

The impact of the internet and its applications on radio audiences

Mohammad Mubarak Al-hjouj

ASTUENTI - IPSI || University of Manouba || Tunis

Abstract: The study aimed to identify the effects faced by radio from new technologies and applications that have been able to attract a lot of audience traditional media, especially radio. To achieve this goal descriptive approach used methods, a tactic survey the public media, using the tool questionnaire, and then applied on a random sample of the Jordanian public in order to stand on their attitudes towards the Internet and its applications on the effects of listening to the radio. The study proved that the Internet and its applications impacted adversely on listening to the radio, where the ratio came from listening to the Jordanian public 39% versus 61% for to the radio.

The study showed that the most important reasons for the Jordanian public to listen to radio stations is to satisfy recreational, cultural and scientific desires, and love of the Jordanian public to some of the broadcasters who provide programs and radio stations will help to know what is going on from the events. The study showed that there is dissatisfaction by the Jordanian public about the programs offered by the radio, where he said that 55% of the study sample who listen to the radio. From these results will be achieved hypotheses and the study of the theory relied on by the study and followed the approach uses the theory.

The study recommends the importance of working to improve the quality of programs offered by the radio and to the satisfaction of listeners, and to increase the broadcast hours of programs that attract public radio institutions. Reconnaissance work ray studies to the public periodically to learn about their needs and desires. Supplying radio institutions modern techniques that would maintain the audience, and supplement her human cadres qualified and capable of using communication technology and increased awareness among workers about the concept of communication technology to the technique of active impact on the performance of radio stations, and set up special centers set the media production enterprise quality media. The study recommends researchers to conduct further research and studies for the radio service and support for its survival in the media arena.

Keywords: Internet - Public - Radio - Jordan.

تأثيرات الإنترنت وتطبيقاته على استماع الجمهور الأردني للإذاعة

محمد مبارك الحجوج

جامعة منوبة || معهد الصحافة وعلوم الأخبار || تونس

المخلص: هدفت الدراسة إلى الوقوف على التأثيرات التي تواجهها الإذاعة من الوسائل التكنولوجية الحديثة وتطبيقاتها التي استطاعت أن تجذب الكثير من جمهور وسائل الإعلام التقليدية، ولتحقيق هذا الهدف استخدمت الدراسة أحد أساليب المنهج الوصفي وهو أسلوب مسح جمهور الإعلام، باستخدام أداة الاستبانة، وذلك بالتطبيق على عينة عشوائية من الجمهور الأردني بهدف الوقوف على اتجاهاتهم نحو تأثيرات الإنترنت وتطبيقاته على استماعهم إلى الإذاعة.

وأثبتت الدراسة أن الإنترنت وتطبيقاته أثرت تأثيراً سلبياً على الاستماع إلى الإذاعة، حيث جاءت نسبة من يستمعون إلى الإذاعة من الجمهور الأردني 39% مقابل 61% لا يستمعون إلى الإذاعة.

وأظهرت الدراسة أن أهم الأسباب التي تستقطب الجمهور الأردني للاستماع إلى الإذاعات هو إشباع الرغبات الترفيهية والثقافية والعلمية. وحب الجمهور الأردني لبعض المذيعين الذين يقدمون البرامج، وأن الإذاعات تساعد في معرفة ما يدور من أحداث. وبينت الدراسة أن هناك عدم رضا من الجمهور الأردني نحو البرامج التي تقدمها الإذاعة، حيث أفاد بذلك 55% من عينة الدراسة الذين يستمعون إلى الإذاعة. وانطلاقاً من هذه النتائج تكون تحققت فروض نظرية الدراسة والمتمثلة في نظرية الاستخدامات والإشباع التي اعتمدت عليها الدراسة وسارت على نهجها.

واستناداً للنتائج أوصى الباحث بأهمية العمل على تحسين نوعية البرامج التي تقدمها الإذاعة وبشكل يرضي المستمعين، وزيادة ساعات البث للبرامج التي تستقطب الجمهور. ضرورة قيام مؤسسات الإذاعة بعمل دراسات استطلاع رأي دورية للجمهور للتعرف على احتياجاتهم ورغباتهم. رفد مؤسسات الإذاعة بالتقنيات الحديثة التي من شأنها الحفاظ على جمهور المستمعين، ورفدها بالكوادر البشرية المؤهلة والقادرة على استخدام تكنولوجيا الاتصال، وزيادة الوعي لدى العاملين عن مفهوم تكنولوجيا الاتصال لما لهذه التقنية من أثر فاعل على أداء الإذاعات، وإنشاء مراكز خاصة بضبط جودة الانتاج الإعلامي في المؤسسات الإعلامية. وتوصي الدراسة الباحثين بإجراء مزيد من البحوث والدراسات لخدمة الإذاعة ودعم بقائها في الساحة الإعلامية.

الكلمات المفتاحية: الإنترنت - الجمهور - الإذاعة - الأردن.

الفصل الأول: الإطار العام

المقدمة

تعتبر الإذاعات من وسائل الإعلام المهمة في حياة الشعوب، لاسيما المناطق التي تفتقر إلى وسائل الإعلام الحديثة، ما يجعل سكان هذه المناطق يعتمدون بشكل رئيسي على الراديو(محطات الإذاعة المحلية) لمعرفة ما يجري حولهم من أحداث.

لقد استطاعت الإذاعة أن تكون مصدر معلومات قوي لحشد الرأي العام، ونقطة مركزية لحياة المجتمع ببرامجها المتنوعة التي من الممكن أن ترضي جميع الفئات العمرية وأذواقهم.

ويلاحظ أنه بالرغم من أهمية الإذاعة ودورها في المجتمع إلا أنها في الآونة الأخيرة بدأت تتراجع ولم يبق لها إلا مساحة قليلة من الساحة الإعلامية، وذلك نتيجة عوامل كثيرة لعل من أهمها ثورة تكنولوجيا الاتصال والمعلومات.

لذلك جاءت هذه الدراسة للبحث في أسباب تراجع الجمهور الأردني عن الاستماع إلى الإذاعة بهدف التعرف على العوامل والأسباب التي أدت إلى هذا التراجع.

ولتحقيق هذا الهدف استخدمت الدراسة أحد أساليب المنهج الوصفي وهو أسلوب مسح جمهور الإعلام، باستخدام أداة الاستبيان، وذلك بالتطبيق على عينة عشوائية من الجمهور الأردني للوقوف على اتجاهاتهم نحو تأثيرات الإنترنت وتطبيقاته على استماعهم إلى الإذاعة.

مشكلة الدراسة:

تبلور مشكلة الدراسة في تراجع الكثير من الجمهور الأردني عن الاستماع إلى الإذاعة أمام الإنترنت وتطبيقاته، وتحديد أثر الإنترنت وتطبيقاته على تراجع الجمهور الأردني عن الاستماع إلى الإذاعة، وقد قام الباحث بعمل دراسة استطلاعية أثبتت أن هناك تراجعاً شديداً لدى الجمهور الأردني في الاستماع إلى الإذاعة، ويمكن تحديد مشكلة الدراسة في التساؤلات الآتية:

تساؤلات الدراسة:

- 1- ما مدى استماع الجمهور الأردني للإذاعات الأرضية؟
- 2- ما دوافع استماع الجمهور الأردني للإذاعة؟
- 3- ما أسباب انصراف بعض فئات الجمهور الأردني عن الاستماع للإذاعة؟
- 4- ما تأثيرات مواقع الإنترنت على مستوى استماع الجمهور الأردني للإذاعة؟
- 5- ما تأثيرات مواقع التواصل الاجتماعي على مستوى استماع الجمهور الأردني؟
- 6- ما تأثيرات الهواتف الذكية على مستوى استماع الجمهور الأردني للإذاعة؟
- 7- ما أكثر الوسائل التكنولوجية تأثيراً على الاستماع إلى الإذاعة؟
- 8- ما مدى رضا الجمهور الأردني الذي يستمع إلى الإذاعة عن الدورات البرمجية للإذاعة؟
- 9- ما عدد الساعات التي يقضيها الجمهور الأردني في الاستماع للإذاعة؟
- 10- ما عادات الجمهور الأردني في استماعه للإذاعة؟

فرضيات الدراسة:

- الفرضية الرئيسية: لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($0.05 \geq \alpha$) لتأثيرات الإنترنت وتطبيقاته في مستوى استماع الجمهور الأردني للإذاعات الأرضية؟
ويتفرع من هذه الفرضية الفرضيات الفرعية التالية:
1. لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($0.05 \geq \alpha$) لتأثيرات المواقع الإلكترونية في مستوى استماع الجمهور الأردني للإذاعات الأرضية؟
 2. لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($0.05 \geq \alpha$) لتأثيرات مواقع التواصل الاجتماعي في مستوى استماع الجمهور الأردني للإذاعات الأرضية؟
 3. لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($0.05 \geq \alpha$) لتأثيرات تطبيقات الهواتف الذكية في مستوى استماع الجمهور الأردني للإذاعات الأرضية؟

أهداف الدراسة:

- تنطلق هذه الدراسة من هدف رئيس يتمثل في:
- التعرف على تأثيرات الإنترنت وتطبيقاته على استماع الجمهور الأردني للإذاعة واتجاهاته نحو هذا التأثير، وقد تم تقسيم الهدف الرئيس إلى مجموعة من الأهداف الفرعية التالية:
 - 1- معرفة أكثر تطبيقات الإنترنت تأثيراً على استماع الجمهور الأردني للإذاعة.
 - 2- الكشف عن أسباب عدم استماع الجمهور الأردني للإذاعة.
 - 3- التعرف على دوافع الجمهور الأردني من استماعه للإذاعات.
 - 4- التعرف على مدى رضا الجمهور الأردني عن البرامج التي تقدمها الإذاعة.
 - 5- التعرف على عادات الجمهور الأردني في الاستماع للإذاعات.

أهمية الدراسة:

تسعى الدراسة إلى التعرف على اتجاهات الجمهور الأردني نحو تأثيرات الإنترنت وتطبيقاته على الاستماع إلى الإذاعة، وتأتي أهمية الدراسة في كونها تقدم للقائمين على مؤسسات الإذاعات رؤية علمية عن كيفية مواجهة

التأثيرات الناتجة عن الإنترنت وتطبيقاته. وتأتي أهميتها أيضا في أنها تفتح المجال أمام الباحثين الإعلاميين لإجراء الدراسات والبحوث التي من شأنها إبقاء هذه الوسيلة في الساحة الإعلامية.

حدود الدراسة

- الحدود الموضوعية: تأثيرات الإنترنت وتطبيقاته على استماع الإذاعة
- الحدود البشرية: الجمهور الأردني في إقليم العاصمة عمان.
- الحدود المكانية: تم تطبيق هذه الدراسة في العاصمة الأردنية عمان.
- الحدود الزمانية: تم تنفيذ هذه الدراسة في الفترة 2016 /1/1- 2016 /3/31.

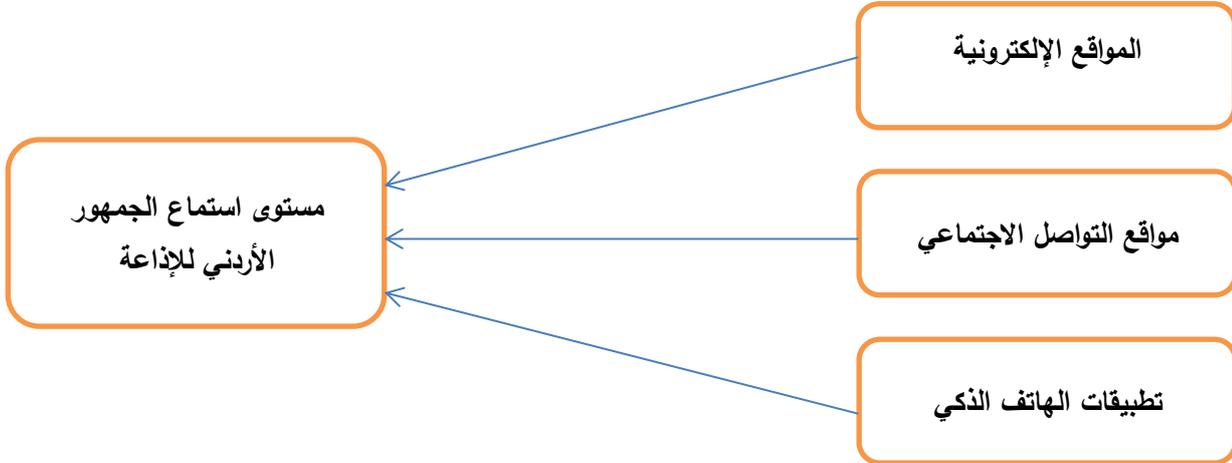
محددات الدراسة

- اقتصرت الدراسة على تأثيرات الإنترنت وتطبيقاته على استماع الجمهور الأردني للإذاعة، ولا يمكن تعميم نتائج هذه الدراسة لفترة طويلة من الوقت، بل يجب إجراء المزيد من الدراسات لدراسة تأثيرات الإنترنت على استماع الجمهور الأردني للإذاعة.
- الصعوبات واجهت الباحث صعوبة في توزيع استمارة الاستبيان واختيار المبحوثين.

أنموذج الدراسة

شكل رقم (1)

المتغير المستقل (الإنترنت وتطبيقاته) المتغير التابع (مستوى استماع الجمهور الأردني للإذاعة)



التعريفات الإجرائية:

الإنترنت: وسيلة اتصال واسعة الانتشار ناتجة عن اندماج الحاسبات مع تكنولوجيا الاتصالات تسمح للمستخدمين الحصول على ما يحتاجونه من معلومات وأخبار وصور ومقاطع صوتية ومقاطع فيديو، وإمكانية تخزين هذه الاحتياجات على حواسيبهم الخاصة، وتبادلها مع الآخرين بحرية تامة.

تطبيقات الإنترنت: هي أي تطبيق أو نظام يعتمد على متصفح الإنترنت كعميل، ويمكن أن يكون التطبيق بسيطاً مثل تنزيل الملفات أو لوحة إرسال رسائل، أو معقدة مثل معالجة النصوص أو جداول البيانات.

(/http://web-app-world.blogspot.com)

هي كل ما نتج عن التكنولوجيا الحديثة والمتمثلة بتطبيقات الهواتف الذكية، وتطبيقات شبكات التواصل الاجتماعي، ومواقع الإنترنت. ويرى الطبيي⁽¹⁾ أن تطبيقات الإنترنت تشمل مصدر المعلومات والاتصالات ونقل البيانات والتواصل الاجتماعي.

2- الإطار النظري والدراسات السابقة

أولاً- الإطار النظري:

المبحث الأول- نظرية الاستخدامات والإشباع

انطلاقاً من فلسفة هذه النظرية وفروضها نجد أن دراستنا الحالية تدور في فلك هذه النظرية، حيث إننا نبحث في أسباب انتقاء وتعرض الجمهور لوسائل الإعلام. تهتم نظرية الاستخدامات والإشباع بدراسة الاتصال الجماهيري دراسة وظيفية منظمة، فخلال عقد الأربعينات من القرن العشرين أدى إدراك عواقب الفروق الفردية والتباين الاجتماعي على إدراك السلوك المرتبط بوسائل الإعلام إلى بداية منظور جديد للعلاقة بين الجماهير ووسائل الإعلام، وكان ذلك تحولاً من رؤية الجماهير على أنها عنصر سلبي غير فعال إلى رؤيتها على أنها فعالة في انتقاء أفرادها لوسائل ومضمون مفضل من وسائل الإعلام.⁽²⁾ ويفترض مدخل الاستخدامات والإشباع أن الجمهور يشارك بدرجة عالية من النشاط في عملية الاتصال بمعنى أن سلوكه هادف ومحدد، يختار ما بين وسائل الإعلام المختلفة، والتي تحددها دوافعه الشخصية وأهدافه واحتياجاته ورغم ذلك فهناك واختلافات في درجة نشاط الجمهور نحو استخدام وسائل الإعلام. أما عن دوافع تعرض الجمهور لوسائل الإعلام، يرى "بابرو" "Babrow" ضرورة ربط دوافع تعرض الجمهور لوسائل الإعلام بالأطر التفسيرية وذلك على أساس أن خبرات الجمهور مع وسائل الإعلام خبرات فعالة وتفسيرية، ويفترض الإطار التفسيري ارتباط الجمهور بهدف أو بشيء يسعى إليه من التعرض لوسائل الإعلام مثل الرسالة - الوسيلة - القائم بالاتصال مما يحدوه للسعي للتعرض لتحقيق هذا الهدف، ويمكن أن يكون التعرض بدون دافع في حالة واحدة فقط وهي حين يحكمه السلوك الاعتيادي بحكم التعود.

وتقوم هذه النظرية في جوهرها على اختبار ثلاثة فروض رئيسية هي:

1. اعتبار المتلقي إيجابياً ونشطاً في سلوكه الاتصالي مع وسائل الإعلام.
2. يرى في أن الاختيار بيد المتلقي بحسب الحاجة التي يريد إشباعها.
3. إن وسائل الإعلام تتنافس مع مصادر أخرى لإشباع الحاجات.⁽³⁾

وعلى هذا تسعى هذه الدراسة إلى الوقوف على ما افترضته النظرية ودوافعها على دراستنا الحالية، والمتمثلة في التعرف إلى تأثيرات الإنترنت وتطبيقه في تعرض الجمهور للإذاعة باعتبارها إحدى الوسائل الهامة التي كان لها دورها الرائد في ثورة الاتصال وخدمة الجمهور وتلبية دوافعه واحتياجاته وتلبية رغباته، وذلك بالبحث في العوامل

(1) الطبيي، طارق (2010)، تطبيقات واستخدامات الإنترنت، ط1، مصر

(2)- مكاي، حسن، السيد، ليلي (2001). الاتصال ونظرياته المعاصرة. (ط2). القاهرة: الدار المصرية اللبنانية.

(3)- شفيق، حسنين (2013). سيكولوجية الإعلام الجديد، ماذا فعلت الإنترنت والشبكات الاجتماعية في الناس. (ط1). دار فكر وفن للطباعة والنشر والتوزيع.

التي أدت إلى تراجع الكثير من الجمهور الأردني عن الاستماع إلى الإذاعة وذلك بالإجابة عن تساؤلات الدراسة واختبار فروضها.

المبحث الثاني: تأثيرات الإنترنت وتطبيقاته على استماع الجمهور الأردني للإذاعة

تطبيقات الإنترنت:

نتج عن التطور في تقنيات الاتصال والتفاعل الاجتماعي متغيرات كبيرة متعددة الاتجاهات والأبعاد انعكست آثارها على عموم المجتمعات، وهذه التغيرات أسست لإقامة مجتمع اتصال ومعلوماتية بميلاد الصحافة الإلكترونية وشيوع وسائل النشر الإلكتروني، وظهور التلفزيون التفاعلي الوسائط المتعددة (الملميميديا) والإنترنت وشبكة الاتصالات الحديثة المتمثلة بشبكات الفيس بوك، والموبايل وغيرها من الأجهزة الدقيقة والمعقدة تكون قد بلغنا ذروة ثورة الاتصال والمعلوماتية المؤدية إلى جمع المعلومات⁽⁴⁾.

وتشمل تطبيقات الإنترنت ما يلي:

- الصحف الإلكترونية، مواقع الأخبار على شبكة الإنترنت، البريد الإلكتروني، مجموعات الأخبار على الإنترنت، الخدمات الإخبارية المقدمة من خلال الهواتف النقالة، الكتاب الإلكتروني، الراديو، أفلام النت.⁽⁵⁾ وسوف نتناول بعض تلك التطبيقات بشكل مختصر في الصفحات التالية:

مواقع الأخبار:

وهي مواقع إلكترونية بدأت في الظهور في بداية التسعينيات من خلال إنشاء بعض الصحف مواقع لها على شبكة الإنترنت، لنشر الأخبار وتخصيص مساحات على مواقعها للمعلنين على صفحاتها، وتتميز هذه المواقع بالعمق والشمول نظرا لاتساع المساحة المتاحة لهذه المواقع، كما تقوم المواقع بتحديث أخبارها أولا بأول وإتاحة التفاعل مع المستخدمين.⁽⁶⁾

شبكات التواصل الاجتماعي:

شبكات التواصل الاجتماعي تعرف بأنها " شبكات إلكترونية تسمح للمستخدمين بإنشاء حساب خاص، ومن ثم ربطه من خلال نظام اجتماعي إلكتروني مع أعضاء آخرين لديهم الاهتمامات نفسها، أو تجمعهم مع أصدقاء الجامعات أو المدرسة وأطلق عليها اجتماعية لأنها أتت من مفهوم "بناء مجتمعات"، وتمتاز بالمراسلة الفردية، الفيديو، الدردشة، تبادل الملفات، مجموعة النقاش، البريد الإلكتروني، المدونات.⁽⁷⁾ وعملت شبكات التواصل الاجتماعي وصفحات الويب على تقديم الخدمات للأفراد والمتصفحين وأتاحت لهم حرية اختيار ما يريدون ومن يختارون للمشاركة معهم في الاهتمامات. ويظهر هذه الشبكات توسعت الخدمات ومنحت مستخدميها إمكانيات واسعة في تبادل المعلومات والأفكار في مجالات كثيرة عبر شبكة الإنترنت والمواقع الإلكترونية.

(4) ابو عرجة، تيسير، طاهات، زهير، خصاونة، ابراهيم، سلطان، محمد، الديسي، عبد الكريم واخرون. (2013). وسائل الإعلام ادوات التعبير والتغيير/بحوث علمية محكمة.(ط1).عمان: دار اسامة للنشر والتوزيع.

(5) الدليبي، عبدالرزاق.(2011). الصحافة الالكترونية والتكنولوجيا الرقمية.(ط1).عمان: دار الثقافة للنشر والتوزيع.

(6) الدليبي، عبدالرزاق.(2012). الإعلام الجديد والصحافة الالكترونية.(ط1).عمان: دار وائل للنشر.

(7) خضر، وائل. اثر الفيس بوك على المجتمع.(مدونة وائل مبارك خضر)

لقد انتشرت هذه الشبكات في شكل كبير وأصبحت أضخم مواقع في فضاءات الويب ولا زالت مستمرة في انتشارها الأفقي المتسارع، ومن خلال هذه الشبكات أصبح بإمكان الشخص التواصل مع الأعضاء الآخرين المنتسبين لهذه الشبكة وأصبح بالإمكان الكتابة على صفحات الآخرين، وتلقي كل ما هو جديد عبر هذه الصفحات.⁽⁸⁾

المبحث الخامس: تأثيرات الإنترنت على الإذاعة

الإنترنت وسيلة إعلامية انتشرت بسرعة كبيرة إذ إن وسائل الإعلام تمتلك مواقع إلكترونية على شبكة الإنترنت للوصول إلى جمهورها الذي اتجه إلى الإنترنت للحصول على المعلومات المحدثة باستمرار، إضافة إلى استخدام شبكات التواصل الاجتماعي والبريد الإلكتروني والمنتديات، لقد اختزل الإنترنت العالم في أقل من الغرفة الواحدة.⁽⁹⁾

ونتيجة للتقنيات متعددة الوسائط في الاتصالات، والتزاوج بين الحاسب الشخصي والراديو انتقل التحكم بالوسيلة الإعلامية من مسؤولي الحكومة إلى جمهور المستمعين وموردي المعلومات، وبذلك تحول الجمهور من الاستهلاك السلبي للراديو إلى استخدام قوة التسجيلات الصوتية والمعلومات المعروضة في شبكة الإنترنت مما يتيح لكل شخص أن يبث برامج إذاعية دون الحاجة إلى تشغيل قناة محددة وفي أوقات محددة.⁽¹⁰⁾ ويمكن النظر إلى تأثيرات الإنترنت على الإذاعة من منظوري الجمهور والإعلان وهذا ما نبينه في الصفحات التالية.

أولاً- التأثيرات على الجمهور

أظهرت دراسة عالمية لمؤسسة (Pew Research Center) البحثية أن الأردن في المرتبة الأولى عالمياً في مؤشر نسبة عدد من يستخدمون منصات وشبكات التواصل الاجتماعي إلى مستخدمي الإنترنت (الفيديو، تويتر، انستغرام، سنابشات، وغيرها).

وأظهرت دراسة للمستشار والمدرب في مضممار الإعلام الاجتماعي خالد الأحمد الذي قال بأن دراسة حديثة وقائمة لدول العالم لـ (Pew Research Center) أظهرت تفوق الأردن في احتل ال مرتبة الأولى في مؤشر نسبة عدد مستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي البالغين إلى عدد مستخدمي الإنترنت، حيث بلغت النسبة في الأردن 90%، مما يعني أن حوالي 90% من مستخدمي الإنترنت في الأردن عبر مختلف الوسائل والأدوات لا سيما الهواتف الذكية هم مستخدمون لشبكات التواصل الاجتماعي.

وقال الأحمد أن أكثر شبكات التواصل الاجتماعي استخداماً في الأردن هي فيسبوك، وانستغرام، وسنابشات، وتويتر، ولينكد إن، وغيرها.

ووفقاً لأرقام رسمية محلية، فإن عدد مستخدمي الإنترنت في الأردن يقدر بنحو 8 ملايين مستخدم، وبالإستناد إلى النسبة العالمية، فإن عدد مستخدمي مختلف شبكات التواصل الاجتماعي في المملكة يقدر بحوالي 7.2 مليون مستخدم.

(8) المليجي، علاء الدين (2015). الإعلام وشبكات التواصل الاجتماعي العالمية. دار التعليم الجامعي، ص: 15.

(9) شفيق، حسنين (2013). سيكولوجية الإعلام الجديد، ماذا فعلت الإنترنت والشبكات الاجتماعية في الناس. (ط1). دار فكر وفن للطباعة والنشر والتوزيع، ص: 23.

(10) شفيق، حسنين (2007). تكنولوجيا الوسائط المتعددة في مجال الإعلام والإنترنت. (ط1)، رزمة برس للطباعة والنشر، ص: 16.

ثانيًا- التأثيرات على الإعلان

فتح الإنترنت المجال واسعاً للإعلانات أمام المستخدمين سواء الأفراد أو المؤسسات أو الشركات، ولم يقف الأمر عند الإعلانات التجارية بل شمل النواحي السياحية والثقافية والمناسبات الاجتماعية وغير ذلك. ويقدم الإعلان على الإنترنت الخدمة وفق أذواق المتلقين والمستخدمين ويلبي رغباتهم ويشبع حاجاتهم، وبكلفة مادية قليلة مقارنة بأسعار الإعلانات عبر الوسائل التقليدية، ويوزع عبر أرجاء الكون وبعده طرق. وقد انتشرت التجارة الإلكترونية عبر الإنترنت وأصبحت عملية البيع والشراء عبر الإنترنت بواسطة البطاقات المصرفية ما سهل على المستخدمين عناء التجوال في الأسواق.⁽¹¹⁾

ثانيًا- الدراسات السابقة:

- دراسة خاخة، بوقفة، عطاالله (2014) وعنوانها "أثر استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على الاستماع للإذاعة المحلية، دراسة وصفية تحليلية من مستخدمي الفيس بوك من طلبة علوم الإعلام والاتصال". هدفت الدراسة إلى الكشف عن أثر استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على الإذاعة المحلية (إذاعة الواحات، بورفلة)، وقد ركزت الدراسة على الفيس بوك من خلال دراسة عينة من مستخدمي الفيس بوك بقسم علوم إعلام واتصال، وقد اعتمدت على المنهج الوصفي وذلك من خلال معرفة الاستخدامات والإشباع المتحققة للطلبة من خلال استخدامهم لهذه المواقع الاجتماعية، وقد اعتمدت في ذلك على الملاحظة وأداة الاستبانة التي تم توزيعها بشكل قصدي. وقد توصلت الدراسة إلى أن الفيس بوك استحوذ على عدد كبير من طلبة علوم الإعلام والاتصال بجامعة قاصدي مرياح بورفلة، وأنهم لا يهتمون كثيرًا ببرامج الإذاعة المحلية.
- دراسة العلاونة(2013) وعنوانها "استخدامات الشباب الأردني لإذاعات إف إم والإشباع المتحققة منها/ دراسة ميدانية على عينة من طلبة جامعتي اليرموك وإربد الأهلية" هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على استخدامات الشباب الأردني لإذاعات " إف إم" والإشباع المتحققة منها باستخدام منهج المسح الإعلامي على عينة من طلبة جامعتي اليرموك وإربد الأهلية، وكانت أبرز النتائج؛ إن الغالبية العظمى من الشباب يستمعون إلى إذاعات إف إم وأن الفترة الصباحية من أكثر الفترات استماعاً، وأن دافع التسلية وقضاء وقت الفراغ يعد أهم دوافع التعرض لهذه الإذاعات مما يؤكد دورها في إشباع رغباتهم الترفيهية.
- دراسة صالح (2012) وعنوانها "تأثير تكنولوجيا الاتصال الحديثة على الإذاعات التقليدية" تناول البحث تأثير تكنولوجيا الاتصال الحديثة على الإذاعات التقليدية، وذلك في ظل انتشار إذاعات الإنترنت والتطورات التكنولوجية المتلاحقة، وقد استخدم البحث منهم المسح الإعلامي بشقيه الوصفي والتفسيري باعتماد عينة من سكان مدينة جدة، بهدف الكشف عن مقدار التحدي الذي تواجهه الإذاعات التقليدية نتيجة لتعدد خيارات الاستماع ومصادرها أمام المستخدمين، وخلص البحث إلى أنه وبالرغم من أن إذاعات الراديو التقليدية لا زالت تحظى بشعبية معقولة حتى الآن إلا أن مستقبل تلك الإذاعات أصبح اليوم أقل وضوحاً عما كان عليه قبل عقد أو عقدين من الزمان، فالخيارات والبدائل اليوم أصبحت أكثر، وأكثر تنوعاً عبر وسائل التوزيع الرقمي الصوتية، والتي جذبت إليها كثيراً من مستمعي الإذاعات التقليدية، كما أن محطات الراديو جعلت برامجها متاحة عبر البث الإذاعي الحي على تلك الوسائل الجديدة وعبر أجهزة الهاتف الجوال، هذه الخطوة، رغم أهميتها، إلا أن نتائجها لا زالت محدودة، ولم تحقق النتائج المرجوة لتلك المحطات، لسبب واحد بسيط وهو أن تلك المحطات لكي

(11) شفيق، حسنين (2007). تكنولوجيا الوسائط المتعددة في مجال الإعلام والإنترنت. (ط1)، رنمة برس للطباعة والنشر، ص: 24.

تحقق النجاح فإنها تحتاج إلى أن تكون أكثر من مجرد راديو حي (Online Radio) إذ إن عليهم إضافة برامج تتناسب مع طبيعة الويب ومستمعيه الذين يختلفون في احتياجاتهم عن مستمعي الإذاعات التقليدية.

- دراسة (Mhagama, 2015) هدفت هذه الدراسة إلى زيادة فرص المشاركة لمستوى الاستماع للإذاعة لدى المجتمع من خلال الهواتف النقالة، استخدمت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي من خلال المقابلة الشخصية والملاحظات لعينة الدراسة، وتكونت عينة الدراسة من (95) من مجتمع ملاوي، ودوره في تشكيل الرأي العام من خلال المشاركة في إنتاج وسائل الإعلام، وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج أهمها أن الهاتف النقال لعب دورا بارزا في عملية المشاركة للمجتمع من خلال الهاتف النقال، وأثره في رفع مستوى الاستماع لدى الجمهور الملاوي للإذاعات المحلية.

- دراسة (Kevin Andrew Cheatham, 2012) هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على عادات الاستماع الشباب الجامعي الأميركي للإذاعة على الإنترنت، واستخدم الباحث المنهج الوصفي التحليلي عن طريق تصميم استبانة لاستطلاع الرأي حول عادات الاستماع، وتكونت عينة الدراسة من 140 طالباً وتوصلت الدراسة إلى العديد من نتائج أهمها رغبة الطلبة في الاستماع للإذاعة عبر الإنترنت وصلت إلى 37% وعن طريق الهاتف الذي 15%، مقابل 10% ممن يرغب في الاستماع إلى الراديو التقليدي. كما توصلت الدراسة إلى أن الإنترنت لعب دورا كبيرا في الحد من الاستماع للإذاعات الأرضية من وجهة نظر طلبة الجامعات الأميركية.

ما يميز هذه الدراسة

تميزت هذه الدراسة عن الدراسات السابقة بمجتمع الدراسة، حيث أظهرت الدراسات السابقة أن المجتمع المستهدف كان طلبة الجامعات أما الدراسة الحالية فاستهدفت الجمهور بشكل عام.

3- منهجية الدراسة وإجراءاتها

منهجية الدراسة:

تقوم هذه الدراسة على استخدام أحد أساليب المنهج الوصفي وهو أسلوب مسح جمهور الإعلام، باستخدام أداة الاستبيان، وذلك بالتطبيق على عينة عشوائية من الجمهور الأردني بهدف الوقوف على اتجاهاتهم نحو تأثيرات الإنترنت وتطبيقاته على استماعهم إلى الإذاعة.

مجتمع الدراسة:

تكون مجتمع الدراسة من الجمهور الأردني في إقليم العاصمة عمان.

عينة الدراسة:

تم استخدام أسلوب العينة في الحصول على المعلومات من مجتمع الدراسة حول تأثيرات الإنترنت وتطبيقاته على استماع الجمهور الأردني إلى الإذاعة. واعتمدت الدراسة على عينة عشوائية طبقية قوامها 450 مبحوثاً، وقد استخدم الباحث هذه العينة لأن مجتمع الدراسة غير متجانس ويتسم بسمات متعددة من ناحية النوع، والعمر والمستوى التعليمي، والمهنة، ومكان الإقامة، والحالة الاجتماعية، وعلى ذلك قام الباحث بتقسيم مجتمع الدراسة إلى ثلاثة أقسام في إقليم العاصمة عمان شملت مناطق الحضر والريف والبادية، وتوزيع 150 استمارة في كل منطقة، مراعيًا سمات وخصائص مجتمع الدراسة، بحيث كانت هناك فرصة مبحوث في الحصول

منه على المعلومات التي تخص الدراسة، حسب السمات التي تميز مجتمع الدراسة. ويوضح الجدول التالي عدد الاستبانات الموزعة، والمسترجعة، والمستبعدة.

جدول رقم (1) عينة الدراسة

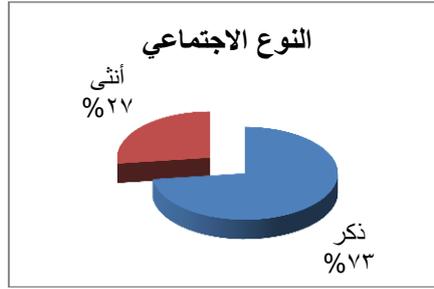
المجموع الكلي	عدد الاستبانات المستبعدة	عدد الاستبانات المسترجعة	عدد الاستبانات الموزعة
432	11	443	450

جدول رقم (2) وصف خصائص عينة الدراسة

المتغير	فئات المتغير	العدد	النسبة المئوية %
النوع الاجتماعي	ذكر	315	73%
	أنثى	117	27%
العمر	25 فأقل	55	13%
	35-26	197	46%
	45-36	144	33%
	46 فأكثر	36	8%
المستوى التعليمي	دبلوم فأقل	110	9%
	بكالوريوس	250	43%
	ماجستير	52	26%
	دكتوراه	20	22%
المهنة	موظف	245	57%
	حرفي	72	17%
	طالب	85	19%
	لا يعمل	10	2%
	غير ذلك	20	5%
مكان الإقامة	حضر	261	60%
	ريف	128	30%
	بادية	43	10%
الحالة الاجتماعية	متزوج	192	44%
	أعزب	179	41%
	مطلق	52	13%
	أرمل	10	2%
الجنسية	أردنية	382	88%
	غير أردنية	50	12%

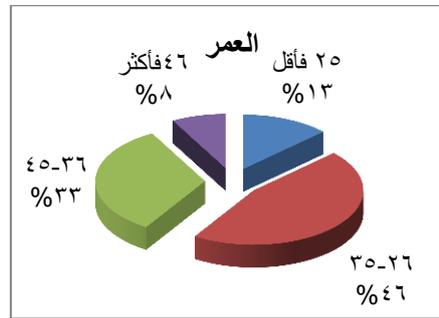
أظهرت النتائج المدرجة في الجدول رقم (1) وصفاً عاماً لعينة الدراسة، حيث بلغت نسبة الذكور (73%) مقابل نسبة (27%) من الإناث من عينة الدراسة، يوضح الشكل التالي رسماً توضيحياً للنوع الاجتماعي.

الشكل رقم (1) النوع الاجتماعي



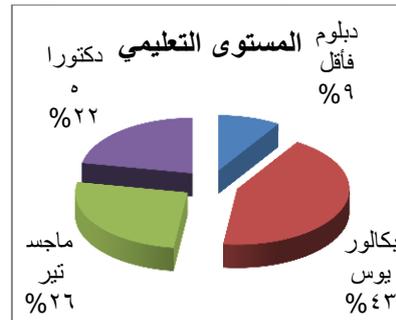
أما بنسبة لمتغير العمر جاءت الفئة العمرية 26-36 بالمرتبة الأولى بنسبة بلغت (46%)، أما الفئة العمرية 45-36 في المرتبة الثانية بنسبة بلغت (33%)، أما المرتبة الثالثة جاءت من نصيب الفئة العمرية 25 سنة فأقل بنسبة بلغت (13%)، وأخيراً جاءت الفئة العمرية أكثر من 46 سنة بنسبة بلغت (8%) من عينة الدراسة.

شكل رقم (2) العمر



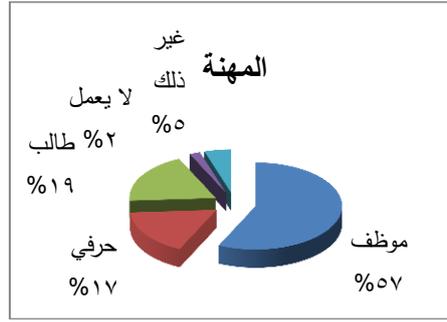
أما متغير المستوى التعليمي، فقد احتل المستوى التعليمي بدرجة بكالوريوس بنسبة بلغت (43%) في المرتبة الأولى، في حين جاء مستوى التعليمي بدرجة ماجستير في المرتبة الثانية بنسبة بلغت (26%)، وفي المرتبة الثالثة جاء مستوى التعليمي بدرجة دكتوراه بنسبة بلغت (22%)، وأخيراً في المرتبة الرابعة جاء المستوى التعليمي دبلوم فأقل بنسبة بلغت (9%) من عينة الدراسة.

شكل رقم (3) المستوى التعليمي



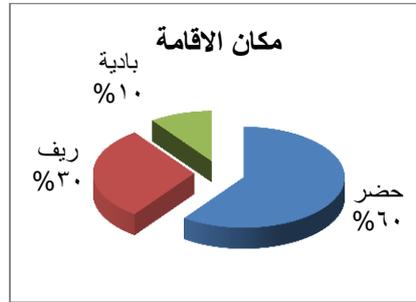
وقد أظهر الجدول السابق نسب متغير المهنة حسب الفئات الخاصة به، فقد جاء في المرتبة الأولى مهنة موظف بنسبة بلغت (57%)، وفي المرتبة الثانية جاءت مهنة طالب بنسبة بلغت (19%)، وفي المرتبة الثالثة كانت من نصيب مهنة حرفي بنسبة بلغت (17%)، أما من هم يمتلكون مهنة غير ذلك فقط جاءت في المرتبة الرابعة بنسبة بلغت (5%)، وأخيراً جاءت المهنة لا يعمل في المرتبة الخامسة بنسبة بلغت (2%) من عينة الدراسة.

شكل رقم (4) المهنة



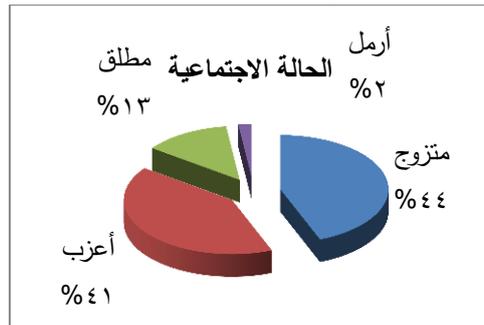
كما أظهرت النتائج المدرجة في الجدول رقم (1) أن أغلب عينة الدراسة كانت من حضر بنسبة بلغت (60%)، أما نسبة (30%) من كانت أقامتهم في الريف، وأخيراً بلغت نسبة عينة الدراسة من كانت أقامتهم في البادية (10%).

شكل رقم (5) مكان الإقامة



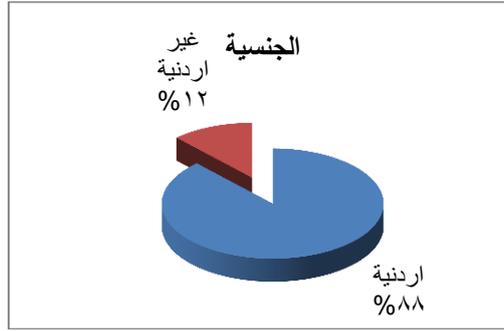
أما متغير الحالة الاجتماعية فقد كانت حالة المتزوج في المرتبة الأولى بنسبة بلغت (44%) أما الأعزب في المرتبة الثانية بنسبة بلغت (41%)، والمرتبة الثالثة للحالة الاجتماعية مطلق بنسبة بلغت (13%)، وأخيراً جاءت الحالة الاجتماعية فئة أرمل بنسبة بلغت (2%) من عينة الدراسة.

شكل رقم (6) الحالة الاجتماعية



أظهر الجدول السابق أيضاً أن أغلب عينة الدراسة من هم يحملون الجنسية الأردنية بنسبة بلغت (88%) مقابل (12%) من هم حملة جنسيات أخرى من عينة الدراسة.

شكل رقم (7) الجنسية



ثبات أداة الدراسة:

تم استخراج معامل الثبات (كرونباخ ألفا) للتأكد من الإتساق الداخلي للفقرات، حيث أن معاملات الثبات لجميع متغيرات الدراسة مرتفعة حيث بلغت معامل الثبات لكافة فقرات الأداة (الفا=0.845) وهي نسبة ثبات عالية ومقبولة لأغراض إجراء الدراسة.

المعالجة الإحصائية

استخدمت الدراسة الرزمة الإحصائية (SPSS.16.1) في معالجة البيانات للإجابة واختبار فرضياتها، وفقاً للمعالجات الإحصائية التالية:

1. التكرارات والنسب المئوية لوصف خصائص عينة الدراسة، وحساب المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية للإجابة عن أسئلة الدراسة.
2. تحليل الانحدار المتعدد؛ لاختبار صلاحية نماذج الدراسة، وتأثير المتغير المستقل وأبعاده على المتغير التابع وأبعاده.
3. تحليل التباين الأحادي (ANOVA)، و اختبار (T-Test) لاختبار تأثيرات المتغيرات الشخصية والوظيفية على تصورات المبحوثين إزاء المتغيرات المستقلة والتابعة وأبعاده.

4- عرض النتائج ومناقشتها

أولاً- الإجابة عن أسئلة الدراسة.

- الإجابة عن السؤال الأول: هل تستمع إلى الإذاعة؟

للإجابة عن السؤال تم احتساب التكرارات النسبية لإجابات عينة الدراسة وجدول رقم (4) يوضح ذلك.

جدول رقم (3) النسب والتكرارات المئوية الاستماع إلى الإذاعة

النسبة	العدد	الاستماع إلى الإذاعة
17%	70	دائماً
22%	98	أحياناً
61%	264	لا استمع
100%	432	المجموع

أظهرت النتائج المدرجة في الجدول السابق أن نسبة الذين لا يستمعون للإذاعة بلغت (61%) من استجابات عينة الدراسة، وبلغت نسبة الذين يستمعون للإذاعة دائماً 17%، ونسبة الذين يستمعون أحياناً 22%. وهذه النتائج

تعتبر منطقية في ظل ثورة تكنولوجيا المعلومات التي استطاعت أن تستحوذ على معظم جماهير وسائل الإعلام التقليدية وخاصة الإذاعة المسموعة.

- الإجابة عن السؤال الثاني: هل تمتلك جهاز راديو؟ للإجابة عن هذا السؤال تم احتساب التكرارات النسبية لإجابات عينة الدراسة وجدول رقم (2) يوضح ذلك.

جدول رقم (4) امتلاك جهاز راديو

النسبة	العدد	امتلاك جهاز راديو
6%	26	نعم
94%	406	لا
100%	432	المجموع

أظهرت النتائج المدرجة في الجدول رقم (2) أن أغلب عينة الدراسة لا يمتلكون جهاز راديو في المنزل، حيث بلغت نسبتهم (94%)، مقابل (6%) من يمتلكون جهاز راديو، ويعود ذلك على متابعة أغلب عينة الدراسة إلى وسائل أخرى، حيث أشارت نتائج الجدول رقم (3) إلى أن أكثر الوسائل استعمالاً هو الهاتف الذكي.

- الإجابة عن السؤال الثالث: رتب وسائل الإعلام التالية حسب مدى استخدامها لك؟ للإجابة عن هذا السؤال تم احتساب التكرارات النسبية لإجابات عينة الدراسة وجدول رقم (3) يوضح ذلك.

جدول رقم (5) الوسائل الإعلامية

النسبة	الرتبة	العدد	وسائل الإعلام
10%	5	45	الإذاعة
25%	2	103	التلفزيون
12%	3	51	الإنترنت
11%	4	49	الكمبيوتر
34%	1	149	الهاتف الذكي
8%	6	35	الصحافة
100%	-	432	المجموع

يوضح الجدول رقم (5) أهم الوسائل الإعلامية استخداماً عند الجمهور الأردني، حيث جاءت وسيلة الهاتف الذكي في المرتبة الأولى بنسبة بلغت (34%)، وفي المرتبة الثانية جاءت وسيلة التلفزيون بنسبة بلغت (25%)، في حين بلغت نسبة استخدام وسيلة الإنترنت (12%) في المرتبة الثالثة، واحتلت وسيلة الكمبيوتر المرتبة الرابعة بنسبة بلغت (11%)، وبلغت نسبة وسيلة الإذاعة (10%) في المرتبة الخامسة، وفي المرتبة السادسة والاختيرة جاءت وسيلة الصحافة بنسبة بلغت (8%).

ومن خلال الشكل السابق يمكن ترتيب وسائل الإعلام حسب نسب الاستخدام على النحو التالي:

1. الهاتف الذكي
2. التلفزيون
3. الإنترنت
4. الكمبيوتر
5. الإذاعة
6. الصحافة.

• الإجابة عن السؤال الرابع: ما مدى استماعك إلى الإذاعة؟

جدول رقم (6) النسب والتكرارات المئوية لمدى الاستماع إلى الإذاعة

النسبة	العدد	مدى الاستماع
52%	88	أقل من ساعة
37%	62	ساعة
11%	18	أكثر من ساعتين
100%	168	المجموع

يوضح الجدول رقم (5) النسب والتكرارات المئوية لمدى الاستماع إلى الإذاعة لعينة الدراسة، حيث بلغت نسبة من يستمعون إلى الإذاعة أقل ساعة (52%) في المرتبة الأولى، أما من يسمعون ساعة في المرتبة الثانية بنسبة بلغت (37%)، وأخيراً من يستمعون إلى الإذاعة لمدة أكثر من ساعتين بنسبة بلغت (11%) من عينة الدراسة.

• الإجابة عن السؤال الخامس: متى تستمع إلى الإذاعة؟

جدول رقم (7) النسب والتكرارات المئوية وقت الاستماع إلى الإذاعة

النسبة	العدد	وقت الاستماع
48%	80	صباحاً
13%	22	الظهيرة
23%	38	المساء
16%	27	ليلاً
100%	168	المجموع

توصلت النتائج المدرجة في الجدول الحالي أن أغلب الجمهور الأردني يستمعون إلى الإذاعة في أوقات الصباح حيث بلغت نسبتهم (48%)، وأما في المساء فقط بلغت (23%)، وليلاً بنسبة بلغت (16%)، وأخيراً من يستمعون إلى الإذاعة في وقت الظهر بنسبة بلغت (13%) من عينة الدراسة، وترتبط هذه النتيجة مع نتيجة نسبة مهنة الموظف التي جاءت في المرتبة الأولى من عينة الدراسة، وقد تكون هذه النتائج منطقية كون معظم أفراد الجمهور الأردني يستمع إلى الإذاعة في سياراتهم الخاصة أو العامة، وهذا يرجع أيضاً إلى ازدحام المرور مما يضطرهم لقضاء الوقت في الاستماع، وإما انخفاض نسبة الاستماع في الليل فذلك يعزى إلى استخدام وسائل أخرى منها الإنترنت والتلفزيون الذي حل بالمرتبة الثانية وفق الجدول رقم (3)، وكذلك ما يؤكد الجدول رقم (7) حيث أن نسبة الاستماع في السيارات مثلت 57% من عينة الدراسة مقابل 12% تستمع في المنزل.

• الإجابة عن السؤال السادس: أي الأماكن تستمع فيها إلى الإذاعة؟

جدول رقم (8) النسب والتكرارات المئوية أماكن الاستماع إلى الإذاعة

النسبة	العدد	أماكن الاستماع
57%	96	أثناء قيادة السيارة
12%	20	في المنزل
10%	17	في العمل
21%	35	في المقاهي
100%	168	المجموع

يوضح الجدول رقم (7) أن أغلبية الجمهور الأردني من يستمعون إلى الإذاعة أثناء قيادة السيارة حيث بلغت نسبتهم (57%)، ومن متابعة النسب المدرجة في الجدول الرقم (1)، حيث بلغت نسبة الموظفين (57%) وهذا يتفق مع دراسة (العلوانة). وكما أظهر الجدول السابق أن نسبة (21%) منهم يستمعون للإذاعة في المقاهي، و(12%) في المنزل مقابل نسبة (10%) من يستمعون للإذاعة في العمل. وهذه النتائج منطقية، وهذا ما تؤكد نتائج الجدول السابق.

• الإجابة عن السؤال السابع: لماذا تستمع إلى الإذاعة؟

جدول رقم (9) النسب والتكرارات المئوية لأسباب الاستماع إلى الإذاعة

الرقم	أسباب الاستماع	العدد	النسبة
1	لأن الإذاعات تشبع رغباتي الترفيهية والثقافية والعلمية	62	37%
2	تمكني من معرفة ما يدور من أحداث	24	14%
3	لسهولة استخدام الراديو	3	2%
4	لأنني أحب بعض المذيعين الذين يقدمون البرامج التي استمع إليها	32	19%
5	لأن الإذاعة أفضل من الوسائل الأخرى	3	2%
6	لأن الإذاعة أفضل في أي وقت	5	3%
7	الآنية والفورية في تغطية الإذاعات للأحداث	7	4%
8	تساعدني على الاسترخاء	5	3%
9	لأنها تقدم برامج ترفيهية جذابة	27	16%
	المجموع	168	100%

أظهرت النتائج المدرجة في الجدول رقم (8) أهم الأسباب التي تستدعي الجمهور الأردني نحو الاستماع إلى الإذاعة، وكان أهم هذه الأسباب لان الإذاعات تشبع رغباتي الترفيهية والثقافية والعلمية بنسبة بلغت (37%)، وثانيها سبب لأنني أحب بعض المذيعين الذين يقدمون البرامج التي استمع إليها بنسبة بلغت (19%)، وثالثها سبب لأنها تقدم برامج ترفيهية جذابة. أما باقي الأسباب فقط تراوحت ما بين (2-5%). ويلاحظ من نتائج الجدول السابق أن أهم الأسباب التي دفعت جمهور عينة الدراسة الذين أجابوا بأنهم يستمعون إلى الإذاعة تمثلت بإشباع رغباتهم الترفيهية والثقافية والعلمية.

• الإجابة عن السؤال الثامن: هل مواقع محطات الإذاعة على الإنترنت جعلتك لا تستخدم الراديو؟

للإجابة عن السؤال تم احتساب التكرارات النسبية لإجابات عينة الدراسة وجدول رقم (9) يوضح ذلك.

جدول رقم (10) يوضح مدى تأثيرات الإنترنت على الاستماع إلى الراديو

الإجابة	العدد	النسبة
نعم	305	71%
لا	127	29%
المجموع	432	100%

أظهرت النتائج المدرجة في الجدول رقم (9) أن أغلب عينة الدراسة بنسبة 71% أفادوا أن الإنترنت وتطبيقاته أثر على الاستماع إلى الإذاعة (الراديو) مقابل 29% منهم، وهذا ما أظهرته نتائج الجدول رقم (8).

• الإجابة عن السؤال التاسع: لماذا لا تستمع إلى الإذاعة؟

جدول رقم (11) النسب والتكرارات المنوية لأسباب عدم الاستماع إلى الإذاعة

الرقم	اسباب الاستماع	العدد	النسبة
1	الإذاعات لا تشبع رغباتي	3	1%
2	لا أجد ما أريد في برامج الإذاعة	7	3%
3	أسلوب الإذاعات تقليدي ولا يوجد تطوير وتحديث	25	10%
4	عدم وجود مذيعين مؤهلين قادرين على جذب الجمهور	12	5%
5	لأنني استخدم الإنترنت والهاتف الذكي	66	27%
6	عدم وضوح الصوت ورداءة البث الإذاعي	20	8%
7	لا أملك الوقت الكافي للاستماع إلى الإذاعة	0	0%
8	لا أملك جهاز مذياع	93	38%
9	سهولة استخدام الإنترنت والأجهزة الحديثة	20	8%
10	هناك قيود في التواصل مع الآخرين عن طريق الإذاعات الأرضية	0	0%
	المجموع	246	100%

أظهرت النتائج المدرجة في الجدول رقم (10) أهم الأسباب التي تحد الجمهور الأردني نحو الاستماع إلى الإذاعة، وكان أهم هذه الأسباب لأنني لا أملك جهاز مذياع بنسبة بلغت (38%)، وثانيها سبب لأنني استخدم الإنترنت والهاتف الذكي بنسبة بلغت (27%) وهنا ترابط مع النتائج المدرجة جدول رقم (3) أن أهم الوسائل الإعلام استخداما كان الهاتف الذكي، وثالثها سبب أسلوب الإذاعات تقليدي ولا يوجد تطوير وتحديث بنسبة بلغت (10%). أما باقي الأسباب فقط تراوحت ما بين (0-8%).

- الإجابة عن السؤال العاشر: ما تصورات عينة الدراسة نحو تأثيرات الإنترنت وتطبيقاته على استماع الجمهور الأردني للإذاعة؟ للإجابة عن هذا السؤال تم حساب المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية، والأهمية النسبية لجميع الفقرات التي تقيس تأثيرات الإنترنت وتطبيقاته على استماع الجمهور الأردني للإذاعة مع الأخذ بعين الاعتبار أن تدرج المقياس المستخدم في الدراسة.

غير موافق بشدة	غير موافق	محايد	موافق	موافق بشدة
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)

واستناداً إلى ذلك فإن قيم المتوسطات الحسابية التي وصلت إليها الدراسة، سيتم التعامل معها لتفسير البيانات على النحو التالي:

مرتفع	متوسط	منخفض
3.5 فما فوق	2.5-3.49	1-2.49

وبناءً على ذلك فإذا كانت قيمة المتوسط الحسابي للفقرات أكبر من (3.5) فيكون مستوى التصورات مرتفعاً، وهذا يعني موافقة أفراد المجتمع على الفقرة، أما إذا كانت قيمة المتوسط الحسابي (2.5-3.49) فإن مستوى التصورات متوسط، وإذا كان المتوسط الحسابي أقل من (2.49) فيكون مستوى التصورات منخفضاً، ويظهر الجدول التالي المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية للفقرات.

جدول رقم (12) المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لتصورات أفراد عينة الدراسة نحو تأثيرات الإنترنت وتطبيقاته على استماع الجمهور الأردني للإذاعة

رقم	الفقرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	المستوى
1	مواقع التواصل الاجتماعي جعلت الجمهور لا يجد وقتاً للاستماع للإذاعة	4.09	0.79	مرتفع
2	الهواتف الذكية أعطت المستمع فرصة أكبر من البحث في محطات الإذاعة	4.03	0.89	مرتفع
3	الإنترنت جعل الجمهور لا يجد وقتاً كافياً للاستماع للإذاعة	4.14	0.86	مرتفع
4	الإذاعات على شبكة الإنترنت أقوى في بثها من الإذاعة الأرضية	3.99	1.07	مرتفع
5	البرامج الإذاعية عبر شبكة الإنترنت تلي احتياجات أكثر من برامج محطات الإذاعة	3.71	1.22	مرتفع
6	الإذاعة عبر شبكة الإنترنت متنوعة وتصلني بسهولة	3.93	0.89	مرتفع
7	شبكة الإنترنت توفر المعلومات عن الأحداث الجارية أكثر من الإذاعة الأرضية	3.89	0.88	مرتفع
8	الإذاعة قادرة على الاستمرار مع وجود الإنترنت والهواتف الذكية	2.25	1.40	ضعيفة
9	أجد في مواقع الإنترنت كل ما احتاجه من معلومات	3.67	1.21	مرتفع
10	الإمكانات المادية والبشرية في الإذاعة كانت السبب في انصراف الجمهور عنها	3.94	1.06	مرتفع
11	مقدمو البرامج الإذاعية غير مؤهلين على تقديم برامج ناجحة	3.26	1.12	متوسط
12	برامج الإذاعة لا تشبع رغباتي	2.91	0.966	متوسط
13	أفضل الاستماع للإذاعة من خلال المواقع الإلكترونية للإنترنت.	3.64	1.03	مرتفع
14	عملت مواقع الويب على رفع مستوى الاستماع للإذاعة	4.04	1.10	مرتفع
15	استخدام الإذاعة للمواقع الإلكترونية زاد من عدد المستمعين للإذاعة	3.29	1.20	متوسط
16	تعمل مواقع الإنترنت على توفير الأخبار في المجالات كافة مقارنة بالإذاعة الأرضية	4.01	1.01	مرتفع
17	الإذاعات الأردنية عبر مواقع الإنترنت المتنوعة تمتاز بالمصداقية والشفافية	3.11	0.79	متوسط
18	أفضل الاستماع للإذاعة عن طريق الهواتف الذكية دون الراديو	4.18	0.95	مرتفع
19	تطبيقات الهواتف الذكية وفرت الوقت للمستمع في البحث عن محطات الإذاعة	3.68	0.54	مرتفع
20	تمكني مواقع التواصل الاجتماعي من التفاعل والمشاركة وإبداء الرأي أكثر من الإذاعة	3.50	0.48	مرتفع
21	مواقع التواصل الاجتماعي تسهل الوصول للأخبار بشكل أمثل من الاستماع للإذاعة	4.15	0.92	مرتفع
22	مواقع التواصل الاجتماعي تمكني من متابعة الاخبار بوضوح بأي وقت وأي مكان	3.00	1.22	متوسط
23	تتيح تطبيقات الهواتف الذكية الاستماع للإذاعة والتصفح على الإنترنت بنفس الوقت.	3.95	1.10	مرتفع
24	أفضل الهواتف الذكية عن الاستماع للإذاعة لأنها تتيح لي فرصة تبادل المحتوى الإلكتروني المنشور والتفاعل معه بشكل أفضل.	3.54	1.11	مرتفع
25	تبادل الأفكار والمعلومات بين المستمع والمذيع من خلال تطبيقات الهواتف الذكية أفضل من الإذاعة الأرضية	3.31	1.49	متوسط
-	المتوسط الكلي	3.65	1.01	مرتفع

أظهرت النتائج المدرجة في الجدول رقم (12) أن تصورات أفراد عينة الدراسة نحو تأثيرات الإنترنت وتطبيقاته على استماع الجمهور الأردني للإذاعة مرتفعة، حيث بلغ المتوسط الكلي (3.65)، أما على مستوى الفقرات

فقط جاءت الفقرة رقم (16) في المرتبة الأولى التي تنص " أفضل الاستماع للإذاعة عن طريق الهواتف الذكية دون الراديو " بدرجة مرتفعة حيث بلغ المتوسط الحسابي (4.18)، وجاءت الفقرة رقم (21) التي تنص "مواقع التواصل الاجتماعي تسهل الوصول للأخبار بشكل أمثل من الاستماع للإذاعة" في المرتبة الثانية بتوسط حسابي (4.15) بدرجة مرتفعة أيضا. وفي المرتبة الثالثة جاءت الفقرة رقم (3) بدرجة مرتفعة أيضا التي نصت على "الإنترنت جعل الجمهور الأردني لا يجد وقتا كافيا للاستماع للإذاعة " بمتوسط حسابي بلغ (4.14).

- الإجابة عن السؤال الحادي عشر: هل أنت راض عن البرامج التي تقدمها الإذاعة؟
للإجابة عن هذه السؤال تم احتساب التكرارات النسبية لإجابات عينة الدراسة من المستمعين وجدول رقم (13) يوضح ذلك.

جدول رقم (13) النسب والتكرارات المنوية عن الرضا عن البرامج التي تقدمها الإذاعة

النسبة	العدد	مدى الرضا
4%	7	راضٍ جدًا
12%	20	راضٍ
8%	13	محايد
21%	35	غير راضٍ
55%	93	غير راضٍ جدًا
100%	168	المجموع

أظهرت النتائج المدرجة في الجدول السابق أن أغلبية عينة الدراسة غير راضين جدا نحو البرامج التي تقدمها الإذاعة بنسبة بلغت (55%) مقابل (4%) من عينة الدراسة راضين عن هذه البرامج.

- الإجابة عن السؤال الثاني عشر: إلى أي مدى أثر الإنترنت وتطبيقاته على الاستماع للإذاعة؟
للإجابة عن السؤال تم احتساب التكرارات النسبية لإجابات عينة الدراسة وجدول رقم (14) يوضح ذلك.
جدول رقم (14) النسب والتكرارات المنوية عن مدى أثر الإنترنت وتطبيقاته على الاستماع للإذاعة

النسبة	العدد	مدى الرضا
30%	131	بشكل كبير جدًا
34%	147	بشكل كبير
20%	86	متوسط
10%	44	لم يؤثر
6%	24	لم تؤثر بشكل كبير
100%	432	المجموع

أظهرت النتائج المدرجة في الجدول السابق أن رؤية عينة الدراسة نحو أثر الإنترنت وتطبيقاته على الاستماع للإذاعة بشكل كبير حيث بلغت النسبة (34%)، وبشكل كبير جدا بنسبة (30%)، ومتوسط (20%).

- الإجابة عن السؤال الثالث عشر: هل تعتقد أن الإذاعة سوف تستمر في ظل تطور وسائل الإعلام الإلكترونية؟
للإجابة عن السؤال تم احتساب التكرارات النسبية لإجابات عينة الدراسة وجدول رقم (15) يوضح ذلك.

جدول رقم (15) النسب والتكرارات المئوية عن مدى استمرارية الإذاعة

النسبة	العدد	مدى الرضى
56%	242	تستمر
20%	88	تختفي
24%	103	لا أعرف
	432	المجموع

أظهرت النتائج المدرجة في الجدول السابق أن رؤية عينة الدراسة نحو استمرارية عمل الإذاعات في ظل التطور وسائل الإعلام الإلكترونية بلغت (56%) يعتقدون باستمرارية، مقابل (24%) يعتقدون أن هناك عدم استمرارية للإذاعات في ظل تطور وسائل الإعلام الإلكترونية.

• ثانياً- اختبار فرضيات الدراسة:

قبل تطبيق تحليل الانحدار لاختبار فرضيات الدراسة، تم إجراء بعض الاختبارات وذلك من أجل ضمان ملائمة البيانات لافتراضات تحليل الانحدار وذلك على النحو التالي: فيما يتعلق بافتراض ضرورة عدم وجود ارتباط عالٍ بين المتغيرات المستقلة "Multi-Collinearity" قام الباحث بإجراء معامل تضخم التباين "Variance Inflation Factor- VIF"، واختبار التباين المسموح به "Tolerance" لكل متغير من المتغيرات المستقلة. ويشير الجدول رقم (16) إلى أن المسموح به أقل من (0.05) فإنه يمكن القول إن هذا المتغير له ارتباط عالٍ مع متغيرات مستقلة أخرى وبالتالي سيؤدي إلى حدوث مشكلة في تحليل الانحدار. وقد تم الاعتماد على هذه القاعدة لاختبار الارتباط "Multicollinearity" بين المتغيرات المستقلة. وكما يشير الجدول رقم (16) والذي يحتوي على المتغيرات المستقلة وقيمة معامل تضخم التباين (VIF) والتباين المسموح "Tolerance" لكل متغير، نلاحظ أن قيمة (VIF) لجميع المتغيرات كانت أقل من (10) وتتراوح (1.314-2.263) كما نلاحظ أن قيمة التباين المسموح "Tolerance" لجميع المتغيرات كانت أكبر من (0.05) وتتراوح بين (0.314-0.642) ولذلك يمكن القول أنه لا توجد مشكلة حقيقية تتعلق بوجود ارتباط عالٍ بين المتغيرات المستقلة.

جدول رقم (16) اختبار معامل تضخم التباين والتباين المسموح به ومعامل الإلتواء

المتغيرات	التباين المسموح به Tolerance	معامل تقييم التباين (VIF)	معامل الإلتواء Skewness
المواقع الإلكترونية	0.378	2.647	0.304
مواقع التواصل الاجتماعي	0.577	1.732	0.264
تطبيقات الهاتف الذكي	0.688	1.453	0.221

ومن أجل التحقق من افتراض التوزيع الطبيعي Normal Distribution للبيانات فقد تم الاستناد إلى احتساب قيمة معامل الإلتواء (Skewness) للمتغيرات، وكما يشير الجدول رقم (16) فإن قيمة معامل الإلتواء لجميع متغيرات الدراسة كانت أقل من (1) ولذلك يمكن القول بأنه لا توجد مشكلة حقيقية تتعلق بالتوزيع الطبيعي لبيانات الدراسة.

• الفرضية الرئيسية: لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($0.05 \geq \alpha$) لتأثيرات الإنترنت وتطبيقاته في مستوى استماع الجمهور الأردني للإذاعات الأرضية؟

جدول (17) نتائج تحليل التباين للانحدار (Analysis Of variance) للتأكد من صلاحية النموذج لاختبار الفرضية الرئيسية.

المصدر	درجات الحرية	معامل التحديد R^2	مجموع المربعات	متوسط المربعات	قيمة F المحسوبة	مستوى دلالة F
الانحدار	(428 /3)	0.82	46.550	46.550	115.14	0.000
الخطأ			160.892			
الكلية			207.442			

يوضح الجدول (10) صلاحية نموذج اختبار فرضية الدراسة الرئيسية، ونظراً لقيمة (F) المحسوبة عن قيمتها الجدولية على مستوى دلالة ($0.05 \geq \alpha$) ودرجات حرية (3، 428)، حيث إن أبعاد تطبيقات الإنترنت تفسر ما قدره (82%) من التباين في مستوى استماع الجمهور الأردني للإذاعة، وهذا يؤكد دور وأثر أبعاد الإنترنت على استماع الجمهور الأردني للإذاعة. وبناء على ذلك نستطيع اختبار الفرضية الرئيسية.

جدول رقم (18) نتائج تحليل الانحدار المتعدد لاختبار أثر أبعاد الإنترنت وتطبيقاته في مستوى استماع الجمهور الأردني للإذاعة

أبعاد الإنترنت وتطبيقاته	B	الخطأ المعياري	Beta	قيمة t المحسوبة	مستوى دلالة t
المواقع الإلكترونية	0.687	0.041	0.747	11.112	0.000
مواقع التواصل الاجتماعي	0.712	0.024	0.572	9.254	0.000
تطبيقات الهاتف الذكي	0.914	0.066	0.816	12.247	0.000

يتضح من النتائج الإحصائية الواردة في الجدول رقم (11)، ومن متابعة قيم اختبار (t) أن المتغيرات الفرعية التالية والمتعلقة (المواقع الإلكترونية، مواقع التواصل الاجتماعي، تطبيقات الهاتف الذكي) هي أبعاد الإنترنت وتطبيقاته لها تأثير على مستوى استماع الجمهور الأردني للإذاعة من وجهة نظر أفراد عينة الدراسة، حيث بلغت قيم (t) المحسوبة (11.112، 9.254، 12.247) على التوالي، وهي قيم معنوية عند مستوى دلالة ($0.05 \geq \alpha$). ومما سبق يقتضي رفض الفرضية الصفرية التي تنص: لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($0.05 \geq \alpha$) لتأثيرات الإنترنت وتطبيقاته في مستوى استماع الجمهور الأردني للإذاعات الأرضية، وقبول الفرضية البديلة على النحو التالي: يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($0.05 \geq \alpha$) لتأثيرات الإنترنت وتطبيقاته في مستوى استماع الجمهور الأردني للإذاعات الأرضية.

جدول رقم (19) نتائج تحليل الانحدار المتعدد التدريجي "Stepwise Multiple Regression" للتنبؤ بمستوى استماع الجمهور الأردني للإذاعة من خلال أبعاد الإنترنت وتطبيقاته كمتغيرات مستقلة

ترتيب دخول العناصر المستقلة في معادلة التنبؤ	قيمة R^2 معامل التحديد	قيمة t المحسوبة	مستوى دلالة t*
تطبيقات الهاتف الذكي	0.72	*15.391	0.000
المواقع الإلكترونية	0.78	*12.827	0.000
مواقع التواصل الاجتماعي	0.82	*10.643	0.000

* ذات دلالة إحصائية على مستوى ($0.01 \geq \alpha$)

وعند إجراء تحليل الانحدار المتعدد التدريجي Stepwise Multiple Regression لتحديد أهمية كل متغير مستقل على حدة في المساهمة في النموذج الرياضي، الذي يمثل أثر أبعاد الإنترنت وتطبيقاته (المواقع الإلكترونية، مواقع التواصل الاجتماعي، تطبيقات الهاتف الذكي) على استماع الجمهور الأردني للإذاعة، كما يتضح من الجدول رقم (18) والذي يبين ترتيب دخول المتغيرات المستقلة في معادلة الانحدار، فإن متغير تطبيقات الهاتف الذكي قد احتل المرتبة الأولى وفسر ما مقداره (72%) من التباين في المتغير التابع، ودخل متغير المواقع الإلكترونية في المرتبة الثانية حيث فسر مع متغير تطبيقات الهاتف الذكي (78%) من التباين في المتغير التابع، أما متغير مواقع التواصل الاجتماعي فقد دخل في المرتبة الثالثة حيث فسر مع المتغيرات السابقة ما قدره (82%) من التباين في الحد من الكوارث الطبيعية.

• الإجابة على الفرضيات الفرعية:

1. لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى دلالة $(0.05 \geq \alpha)$ لتأثيرات الإنترنت وتطبيقاته (المواقع الإلكترونية) في مستوى استماع الجمهور الأردني للإذاعات الأرضية.
أظهرت النتائج المدرجة الجدول رقم (17) أن المواقع الإلكترونية كبعد من أبعاد الإنترنت وتطبيقاته له أثر على استماع الجمهور الأردني للإذاعة، حيث بلغت قيمة $(T=11.112)$ وهي قيمة معنوية عند مستوى الدلالة $(0.05 \geq \alpha)$ ، وبالتالي ترفض الفرضية الصفرية التي تنص: لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى دلالة $(0.05 \geq \alpha)$ لتأثيرات الإنترنت وتطبيقاته (المواقع الإلكترونية) في مستوى استماع الجمهور الأردني للإذاعات الأرضية.
2. لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى دلالة $(0.05 \geq \alpha)$ لتأثيرات الإنترنت وتطبيقاته (مواقع التواصل الاجتماعي) في مستوى استماع الجمهور الأردني للإذاعات الأرضية.
أظهرت النتائج المدرجة الجدول رقم (17) أن مواقع التواصل الاجتماعي كبعد من أبعاد الإنترنت وتطبيقاته له أثر على استماع الجمهور الأردني للإذاعة، حيث بلغت قيمة $(T=9.254)$ وهي قيمة معنوية عند مستوى الدلالة $(0.05 \geq \alpha)$ ، وبالتالي ترفض الفرضية الصفرية التي تنص: لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى دلالة $(0.05 \geq \alpha)$ لتأثيرات الإنترنت وتطبيقاته (مواقع التواصل الاجتماعي) في مستوى استماع الجمهور الأردني للإذاعات الأرضية.
3. لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى دلالة $(0.05 \geq \alpha)$ لتأثيرات الإنترنت وتطبيقاته (تطبيقات الهاتف الذكي) في مستوى استماع الجمهور الأردني للإذاعات الأرضية.
أظهرت النتائج المدرجة الجدول رقم (11) أن تطبيقات الهاتف الذكي كبعد من أبعاد الإنترنت وتطبيقاته لها أثر على استماع الجمهور الأردني للإذاعة، حيث بلغت قيمة $(T=12.247)$ وهي قيمة معنوية عند مستوى الدلالة $(0.05 \geq \alpha)$ ، وبالتالي ترفض الفرضية الصفرية التي تنص: لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى دلالة $(0.05 \geq \alpha)$ لتأثيرات الإنترنت وتطبيقاته (تطبيقات الهاتف الذكي) في مستوى استماع الجمهور الأردني للإذاعات الأرضية.

التوصيات والمقترحات

استناداً لنتائج الدراسة يوصي الباحث ويقترح بالآتي:

1. أهمية العمل على تحسين نوعية البرامج التي تقدمها الإذاعة وبشكل يرضي المستمعين، وزيادة ساعات البث للبرامج التي تستقطب الجمهور.

2. ضرورة قيام مؤسسات الإذاعة بعمل دراسات استطلاع رأي للجمهور دورية للتعرف على احتياجاتهم ورغباتهم.
3. رفد مؤسسات الإذاعة بالتقنيات الحديثة التي من شأنها الحفاظ على جمهور المستمعين، والعمل فتح قنوات للبحث عبر الإنترنت، ورفد ها بالكوادر البشرية المؤهلة والقادرة على استخدام تكنولوجيا الاتصال وزيادة الوعي لدى العاملين عن مفهوم تكنولوجيا الاتصال لما لهذه التقنية من أثر فاعل على أداء الإذاعات، وإنشاء مراكز خاصة بضبط جودة الانتاج الإعلامي في المؤسسات الإعلامية.
4. دعوة الباحثين إلى إجراء مزيد من البحوث والدراسات لخدمة الإذاعة ودعم بقائها في الساحة الإعلامية.

قائمة المراجع

- 1- أبو عرجة، تيسير، طاهات، زهير، خصاونة، ابراهيم، سلطان، محمد، الديسي، عبدالكريم واخرون. (2013). وسائل الإعلام ادوات التعبير والتغيير/ بحوث علمية محكمة.(ط1).عمان: دار اسامة للنشر والتوزيع.
- 2- خضر، وائل. أثر الفيس بوك على المجتمع.(مدونة وائل مبارك خضر)
- 3- الدليبي، عبدالرزاق.(2011). الصحافة الإلكترونية والتكنولوجيا الرقمية.(ط1).عمان: دار الثقافة للنشر والتوزيع.
- 4- الدليبي، عبدالرزاق.(2012). الإعلام الجديد والصحافة الإلكترونية.(ط1).عمان: دار وائل للنشر.
- 5- شفيق، حسنين(2013). سيكولوجية الإعلام الجديد، ماذا فعلت الإنترنت والشبكات الاجتماعية في الناس.(ط1). دار فكروفن للطباعة والنشر والتوزيع.
- 6- الطيبي، طارق (2010)، تطبيقات واستخدامات الإنترنت، ط1، مصر.
- 7- مكاوي، حسن؛ السيد، ليلى.(2001).الاتصال ونظرياته المعاصرة. (ط2). القاهرة: الدار المصرية اللبنانية.
- 8- المليجي، علاء الدين (2015).الإعلام وشبكات التواصل الاجتماعي العالمية. دار التعليم الجامعي، ص:15.