

دوافع استخدام الجمهور المصري لمحطات الراديو عبر شبكة الإنترنت والإشاعات المتحققة

إعداد/ د. سالى أحمد محمد حسن جاد*

إشراف/ أ.د. وليد فتح الله بركات**

أولاً: مشكلة الدراسة:

يعتمد كثير من الأفراد على شبكة الإنترنت في تقديم خدمات متعددة تسعى إلى إشباع الحاجات المختلفة للجمهور وذلك من خلال العديد من الوسائل الإعلامية الجديدة، مثل محطات الراديو التى تبث إرسالها عبر شبكة الإنترنت، وذلك بما تتميز به من حرية الرأى والتعبير دون وجود رقابة أو قيود ومدى توافق ذلك مع إشباع العديد من الحاجات لدى مستخدميها خاصة مع الإنتشار الواسع للمحطات الإذاعية التى تبث إرسالها عبر شبكة الإنترنت، وفى ظل المنافسة مع الخدمات الإعلامية الأخرى سواء الإنترنت أو الخدمات الإعلامية التقليدية، فإن هذه المنافسة تفرض على محطات راديو الإنترنت تقديم خدمات إعلامية متميزة مستفيدة من الإمكانيات المتاحة عبر شبكة الويب لجذب أكبر عدد ممكن من المستخدمين لهذه المحطات الإذاعية، ومن هنا تبرز أهمية دور القائم بالاتصال في هذه المحطات.

وبناء على ذلك فإنه يمكن تحديد مشكلة البحث فى: دراسة ظاهرة راديو الإنترنت في مصر، وذلك من خلال دراسة دوافع استخدام الجمهور المصرى

* مدرس مساعد بقسم الإذاعة والتلفزيون
** أستاذ بقسم الإذاعة والتلفزيون - كلية الإعلام - جامعة القاهرة - ووكيل الكلية لشئون التعليم والطلاب

محطات راديو الإنترنت والإشباع المتحققة، إضافة إلى دراسة القائم بالاتصال في هذه المحطات من حيث الخصائص الشخصية وأسباب ودوافع الإلتحاق بالعمل في راديو الإنترنت والتعرف على رؤية القائم بالاتصال في هذه المحطات.

ثانياً: أهمية الدراسة:

يمكن تحديد أهمية الدراسة في الآتي:

- 1- قلة الدراسات الأجنبية والعربية خاصة في مصر التي تناولت محطات الراديو على شبكة الإنترنت، وبالتالي هناك حاجة لرصد تجربة راديو الإنترنت في مصر بهدف تقييمها في مصر للوقوف على إيجابيات وسلبيات راديو الإنترنت.
- 2- التطور التكنولوجي المستمر لشبكة الإنترنت وإذاعات راديو الإنترنت، مما يزيد من سهولة إنشاء وتأسيس هذه المحطات بدون أى تكلفة مادية، وسهولة وصول هذه المحطات إلى الجمهور بفئاته المختلفة.
- 3- أهمية رصد ودراسة عدد من المتغيرات الهامة التي تلعب دوراً في اختلاف الأفراد في معدل استخدامهم لراديو الإنترنت، حيث تظهر الحاجة إلى التعرف على طبيعة مستخدمى راديو الإنترنت بمصر، وذلك بهدف تحديد كيفية مخاطبتهم وفقاً لاحتياجاتهم واهتماماتهم.
- 4- أهمية دراسة راديو الإنترنت كوسيلة إعلامية جديدة للتعرف على طبيعة تعامل الجمهور مع هذه الوسيلة الجديدة واتجاهاتهم نحوها، مما يساعد في نشر الوعي في التعامل مع محطات راديو الإنترنت.
- 5- قلة الدراسات التي تناولت على وجه التحديد دوافع استخدام الجمهور لمحطات راديو الإنترنت والإشباع المتحققة لهم.

6- قلة الدراسات التي تناولت القائمين بالاتصال في الإذاعات التي تبث عبر شبكة الإنترنت.

ثالثاً: أهداف الدراسة:

- 1- التعرف على دوافع استخدام الجمهور المصري لمحطات راديو الإنترنت.
- 2- التعرف على الإشباع المتحققة من خلال تعرف الجمهور المصري لمحطات الراديو عبر شبكة الإنترنت.
- 3- التعرف على أثر الخصائص الديموغرافية للجمهور المصري على استخدامهم لراديو الإنترنت.
- 4- التعرف على مدى رضا الجمهور المصري عن الخدمات التي تقدمها محطات الراديو عبر الإنترنت.
- 5- التعرف على مدى تواصل الجمهور المصري مع راديو الإنترنت وأشكال هذا التواصل.
- 6- التعرف على مدى ثقة الجمهور المصري بالمضمون المقدم من خلال محطات راديو الإنترنت.
- 7- التعرف على كيفية استخدام الجمهور العام لراديو الإنترنت.
- 8- التعرف على دور القائم بالاتصال في محطات راديو الإنترنت.
- 9- التعرف على مدى رضا القائمين بالاتصال في محطات راديو الإنترنت عن عملهم.
- 10- التعرف على كيفية إعداد وتأهيل القائمين بالاتصال في محطات الراديو عبر الإنترنت ورفع كفاءتهم وتنمية مهارتهم.

- 11- رصد الأدوار والمسئوليات المنوط بها القائم بالاتصال في محطات راديو الإنترنت.
- 12- إلقاء الضوء على الضغوط والمشكلات التي تواجه القائمين بالاتصال في محطات راديو الإنترنت.
- 13- التعرف على رؤية القائم بالاتصال بمحطات راديو الإنترنت لطبيعة البيئة الإعلامية التي يعملون بها.
- 14- التعرف على رؤية القائم بالاتصال إلى محطات الراديو الأرضية مقارنة بالمحطات التي يعملون بها.
- 15- التعرف على مزايا محطات راديو الإنترنت وعيوبها من وجهة نظر القائم بالاتصال.
- 16- التعرف على آراء القائمين بالاتصال في أهم الدوافع التي تدفع الجمهور إلى استخدام محطات راديو الإنترنت من وجهة نظرهم.
- 17- التعرف على آراء القائمين بالاتصال في أهم الإشباعات التي تحققها محطات راديو الإنترنت لمستخدميها من وجهة نظرهم.

خامساً: تساؤلات وفروض الدراسة:

أ - تساؤلات وفروض دراسة الجمهور:

1- تساؤلات الدراسة:

- ما معدل الإستماع لمحطات راديو الإنترنت أسبوعياً؟
- ما مدى الإهتمام بمحطات راديو الإنترنت؟

- ما الأنشطة التي يمارسها المستخدم أثناء الإستماع لمحطات راديو الإنترنت؟
- ما اللغة التي تتابع بها محطات راديو الإنترنت؟
- ما أفضل المحطات التي يتم الإستماع لها على شبكة الإنترنت؟
- كيف يتم اختيار محطات راديو الإنترنت التي يستمع إليها؟
- ما أكثر محطات راديو الإنترنت التي يتم الإستماع إليها عبر الإنترنت؟
- هل توجد فائدة من الإستماع لمحطات راديو الإنترنت؟
- ما درجة فائدة الإستماع إلى محطات راديو الإنترنت؟
- ما مدى مشاركة المستمع لمحطات راديو الإنترنت بالرأى أو الحوار من خلال موقع المحطة؟
- كيف تتم المشاركة لهذه المحطات؟
- ما مدى ثقة الجمهور في محطات راديو الإنترنت ودرجة هذه الثقة؟
- ما مزايا محطات راديو الإنترنت؟
- ما عيوب محطات راديو الإنترنت؟
- ما أكثر الموضوعات التي تحظى بإعجاب الجمهور في هذه المحطات؟
- ما دوافع استخدام الجمهور لمحطات راديو الإنترنت؟
- ما الإشباع المتحققة من استخدام محطات راديو الإنترنت؟
- ما مقترحات تطوير محطات راديو الإنترنت من حيث الشكل والمضمون؟

2- فروض الدراسة:

- 1- توجد فروق دالة إحصائياً بين المبحوثين عينة الدراسة في مجال الاستماع

- محطات راديو الإنترنت بحسب متغيرات النوع ومحل الإقامة والمستوى التعليمي والمستوى الاجتماعي الاقتصادي.
- 2- توجد فروق دالة إحصائياً بين المبحوثين عينة الدراسة في مدى الاهتمام بمحطات راديو الإنترنت بحسب متغيرات النوع ومحل الإقامة والمستوى التعليمي والمستوى الاجتماعي الاقتصادي .
- 3- توجد فروق دالة إحصائياً بين المبحوثين عينة الدراسة في ثقة محطات راديو الإنترنت المفضلة بحسب متغيرات النوع ومحل الإقامة والمستوى التعليمي والمستوى الاجتماعي الاقتصادي .
- 4- توجد فروق دالة إحصائياً بين المبحوثين عينة الدراسة في مدى المشاركة بالرأى بمحطات راديو الإنترنت بحسب متغيرات النوع ومحل الإقامة والمستوى التعليمي والمستوى الاجتماعي الاقتصادي .
- 5- توجد فروق دالة إحصائياً بين المبحوثين عينة الدراسة في مدى الاعتقاد بفائدة متابعة محطات راديو الإنترنت بحسب متغيرات النوع ومحل الإقامة والمستوى التعليمي والمستوى الاجتماعي الاقتصادي .
- 6- توجد فروق دالة إحصائياً بين المبحوثين عينة الدراسة في دوافع استخدام محطات راديو الإنترنت بحسب متغيرات النوع ومحل الإقامة والمستوى التعليمي والمستوى الاجتماعي الاقتصادي .
- 7- توجد فروق دالة إحصائياً بين المبحوثين عينة الدراسة في الإشباع المتحققة عن متابعة محطات راديو الإنترنت بحسب متغيرات النوع ومحل الإقامة والمستوى التعليمي والمستوى الاجتماعي الاقتصادي .
- 8- توجد علاقة ارتباط دالة إحصائياً بين دوافع استخدام المبحوثين لمحطات راديو الإنترنت ومعدل الاستماع له.

9- توجد علاقة ارتباط دالة إحصائياً بين الإشباع المتحققة عن راديو الإنترنت ومعدل الاستماع له.

ب- تساؤلات الدراسة الخاصة بالقائم بالاتصال:

- ما هي معايير اختيار العاملين في محطات راديو الإنترنت؟
- ما مدى إتاحة تدريب للعاملين بهذه المحطات، وما هو نوعه والجهة القائمة عليه؟
- هل التدريب في هذه المحطات اختياري أم إجباري؟
- هل التدريب في هذه المحطات مدفوع أم مجاني؟
- ما أسباب عدم حصول بعض القائمين بالاتصال في هذه المحطات على دورات تدريبية؟
- ما الجمهور المستهدف من المحطة التي يعمل بها القائمون بالاتصال؟
- ما مدى متابعة الجمهور لمحطات راديو الإنترنت في مصر؟
- ما أسباب عدم متابعة الجمهور لمحطات راديو الإنترنت؟
- ما أهم عناصر الجذب المتوفرة في محطات راديو الإنترنت؟
- ما تقييم القائمين بالاتصال لأداء محطات راديو الإنترنت؟
- ما أوجه تميز الراديو التقليدي عن راديو الإنترنت والعكس؟
- ما مدى وجود خريطة برمجية بوجه يتم تنفيذها من خلال المحطة؟
- ما أسس صياغة هذه الخريطة البرمجية؟
- هل يتم تقييم المضمون المقدم من خلال محطات راديو الإنترنت؟ وكيف يتم هذا التقييم إن وجد؟
- ما طموح القائمين بالاتصال في محطات راديو الإنترنت للعمل في المحطات الإذاعية الأرضية وأسباب هذا الطموح؟
- ما أسباب عدم طموح القائمين بالاتصال للعمل في الإذاعات الأرضية؟

- ما دوافع استخدام الجمهور لمحطات راديو الإنترنت من وجهة نظر القائم بالاتصال؟
- ما الإشباع المتحققة من استخدام محطات راديو الإنترنت للجمهور من وجهة نظر القائم بالاتصال؟
- ما مدى رضا القائمين بالاتصال عن عملهم في محطات راديو الإنترنت؟
- ما هي إيجابيات محطات راديو الإنترنت؟
- ما هي سلبيات محطات راديو الإنترنت؟
- ما مقترحات القائم بالاتصال لتطوير خدمة محطات راديو الإنترنت؟

سادساً: نوع ومنهج الدراسة:

تتنمى هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية Descriptive Research والتي تهدف إلى تحليل وتقديم خصائص مجموعة معينة أو موقف معين يغلب عليه صفة التحديد أو دراسة الحقائق الراهنة المتعلقة بطبيعة ظاهرة أو موقف أو مجموعة من الناس أو مجموعة من الأحداث أو مجموعة من الأوضاع، وذلك بهدف الحصول على معلومات كافية ودقيقة عنها دون الدخول في أسبابها أو التحكم فيها.

سابعاً: الإجراءات المنهجية للدراسة:

مجتمع الدراسة:

بالنسبة لدراسة الجمهور يتمثل مجتمع الدراسة في الجمهور المصري العام من مستخدمي محطات الراديو عبر شبكة الإنترنت للتعرف على دوافع استخدامهم لهذه

الخدمة والإشباع المتحققة منها، أما بالنسبة لدراسة القائم بالاتصال: فيتمثل مجتمع الدراسة في القائمين بالاتصال في المحطات الإذاعية التي لا تبث إرسالها إلا عبر شبكة الإنترنت وهي ما يُطلق عليها الويب راديو Web Radio.

عينة الدراسة:

بالنسبة لعينة دراسة الجمهور: هي عينة عمدية من الجمهور المصري قوامها (400) مفردة من مستخدمي محطات الراديو عبر شبكة الإنترنت، أما بالنسبة للعينة الخاصة بدراسة القائم بالاتصال: فهي عبارة عن عينة متاحة المتوفرة للباحثة من القائمين بالاتصال في المحطات الإذاعية التي لا تبث إرسالها إلا عبر شبكة الإنترنت قوامها (50) مفردة.

ثامناً: أدوات وأساليب جمع البيانات:

تم جمع البيانات الخاصة بدراسة الجمهور والقائم بالاتصال باستخدام صحيفتي استبيان، الأولى: خاصة بجمهور راديو الإنترنت، والثانية: خاصة بالقائمين بالاتصال في محطات راديو الإنترنت، وتضمنت الصحيفتان عدداً من الأسئلة المغلقة إضافة إلى عدد محدود من الأسئلة المفتوحة، وكان من الضروري التأكد أن الأسئلة المتضمنة في كلتا الصحيفتين تغطي جميع أبعاد ومتغيرات الدراسة.

1- بعض نتائج دراسة الجمهور:

أولاً: النتائج الخاصة بتساؤلات الدراسة:

- كشفت نتائج الدراسة أن أكثر من نصف عينة الدراسة يستمعون إلى محطات راديو الإنترنت بشكل غير منتظم، بينما يستمع أقل من نصف العينة إلى هذه المحطات بشكل منتظم وبإستمرار، وأيضاً أشارت النتائج إلى أن أكثر من نصف العينة يتعرضون إلى راديو الإنترنت لأقل من يومين أسبوعياً، ويعد ذلك معدل استماع منخفض.

- كشفت الدراسة أن أكثر من نصف العينة يمارسون أنشطة أخرى عند الإستماع لمحطات راديو الإنترنت، ومن أبرز هذه الأنشطة هو متابعة البريد الإلكتروني عند الإستماع لهذه المحطات، حيث بلغت النسبة (53.8%)، إضافة إلى ممارسة عدد من الأنشطة الأخرى ولكن من الملاحظ أن معظم هذه الأنشطة ترتبط بالإنترنت ولا تتفصل عنه.
- أشارت نتائج الدراسة إلى أن السمات العامة للمحطات التي يفضل الجمهور متابعتها من خلال راديو الإنترنت وكيفية اختيار الموضوعات المقدمة من خلالها تتمثل في الآتي:
- أ - النسبة الأكبر من المبحوثين يفضلون متابعة المحطات الناطقة باللغة العربية مع انخفاض نسبة المبحوثين الذين يتابعون المحطات بلغات أجنبية أخرى.
- ب- أغلب المحطات التي يفضل المبحوثون متابعتها من المحطات العامة الغير متخصصة، ذات طابع ترفيهي مثل محطات راديو (حريتنا، ومحطة مصر، ودياب FM، ورحاب FM)، ومن الملاحظ عدم متابعة المبحوثين للمحطات التي لها طابع ثقافي أو سياسى.
- ج- أغلب المحطات التي يتابعها المبحوثون يرون أنها تحقق لهم فائدة إلى حد ما حيث بلغت النسبة (50%)، ولكن فى الوقت ذاته نسبة قليلة جداً من المبحوثين يرون أن هذه المحطات لا تحقق فائدة لهم حيث بلغت النسبة (0.8%)، مما يعنى إدراك الجمهور لأهمية وفائدة محطات راديو الإنترنت.
- د - ان معظم هذه المحطات يتم اختيارها من قبل المبحوثين من خلال خبراتهم الخاصة بالمضمون المقدم حيث بلغت النسبة (33%)، مما يعنى إلقاء العبء على هذه المحطات لتطوير المضمون المقدم من خلالها.
- هـ- أن أغلب المبحوثين يميلون إلى اختيار الموضوعات ذات الطابع الترفيهي

ويؤكد على ذلك أن أغلب المبحوثين يختارون المنوعات والأغاني للإستماع إليها من خلال محطات راديو الإنترنت حيث بلغت النسبة (72.3%) ثم بعد ذلك الموضوعات الاجتماعية بنسبة (40%)، ومن الملاحظ انخفاض نسبة المبحوثين الذين يتعرضون إلى الموضوعات الدينية أو الرياضية بهذه المحطات، ويتفق ذلك مع ما تم الإشارة إليه من أن أغلب المحطات التي يفضل المبحوثون الإستماع إليها هي المحطات ذات الطابع الترفيهي.

- انخفاض نسبة الجمهور الذين يشاركون سواء بالرأى أو الحوار من خلال محطات راديو الإنترنت بشكل دائم حيث بلغت النسبة (7.8%)، في مقابل (57.2%) من عينة الدراسة لا يشاركون ولا يتفاعلون مع هذه المحطات، حيث أنه من المفترض أن ترتفع نسبة المبحوثين الذين يتفاعلون ويشاركون من خلال هذه المحطات نظراً لطبيعة هذه الوسيلة الاتصالية والتي من أبرز مميزاتا وإيجابياتها هو إمكانية التفاعل والتواصل بشكل أكبر معها عن الراديو الأرضي، ويمكن أن يرجع ذلك إلى ممارسة المستمعين لأنشطة أخرى عند الاستماع إلى محطات راديو الإنترنت، كما سبق وأشارت الباحثة، مما يؤدي إلى انخفاض نسبة التفاعل بشكل مستمر مع هذه المحطات نتيجة انشغالهم بهذه الأنشطة، ولكن لا يعنى ذلك عدم المشاركة على الإطلاق حيث أن هناك نسبة من المبحوثين يشاركون أحياناً بلغت (35%).

وهناك مجموعة من الإيجابيات والسلبيات التي يراها المبحوثون في محطات راديو الإنترنت كوسيلة اتصالية جديدة، ويمكن توضيح ذلك كما يلي:

أ - إيجابيات راديو الإنترنت من وجهة نظر الجمهور: أبرز هذه الإيجابيات التي يراها الجمهور تتوفر في محطات راديو الإنترنت هي بالترتيب وفقاً لنتائج الدراسة كالتالي: حرية التعبير عن الآراء والأفكار، وتحقيق المتعة والتسلية، وسهولة الاستخدام، وإمكانية تصفح المواقع المختلفة، عند الاستماع لمحطات

راديو الإنترنت، ووصول الخدمة الخاصة بالوسيلة إلى أى مكان، وتنوع البرامج المقدمة، وسهولة الوصول إلى المضمون المفضل، وتناول موضوعات جديدة عن التى يتم تناولها فى الراديو الرقوى، وإمكانية تفاعل الجمهور مع المحطة، وبراعة حرفية مقدم البرامج، والتعرف على الأخبار من خلاله.

ويلاحظ أن النسبة الأكبر من المبحوثين يرون أن العناصر الخمس الأولى هى مميزات ترتبط بطبيعة الوسيلة وليس بالمضمون المقدم، فى حين أن الإيجابيات والمميزات الأخرى والتى كانت نسبتها أقل من السابق تُعد مميزات ترتبط بالمضمون وليس بطبيعة الوسيلة، ومن الملاحظ انخفاض نسبة المبحوثين الذين يروا أن إمكانية التفاعل والتواصل من المميزات والإيجابيات الخاصة بهذه المحطات، حيث بلغت النسبة (9.8%)، وهى نسبة ضعيفة جداً لا تتناسب مع طبيعة هذه الوسيلة، لكنها تتفق فى الوقت ذاته مع النسب التى تم الإشارة إليها والخاصة بنسبة المبحوثين الذين يشاركون ويتفاعلون مع محطات راديو الإنترنت، ولكن بوجه عام فإن النسبة الأكبر لمزايا راديو الإنترنت وكما يراها الجمهور ترتبط بطبيعة الوسيلة، مما يعنى إدراك الجمهور لإمكانية وطبيعة هذه الوسيلة بشكل جيد ويعنى أيضاً مدى وعيهم للفرق بين هذه الوسيلة الاتصالية ومحطات الراديو الأرضية.

ب- سلبيات وعيوب محطات راديو الإنترنت من وجهة نظر الجمهور كما أوضحتها نتائج الدراسة بالترتيب على النحو التالى: عدم وجود الصوت فى بعض الأحيان وتوقف الإرسال، وعدم وجود رقابة كافية، والبعد عن تناول الموضوعات التى تهتم الجمهور، والمضمون المقدم غير جذاب، وبعض المضامين لا تتفق مع العادات والتقاليد.

ومن خلال ذلك يمكن ملاحظة أن أغلب عيوب وسلبيات محطات راديو الإنترنت كما يراها الجمهور فى محطات راديو الإنترنت تتمثل فى عيوب تقنية وتنظيمية خاصة بالوسيلة، ويلاحظ انخفاض نسبة المبحوثين الذين أشاروا إلى وجود

عيوب تتعلق بالمضمون المقدم ، حيث بلغت نسبة المبحوثين الذين ذكروا عيوب تتعلق بالمضمون المقدم (22.35%) فقط من عينة الدراسة، ويمكن أن يرتبط ذلك بارتفاع نسبة المبحوثين الذين يتقنون فى محطات راديو الإنترنت والمضمون المقدم من خلالها حيث بلغت النسبة (43%) فى مقابل (2.8%) لا يتقنون فى محطات راديو الإنترنت.

- كشفت نتائج الدراسة أن أغلب المبحوثين لديهم الرغبة فى تقديم مقترحات لتطوير وتحسين محطات راديو الإنترنت سواء من حيث الشكل أو المضمون، حيث اقترح نسبة كبيرة من المبحوثين يمثلون أكثر من نصف العينة عدداً من المقترحات الخاصة بتطوير محطات راديو الإنترنت، وكان من أبرز المقترحات الخاصة بتطوير الشكل هو تطوير الجرافيك المستخدم فى هذه المحطات حيث بلغت النسبة (48.7%)، ثم بعد ذلك ألوان الموقع بنسبة (30.5%) وغيرها من المقترحات الأخرى الخاصة بالشكل، وهناك أيضاً عدد من المقترحات الخاصة بالمضمون وكان من أبرز هذه المقترحات التركيز على الموضوعات التى تراعى فيها قيم المجتمع العربى حيث بلغت النسبة (40%) ويتفق هذا المقترح مع ما أشار إليه المبحوثون فى رؤيتهم لسلبيات محطات راديو الإنترنت والتى كان منها وجود بعض المضامين التى لا تتفق مع العادات والتقاليد.

- كشفت نتائج الدراسة أن أغلب دوافع استخدام المبحوثين لمحطات راديو الإنترنت هى من نوع الدوافع النفعية، إضافة إلى ظهور عدد من الدوافع الطقوسة ولكن بنسب أقل، كما كشفت نتائج الدراسة عن وجود عدد كبير من الإشباعات المتحققة لدى مستخدمي محطات راديو الإنترنت من هذه المحطات، ولكن لوحظ أن أغلب هذه الإشباعات هى إشباعات تتعلق بالمضمون المقدم من خلال هذه المحطات.

ثانياً: النتائج الخاصة بفروض الدراسة:

- أوضحت النتائج الخاصة بفروض الدراسة عدداً من النتائج من أهمها:
- لا توجد علاقة بين المتغيرات الديموغرافية للمبحوثين (النوع، محل الإقامة، المستوى التعليمي، المستوى الاجتماعي والاقتصادي) وبين معدل الاستماع لمحطات راديو الإنترنت في مصر.
 - توجد فروق دالة إحصائياً بين المبحوثين وفقاً لمتغير (محل الإقامة، والمستوى الاجتماعي والاقتصادي)، حيث أن سكان المدن والمبحوثين ذوي المستوى الاجتماعي والاقتصادي المرتفع يتابعون محطات راديو الإنترنت باللغات الأجنبية بنسبة أكبر من متابعتها من جانب سكان الصحف أو الأفراد ذوي المستويات الاجتماعية والاقتصادية المرتفعة، في الوقت ذاته لا توجد فروق دالة إحصائياً بين المبحوثين فيما يتعلق بمتغير (النوع، والمستوى التعليمي) ومتابعة محطات راديو الإنترنت بلغات أخرى.
 - توجد علاقة دالة إحصائياً بين المستوى التعليمي للمبحوثين ومدى الثقة في محطات راديو الإنترنت، حيث أن الحاصلين على مؤهلات عليا تزداد درجة ثقتهن في محطات راديو الإنترنت عن الحاصلون على بكالوريوس أو ليسانس أو الأفراد في مرحلة التعليم أقل من الجامعي.
 - عدم وجود فروق دالة إحصائياً بين المبحوثين في درجة اهتمامهم بمحطات راديو الإنترنت والمتغيرات الديموغرافية للمبحوثين (النوع، محل الإقامة، المستوى التعليمي، المستوى الاجتماعي والاقتصادي)، حيث أن جميع المبحوثين يهتمون بمحطات راديو الإنترنت دون وجود تأثير لهذه المتغيرات على اهتمامهم.
 - أوضحت نتائج الدراسة عدم وجود فروق دالة إحصائياً بين المبحوثين في دوافع استخدامهم لمحطات راديو الإنترنت ومحل إقامتهم أو مستواهم الاجتماعي أو

الاقتصادى.

- توجد فروق دالة إحصائياً بين المبحوثين فى الإشباع المتحققة لهم من محطات راديو الإنترنت وفقاً لمتغيرات (النوع، محل الإقامة، المستوى التعليمى، المستوى الاقتصادى والاجتماعى).
- كشفت الدراسة عن وجود علاقة ارتباطية بين بعض الدوافع ومعدل الاستماع، فى حين لم تثبت وجود هذه العلاقة بين بعض الدوافع الأخرى ومعدل الاستماع.
- وجود علاقة ارتباطية طردية بين معدل الاستماع وعدد من الإشباع المتحققة مثل (شغل وقت الفراغ، الشعور بعدم الوحدة، نسيان الملل والإحباط، الحصول على مضامين متميزة)، وثبت أيضاً عدم وجود علاقة ارتباطية بين عدد من الإشباع المتحققة ومعدل الاستماع مثل (التعرف على أصدقاء جدد، تكوين الرأى الخاص بالمبحث تجاه بعض القضايا، إشباع الحصول على معلومات).

2- بعض نتائج دراسة القائم بالاتصال:

توصلت الدراسة الخاصة بالقائم بالاتصال إلى عدد من النتائج من أهمها:

- كشفت الدراسة عن مجموعة من السمات التى تتوافر فى القائمين بالاتصال بمحطات راديو الإنترنت ومنها:
 - أ - معظم القائمين بالاتصال فى محطات راديو الإنترنت من عينة الدراسة حاصلون على بكالوريوس أو ليسانس (48%)، فى مرحلة التعليم أقل من الجامعى (42%) ومن الملاحظ تقارب النسبتين.
 - ب- انخفاض نسبة القائمين بالاتصال من شباب خريجى كليات وأقسام الإعلام.
 - ج- ان نسبة كبيرة من القائمين بالاتصال يعملون بوظائف أخرى إلى جانب عملهم بمحطات راديو الإنترنت، ويمكن أن يرجع ذلك إلى ضعف العائد

المادى عن هذه المحطات حيث أشار إلى ذلك عدد كبير من المبحوثين.

د- نسبة كبيرة من القائمين بالاتصال يقومون بأداء مهمتين فى وقت واحد فى المحطة الواحدة، فيمكن أن يجمع القائم بالاتصال على سبيل المثال بين وظيفة معد ومخرج فى نفس الوقت أو مدير برامج ومقدم برامج فى المحطة الواحدة، ويمكن أن يرجع ذلك إلى ضعف الإمكانيات المادية لمحطات راديو الإنترنت.

هـ- ارتفاع نسبة القائمين بالاتصال الراضين عن عملهم بمحطات راديو الإنترنت حيث بلغت النسبة (72%) فى مقابل (4%) غير راضون عن العمل بهذه المحطات.

- يرى القائمون بالاتصال أن هناك عدداً من الإيجابيات والمميزات التى تتميز بها محطات راديو الإنترنت ومن أبرزها سهولة تواصل ومشاركة الجمهور مع هذه المحطات، والحرية فى تناول الموضوعات المختلفة، وإمكانية الوصول إلى مستخدمى محطات راديو الإنترنت فى أى وقت وفى أى مكان، وفى مقابل ذلك أوضح عددٌ من القائمين بالاتصال أن هناك مجموعة من العيوب والسلبيات بمحطات راديو الإنترنت كان من أبرزها غياب الضوابط القانونية والرقابية على المضمون المقدم، وتدنى مستوى اللغة والحوار فى بعض البرامج المقدمة من خلال محطات راديو الإنترنت:

- أشارت نتائج الدراسة إلى أن معظم القائمين بالاتصال يرون تفوق الراديو الأرضى عن راديو الإنترنت حيث أشار (32%) من المبحوثين إلى تميز الراديو التقليدى عن الراديو الأرضى فى مقابل (18%) أشاروا إلى عكس ذلك.

- وقد أوضح المبحوثون أوجه تفوق الراديو الأرضى عن راديو الإنترنت فى نقاط رئيسية كان من أهمها: تطور تقنيات النقل البرامجى، وسهولة الاستخدام والاستقبال، وارتفاع مستوى مقدمى البرامج، وفى المقابل أوضحت نسبة من

القائمين بالاتصال أن هناك مجموعة من أوجه تميز راديو الإنترنت عن الراديو الأرضى تمثلت فى: تخطى الحواجز الجغرافية والوصول إلى أى مكان فى العالم، وحرية التعبير عن الآراء والأفكار، وسهولة تفاعل الجمهور مع هذه المحطات بشكل أفضل من الراديو الأرضى.

- أوضحت النتائج أنه على الرغم من رضاء النسبة الأكبر من المبحوثين من عينة الدراسة عن عملهم بمحطات راديو الإنترنت، إلا أن نتائج الدراسة أوضحت أن (78%) من القائمين بالاتصال يطمحون للعمل فى محطات الراديو الأرضى، مقابل (22%) لا يطمحون إلى ذلك. وأشار (76.9%) من المبحوثين، أن السبب الرئيسى وراء هذا الطموح هو أن هذه المحطات تحظى بقاعدة جماهيرية واسعة وأيضاً وجود عائد مادي أفضل بالمحطات الأرضية حيث بلغت النسبة (66.7%)، مما يعنى أن معظم القائمين بالاتصال الذين يطمحون إلى العمل فى محطات الراديو الأرضى يريدون ذلك لأسباب تتعلق بضعف الإمكانيات المادية المتاحة لمحطات راديو الإنترنت وقلة مستخدمى هذه المحطات مقارنة بالراديو الأرضى.

- النسبة الأكبر من القائمين بالاتصال فى محطات راديو الإنترنت يرون أن الجمهور يستخدم محطات راديو الإنترنت لدوافع طقوسية ودوافع نفعية، لكن أوضحت النتائج أن النسبة الأكبر منهم يرون أن الجمهور يستخدم هذه المحطات لدوافع نفعية أكثر من استخدامهم لها لدوافع طقوسية، حيث أشارت النسبة الأكبر من القائمين بالاتصال أن الجمهور يستخدم محطات الإنترنت لدوافع نفعية مثل: قضاء وقت ممتع، ممارسة أنشطة أخرى مع الاستماع، المشاركة فى الاستفتاءات، الترفيه والتسلية، الحصول على مضمون مختلف، كذلك أشار نسبة أقل من المبحوثين إلى استخدام الجمهور لهذه المحطات لدوافع نفعية مثل: عادة الاستماع إلى هذه المحطات، قضاء وقت الفراغ، وتعكس هذه الدوافع التى يراها القائمون بالاتصال من وجهة نظرهم مدى تقديرهم لأهمية هذه المحطات للجمهور وأن الجمهور يتعرض لهذه المحطات

لدوافع تتصل بتحقيق المنفعة بشكل أكبر من تعرضه لها بدافع العادة.

- القائمين بالاتصال يرون أن محطات راديو الإنترنت تحقق العديد من الإشباعات للجمهور المستخدم لهذه المحطات وكان من أبرزها: كسر الملل والروتين بوزن نسبي (82.4%)، ثم الحصول على معلومات جديدة بوزن نسبي (80%)، والتعرف على الآراء والاتجاهات بوزن نسبي (79.2%)، ثم جاءت بعد ذلك عدداً من الإشباعات الأخرى التي تحققها محطات راديو الإنترنت ولكن بنسب ضعيفة ومقاربية نسبياً مثل: الحصول على الثقافة العامة، التسلية، إشباع الحاجة لحب الاستطلاع والتعرف على كل ما هو جديد، ويدل ذلك على مدى إدراك القائمين بالاتصال لأهمية المضمون المقدم من خلال هذه المحطات، حيث يتوقع معظمهم النسبة الأكبر من الإشباعات المتحققة للجمهور من محطات راديو الإنترنت ترتبط بالمضمون المقدم من خلال هذه المحطات.

- يتضح من النتائج السابقة مدى حرص القائمون بالاتصال على مشاركة الجمهور وتفاعلهم مع الخدمات المقدمة من خلال إذاعات الإنترنت، سواء كانت هذه المشاركة من خلال الآراء أو التعليقات أو إرسال رسائل على البريد الإلكتروني أو أى شكل آخر من أشكال المشاركة، حيث يعتمد القائمون بالاتصال فى هذه المحطات على مشاركة الجمهور وردود أفعالهم على الخدمات المقدمة فى تقييم المضمون المقدم من خلال هذه الإذاعات من ناحية، ووضع الخطة البرمجية التى تعمل فى إطارها المحطة من جهة أخرى.

- يتضح مما سبق أن العمل فى هذه المحطات الإذاعية يتم بشكل منظم ومخطط وغير عشوائى، حيث أن هناك خطة برمجية يتم وضعها ويتم تقييم المضمون المقدم بصفة دورية منتظمة.

- معظم محطات الراديو عبر الإنترنت تهتم برفع الكفاءات المهنية ومستوى القائمين بالاتصال لديها، وذلك من خلال تقديم دورات تدريبية لهم فى

مجالات مختلفة، ومما يؤكد حرص هذه المحطات على ذلك هو أن هذه الدورات تكون مجانية وبدون مقابل ولكن ترى الباحثة أن ما ينقص هذه الدورات هو تواصل هذه الإذاعات مع المؤسسات الإعلامية والمعاهد الإعلامية سواء الخاصة أو الحكومية فيما يخص تلقى القائمون بالاتصال بهذه المحطات دورات تدريبية في هذه المؤسسات أو المعاهد.

- بناء على ما سبق يمكن ملاحظة أن الجمهور المستهدف وبشكل رئيسي من هذه المحطات الإذاعية هو فئة الشباب بصفة خاصة، وهذا يمكن ربطه بأن معظم القائمين بالاتصال في هذه المحطات هم من فئة الشباب أيضاً وذلك بهدف تحقيق مزيد من التواصل فيما بين القائم بالاتصال والجمهور المستهدف.

- كشفت الدراسة عن وجود توافق بين رؤية القائم بالاتصال في محطات راديو الإنترنت لأهم الدوافع والإشباع المتحققة للجمهور المصري من استخدام محطات راديو الإنترنت، وبين الدوافع والإشباع المتحققة لهم بالفعل من خلال هذه المحطات والتي كشفت عنها الدراسة التي تم إجراؤها على الجمهور المصري، مما يعكس مدى فهم القائمين بالاتصال في هذه المحطات إلى حد كبير لطبيعة الجمهور المصري من مستخدمي محطات راديو الإنترنت واحتياجاتهم ورغباتهم.