

بـحث

تفاعلية راديو نجوم إف إم على شبكات التواصل الاجتماعي  
برنامج "ع القهوه" نموذجاً

مقدم من

د/ فاطمة الزهراء صالح أحمد حجازى

مدرس الإذاعة

بقسم الإعلام كلية الآداب

جامعة سوهاج

[fatmaelzahraa\\_saleh@art.sohag.edu.eg](mailto:fatmaelzahraa_saleh@art.sohag.edu.eg)

# تفاعلية راديو نجوم إف إم على شبكات التواصل الاجتماعي برنامج "ع القهوة" نموذجاً

فاطمة الزهراء صالح\*

مقدمة :

شهد نهاية القرن العشرين تطور تكنولوجى كبير فى مجال الاتصال الإلكتروني ،أدى إلى ظهور وسائل اتصال حديثة تختلف فى طبيعتها عن الوسائل التقليدية ،مثل راديو الإنترنت الذى يختلف فى آلياته عن الراديو التقليدى وذلك من حيث القدرة على الوصول للمستمعين عبر المسافات البعيدة ،وفى الوقت المناسب حيث تتسم هذه الوسيلة باللاتزامنية ،كما تتميز بنقاء الصوت وعدم تأثره بالظروف الجوية ،ما أدى الى اعتماد كثير من محطات الراديو الشهيره على شبكة الإنترنت فى بث برامجها .

وقد استطاعت الإذاعة كوسيلة إعلام مسموعة أن تحافظ على مكانتها بين الوسائل الأخرى فى عصر التكنولوجيا الرقمية ،حيث ظهرت أشكال جديدة للإذاعة مثل الراديو الرقمية ؛ الذى يتميز بالسرعة الفائقة فى عملية البث ،والإذاعة عبر الإنترنت .

ويوجد نوعان من راديو الإنترنت ،أولهما : الإذاعات التقليدية التى لها محطات على شبكة الإنترنت radio online ،التى تخضع لقوانين البث الإذاعى من حيث ضرورة حصولها على ترخيص من الجهات المسؤولة عن البث الإذاعى ،ويسمعها الجمهور التقليدى للإذاعات نفسها على موجات الراديو العادية كما أنها تتميز بأنها أكثر تحفظاً فى معالجتها للموضوعات والقضايا المختلفة .(Chris Atton, 2004)

وثانيهما المحطات التى ليس لها محطات إذاعية تقليدية net only radio وتعتمد على الإنترنت فى بث موادها الإذاعية ،ولا تحتاج إلى ترخيص من الجهات المسؤولة عن البث الإذاعى.(Chirspriestman, 2004)

ولقد مكنت تكنولوجيا الاتصال الحديثه الإذاعيين من إضافة خدمات جديدة للراديو مثل الراديو الرقمية ، والصوت السراوند "surround" و الصوت المقوى "enhanced" والصور المرئية على الراديو ،والستريمينج "streaming" ، أى توصيل المحتوى متعدد الوسائط عبر الواب ،والتايم شفتينج "time – shifting" أى تسجيل برنامج مباشر لمتابعته فى وقت لاحق . (فيجاسادو، 2013)

\*مدرس الإذاعة ،كلية الآداب ،قسم الإعلام ،جامعة سوهاج.

ولقد أثر استخدام الراديو للتقنيات الرقمية وتكنولوجيا الإنترنت إلى ظهور المستمع النشط Active Audience الذى يتفاعل مع المحتوى المقدم له عبر الأثير بتقييم المحتوى ، وأصبحت وسائل التفاعلية سبيل المستمع لكى يعبر عن رأيه ،ويظهر مواهبه بل وأصبح كثير من المستمعين منتجين للمادة المذاعة عبر الإذاعة وليس فقط مستهلكين لما يبث .

وفى نفس الإطار أصبح للمستمعين علاقة نشطة بالمحطة الإذاعية التى يتابعونها ويتفاعلون معها بأشكال مختلفة عن طريق البريد الإلكتروني ،ومنتديات النقاش والمدونات الشخصية وعبر وسائل التواصل الاجتماعى " فيس بوك ،وتويتر ،و يوتيوب" ، وبهذا أسهم الإنترنت فى دعم تفاعل الراديو مع جمهوره وتوسيع نطاق استخدامه وإتاحة مناقشة المحتوى البرامجى والأحداث الحية فى أى مكان وأى وقت .

وفى ظل الانتشار الواسع لإذاعات الإنترنت فى مصر حيث بلغ عدد المحطات الإذاعية المصرية التى تبث على النايل سات ولها مواقع إلكترونية على شبكة الإنترنت 33 محطة إذاعية ،من إجمالى عدد 36 محطة إذاعية مصرية عام 2009 .(تقرير مجلس الوزراء، 2010)

فى ضوء ما سبق قامت هذه الدراسة بالتعرف على استفادة الإذاعات المصرية التقليدية من تكنولوجيا الإنترنت فى إنتاج برامجها وتسويق افكارها ،وتفاعلها مع مستمعيها من ع القهوه براديو نجوم إف إم نموذجاً وذلك برصد سمات محتوى البرنامج ، وإجراء تحليل بنائى لصفحة على الفيس بوك ،مع إجراء دراسة ميدانية لعينة عشوائية من مستمعي البرنامج سماتهم انماط الاستماع والاشباع المتحققة من المتابعة فى محاولة لرصد التحديات والفرص التى تواجه الراديو فى ظل تنافسية وسائل الإعلام التقليدية والحديثة .

## الإطار النظري :

### أولاً : نظرية التفاعلية الرمزية :

نظرية التفاعلية الرمزية ترى بأن الحياه الاجتماعية وما يكتنفها من عمليات وظواهر ماهي إلا شبكة معقدة من نسيج التفاعلات والعلاقات بين الأفراد والجماعات التي يتكون منها المجتمع ،وتقترض التفاعلية الرمزية وجود شخصين متفاعلين عبر الأدوار الوظيفية التي يحتلونها ،ويحاول كلا منهم التعرف على سمات الآخر عبر العلاقة التفاعلية التي تنشأ بينهم .(إحسان الحسن ،2005)

من أهم مرتكزات تحليل التفاعل الاجتماعي الحيز المجالي أي أن التفاعل يحدث في منطقة جغرافية معلومة الأبعاد ،حيث يتفاعل الأفراد مع بعضهم ،كما تعد القيم الاجتماعية أحد عناصر الحضارة الإنسانية وتظهر من خلال التفاعل في المواقف وتتسم القيم بالاستمرار والتغير فيها يأخذ فترة زمنية طويلة .( معن خليل العمر،1997)

### فروض النظرية :

التفاعلية الرمزية مدخل من المداخل الاجتماعية التي تفسر اكتساب الفرد للمعاني التي تسهم في رسم الصور والتوقعات عن الآخرين .(منى الحديدي ،حسن عماد مكايي 2005)

وقد قدم "دون فولس "و" دينيس ألكسندر"ثلاثة فروض أساسية في الاتصال الرمزي :

- الإعلام هو المصدر الأول للخبرة غير المباشرة .
- يقوم الاتصال بدور المرشد وذلك من خلال توجيه مفاهيم الذات والدور والمواقف.
- يتكون الاتصال من تفاعلات معقدة تتضمن الفعل والاعتماد المتبادل والتأثير المتعدد وعلاقات الأفراد وظروف الموقف .(هبة شاهين 2008)

### مظاهر التفاعلية في الإذاعة :

لقد أصبح للمستعمل علاقة نشطة مع المحطة الإذاعية ،التي يستمع إليها ويتفاعل مع برامجها وهذا عن طريق البريد الإلكتروني ومنتديات النقاش وصفحات التواصل الاجتماعي والمدونات الشخصية السمعية.

يمكن إسقاط هذه النظرية على الدراسة الحالية كونها تفسر طبيعة التفاعل الاجتماعي لمستمعي الراديو مع القائمين على البرنامج ومع غيرهم من الأصدقاء على صفحة البرنامج على الفيس بوك والدور الذي يمكن أن يؤديه من خلال اندماجه في هذا المجتمع الافتراضي .

### ثانياً: المدخل الوظيفي .

هو دراسة ما تقوم به وسائل الإعلام لإرضاء المتلقي أو تلبية حاجاته ، وللإجابة عن الأسئلة الخاصة بأسباب اختيار الأفراد لوسائل الإعلام ، ومعرفة الأدوار التي تؤديها .

كما يقوم هذا المدخل على تصور الوظائف التي تقوم بها وسائل الإعلام ومحتواها من جانب ودوافع الفرد من التعرض إليها من جانب آخر .

وكذا دراسة التوازن والاختلال في تحقيق هذه الوظائف ودور الإعلام في تشكيل الحقائق الاجتماعية وهذه الوظائف هي ما يحتاجه متلقي رسائل وسائل الإعلام. (محمد عبد الحميد، 1997)

### الدراسات السابقة :

تم تناولها وفقاً للمحاور الآتية :

أولاً: دراسات اهتمت براديو الإنترنت .

ثانياً: دراسات اهتمت باستخدام التفاعلية في وسائل الإعلام.

أولاً: دراسات تناولت راديو الإنترنت :

دراسة **Kevin Andrew , 2012** سعت الدراسة إلى التعرف على عادات استماع الشباب الجامعياً أمريكياً لمحطات راديو الإنترنت وراديو FM وذلك بالتطبيق على عينة قوامها 140 مفردة ، بينت الدراسة أن نسبة 40,71% تستمع إلى الراديو التقليدي أحياناً ، فيما تستمع نسبة 20,71% نادراً ، ونسبة 17,14% حسب الظروف ، كما أظهرت الدراسة زيادة الإقبال على الاستماع للموسيقى من خلال راديو الإنترنت .

واهتمت دراسة **Andrea Jean, 2011** بالتعرف على خصائص جمهور إذاعات الإنترنت من الشباب الجامعياً جامعتين إحداهما أمريكية والأخرى استرالية ، أظهرت الدراسة استماع 50% من المبحوثين لإذاعات الإنترنت بصفة دائمة ، ولا توجد فجوة بين الطلاب الأمريكيين

والأستراليين فى تبنى التكنولوجيا الحديثة من حيث الاستماع لراديو الإنترنت ،كما كشفت عن أن الطلاب الأستراليين يميلون إلى الاستماع للمحطات المحافظة ،بينما يفضل الطلاب الأمريكيون الاستماع للإذاعات المتحررة والأكثر راديكالية.

واهتمت دراسة **ريبة ركوران مصطفى 2010** بالتعرف على استخدام الشباب العراقى للإذاعة عبر الإنترنت من خلال دراسة مسحية فى إقليم كردستان العراق ،أظهرت الدراسة أهم الإشباعات المتحققة من الاستماع الى إذاعة الإنترنت تمثلت فى؛ الشعور بالسعادة والتسلية والهروب من الواقع فى الترتيب الأول ،تلاها معرفة الأحداث الجارية ،ثم الاستماع من أجل مناقشة قضاياهم بنسبة 58% من العينة .

دراسة **Andrea Jean,2010**والتي سعت للتعرف على عادات وأنماط استماع الشباب الجامعى لراديو الويب والاعتماد على كمصدر للحصول على المعلومات بالمقارنة بوسائل الاتصال التقليدية ،بالتطبيق على عينة قوامها 250 مفردة من الشباب الجامعى إحدى الجامعات الأمريكية ،كشفت الدراسة أن نسبة 100% من العينة تستمع للراديو التقليدى ، وأن 56% تعتبر التلفزيون مصدر للحصول على الأخبار ، وأن إذاعات الإنترنت تعتبر المصدر المفضل للحصول على المعلومات الإعلانية .

دراسة **ماهينازرمزى 2008**اهتمت الدراسة بتحليل أخلاقيات النقد فى الخطاب الإعلامى داخل المضمون المقدم عبر ثلاث محطات إذاعية على شبكة الإنترنت وهى راديو تيت ،راديو الغد، وإذاعة إسلام أون لاين ،أوضحت الدراسة أن أكثر القضايا مناقشة القضايا السياسية والاقتصادية والاجتماعية وأبرز آليات النقد أسلوب السخرية والإسقاط.

دراسة **BILL Rose, JoeLenski,2008**حول أشكال الراديو الرقمى هدفت الدراسة لمعرفة خصوصية راديو الإنترنت ،وتوصلت الى أن الاستماع لجمهور راديو الإنترنت مرتفع فى كل الأوقات ،وأن واحدا من كل سبعة أشخاص فى الفئة العمرية بين 25- 45 يستمعون لراديو الإنترنت ،وجاء الذكور أكثر استماعاً من الإناث .

دراسة **أحمد أحمد عثمان ، 2008** . حول ديمقراطية الحوار فى برامج إذاعات راديو الإنترنت ،دراسة تحليلية وميدانية ،أكدت الدراسة اهتمام برامج إذاعات راديو الإنترنت بالموضوعات الاجتماعية والفنية على حساب الموضوعات السياسية والاقتصادية والصحية والدينية .

دراسة **هنادى حسام بركات ، 2008**. اهتمت بدراسة الإذاعات الفلسطينية التي تبث عبر الإنترنت ،ومعرفة مدى استفادة تلك الإذاعات من تكنولوجيا البث عبر الإنترنت ،والتعرف على نوعية القضايا التي تطرحها ،توصلت الدراسة إلى أن 70,6% من المبحوثين يستمعون أحياناً إلى الإذاعات التي تبث عبر الإنترنت ،14,7% يستمعون إليها بشكل دائم، أهم فوائد البث عبر راديو الإنترنت هو عدم محدودية المكان ، وسرعة نقلها للأحداث ،واعتمادها على برامج الترفيه والتسلية .

دراسة **Carolyn A.Lin, 2006** حول عملية تبنى خدمات البث عبر الإنترنت باعتبارها خدمة تفاعلية جديدة بالنسبة للقائم بالاتصال ،خلصت الدراسة أن مستخدمي الإنترنت المهتمين بتبني واستخدام خدمة البث عبر الإنترنت Webcasting يميلون إلى استبدال الاستماع للراديو التقليدي بالراديو عبر الإنترنت ،وأيضاً استثمار الطبيعة المتدفقة للإنترنت.

دراسة **John Hartley,2005** حول فهم راديو الإنترنت في سياق تطور تكنولوجيا الإنترنت ، وهي دراسة توضح دور مشروع شبكة راديو إنترنت الشباب التابعة لإحدى الجامعات الأمريكية ، أوضحت الدراسة أن الراديو قدم فرصاً للمشاركة الفردية والجماعية وأتاح للشباب أن يتفاعل كمنتج ومستهلك لمحتوى الوسائل الجديدة ، وقدم نموذجاً لبيئة اتصالية مؤثرة داعمة للمجتمع المحلي.

دراسة **أحمد فاروق رضوان، 2005** . استهدفت التعرف على دور الإعلان الإذاعي نجوم إفام في جذب انتباه المستمع بالسلع والخدمات المعلن عنها وتأثيره في القرار الشرائي للمستهلك أكدت الدراسة أن الراديو كوسيلة إعلامية لم يفقد أهميته لدى فئة الشباب ،أوصت الدراسة بضرورة اهتمام المحطات الإذاعية بالتخصص سواء في المضمون أو التوجه لفئات محددة من الجمهور.

#### ثانياً: دراسات عن التفاعلية فوسائل الإعلام:

دراسة **ابراهيم بعزیز ، 2012**. عن ظاهرة مشاركة الأفراد في مضامين وسائل الاتصال الجديدة عبر شبكات التواصل الاجتماعي ومنتديات الحوار الإلكتروني ،والكشف عن دوافع استخدام تلك الشبكات ،والآثار والانعكاسات المختلفة لهذا الاستخدام ،أكدت نتائج الدراسة أن عملية التواصل الاجتماعي عبر مواقع الشبكة الاجتماعية و منتديات المحادثة الإلكترونية،

تسهم في إقامة علاقات بين الأفراد ووسائل الإعلام، و بالتالي تؤدي إلى إثراء مضامين وسائل الإعلام الجديدة.

دراسة ياسين آدم بساطي ، 2011. عن صحافة المواطن و مدى قدرتها عليالتغيير في المجتمعاتالعربية دراسة في المحتوى والمضمون ، خلصت الدراسة إلى أن وسائل الإعلام الجديد اضطلعت بدور فعال في تدعيم الاتصال الشخصي والذاتي، لاسيما شبكات التواصل الاجتماعي، خاصة الفيس بوك و تويتر واليوتيوب، وكونت حملات ورسائل التعبئة والتحضير التي تبنتها وسائل الإعلام الجديدة والتي حملت في طياتها معاني الاستقلال والتحرر والتطور، حيث استحضرت نماذج الحرية والديمقراطية والتقدم والرفاهية التي تعيشها المجتمعات التي تخلصت من براثن الظلم والاستبداد.

دراسة الحبيب قاسم ، 2011. سعت هذه الدراسة إلى التعرف على خصوصيات التواصل عبر الشبكات الاجتماعية الافتراضية أثناء الثورة التونسية وما صاحب ذلك من تصورات اقترنت بتأثير هذا النمط الجديد من الاتصال في صنع التحولات الثقافية والفكرية ومن ثمالثورات السياسية لتغيير الواقع ، وخلصت الدراسة أن الفيسبوك كان رافدا مهما في انتصار الثورة التونسية و عاملا حاسما في وضع حد لحقبة طويلة من الحكم الاستبدادي و شكّل موقع التواصل الاجتماعي "فيسبوك"، متنفساً للشباب التونسي للتعبير عن إرادته في دحر القمع والكبت الاجتماعي.

دراسة عبد الرزاق محمد الدليمي ، 2011 عن الفيس بوك والتغير في تونس ومصر أشارت هذه الدراسة إلى أن مواقع التواصل الاجتماعي أسهمت في تأصيل الثورة في تونس ومصر؛ وذلك لما تمتلك من أدوات تفاعلية مكنت الشباب منالا نخراط في الفعل الجمعي، وتوجيه سلوك الأفراد مما مكن الإعلام الجديد من أن يصبح جزءاً من الواقع الجديد الذي يجري فيه العمل السياسي .

دراسة ماجدة مراد 2010. عن رؤية القائم بالاتصال في إذاعة الإنترنت لمدى فاعلية آليات التواصل مع الجمهور ،أوضحت الدراسة أهمية الشبكات الاجتماعية وبصفة خاصة ال face book في تواصل الجمهور مع القائم بالاتصال في إذاعات الإنترنت وذلكفي إطار تحقيق التواصل عبر مرحلتى اختيار القائم بالاتصال لموضوع البرنامج، ثم أثناء التقديم.



دراسة **Mohd Ibrahim, 2009** حول راديو إنترنت الجامعة المفتوحة بماليزيا ودوره فتنوير التعليم عن بعد فى الجامعة وقد بدأ الراديو يقدم برامج بناء على مناهج الدراسة مضيفاً إليها برامج أخرى ترفيهية. أوضحت الدراسة أن تفاعلية برامج الراديو وصفحتها على الشبكة الاجتماعية face Book أدت إلى تفعيل تقديم الخدمة التعليمية للطلاب .

دراس **Judith Horman, 2005** عن التفاعل الاجتماعي الذي يحدث على شبكة الإنترنت خاصة في إطار انجاز نشاطات جماعية للتكوين و التعليم عبر الشبكة، ركزت الباحثة على الجانب السوسيوثقافي للأفراد المشاركين في مثل هذه التفاعلات، و كيفية ارتباطهم ببعضهم البعض، و قد توصلت الباحثة إلى أن هذا التفاعل يؤدي إلى درجة كبيرة من التأثير المتبادل بين هؤلاء، حيث يرتبطون ببعضهم البعض بشكل يؤدي إلى تغيير عدة جوانب في حياتهم، كما أكدت الدراسة أن التفاعلات الافتراضية قد تحدث أثرا في حياة الأفراد بنفس الشكل الذي يحدث في التفاعلات المباشرة وجهاً لوجه .

#### التعليق على الدراسات السابقة:

- ١ - أكدت معظم الدراسات أن المنافسة وتواجد الراديو بين وسائل الإعلام هما الدافعان الأساسيان لاستخدام تفاعلية شبكات التواصل الاجتماعي فيس بوك ،ويوتيوب ،وتويتر وذلك لتعميق التواصل مع الجمهور وإشراكه في العملية الاتصالية ،وهو ما حاولت الدراسة الحالية إبرازه من خلال الدراسة الميدانية على جمهور برنامج ع القهوة ومعرفة سماته وانماط التعرض وأسبابه .
- ٢ - أظهرت معظم الدراسات السابقة عدم تقليدية البرامج المقدمة عبر راديو الإنترنت، وهذا ما حاولت الدراسة التعرف عليه بالتركيز على طبيعة أهم البرامج المذاعة على محطة نجوم إفام وأكثرها استماعاً من قبل الجمهور .
- ٣ - أوضحت نتائج الدراسات السابقة أهمية استخدام وسيلة التواصل الاجتماعي فيس بوك فى تدعيم التواصل بين الأفراد وتشجيع التنظيم الاجتماعي ومقدرتها على نشر المعلوماتيين الشباب ،وهذا ما قامت الدراسة باختباره من خلال تحليل صفحة برنامج (ع القهوة )على الفيس بوك بوصفها تحتوى على أكثر من 2 مليون إعجاب وهى الأعلى من حيث الزوار بين صفحات البرامج فى الإذاعة المصرية.

## مشكلة الدراسة :

ساهم انتشار الإنترنت فى حرص معظم محطات الراديو التقليدية على إنشاء مواقع لها على الشبكة العنكبوتية حتى تلائم الاحتياجات الجديدة للجمهور وذلك فى ضوء انتشار إذاعات الإنترنت بصورة كبيرة فالأونة الأخيرة مما أصبح يمثل تحدياً للإذاعة التقليدية وذلك لما تتميز به إذاعات الإنترنت من تنوع فى المحتوى وأشكال البرامج ،مما دفع العديد من المحطات الإذاعية التقليدية لاستخدام تقنية البث عبر الإنترنت وإنتاج محتوى يلائم طبيعة الجمهور المتعامل مع تلك التقنية.

ولقد قدمت شبكات التواصل الاجتماعى فرصة كبيرة للراديو ليقوم بإشراك الجمهور فى صياغة مضمون الرسالة الإعلامية ،وتطوير أساليب التفاعل مع المستمعين.وبدأت معظم الإذاعات المصرية تتبنى هذه التكنولوجيا فى محاولة لخدمة المستمع والإبقاء عليه.

وفى إطار الملاحظة سجلت الباحثة حالة نقاش نشط من قبل عدد من تلاميذ المرحلة الإعدادية فى محيط الأصدقاء للتعليق على إحدى حلقات برنامج ع القهوة ، وبالتتبع تبين انتظام هؤلاء الأطفال فى متابعة البرنامج بشكل منتظم ، وفى هذا الإطار تم إجراء دراسة استطلاعية\* إلكترونية على جمهور صفحة إذاعة "نجوم إف إم " على الفيس بوكوالتي وصل عدد الإعجاب بها لأكثر من 2 مليون مستمع، أعطت الدراسة المؤشرات التالية؛ جاء برنامج ع القهوة فى الترتيب الأول من حيث كثافة المشاهدة ،يتراوح سن مستمعي البرنامج بين 13 و26 سنة ، أعلى كثافة للاستماع جاءت يوم الاثنين وهو اليوم المخصص لإذاعة فقرة قصة الرعب فى البرنامج،تمثلت أهم أسباب متابعة البرنامج فى كون فكرته جديدة ،فقراته متنوعة،حب الاستماع لقصص الرعب والخرافات ،مهارة المذيعفى العرض .

\*قامت الباحثة بإجراء دراسة استطلاعية إلكترونية لمستمعي إذاعة نجوم إف إم على عينة محدودة قوامها "50" مفردة من أصدقاء الإذاعة على صفحتها الرسمية على الفيس بوك فالفتر من من 2013/1/13 وحتى 2013/1/30 ،والتي أعطت دلالة جزئية على كثافة تعرض العينة للراديو من خلال الإنترنت ،تمثلت أهم البرامج من حيث المتابعة فى برنامج ع القهوة ،تلاها برنامج أسامة منير ، تمثلت اهم أسباب الاستماع فى الإعجاب بالفقرة الدرامية الخاصة بفقرة الرعب ،تميز فكرة البرنامج، واحترافية المذيع.

فى ضوء تلك النتائج ، تم بلورة إشكالية الدراسة فى استخدام برنامج "ع القهوة" لتفاعلية شبكات التواصل الاجتماعى "فيس بوك" ودوره الوظيفى لتطوير أفكار برامج الراديو ،وسبل التواصل مع المستمعين من الشباب،والدور الذى من الممكن أن تقوم به الإذاعة فى الوقت الراهن مع عرض للتحديات والفرص التى تواجه الراديو كوسيلة اتصال جماهيرية بين وسائل الاعلام التقليدية والحديثة.

#### أهمية الدراسة :

- ١ - تنبع أهمية الدراسة من محاولاتها توضيح أهمية استخدام التفاعلية فى الإذاعة المصرية كأداة تواصل ،وحوار فى المجتمع المصرى ،تحقيقاً لقيم التفاهم ،والحوار ،والمشاركة فى تنمية المجتمع .
- ٢ - عرض نموذج لإحدى البرامج الإذاعية التى تلقى قبولا لدى فئة الشباب .
- ٣ - قدمت الدراسة رؤية أكاديمية للتحديات والفرص المتاحة أمام الراديو والتى تضمن له فى حال تجاوز نقاط الضعف ودعم محاور القوة الاستمرار والمنافسة بين وسائل الإعلام المختلفة.

#### أهداف الدراسة :

- ١ - التعرف على مضمون إحدى برامج الراديو التناثبتت تفاعلية مع الشباب وتفهماً لمتطلباته الإعلامية .
- ٢ - تفسير الدور الذى يلعبه الراديو فى التواصل مع الشباب وذلك فى إطار الخصائص السوسولوجية والثقافية المميزة لتلك الفئة .
- ٣ - تفسير الأسباب التى تدفع الشباب للاندماج فى برامج الراديو خاصة التى تحمل النمط الدرامى .
- ٤ - توصيف آلية تفاعل المستمعين مع برامج الإذاعة المصرية عبر الفيس بوك برنامج "ع القهوة" نموذجاً .

٥ - مناقشة التحديات والفرص التي تواجه الراديو وذلك باستخدام تحليل "SWOT" رباعي الأبعاد عن طريق عرض " عوامل القوة ، ونقاط الضعف ، وأبرز التحديات ، والفرص المحتملة " .

### تساؤلات الدراسة :

تسعى الدراسة إلى الإجابة عن بعض التساؤلات التي تمت صياغتها في إطار الأهداف الخاصة بالدراسة والتي تركز أهمها فيما يلي :

أولاً : تساؤلات خاصة بمحتوى البرنامج:

- ١ - ما اسم البرنامج؟
- ٢ - ما دورية البث الخاصة بالبرنامج؟
- ٣ - ما معايير الالتزام بأخلاقيات الإعلامى تقديم المحتوى ؟
- ٤ - ما أهم القضايا التي جاءت فى البرنامج؟
- ٥ - ما الأهداف المرجوة من بث البرنامج ؟
- ٦ - ما أشكال مشاركة الجمهور فى البرنامج؟

ثانياً: تساؤلات حول التحليل البنائى لصفحة البرنامجعلى "فيس بوك":

- ١ - ما شكل صفحة البرنامج على الفيس بوك؟
- ٢ - ما السمات العامة للصفحة ؟
- ٣ - ما أشكال التفاعلية على الصفحة؟

ثالثاً: تساؤلات تتعلق بالاستماع للبرنامجمنذكر منها :

- ١ - ما مدى الاستماع إلى الراديو؟
- ٢ - كم من الوقت تخصصه للاستماع للراديو ؟
- ٣ - ما أكثر المحطات التيستمع إليها جمهور العينة ؟
- ٤ - ما مدى استماع الجمهور لإذاعة نجوم إفام ؟
- ٥ - ما أسباب استماع الجمهور لبرنامج ع القهوة ؟
- ٦ - ما أكثر فقرات برنامج ع القهوة متابعه؟

٧- ما مدى تفاعل الجمهور مع برنامج " ع القهوة " ؟

٨- ما الإشباعات المتحققة من متابعتك للبرنامج ؟

### الإجراءات المنهجية للدراسة :

نوع الدراسة :

دراسة وصفية استهدفت التعرف على ملامح برنامج "ع القهوة" باعتباره البرنامج صاحب أعلى تسجيل للزوار لصفحته الرسمية - على "الفييس بوك"- بين برامج الإذاعة المصرية الأرضية والتي تبث عبر الإنترنت حيث بلغ الإعجاب بالصفحة 1,025,509 مستمع\*.

منهج الدراسة :

اتبعت الدراسة منهج المسح بشقيها الوصف والتحليلي، حيث قامت الباحثة بتحليل مضمون دورتين إذاعيتين من برنامج "ع القهوة"، وكذا إجراء دراسة تحليل بنائي لصفحة البرنامج على الفييس بوك. كما تم إجراء الشق الميداني من الدراسة على عينة عشوائية بسيطة من أعضاء صفحة البرنامج على "الفييس بوك" حيث تم تصميم استبيان إلكتروني وإرساله للسادة مستمعي البرنامج عبر الصفحة الشخصية لكلا منهم .

أدوات الدراسة:

١ - الملاحظة الشخصية:

التي ساهمت فبالاهتمام بموضوع الدراسة ، وبلورة تساؤلاته ، وأهدافه .

٢ - أداة تحليل المضمون:

أشتملت استمارة الاستبيان على الفئات الآتية :

- فئة الشكل وتضمنت "عنوان البرنامج، دورية عرضه، نوع البث، القالب الفني المستخدم، اللغة المستخدمة".

- فئة المضمون وتضمنت "القضايا المثارة، أسلوب معالجة القضايا، مدى مشاركة الجمهور".

\* تاريخ الدخول 2013/3/12.

- استمارة التحليل البنائ للصفحة البرنامج على "الفيس بوك" وتضمنت تحليل العناصر الآتية: بناء الصفحة الإلكترونية، السمات العامة للصفحة، التفاعلية".

٣ - صحيفة استبيان إلكترونية:

تم تصميم أداة استبيان وفقاً لأهداف الدراسة و تم عرضها على مجموعة من السادة المحكمين\* الذين أشاروا بصلاحياتها لتحقيق أهداف البحث .

٤ - تحليل "SWOT" الرباعي والذي تم استخدامه في عرض نتائج الدراسة من خلال أربع محاور " عرض نقاط القوة، والضعف، الفرص والتحديات التي تواجه محطات الراديو " وذلك في ضوء تحليل نتائج الدراسة .

عينة الدراسة :

العينة التحليلية:

قامت الدراسة بتحليل دورتين إذاعتين من برنامج "ع القهوه " وذلك في الفترة من 2013/1/1 وحتى 2013/6/31 بإجراء مسح شامل لجميع حلقات البرنامج المذاعة خلال فترة التحليل وبلغ عددها 32 حلقة، بواقع 96 ساعة .

كما تم إجراء تحليل بنائي ليوميات البرنامج التفاعلية على صفحة الفيس بوك خلال نفس المدة .

\*أسماء السادة المحكمين مرتبة أبجدياً:

- أ.دبسيوني حمادة أستاذ العلاقات العامة كلية الإعلام جامعة القاهرة .

- أ.د. عزة عبد العزيز أستاذ الصحافة بجامعة سوهاج .
- د. حلمى محسب أستاذ الإعلام المساعد جامعة جنوب الوادى .
- د. عبد العزيز السيد عبد العزيز أستاذ الإعلام المساعد جامعة جنوب الوادى .
- د. محمود عبد الغنى أستاذ الإعلام المساعد جامعة سوهاج.

### العينة الميدانية :

اختارت الباحثة صفحة برنامج "ع القهوه" على الفيس بوك والتي بلغ عدد أعضائها أكثر من مليون مستمع لسحب العينة منها بطريقة عشوائية بسيطة، حيث تم إرسال 550 استمارة إلكترونية بشكل عشوائي لعينة من أعضاء الصفحة فى الفترة من 2013/4/1 وحتى 2013/4/30 ما تم استرجاعه والتحقق من سلامته 500 استمارة جاء بيانها كالاتى:

### جدول رقم (1)

#### توصيف عينة الدراسة

النوع	ن	%
ذكور	285	57
إناث	215	43
<b>الإجمالى</b>	<b>500</b>	<b>100</b>
الفئة العمرية	ن	%
من 13 إلى أقل من 15 سنة	98	19,6
من 15 إلى أقل من 20 سنة	201	40,2
من 20 لأقل من 30 سنة	186	37,2%
أكبر من 30 سنة	15	3%
<b>الإجمالى</b>	<b>500</b>	<b>100</b>
مستوى التعليم	ن	%
المرحلة الإعدادية	98	19,6
المرحلة الثانوية	185	37
التعليم الجامعى	180	36
مابعدالجامعى	37	7,3
<b>الإجمالى</b>	<b>500</b>	<b>100</b>

يتضح من خلال الجدول رقم (1) الملاحظات الآتية :

- ارتفاع نسبة الذكور مقارنة بالإناث من حيث الاستماع ومتابعة إذاعة "نجوم إفام" عبر الإنترنت حيث بلغت نسبة الذكور 57%، مقابل 43% للإناث وهو ما يمكن تفسيره فى إطار وجود فروق فى التعامل مع الإنترنت لصالح الذكور مقارنة بالإناث، بالإضافة إلى أن الذكور يميلون بطبعهم لمتابعة قصص الرعب والخيال أكثر من الإناث
- تركزت أعلى فئة عمرية للاستماع للبرنامج فى الفئة العمرية من 15 إلى أقل من 30 سنة بنسبة 77,4% وهو ما يتفق مع النسب العالمية للاستماع لراديو الإنترنت التى

تؤكد أن فئة المراهقين والشباب أكثر إقبالا على الاستماع لتلك الإذاعات وذلك لسهولة تعاملهم مع تكنولوجيا الاتصال الرقمي .  
- جاءت أعلى نسب الاستماع للبرنامج بين طلاب مرحلتى التعليم الثانوى و الجامعى بنسبة 73% وهو ما يعطى دلالة عن طبيعة البرنامج والموضوعات التى يعرضها وطريقة العرض .

#### إجراءات الصدق والثبات:

لقياس صدق الاستمارة تم استخدام أسلوب الصدق الظاهرى face validity من خلال عرض بيانات الاستمارة على مجموعة من المحكمين من أساتذة الإعلام الذين أشاروا بصلاحياتها للتطبيق بعد إعادة تعديل صياغة بعض الفئات وإضافة البعض الآخر ، ولقياس صدق البيانات استخدمت الباحثة أسلوب إعادة الاختبار test – retest على عينة عشوائية من 20 مفردة من حجم العينة وبلغت قيمة معامل الثبات 89% وهى قيمة عالية تشير لثبات المقياس ودقته.



## نتائج الدراسة:

تم استعراض نتائج الدراسة وفقاً لثلاثة محاور جاءت كالتالى:

المحور الأول : نتائج تحليل برنامج ع القهوة :

المحور الثانى: نتائج تحليل صفحة البرنامج على الفيس بوك.

المحور الثالث: نتائج دراسة اتجاهات مستمعى البرنامج .

### إذاعة نجوم إفام:

تعد أول إذاعة مصرية خاصة بدأت بثها عام 2003 من القاهرة من مدينة الإنتاج الإعلامى بالسادس من أكتوبر. وهى إحدى استثمارات شركة جود نيوز، ترأسها شقيقة الإعلامى عماد الدين أديب، لها شعبية كبيرة تكاد تكون الأفضل والأشهر على مستوى مصر والعالم العربى.

يمكن الاستماع لموجات الإذاعة على تردد 100,6 الإذاعة متخصصة فالأغاني الحديثة والبرامج المسلية. (ويكيبيديا الموسوعة الحرة)

تتعدد البرامج التى تبث على المحطة منها برامج (أنا والنجوم وهواك) ، (ع القهوة)،(عيش صباحك )،(من سته الصبح)، (فى السكة) ، (نجوم فى عز الظهر) ،(مزىكتى) ،(عيشها بشكل تانى) ،(قصة نجاح )، (سته فاصلة ميه) ،(شغل عيال) ،(الموقف) .

ويمكن تصنف إذاعة نجوم إفامبأنها راديو إنترنت تقليدى "Radio online" له محطة أرضية ويبث عبر الإنترنت ،من أجل الوصول لقطاعات عريضة من الجمهور المستهدف .

رابط الاستماع للإذاعة على الإنترنت [www.nogoumfmonline.com](http://www.nogoumfmonline.com)

### برنامج "ع القهوة":

برنامج ع القهوة يدور حول كل الموضوعات التى يمكن أن تناقش فالمقاهى،البرنامج يقدمه أحمد يونس أيامالاثنين ،والأربعاء،والخميس ،والجمعة من 12 صباحاً حتى 3 صباحاً.

البرنامج له صفحة رسمية على الفيس بوك تم انشاؤها يوم 2010 /10/11 بلغ إجمالى تسجيلات الإعجاب بها حتى نهاية الدراسة 1,025,505 ،وعدد 88 ألف شخص يتحدثون ويتبادلون التعليقات على فقرات البرنامج عبر الصفحة .

رابط الاستماع لحلقات البرنامج <http://ow.ly/xvEaD>

## • المحور الأول: نتائج تحليل محتوى برنامج "ع القهوة":

تم إجراء الدراسة التحليلية خلال الفترة من 2013/1/1 إلى 2013/6/31 بواقع دورتين إذاعيتين ، عدد 32 حلقة ، بواقع 96 ساعة . وجاءت النتائج كالتالى :

### • فئات الشكل :

١ - عنوان البرنامج:

يعد عنوان البرنامج جزءا من الرسالة الاتصالية ،مما يساعد على تقبلها وبالتالي فهو عنصر جذب للمستمع ،وجاء عنوان برنامج "ع القهوة " جريئاً يربط المستمع بأشهر الأماكن الشعبية شهرة فى التراث الثقافىالمصرى، حيث كانتالقهوةعبارة عن صالونات ثقافية وفكرية وملتقى للشعراء والأدباء والفنانين من مختلف الاتجاهات ، وجاءت فكرة البرنامج لتخاطب الشباب الذى يتواجد بكثرة على الكافيهات رغبة فى تمضية أوقات الفراغ أو الترفيه والتسلية بعد يوم عمل طويل، ولذا فالكلمة لها صدى مقبول لدى هذه الفئة.

حاول معد البرنامج إعادة الصورة الذهنية الرفيعة للقهوهكملتثقافتتنويرى بعد أن تم تشويهههفى بعض الأعمال الدرامية أو فى الواقع بأنه مكان للتدخين واللعب غير المفيد، وذلك بتنوع المعروض من الفقرات فى البرنامج ،كما تم استخدام مصطلحات متوافقة مع عنوان البرنامج،اتخذ البرنامج شعاراً مميزاً " ع القهوة ناس قاعدة تدوق طعم الوطن " فى دلالة عن محتوى البرنامج وما يحمله من أفكار وموضوعات متنوعة تناقش كل ما يهم الشباب .

دورية البرنامج:

البرنامج يذاع أربع مرات أسبوعياً ، أيام الإثنين ،والأربعاء والخميس والجمعة من الساعة 12 وحتى 3 صباحاً،يذاع البرنامج على الهواء مباشرة ولا تعاد الحلقات حيث يكتفى بتحميل رابط الحلقات على صفحة البرنامج على الفيس بوك والحلقات كاملة على اليوتيوب

القوالب الفنية المستخدمة :

البرنامج أقرب إلى نمط المجلة الإذاعية وذلك لتنوع فقراته حيث الأخبار ، والحديث المباشر ،والتحقيقات الإذاعية ،والمنوعات الغنائية ،والدراما ، نموذج المجلة الإذاعية أعطى البرنامج خاصية التنوع والحيوية .

٢ - الفواصل والمؤثرات الصوتية:

تعد الفواصل والمؤثرات الصوتية من الأساليب الحديثة التي لجأت إليها الإذاعة للحفاظ على مكانتها في عصر التكنولوجيا، والمقصود هنا الموسيقى والأغاني، وكذا التنويهات الخاصة بالبرنامج؛ جاءت الفواصل والمؤثرات الصوتية في المرتبة الأولى بنسبة 55% تلاها استخدام الأغاني بنسبة 25% والتي جاءت متنسقة معبرة عن سياق الفقرات والموضوعات التي تطرحها الحلقة، ثم جاء استخدام التنويهات في الترتيب الثالث بنسبة 8% وهي تنويهات خاصة بالإعلان عن فقرات البرنامج الجديدة أو التذكرة بفقرات سابقة. تميزت أغاني البرنامج بالذوق الرفيع وتنوعت ما بين الحديث والقديم.

٣- تتر البرنامج :

حرص البرنامج على تصميم تتر خاص به يحمل شعار البرنامج ويؤكد الأهداف التي يرغب في تحقيقها، "ع القهوة ناس قاعدة تدوق طعم الوطن".

#### • فئات الشكل الخاصة بالقائم بالاتصال:

##### ١- طبيعة القائم بالاتصال:

يقدم برنامج "ع القهوة" أحمد يونس الذي يقوم بتنفيذ البرنامج بأسلوب "One man UNIT" فهو المعد والمقدم والمخرج ومهندس الصوت والميكسر وهذا هو نموذج مذيع الراديو في ظل ظهور أجهزة الاتصال الرقمية الحديثة التي سهلت من أداء العاملين في المحطات الإذاعية وهي نفسها التكنولوجية التأسهمت في انتشار محطات راديو الإنترنت تلك الإذاعات التي يمكن إنتاجها بأبسط الإمكانيات ودون الحاجة لاستديوهات.

أكد التحليل أهمية تحلى المذيع بالمسؤولية الاجتماعية تجاه الجمهور خاصة عندما تكون البرامج على الهواء مباشرة فقد حاول مقدم البرنامج الالتزام بالحياد، والصدق، والإحساس بالجمهور والقدرة على النقد البناء، والإعداد الجيد للحلقات، ومستوى صوت ملائم لطبيعة البرنامج كما تميز مقدم البرنامج بأسلوب جيد مكنه من جذب المستمعين بالأداء السهل المعتدل، وثقافة متنوعة.

##### ٢- ضيوف البرنامج:

أظهر التحليل تنوع ضيوف البرنامج ما بين أساتذة في مجال التربية والتعليم لتقديم مراجعات ختامية لطلاب الثانوية العامة، وخبراء في التنمية البشرية، والشخصيات الدينية، وأصحاب التجارب الناجحة في الحياة مثل الرياضيين والفنانين وغيرهم من المتميزين في المجالات المختلفة، أوضح التحليل نجاح القائم بالاتصال في اختيار ضيوف البرنامج بما يتناسب والفكرة التي يطرحها.

##### ٣- أسلوب التقديم:

أظهر التحليل تميز برنامج "ع القهوة" بتنوع أسلوب التقديم ما بين الحديث المباشر المتمثل في التنويهات الافتتاحية للبرنامج من قبل المقدم وكذا عرض الأخبار، ثم الحوار بين المذيع وضيوف البرنامج، والمواقف الدرامية في فقرة الرعب، وتقارير من

خارج الاستديو ترصد تحركات البرنامج فى فقرة أتوبيس ع القهوهالتي تستهدف تقديم إسهامات خيرية فى المجتمع .

#### ٤ - معايير الالتزام بأخلاقيات الإعلام:

تم الاعتماد على مقياس خماسى لتحديد مدى التزام القائم بالاتصال بأخلاقيات الإعلام وموثيق الشرف الإذاعية فى تناوله للمضمون المقدم فى البرنامج ، وذلك من حيث مدى الالتزام بالموضوعية ، والحياد ، وعدم بث معلومات تحض على الكراهية أو ازدراء الأديان عدم السب والقذف ، احترام خصوصية الأفراد ، أظهر التحليل التزام القائم بالاتصال بالمعايير والأخلاقيات المهنية وتمثلت أعلى القيم فى ؛ الموضوعية فى مناقشة القضايا العامة ، عدم تناول معلومات مجهولة المصدر ، الالتزام اللغوى وعدم استخدام ألفاظ خارجة عدم الإساءة لشخص أو مؤسسة والحرص على مناقشة القضايا التى تهتم جمهور الشباب ، لوحظ حرص البرنامج على التعامل مع الأحداث السياسية خلال فترة التحليل بأسلوبى الإسقاط اللغوى غير المباشر أو طريقة السؤال الذى يطرح على الشباب فى الحلقة وإنزاله على صفحة البرنامج وإعلان نتيجة التصويت مثل سؤال تم توجيهه فى حلقة يوم 24 يناير 2013 "بكره 25 يناير هتعملإيه؟" وتم طرح أربع بدائل للشباب للاختيار بينهم هم " مش نازل لأنى غير مقتنع، هنزل اكمل ثورتنا، مشحززلأن البيت منعى ،هقضيهافرجة، هنزل اطلب رحيل النظام" جمع هذا السؤال 148 إجاب ، و1008 تعليق.

ثالثاً: فئات المضمون :

- أظهر التحليل أكثر الموضوعات التى حرص البرنامج على تناولها خلال فترة الدراسة وتمثلت فى :موضوع التنمية البشرية فى الترتيب الأول من حيث الاهتمام والمناقشة بنسبة 86% ، تلاها دعوة الشباب للعمل الاجتماعى من خلال جولات أتوبيس "ع القهوه " بنسبة 30% واستهدفت الدعوة حس الشباب للمشاركة فخدمة المجتمع فتتنوعت زيارتهم لدور المسنين، والأيتام، وحملات التبرع بالدم، وإعداد شطرمضان ،ولقى هذا النشاط إقبالا كبيراً من مستمعى البرنامج حيث تم إعداد صفحة خاصة لأصدقاء أتوبيس ع القهوه تجاوز عدد أصدقائها 140 ألف مستمع ،تلاها الموضوعات الدينية بنسبة 19% حيث حرص البرنامج على استضافة شباب الدعاة الذين يحظون بقبول لدى الشباب فى المناسبات الدينية المختلفة مثل الاحتفال بالمولد النبوى الشريف ،الاستعداد لاستقبال شهر رمضان، والحديث عن الإسلام المتجدد ،تلى ذلك قضايا التعليم حيث اهتم البرنامج خلال فترة التحليل بطلاب الثانوية العامة وعرض مراجعات لهم من قبل أساتذته متخصصين .وجاء تمثيل القضايا التعليمية بنسبة 6% .وجاء الحديث السياسى ليتمثل أدنى تمثيل فى الموضوعات المطروحة خلال فترة التحليل بنسبة 1% . وذلك فى إطار حرص البرنامج على تجنب الحديث السياسى وما يمثله من صخب وتشويش ،كما عكس حالة الفنون التى بدأ يشعر بها الشباب تجاة الفعل السياسى مصر بعد ثورة يناير وتداعياتها. من هنا اهتم البرنامج بالحديث عن

تنمية الشباب ودفعهم للتغيير المبني على تنمية الثقافة وهذا في إطار مادة برامجية شبابية تحمل الجد والهزل والتشويق والإثارة .

#### ● التنوع في البرنامج :

المقصود بالتنوع في البرنامج أي الاهتمام بعرض مجموعة مختلفة من القضايا والموضوعات التي تهم المستمعين ، أشار التحليل إلى غلبة الاهتمام بالموضوعات ذات الطابع التنموي ومعالجة البعد النفسي فيما يخص إشكاليات الشباب ، اهتم البرنامج بتقديم الترفيه والمتعة للشباب حتى يخفف من ضغوط الحياة اليومية لديهم ، وابتعد عن المناقشات السياسية ، اهتم بالحديث الديني الذي يتناول الإسلام السمح والدين المعاملة اعتمد البرنامج في هذه الأحاديث على جيل الدعاة الجدد الذين يتميزون بالقرب من جيل الشباب .

#### ● أسلوب معالجة القضايا:

أظهر التحليل تنوع الأساليب المستخدمة فعرض ومناقشة القضايا ؛ ما بين "الحوار والمناقشة، وتقديم الحقائق ، وعرض وتبني الأفكار المستحدثة، أظهر التحليل غلبة أسلوب العرض والمناقشة على البرنامج وذلك من خلال فقرة الأخبار التي تأتي في مقدمة الحلقة وتعليق المذيع ، وكذلك عند طرح إحدى القضايا واستضافة أحد المتخصصين للمناقشة يميل البرنامج لعرض كافة وجهات النظر المتعلقة بالموضوع في حوار يغلب عليه الموضوعية والحياد .

#### ● مدى مشاركة الجمهور التفاعلية:

أظهر التحليل ارتفاع مستوى التفاعلية من قبل مستمعي البرنامج وذلك بفضل ما أتاحه البرنامج لهم من وسائل التفاعلية مثل "صفحة البرنامج على الفيس بوك، والتعليق على موقع البرنامج، والرسائل القصيرة SMS ، والبريد الإلكتروني، والاتصالات الهاتفية ، يعد تفاعلية البرنامج مع الجمهور عبر الفيس من أفضل وسائل التواصل حيث وصل معدل الإعجاب بالصفحة خلال فترة التحليل 1,025,505 ، ومن يتبادلون الحديث بصورة نشطة على كل ما يدور في البرنامج وصل إلى 88 ألف مستمع ، وهو البرنامج الأول على مستوى الإذاعة المصرية والعربية من حيث كثافة المتابعة والتفاعلية مع الجمهور.

#### ● المحور الثاني: نتائج تحليل صفحة البرنامج على الفيس بوك :

تضمن تحليلاً كفيلاً لصفحة البرنامج على الفيس بوك خلال فترة التحليل من 2013/1/1 وحتى 2013/6/31 وتضمن التحليل النقاط الآتية :

١ - بناء الصفحة على الفيس بوك.

٢ - السمات العامة لمضمون الصفحة .

### ٣ - التفاعلية.

#### ١ - بناء الصفحة على الفيس بوك:

يعد بناء الصفحة الإلكترونية للبرنامج الإذاعي من العوامل التي تساعد على تفاعلية البرنامج مع الجمهور المستهدف، وتحقق له رؤية واضحة، ولقد تناولنا هذا المحور من خلال مجموعة من العناصر هي :

#### • تصميم الصفحة :

- صفحة تقليدية على الفيس بوك بشكله الحديث، تحتوى مقدمة الصفحة على "Banner" بجوار لوجو يحمل اسم البرنامج "ع القهوة" .
  - يمتاز لوجو البرنامج بالدمج بين البساطة وهدوء الألوان وتناسقها، حيث اعتمد على الدمج بين درجات ألوان البنى للأرضية والكتابة باللون الأسود الرفيع ، وتم كتابة اسم البرنامج فى إطار باللون الأسود، عبرت اللوحة عن اسم البرنامج حيث تم تصميم صور تعبر عنمضمون البرنامج مثل الطاولة، والضمنو، وشرائطالكاسيت، و عملات نقدية ورقية ومعدنية .
  - كتب أسفل ال "Banner" شعار البرنامج "ع القهوة ناس قاعدة تدوق طعم الوطن".
  - تحتوى الصفحة على تنويهاات لحلقة البرنامج الجديدة ، وكذا روابط تحميل الحلقات السابقة ، فيديوهات لل فقرات المميزة خاصة المتعلقة بالنجوم ، صور لجولات فقرة أتوبيس ع القهوة الذى قام بزيارات ميدانية للأيتام ، ودور المسنين ، وحملات التبرع بالدم ، وزيارات لبعض أسر الشهداء ، ورسوم جرافيكس.
  - الصور فى صفحة البرنامج إما منفردة أو سلسلة من الصور تقع تحت عناوانات بارزة فى داخل مربعات كبيرة لا يصحبها تعليق من أدمن الصفحة ، ولكنها تحظى بعشرات أومئات التعليقات من المستمعين .
  - تضم الصفحة وصلات إلى كافة الفيديوهات والأنشطة التييقوم بها البرنامج .
  - يعتمد البرنامج فى بثه المباشر على برنامج "Real player" وهو أحد أشهر البرامج الصوتية التي يجب توافرها على الحاسب الشخصى للمستمع من أجل الاستماع المباشر للبرنامج .
  - لا توجد إعلانات داخل الصفحة .
  - آلية التصفح ، وسرعة التنزيل :
  - تمتاز صفحة البرنامج على الفيس بوك بسهولة التصفح وسرعة الوصول إلى محتوياتها لوجود وصلات لكافة الخدمات التي تقدمها مما يسهل عملية التصفح ويجعلها شيقة للزائر .
  - على الرغم من حالة الزخم التي تحفل بها الصفحة من صور وفيديوهات ، وأخبار ، إلا أن سرعة تنزيل الصفحة ممتازة وسريعة .
- ٢ - السمات العامة لمضمون الصفحة على "الفيس بوك":

قامت الباحثة بتحليل مضمون صفحة برنامج "ع القهوه" للتعرف على نوعية المعلومات التي ركز عليها المضمون الاتصالي، ومدى حدايتها والأرشيف الإذاعي، ولغة البث، وتم تناول المحور من خلال العناصر الآتية :

● الأرشيف الإلكتروني :

يوجد أرشيف إلكتروني للصفحة ، يحوى نشاط البرنامج لخمس سنوات سابقة ، مما يساعد كل مستمع جديد للبرنامج أن يتعرف على سمات البرنامج وأنشطته المختلفة والاستماع للحلقات السابقة .

● لغة الصفحة :

اللغة العامية هي اللغة المميزة للكتابة في الصفحة ، فمثلا فيما يخص أدمن الصفحة يتم إنزال الاسكريبت الخاص بالبرنامج أى ما يذاع على الهواء فنسمع كلمات " القهوه عليها النهاردة ، الترييزات ، يلا يا قهوجيه ، الحساب علينا " وهكذا فيما يخص تعليقات أصدقاء البرنامج كانت اللغة العامية الدارجة المميزة لسن المراهقين والشباب المتابعين للبرنامج.

● الآنية :

يتم تحديث الصفحة على مدار اليوم وذلك بإنزال التنويهات الخاصة بالحلقات الجديدة تحميل فقرات البرنامج أول بأول ،نشاطات البرنامج وجولاته الخارجية ،ونشر " أقوال مأثورة ،وحكم ،وصور " وغير ذلك مما يجعل الصفحة متجددة وملاحقة للمستمعين طوال الوقت ،هذا بالإضافة لحالة التفاعلية المستمرة بين أصدقاء البرنامج الشغوفين بمتابعة فقراته والتواصل مع أدمن الصفحة للتعليق على الحلقات بشكل أنى خاصة فقرة الرعب .

٣ - التفاعلية:

أشارت نتائج الدراسة التحليلية لصفحة البرنامج على الفيس بوك إلى ارتفاع درجة التفاعلية داخل الصفحة واتخذ ذلك عدة أشكال :

- أتاحت الصفحة للمستخدمين الكتابة والتعليق على كافة الأخبار والفقرات المحملة على الصفحة .
- فقرة قولها بصوتك ،ويتضح من اسمها انها دعوة للمستمعين لتسجيل رسائل صوتية في المناسبات المختلفة وتحميلها على رابط البرنامج لإذاعتها في الحلقات .
- فقرة أتوبيس ع القهوه ،التي تعتمد على فكرة استخدام تفاعلية الصفحة من حيث الدعوة لرحلات الأتوبيس المختلفة من خلال صفحة متخصصة لأصدقاء هذه الفقرة يتم فيها نشر أنشطة الأتوبيس وصوره ورحلاته وتتولى التنسيق بين أعضاء الصفحة ودعوتهم للمشاركة فأنشطته المختلفة .
- احكوا يا قهوجيه ،تدعو هذه الفقرة مستمعي البرنامج للاشتراك والتفاعلية في إعداد فقرة الرعب ،وذلك بإرسال القصص التي تصلح للإذاعة فهذه الفقرة وتسجل هذه الفقرة أعلى درجات التفاعلية حيث يصل الإعجاب بها إلى أكثر من 30 ألف إعجاب ويعلق عليها أكثر من 4 آلاف مستمع.

ثالثاً : نتائج خاصة بمستمعي البرنامج :

١ - كثافة استماع العينة للراديو:

جدول رقم(2) كثافة الاستماع للراديو

كثافة الاستماع	ك	%
اقل من ساعة	130	26,8
من ساعة لأقل من ساعتين	65	13,4
اكثر من ساعتين	90	18,55
حسب الظروف	200	41,23
المجموع	485	100

يتضح من خلال جدول ( 2 ) أن كثافة الاستماع للراديو تأتي وفقاً للظروف أى الوقت المتاح للعينة وكذا الاهتمام الشخصي بما يذاع فنرى أن الاستماع حسب الظروفياتنفي الترتيب الأول يليه الاستماع أقل من ساعة ، مما نستنتج منه أن كثافة الاستماع للراديو متوسطة وترتبط بحالة المستمع وارتباطه بمحطة إذاعية أو برنامج معين ، كما أفاد معظم العينة بأنها تستمع للراديو فى أثناء انجاز بعض الاعمال على الكمبيوتر ، أو فى أثناء مطالعة بعض المواقع على شبكة الإنترنت .

2- أسباب استماع العينة للمحطات الإذاعية :

جدول رقم (3) يوضح توزيع العينة وفقاً لأسباب الاستماع للراديو

أسباب الاستماع للراديو	ك	%
- للشعور بالراحة والاسترخاء	202	8,75
- لتقضية وقت الفراغ	80	3,46
- تسلينى اثناء العمل على الكمبيوتر .	330	14,31
- بحكم العادة .	55	2,38
- مناقشة برامجها مع الآخرين.	185	8,02
-أعرف معلومات وأفكار جديدة .	230	9,97
-تزيد معلوماتى الثقافية .	125	5,45



7,80	180	- التسلية والترفيه.
4,77	110	-برامج التلفزيون مملة .
10,40	240	-لأن أصدقائي يتابعونها
13,05	301	-تثير لدى الاحساس بالتخيل والمغامرة .
3,81	88	-أحب أفكار البرامج المتجددة .
7,80	180	-استمتع اثناء ممارستي للرياضة .
100	2306	الإجمالي

يتضح من خلال الجدول أهم أسباب استماع العينة للراديو والتي تمثلت على التوالي: التسلية أثناء العمل على الكمبيوتر الاستماع للراديو يثير لديهم الإحساس بالتخيل والمغامرة ، المتابعة مع الأصدقاء ، التعرف على معلومات وأفكار جديدة ،الشعور بالراحة والاسترخاء مناقشة الأفكار التي تذاغ مع الأصدقاء ،التسلية والترفيه ، الاستماع للراديو أثناء ممارسة التمارين الرياضية ، برامج الراديو تزيد المعلومات الثقافية، وأخيراً جاء الاستماع للراديو كون أفكار البرامج المذاعة جديدة ومبتكرة.

يتضح من خلال قراءة تلك الأسباب تنوعها : فمنها الأسباب الطقوسية مثل التسلية ،والتخيل والشعور بالراحة والاسترخاء ،ومنها أسباب نفعية مثل تزويد المستمعين بالمعلومات الثقافية والاجتماعية ،ومناقشة مشكلاتهم حيث يشعر المستمعين بالقرب من تلك الإذاعات خاصة تلك التي تتسم بالطابع الشبابي وتتميز بالتححرر من قيود الإذاعات الحكومية وتتفق تلك النتيجة مع ما أكدته عدة دراسات من أن أهم أسباب متابعة الشباب للراديو تمثلت في كونه يساعد في الحصول على الأفكار والمعلومات الجديدة ،التسلية ،الاسترخاء .

3-أهم إذاعات الإنترنت التي يفضل العينة الاستماع إليها :

جدول رقم (4) أكثر المحطات التي يستمع إليها المبحوثين

المحطات الإذاعية	ك	%
البرنامج العام	12	1,1
الشباب والرياضة	259	23,8
نجوم إفام	480	44
القرآن الكريم	89	8,2
راديو مصر	92	8,5
راديو حريتنا	102	9,4
أخرى تذكر	55	5
الإجمالي	1089	100

توضح بيانات الجدول رقم (4) أكثر المحطات الإذاعية التي يستمع إليها جمهور العينة وهى، نجوم إفام، تلاها إذاعة الشباب والرياضة، ثم إذاعة حريتنا، ورايو مصر، تلاها إذاعة القرآن الكريم، وهو ما يتفق مع ما أكدته دراسة (أحمد فاروق، 2005) من ارتفاع الاستماع لإذاعة نجوم إفام بين فئة الشباب، ثم جاءت فئة أخرى تذكر وشملت إذاعات "بنات وبس، راديو 6 ابريل، رحاب إفام، دياب إفام" وحظيت إذاعة البرنامج العام بأقل نسب استماع، يتضح من خلال تلك القراءة أن أكثر الإذاعات التي حظيت بكثافة الاستماع الإذاعات الترفيهية التي تهتم بالرياضة والموسيقى الحديثة والبرامج الخفيفة ذات الإيقاع السريع، والضيوف ذات الأعمار الصغيرة وهو ما يميز إذاعتى الشباب والرياضة ونجوم إفام فى الوقت نفسه نلاحظ انخفاض الاهتمام بالاستماع لإذاعة البرنامج العام أقدم الإذاعات المصرية والعربية وهو ما يمكن تفسيره، فى إطار عدم التجديد فى شكل البرامج والمحتوى من قبل القائم بالاتصال فى الإذاعة، حيث لا تزال الصوت الرسمى للدولة وليس لديها هامش من الحرية للنقد والمتابعة الجريئة للأحداث، كما نلاحظ اهتمام العينة بالاستماع لإذاعات الإنترنت ذات الطابع الترفيهي الغنائى مثل راديو مصر ورايو حريتنا وكلها إذاعات شابة غير تقليدية من حيث الأفكار والتنفيذ وشباب المرسلين الذين ينقلون الأحداث من الشارع ويعملون بطريقة المواطن المذيع الكل يساهم بصوته فى نقل الحدث وهو ما دفع الشباب لمتابعتها حيث يجدون أنفسهم ممثلين فى تلك الإذاعات سواء بشخصهم أو أفكارهم .

4-كثافة استماع العينة لإذاعة نجوم إف إم:

#### الاستماع لإذاعة نجوم إفامجدول رقم (5)

معدل الاستماع	ك	%
دائما	168	34,6
أحيانا	317	65,4
لا	-	-
الإجمالى	485	100

يوضح الجدول رقم (5) كثافة متابعة العينة لإذاعة "نجوم إفام" ذات الطابع الترفيهي وهو ما يمكن تفسيره فى إطار أن تلك الإذاعة هالأولى الخاصة فى مصر تقدم برامج ذات طابع سريع يتماشى وسمعة الإعلام الجديد، استخدمت المحطة كل أشكال التفاعلية التي أتاحتها الإنترنت، من تخصيص رابط للاستماع للمحطة عبر الإنترنت، وتصميم صفحة لها على الفيس بوك، وصفحات منفصلة لكل برنامج على حدة، وكذا تحميل الحلقات كاملة على اليوتيوب، وإتاحة التواصل مع البرامج فى الإذاعة عبر الرسائل القصيرة، البريد الإلكتروني، الاستعانة بتلك

الوسائل جعلها الإذاعة الأولى في مصر والوطن العربي من حيث المتابعة وحصلت صفحتها على الفيس بوك على أكثر من 3,791,585 مليون إعجاب وعدد التعليقات 29,348 تعليقة على أخبار الإذاعة وبرامجها .

5- أكثر البرامج متابعة من قبل العينة في إذاعة نجوم إف إم :

أكثر البرامج متابعة في إذاعة نجوم إف إم جدول رقم (6)

البرامج	ك	%
أنا والنجوم وهواك	230	28,7
ع القهوة	480	60,1
عيش صباحك	12	1,5
في السكة	15	1,9
سته فاصلة ميه	62	7,8
الإجمالي	799	100

يوضح الجدول أكثر برامج إذاعة "نجوم إف إم" متابعة من قبل العينة تمثلت في؛ برنامج "ع القهوة " لمعده ومقدمه أحمد يونس بنسبة 60,1% وهو برنامج شبابتر فيهي، تلاه برنامج أنا والنجوم وهواك ل "أسامة منير " الذي ينتمي إلى نوعية برامج الإفضاء حيث يتصل المستمعين للتحدث مع مذيع البرنامج في تسريه عن همومهم وعرض مشاكلهم الشخصية فيما يشبه الفضفضة الشخصية، تلاه برنامج سته فاصلة ميه وتلك كانت أكثر البرامج متابعة من قبل العينة، ومن خلال المتابعة اتضح تميز هذه البرامج بسرة الإيقاع وتناول الموضوعات الخفيفة وعدم التطرق للحديث السياسي إلا قليلاً وهو ما دفع الشباب للانسجام مع تلك البرامج والتفاعل معها .

6- توزيع كثافة متابعة العينة للبرنامج على مدار الأسبوع :

جدول رقم (7) كثافة متابعة برنامج ع القهوة

كثافة المتابعة	ك	%
الاثنين	468	35,4
الأربعاء	228	17,3
الخميس	233	17,7
الجمعة	190	14,4

كل الأيام	200	15,2
الإجمالي	1319	100

اتضح من قراءة الجدول متابعة العينة لبرنامج " ع القهوة " طوال أيام الأسبوع بشكل متفاوت ، جاء يوم الاثنين الأعلى من حيث كثافة المتابعة بنسبة 35,4% وهو اليوم المخصص لإذاعة فقرة الرعب التي تميز البرنامج التي تبدأ إذا انتهت تمام الثانية فجرأ وتحصل على نسبة استماع مرتفعة ويبدو هذا من خلال تسجيل الإعجاب الفوري على الفقرة أثناء الإذاعة على صفحة البرنامج على الفيس بوك ، وأكثرها مناقشة من قبل أصدقاء صفحة البرنامج .

٧ - وسائل استماع العينة للبرنامج :

جدول رقم (8) وسائل الاستماع للبرنامج

طرق الاستماع للبرنامج	ك	%
عبر الإنترنت	195	35,3
عبر التليفون المحمول	143	26
عبر الراديو فى المنزل	160	29
فى راديو السيارة	54	9,7
الإجمالي	552	100

توضح بيانات الجدول رقم ( 8 ) وسائل استماع العينة للبرنامج وتمثلت فى : الإنترنت بنسبة 35,3% ، تلاها الاستماع للبرنامج عبر الراديو من خلال متابعة موجة البرنامج على 100,6 ثم من خلال التليفون المحمول ، وأخيراً عبر راديو السيارة ، نلاحظ اهتمام الشباب بمتابعة البرنامج من خلال الإنترنت عبر الحاسب الشخصى الذى يمكن الفرد من الاستماع والقيام بالعمل على الحاسوب مثل الكتابة أو الاستذكار أو التواصل مع الأصدقاء عبر الفيس بوك أيضا مكنت خدمة تحميل البرنامج على اليوتيوب الاستماع لهفى الوقت المتاح لهم فى حال عدم تمكنهم الاستماع إليه على الهواء ، خاصة فقرة الرعب أيضا الاستماع عبر التليفونات الذكية ، وجاء الاستماع عبر راديو السيارة أخيراً نظراً لموعد البرنامج المتأخر حيث يذاع من 12 مساء وحتى 3 صباحاً وهو وقت غالباً ما يكون الفرد متواجداً فيهى منزله ، وهذا أحد مبررات نجاح البرنامج أن الاستماع إليه لا يتم بصورة عرضية ولكن الشخص الذى ينتظر حتى 12 مساءً ويتوجه للراديو إذاً هو يستهدف البرنامج ويرغب فى متابعته.

8- ظروف استماع العينة للبرنامج :

جدول رقم (9) مع من تستمع للبرنامج

الاستماع للبرنامج	ك	%
استمع لوحدي	444	91,5
استمع له مع أسرتي	41	8,5
الإجمالي	485	100

يتضح من خلال الجدول ارتفاع نسبة الاستماع للبرنامج بشكل منفرد بنسبة 91,5% حيث يفضل مستمعو البرنامج الاستماع له في غرفهم الشخصية لمعايشة الجو النفسى الذى يخلقه البرنامج خاصة فقرة الرعب .

9-أسباب متابعة العينة لبرنامج " عالقوه " :

جدول رقم (10) أسباب متابعة برنامج " ع القهوه "

أسباب متابعة البرنامج	ك	%
فكرة البرنامج جديدة	216	20
فقراته متنوعة	89	8,2
أحب مذيع البرنامج	301	28
تعجبنى فقرة الرعب	476	43,8
الإجمالي	1082	100

يوضح جدول رقم (10) أهم أسباب متابعة برنامج " ع القهوه " تمثلت فى :فقرة الرعب ، تلاها شخصية المذيع وتمتعه بمهارات عالية للتواصل عبر الأثير ،وحداثة فكرة البرنامج وتميزها بالحيوية وتنوع الفقرات التى يقدمها مابينالجديه والترفيه.

10-أهم فقرات البرنامج من حيث متابعة العينة :

جدول رقم (11)أكثر فقرات البرنامج متابعة

فقرات البرنامج	ك	%
فقرة قصة الرعب	460	38,3

17	203	أتوبيس ع القهوة
8,5	102	الحلم
8,5	102	قولها بصوتك
7,7	93	كتالوج الشعب
7,4	89	فتاوى القهاوى
7.2	86	القهوة و ناسها
5,4	66	ستاندأب كوميدى
100	1201	الإجمالى

يوضح جدول رقم ( 11 ) أكثر الفقرات متابعه فى برنامج ع القهو هجاءت مرتبة كالاتى: فقرة قصة الرعب ، يليها أتوبيس ع القهوة ، ثم فقرتا الحلم ، و قولها بصوتك ، ثم كتالوج الشعب ، ثم فتاوى القهاوى ، تلاها كل من فقرتاالقهوه وناسها ، وستاندأب كوميدى ، نلحظ من خلال هذه القراءة تفوق فقرة الرعب من حيث المتابعة من قبل جمهور العينة وهو ما وضح من خلال ارتفاع متابعة البرنامج يوم الإثنين وذلك بنسبة 35,4% من جمهور العينة حيث حصلت هذه الفقرة على أعلى نسبة تعليق ومناقشة من قبل جمهور صفحة البرنامج ، ثم جاءت فقرة أتوبيس ع القهو هوالتى تقوم على فكرةالتفاعل ، ودعوة للمشاركة من قبل البرنامج للعمل الجماعىوالخدمى المجتمع مثل القيام بحملات تبرع بالدم ، وزيارة دور المسنينوالأيتام ،... الخ وحرص أصدقاء البرنامج على إنشاء صفحة خاصة بهذه الفقرة وذلك للتنسيق لأى من رحلات الأتوبيس وترتيب اللقاءات بين المستمعين الراغبين فى الاشتراك بهذه الأنشطة الخدمية التى يتبناها البرنامج بلغ عدد أصدقاء صفحةأتوبيس ع القهوة ما يزيد عن 140 ألف إعجاب\*وعدد المتناقشين والمعلقين على الأنشطة ما يزيد عن 34 ألف متناقش على الصفحة، تلا ذلك فقرتا الحلم ،وقولها بصوتك وهما من الفقرات التنتتم عن تفاعلية الجمهورالتى تتم بناء على إسهامات المستمعين؛ ففى فقرة الحلم يناقش البرنامج بعض الأحلام التى يرسلها المستمعون عن طريق أحد أساتذة علم النفس الذى يحاول تفسير تلك الأحلام ، وكذلك فقرة قولها بصوتك التى تسمح بتواجد المستمعين فالبرنامج بأصواتهم ودون تدخل من معد البرنامج فمثلاً فى عيد الأم يسمح للمستمعين بتسجيل رسائل تهنئة للأمهات كل مستمع بصوته ، وهكذا فى مختلف المناسبات يسجل المستمع رسالته ويتم إيداعها البريد الصوتى للبرنامج ويتم إذاعتها كما هى دون تدخل من البرنامج ، ولو حظ أنه مع حرص القائم بالاتصال فى البرنامج بعدم التدخل فى تلك الفقرة إلا إنه لم نسجل خلال فترة التحليل أى رساله خارجة عن الأخلاق أو مبتذلة وفى هذا دلالة على حرص القائم بالاتصال على الحفاظ على الالتزام المهنىوالأخلاقى تجاه الجمهور وتجاه الرسالة الإعلامية التى يؤديها.

## 11- دوافع متابعة فقرة الرعب فى البرنامج :

جدول رقم (12) أسباب متابعة فقرة الرعب

أسباب المتابعة	ك	%
جاذبية مذيع البرنامج وطريقته الشيقة	280	20,7
غير تقليدى العرض	230	16,9
حب الإثارة	220	16,2
أسمعتها لأتعلم كيف اخيف من حولى	160	11,9
أخرج ما بداخلى من مشاعر سلبية	132	9,7
للتخلص من الملل	115	8,5
مشوقة	100	7,4
الإجمالى	1355	100

أكد 20,7 % من جمهور العينة أن شخصية القائم بالاتصال فى البرنامج ومهارته الشخصية فى الإعداد والتقديم من أهم أسباب انجذابهم لفقرة الرعب ومتابعتها بشغف ، تلاها الأفكار المبتكرة للقصص وتنوعها، ثم جاءت الإشباعات النفسية فى الترتيب الثانى من حيث حب المستمعين للإثارة ، وورغبتهم فى المعرفة من أجل إخافة الآخرين ، وكذا لإخراج المشاعر السلبية والإحباط ، وللتخلص من الملل ؛ يمكن تفسير هذه الدوافع النفسية للاستماع لفقرة الرعب فى إطار الظروف السياسية والاقتصادية وحالة الفراغ التى يمر بها الشباب هذه الظروف ألقت بظلالها على الشباب الذى بدأ الانسحاب من متابعة كثير من الأحداث السياسية فى المجتمع وبدأ يبحث عن سبل للهروب من الواقع وذلك عن طريق التفاعل مع فقرة الرعب.

## 12-مدى اهتمام العينة بمناقشة محتوى البرنامج :

جدول رقم (13) مدى مناقشة فقرات البرنامج

مدى المناقشة	ك	%
دائما	115	23,7
أحيانا	202	41,6

34,6	168	لا
100	485	الإجمالي

يوضح الجدول السابق كثافة الاهتمام بمناقشة قصص الرعب الدرامية التي تتسم بها العينة وذلك بنسبه 41,6 % لفئة أحيانا ، و 23,7 % لفئة دائما فهم لا يستمعون فقط ولكنهم يناقشون ما يسمعون واتخذ ذلك عدة أشكال ، حيث تبدأ التفاعلية مع القصة منذ اللحظات الأولى أثناء التتويهي على الفقرة فتبدأ عملية المشاركة على الصفحة للخبر واسم القصة التي تصل لأكثر من 1500 مشاركة ، وأثناء إذاعة الحلقة على الهواء مباشرة تتم مشاركة للأحداث بين المتحاورين على الصفحة الرسمية للبرنامج من خلال التعليق على الأحداث بشكل فوري والتواصل مع يونس مقدم البرنامج سواء بالثناء عليه وتشجيعه ومناقشة أحداث القصة أو تكرارها ، والتعليق على المحتوى المقدم بالنقد المبني على رؤية المستمع الشخصية وهكذا يظل الحوار بين أصدقاء الصفحة طوال عرض البرنامج ، ويأتي التفاعل الشخصي المباشر بين الأصدقاء سواء عبر التليفون أو عند اللقاء يناقشون ويتداولون القصة بينهم ويضعون سيناريوهات متوقعة للمتبقى من القصة خاصة إذا كانت تحمل جزءاً آخر . في حين أظهر 34,6 % عدم الاهتمام بمناقشة ما يسمعون من قصص في البرنامج وأنهم يكتفون بالاستماع والترفيه عن أنفسهم ، وفي هذا دلالة على أن البعض يستمتع من أجل قضاء وقت الفراغ والخروج من ضغوط العمل بعد يوم عمل طويل .

### 13- طرق التفاعل مع البرنامج :

#### جدول رقم (14) وسائل التفاعل مع البرنامج

وسائل التفاعل مع البرنامج	ك	%
عبر الفيس بوك	465	70,3
عبر البريد الإلكتروني	101	15,5
عبر ال SMS	62	9,3
عبر التليفون	33	4,9
الإجمالي	661	100

توضح بيانات الجدول رقم ( 14 ) أهم وسائل التفاعل مع برنامج " ع القهوة " وجاءت كالتالي عبر الفيس بوك وجاءت بنسبة 70,3 % ، ومن خلال البريد الإلكتروني بنسبة 15,5 % ، ثم عبر ال SMS بنسبة 9,3 % ، ثم التفاعل من خلال التليفون بنسبة 4,9 % . يتضح من خلال تلك القراءة الدور الفعال للتواصل عبر الفيس بوك الذي أتاح درجة عالية من التفاعلية والإحساس



بالمشاركة الفاعلة والآنية من قبل المستمعين في فقرات البرنامج والحصول على رد الفعل الفوري من الطرفين المرسل والمستقبل وهو ما زاد من شعبية البرنامج لدى قطاع عريض من المستمعين، الذين يتبنون آلية التفاعل عبر الفيس بوك ، والذي يراه الكثيرون الوسيلة الأقرب شبيهاً للراديو فكلاهما يلعب فيه الخيال دوراً كبيراً في رسم صور الأحداث والأشخاص وتصور ردود الأفعال وهو ما قد يفسر الإقبال من قبل مستمعي الراديو على التواصل مع برامجه عبر الفيس بوك.

#### 14-الإشباعات المترتبة على استماع العينة للبرنامج:

جدول رقم (15) أهم الإشباعات المترتبة عن الاستماع للبرنامج

أهم الإشباعات المتحققة	ك	%
الإثارة	301	35,9
الخوف	215	25,6
أعرف معلومات جديدة	125	14,9
الرغبة فبالعمل الجماعي	103	12,3
التسلية والترفيه	63	7,50
الشعور بالسعادة	32	3,8
الإجمالي	839	100

يوضح جدول رقم (15) أهم الإشباعات المتحققة من الاستماع للبرنامج؛ الإثارة والهروب من الواقع، تلاها الرغبة في معرفة معلومات جديدة ، ثم الدعوة للعمل التطوعي، وأخيراً جاء الإحساس بالمتعة والترفيه ؛ من الملاحظ أن إشباعات المضمون مثل حب الإثارة والهروب من الواقع كانت من أهم الإشباعات التي يوفرها الاستماع للبرنامج ، وهو ما يمكن تفسيره في إطار طبيعة المرحلة العمرية التي تستمع للبرنامج والتي تميل إلى حب الغموض فالعفاريت والشخصيات الافتراضية الخرافية غالباً ما تثير اهتمام فئة المراهقين والشباب حيث يرون في مثل هذه القصص نوعاً من الترفيه وعدم إعمال العقل في محاولة للهروب من واقع تعليمي مجتمعي يتميز بالصعوبة والتوتر طوال الوقت.

#### مناقشة نتائج الدراسة :

إعتمدت الباحثة في عرضها للنتائج العامة علي أن تقدم تحليلاً رباعياً قائم علي أربعة محاور أساسية(عوامل القوة، نقاط الضعف، أبرز التحديات،الفرص المحتملة) ، والتي يمكن من خلالها تقييم تجربة برنامج عالقوه كنموذج استطاع تحقيق نسبة استماع وتفاعلية من قبل جمهور يتميز

بسعة تطلعاته وسرعة الحركة والجنوح الدائم للتجديد فى الأفكار والآراء فى محاولة للخروج برؤية للفرص المتاحة أمام القائمين على الراديو للاستفادة من الإمكانيات الهائلة التى باتت متاحة أمامه للمشاركة فى خلق وسائل متنوعة من الاتصال مع الآخر بتقنيات عالية وتكاليف قليلة.

أولاً : نقاط القوة الخاصة بالمحتوى المقدم فى البرنامج :

- ١ - عنوان البرنامج "عالمهوه" غير تلقيدى وكذلك عناوين الفقرات والكلمات المستخدمة فى التقديم مستوحاه من القهوه المصرية مثل افتتاح البرنامج ب يا قهوجيه ، الترابيزاتالنهاردة، المشاريب علينا ، شطبنا فى تنويه عن نهاية البرنامج ، ويعد تقديم المحتوى المبتكر لجمهور المستمعين أهم عوامل تطوير الإذاعة وبقائها على الساحة الإعلامية ، وهو ما يتفق مع ما أكدته دراسات كل من (Bill Rose, Joe Lenski2008,Andrea Baker2006) التى أكدت أن أهم سمات راديو الإنترنت ظهور أشكال برامجية مختلفة عن تلكالتى تبتث عبر الراديو التقليدى.
- ٢ - شعار البرنامج " عالمهوه ناس قاعدة تدوق طعم الوطن" معبر عن هدف البرنامج والقيم التى يدعو إليها .
- ٣ - البرنامج على نمط المجلة الإذاعية التىتسمح بتنوع المضمون المقدم فى البرنامج وهو النموذج الذى يفضل الشباب متابعته .
- ٤ - تبنى البرنامج الدعوةللعمل التطوعوالمشاركة فى خدمة المجتمع المدنى .
- ٥ - التزم القائم بالاتصال فى البرنامج بالمعايير المهنية الإعلامية من حيثالموضوعية والحياد وعدم بث معلومات تحض على الكراهية أو ازدراء الأديان ، وعدم استخدام ألفاظ خارجة واحترام خصوصية الأفراد ، وهو ما اتفق مع ما أكدته دراسة (أحمد أحمد عثمان 2008) من عدم وجود تعارض بين التزام القائم بالاتصال بأبعاد المسئولية الاجتماعية للإعلام الإذاعى ومستوى ممارسة حرية التعبير .
- ٦ - وجود صفحة للبرنامج على الفيس بوك تمتازبسهولة التصفح وسرعة الوصول إلى محتوياتها ، يوجد بها أرشيف إلكترونى ،يحوى نشاط البرنامج لخمس سنوات سابقة.
- ٧ - كثافةالتفاعلية على الصفحة من قبل آدمن البرنامجوالمستمعين حيث بلغ عدد معجبي الصفحة على الفيس بوك حتى كتابة هذه النتائج أكثر من مليون و 700 ألف إعجاب\*وهذه أعلى نسبة متابعة لصفحة برنامج فى الإذاعة المصرية ،تتفق تلك النتيجة مع ما أكدته دراسة (ماجدة مراد 2010)، من أهمية ال fece Book فى تواصل الجمهور مع القائم بالاتصال فى إذاعات الإنترنت وذلك عبر مرحلتى اختيار القائم بالاتصال لموضوع برنامجه ، ثم أثناء تقديم البرنامج .
- ٨ - جاءت أعلى نسب الاستماع للراديو عبر الإنترنت والهواتف الذكية .

٩ - الفيس بوك هو الوسيلة الأنشط التي يتفاعل من خلالها الجمهور مع البرنامج وهو ما يمكن تفسيره في إطار خصائص الفئة العمرية التي تتابع البرنامج من المراهقين والشباب والتي تتميز باحترافية التعامل مع وسائل التواصل الاجتماعي وهو ما يتفق مع ما أكدته دراسات (جارج العتيبي ، 2008، ونيرمين خضر 2009، رضا عبد الواحد 2009، ماجدة مراد ، 2010) والتي أكدت ارتفاع استخدام الفيس بوك بين طلاب المراحل الثانوية والجامعة وأن استخدام تلك الوسيلة يزيد كلما قل السن ويقل استخدامه فبالأعمار الأكبر.

\*تاريخ الدخول على الصفحة 2013/7/30.

10- المؤثرات الصوتية تم توظيفها بجودة عالية في البرنامج خاصة في فقرة الرعب الدرامية وذلك بتوظيف كل من الموسيقى التصويرية، و الأداء الدرامي المعبر للقائم بالاتصال في البرنامج .

ثانياً : نقاط الضعف الخاصة بالبرنامج :

- ١ - فقرة الرعب التي تحظى بأعلى كثافة استماع في البرنامج أظهر التحليل أنها تقوم على سرد أحداث خرافية تعتمد على العفاريات والجن، وتقوم بتشويه صور بعض الرموز مثل إظهار الأب في أكثر من قصة بصورة القاتل القاسي على أبناءه ، كما تناولت الحلقات عرض موضوع القرين الملازم للإنسان وصفاته في إسهاب حظي بدرجة تفاعلية عالية من فئة المراهقين والشباب المتابعين للبرنامج وظهر هذا واضحاً فدرجة تفاعلهم على الصفحة والحوارات المسجلة في تعليقاتهم على الموضوع ، تبين باستعراض مجمل هذه القصص أنها كانت غير هادفة على مستوى إضافة الخبرات للمستمعين وتعليمهم دروس مفيدة في الحياة .
- ٢ - لم تحظى محطات الراديو التقليدية ذات الطابع المحافظ باهتمام من قبل العينة مثل إذاعة البرنامج العام، والقرآن الكريم، وذلك على الرغم من وجود بث إلكتروني لها وهو ما يمكن تفسيره في إطار تقليدية البرامج تلك الإذاعات ، وعدم الاهتمام بتفعيل مشاركة المستمعين في إثراء المضامين الإذاعية .
- ٣ - الإثارة والتسلية والهروب من الواقع ، أهم الإشباعات المتحققة من متابعة البرنامج وهو ما أمكن تفسيره في إطار رغبة العينة الخروج من حالة الملل والذهنية التي تحكم هذه الفئة العمرية، وهو ما يتفق مع ما أكدت دراسة ريبية ركوران، (2010) أن أهم الإشباعات المتحققة من الاستماع الى إذاعة الإنترنت الشعور بالسعادة والتسلية والهروب من الواقع .

٤ - لم يهتم البرنامج بمناقشة العادات والتقاليد السلبية التي يعاني منها المجتمع

المصر يمثل قضية ضعف الانتماء ، وانتشار الفساد، والامبالاه، والإهمال في

العمل، وعدم وجود الدافع للإنجاز ، وأهمال القيم والتقاليد التي تميز المجتمع المصرى.

ثالثاً : الفرص المتاحة أمام الراديو:

- ١ - التفاعلية عبر الوسائط المتعددة تتيح للإذاعة المصرية فرصة غير محدودة للتميز والمنافسة ليس فقط في المحافظة على جمهورها ، بل لجذب جمهور جديد وعريض تصل إليه شبكة الإنترنت في كافة أنحاء العالم .
- ٢ - انتشار الهواتف الذكية بين فئة الشباب ، وتفعيل خدمة إذاعة ال FM على هذه الهواتف فرصة كبيرة للراديو لإنتاج برامج مخصصة للشباب تناقش قضاياهم وتشر الثقافة وتصحح المفاهيم الخاطئة بينهم .
- ٣ - تتيح أجهزة " الأيتيونز ITUNES " والأيبادز IPads ، و MP3 مع توفر خدمة الإنترنت إمكانية إقامة إذاعات مصرية دولية تخاطب العالم بكافة اللغات لشرح القضايا المصرية وتوضيح ما يحدث على الأرض والذي يتم نقله من قبل الإعلام الخارجى بصورة غير موضوعيه ، انتشار تلك التقنيات رخيصة الثمن تمكن القائمين على العمل الإعلامى بالتعاون مع وزارة الخارجية المصرية من إنشاء محطات راديو وطنية تنطلق من السفارات المصرية المنتشرة فى كافة أنحاء العالم لتكون بمثابة إعلام رسمى يتحدث بلغة البلد البائنه منه لتصحيح الصور المشوهة عن مصر وربط المغتربين بالوطن الأم
- ٤ - تتيح تكنولوجيا الاتصال الحديثة فرصة كبيرة للراديو ليقوم بدور فاعل فالتصدى للعديد من المشاكل المجتمعية ، مثل قضايا الثأر ، والمواطنة والانتماء والامساواة التى تعاني منها كثير من الفئات المهمشة فى مصر وكذلك المشاكل الصحية المتوطنة فى المجتمع ، وارتفاع معدلات الأمية وحماية البيئة ، تلك القضايا من الممكن أن يساهم الراديو فى حلها وذلك بتفعيل الدولة للإعلام المحلى وإنتاج إذاعات متطورة تعتمد التقنيات الحديثة فى الإعداد والإنتاج ، والإخراج بدون تكاليف مادية عالية المطلوب فقط استغلال التكنولوجيا وتأهيل الكوادر الإعلامية بما يتلائم وتكنولوجيا الاتصال الحديثة .
- ٥ - الاستفادة من تفاعلية راديو الإنترنت فى رفع الكفاءة التعليمية وتحديث نظم التعليم فى مصر سواء على مستوى محو الأمية الأبجدية ، أو على مستوى التعليم النظامى كافة مراحل مستغلين فى ذلك كثافة استخدام المصريين

- لوسيلة التواصل الاجتماعي "فيس بوك" حيث جاءت مصر الأولى عربياً ورقم 23 عالمياً من حيث التواصل عبر الفيس بوك .
- ٦ - استخدام التفاعلية تساعد الإذاعيين في التحرر من البرامج التقليدية التي تعبر عن الكسل الفكري والإبداعى ، وتدفعهم نحو مزيد من الاهتمام بالمتلقى والتفاعل معه .
- ٧ - أتاح استخدام الراديو للخدمات التفاعلية عبر الواب للعاملين بالراديو تحديد أعداد المستمعين على الشبكة ، وإمكانية إثباتها مما يساهم في جذب الإعلانات للمحطة وتوفير الموارد المالية التي تضمن استمرار الإذاعة وإنتاج برامج ذات جودة مرتفعة .

رابعاً : التحديات التي تواجه الراديو :

- ١ - منافسة وسائل الإعلام الحديثة والتقليدية تحتم ضرورة استخدام الإذاعيين لمواقع الواب والتوصيل عن طريق الإنترنت لتوصيل الأخبار والخدمات المختلفة التي يحتاج إليها المستمعين عبر وسائل التواصل الاجتماعي المختلفة .
- ٢ - ضعف خدمات الإنترنت في معظم القرى والأماكن النائية في مصر مما يجعل مد خدمة الراديو عبر الإنترنت غير متاحة أمام قطاع كبير من المستمعين هم في حاجة إليها خاصة الشباب .
- ٣ - تراجع الاهتمام الفنى بالإذاعات المحلية في مصر وعدم الإقبال عليها على الرغم من أنها تعد بمثابة مشروع يملكه ويشارك في نشاطه المجتمع كله خاصة الشباب فهم في حاجة إلى فرص ليرروا حكاياتهم الذاتية ويتعظوا بحكايات الآخرين ، وهذا ما توفره إذاعات المجتمعات المحلية في إنتاجها وبرامجها .
- ٤ - ضرورة الاهتمام برفع المستوى التقني المهني للإذاعيين المحليين بما يساعدهم في الاستجابة للتغيير والمساهمة في إنتاج إذاعات محلية تنتج برامج تهتم في الأساس بعملية التنمية ، والتحول الاجتماعي حيث دائما ما يهتم الإعلام المحلى بقضايا التعليم ، والصحة والبيئة ، والزراعة ، والتنمية الريفية والمحلية
- ٥ - مشكلة التمويل داخل الإذاعات المصرية ، حيث تعاني معظم تلك الإذاعات من عدم وجود الإعلانات بقدر كاف مما يقلل من كفاءة الأداء ويقلل من جودة

الإنتاج، وهو ما يمكن التغلب عليه في حال تفعيل خدمات الإنترنت في كل مكان بما يسهم في التغلب على مشكلة التمويل .

٦ - ضرورة وجود تشريعات تنظم عمل الإعلام الإلكتروني في مصر بما يضمن حرية الممارسة الإعلامية مع الحفاظ على قيم المجتمع وتقاليدته .

## مراجع الدراسة :

### المراجع العربية :-

- ١ - إبراهيم بعزیز (2012). مشاركة الأفراد في مضامين وسائل الإعلام الجديدة عبر التواصل الاجتماعي الإلكتروني دراسة حالة منتديات المحادثة الإلكترونية". (<http://brahimsearch.unblog.fr>).
- ٢ - أحمد أحمد عثمان ( 2008). حرية التعبير في برامج المشاركة بالراديو في إطار المسؤولية الاجتماعية للإعلام الإذاعي، المؤتمر العلمالسنوى الرابع عشر، الإعلام بين الحرية والمسئولية، كلية الإعلام، جامعة القاهرة ، يوليو، صص 59-63.
- ٣ - أحمد أحمد عثمان (2008) . ديمقراطية الحوار في برامج إذاعات راديو الإنترنت مجلة البحوث الإعلامية، العدد الثلاثون، المجلد الثاني، اكتوبر. صص 601-675.
- ٤ - أحمد فاروق رضوان (2005). مستقبل الإعلان الإذاعي المحطات الإذاعية الخاصة دراسة حالة لإذاعة نجوم إف إم . المؤتمر العلمالسنوى بالحادي عشر، مستقبل وسائل الإعلام العربية ، كلية الإعلام، جامعة القاهرة ، 3-5 مايو، الجزء الرابع، صص 1473-1517.
- ٥ - احسان الحسن (2005). النظريات الاجتماعية المتقدمة، عمان ، دار وائل للنشر، صص 65-68.
- ٦ - الإعلام الإلكتروني في مصر الواقع والتحديات ( 2010 ) . سلسلة تقارير معلوماتية. مركز المعلومات ودعم اتخاذ القرار – مجلس الوزراء المصري . السنة الرابع العدد38، فبراير . صص 2-16.
- ٧ - الحبيب بن بالقاسم (2011) . خصوصية تواصل الشباب في الشبكات الاجتماعية الافتراضية و أثرها في الثورة التونسية التمثلات و الممارسات . تونس: معهد الصحافة وعلوم الاخبار، صص 42.

- ٨ - إنجي عباس أبو العز (2011). معالجة القضايا الداخلية في الإذاعات المصرية الخاصة عبر الإنترنت ،دراسة تحليلية مقارنة ، رسالة ماجستير ، غير منشور ،كلية الإعلام ، جامعة القاهرة .
- ٩ - جارح العتيبي ( 2008). تأثير الفيس بوك على طلبة الجامعات السعودية ،رسالة ماجستير غير منشورة ،جامعة الملك سعود ،الرياض.
- 10- حياة بدر وآخرون ( 2008). هل تمثل المواقع الإلكترونية غير الحكومية بديلاً عن الإعلام الرسمي مجتمع المعرفة. دراسة في الإعلام البديل ،بحث مقدم لمؤتمر الاتحاد الدولي لبحوث الإعلام والاتصال القاهرة ،الجامعة الأمريكية 23- 28 يوليو.
- 11- رضا عبد الواحد أمين (2009).. حدود التفاعل في المجتمعات الافتراضية على شبكة الإنترنت ،المؤتمر الدولي الأول لتقنيات الاتصال والتغير الاجتماعي الفترة من 15- 17 مارس ،الرياض ،قسم الإعلام ،كلية الآداب جامعة الملك سعود.
- 12 -ريبه ركوران مصطفى (2010) . استخدام الشباب العراقي للإذاعات عبر الإنترنت والإشباع المتحققة :دراسة مسحية .رسالة ماجستير غير منشورة .القاهرة معهد البحوث والدراسات العربية ،قسم الدراسات الإعلامية ،جامعة الدول العربية .فبراير.
- ١٣ عبد الله القصير (2009). آثار الإنترنت التربوية على طلاب المرحلة الثانوية رسالة ماجستير غير منشورة ،كلية التربية ،جامعة أم القرى ،مكة المكرمة .
- ١٤ فهد العسكر ،عبد الله الحمود ( 2005). اعتماد النخب السعودية على المصادر الإخبارية الإلكترونية واتجاهاتهم نحو مستقبل انتشارها في المجتمع السعودي، مجلة العلوم الإنسانية، جامعة البحرين، العدد التاسع، ص ص 111-130.
- ١٥ فيجانسادهو ( 2013). الراديو في العقد الثالث من هذا القرن الأفق الممكنة؟، مجلة الإذاعات العربية ،مجلة فصلية تصدر عن اتحاد إذاعات الدول العربية ،العدد 3 ص ص 98- 105.
- ١٦ كمال لطفى (1999) . النظرية المعاصرة في علم الاجتماع ،القاهرة ،دار الغريب، ص 120 .
- ١٧ ماجدة مراد (2010). رؤية القائمين بالاتصال في إذاعات الإنترنت لمدى فاعلية آليات التواصل مع الجمهور ،المجلة المصرية لبحوث الرأي العام ،كلية الإعلام ،جامعة القاهرة،المجلد العاشر ،العدد الثاني ص ص 201-236.
- ١٨ ماهيناز رمزي محسن ( 2008). أخلاقيات ممارسة الحق في النقد داخل الخطاب الإعلامي لمحطات الراديو الإلكترونيات المصرية على شبكة الإنترنت ،المجلة المصرية لبحوث الرأي العام،كلية الإعلام ،جامعة القاهرة ،المجلد التاسع ،العدد الثاني ص ص:281-340.
- ١٩ محمد الدليمي ( 2011) . الفيس بوك والتغير في تونس ومصر : ورقة عمل في مؤتمر "الإعلام والتحول المجتمعية في الوطن العربي ، الأردن ،ص 24.

٢٠ محمد عبد الحميد ( 2000). نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، ط 1، القاهرة عالم الكتب. ص ص210-212.

٢١ معن خليل العمر (1997). نظريات معاصرة في علم الاجتماع، عمان دار الشروق، ص 173.

٢٢ منى سعيد الحديدي، حسن عماد مكاوي ( 2005). الفضاءات العربية ومتغيرات العصر، ط1، القاهرة، الدار المصرية اللبنانية، ص ص172-173.

٢٣ مها عبد المجيد صلاح ( 2008). المدونات المصرية بين الحرية والمسئولية دراسة تحليلية على نماذج من المدونات المصرية السياسية. المؤتمر العلمالسنوى الرابع عشر، الإعلام بين الحرية والمسئولية، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، يوليو.

ص ص 81-88.

٢٤ نيرمين خضر (2009). الآثار النفسية والاجتماعية لاستخدام الشباب المصرى مواقع الشبكات الاجتماعية، المؤتمر العلمى الأول الأسرة والإعلام وتحديات العصر، كلية الإعلام، جامعة القاهرة من 15-17 فبراير، نسخة إلكترونية، ص ص 1-76.

٢٥ هبة شاهين (2008). التليفزيون الفضائالعربى، ط1، القاهرة، الدار المصرية اللبنانية، ص 399.

٢٦ هنادى حسام دويكات ( 2008). الإذاعات الفلسطينية عبر الإنترنت وتأثيرها على الجمهور. رسالة ماجستير غير منشورة . القاهرة :معهد البحوث والدراسات العربية، قسم البحوث والدراسات التاريخية، جامعة الدول العربية .

٢٧ ياسين آدم بساطي(2011). صحافة المواطن ومدى قدرتها علي التغيير في المجتمعات العربية دراسة في المحتوي والمضمون . الاردن : ورقة عمل في مؤتمر "الإعلام والتحولات المجتمعية في الوطن العربي، نسخة إلكترونية، ص ص 29-48.

#### المراجع الأجنبية :-

1 –Andrea Baker, 2006. Netradio generation. In the 25<sup>th</sup> onference and general assembly: knowledge societies for all: Media & communication strategies, Egypt, Cairo, July pp.3-5.

2-Andrea Jean Baker (2010).Radio, College student Net- Radio Audiences: A Transnational perspective, Radio Journal International studies in Broadcast &Audio Media, vol .8, NO2, January, pp 121-139.

3-Andera Jean Baker (2010) Reviewing Net – only College Radio: A: case Study of BROOKLYN COLLEGE Radio, Journal of Radio & Audio Media, Vol.17, No .1, pp.109- 125.



4-Chris Atton (2004).An Alternative Internet, RadicalMedia, Politics and creativity (Edinburgh: Edinburgh University press) p.27.

5-Chris Priestman (2004).Narrowcasting and Dream of Radio Great Global Conversation, the Radio journal: International studies in Broadcast & Audio Media, Vol.2, No2, June, pp.77-88.

6-Judith Horman (2005). Une exploration de l'interaction sociale en ligne lors de la réalisation d'activités d'apprentissage, thèse de magister, université de Laval .canada.

7-Kevin Andrew Cheatham (2012).Blaze FM: An Examination of student listening Habits and the Uses and Gratifications Approach of Increasing Student Listenership , Unpublished MA Thesis , Valdosta State University ,the College of Arts .

8-Bill Rose & Joe Lenski.(2007).Radio Digital Platform (Online , Satellite, HD Radio TM and prodcasting).New York: Arbitrons Inc.

9-Carolyn A.Lin,(2006). Technology Fluidity and on- demand webcasting adoption, Telematics and Informations.

10-Mohd Ibrahim,UmiHanim and others ,(2009) Radio QUM- the development of educational Internet Radio to Enhance Open and Distance Learning International conference on information, Kuala Lumpur.

11 - Judith Horman (2005). Une exploration de l'interactionsociale en lignelors de la réalisationd'activitésd'apprentissage, thèse de magister, université de Laval .Canada.

12-Neumark,Norie (2006).Different Spaces Different Times:Exploring possibilities for cross platform "radio" convergence: the International journal of Research into New Media Technologies, Vol. 12(2) pp.213-224.

