروع<sup>(3)</sup> وصفحته على فيسبوك<sup>(4)</sup> من أجل التعبير عن تجاربهم الشخصية في ما يتعلّق بدور الإذاعة.

### الخاتمة

أوعز مكتب اليونسكو في رام الله بإجراء الاستقصاء الإلكتروني بغية التوصل إلى غاية مزدوجة تتمثل في فهم مستوى تمثيل الشباب والتعبير عن اهتماماتهم في المحطات الإذاعية في فلسطين؛ وما يريده الشباب من الإذاعة، ومدى إشراكهم في البرامج الإذاعية التي تُبث حالياً في فلسطين.

### النطاق والمنهجية

أُجري الاستقصاء في فلسطين (الضفة الغربية وقطاع غزة) وامتدّ على فترة 12 يوماً من 1 إلى 12 شباط/فبراير 2017. وُجّهت استمارات الاستقصاء عبر الإنترنت (بواسطة Google Drive) إلى ما مجموعه 508 مشاركين في الإستقصاء؛ وتمحورت حول تغطية القضايا الشبابية في المحطات الإذاعية الفلسطينية سعياً إلى تسليط الضوء على المسائل التالية:

- إلى أي مدى تعكس المحطات الإذاعية المحليّة وجهات نظر الشباب واهتماماتهم؟
- بأيّ وتيرة يتابع الشبان والشابات البرامج الإذاعية؟
- ما نوع البرامج الإذاعية التي تجذب الشباب؟
- ما نوع البرامج التي تفتقر إليها المحطات الإذاعية الفلسطينية والتي يمكن أن تعزّز قدرة هذه المحطات على جذب المستمعين الشباب؟

(1) صدر هذا الاستقصاء بدعم من الاتحاد الأوروبي. ويتحمل مؤلفوه وحدهم كامل المسؤولية عن محتواه الذي لا يعكس بأيّ شكلٍ من الأشكال وجهات نظر الاتحاد الأوروبي. وليس في التسميات المستخدمة في تقرير النتائج هذا بمختلف أقسامه ولا في طريقة عرض مواده ما يعبر ضمناً عن أي رأي كان من جانب اليونسكو في ما يتعلّق بالوضع القانوني لأيّ بلدٍ أو إقليمٍ أو مدينةٍ أو منطقةٍ أو لسلطاتها، أو في ما يتعلّق بتعيين حدودها أو تخومها. إنّ الأفكار والآراء والتحليلات والتوصيات الواردة في هذا التقرير هي خاصّة بمؤلفيه، ولا تعبر بالضرورة عن وجهات نظر اليونسكو ولا تلقي على عاتق المنظمة أيّ التزام. (٢)

(2) <http://www.diamundialradio.org/home>

(3) <http://www.netmedyouth.org/ar>

(4) <https://www.facebook.com/netmedyouth/>

- هل يؤثر المحتوى الذي تبثه المحطات الإذاعية المحلية بأي شكلٍ من الأشكال في صنع السياسات والقرارات ذات الصلة بالشباب؟
- ما هو مستوى تمثيل الشبان والشابات في وسائل الإعلام الفلسطينية غير الإذاعية وإلى أي مدى تحظى قضاياهم بالتغطية من قبلها؟
- أي نوعٍ من وسائل الإعلام يمثل على أفضل وجه الشباب في فلسطين ويشكل أفضل مصدرٍ للمعلومات بشأن المواضيع التي تهمهم؟

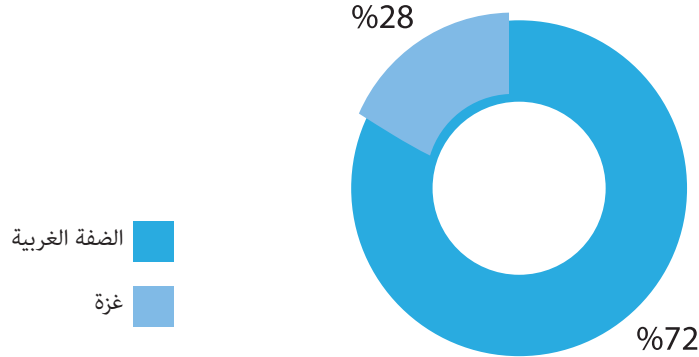
## ملخص النتائج

### الخصائص الديموغرافية

يفضل الجدول (1) أدناه أعداد المشاركين في الاستقصاء وتوزيعهم الجغرافي.

البيانات الديموغرافية	العدد	النسبة المئوية (%)
فلسطين، الضفة الغربية	364	71.7
فلسطين، قطاع غزة	144	28.3
المجموع	508	100

الجدول 1: التوزيع بحسب الموقع

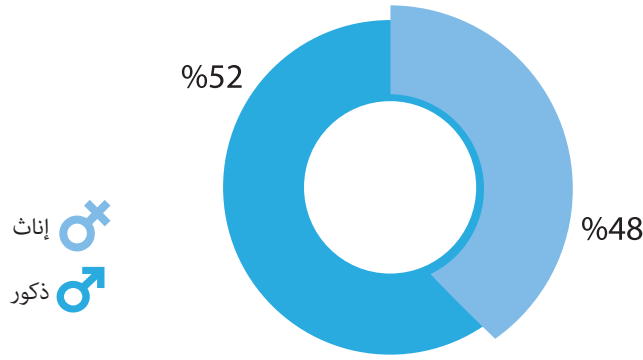


الرسم البياني 1: توزيع المشاركين في الاستقصاء بحسب الموقع

تألّفت المجموعة الاستقصائية الموحّدة من إناث (48.2%) وذكور (51.8%). وكما هو موضح في الجدول (2) أدناه، تراوحت أعمار غالبية المشاركين في الاستقصاء (أي ما نسبته 30.5% من العينة) بين 20 و 24 سنة. في المقابل، بلغت نسبة المشاركين في الاستقصاء الذين تراوحت أعمارهم بين 30 و 35 سنة 28.1% بالمقارنة مع 23.6% لمن تبلغ أعمارهم 25 إلى 29 سنة.

الجدول 2: توزيع المشاركين في الإستقصاء بحسب العمر والجنس

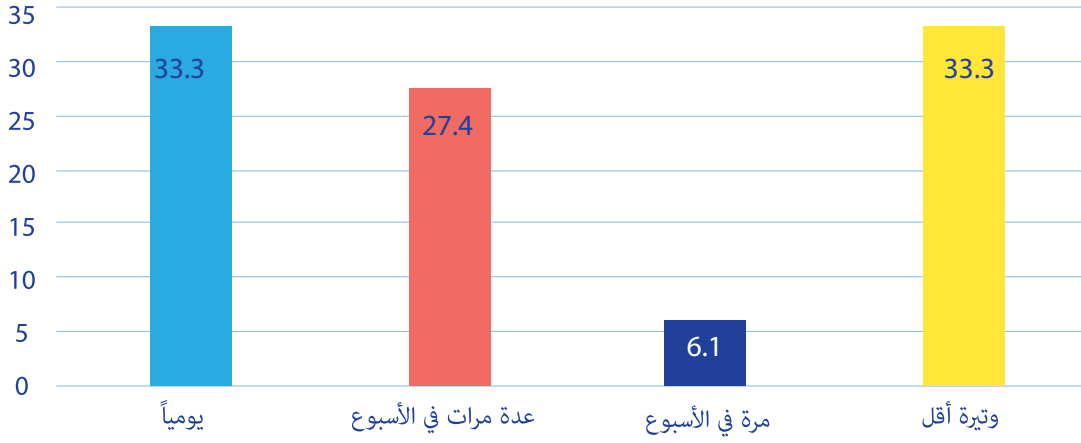
العمر	العدد	النسبة المئوية (%)	الجنس	العدد	النسبة المئوية (%)
19-15	25	%4.9	إناث	245	%48.2
24-20	155	%30.5	ذكور	263	%51.8
29-25	120	%23.6			
35-30	134	%28.1			
35 فأكثر	65	%12.8			
المجموع	508	%100		508	%100



الرسم البياني 2: توزيع المشاركين في الاستقصاء بحسب الجنس

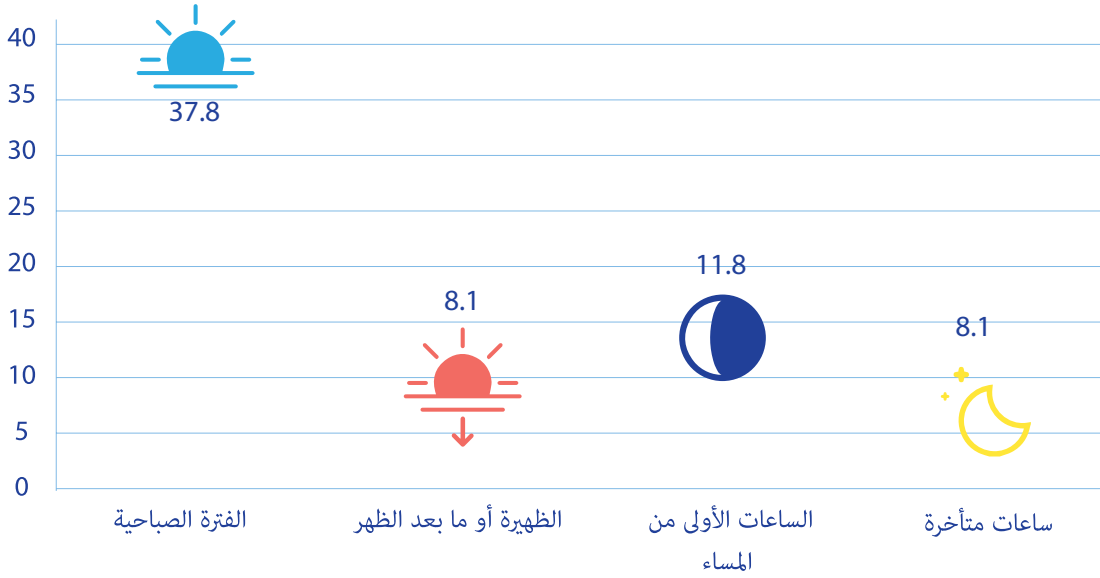
## عادات الاستماع إلى الإذاعة

في المتوسط، أفاد 33.3% من المشاركين في الاستقصاء بأنهم يستمعون إلى الإذاعة يوميًا. في موازاة ذلك، صرّح 33.3% من المشاركين في الاستقصاء أنهم يستمعون إلى المحطات الإذاعية بوتيرة أقل: 27.4% منهم يستمعون إلى الإذاعة عدّة مرات في الأسبوع مقابل 6.1% لا يستمعون إلى الإذاعة إلا مرة واحدة أسبوعيًا.



الرسم البياني 3: متوسط وتيرة الاستماع إلى الإذاعة بين المشاركين في الاستقصاء

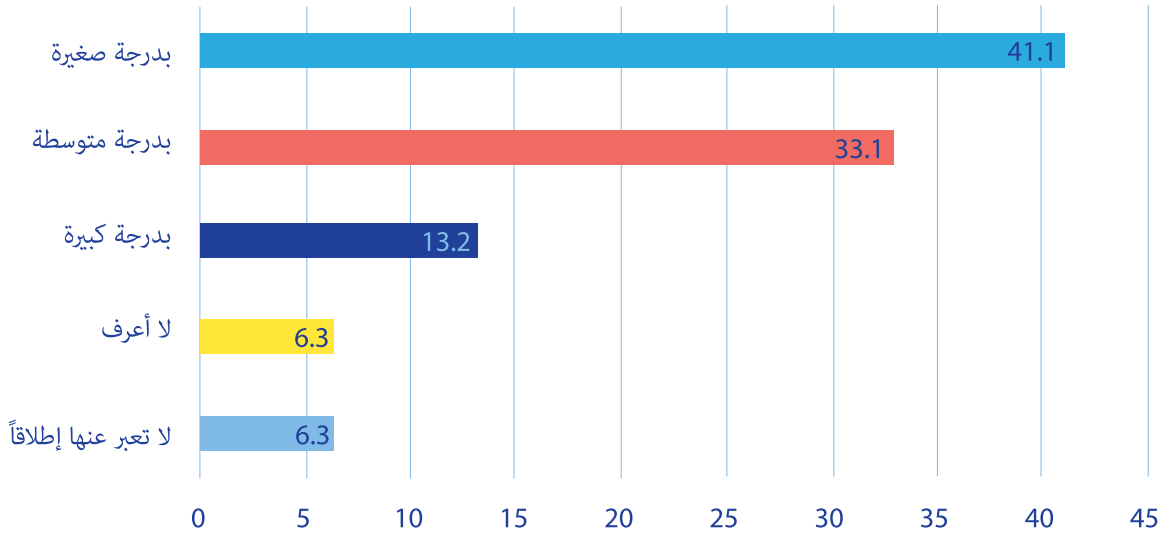
وفيما يتعلّق بالأوقات التي يستمع فيها المشاركون في الاستقصاء إلى الإذاعة خلال اليوم، أفاد 37.8% منهم بأنهم غالباً ما يتابعون البرامج الإذاعية في الفترة الصباحية، في حين أشار 11.8% منهم إلى أنهم يستمعون إلى الإذاعة في الساعات الأولى من المساء في غالب الأحيان بالمقارنة مع 8.1% لفترة الظهيرة أو ما بعد الظهر و6.3% للساعات المتأخرة من المساء.



الرسم البياني 4: أوقات الاستماع إلى الإذاعة

## مستوى تمثيل وجهات نظر الشباب واهتماماتهم في البرامج الإذاعية

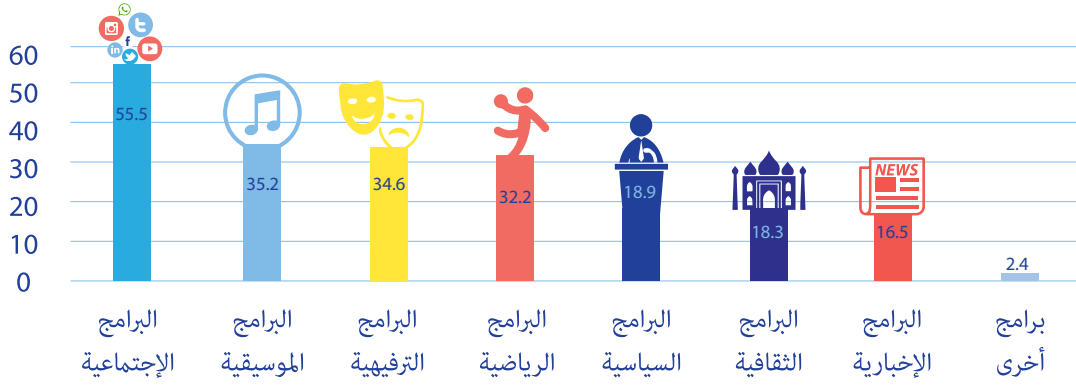
عندما سُئل المشاركون في الاستقصاء عن رأيهم بشأن مدى تعبير البرامج الإذاعية عن وجهات نظرهم واهتماماتهم، رأى 41.1% منهم أنّ هذه البرامج لا تعكس وجهات نظرهم إلا بدرجةٍ محدودة، فيما اعتبر 33.1% منهم أنّها تعبر عنها بدرجةٍ متوسطة بالمقارنة مع 13.2% من المشاركين في الإستقصاء وجدوا أنّها تعبر عن آراء الشباب وهمومهم بدرجة كبيرة. في المقابل، أفاد 6.3% من المشاركين في الإستقصاء بأنّ البرامج الإذاعية لا تعكس آراءهم واهتماماتهم على الإطلاق، في حين جاء ردّ 6.3% من المشاركين في الاستقصاء بأن لا معلومات لديهم في هذا الشأن.



الرسم البياني 5: مستوى التعبير عن وجهات نظر الشباب وإهتماماتهم في البرامج الإذاعية

## أنواع البرامج الإذاعية الجاذبة للشباب

رداً على السؤال المتعلق بالبرامج الجاذبة للشباب، رأى 55.5% من المشاركين في الاستقصاء أن الشباب والشابات ينجذبون إلى البرامج الاجتماعية، في حين اعتبر 35.2% منهم أن البرامج الموسيقية هي التي تجذب المستمعين الشباب. وعند الإجابة على السؤال نفسه، أشار 34.6% من المشاركين في الاستقصاء إلى البرامج الترفيهية بينما ذكر 32.3% منهم البرامج الرياضية، و18.9% البرامج السياسية مقابل 18.3% أشاروا إلى البرامج الثقافية. من جانبٍ آخر، كانت البرامج الإخبارية هي الجاذبة للشباب بحسب 16.5% من عينة المشاركين في الإستقصاء، بالمقارنة مع 2.4% لأنواعٍ أخرى من البرامج.



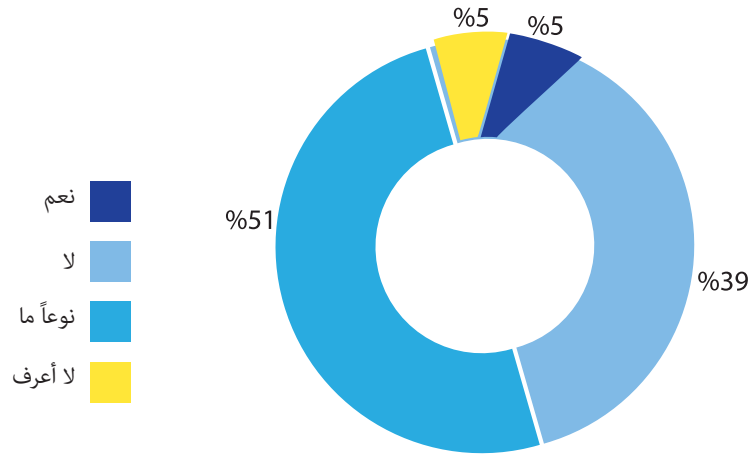
الرسم البياني 6: البرامج الإذاعية الجاذبة للشباب

## البرامج التي تفتقر إليها المحطات الإذاعية الفلسطينية والتي يمكن أن تجعلها أكثر جذباً للمستمعين الشباب

أدرج السؤال المتعلق بهذه البرامج في الاستقصاء من أجل الوقوف على وجهات نظر الشباب المعبر عنها بلسانهم بشأن ما يريدونه من الإذاعة. وقد شملت البرامج التي ذكرها المشاركون في الاستقصاء بوصفها غير متوفرة حالياً البرامج التثقيفية التي تنشر الوعي العام بشأن قضايا أساسية، والبرامج التي تركز على المحتوى العلمي، وتلك التي تيسر الحوار مع صنّاع القرار، فضلاً عن البرامج الدينية. علاوةً على البرامج آفة الذكر، أشار المشاركون في الاستقصاء أيضاً إلى البرامج التي تتناول مشاكل الشباب وقضاياهم، وتلك التي تعمل على تحفيزهم فيما يخص العمالة وإطلاق المبادرات، والبرامج التي تنطرق إلى مسائل مرتبطة بالتعليم التقني والمهني والتطوع والمشاريع الصغيرة. كما وردت في إجابات المشاركين في الاستقصاء البرامج التي تنطوي على تفاعل مع الجمهور وتلك التي تشجّع على المطالعة وتعالج مواضيع متعلقة بصحة الشباب، بالإضافة إلى البرامج التاريخية.

## أثر المحتوى الذي تبثه المحطات الإذاعية المحليّة

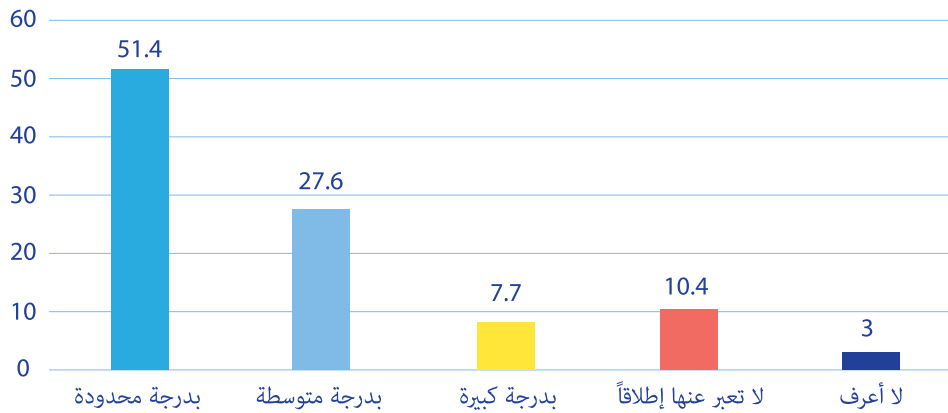
يعتقد 51.4% من المشاركين في الاستقصاء أنّ ما تبثه المحطات الإذاعية المحليّة من محتوى يؤثّر بشكلٍ أو بآخر في صنع السياسات والقرارات المرتبطة بطريقةٍ ما بالشباب في حين يرى 39% عكس ذلك. في المقابل، أفاد 5.1% من المشاركين في الاستقصاء بأنّ المحتوى الصادر عن المحطات الإذاعية المحليّة يؤثّر في صنع السياسات والقرارات ذات الصلة بالشباب. وأشار المنتمون إلى هذه المجموعة من المشاركين في الاستقصاء إلى أنّ البرامج الإذاعية المحليّة تؤثر بصورةٍ فعّالة في المسائل المتّصلة بإضرابات المعلّمين، ومشاكل النقل، والأخطاء الطبية، وأزمة الكهرباء، والبطالة بين الشباب، والمطالبة بحقوق الشباب. من جانبٍ آخر، عبّر 4.5% من المشاركين عن عدم معرفتهم ما إذا كان المحتوى الإذاعي المحليّ يترك أثراً أو لا في صنع السياسات والقرارات ذات الصلة بالشباب.



الرسم البياني 7: أثر المحتوى الذي تبثه المحطات الإذاعية المحليّة في صنع السياسات والقرارات ذات الصلة بالشباب

## التعبير عن اهتمامات الشبان والشابات في وسائل الإعلام الفلسطينية غير الإذاعية

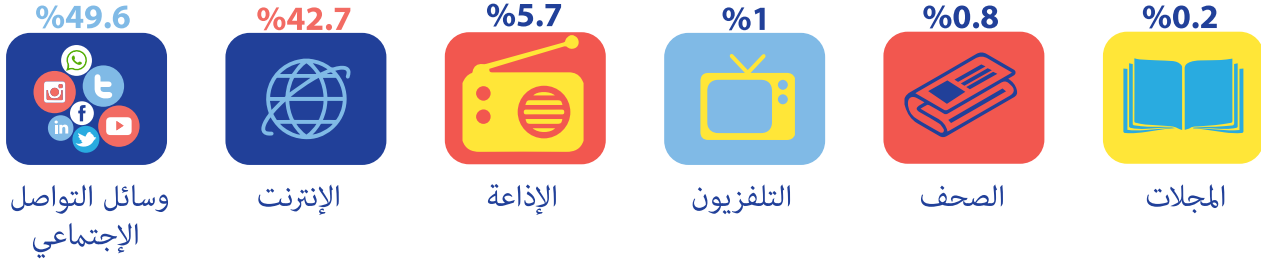
رأى 51.4% من المشاركين في الاستقصاء أنّ اهتمامات الشباب لا تحظى بالتغطية في وسائل الإعلام الفلسطينية غير الإذاعية إلا بدرجةٍ محدودة، في حين صرّح 27.6% من المشاركين في الاستقصاء أنّها مغطّاة بدرجةٍ متوسطةٍ مقابل 10.4% أفادوا بأنّ وسائل الإعلام الفلسطينية غير الإذاعية لا تعبّر عن هموم الشباب ولا تغطيها إطلاقاً. أمّا نسبة المشاركين في الاستقصاء الذي اعتبروا أنّ وسائل الإعلام أنفة الذكر تعكس اهتمامات الشباب بدرجةٍ كبيرة، فبلغت 7.7% بالمقارنة مع 3% ليست لديهم معرفة بهذا الشأن.



الرسم البياني 8: التعبير عن اهتمامات الشباب في وسائل الإعلام غير الإذاعية

## أنواع وسائل الإعلام التي تمثل الشباب أفضل تمثيل في فلسطين وتشكّل أفضل مصدر للمعلومات حول المسائل التي تعنيهم

أفاد 49.6% من المشاركين في الاستقصاء بأن وسائل التواصل الاجتماعي هي الأفضل تمثيلاً للشباب في فلسطين وأفضل مصدر للمعلومات حول المسائل التي تهمهم، في حين انطبق هذا الوصف على الإنترنت بالنسبة لـ 42.7% من المشاركين والإذاعة بالنسبة لـ 5.7% منهم، مقابل 1% للتلفزيون و0.8% للصحف و0.2% للمجلات.



الرسم البياني 9: وسائل الإعلام الأفضل تمثيلاً للشباب/ التي تشكّل أفضل مصدر للمعلومات بالنسبة لهم

### ملاحظات أخرى

تضمن الاستقصاء في نهايته مساحةً يمكن للمجيب أن يعبر فيها بصراحة عن أيّ تعليقاتٍ إضافية بشأن المواضيع المطروحة. وبرز في هذا القسم الاقتراحان الآتيان: (1) التركيز على البرامج الإذاعية التي تتناول القضايا التي تعني الأشخاص ذوي الاعاقة؛ (2) وتنظيم برامج تدريبية مهنية للعاملين في المحطات الإذاعية المحليّة، ولا سيّما مقدّمي البرامج.

### الخلاصة

يتضح من نتائج الاستقصاء أنّ الإذاعة تطلّ إحدى وسائل الإعلام التي ما زال الناس يتابعونها ويتفاعلون معها، وإن كان المحتوى بحاجة على ما يبدو إلى تحسينات ملحوظة بحيث يشعر الشباب بأنّ الإذاعة تمثّلهم على نحو أفضل. وقد رأى العاملون في المحطات الإذاعية المشاركون في الاستقصاء أنّ هذه النتائج تحثهم على الخروج عن الأنواع التقليدية من البرامج الإذاعية بهدف معالجة قضايا الشباب المعاصرة بصورة أفضل وإشراك صنّاع القرار في ذلك. يستمع الناس إلى الإذاعة بسهولة تامّة عبر الهاتف المحمول، أو في المنزل، أو في الشارع، أو في سيارة الأجرة؛ الإذاعة وسيلة إعلام واسعة الانتشار تصل إلى الأمي والمتعلّم، والفقير والميسور، وجميع فئات المجتمع على السواء. وعليه، تطلّع الإذاعة بدور مهمّ في دعم وتشجيع الحوار بين صنّاع القرار والشباب والفاعلين الآخرين مباشرةً على الهواء. وهي تساهم بالتالي، بطريقة عملية، في إيجاد حلول للمشاكل التي يعاني منها المجتمع. كما تستطيع الإذاعة تسهيل المحاسبة وتعزيز الشفافية على نحو فوري ومباشر، فضلاً عن أنّها تمثّل منبراً يتيح للجميع إسماع صوته على الملأ.



مكتب اليونسكو في رام الله

35، شارع الكلية الأهلية

ص.ب 2154

رام الله- فلسطين

هاتف: +972-2-2959740

فاكس: +972-22959741

Email: [Ramallah@unesco.org](mailto:Ramallah@unesco.org)

Website: [www.unesco.org/Ramallah](http://www.unesco.org/Ramallah)

Facebook: [www.facebook.com/unesco.ramallah/](http://www.facebook.com/unesco.ramallah/)