

جامعة المسيلة



كلية العلوم الانسانية والاجتماعية

قسم علوم الاعلام والاتصال

# إذاعة الوثق في

## الجزائر

دراسة ميدانية بمدينة المسيلة

مذكرة تخرج مكملة لنيل شهادة الماستر تخصص اتصال

إشراف :

د. زكريا عكه

اعداد :

بوبكر الصديق بن شويخ

لجنة المناقشة :

رئيسا	الأستاذة : نعيمة بيراردي
مشرفا	الدكتور : زكريا عكه
مناقشا	الأستاذ : سلامي اسعيداني

سبتمبر 2013

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

## ملخص الدراسة :

الهدف من هذه الدراسة هو محاولة التعرف على مدى متابعة جمهور سكان مدينة المسيلة لـ "إذاعات النت"، ولأجل ذلك تمت دراسة عينة من مستخدمي الانترنت الذين يتابعون فعلا هذا النوع من الإذاعات ، ولهذا الغرض اعتمدنا على استمارة استبيان لجمع البيانات من المبحوثين و تم تقسيمه إلى محورين:

• استخدام الانترنت: يمكننا هذا المحور من اختبار الفرضية الأولى وهي أن استخدام الانترنت يعود إلى تلبية حاجيات ترفيهية بالدرجة الأولى وذلك بغض النظر على المتغيرات المستقلة.

• الاستماع للإذاعات عبر الانترنت : يستجيب هذا المحور للفرضية الثانية التي تقول أن التصفح للإنترنت يتزامن مع الاطلاع على مضامين وسائل الإعلام الرقمية لاسيما متابعة الإذاعات عبر الانترنت.

من أهم ما توصلت إليه الدراسة هو أن متابعة "إذاعات النت" تشكل سلوك متوسط الانتشار داخل العينة وذو تكرار متوسط مع اتجاه نحو البحث عن الترفيه بالدرجة الأولى

## Résumé

*Au travers de cette étude, nous essayons d'apprécier l'audience des radios du net au sein de la population de Msila. Pour cela nous avons utilisé l'outil classique qu'est le questionnaire d'enquête pour recueillir les informations souhaitées auprès de la population définie par nos soins.*

*Sur le plan méthodologique, nous avons divisé le questionnaire selon deux grands axes :*

*Le premier, relatif à l'utilisation de l'internet, illustre notre première hypothèse à savoir que le recours à l'internet obéit au premier chef à satisfaire un besoin de divertissement et transcende en cela les différences qu'auraient pu introduire les variables indépendantes.*

*Le deuxième concerne l'écoute de la radio via le net. OÙ il a été constaté que l'utilisation de l'internet, pour accéder à divers contenus, se faisait de façon concomitante avec la lecture de la presse électronique et l'écoute des radios du net. En cela elle fonde notre deuxième hypothèse.*

*Globalement, l'étude a permis de montrer que l'écoute de la radio du net était une pratique moyennement répandue au sein la population considérée, que sa régularité était moyenne et qu'elle dégagait une tendance pour la recherche du divertissement.*

## شكر وعرفان:

أتقدم بالشكر الجزيل للدكتور " زكريا عكه " الذي تفضل عليّ بالاهتمام الكبير والمتابعة المستمرة خلال مراحل إعداد هذه العمل .. فبفضل توجيهاته القيمة استطعت الوصول إلى تحقيق الأفضل في هذه الدراسة .

والشكر موصول أيضا للأساتذة الذين غرفت من معينهم ، وتشرفت بالدراسة

على يديهم .

والشكر أيضا لكل من ساعدني، أو اعانني، أو دعمني من قريب أو بعيد حتى بلغت هذا المستوى من التحصيل العلمي .

اهداء :

إلى الوالدين الكرمين اللذان آزراني بدعواتهما ..

إلى الزوجة المخلصة التي وقفت بجاني ..

إلى ابني رامي رمز الشعلة التي حفزتي ..

إلى اخوتي وأخواتي الذين هموني ..

إلى أهلي وأقاربي الذين شجعوني ..

إلى كل أصدقائي وزملائي الذين دعموني .

مقدمة

الإطار المنهجي

2	مشكلة الدراسة .....
2	الإشكالية .....
2	فرضيات الدراسة .....
3	أهمية الدراسة .....
3	مكان ومدة انجاز الدراسة .....
3	أهداف الدراسة .....
4	المدخل النظري للدراسة .....
4	نوع الدراسة .....
4	منهج الدراسة .....
5	أدوات الدراسة .....
5	مجتمع الدراسة .....
5	عينة البحث .....
6	تحديد مفاهيم .....

الإطار النظري

الفصل الأول : الانترنت ووسائل الإعلام

8	تمهيد .....
9	I. الانترنت .....
9	1. نشأة وتطور الانترنت .....
12	2. خدمات الانترنت .....
14	3. الانترنت في الجزائر .....
17	II. وسائل الإعلام الالكترونية .....
17	1. ماهيتها .....
19	2. أشكالها .....

## الفصل الثاني : البث الإذاعي عبر الانترنت

22	تمهيد
23	I. إذاعة النت
23	1. نشأة إذاعة النت
25	2. خصائص إذاعة النت
27	II. إذاعة النت في الجزائر
27	1. البث الإذاعي في الجزائر
30	2. الإذاعات الجزائرية عبر النت

## الإطار التطبيقي

### الفصل الثالث : استخدامات سكان مدينة المسيلة لإذاعات النت

34	تمهيد
35	I. التحليل الكمي والكمي للبيانات
35	1. تحليل الجداول البسيطة
54	2. علاقات الارتباط بين المتغيرات
69	II. نتائج وتفسيرات الدراسة
71	1. المحور الأول
75	2. المحور الثاني
89	خاتمة
90	قائمة المراجع
93	الملاحق

## فهرس الجدول

رقم الجدول	عنوان الجدول	الصفحة
01	احصائيات حول إذاعات النت الجزائرية الأكثر استماعا من طرف الجزائريين	32
02	احصائيات حول إذاعات النت الجزائرية والأجنبية الأكثر استماعا من طرف الجزائريين	33
03	التكرارات والنسب المئوية لمتغير الجنس	35
04	التكرارات والنسب المئوية لمتغير السن	36
05	التكرارات والنسب المئوية لمتغير المستوي الدراسي	37
06	التكرارات والنسب المئوية لمتغير الحالة الاجتماعية	38
07	التكرارات والنسب المئوية لمتغير المهنة	39
08	التكرارات والنسب المئوية للسؤال الأول	40
09	التكرارات والنسب المئوية للسؤال الثاني	41
10	التكرارات والنسب المئوية للسؤال الثالث	42
11	التكرارات والنسب المئوية للسؤال الرابع	43
12	التكرارات والنسب المئوية للسؤال الخامس	44
13	التكرارات والنسب المئوية للسؤال السادس	45
14	التكرارات والنسب المئوية للسؤال السابع	46
15	التكرارات والنسب المئوية للسؤال الثامن	47
16	التكرارات والنسب المئوية للسؤال التاسع	48
17	التكرارات والنسب المئوية للسؤال العاشر	49
18	التكرارات والنسب المئوية للسؤال الحادي عشر	50

51	التكرارات والنسب المئوية للسؤال الثاني عشر	19
54	علاقات الارتباط بين المتغيرات	20
55	جدول مزدوج للسؤال الأول مع متغير الجنس	21
56	علاقة الارتباط بين متغير الجنس والسؤال الأول	22
57	جدول مزدوج للسؤال الرابع مع متغير الجنس	23
58	علاقة الارتباط بين متغير الجنس والسؤال الرابع	24
59	جدول مزدوج للسؤال السابع مع متغير الجنس	25
60	علاقة الارتباط بين متغير الجنس والسؤال السابع	26
61	جدول مزدوج للسؤال الثاني عشر مع متغير السن	27
63	علاقة الارتباط بين متغير السن والسؤال الثاني عشر	28
64	جدول مزدوج للسؤال الحادي عشر مع متغير المهنة	29
65	علاقة الارتباط بين متغير المهنة والسؤال الحادي عشر	30
66	جدول مزدوج للسؤال الثاني عشر مع متغير المهنة	31
67	علاقة الارتباط بين متغير السن والسؤال الثاني عشر	32
98 - 93	جدول مركب لمقاييس الاستبيان بدلالة الجنس والحالة الاجتماعية والمهنة والسن والمستوى الدراسي	33
99	جدول مزدوج لمتغير المهنة مع متغير الجنس	34
99	جدول مزدوج لمتغير المهنة مع متغير السن	35
99	جدول مزدوج لمتغير المهنة مع متغير المستوى الدراسي	36
100	جدول مزدوج لمتغير المستوى الدراسي مع متغير السن	37
100	جدول مزدوج لمتغير السن مع متغير المستوى الدراسي	38

## فهرس الأشكال

الصفحة	عنوان الشكل	رقم الشكل
30	نسبة المستمعين الجزائريين لإذاعات النت الوطنية والأجنبية	01
35	توزع مفردات العينة حسب متغير الجنس	02
36	توزع مفردات العينة حسب متغير السن	03
37	توزع مفردات العينة حسب متغير المستوى الدراسي	04
38	توزع مفردات العينة حسب متغير الحالة الاجتماعية	05
39	توزع مفردات العينة حسب متغير المهنة	06
40	توزع مفردات العينة حسب السؤال الأول	07
41	توزع مفردات العينة حسب السؤال الثاني	08
42	توزع مفردات العينة حسب السؤال الثالث	09
43	توزع مفردات العينة حسب السؤال الرابع	10
44	توزع مفردات العينة حسب السؤال الخامس	11
45	توزع مفردات العينة حسب السؤال السادس	12
46	توزع مفردات العينة حسب السؤال السابع	13
47	توزع مفردات العينة حسب السؤال الثامن	14
48	توزع مفردات العينة حسب السؤال التاسع	15
49	توزع مفردات العينة حسب السؤال العاشر	16

50	توزع مفردات العينة حسب الحادي عشر	17
51	توزع مفردات العينة حسب السؤال الثاني عشر	18
55	النسب المئوية لتوزع إجابات المبحوثين من الجنسين على السؤال الأول	19
57	النسب المئوية لتوزع إجابات المبحوثين من الجنسين على السؤال الرابع	20
59	النسب المئوية لتوزع إجابات المبحوثين من الجنسين على السؤال السابع	21
61	النسب المئوية لتوزع إجابات المبحوثين حسب السن على السؤال الثاني عشر	22
64	النسب المئوية لتوزع إجابات المبحوثين حسب المهنة على السؤال الحادي عشر	23
66	النسب المئوية لتوزع إجابات المبحوثين حسب المهنة على السؤال الثاني عشر	24
104.101	استمارة الاستبيان	25
105	إحصائيات من موقع الإذاعة الوطني عن مستمعي الانترنت	26

## مقدمة :

إذاعة النت ويطلق عليها مسميات عديدة منها إذاعة الانترنت ، إذاعة الويب ، راديو الانترنت و راديو الويب ... الخ . إلا أن جميعها تؤدي إلى مفهوم واحد ، هو البث الإذاعي للراديو عبر الانترنت وهي ميزة جديدة عرفها الراديو بسبب تطور تكنولوجيات وسائل الإعلام والاتصال الحديثة مع مطلع القرن الواحد والعشرين .

فمن جهة أصبح بمقدور المحطات الإذاعية " التقليدية " البث عن طريق الانترنت من خلال برامج الحاسوب والانترنت ليصل صوتها إلى أقصى نقطة في العالم تغطيها شبكة الانترنت عوضا عن الترددات الهرتزية التي كانت تتنافس عليها ، والتي لها نطاق محدود في التغطية الجغرافية . وهذا ما زاد في قدرتها الاتصالية والتواصلية مع جماهيرها عبر كامل المعمورة ، فضلا عن إمكانية التقليل من المصاريف على المعدات وعلى تكاليف البث .

ومن جهة ثانية فقد أدى تطور تكنولوجيات الإعلام والاتصال الحديثة لاسيما الانترنت وبرامج الحاسوب إلى بروز إذاعات جديدة ارتبط ظهورها ومنشأها بتطور هذه الوسائل . ولقد غير هذا النوع الجديد من البث الإذاعي نظرة العديد من المتشائمين حول مستقبل الراديو في ظل المنافسة الغير متكافئة التي فرضتها عليه وسائل الإعلام التقليدية كالتلفزيون الذي أصبح يتميز بتقنيات بث جديدة متطورة وذات جودة العالية . أما الصحف الالكترونية فقد سبقت الراديو باستغلال ميزة النشر عبر الانترنت بمدة من الزمن .

فقد بات المهتمون والمتابعون يرون أن الراديو قد بعث من جديد ، وأنه قد ولد مرة ثانية خاصة مع الإقبال المتزايد للأشخاص والأفراد على استعمال الانترنت ما ساعد على انتشار وازدياد شعبيتها . وبما أن البث الإذاعي يتطلب وبشكل أساسي وجود الانترنت ، فإن هذه الأخيرة التي ظهرت وتطورت وانتشرت بشكل سريع ، مكنت من ربط معظم سكان المعمورة فيما بينهم ، مما سمح للعديد من مستمعي الإذاعات ممن يتصفحون الانترنت الاستماع لهذا النوع الجديد من البث الإذاعي على الانترنت ، ذو مضامين عديدة ومتعددة ترض أذواق العديد من المستمعين على اختلاف أجناسهم وأعمارهم ولغاتهم رغم تباعد أماكن إقامتهم عن أماكن تواجد هذه الإذاعات التي تبث عن طريق الانترنت .

وتعد الجزائر من بين العديد من الدول التي تمكن مواطنوها القاطنين بمختلف مدنها وقرائها على غرار سكان مدينة المسيلة من الاستفادة من توفر الانترنت ، مما سمح لهم الاستفادة من المزايا العديدة والمتوفرة بها ، لاسيما إمكانية متابعة وسائل الإعلام المختلفة عبرها والتي تعد الإذاعات التي تبث عن طريقها إحداها .

## مشكلة الدراسة :

يعيش العالم اليوم تحولات وتطورات كبيرة خاصة على المستوى الاتصالي والإعلامي من خلال التطور الهائل لتكنولوجيا وسائل الإعلام التي تمخض عنها بروز ظواهر إعلامية جديدة ، والتي رغم قصر عمرها فقد تمكنت من فرض نفسها وإيجاد مكان لها ، بعد أن حشدت حولها جمهورا يتابعها ويهتم بها . وتعد ظاهرة البث الإذاعي عبر الانترنت إحدى هذه الظواهر الجديدة ، فقد بدأت بالانتشار في الآونة الأخيرة بشكل متزايد ، بفضل التطور الكبير لتكنولوجيا وسائل الاتصال خاصة الانترنت ، مما أدى إلى زيادة سواء في درجة الاستماع ، أو في عدد الإذاعات الموجودة .  
مما أدى إلى خلق مستمعين لهذا النوع الجديد من الإعلام الذي يبيث عن طريق الانترنت ، وهو الأمر الذي نراه يستحق الدراسة والبحث .

## الإشكالية :

شهدت الخارطة الاتصالية قفزات تكنولوجية وإعلامية هائلة منذ النصف الأخير من القرن الماضي خاصة مع ظهور الأنترنت التي تمخض عنها ميلاد شكل جديد من الإعلام . فانتقال الإذاعة من تقنيات البث التماثلي إلى تقنيات البث الرقمي مكنها من الاستفادة من الخصائص المتعددة للأنترنت، بالإضافة إلى سرعة الانتشار والذيع التي أوصلتها لأماكن بعيدة ما كانت لتصلها فيما مضى . الأمر الذي فتح أمامها أفقا ، وآمالا واسعة لتحقيقها .  
لذلك ارتأينا أن نحاول معرفة مدى انتشار هذه الظاهرة في مدينة المسيلة ، وحجم وخصوصيات الجمهور المهتم بها ، وكذا كيفية استخدامه لهذا النوع الجديد من الإذاعات

فما هي خصائص ومميزات إذاعة النت ، من هم مستمعوها ؟

## فرضيات الدراسة :

- ❖ يستخدم أفراد العينة الانترنت لتلبية احتياجاتهم الترفيهية بالدرجة الأولى .
- ❖ التصفح للإنترنت يتزامن مع الاطلاع على مضامين وسائل الإعلام الرقمية لاسيما متابعة إذاعة النت
- ❖ متابعة إذاعات النت تشكل سلوك متوسط الانتشار
- ❖ متابعة إذاعات النت يستجيب لاحتياجات ترفيهية بالدرجة الأولى .

## أهمية الدراسة :

إن الحاجة للإعلام والاتصال أصبح من متطلبات العصر التي لا يمكن الاستغناء عنه في حياتنا اليومية ، لاسيما بعد التطور الهائل الذي طرأ على مستوى الوسائل الاتصالية الحديثة . ولذا تأتي هذه الدراسة كإضافة للكم العلمي والمعرفي الأكاديمي الذي يتناول بالبحث والدراسة دراسة تكنولوجيا وسائل الإعلام من زاوية اهتمامات وحجات الجمهور بهذه الوسائل الإعلام الجديدة . وسنحاول في هذه الدراسة تسليط الضوء على ظاهرة البث الإذاعي عبر الانترنت في الجزائر عامة وفي مدينة المسيلة خاصة كونها إحدى إفرازات هذا التطور التكنولوجي الحاصل ، بالتقرب أكثر من مستمعي هذه الإذاعات من مستخدمي الانترنت بمدينة المسيلة . على أمل أن تكون هذه الدراسة أرضية لدراسات لاحقة ومنطلقا لباحثين آخرين .

## مكان ومدة انجاز الدراسة :

من أجل الحصول على إجابات حول الإشكالية المطروحة ، توجهنا إلى أحياء مدينة المسيلة لإجراء معاينة ميدانية واختبار الاستبيان كمرحلة أولى ، ثم الشروع في الدراسة من خلال توزيع الاستبيان على عدد من مفردات العينة في مختلف أحياء المدينة كمرحلة ثانية . وقد امتدت فترة انجاز هذا العمل من تاريخ 2013/05/02 إلى غاية 2013/08/31 .

## أهداف الدراسة :

ويمكن حصر أهداف الدراسة في ثلاثة أهداف رئيسية هي :

- ❖ معرفة مدى إقبال مستخدمي الانترنت على متابعة وسائل الإعلام الجديدة وبالتحديد إذاعات النت أثناء تصفحهم للإنترنت
- ❖ التعرف على خصوصيات جمهور إذاعة النت ، وكيفية استعمالهم لها .
- ❖ معرفة موقع إذاعات النت كوسيلة إعلامية جديدة بين نظيراتها التقليدية لدى مستخدمي الانترنت.

## المدخل النظري للدراسة :

وتتم دراسة الموضوع في إطار مدخل تأثيرات وسائل الإعلام باعتبار أن مدخل تأثيرات وسائل الإعلام يعد القاعدة الأساسية لكل المداخل النظرية كونه المدخل الوحيد الذي يجمع بين جميع النظريات الموجودة في المداخل الأخرى ، ولعل أهمها نظرية الإشباع والاستخدامات. والتي يعرفها مرزوق عبد الحكيم العدلي في كتابه الإعلانات الصحفية (دراسة في الاستخدامات والإشباع) بأنها : " دراسة جمهور وسائل الإعلام الذين يتعرضون بدوافع معينة لإشباع حاجات معينة"<sup>1</sup> ومنه فإن دراستنا جاءت من هذا المنطلق من أجل معرفة مدى إقبال مستخدمي الانترنت على استماع إذاعات النت في تلبية احتياجاتهم الإعلامية والترفيهية .

## نوع الدراسة :

ونعتمد في دراستنا هذه الدراسة الوصفية لأن الأسلوب الوصفي يستخدم لدراسة الواقع أو الظاهرة كما هي في الواقع ويهتم بوصفها وصفا دقيقا باستخدام الأسلوب الكيفي في وصف الظاهرة وتوضيح خصائصها ، والأسلوب الكمي من خلال تكميم الظاهرة عن طريق الأرقام والجداول . ففي الدراسات الإعلامية تستخدم الدراسات الوصفية لأغراض الوصف المجرد والمقارن للأفراد والجماعات ، ووصف الاتجاهات ، والدوافع والحاجات واستخدامات وسائل الإعلام ، إذ تتسم هذه الدراسة بما يلي :

- استهدافها عناصر الظاهرة ووصف عناصرها وعلاقتها في وضعها الراهن .
- وصف العلاقات والوصول إلى نتائج تفسر العلاقات السببية .
- تعتمد هذه الدراسات على الأساليب الكمية والكيفية معا والتحليل الإحصائي في تفسير البيانات<sup>2</sup>

## منهج الدراسة :

ويعتبر المنهج المسحي المنهج الأصلح لدراستنا ، إذ يساعدنا على جمع البيانات والمعلومات المتعلقة بالظاهرة محل الدراسة ، ما يسمح لنا بإمكانية تحليلها وتفسيرها ومن ثم الخروج باستنتاجات منها . إذ يعتبر المنهج المسحي طريقة لجمع الحقائق من الناس الذين يعيشون بمنطقة جغرافية معينة ، وتتضمن المادة المجمععة عن طريق المنهج المسحي مادة توضيحية وصفية ، كما يعتبر طريقة لدراسة الإطار العام للظاهرة ، عن طريق ملاحظتها ورصدها وجمع البيانات المتصلة بالحالة الراهنة وقت حدوثها<sup>3</sup>.

1. مرزوق عبد الحكيم العدلي : الإعلانات الصحفية (دراسة في الاستخدامات والإشباع) ، دار الفجر للنشر والتوزيع ، ط1 ، القاهرة ، 2004 ، ص 109  
2. محمد عبد الحميد : البحث العلمي في الدراسات الإعلامية ، عالم الكتب للطبع والنشر والتوزيع ، ط1 ، القاهرة ، 2004 ، ص 13  
3. رشيد زرواتي : مناهج وأدوات البحث العلمي في العلوم الاجتماعية ، دار الهدى للطباعة والنشر والتوزيع ، ط1 ، عين مليلة ، 2008 ، ص 177 - 178

## أدوات الدراسة :

يعتبر الاستبيان إحدى الوسائل الشائعة الاستعمال للحصول على المعلومات ، والبيانات التي تتعلق بآراء ومواقف الجمهور حول موضوع معين أو موقف معين . لما يحتويه من أسئلة توزع على عينة البحث بواسطة طرق مختلفة كالبريد العادي أو باليد أو قد تنشر في الصحف أو التلفزيون والإنترنت ، حيث يطلب من المبحوثين الإجابة عليها وإعادتها إلى الباحث ، من أجل الحصول على معلومات تستخدم في الدراسة. (\*)

## مجتمع الدراسة :

مجتمع البحث هو المجموع الكلي من المفردات الذي تجرى فيه الدراسة وقد يكون مجتمع محدود أو غير محدود من المفردات ، أي أنه جميع مفردات الظاهرة التي تتم دراستها ، فمفردات البحث كما يعرفها الباحثون هي العناصر الأساسية أو وحدات البحث الرئيسية المكون للمجتمع البحثي<sup>1</sup> . ومنه فإن مجتمع بحثنا يتمثل في عدد من الأشخاص من سكان مدينة المسيلة ، الذين يستخدمون بصفة منتظمة أو غير منتظمة ، وبصفة دائمة أو غير دائمة الإنترنت ، ويستمعون لإذاعات النت من خلالها.

## العينة :

بما أن العينة هي ذلك الجزء من المجتمع الذي يجري اختياره وفق قواعد وطرق علمية ، بحيث تمثل المجتمع تمثيلا صحيحا ، ولأن الأسلوب القصدي هو الأسلوب الذي يقوم على التقدير الشخصي للباحث في اختيار مفردات مجتمع البحث ، وهذا انطلاقا من دراسته الكاملة والمفصلة لما يحتوي هذا المجتمع من مفردات ، ولطبيعة هذه الأخيرة من حيث ما تتضمنه من معلومات وبيانات ، وبالتالي اختيار تلك التي لها صلة بالبحث على الصعيد المذكور لتشكيل عينة البحث ، دون الأخذ بعين الاعتبار عامل الانتظام أو الصدفة في ذلك ، بل فقط عامل التأكد الشخصي من فائدة الاختيار المحقق للنتائج النهائية للبحث وهذا ما اتضح لنا خلال بحثنا الميداني الأولي عندما أجرنا لاختبار الاستبيان ، إذ أن هناك عدد غير معروف من مستمعي إذاعة النت بمدينة المسيلة ، والذي مرده إلى :

- وجود عدد من الأشخاص الذين لا يستخدمون الإنترنت ، بسبب جهلهم لكيفية استخدامه
- عدم دراية العديدين بوجود إذاعات تبث عن طريق الإنترنت ، رغم أنهم من مستمعي الإذاعات التقليدية .

(\*) استمارة الاستبيان ، الملاحق ، ص 101 - 104

1. أحمد بن مرسل: مناهج البحث العلمي في بحوث الإعلام والاتصال ، ديوان المطبوعات الجامعية ، ط2 ، الجزائر ، 2005 ، ص 16

وهو الأمر الذي اكتشفناه أثناء استطلاعنا لميدان البحث ، وتأكد لنا في اختبارات الصدق والثبات لاستمارة الاستبيان ، لذا فقد ارتأينا أن تكون عينتنا عينة قصدية غير احتمالية لأننا نعتقد أنها الأنسب لدراستنا إذا ما أردنا الوصول إلى الأشخاص الذين يتابعون إذاعة الننت ، وهذا عن طريق الاتصال بأشخاص نعرف أنهم يتابعون إذاعة الننت ، والذين أوصلونا لأشخاص آخرين يعرفونهم من متتبعي إذاعة الننت ، الذين هم أيضا بدورهم أوصلونا إلى أشخاص آخرين غيرهم يعرفونهم من مستمعي الإذاعات عبر الانترنت ، وهكذا وبواسطة هذه الطريقة التي تعرف **بعينة كرة الثلج** استطعنا توزيع استمارات الاستبيان على عدد من الذكور والإناث بالقدر الكاف الذي يسمح لنا بإجراء هذه الدراسة .

على الرغم من أن عينة كرة الثلج لا تسمح لنا بتعميم النتائج ، إلا أنها تبقى طريقة علمية معمول بها في الدراسات العلمية والأكاديمية .<sup>1</sup>

### تحديد مفاهيم :

**تعريف الإذاعة :** الإذاعة بالمعنى اللغوي الإشاعة، وهي بمعنى النشر العام وذيوع ما يقال ويمكن تعريف الإذاعة بأنها الانتشار المنظم والمقصود بواسطة الراديو لمواد إخبارية وثقافية وتعليمية وتجارية وغيرها من البرامج ، ليلتقطها في وقت واحد المستمعون المنتشرون في شتى أنحاء العالم- فرادى وجماعات- باستخدام أجهزة الاستقبال المناسبة<sup>2</sup>.

وهي تهدف بشكل أساس إلى مخاطبة الجمهور الواسع المتباين في ثقافته ومستوياته التعليمية والعمرية .  
**تعريف الننت :** وهي اختصارا لكلمة Network وتعني اصطلاحا الشبكة ، ويمدج اختصارها Net لكلمة Inter التي هي بدورها اختصار لكلمة International والتي تعني الدولي ، لتعطينا مصطلح جديد لمفهوم جديد هو الأنترنت Internet . أو الشبكة العالمية التي تربط ملايين من أجهزة الكمبيوتر في العالم .

ومنه فالأنترنت تعني الشبكات المربوطة مع بعضها البعض - مكونة من حواسيب آلية مختلفة وكذلك تكنولوجيا مختلفة – تم توصيلها ، بحيث تبدو كأنها قطعة واحدة أو نظام واحد<sup>3</sup>.

**تعريف إذاعة الننت :** وهي عبارة عن تطبيقات برامج الحاسوب ، يتم استخدامها للبحث الإذاعي عبر شبكة الانترنت اعتمادا على تكنولوجيا تدفق المعلومات لتشغيل المواد الصوتية Audio أو الفيديو Video ، فلم تعد الإذاعة عملية مركبة تحتاج إلى تشغيل قناة محددة في أوقات محددة ، فالإذاعة التي

1. أحمد بن مرسلبي : مرجع سابق ، ص 180

2. إبراهيم إمام : الإعلام الإذاعي والتلفزيوني ، دم ، دار الفكر العربي ، ط2 ، 1985 ، ص 256.

3. علي محمد شمو : التكنولوجيا الحديثة والاتصال الدولي والانترنت ، الشركة السعودية للأبحاث ، ط1 ، جدة ، 1999 ، ص 232

تثبت عن طريق الإنترنت متعددة الوظائف فهي تفاعلية يمكن أن ينقل التحكم في الوسيلة الإعلامية من الدولة ومؤسسات الإذاعة والتلفزيون إلى جمهور المستمعين والمشاهدين وموردي المعلومات وسيتحول الجمهور من الاستهلاك السلبي للراديو والتلفزيون إلى استخدام قوة التسجيلات الصوتية والمرئية وذكاء الحواسيب . كما أن مصطلح راديو الانترنت يشير إلى استخدام الإنترنت لتقديم الخدمات الإذاعية عبر الإنترنت<sup>1</sup>.

ومنه فإن إذاعة النت هي :

هي تلك الإذاعات التي تثبت عن طريق الإنترنت مضامين إعلامية بواسطة حواسيب متصلة بشبكة الإنترنت ، تمكن أي شخص من الاستماع لها عبر جهاز حاسوب متصل بالإنترنت ، وعن طريق تشغيل إحدى برامج وتطبيقات الإعلام الآلي مثل برنامج "مديا بلير" .

---

1. محمد عارف : تأثير تكنولوجيا الفضاء والكمبيوتر على أجهزة الإعلام الصوتية ، مركز الإمارات للدراسات والبحوث الاستراتيجية، سلسلة محاضرات الإمارات، أبوظبي 1997، ص 26

# الفصل الأول

## الانترنت ووسائل الإعلام

### تمهيد :

لقد شهد العالم تطورات هامة على مدى التاريخ في شتى مجالات الحياة الاقتصادية ، الاجتماعية ، السياسية ، وحتى الإعلامية خاصة مع مطلع الألفية الجديدة .

ويعد التطور الكبير في تكنولوجيات وسائل الإعلام والاتصال الظاهرة الأبرز التي طفت على الحياة اليومية للفرد ، إذ أصبح من الصعب تخيل العيش من دون هذه التكنولوجيات لاعتمادنا الكبير عليها .

فالعديد من الدراسات ، أكدت على الأهمية الكبرى والأدوار الحيوية التي أصبحت تلعبها تكنولوجيا وسائل الإعلام والاتصال الحديثة .

وإذا فصلنا في الكلام فإن الحديث هنا على الانترنت بالدرجة الأولى باعتبارها الثورة الثالثة في عالم الإعلام والاتصال ، التي جرت من خلفها باقي الثورات التي حدثت في مجال الإعلام والاتصال .

إذ أن ميزة ربط الزوايا الأربع للمعمورة ببعضها البعض ، فتح الأفق واسعا لاستغلال هذه الميزة من أجل نشر وإيصال المضامين والمحتويات الإعلامية إلى كامل أقطار الأرض . وهنا الحديث على ميلاد الإعلام الجديد الذي لم يعد يعتمد على الطرق التقليدية في البث والإرسال ، وإنما أصبح يسعى لكسب جمهور أكبر وأوسع لم يصله عبر نظم البث التقليدية .

## 1. الانترنت

## 1.1. نشأة وتطور الانترنت :

## 1.1.1. نشأة الأنترنت

في أوائل الستينيات اقترضت وزاره الدفاع الأمريكية وقوع كارثة نووية ووضعت التصورات لما قد ينتج عن تأثير تلك الكارثة. وبهذا فإنه عندما يتعرض موقع ما في الولايات المتحدة لهجوم نووي من الاتحاد السوفيتي إلى تدمير إحدى الشبكات فإن باقي الشبكات تستمر في العمل بشكل كامل دون تأثير<sup>1</sup>. فأسسوا شبكه أطلق عليها اسم شبكه وكالة مشروع الأبحاث المتقدمة Advanced Research Projects Agency Network (ARPANET) وذلك كمشروع خاص لوزارة الدفاع الأمريكية ، وكانت هذه الشبكة بدائية وتتكون من أربعة أجهزة حاسوب مرتبطة ببعضها بواسطة توصيلات الهاتف في مراكز أبحاث تابعة لجامعات أمريكية . وقد جعلت الوزارة هذه الشبكة بين أيدي الجامعات ومراكز البحث والمنظمات العلمية الأخرى لأجراء الأبحاث من أجل دراسة إمكانيات تطويرها ، ونتيجة لهذا الوضع فإن ARPANET قد نمت بشكل ملحوظ، والشبكة التي كانت بسيطة تحولت إلى نظام اتصالات فعال . خلال السنوات التي تلت إذ حملت معها تغييرات وتطورات كثيرة . وقد كان في ذلك الوقت الوصول للشبكة مقتصرًا على الجيش والجامعات والباحثين ، ونتيجة لهذا الوضع فقد أصبحت ARPANET عبارة عن شبكه تتكون من شبكات ذات مفاتيح وأطراف متعددة ، وترسل المعلومات فيها باستخدام تقنية تفتيتها إلى مجموعات Packets اصغر ، تتحرك بحريه واستقلالية من طرف إلى آخر لتصل إلى مبتهاها. كما كان هذا المشروع غير معروف حتى سنة 1980 حين تم الكشف عنه ، ومنذ ذلك الحين أصبحت التغييرات تحدث بسرعة كبيره ما سمح لهذا النظام المبتكر من الاتساع والتطور أكثر . حيث ما بين سنة 1982 و 1985 كانت الولادة الحقيقية للإنترنت بعد أن انقسمت ARPANET سنة 1983 إلى قسمين ARPANET و MILNET فاستخدمت الأولى في جهود الأبحاث المدنية أما MILNET فاحتفظ بها للاستخدامات العسكرية . ومنذ ذلك الوقت بدأت

1. عبدالله عبد الرحمن الكندري ، عبد الله عبد العزيز الهابس : الأسس العلمية لتصميم وحدة تعليمية عبر الإنترنت ، جامعة الكويت، المجلة التربوية ، العدد (57) ،

شبكات جديدة وعديدة تتكون من أجل استخدامها لدى بعض الفئات والمنظمات . وقد كانت إحدى هذه الشبكات للمجتمعات الأكاديمية ، وأخرى لمنظمات أبحاث الكمبيوتر حيث وصلت الباحثين بعضهم ببعض. وفي سنة 1986 فإن مؤسسة العلوم الوطنية National Science Foundation تمكنت من ربط الباحثين ببعضهم البعض في كافة أنحاء الولايات المتحدة من خلال خمسة حواسيب عملاقة ، وسميت هذه الشبكة باسم NSFNET. والتي كانت ترتبط ببعضها البعض من خلال مراكز خطوط الإرسال المتكونة من الألياف الضوئية ومن الأسلاك العادية ، وبمساعدة الاتصالات عبر الأقمار الصناعية والموجات الدقيقة Microwave، من أجل استطاعة تحمل كميات هائلة من المعلومات التي وتحريكها سريعا ولمسافات بعيدة. فكانت شبكة NSFNET العمود الفقري للبنية التحتية للإنترنت وخاصة بعد أن رفعت الحكومة الأمريكية يدها عنها . أين بدأت تقديم خدمة الانترنت للناس عمليا في سنة 1985 وكان عدد المشتركين يتزايد بشكل كبير وأصبح الانترنت الآن وكما هو جلي أكبر شبكه في تاريخ البشرية.

فبعد أن كانت الإنترنت في بداية الأمر حصرا على الجامعات ومراكز الأبحاث والوكالات الحكومية فإن الإنترنت قد تحرك خارجا للجماهير في كل مكان ، وساعد في ذلك انتشار شبكات الاشتراك المجانية بالإنترنت وخدمات المعلومات على الخط والتي أصبحت ميسرة للأفراد . من خلال ربط آلاف الشبكات ببعضها فكانت فضاءاً يظهر على شاشات الكمبيوتر وكأنه عالما حقيقيا يشابه عالمنا الواقعي الذي نعيش فيه ذو بعد عالمي وله قيمه هائلة من المعلومات المتألفة<sup>1</sup>

## 2.1. تطور الانترنت :

لقد عرف الإنترنت تطورات عديدة ومستمرة منذ بداياته وإلى غاية يومنا هذا هامة منها :

- 1972 ري توملنسون اخترع برنامج البريد الالكتروني لإرسال الرسائل عبر الشبكات الموزعة.
- 1973 أول اتصال وربط دولي مع ARPAnet وذلك مع جامعة كلية لندن  
College of London University
- 1974 BBN تدشن Telnet وهي نسخة تجارية لـ ARPAnet . وفي نفس السنة تمكن Cerf Vint و Kohn Bob من نشر أول تصميم لبروتوكول يسمى TCP .

1. رضا النجار : شبكة الانترنت وتوظيفها لدى الهيئات الإذاعية والتلفزيونية العربية، مجلة اتحاد إذاعات الدول العربية، عدد 47، تونس، 2004، ص 14-17

- 1982 أسست كل من DCA و ARPA الـ (TCP) أي Transmission Control Protocol و (IP) أي Internet Protocol وهي اللغة الرسمية في الإنترنت ، وهو بروتوكول يمكن أن تستخدمه أية شبكة حاسوب في العالم للاتصال بأية شركة أخرى .<sup>1</sup> كما تم لأول مرة توظيف مصطلح (انترنت).
- 1987 اتحاد شركات MCI و IBM و Merit لتكون شركة جديدة ANS والتي قامت بتقوية اتصالات الشبكة وأجهزتها ثم فتح الخدمة في الدول الحليفة لأميركا
- 1989 أسس مركز البحوث في الإنترنت (IRTF) و وحدة هندسة الإنترنت (IETF)<sup>2</sup> . وفي نفس السنة تم ربط كل من (استراليا ، ألمانيا ، إيطاليا، اليابان ، المكسيك ، هولندا) بشبكة NSFNET
- 1991 ربط أولى دول العالم العربي الانترنت وتونس كانت السباقة في ذلك<sup>3</sup> .
- 1993 تأسيس الشبكة العنكبوتية العالمية (World Wide Web) ، وتوفير ميزة جديدة تضاف إلى ميزة الكتابة وهي ميزة الصوت .
- 1998 منذ هذه السنة عرفت الانترنت تطورات مهمة من حيث ابتكار تصميم الوصلات الذكية التي استحدثت ما يعرف ببقعة الشاشة (Splash Screen) والتي تقوم بتحميل الصفحات بسرعة أقل من (15) ثانية<sup>4</sup> .

1. عبد الله عبد العزيز الموسى: استخدام الإنترنت في التعليم العالي ، الرياض ، مجلة جامعة الملك سعود ، المجلد 15 ، العدد 1 ، الرياض ، 2003 ، ص 69

2. عبدالله عبد الرحمن الكندري ، عبد الله عبد العزيز الهابس: الأسس العلمية لتصميم وحدة تعليمية عبر الإنترنت ، ص 175 ، مرجع سابق

3. عبد المحسن محسن عبد الرحمن : أطفال الانترنت (دراسة حول تأثير شبكة الإنترنت على الطفل مع برنامج تربوي مقترح للتعامل معها) ، مجلة كلية التربية ببنيها ، المجلد 13 ، العدد 54 ، 2003 ، ص 140

4. موقع الدوان الوطني الجزائري للتعليم والتكوين عن بعد 15:35 – 12/06/2013 http://www.onefd.edu.dz/cneg/cours.html

## 2. خدمات الانترنت :

**1.2. البريد الإلكتروني :** هو أشهر خدمة على الانترنت . وهو ببساطة استخدام شبكة الانترنت كمكتب

للبريد حيث يستطيع مستخدم الانترنت بواسطتها إرسال الرسائل إلى أي شخص له عنوان بريد إلكتروني ، كما يمكنه أيضا تلقي الرسائل من أي مستخدم آخر للانترنت . لترسل وتصل في غضون ثواني مهما بعدت المسافات .

**2.2. البحث عن المعلومات :** يمكن عبر الانترنت الوصول إلى المعلومات المطلوبة من خلال مواقع

البحث . كما يمكن الاطلاع مختلف المواقع وكذا الجرائد والمجلات والبحوث والقواميس والموسوعات وقوائم الوظائف وجدول خطوط الطيران والمستندات الحكومية و، و، و... الخ ، من المعلومات التي من الممكن على المرء البحث عنها .

وتقوم الانترنت ، من خلال مكونات بنيتها ، بثلاث وظائف رئيسية ، نبينها باختصار فيما يلي:

**أ- تخزين المعلومات :** تقوم الانترنت من خلال وسائل التخزين الحاسوبية بتلقي وحفظ المعلومات بشتى أشكالها كالصوت و الصورة و النصوص.

**ب- معالجة المعلومات :** تنفذ حواسيب الانترنت عمليات مختلفة على المعلومات تبعًا للحاجة ، وذلك من خلال برامج حاسوبية ذكية <sup>1</sup>.

**ج- نقل المعلومات :** تنقل شبكات الاتصال، السلكية واللاسلكية ، المرتبطة بالانترنت المعلومات بين أطرافها المختلفة ، من خلال أنظمة توجيه ، كما تعمل طبقًا لقواعد اتصال تعرف بروتوكول التحكم بالاتصال .

**3.2. تحميل الملفات :** وتمكن هذه الخدمة من الدخول إلى أي حاسب مضيف (Host) يسمح بالدخول

إليه وتنزيل الملف على الوحدة التخزينية بالحاسب الخاص بالشخص الذي يقوم بعملية التنزيل ، عن طريق برامج خاصة بتنزيل الملفات <sup>2</sup>.

**4.2. البرامج :** يوجد على الانترنت الكثير من البرامج التي يمكن تنزيلها من الانترنت ، مثل برامج البرمجة ، التعليمية والألعاب.

1. أسامة أبو الحسن مجاهد : التعاقد عبر الانترنت ، دار الكتب القانونية ، مصر 2002، ص 8

2. أحمد ريان : خدمات الانترنت ، المجمع الثقافي ، ط 4 ، أبوظبي ، 2001 ، ص 38

**5.2. التجارة الإلكترونية :** تتيح الكثير من الشركات والمحلات التجارية الكبيرة لزبائنها شراء البضائع عبر مواقعها . إذ يمكن ، على سبيل المثال ، شراء منتجات مثل الأجهزة والبرامج الحاسوبية والملابس والكتب وحتى الطعام والزهور و، و، و... الخ ، وكل ما يحتاجه الفرد من متطلبات العيش في حياته.

**6.2. التسلية الترفيه :** تتيح الانترنت أشكالاً عديدة من التسلية إذ يمكن للمرء أن يمارس الألعاب الإلكترونية عبر الانترنت بمفرده ، أو مع أشخاص آخرين عبر الشبكة ،<sup>1</sup> كما يمكن أيضاً مشاهدة الأفلام والموسيقى

**7.2. المحادثة :** يمكن عبر الانترنت التحدث إلى أشخاص آخرين والتواصل معهم كتابياً عبر لوحة المفاتيح . أو بالصوت والصورة عن طريق القيام بتوصيل كاميرا أو ميكروفون إلى جهاز الحاسوب.<sup>2</sup>

1. إيهاب أبو العزم : سلسلة المدخل السريع إلى الانترنت ، دار الكتاب الوطني ، ط1 ، بنغازي ، 2011 ، ص 12  
2. مرجع سابق 15:35 – 12/06/2013 <http://www.onefd.edu.dz/cneg/cours.html>

### 3. الانترنت في الجزائر :

#### 1.3. البنية التحتية لمزود خدمة الإنترنت : تتمتع المؤسسة الوطنية للبث الإذاعي والتلفزيوني ببنية

تحتية قوية للنقل وبث الإشارات الرقمية الأرضية والفضائية ، و بفضلها يستطيع الزبائن الاستفادة من اتصال واسع النطاق ، و يوفر لهم الوصول إلى الشبكة الأوروبية والأمريكية عن طريق شركة الاتصالات البريطانية بريتش تيليكوم ، التي تشكل نقطة العبور الكبرى التي تخدم أكبر مزودي خدمات الإنترنت الذين يرغبون في اتصال ذات جودة عالية بشبكة الإنترنت العالمية. وقد تم إنشاء نظام للألياف البصرية للربط بين المؤسسة الوطنية للبث الإذاعي والتلفزيوني ومركز التضخيم التابع لشركة الاتصالات الجزائرية ، ويتكون هذا الرابط من جزأين :

- وصلة أولى وطنية 155 Mbps لتوصيل العملاء عبر خطوط مخصصة.
- والوصلة الثانية 155 Mbps مع شركة بريتش تيليكوم الدولية عبر الخط الحضري الذي يربط مركز الجميلة بمركز عنابة.
- ويتم إدارة الشبكة بطريقة مركزية في مركز البيانات حيث توجد معدات (الموجهات والمحولات والخوادم والجدران النارية) متصلة في حالة تكرار وذلك لضمان استمرارية الخدمة.

#### 2.3. المرافق والخدمات :

- أ- **الدخول إلى الانترنت :** وهناك ثلاثة (03) وسائل لمنح الزبائن هذه الخدمة :
- **عن طريق وصلة الموجات الهertzية :** لإيصال المعلومات من نقطة تمركز العملاء إلى شبكة المؤسسة الوطنية للبث الإذاعي والتلفزيوني الموجود في الجزائر العاصمة، ويتم ذلك عن طريق الشبكة الهertzية الرقمية ( FHN-TDA ) التي تغطي جميع مناطق شمال البلاد.
- **عن طريق وصلة مخصصة :** وتدعى ( الخط المخصص) وهو أفضل اختيار لتلبية احتياجات اتصال المؤسسات. وهذا النوع من الاتصال يدعم الحركة الموثوقة لكمية مهمة من البيانات .
- **عبر اتصال لاسلكي :** يستفيد العملاء من الاتصال من نقطة إلى نقطة حيث يُستخدم الرابط فقط من قبل العميل ، ما يضمن عدم ازدحام الاتصال <sup>1</sup> .

1. موقع الإذاعة الجزائرية 05:55 - 22/08/2013 http://www.radioalgerie.dz/ar/component/content/

ب- نقل البيانات باستضافة الخوادم : ويفر ذلك :

- خدمة للتطبيقات (الويب، والبريد، وغيرها) تتمثل في توفير الوصول إلى الإنترنت للزبائن مباشرة من خلال منصة ISP ، وهذا النوع من الخدمات مفيد للمستخدمين ذوي متطلبات كبيرة فيما يخص عرض النطاق الترددي ، وما إلى ذلك .
- مداخل للصوت عبر بروتوكول IP : وتمكن من الاتصال بمختلف متعاملي الهاتف بالإضافة إلى اتصال انترنت مخصص.

ج- استضافة تطبيقات الويب : ويتم عن طريق :

- استضافة مواقع مشتركة على شبكة الإنترنت هي نوع من الاستضافة التي تمكن المستخدمين أصحاب المواقع من الاشتراك في خادم واحد .
- الاتصال المباشرة للعملاء بنا عن طريق خدمة البريد الإلكتروني لدينا. حيث توضع واجهة للبريد الإلكتروني على الويب تحت تصرفهم .

### 3.3. المواصفات الفنية :

أ- **الأمن : ويتمثل في جدران الحماية التي توفر الربط الآمن بين الشبكة الداخلية والشبكة الخارجية والمنطقة DMZ، وهما جهازان من نوع سيسكو PIX 520 ، يستخدمان ميزة hot failover من سيسكو، وهذا يعني أن واحد فقط هو جدار الحماية الناشط في حين أن الآخر هو على استعداد لتولي المسؤولية في حالة سقوط إحدى الواجهات أو كامل الجدار . حتى تتم مزامنة أي تغيير في إعدادات الـ PIX النشط مع PIX الثاني (النسخ الاحتياطي / الانتظار). جدار الحماية الثاني له نفس التكوين ما عدا فيما يخص عناوين واجهة PIX.**

ب- **ترجمة عنوان الشبكة : وهو من نوع "hiding" حامل ترجمة العنوان لكافة العناوين من الشبكة الفرعية الداخلية للخارج للإنترنت . إذ يتم إخفاء العناوين الداخلية من خلال عناوين رسمية . وهناك نوع NAT ثابت" لعنوان خادم DMZ إلى الإنترنت من خلال عناوين رسمية ل المؤسسة الوطنية للبث الإذاعي والتلفزيوني ، والترجمة العكسية (الحزم الواردة) تُضمن تلقائياً .<sup>1</sup>**

1. المرجع السابق 05:55 - 22/08/2013 - http://www.radioalgerie.dz/ar/component/content/

### 4.3. إدارة الشبكة : وهذا بواسطة :

- **نظام التتبع :** ويتمثل في خادم إدارة الشبكة NMS حيث يوفر سيطرة دائمة على كل الأحداث التي تحدث في الشبكة .

- **نظام المراقبة :** ويُمكن للعميل الاطلاع على استخدام عرض النطاق الترددي الخاص به في الوقت الحقيقي على شكل رسم بياني بواسطة صفحة ويب <sup>1</sup>

### 5.3. مستخدمي الانترنت في الجزائر :

بلغ عدد مستخدمي الانترنت ذات التدفق العالي وعبر الهاتف المحمول في الجزائر سنة 2012 حوالي 11 مليون شخص ممن يستخدمون حاليا الانترنت مقابل 10 ملايين سنة 2011 . أما العدد الإجمالي للمشاركين في الانترنت بلغ 1,6 مليون أي 1,3 مليون مشترك في اتصالات الجزائر (انترنت ذات التدفق العالي) و حوالي 300.000 مشترك آخر في شبكة الانترنت عبر الهاتف المحمول .

إذ أن مستعملي الانترنت (11 مليون) يمثلون المشاركين في شبكة التدفق العالي الأسر وفئات أخرى اجتماعية تتواصل عن طريق شبكات المؤسسات أو الهيئات (الصحة والتعليم العالي والتربية الوطنية).

بالإضافة إلى الجامعات ومراكز البحث الموصولة بشبكة الانترنت عن طريق روابط متخصصة في إطار الشبكة الدولية الأكاديمية والخاصة بالبحث . فضلا عن عملية تركيب الانترنت في حوالي 400 حي جامعي "تتقدم بوتيرة جيدة". كما استفادت مؤسسات قطاع التربية الوطنية من ربطها بالانترنت بنسبة 85 بالمائة من الثانويات و 70 بالمائة من الاكماليات و 25 بالمائة .

ويعد الاشتراك في الانترنت "ليس مكلفا" و يبقى في متناول الجميع ، إذ تعدت الجزائر من البلدان التي يعتبر فيها الربط بشبكة الانترنت الأقل ثمنا بفضل مجانية الاستفادة غير المحددة بكل الخدمات التي تقترح مقابل ثمن في بلدان أخرى <sup>2</sup>.

1. موقع المؤسسة العمومية للبحث الإذاعي والتلفزيوني الجزائري 10:15 – 10/07/2013 <http://www.tda.dz/ara/Centre-Internet/>

2. المرجع السابق 05:55 – 22/08/2013 <http://www.radioalgerie.dz/ar/component/content/>

## II. وسائل الإعلام الإلكترونية

### 1. ماهيتها :

الإعلام الإلكتروني هو الإعلام الذي يتم عبر الطرق الإلكترونية وعلى رأسها الإنترنت ، يحظى هذا النوع من الإعلام بحصة متنامية في سوق الإعلام وذلك نتيجة لسهولة الوصول إليه وسرعة إنتاجه وتطويره وتحديثه كما يتمتع بمساحة أكبر من الحرية الفكرية . وتعد التسجيلات الصوتية والمرئية والوسائط المتعددة الأقراص المدمجة والإنترنت أهم أشكال الإعلام الإلكتروني الحديث.

بدا واضحاً أن نشأة أي وسيلة إعلامية جديدة لا تلغي ما سبقها من وسائل، فالمذيع لم يلغ الصحيفة والتلفاز لم يلغ المذيع ، ولكن الملاحظ أن كل طرق الإعلام المستحدثة يستأثر بالعدد الأكبر من جمهور الطرق القديمة ويغير أنماط الاستخدامات وفقاً لإمكانيات الوسيلة الجديدة .

فظهر الإنترنت ومن بعده الإعلام الإلكتروني سيفرض معهما واقعاً مختلفاً تماماً ، إذ أنه لا يعد تطويراً فقط لوسائل الإعلام السابقة وإنما هو وسيلة احتوت كل ما سبقها من وسائل، فأصبح هناك الصحافة الإلكترونية المكتوبة، وكذلك الإعلام الإلكتروني المرئي والمسموع ، بل إن الدمج بين كل هذه الأنماط والتداخل بينها أفرز قوالب إعلامية متنوعة ومتعددة بما لا يمكن حصره أو التنبؤ بإمكانياته .

ليس هذا فقط بل يكفي علماً أن عدد مستخدمي الإنترنت في الشرق الأوسط وحدها بلغ 45,861,346 مستخدماً يمثلون 13% من تعداد السكان، ونسبة 3,7% من المستخدمين في العالم وفق إحصائيات 2012، ويتضاعف هذا الرقم في ظل ثورة الإنفوميديا والتي تتجسد في الدمج بين وسائل الإعلام والاتصال.

ولقد أصبحت اليوم القنوات التلفزيونية تبتث على الهاتف المحمول مثل شركة الاتصالات الإماراتية التي بثت عشر قنوات ترفيهية وإخبارية ، وكذلك تطوير شبكات المحمول والإنترنت تم تصفح المواقع الإلكترونية عبر الهاتف المحمول بسرعة وجودة توازي التصفح على الحواسيب ، حيث بلغ عدد مستخدمي الهواتف المحمولة على مستوى العالم ما يفوق أربع مليارات مستخدم .

لم يتوقف التغيير على الوسيلة الإعلامية فقط أو كم الجمهور وإنما تعداه لطبيعة هذا الجمهور وموقعه من العملية الإعلامية المكونة من مرسل ومستقبل ووسيلة ورسالة ورجع صدى ، إذ تغيرت تماماً عناصر هذه العملية في ظل ثورة الإعلام الإلكتروني وصار بينها نوع من التداخل والتطور النوعي أهمه اختفاء الحدود بين المرسل والمستقبل فأصبح الجمهور هو صانع الرسالة الإعلامية، وأبرز مثال على ذلك ظاهرة المواطن الصحفي والتي مثلت اتجاه كاسح في الإعلام الإلكتروني خاصة لدى الدول الغربية

من كل ما سبق وغيره مما يصعب حصره من الأسباب تؤكد أن الإعلام الإلكتروني هو إعلام المستقبل، ومن ثم وجب الاهتمام به بالشكل الأمثل ، والدليل على ذلك اتجاه كثير من الوسائل الإعلامية الغربية والأمريكية تحديدا إلى التحول من الشكل التقليدي إلى الإعلام الإلكتروني ، وخاصة في ظل الأزمة المالية التي عصفت بالعالم عامي 2008 و 2009 والتي ولدت أزمات مالية لكثير من جوانب الاقتصاد بما فيها المؤسسات الصحفية التي من المعلوم أنها في الغاب مؤسسات ربحية .

لقد أثبت الإعلام الإلكتروني في سنوات عمره القليلة (تم التعارف على أن عام 1992 هو عام ظهور أولى الصحف الإلكترونية في العالم) ، أثبت أنه أكثر جدوى في الوصول إلى الجمهور من الصحف التقليدية ، وكثيرا ما يلبي احتياجات قراء الصحف ومشاهدي التلفزيون ومستمعي الإذاعة في آن واحد، كما تعد هذه الوسيلة الإعلامية ثورة في مجال التفاعل مع الجمهور، إذ أثبتت قدرة هائلة على تقديم مواد تفاعلية لم يسبق أن قدم التاريخ مثيلا لها حتى في التواصل المباشر بين الأشخاص.

كما كشفت دراسة ألمانية حديثة أن الإنترنت أصبح أهم وسيلة إعلام متعددة المهام بالنسبة للشباب ، بينما تراجع الدور الذي تلعبه وسائل الإعلام التقليدية في حياة معظم الشباب بألمانيا . وأظهرت الدراسة التي نشرت نتائجها أن 93% من الشباب في ألمانيا يستخدمون الإنترنت يوميا، كما أشارت الدراسة إلى تزايد أهمية شبكات التواصل الاجتماعي على الإنترنت بالنسبة للشباب . وفي المقابل يطالع 21% فقط من "جيل الشبكة العنكبوتية" الصحف، و6% المجالات.

ورغم أن التلفزيون والإذاعة ما زالا يستخدمان ، إلا إن أهميتهما تراجعت أمام استخدام الإنترنت ، حيث أظهر نفس الاستطلاع أن 57% من الشباب يشاهدون التلفزيون يوميا ، بينما يسمع الإذاعة نسبة 42% منهم . وقد شملت الدراسة ، التي تعتبر الأكبر من نوعها في ألمانيا بحسب بيانات الشبكة ، نحو 30 ألف شخص تتراوح أعمارهم بين 14 و 29 عاما. وتم إجراء هذه الدراسة ، التي استطلعت آراء الشباب عبر الإنترنت ، بالتعاون مع شركة "إيكون كيدز أند يو" الدولية المتخصصة في أبحاث الشباب <sup>1</sup>.

1. موقع امريكي للإحصاء حول استخدام الانترنت في العالم 20:35 – 28/06/2013 <http://www.internetworldstats.com/stats5.htm/>

## 2. أشكالها :

**2.1. صحافة النت :** شكلت انطلاقة الصحافة على الشبكة العنكبوتية (الانترنت) ظاهرة إعلامية جديدة، ارتبطت بثورة تكنولوجيا المعلومات والاتصالات ، فأصبح المضمون الإعلامي تفاعلياً عكس ما كان عليه في السابق ، وفي متناول الجميع . وقد أصبح المحتوى الإعلامي أكثر انتشاراً وسرعة في الوصول إلى أكبر عدد من القراء ، وقد تطورت الصحافة الالكترونية عبر تجارب التليتكست والفيديوتكس في هيئة الإذاعة البريطانية والتجارب التفاعلية الأخرى في مجالات نقل النصوص شبكياً ، ومن تطور قواعد البيانات واستخدام الحاسوب في عمليات ما قبل الطباعة في بداية السبعينات من القرن الماضي ، ففي سنة 1981 كانت بداية حقيقية لظهور الصحافة الالكترونية الشبكية <sup>1</sup> . ومنذ تسعينات القرن العشرين بدأت الصحف في الظهور على الأنترنت من أجل الاستفادة من التكنولوجيا الجديدة لتعويض الانخفاض في عدد قرائها وفي عائدات الإعلان وعلى الرغم من عدم القدرة على التحديد الدقيق لتاريخ بداية أول صحيفة إلكترونية فإنه يمكن القول إن صحيفة (هيلزنبورج داجبلاد) السويدية هي الصحيفة الأولى في العالم والتي نشرت إلكترونياً بالكامل على شبكة الإنترنت عام 1990، وفي عام 1992 أنشأت شيكاغو أون لاين أول صحيفة إلكترونية على شبكة أميركا أون لاين . وانطلق أول موقع للصحافة الإلكترونية على الأنترنت عام 1993 في كلية الصحافة والاتصال الجماهيري في جامعة فلوريدا وهو موقع بالو ألتو أون لاين، كما جاء بعده موقع آخر في سنة 1994 هو ألتو بالو ويكلي ، لتصبح الصحيفة الأولى التي تنشر بانتظام على الشبكة <sup>2</sup> ، وتعد هذه الصحيفة أول النماذج التي دخلت صناعة الصحافة الالكترونية بطريقة كبيرة وامتزايدة بخاصة مع توفير خدمة الأنترنت مجاناً في الولايات المتحدة وبلاد العالم المتقدم بحيث أصبحت الصحافة جزءاً من تطور وتوزيع شبكة الأنترنت . حيث بدأت الصحف الأميركية تتجه إلى النشر عبر الأنترنت خلال عامي 1994-1995 وزاد عدد الصحف اليومية الأميركية التي أنشأت مواقع الكترونية من 60 صحيفة نهاية عام 1994

.1 Shedden,David : *New Media Timeline(1969-2004)* , Poynter Institute , (2005)

.2 Kawamoto.K : *Digital Journalism;Emergine Media and the changing* . Horizons of Journalism, Oxford, Rowman&Littefield

Publishers Inc.

إلى 115 صحيفة عام 1995 ثم إلى 368 في منتصف عام 1996<sup>1</sup>. حيث أصبحت الصحافة جزءاً لا يتجزأ من تطور وتوزيع شبكة الإنترنت. أما في آسيا فقد بدأ ظهور الصحف الإلكترونية بصور صحيفة The China Daily في الصين ، وصحيفة Asahi Shimbun في اليابان . وتعد صحيفة (واشنطن بوست) أول صحيفة أميركية تنفذ مشروعاً كلف عشرات الملايين من الدولارات ، والذي يتضمن نشرة تعدها الصحيفة ، ويعاد صياغتها في كل مرة عندما تتغير الأحداث من خلال المراجعة الآتية والمستمرة ، وأطلق على هذا المشروع اسم (الحبر الورقي) والذي كان فاتحة لظهور جيل جديد من الصحف الإلكترونية التي تخلت للمرة الأولى في تاريخها عن الورق والنظام التقليدي للتحريير والقراءة ، لتستغل الإمكانيات والمزايا الكبيرة لتوزيع موادها الإعلامية لمختلف القارات والدول بدون أي قيود<sup>2</sup>.

وقد كانت البداية الأولى مجرد نسخ إلكترونية من الصحف الورقية ، فهي تنشر نفس المواد في نفس الوقت في نسختها الورقية ، وتحرر بنفس صياغتها ، وتتحكم فيها نفس السياسة التحريرية ، وتهدف في الأغلب إلى مخاطبة نفس الجمهور . لأن الحاجة دعتها إلى تطوير تقنياتها الخاصة مستفيدة من إمكانات الحاسوب وشبكة الإنترنت التي تجمع بين ميزات الصحيفة والراديو والكتاب وحتى التلفزيون<sup>3</sup>.

هذا بالإضافة إلى التمتع بميزة (التفاعلية) التي تجعل القارئ مساهماً إيجابياً في العملية الإعلامية إذ يمكنه دائماً أن يعلق مباشرة على ما يقرأ ليتحول الإعلام فيما مضى من أحادي الاتجاه من مرسل إلى مستقبل إلى إعلام ذي اتجاهين يتبادل فيه المرسل والمتلقي الأدوار<sup>4</sup> ، حتى أن بعض الصحف الإلكترونية الأجنبية بدأت تخوض تجربة إعادة تحرير القارئ للخبر على طريقته ثم يعاد من جديد نشره عبر صفحات موقعها الإلكتروني<sup>5</sup>.

1. Gillmor Dan : *We the media.Grassroots Journalism by the people,for the people*,O Reilly Media.U.S.A . 2004  
 2. أمل رضوان : *الصحافة الإلكترونية* ، موقع دائرة النشر والمطبوعات الأردنية 05 : 14 – 05/05/2013 http://www.dpp.gov.jo/2012/3.html  
 3. عثمان إبراهيم السلوم : *تصميم الصفحات العربية على الإنترنت* ، دار عالم الكتب ، الرياض ، 2002 ، ص 21  
 4. سعيد حداد : *الانترنت صحافة القرن القادم* ، المجلة العربية ، العدد 267 ، 1999 ، ص 67  
 5. محمد السيد بخيت : *استخدام الانترنت كوسيلة تعليمية في مجال الصحافة* ، المجلة المصرية لبحوث الإعلام ، العدد الثامن ، القاهرة ، 2000 ، ص 88

**2.2. تلفزيون الانترنت :** إن عملية التزاوج بين التلفزيون والانترنت وفر إمكانية المشاركة ، أين أتاح للمستقبل ميزة الاختيار بين البرامج ، فضلا عن الاستفادة بميزة الأرشيف للمواد المذاعة الموضوعية في متناول المستخدم على موقع القناة من أجل مشاهدتها في الوقت الذي يرغب فيه ، علاوة على ذلك المكتبة الرقمية التي تتيح إمكانية اختيار المادة المطلوبة ، لأن التلفزيون اليوم أدخل العالم عهدا جديدا من المعلومات . ويستخدم البث التلفزيوني عبر الانترنت تكنولوجيا التدفق المتزامن للإشارات الصوتية والمرئية لتظهر على شكل بث حي يمكن مشاهدته باستخدام عدة برامج تبعا لحزمة الملفات المستخدمة في عملية البث ، ويتم تغذية محطة التقاط البث الخاصة بالإشارات الصوتية والمرئية التي تكوّن مجتمعة بالملف المراد بثه . كما يمكن تقليص حجم الملفات من أجل سهولة إرسالها عبر شبكة رقمية إلى أحد مملكات الانترنت المحلية والمزودة بتسهيلات تدفق البث الفوري حتى يتم مشاهدتها من طرف مستخدمي الانترنت. وتعتبر مواقع الشبكات التلفزيونية المواقع الإعلامية والمعلوماتية الكاملة حيث يتم من خلالها تقديم المواد الإخبارية والمعلومات التي يوفرها التلفزيون ، مثال ذلك شبكة سي إن CABLE NEWS NETWORK . كما استفاد البث التلفزيوني عبر الانترنت من كافة المواد الفيلمية التي لا يمكن عرضها على شبكات التلفزيون الرسمية أو المملوكة لجهة معينة سواء تلك التي ترتبط بعمليات عسكرية .<sup>1</sup>

**3.2. إذاعة الانترنت :** وهي عبارة عن تطبيقات برامج صوتية حاسوبية يتم استخدامها للبث عبر الشبكة اعتمادا على تكنولوجيا تدفق المعلومات Streaming من خلال تشغيل المواد الصوتية Audio أو الفيديو Video ، إذ لم تعد الإذاعة عملية مركبة تحتاج إلى تشغيل قناة محددة في أوقات محددة ، لأن إذاعة الانترنت متعدد الوظائف وهي تتميز كغيرها من وسائل الاعلام الإلكترونية بميزة التفاعلية حيث يمكن أن ينقل مهمة التحكم في الوسيلة الإعلامية من الدولة ومؤسسات الإذاعة والتلفزيون إلى جمهور المستمعين ليتحولوا من الاستهلاك السلبي للراديو إلى استخدام التسجيلات الصوتية والمرئية وذكاء الحواسيب والمعلومات المتاحة عبر شبكة الانترنت .<sup>2</sup> ولأن إذاعة الانترنت هي محور دراستنا هذه فقد أفردنا لها شيء من التفصيل في الفصل الموالي .

1. احمد مصطفى عمر السيد: البحث الإعلامي مفهومه إجراءاته ، دار الفلاح ، عمان ، 2008 ، ص 109  
2. محمد عارف : تأثير تكنولوجيا الفضاء والكمبيوتر على أجهزة الإعلام الصوتية ، مركز الإمارات للدراسات والبحوث الاستراتيجية (سلسلة محاضرات الإمارات) ،

أبوظبي، 1997 ، ص 26

## الفصل الثاني

# البيت الإذاعي عبر الانترنت

## تمهيد :

لقد استفادت الإذاعة على غرار غيرها من وسائل الإعلام الأخرى من مجانية البث عبر الإنترنت إذ يرى خبراء إعلاميون أن هذه التقنية الحديثة ستحدث ثورة في محتويات البث الإذاعي التقليدي وستعيد تشكيل عادات الاستماع لدى المستمعين من جديد. لأن تقنية البث الإذاعي عبر الانترنت تسمح لمستخدمي الانترنت من إمكانية الاستماع لمختلف البرنامج والمضامين الإذاعة أثناء تصفحهم للأنترنت. بالإضافة إلى إمكانية تحميل مواد سمعية وأخرى بصرية ، فضلا عن التجوال عبر مختلف صفحات موقع الإذاعة . وهذا ما يمثل مؤشرا لتحول جذري مرتقب في خارطة البرمجة لدى الإذاعات التقليدية ، كما أنه بدلا عن الاستماع إلى محطة إذاعية واحدة ليوم كامل ، فقد أصبحت هذه المواقع تتيح للمستخدم فرصة الدخول إلى عدد أكبر من الإذاعات العامة ، والخاصة واختيار المحتويات التي يرغب في الاستماع إليها. مما يضيف حرية أكبر للمستمع في اختيار ما يتناسب مع أذواقه وميوله. وبسبب التنامي المتوقع لشعبية هذه التقنية الحديثة اتجه عدد من شبكات البث الإذاعي التقليدي إلى إنشاء مواقع بث خاصة بها ، ومن بين تلك المحطات إذاعة "أميركان لايف" و "أير أميركا" وهيئة الإذاعة البريطانية BBC . أما على الصعيد العربي فقد ظهر العديد من الإذاعات العربية على شبكة الانترنت خلال السنوات القليلة الماضية ، والتي عرفت إقبال متنامي من المستمعين عليها ومن مختلف أنحاء العالم .

## 1. إذاعة النت

## 1.1. نشأة إذاعة النت :

مع ظهور التلفزيون أقل نجم الإذاعة قليلا . حيث تحول الاهتمام بعيدا عن الإذاعة نحو التلفزيون ، واستقرت شبكة الإذاعة مكانها في ظل العملاق الجديد. رغم أنه كانت هناك العديد من البرامج المهمة التي كان يستمع إليها بعناية ، وحتى بتعلق من قبل الجماهير التي كانت تعد أحيانا بالملايين . وبالرغم من الفوائد العديدة والاستخدامات العملية لتكنولوجيات الإعلام الجديد، لم يغطي الإنترنت كليا أوار الإعلام التقليدية المرتبطة بالتلفزيون والإذاعة ، إذ يعتبر التلفزيون والفيديو وسائل للتسلية بينما يلعب الراديو دور المرافق والأنيس ، في الوقت الذي تبقى فيه استخدامات الانترنت خاضعة لمصالح المستخدمين. إذ أصبح الاعتماد على الانترنت يتزايد كمصدر مباشر للمعلومات بشكل كبير فالانتخابات الأميركية عام 2000 كان حوالي 20 % من الأميركيين يحصلون على أخبارها من الانترنت، وخاصة عند الأجيال الشابة ، كما أن ثلث شباب أميركا تحت سن الثلاثين يحصلون على أخبارهم عبر الشبكة مرة واحدة أسبوعيا على الأقل. ومع تطور التقنيات الإعلامية الجديدة فإن المفاهيم الإعلامية ونظم الاتصال أخذت أشكالا جديدة وأجبرت الوسائل التقليدية على التكيف مع المتغيرات التي فرضتها شبكة الانترنت والتي أصبحت تمثل معايير عالمية جديدة للاتصال . فبينما يستمر التلفزيون في دوره كنافذة على العالم فإن الإعلام الجديد استطاع أن يوصل المستخدم بالعالم طالما هو متصل بالإنترنت <sup>1</sup> .

وبالفعل بدأت الآن دراسات الإذاعات تعالج موضوع الاذاعات الهجينة أو تهجين الإذاعة ، وهو عندما يتخطى البث الإذاعي حدوده أكثر فأكثر ويتخطى الصورة المعروفة للإذاعة.

ويتوازي ظهور إذاعة النت مع تطور تكنولوجيا البث المتتابع والتطورات الكبيرة في معدات الصوت ، حيث أصبح بالإمكان الاستماع للمحطات الإذاعية عبر الانترنت ، بنفس الطريقة التي استمع بها الجيل السابق إلى جهاز الراديو <sup>2</sup> .

1. Briggs (Asa) : *The History of Broadcasting in the United Kingdom* (Oxford University Press - 1960 - 1995)2. Jo Tacchi : *The need for radio theory in the digital age*. International Journal of Cultural Studies, 2000. , p 289-298

ولقد ظهرت إذاعة النت منذ نهاية التسعينات ، حيث استخدمت محطات الإذاعة التقليدية الإنترنت في بث برامجها وفقراتها في نفس الوقت وبالتزامن مع الأثير الوسيط الأصيل للبث الإذاعي ، بمعنى أنه يمكنك الاستماع إلى نفس الفقرة أو البرنامج عبر جهاز الراديو أو عبر الإنترنت في نفس الوقت دون أي تأخير أو إبطاء.

وتمر إذاعة النت حاليا بثورة ستؤدي إلى توسيع نطاق اتساعها ومداهها بحيث يستطيع أي شخص استقبال البث الإذاعي من أي مكان وفي أي وقت<sup>1</sup>.

وقد بدأت فكرة إذاعات الإنترنت في أميركا عندما طور كارل مالمود أول محطة راديو إنترنت في التاريخ في عام 1993 تحمل اسم (انترنت تالك راديو) باستخدام تقنية أسماها MBONE "عصب البث المتعدد على الإنترنت باستخدام بروتوكول الإنترنت" وفي فبراير 1995، بدأت أول محطة إذاعية بثها على الإنترنت فقط ، لمدة أربع وعشرين ساعة، وهي محطة راديو هاجر/كوفمان Radio HK وكانت تبث الموسيقى الخاصة بالفرق الموسيقية المستقلة، وبعد فترة لجأت المحطة إلى استخدام أحد خوادم RealAudio الأصلية، وتستخدم محطات البث الإذاعي عبر الإنترنت اليوم تقنيات خدمات الويب مثل Live365 لتواصل بثها لمدة 24 ساعة في اليوم.<sup>2</sup>

1. موقع ، مجلة المعلوماتية ، مجلة الكترونية متخصصة في المعلومات والاتصالات والتقنيات الحديثة 20 : 07 – 03/05/2013 http://infomag.news.sy/

2. André-Jean Tudesq : *L'Afrique parle, l'Afrique écoute, les radios en Afrique subsaharienne*

### 2 . خصائص إذاعة النت :

- 1.2. التوفر :** راديو الإنترنت متاحة في أي مكان هناك يتمتع بإمكانية الاتصال بالإنترنت ، فالبث يبقى متوفر وموجود لا طالما وجدت الانترنت . بالإضافة إلى بعض المعدات كجهاز الحاسوب .
- 2.2. جودة الصوت :** محطات الراديو الأرضية تخضع لعوامل التداخل بين الموجات والتشويش. بحيث تفقد إشارة الراديو في سوء الأحوال الجوية أو القيادة من خلال نفق ، على سبيل المثال. أما إذاعة الانترنت فعرض النطاق الترددي بها متوفر من خلال أجهزة المودم .
- 3.2. الكونية :** البيئة الأساسية الجديدة لوسائل الاتصال هي بيئة عالمية دولية حتى تستطيع المعلومات أن تتبع المسارات المعقدة تعقد المسالك التي يتدفق عليها رأس المال إلكترونياً عبر الحدود الدولية جيئة وذهاباً من أقصى مكان في الأرض إلى أدناه في أجزاء على الألف من الثانية، إلى جانب تتبعها مسار الأحداث الدولية في أي مكان في العالم.<sup>1</sup>
- 4.2. اللامكانية :** وتعني إلغاء كل الحدود والحوجز الجغرافية والسياسية على حد سواء ، إذ لم يعد جمهور الإذاعة يخضع لخارطة جغرافية معينة تحده الموجات الهرتزية التي يغطيها البث الإذاعي التقليدي ، ولكن بات اليوم بإمكان المستمع أن يستمع لإذاعته المفضلة ولو كان بعيداً عن مكان بثها بألاف الكيلومترات ، ولا يتطلب المر سوى حاسوب وربط بشبكة الانترنت .
- 4.2. اللازمانيّة :** وتعني إمكانية إرسال الرسائل واستقبالها في وقت مناسب للفرد المستخدم ، ولا تتطلب من المشاركين أن يستخدموا النظام في الوقت نفسه. فمثلاً في نظم البريد الإلكتروني ترسل الرسالة مباشرة من منتج الرسالة إلى مستقبلها في أي وقت دون حاجة لوجود المستقبل للرسالة<sup>2</sup> .
- 6.2. الاختيار والتنوع :** ويتمثل في المجموعة المتنوعة من المحطات المتاحة عبر الإنترنت فهي تتيح ميزة الاختيار بين مجموعة كبيرة من إذاعات النت هذا فضلاً عن تنوع وتمايز المحتوى والمضمون بنها من موسيقى وبرامج وأخبار وغيرها . إذا يمكن اختيار أي نوع من المضامين

1. Pierre Pagé : *Histoire de la radio au Québec Information, éducation, culture* (Montréal : Editions Fides, 2007).P 103  
2. *The Medium with Promising Future, Radio in Central and Eastern European Countries*, sous la direction de Stanislaw Jedrzejewski (Lublin : Wydawnictwo, 2007)

سواء أكانت قديمة أم جديدة . وبعض البرامج كبرنامج ميديابلير Media Player المثبتة على جهاز الكمبيوتر الخاص بك للاستماع إلى الموسيقى على الانترنت. بالإضافة إلى ذلك<sup>1</sup> .

**1.3. التفاعلية :** وتتمثل في المشاركة في الحوارات والنقاشات عن طريق ميزة البريد الإلكتروني والتعليق المباشر على المواضيع المطروحة في موقع الإذاعة ، هذا فضلا عن إمكانية التصويت والمشاركة في الاستفتاءات واستطلاعات الرأي ، مما يمكن المستمع التحكم في وسيلة الاتصال من خلال قدرته على إدارة عملية الاتصال عن بعد . لأن من ميزات التفاعلية كما عبر عنها (أحد العلماء الغربيين) بأنها : "أحد القنوات التي يمكنها نقل رد فعل الجمهور إلى المرسل ووصفها بالاستجابة" وهو ما يجعل الجمهور يساهم في إعداد المواد الإعلامية لوسائل الإعلام التي تبث عن طريق الانترنت<sup>2</sup> .

وتطلق هذه السمة على الدرجة التي يكون فيها للمشاركين في عملية الاتصال تأثير في أدوار الآخرين وباستطاعتهم تبادلها ، فالتفاعلية هي أحد القنوات التي يمكنها نقل رد فعل الجمهور إلى المرسل ووصفها بالاستجابة ، ويطلق على ممارستهم الممارسة المتبادلة أو التفاعلية وهي تفاعلية بمعنيين، هناك سلسلة من الأفعال الاتصالية التي يستطيع الفرد أن يأخذ فيها موقع الشخص ويقوم بأفعاله الاتصالية ، والمرسل يستقبل ويرسل في الوقت نفسه وكذلك المستقبل ، ويطلق على القائمين بالاتصال لفظ مشاركين بدلاً من مصادر، وبذلك تدخل مصطلحات جديدة في عملية الاتصال مثل الممارسة الثنائية، والتبادل، والتحكم، والمشاركين. ومثال على ذلك التفاعلية في بعض أنظمة النصوص التلفزيونية<sup>3</sup> .

1. *Audiences, publics et pratiques radiophoniques*, sous la direction de (Pessac, Maison des Sciences de l'Homme d'Aquitaine, 2003  
 2. فارس حسن شكر المهدي : *صحافة الانترنت* ، رسالة ماجستير في الإعلام والاتصال ، الأكاديمية العربية المفتوحة في الدنمارك ، 2007 ، ص 47  
 3. محمد مجدي أبو العطا : *المرجع الأساسي لمستخدمي الإنترنت* ، المكتبة العربية لعلوم الحاسب ، الطبعة 1 ، القاهرة ، 2000 ، ص 27

### II. إذاعة النت في الجزائر

#### 1. البث الإذاعي في الجزائر:

##### 1.1. تطور البث الإذاعي بالجزائر : تسعى مؤسسة البث الإذاعي و التلفزيوني ( TDA ) إلى تطوير و تدعيم

إمكانيتها التقنية المخصصة لبث برامج القنوات الرئيسية و المحلية للمؤسسة الوطنية للإذاعة . و يتم هذا البث حاليا عبر شبكة تتألف من عدة مراكز للبث الإذاعي عبر الحزمات الثلاثة للموجات AM (موجات طويلة ، موجات متوسطة و موجات قصيرة) إضافة إلى الحزمة . FM II كما تم إدخال البث الإذاعي الفضائي نظرا للمميزات التي تقدمها السوائل الخاصة بالاتصالات . و قد عرفت شبكة البث الإذاعي تطورا كبيرا في مرحلة الاستقلال بالخصوص ، حيث لم يكن الاستعمار الفرنسي قبل اندلاع الثورة التحريرية يعير اهتماما كبيرا لهذه الخدمة و اقتصر تدخله في الميدان على إنشاء محطات قليلة موجهة للمناطق التي يتواجد فيها المعمرين أو لاثم محطات أخرى للتشويش على إذاعة صوت الثورة .

بداية من سنة 1956 ومع اشتداد عود الثورة ، أنشأت فرنسا خمس محطات تبث على الموجات المتوسطة ذات 20 كيلو واط ( 3 ) و 100 كيلو واط ( 02 ) وشبكة من المحطات الضعيفة كانت تهدف إلى التشويش.

كما شهدت نفس الفترة إنشاء 04 محطات تعمل بالموجات القصيرة و بطاقة 50 ك واط لنفس الغرض . هذا ما ورثته الجزائر عن العهد الاستعماري في ميدان البث الإذاعي . وبعد الاستقلال مباشرة ، سعت الجزائر من خلال الإذاعة و التلفزيون الوطنية منذ تأسيسها يوم 28 أكتوبر 1962 إلى تطوير و تدعيم إمكانيتها التقنية المخصصة لبث برامج القنوات الإذاعية باستعمال شبكات و ترددات الـ AM ، و الـ FM و كذا الساتل .

وهذه المرحلة مقسمة بدورها إلى فترتين رئيسيتين هما :

أ. فترة 1962-1989 : وتميزت هذه الفترة بإقامة المحطات الرئيسية للبث الإذاعي للقنوات الوطنية

الرئيسية ( I,II,III,IV ) بفضل محطتين قويتين أنشئنا سنتي 1965 و 1966 بعين البيضاء (بالشرق)

وسيدي حمادوش (بالغرب) موجهتان لتغطية البلاد ببرامج القناة الإذاعية الأولى<sup>1</sup>.

1. مرجع سابق 10:15 - 10/07/2013 / http://www.tda.dz/ara/Radiodiffusion/

كما تم تحقيق عدة مشاريع سمحت بإنشاء أربع محطات ذات موجات متوسطة ، قصيرة و طويلة منتشرة عبر التراب الوطني ، منها ثلاث محطات بكل من بشار سنة 1972 قوتها 400 كيلوواط، بأولاد فايت

ومحطتان طاقة كل منهما 600 كيلو واط موجهتان لتغطية منطقة الوسط ببرامج القنوات الأولى والثانية ومحطة ب ( 2 x 25 كيلو واط خاصة بتغطية منطقة متيجة )، إلى جانب إنشاء مراكز ذات طاقة كبيرة في تيبازة 1972 ( 1500 كيلو/واط) لبث القناة الثالثة ، ورقلة ( 2 x 1000 كيلو واط) و بشار ( 2 x 1000 كيلوواط) سنة 1987 لتغطية كاملة للجنوب الشرقي والغربي ببرامج القناة الأولى .

**ب. فترة 1990-2006 :** تميزت هذه الفترة بتجديد مرحلي و جزئي لبعض أجهزة البث الإذاعي AM، بتييازة التي أعيد تجديد بعض أجهزتها و صيانة عمود البث الذي تأثر بفعل الملوحة والتعرض المباشر لزلزال سنة 1989 وضمن برنامج الاستثمار ( 2000-2003 ) تم تجديد شبكة مكونة من 14 محطة تعمل بالموجات المتوسطة لتغطية الجنوب بالبرامج المحلية لكل ولاية ، ويجري حاليا تنفيذ برنامج تجديد محطتي عين البيضاء بسيدي حماد للبث بالموجات المتوسطة . كما تم إنشاء شبكة للبث عن طريق التضمين الترددي FM خاصة بالقنوات الوطنية والمحلية (حزمة Bande II ) وقد بدأ هذا المشروع بالشمال الجزائري حيث شرع في بث برنامجين أساسيين بنوعية رفيعة . نشير إلى أن عددها قارب 39 محطة رئيسية و محطة إعادة بث . وفي شهر مارس 2006 تم اقتناء محطة للبث بالموجات المتوسطة طاقتها 100 كيلو /واط وهي موجهة لبث القناة الإذاعية الثانية . ويجري حاليا إعداد دفتر الأعباء الخاص بعملية تجديد تجهيزات البث وتوسيع عمارة محطة بشار للبث - مركز 400 كيلو واط موجات متوسطة .<sup>1</sup>

**2.1. البث بالموجات القصيرة باتجاه العالم :** لقد عرفت المرحلة السابقة توقف البث الإذاعي بالموجات القصيرة انطلاقا من مركز أولاد فايت (1956-1993) ومركز بوشاوي (1972-1997) وهذا بسبب قدم التجهيزات وانخفاض فعاليتها مقارنة بما سطر لها من أهداف. وقد عوضت هذه الوضعية جزئيا ببث البرامج الوطنية والمحلية عن طريق السواتل مع البرامج التلفزيونية الوطنية. غير أن الدراسات التقنية الحديثة التي ظهرت منذ سنة 1996 مكنت من بعث البث الإذاعي بالموجات القصيرة والموجهة أساسا للتغطية الدولية. ونظرا لأهمية العملية فقد أعيد تسجيلها ضمن مخطط الإنعاش الاقتصادي 2005 – 2009 .

ولقد دعت الضرورة تطوير الخدمات الإذاعية من أجل مصلحة البلاد الاستراتيجية إلى إنشاء خدمة إذاعية دولية دائمة . ببناء مركز جديد في موقع جغرافي يناسب الموجات القصيرة ويتوفر على تجهيزات تقنية قوية ومتطورة تحقق الأهداف المرجوة من خلال إنجاز مشروع البث بالموجات القصيرة الذي كانت مراحل انجازه كالآتي :

**أ. على المدى القصير :** وقد تم الشروع في إنجاز ما يلي :

- استئجار المنشآت الموجودة عند بعض المتعاملين الأجانب
- نقل وبث الخدمة فضائيا عبر القمر الصناعي NSS-7 من الاستوديوهات الرقمية للإذاعة .
- ب. على المدى المتوسط :** إنجاز مركز للموجات القصيرة بمنطقة زروالة ولاية بلعباس لتوفر كل المواصفات المطلوبة بهذه المنطقة . ويتطلب المركز المقترح عددا كبيرا من الأجهزة ذات العلاقة بعدد المناطق المستهدفة بالتغطية وتتكون أساسا من :
- مجموعة أجهزة إرسال بـ 250 كيلو واط مع أنظمة هوائيات لتغطية المنطقة المستهدفة بالبث.

- مجموعة أجهزة ذات طاقة متوسطة وضعيفة التوتر MT-BT لتغذية كل هذه الأجهزة .

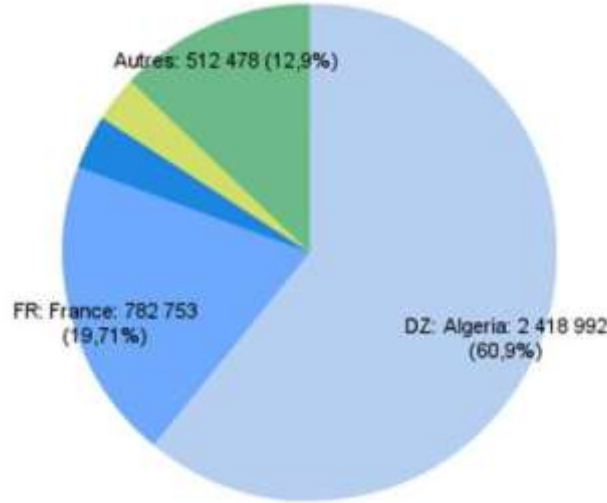
أما المناطق المستهدفة فهي :

- دول الساحل الإفريقي ، وجنوب الجزائر كمرحلة أولى .
- المغرب العربي ، الشرق الأوسط ، إفريقيا الشرقية ، أوروبا ، أمريكا الشمالية والجنوبية ، ثم آسيا<sup>1</sup> .

## 2. الإذاعات الجزائرية عبر الانترنت :

1.2. إحصائيات 13 ماي إلى 12 نوفمبر 2012 : وقد قدر عدد المستمعين للإذاعة الجزائرية عبر الانترنت بـ 27802315 مستمع بمعدل 151099 مستمع لليوم الواحد، وذلك خلال الفترة الممتدة من 13 ماي إلى 12 نوفمبر 2012.

ووفقا للإحصاءات التي قدمتها مصلحة الميولميديا للإذاعة الجزائرية حول نسبة الاستماع إلى الإذاعة الجزائرية عبر الانترنت ، فقد سجلت أكبر نسبة يوم 10 نوفمبر 2012 ، والذي يصادف إجراء الجولة العاشرة للبطولة الجزائرية في كرة القدم ، حيث قدر عدد المستمعين بـ 289088. أما من حيث ترتيب القنوات المسموعة ، فقد تصدرت قناة (جيل أف.أم) الشبابية ريادة الترتيب من حيث عدد المستمعين للإذاعة الجزائرية عبر الإنترنت بـ 7562246 مستمع أي نسبة 27.85 بالمائة، تلتها إذاعة البهجة بـ 5838724 مستمع أي بنسبة 21.50 بالمائة ، ثم القناة الثالثة الناطقة بالفرنسية بـ 3354210 مستمع بنسبة 12.35 بالمائة الشكل (01)<sup>1</sup>



نسبة المستمعين الجزائريين لإذاعات النت الوطنية والأجنبية (الشكل 01)

1. مرجع سابق 05:55 – 22/08/2013 <http://www.radioalgerie.dz/ar/component/content/>

في حين قدر عدد المستمعين للقناة الأولى عبر الانترنت بـ 3328760 مستمع بنسبة 12.26 بالمائة ، و1572290 مستمع للقناة الثانية بنسبة 5.79 بالمائة ، أما إذاعة الجزائر الدولية فقد قدر عدد مستمعيها عبر الانترنت بـ 336456 مستمع بنسبة 1.24 بالمائة ، والإذاعة الثقافية والقران الكريم 560200 مستمع بنسبة 2.06 بالمائة.

أما بخصوص ترتيب الإذاعات المحلية من حيث عدد مستمعيها عبر الانترنت ، فقد احتلت إذاعة الطارف المرتبة الأولى بـ 590819 مستمع ، لتأتي بعدها إذاعة عنابة بـ 424173 مستمع ، فإذاعة قسنطينة بـ 332156 مستمع .

أما فيما يخص التصنيف الجغرافي للمستمعين للإذاعة الجزائرية عبر الانترنت ، فقد نالت الجزائر حصة الأسد بنسبة 60.9 بالمائة ، تلتها فرنسا بـ 19.6 بالمائة ، ثم كندا بـ 3.51 بالمائة ، بريطانيا بـ 2.9 بالمائة و الولايات المتحدة الأمريكية بـ 2.3 بالمائة، لتأتي بقية الدول الأخرى .

### 1.1. إحصائيات 15 نوفمبر 2012 إلى 15 فيفري 2013 : قدر عدد المستمعين للإذاعة الجزائرية

عبر شبكة الانترنت بنحو 21893487 مستمعا و2139191 ساعة استماع وبمعدل 235413 مستمع لليوم الواحد، وذلك خلال الفترة الممتدة من 15 نوفمبر 2012 الى 15 فيفري 2013. ويمثل هذا الرقم تطورا قياسا بالرقم المسجل خلال الفترة الممتدة بين 15 أوت و15 نوفمبر الماضيين حيث قدر عدد المستمعين بنحو 16054935 مستمعا .

علما بأن نسبة الإسماع للإذاعة الوطنية بكل قنواتها عبر الانترنت بلغت 12440124 مستمعا خلال الفترة بين 15 ماي و15 أوت 2012.

ووفقا للإحصاءات التي قدمتها مصلحة الميلميديا للإذاعة الجزائرية حول نسبة الاستماع إلى الإذاعة الجزائرية عبر الانترنت ، فقد سجلت ذروة الاستماع يوم 14 فيفري الجاري بـ357147 مستمعا و 35777 ساعة استماع <sup>1</sup> .

أما من حيث ترتيب القنوات المسموعة الجدول (01) ، فقد تصدرت إذاعة البهجة ريادة الترتيب من حيث عدد ساعات الاستماع للإذاعة الجزائرية عبر الإنترنت بـ 637313 ساعة استماع أي نسبة 29.79 بالمائة ، تلتها الإذاعة الشبابية جيل أف أم بـ 362447 ساعة استماع أي بنسبة 16.94 بالمائة ، ثم تليها القناة الثالثة الناطقة بالفرنسية بـ 293065 ساعة استماع بنسبة 13.70 بالمائة .<sup>1</sup>

Nom de flux	Auditeurs	Total (h.)	Moyenne (min.)	% total
RADIO EL-BHDJA	4 879 013	837 313	7.84	29.79
RADIO JEUNES	5 294 647	362 447	4.11	16.94
CHAINE 3	2 432 569	293 065	7.23	13.70
CHAINE 1	2 648 678	259 998	5.89	12.19
CHAINE 2	1 047 439	148 630	8.40	6.85
RADIO BETF	383 499	46 589	7.41	2.27
RADIO ORAN	272 411	36 938	8.58	1.82
RADIO ORAN-CULTURE	433 551	37 559	5.20	1.76
RADIO TLEMSEN	348 934	26 088	4.88	1.31
RADIO ANNABA	316 284	24 376	4.62	1.14
RADIO CONSTANTINE	300 813	23 584	4.71	1.10
RADIO ALGERIE INTERNATIONALE	340 100	20 711	3.65	0.97
RADIO BISKRA	156 311	19 094	7.29	0.88
RADIO CHLEF	139 634	16 438	7.06	0.77
RADIO MILA	113 486	13 670	8.38	0.74
RADIO BEJAIA	180 231	15 095	6.85	0.71
RADIO BATNA	153 480	12 323	4.82	0.58
RADIO TID-OUZOU	131 373	11 783	5.38	0.58
RADIO BECHAR	156 128	9 521	3.86	0.45
RADIO ADRAR	403 936	9 521	1.42	0.48
RADIO DJELFA	105 141	7 944	4.53	0.37
RADIO AN DEFLA	134 645	6 930	3.14	0.31
RADIO AN-TEMOUCHENT / لاديا من التونت	88 787	6 485	6.62	0.30
RADIO TARET	79 408	6 149	4.68	0.28
RADIO MILA	75 436	4 552	3.62	0.21
RADIO EL-TARF	97 250	4 448	2.74	0.21

إحصائيات حول إذاعات النت الجزائرية الأكثر استماعا من طرف الجزائريين (الجدول 01)

في حين قدر عدد ساعات الاستماع للقناة الأولى عبر الانترنت بـ 295998 بنسبة 12.15 بالمائة، و146630 ساعة استماع للقناة الثانية بنسبة 6.85 بالمائة.

أما إذاعة القرآن الكريم والإذاعة الثقافية فقد قدر عدد ساعات الاستماع إليهما عبر الانترنت بـ 37559 مستمع بنسبة 1.76 بالمائة، والإذاعة الدولية بـ 20711 ساعة استماع بنسبة 0.97 بالمائة.

أما بخصوص ترتيب الإذاعات المحلية من حيث عدد ساعات الاستماع إليها عبر الانترنت، فقد احتلت إذاعة سطيف المرتبة الأولى بـ 48599 ساعة استماع، تليها إذاعة وهران بـ 38936 ساعة استماع، وإذاعة تلمسان 28088 ساعة استماع

أما فيما يخص التصنيف الجغرافي للمستمعين للإذاعة الجزائرية عبر الانترنت، الجدول (02) فقد نالت الجزائر حصة الأسد بنسبة 58.78 بالمائة، تلتها فرنسا بـ 21.18 بالمائة، ثم بريطانيا 3.82 بالمائة، كندا بـ 3.01 بالمائة والولايات المتحدة الأمريكية بـ 2.87 بالمائة، ثم المغرب 1.28 بالمائة لتأتي بقية الدول الأخرى.<sup>1</sup>

Total auditeurs	Nombre de pays	Europe	Amérique	Asie	Afrique	Océanie
4 683 262	213	1 421 176	331 840	57 308	2 983 066	4 084

Pays	Auditeurs	% Total
CC Algérie	2 673 242	58.78
FR France	1 034 036	21.18
GB United Kingdom	188 634	3.82
CA Canada	148 859	3.01
US United States	148 258	2.87
MA Maroc	42 540	1.28
DE Germany	35 716	1.14
ES Spain	33 310	0.88
BE Belgium	34 388	0.76
CH Switzerland	28 838	0.65
IT Italy	21 278	0.44
DK Denmark	20 802	0.43
TN Tunisia	18 800	0.41
SE Sweden	18 848	0.39
EG Egypt	17 882	0.38
AE United Arab Emirates	11 627	0.24
CN China	11 534	0.24
NL Netherlands	11 228	0.23
RU Russian Federation	9 370	0.20

إحصائيات حول إذاعات النت الجزائرية والأجنبية الأكثر استماعا من طرف الجزائريين (الجدول 02)

## الفصل الثالث

استخدامات سكان

مدينة المسييلة

لإذاعات النبت

## تمهيد :

تعتبر الدراسة الميدانية من أهم مراحل البحث العلمي ، بل هي البحث العلمي في حد ذاته ، لأن النتائج التي يتوصل إليها الباحث من الممكن أن تحمل إجابات حول الأسئلة التي تحيرنا ، وشروحات عن الظواهر الغامضة التي استعصى علينا فهمها . إلا أن ذلك يتطلب جهدا ، ومثابرة ، وطول نفس من الدارس حتى يتمكن من التغلب على صعوبات العمل في الميدان مثل ما حصل معنا . حيث واجهنا عدم تفهم المواطنين لطبيعة العمل البحثي الذي خلقنا صعوبات للوصول لمبحوثين نكون منهم مفردات عينتنا من جهة ، ومن جهة ثانية ضيق الوقت حيث مدة الدراسة لم تزد عن الأربعة أشهر ، هذا فضلا عن قلة المصادر والمراجع التي تتناول دراسات حول موضوعنا "إذاعة النت" ، سواء على الصعيد الوطني أو على الصعيد العربي . إلا أن ذلك لم يثبينا عن أداء مهمتنا لأن ذلك من معوقات البحث العلمي التي تصادف الباحث .

كما أن الباحث مطالب بالدقة ، والوضوح في انجاز العمل الميداني ، الأمر الذي أخذناه بعين الاعتبار ، فقد حاولنا جاهدين تحري الصدق والدقة في عملنا حتى تكون الدراسة خالية من الأخطاء ، والتحيزات الذاتية .

ولذا نسال الله التوفيق والجزاء على هذا العمل .

#### أ. التحليل الكمي والكيفي للبيانات

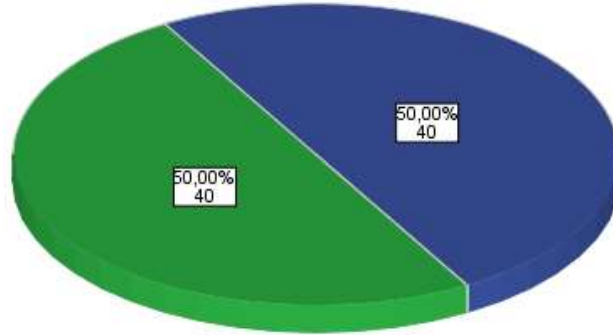
##### 1. تحليل الجداول البسيطة :

##### 1.1. التحليل الكمي :

التكرارات والنسب المئوية لمتغير الجنس (الجدول 03)

النسب المئوية	التكرارات	A: الجنس
50%	40	ذكر
50%	40	أنثى
100%	80	المجموع

■ ذكر  
■ أنثى



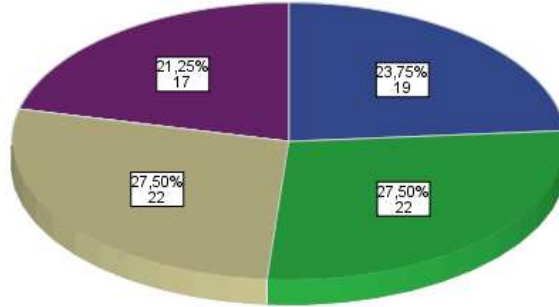
توزيع مفردات العينة حسب متغير الجنس (الشكل 02)

قمنا في دراستنا هذه بتوزيع الاستمارات التي كان عددها 80 على الجنسين 40 استمارة على الذكور و40 استمارة على الإناث أي ما يعادل نسبة (50%) للذكور و (50%) للإناث كما هو مبين في (الجدول 03) و(الشكل 02) .

التكرارات والنسب المئوية لمتغير السن (الجدول 04)

النسب المئوية	التكرارات	B : السن
23,75%	19	من 11 سنة إلى 20 سنة
27,50%	22	من 21 إلى 30 سنة
27,50%	22	من 31 سنة إلى 40 سنة
21,25%	17	أكبر من 40 سنة
%100	80	المجموع

- من 11 سنة إلى 20 سنة
- من 21 إلى 30 سنة
- من 31 سنة إلى 40 سنة
- أكثر من 40 سنة

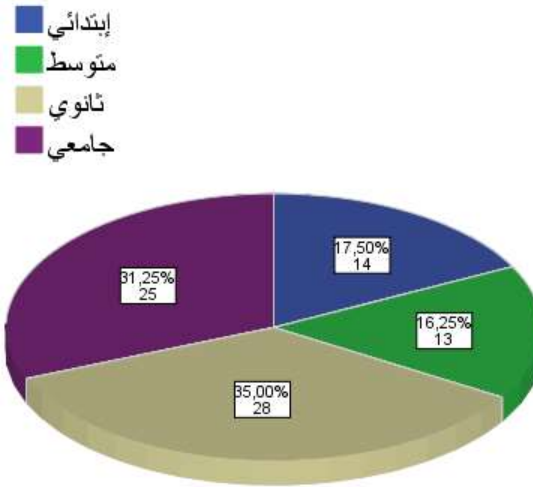


توزيع مفردات العينة حسب متغير السن (الشكل 03)

انقسمت إجابات العينة إلى أربعة إجابات حسب الفئات العمرية ، حيث لاحظنا تساوي نسب الإجابات ما بين الفئة العمرية 31 إلى 40 سنة و الفئة العمرية 21 إلى 30 سنة وكل فئة تتشكل من 22 مبحوث والتي مثلت كل منهما نسبة (27,50%) وهي أعلى نسبة كما هو موضح في (الجدول 04) و (الشكل 03) من باقي نسب متغير السن ، ثم بعد ذلك وبنسبة أقل الفئة العمرية من 11 إلى 20 سنة والتي تمثل 19 مبحوث وبنسبة (23,75%) ، أما الفئة العمرية لفئة الأكثر من 40 سنة فكانت أقل نسبة بـ 17 مبحوث وبنسبة قدرت بـ (21,25%)

التكرارات والنسب المئوية لمتغير المستوى الدراسي (الجدول 05)

النسب المئوية	التكرارات	C : المستوى الدراسي
17,50%	14	إبتدائي
16,25%	13	متوسط
35%	28	ثانوي
31,25%	25	جامعي
%100	80	المجموع



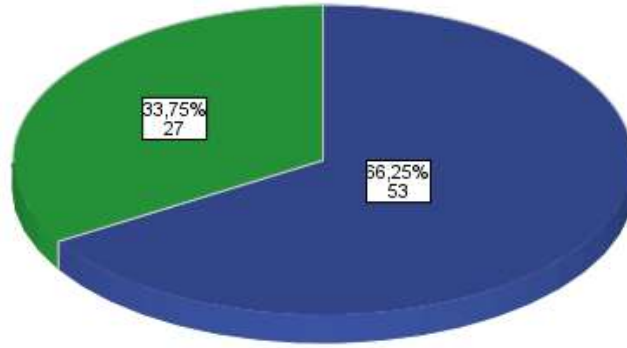
توزيع مفردات العينة حسب متغير المستوى الدراسي (الشكل 04)

عند متغير المستوى الدراسي كما هو موضح في (الجدول 05) و (الشكل 04) سجلنا وجود تفاوت في نسب المستويات الدراسية بين المبحوثين حيث كان العدد الأكبر الذي بلغ 28 مبحوث من مفردات العينة لديهم المستوى الثانوي بنسبة (35%) ، ثم بعد ذلك وبنسبة مقاربة ممن لديهم المستوى الجامعي وبنسبة (31,25%) والتي مثلت 25 مبحوث ، وبنسبة أقل جاء أصحاب المستوى الابتدائي بنسبة (17,50%) ، وكان عددهم 14 مبحوث ، ثم بعد ذلك وبفارق بسيط أصحاب المستوى المتوسط بنسبة (16,25%) والذين كان عددهم 13 مفردة ليشكلوا بذلك النسبة الأقل بين النسب لمتغير المستوى الدراسي .

التكرارات والنسب المئوية لمتغير الحالة الاجتماعية (الجدول 06)

النسب المئوية	التكرارات	D : الحالة الاجتماعية
66,25%	53	أعزب
33,75%	27	متزوج
%100	80	المجموع

أعزب  
متزوج



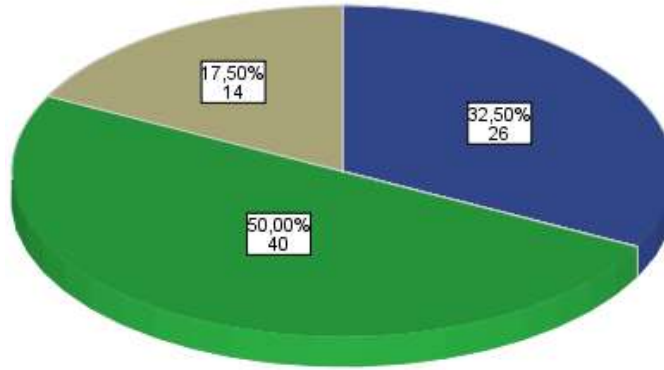
توزع مفردات العينة حسب متغير الحالة الاجتماعية (الشكل 05)

مثل المتزوجون لمتغير الحالة الاجتماعية الذين بلغ عددهم 53 مبحوث ما يقارب ثلثي مجموع أفراد العينة أي بنسبة (66,25%) كما هو موضح في (الجدول 06) و (الشكل 05) ، بينما بلغت نسبة فئة العزاب الذين بلغ عددهم 27 مبحوث ثلث العينة تقريبا وبنسبة (33,75%) .

التكرارات والنسب المئوية لمتغير المهنة (الجدول 07)

النسب المئوية	التكرارات	E : المهنة
32,50%	26	تلميذ / طالب
50%	40	عامل / موظف
17,50%	14	غير عامل
%100	80	المجموع

■ تلميذ / طالب  
■ عامل / موظف  
■ غير عامل



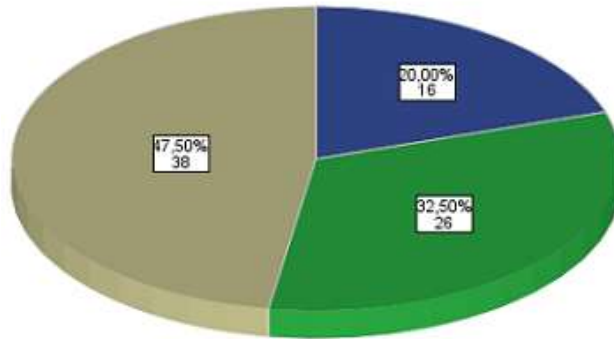
توزيع مفردات العينة حسب متغير المهنة (الشكل 06)

يتضح من (الجدول 07) و (الشكل 06) لمتغير المهنة أن فئة العاملين والموظفين الذين بلغ عددهم 40 مبحوث يمثلون نصف مفردات العينة بنسبة (50%) ، بينما شكلت فئة التلاميذ والطلبة نسبة (32,50%) بـ 26 مبحوث ، أما فئة الغير عاملين فشكلت النسبة الأقل بنسبة (17,50%) ما يمثل 14 مبحوث من إجمالي مفردات العينة .

التكرارات والنسب المئوية للسؤال الأول (الجدول 08)

النسب المئوية	التكرارات	Q1 : ما مدى استخدامك للإنترنت خلال الأسبوع؟
20%	16	يوم أو يومين في الأسبوع
32,50%	26	ثلاث أو أربع أيام في الأسبوع
47,50%	38	كامل أيام الأسبوع
%100	80	المجموع

■ يوم أو يومين في الأسبوع  
■ ثلاث أو أربع أيام في الأسبوع  
■ كامل أيام الأسبوع



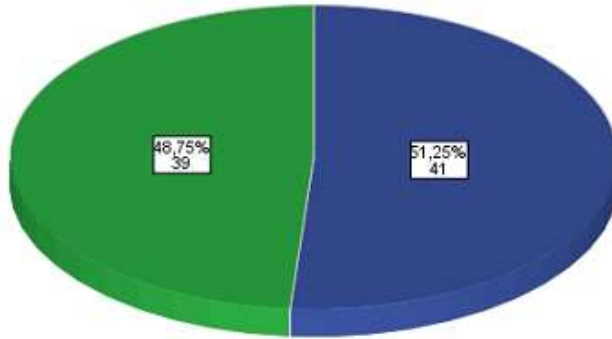
توزيع مفردات العينة حسب السؤال الأول (الشكل 07)

في السؤال الأول للمحور الأول والذي يدور حول مدي استخدام المبحوثين للإنترنت ، فإنه يتضح لنا من (الجدول 08) و (الشكل 07) أن إجابات المبحوثين توزعت بشكل متفاوت ، حيث مثل 38 مبحوث أي ما يقارب نصف مفردات العينة وبنسبة مئوية بلغت (47,50%) المجهيين بالاستخدام المكثف للإنترنت وهي أعلى نسبة بين النسب المسجلة لهذا المقياس ، بينما مثلت نسبة المجهيين باستخدام متوسط للإنترنت الذين وصل عددهم 26 مبحوث ما نسبته (32,50%) ، في حين كانت إجابة المبحوثين باستخدام محدود للإنترنت تشكل نسبة (20%) والتي تمثل 16 مبحوث من مفردات العينة وهي النسبة الأضعف بين باقي النسب المسجلة .

التكرارات والنسب المئوية للسؤال الثاني (الجدول 09)

النسب المئوية	التكرارات	Q2 : ما هي الأماكن التي تستخدم فيها الانترنت ؟
51,25%	41	في البيت
48,75%	39	في مقهى الانترنت
%100	80	المجموع

■ في البيت  
■ في مقهى الانترنت



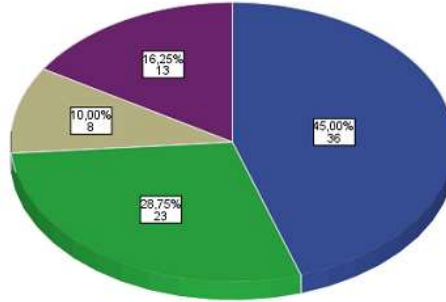
توزيع مفردات العينة حسب السؤال الثاني (الشكل 08)

في (الجدول 09) و (الشكل 08) نجد النسب المئوية الموضحة لمكان استخدام المبحوثين للإنترنت ، أنها تكاد تكون متساوية فيما بينها حيث شكلت الإجابات باستخدام الانترنت في البيت لـ 41 مبحوث ما نسبته (51,25%)، بينما شكلت إجابة 39 مبحوث من مفردات العينة باستخدام الانترنت في مقهى الانترنت ما نسبته (48,75%) .

التكرارات والنسب المئوية للسؤال الثالث (الجدول 10)

النسب المئوية	التكرارات	Q3 : ما هي المدة التي تقضيها عند استخدامك للإنترنت خلال اليوم الواحد ؟
45%	36	أقل من 1 ساعة
28,75%	23	من 1 سا إلى 2 سا
10%	8	من 2 سا إلى 3 سا
16,25%	13	أكثر من 3 ساعات
%100	80	المجموع

■ أقل من 1 ساعة  
■ من 1 سا إلى 2 سا  
■ من 2 سا إلى 3 سا  
■ أكثر من 3 ساعات



توزيع مفردات العينة حسب السؤال الثالث (الشكل 09)

في (الجدول 10) و (الشكل 09) اللذان يعبران عن الفترات الزمنية التي يقضيها المبحوثين في تصفحهم للإنترنت ، فقد مثلت نسبة الأفراد الذين يقضون أقل من ساعة في تصفح الإنترنت أعلى نسبة بنسبة (45%) وتمثل 36 مبحوث ، ثم تلتها نسبة الأفراد الذين يقضون من ساعة إلى ساعتين بنسبة وصلت إلى (28,75%) وتمثل 23 مبحوث ، وبنسبة أقل نجد الأفراد الذين يقضون أكثر من ثلاث ساعات في تصفح الإنترنت بنسبة بلغت (16,25%) وتمثل 13 مبحوث ، أما الأفراد الذين يقضون من ساعتين إلى ثلاث ساعات في تصفحهم الإنترنت فكانت نسبتهم الأضعف بين النسب لهذا المقياس بنسبة (10%) أي ما يمثل 8 مبحوثين من مجموع مفردات العينة .

التكرارات والنسب المئوية للسؤال الرابع (الجدول 11)

النسب المئوية	التكرارات	Q4 : هل تتصفح الانترنت من أجل ؟
17,50%	14	الاستفادة والانتفاع
58,75%	47	التسلية والترفيه
23,75%	19	الاثنان معا
%100	80	المجموع



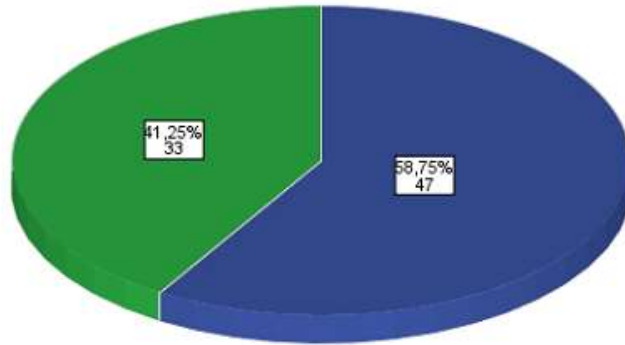
توزيع مفردات العينة حسب السؤال الرابع (الشكل 10)

يظهر لنا من (الجدول 11) والتوضيح البياني (لشكل 10) حول سؤال الهدف من استخدام الانترنت ، نجد أن نسبة (58,75%) لـ 47 مبحوث الذين كانت إجاباتهم التسلية والترفيه شكلت أكثر من نصف إجابات مفردات العينة وهي أعلى نسبة بين النسب المسجلة ، بينما وصلت نسبة الإجابات باستخدام المبحوثين لأنترنت من أجل الاستفادة والانتفاع نسبة (17,50%) لـ 14 مبحوث وهي أضعف نسبة مسجلة ، وقد زادت عن هذه النسبة نسبة الأفراد الذين يستخدمون الانترنت من أجل الاستفادة والانتفاع مع التسلية والترفيه بنسبة (23,75%) أي ما يعادل 19 مبحوث من مجمل مفردات العينة .

التكرارات والنسب المئوية للسؤال الخامس (الجدول 12)

النسب المئوية	التكرارات	Q5 : منذ متى بدأت الاستماع إلى إذاعات النت؟
58,75%	47	منذ وقت قصير
41,25%	33	منذ وقت طويل
%100	80	المجموع

■ منذ وقت قصير  
■ منذ وقت طويل



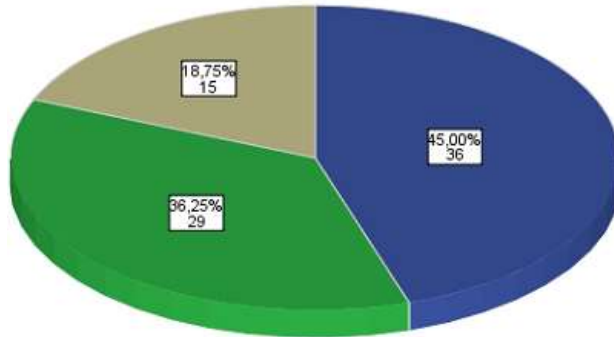
توزيع مفردات العينة حسب السؤال الخامس (الشكل 11)

من خلال المقياس الأول من المحور الثاني والمتعلق بمتابعة الإذاعات عبر الانترنت وكما هو موضح في (الجدول 12) و (الشكل 11) نجد أن نسبة المتابعين لإذاعة النت منذ مدة قصيرة ما يمثل نسبة (58,75%) لـ 47 مبحوث والذين شكلت إجاباتهم أكثر من نصف إجابات مفردات العينة وهي النسبة الأعلى المسجلة لهذا المقياس ، بينما وصلت نسبة المتابعين لإذاعة النت منذ مدة طويلة (41,25%) أي ما يعادل 33 مبحوث من مجمل مفردات العينة .

التكرارات والنسب المئوية للسؤال السادس (الجدول 13)

النسب المئوية	التكرارات	Q6 : ما هي إذاعات النت التي تستمع إليها ؟
45%	36	الإذاعات الوطنية
36,25%	29	الإذاعات الأجنبية
18,75%	15	كل الإذاعات
100%	80	المجموع

■ الإذاعات الوطنية  
■ الإذاعات الأجنبية  
■ كل الإذاعات



توزع مفردات العينة حسب السؤال السادس (الشكل 12)

من خلال ما نلاحظه في (الجدول 13) و (الشكل 12) فإننا نجد أن إجابة 36 مبحوث بمتابعة الإذاعات المحلية والوطنية ما يمثل نسبة (45%) وهي النسبة الأعلى من مجموع النسب المسجلة في هذا المقياس ، بينما أجاب 29 مبحوث بأنهم يتابعون الإذاعات العربية والأجنبية وهو ما يمثل نسبة (36,25%) وهي نسبة أكبر من نسبة إجابات المبحوثين الـ 15 المتابعين للإذاعات المحلية والوطنية والإذاعات العربية والأجنبية معا ، إذ مثلوا ما نسبته (18,75%) فقط من مجموع العينة .

التكرارات والنسب المئوية للسؤال السابع (الجدول 14)

النسب المئوية	التكرارات	Q7 : ما هي المضامين التي تتابعها في إذاعات النت ؟
17,50%	14	إخبارية
58,75%	47	ترفيهية
23,75%	19	الاثنان معا
%100	80	المجموع

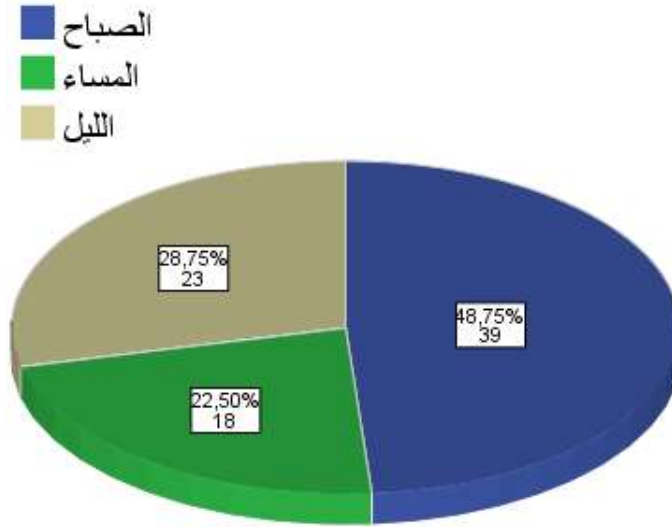


توزيع مفردات العينة حسب السؤال السابع (الشكل 13)

مثلت نسبة المبحوثين المتابعين للمضامين الترفيهية والذين قدر عددهم بـ 47 مبحوث ونسبة (58,75%) أكثر من نصف إجابات مفردات العينة وهي أعلى نسبة بين النسب المسجلة في هذا المقياس ، بينما شكلت نسبة المبحوثين المتابعين للمضامين الإخبارية الذين بلغ عددهم 14 مبحوث بنسبة (17,50%) كما هو موضح في (الجدول 14) و (الشكل 13) وهي النسبة الأقل بين النسب المسجلة ، بينما مثلت نسبة (23,75%) عدد إجابات الـ 19 مبحوث الذين يتابعون المضامين الإخبارية والترفيهية في نفس الوقت .

التكرارات والنسب المئوية للسؤال الثامن (الجدول 15)

النسب المئوية	التكرارات	Q8 : ما هو الوقت الذي تفضل الاستماع فيه لإذاعة النت أكثر من غيره ؟
48,75%	39	الصباح
22,50%	18	المساء
28,75%	23	الليل
%100	80	المجموع



توزع مفردات العينة حسب السؤال الثامن (الشكل 14)

في (الجدول 15) و (الشكل 14) نرى أن عدد إجابات الباحثين الـ 39 الذين يستمعون لإذاعة النت خلال الصباح مثلت نسبتهم (48,75%) أي ما يقارب نصف إجابات مفردات العينة وهي أعلى نسبة بين النسب المسجلة في هذا المقياس ، وبنسبة أقل كانت إجابات الباحثين الـ 23 الذين يستمعون لإذاعة النت خلال الليل يمثلون نسبة (28,75%) ، بينما كان الباحثون المتبقون الـ 18 من مجموع المتابعين لإذاعة النت ممن يستمعون لإذاعة النت خلال المساء والذين شكلوا النسبة الأقل بنسبة تقارب (22,50%) .

التكرارات والنسب المئوية للسؤال التاسع (الجدول 16)

النسب المئوية	التكرارات	Q9 : كم من الوقت تقضيه في الاستماع لإذاعة النت ؟
45%	36	أقل من 1 ساعة
30%	24	من 1 سا إلى 2 سا
8,75%	7	من 2 سا إلى 3 سا
16,25%	13	أكثر من 3 ساعات
%100	80	المجموع

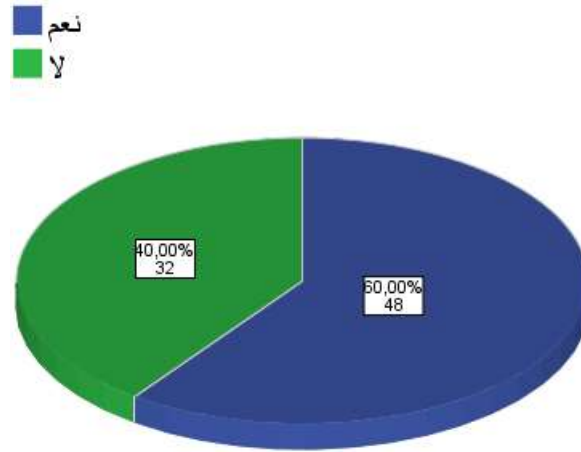


توزيع مفردات العينة حسب السؤال التاسع (الشكل 15)

في (الجدول 16) و (الشكل 15) اللذان يعبران عن الفترات الزمنية التي يقضيها المبحوثين في استماعهم لإذاعة النت ، فقد تمثلت نسبة الأفراد الذين يقضون أقل من ساعة في الاستماع لإذاعة النت أعلى نسبة بنسبة (45%) وتمثل 36 مبحوث ، ثم تلتها نسبة الأفراد الذين يقضون من ساعة إلى ساعتين بنسبة وصلت إلى (30%) وتمثل 24 مبحوث ، وبنسبة أقل نجد الأفراد الذين يقضون أكثر من ثلاث ساعات في الاستماع لإذاعة النت بنسبة بلغت (16,25%) وتمثل 13 مبحوث ، أما الأفراد الذين يقضون من ساعتين إلى ثلاث ساعات في الاستماع لإذاعة النت فكانت نسبتهم الأضعف بين النسب لهذا المقياس بنسبة (8,75%) وهو ما يمثل 7 مبحوثين من مجموع مفردات العينة .

التكرارات والنسب المئوية للسؤال العاشر (الجدول 17)

النسب المئوية	التكرارات	Q10 : هل تستمع إلى إذاعة النت إلى جانب الإذاعة التقليدية ؟
60%	48	نعم
40%	32	لا
%100	80	المجموع



توزيع مفردات العينة حسب السؤال العاشر (الشكل 16)

في (الجدول 17) و (الشكل 16) يمكننا ملاحظة بوضوح فارق النسب بين إجابات المبحوثين الـ 48 الذين أجابوا بنعم على استماعهم للإذاعات التقليدية إلى جانب إذاعات النت وبنسبة (60%) والتي شكلت أكثر من نصف النسبة الكلية لهذا المقياس ، بينما مثلت نسبة المبحوثين الـ 32 المجيبين بعدم استماعهم للإذاعات التقليدية إلى جانب إذاعات النت بنسبة قدرت بـ (40%) .

التكرارات والنسب المئوية للسؤال الحادي عشر (الجدول 18)

النسب المئوية	التكرارات	Q11 : أي الإذاعات تفضل ؟
21,25%	17	الإذاعة التقليدية
66,25%	53	إذاعة النت
12,50%	10	لا تدري
%100	80	المجموع

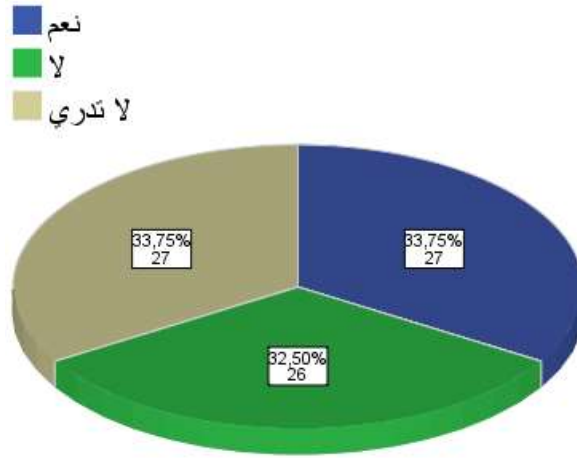


توزيع مفردات العينة حسب الحادي عشر (الشكل 17)

من خلال النسب المئوية المسجل في (الجدول 18) و (الشكل 17) نجد أن المبحوثين الـ 53 الذين يفضلون إذاعة النت عن الإذاعة التقليدية مثلوا نسبة (66,25%) وهي النسبة الأعلى بين جميع النسب المسجلة في هذا المقياس ، بينما وبنسبة أقل نجد أن المبحوثين الـ 17 الذين يفضلون الإذاعة التقليدية عن إذاعة النت يمثلون نسبة (21,25%) ، في حين وصلت نسبة المبحوثين الـ 10 الذين كانت إجاباتهم بلا يدرون النسبة الأقل في هذا المقياس (12,50%) .

التكرارات والنسب المئوية للسؤال الثاني عشر (الجدول 19)

النسب المئوية	التكرارات	Q12 : هل تعتقد أن إذاعة النت بديل عن الإذاعات التقليدية ؟
33,75%	27	نعم
32,50%	26	لا
33,75%	27	لا تدري
%100	80	المجموع



توزيع مفردات العينة حسب السؤال الثاني عشر (الشكل 18)

في المقياس الأخير من الاستمارة نجد أن نسب الإجابات تكاد تكون كلها متساوية فيما بينها إذ توجد بينها فروقات طفيفة ، حيث أن عدد المبحوثين الذين جاءت إجاباتهم بنعم عن سؤال هل تعتقد أن إذاعة النت بديل عن الإذاعات التقليدية ؟ فقد بلغ عددهم 27 مبحوث وبنسبة وصلت (33,75%) وهي نفس النسبة لنفس عدد المبحوثين الذين جاءت إجاباتهم بأنهم لا يدرون إن كانت إذاعة النت بديل عن الإذاعات التقليدية أم لا ، وبنسبة أقل بقليل أجاب المبحوثون الـ 26 بأنهم لا يعتقدون أن إذاعة النت بديل عن الإذاعات التقليدية وبنسبة وصلت (32,50%) وهو ما هو موضح في (الجدول 19) و (الشكل 18) .

## 2.1. التحليل الكيفي :

تشكلت مفردات البحث من عدد (ذكور/ إناث) من الجنسين ، أي 40 شخص من كل جنس . والغالبية منهم من الفئة العمرية من 31 إلى 40 سنة والفئة العمرية 21 إلى 30 سنة بـ 22 مفردة لكل فئة . ومن هذه الفئات أغلبهم من أصحاب المستوى الثانوي بـ 28 مبحوث ، يوجد منهم 53 مبحوث أعزب و 27 مبحوث متزوج، معظمهم من فئة الموظفين/العاملين بـ 40 مبحوث .

ومن النسب السابقة وجدنا أن أكثر من 38 مبحوث منهم يستخدمون الأنترنت خلال كامل أيام الأسبوع وهذا راجع لوجود نسبة من الموظفين/العاملين الذي منهم من يمتلكون الانترنت مثل أصحاب مقاهي الأنترنت أي هي متوفرة لديهم بشكل دائم ما يسمح لهم استخدامها بشكل يومي .

ويوجد 41 مبحوث من مجموع مفردات العينة الثمانين يستخدمون الانترنت في بيوتهم ، لأن معظمهم من فئة الموظفين/العاملين الذين أغلبهم لديهم الانترنت في بيوتهم ، إلى جانب أبناءهم من التلاميذ/الطلبة الذين لديهم الحض أيضا في استخدام الأنترنت في البيت . لأن الأنترنت في الجزائر أصبحت في متناول المواطن البسيط ، بالإضافة إلى سرعة التدفق التي أصبحت تصل 1 ميغا للاشتراك الفردي هذا .

بينما نجد أن استخدام الانترنت لدى مبحوثينا أقل من ساعة في اليوم أي بما يعادل 36 مبحوث من مجموع العينة ، لما يمثلون فئة الموظفين/العاملين والتلاميذ/الطلبة الذين تقل ساعات استخدامهم للإنترنت بسبب انشغالاتهم ومسؤولياتهم التي تقلل من وقت فراغهم . إلا أن معظمهم يستخدمون الانترنت بغرض التسلية والترفيه بمعدل 47 مبحوث من مجموع مفردات العينة ، وهذا لوجود عدد كبير من الشباب والمراهقين الذين لديهم ميل للبحث عن التسلية والترفيه أكثر من غيرهم ، ويضاف إلى ذلك فئة الموظفين/العاملين الذين يبحثون على الترفيه والتسلية من أجل التخلص من متاعب العمل اليومية . والشيء ذاته نجده عندما يتعلق الأمر بالاستماع للإذاعات عبر الأنترنت ، إذ نجد 47 مبحوث يستمع لإذاعات النت منذ مدة قصيرة لأن المجتمع المسيلي بصفة خاصة والمجتمع الجزائري بصفة عامة جديدة على هذه الإذاعات لذا معظم المبحوثين لم يكتشفوا هذه الإذاعات إلا منذ وقت قصير .

ويستمع 36 مبحوث من مجموع العينة للإذاعات الوطنية وهذا كون الإذاعات الوطنية والمحلية تبث عن طريق الأنترنت .

وبما أن أغلبية مبحوثينا من الشباب والمراهقين فإن الغرض من الاستماع لإذاعات النت هو الترفيه من خلال البحث على الأغاني والموسيقى .

ويسمع 39 مبحوث لإذاعات النت وهذا لوجود عدد كبير من الشباب والمراهقين الذين يستمعون لإذاعة النت خلال الصباح خاصة الإناث من التلاميذ/الطالبات اللاتي هن في عطلة أين يجدن فرصة الاستماع لإذاعات النت قبل القيام بالأعمال المنزلية في الصباح بعد خروج الأولياء والأخوة من البيت .

بينما يسمع الجزء الأكبر من المبحوثين إلى إذاعات النت إلى جانب الإذاعات التقليدية ، وهذا لأن إذاعات النت في أغلبها إذاعات تقليدية تبث في شكل جديد عبر الأنترنت أي أن أغلب جمهور إذاعة النت هو جمهور الإذاعات التقليدية .

وقد أصبح الكثيرين يفضلون إذاعة النت لعدة اعتبارات منها أن مواقع إذاعات النت تزخر بالمواد الإعلامية وبمختلف الأشكال المقروءة والمشاهدة مثل الصور والفيديوهات ، فضلا عن الاستماع لمضامين الإذاعة ، لذا نجد حوالي 53 مبحوث يفضلون إذاعة النت عن الإذاعة التقليدية .

أي أنه لا توجد تكتلات ذات دلالة كافية في إجابات المبحوثين بسبب اختلاف وجهات النظر لاعتبارات عمرية وأخر معرفية .

II. علاقات الارتباط بين المتغيرات (الجدول 20) :

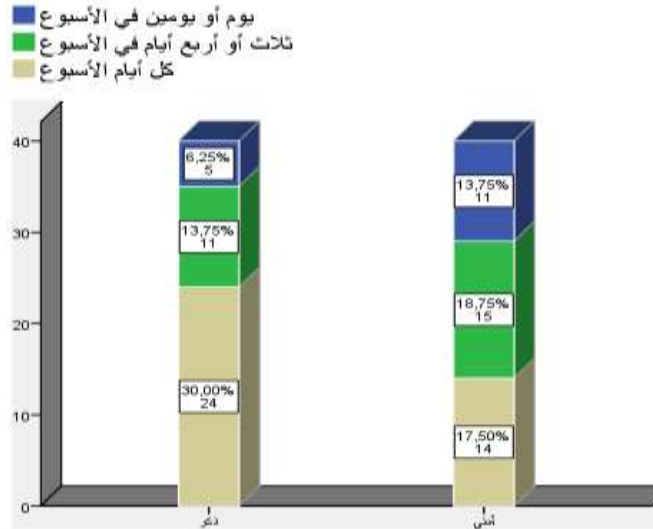
المهنة	الحالة الاجتماعية	المستوى الدراسي	السن	الجنس	المتغيرات المستقلة
					أسئلة الاستبيان
0,091	-0,062	0,13	0,037	-0,262*	السؤال الأول
-0,046	-0,167	0,117	-0,024	-0,025	السؤال الثاني
0,147	-0,105	0,064	-0,072	0,057	السؤال الثالث
-0,025	-0,154	-0,024	-0,115	0,254*	السؤال الرابع
0,069	-0,007	-0,073	-0,028	0,076	السؤال الخامس
-0,134	-0,009	-0,035	-0,164	0,025	السؤال السادس
-0,025	-0,154	-0,024	-0,115	0,254*	السؤال السابع
-0,06	0,083	-0,009	0,062	-0,211	السؤال الثامن
0,147	-0,118	0,074	-0,084	0,069	السؤال التاسع
0,022	0,065	-0,167	0,004	0,204	السؤال العاشر
0,250*	0,024	0,022	0,216	0,064	السؤال الحادي عشر
0,240*	0,193	-0,1	0,232*	0,152	السؤال الثاني عشر

\*مستوى الدلالة عند 0,05

#### 1.1. التحليل الكمي :

##### 1.1.1. جدول مزدوج للسؤال الأول مع متغير الجنس (الجدول 21) :

الجنس					Q1= ما مدى استخدامك للإنترنت؟
أنثى		ذكر			
النسب المئوية	التكرارات	النسب المئوية	التكرارات		
13,75%	11	06,25%	5	يوم أو يومين في الأسبوع	
18,75%	15	13,75%	11	ثلاث أو أربع أيام في الأسبوع	
17,50%	14	30,00%	24	كل أيام الأسبوع	
50,00%	40	50,00%	40	المجموع	
80		مجموع تكرارات العينة			
100%		مجموع نسب العينة			



النسب المئوية لتوزيع إجابات المبحوثين من الجنسين على السؤال الأول (الشكل 19)

من خلال الجدول المزدوج لمتغير الجنس مع السؤال الأول فقد انقسمت إجابات العينة من الجنسين (ذكر/أنثى) إلى ثلاث إجابات لكل جنس ، توزعت نسبهم حسب (الجدول 21) و(الشكل 19) بالشكل التالي:

النسبة الأكبر من الذكور يستخدمون الانترنت كل أيام الأسبوع بنسبة (30,00%) من مجموع العينة ، وهو ما يمثل 24 مبحوث من مجموع الذكور .

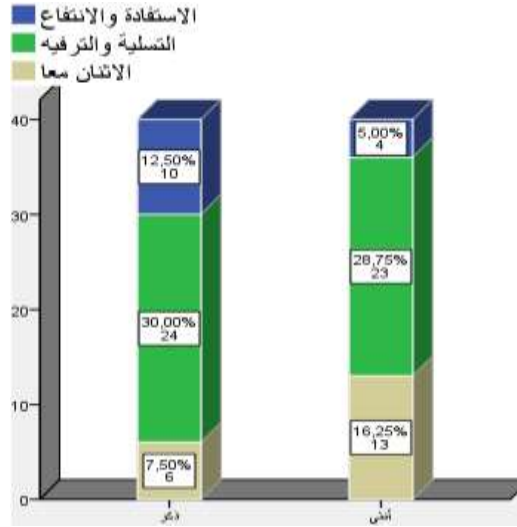
وبنسبة متوسطة تقدر بـ (13,75%) من مجموع العينة للمبحوثين الذين يستخدمون الانترنت من ثلاث إلى أربع أيام في الأسبوع ، وهو ما يمثل 11 مبحوث من مجموع الذكور .  
 أما النسبة الأدنى فهي للمبحوثين الذين يستخدمون الانترنت يوم أو يومين في الأسبوع بنسبة (6,25%) من مجموع مفردات العينة ، أي ما يمثل 5 مبحوثين من إجمالي عدد الذكور .  
 أما العدد الأكبر من المبحوثات الإناث ممن يستخدمن الانترنت من ثلاث إلى أربع أيام في لأسبوع فكن 15 مفردة من مجموع الإناث ، وبنسبة (18,75%) من مجموع العينة .  
 أما المبحوثات اللواتي يستخدمن الانترنت كل أيام الأسبوع فيأتين بنسبة أقل بقليل من الأولي بنسبة (17,50%) من مجموع العينة ما يمثل 14 مفردة .  
 في حين أن المبحوثات اللواتي يستخدمن الانترنت يوم أو يومين في الأسبوع ، فنسبتهم أقل من النسبتين الأولتين والتي قدرت بـ (11,75%) من مجموع العينة ، أي ما يعادل 11 مفردة من إجمالي الإناث .  
 ومنه كانت علاقة الارتباط بين متغير الجنس والسؤال الأول من الاستبيان على النحو الآتي (الجدول 22):

السؤال الأول	الارتباط		المتغير
-0,262	معامل الارتباط سبيرمان	الجنس	
0,019	مستوى المعنوية الإحصائية (sig)		
80	عدد مفردات العينة		

من خلال الأرقام الموضحة في الجدول رقم (22) فإن العلاقة هنا عكسية ضعيفة فهي عكسية لأن قيمة معامل الارتباط جاءت سالبة (-0,262) ، بينما هي ضعيفة لأن مستوى المعنوية الإحصائية (0,019) وهي قيمة قريبة من الصفر أكثر من قربها من الواحد ، لذا فإنه يمكن القول : أنه توجد علاقة عكسية بين المتغيرين وهذا يعني أن الزيادة في أحد المتغيرين يقابله نقض في المتغير الثاني لكن ليس بنفس الدرجة أو النسبة ، أي بصورة غير منتظمة ، والعكس أيضا صحيح .

#### 2.1.1. جدول مزدوج للسؤال الرابع مع متغير الجنس (الجدول 23) :

الجنس				الاستفادة والانتفاع	Q4 = هل تصفح الانترنت من أجل؟
أنثى		ذكر			
النسب المئوية	التكرارات	النسب المئوية	التكرارات		
5,00%	4	12,50%	10		
28,75%	23	30,00%	24		
16,25%	13	7,50%	6		
50,00%	40	50,00%	40		
80					مجموع تكرارات العينة
100%					مجموع نسب العينة



النسب المئوية لتوزع إجابات المبحوثين من الجنسين على السؤال الرابع (الشكل 20)

من خلال الجدول المزدوج لمتغير الجنس مع السؤال الرابع فقد انقسمت إجابات العينة من الجنسين (ذكر/أنثى) إلى ثلاث إجابات لكل جنس ، وتوزعت نسبهم حسب (الجدول 23) و(الشكل 20) بالشكل التالي: النسبة الأكبر من الذكور يستخدمون الانترنت بهدف التسلية والترفيه بنسبة (30,00%) من مجموع العينة ، وهو ما يمثل 24 مبحوث من مجموع الذكور .

وبنسبة متوسطة تقدر بـ (12,50%) من مجموع العينة للمبحوثين الذين يستخدمون الانترنت من أجل الاستفادة والانتفاع ، وهو ما يمثل 10 مبحوثين من مجموع الذكور .

أما النسبة الأدنى فهي للمبحوثين الذين يستخدمون الانترنت للتسلية والترفيه وللإستفادة معا ، بنسبة (07,50%) من مجموع مفردات العينة ، أي ما يمثل 6 مبحوثين من إجمالي عدد الذكور .

أما العدد الأكبر من المبحوثات الإناث ممن يستخدمن الانترنت بهدف التسلية والترفيه ، فعددهن 23 مفردة من مجموع الإناث ، وبنسبة (28,75%) من مجموع العينة .

أما المبحوثات اللواتي يستخدمن الانترنت للتسلية والترفيه وللإستفادة معا ، فيأتين بنسبة أقل من النسبة الأولى بنسبة (16,25%) من مجموع العينة ما يمثل 13 مفردة .

في حين أن المبحوثات اللواتي يستخدمن الانترنت من أجل الاستفادة والانتفاع ، فنسبتهم أقل من النسبتين الأولىين حيث قدرت بـ (05,00%) من مجموع العينة ، أي ما يعادل 04 مفردات من إجمالي الإناث .

ومنه جاءت علاقة الارتباط بين متغير الجنس والسؤال الرابع من الاستبيان على النحو الآتي

**(الجدول 24):**

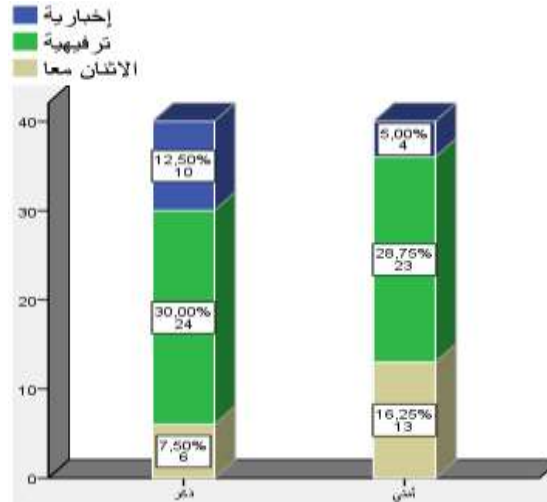
المتغير	الارتباط	السؤال الرابع
الجنس	معامل الارتباط سبيرمان	0,254
	مستوى المعنوية الإحصائية (sig)	0,023
	عدد مفردات العينة	80

من خلال الأرقام الموضحة في الجدول رقم (24) فإن العلاقة هنا طردية ضعيفة فهي طردية لأن قيمة معامل الارتباط جاءت موجبة (0,254) ، وهي ضعيفة لأن مستوى المعنوية الإحصائية (0,023) وهي قيمة قريبة من الصفر أكثر من قربها من الواحد ، لذا فإنه يمكن القول : توجد علاقة طردية بين المتغيرين وهذا يعني أن الزيادة في أحد المتغيرين يقابله زيادة في المتغير الثاني لكن ليس بنفس الدرجة أو النسبة ، أي بصورة غير منتظمة .

3.1.1. جدول مزدوج للسؤال السابع مع متغير الجنس (الجدول 25) :

الجنس				إخبارية	ترفيهية	الإثنان معا	المجموع	مجموع تكرارات العينة	مجموع نسب العينة
أنثى		ذكر							
النسب المئوية	التكرارات	النسب المئوية	التكرارات						
5,00%	4	12,50%	10						
28,75%	23	30,00%	24						
16,25%	13	7,50%	6						
50,00%	40	50,00%	40						
80									
100%									

Q7= ما هي المضمين التي تتابعها في إذاعات النت؟



النسب المئوية لتوزيع إجابات المبحوثين من الجنسين على السؤال السابع (الشكل 21)

من خلال الجدول المزدوج لمتغير الجنس مع السؤال السابع فقد انقسمت إجابات العينة حسب الجنسين (ذكر/أنثى) إلى ثلاث إجابات لكل جنس ، وتوزعت نسبهم حسب (الجدول 25) و(الشكل 21) بالشكل التالي: النسبة الأكبر من الذكور يستمعون لإذاعة النت بهدف الترفيه بنسبة (30,00%) من مجموع العينة ، وهو ما يمثل 24 مبحوث من مجموع الذكور .

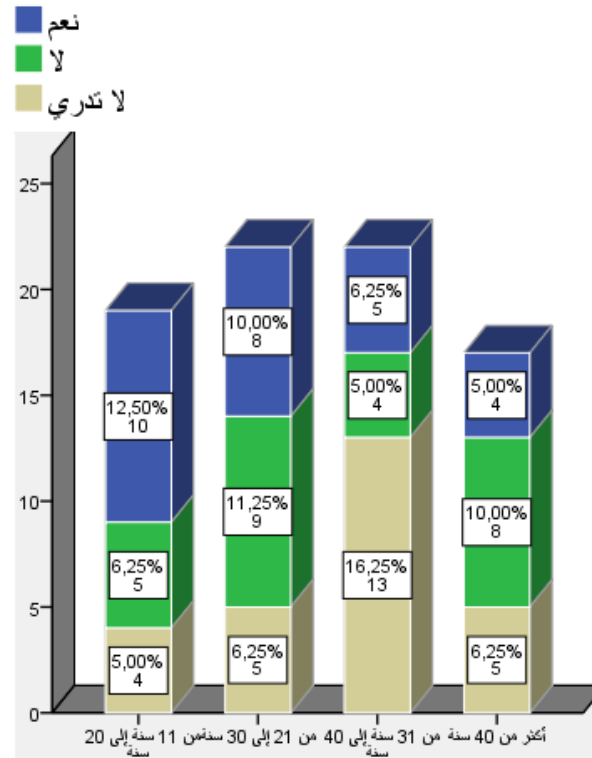
وبنسبة متوسطة تقدر بـ (12,50%) من مجموع العينة للمبحوثين الذين يستمعون لإذاعة النت من أجل المضامين الإخبارية ، وهو ما يمثل 10 مبحوثين من مجموع الذكور .  
 أما النسبة الأدنى فهي للمبحوثين الذين يستمعون لإذاعة النت من أجل المضامين الإخبارية والترفيه معا ، بنسبة (07,50%) من مجموع مفردات العينة ، أي ما يمثل 6 مبحوثين من إجمالي عدد الذكور .  
 أما العدد الأكبر من المبحوثات الإناث ممن يستمعن لإذاعة النت بهدف الترفيه ، فعددهن 23 مفردة من مجموع الإناث ، وبنسبة (28,75%) من مجموع العينة .  
 أما المبحوثات اللواتي يستمعن لإذاعة النت من أجل المضامين الإخبارية والترفيه معا ، فيأتين بنسبة أقل من النسبة الأولى بنسبة (16,25%) من مجموع العينة ما يمثل 13 مفردة .  
 في حين أن المبحوثات اللواتي يستمعن لإذاعة النت من أجل المضامين الإخبارية ، فنسبتهم أقل من النسبتين الأولتين حيث قدرت بـ (05,00%) من مجموع العينة ، أي ما يعادل 04 مفردات من إجمالي الإناث .  
 ومنه جاءت علاقة الارتباط بين متغير الجنس والسؤال السابع من الاستبيان على النحو الآتي  
 (الجدول 26):

المتغير	الارتباط	السؤال السابع
الجنس	معامل الارتباط سبيرمان	0,254
	مستوى المعنوية الإحصائية (sig)	0,023
	عدد مفردات العينة	80

من خلال الأرقام الموضحة في الجدول رقم (26) فإن العلاقة هنا طردية ضعيفة فهي طردية لأن قيمة معامل الارتباط جاءت موجبة (0,254) ، وهي ضعيفة لأن مستوى المعنوية الإحصائية (0,023) وهي قيمة قريبة من الصفر أكثر من قربها من الواحد ، لذا فإنه يمكن القول : توجد علاقة طردية بين المتغيرين وهذا يعني أن الزيادة في أحد المتغيرين يقابله زيادة في المتغير الثاني لكن ليس بنفس الدرجة أو النسبة ، أي بصورة غير منتظمة .

4.1.1. جدول مزدوج للسؤال الثاني عشر مع متغير السن (الجدول 27) :

السن								نعم	لا	لا تدري	المجموع	مجموع تكرارات العينة	مجموع نسب العينة	Q12 = هل تعتقد أن إذاعة النت بديل عن الإذاعات التقليدية ؟
أكثر من 40 سنة		من 31 إلى 40 سنة		من 21 إلى 30 سنة		من 11 إلى 20 سنة								
النسب	التكرارات	النسب	التكرارات	النسب	التكرارات	النسب	التكرارات							
5,00%	4	6,25%	5	10,00%	8	12,50%	10							
10,00%	8	5,00%	4	11,25%	9	6,25%	5							
6,25%	5	16,25%	13	6,25%	5	5,00%	4							
21,25%	17	27,50%	22	27,50%	22	23,75%	19							
80														
100%														



النسب المئوية لتوزيع إجابات المبحوثين حسب السن على السؤال الثاني عشر (الشكل 22)

من خلال الجدول المزدوج لمتغير السن مع السؤال الثاني عشر فقد انقسمت إجابات العينة حسب الفئات العمرية الأربعة إلى ثلاث إجابات لكل فئة ، والتي توزعت نسبهم حسب (الجدول 27) و(الشكل 22) بالشكل التالي :

أعلى نسبة مسجلة هي نسبة (16,25%) من مجموع العينة ، والتي تمثل 13 فرد من الفئة العمرية من 31 إلى 40 سنة ، ثم تلتها نسبة (06,25%) وما يمثل 05 مفردات لكل من الفئة العمرية للأكثر من 40 سنة وللجنة العمرية ما بين 21 و 30 سنة وبنسبة أقل بقليل للفئة العمرية من 11 إلى 20 سنة بنسبة (05,00%) والتي تعادل 04 مفردات من مجموع العينة والذين أجابوا بأنهم لا يدرون إن كانت إذاعة النت بديل عن الإذاعات التقليدية أم لا .

أما المبحوثين الذين أجابوا بأنهم يعتقدون أن إذاعة النت بديل عن الإذاعات التقليدية فأعلى نسبة بلغت عند الفئة العمرية من 11 إلى 20 سنة بنسبة (12,50%) والتي تعادل 10 من مجموع مفردات العينة ، ثم لدى الفئة العمرية ما بين 21 و 30 سنة بنسبة (10,00%) والتي تعادل 08 من مجموع مفردات العينة ، ثم لدى الفئة العمرية من 31 إلى 40 سنة بنسبة (06,25%) والتي تعادل 05 من مجموع مفردات العينة ، وفي الأخير الفئة العمرية لأكثر من 40 سنة بنسبة (05,00%) والتي تعادل 04 من مجموع مفردات العينة .

أما المبحوثين الذين أجابوا بأنهم لا يعتقدون أن إذاعة النت بديل عن الإذاعات التقليدية فأعلى نسبة بلغت عند الفئة العمرية ما بين 21 و 30 سنة بنسبة (11,25%) والتي تعادل 09 من مجموع مفردات العينة ، ثم لدى الفئة العمرية لأكثر من 40 سنة بنسبة (10,00%) والتي تعادل 08 من مجموع مفردات العينة، ثم لدى الفئة العمرية من 11 إلى 20 سنة بنسبة (06,25%) والتي تعادل 05 من مجموع مفردات العينة ، وأخيرا الفئة العمرية من 31 إلى 40 سنة بنسبة (05,00%) والتي تعادل 04 من مجموع مفردات العينة .

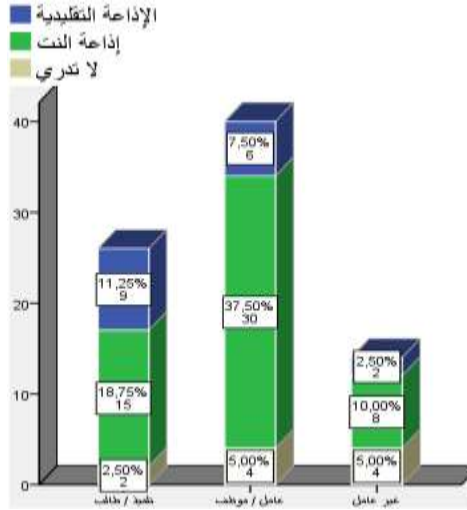
ومنه جاءت علاقة الارتباط بين متغير السن والسؤال الثاني عشر من الاستبيان على النحو الآتي  
(الجدول 28):

السؤال الثاني عشر	الارتباط		المتغير
0,232	معامل الارتباط سبيرمان		السن
0,038	مستوى المعنوية الإحصائية (sig)		
80	عدد مفردات العينة		

من خلال الأرقام الموضحة في الجدول رقم (28) فإن العلاقة هنا طردية ضعيفة فهي طردية لأن قيمة معامل الارتباط جاءت موجبة (0,232) ، وهي ضعيفة لأن مستوى المعنوية الإحصائية (0,038) وهي قيمة قريبة من الصفر أكثر من قربها من الواحد ، لذا فإنه يمكن القول: توجد علاقة طردية بين المتغيرين وهذا يعني أن الزيادة في أحد المتغيرين يقابله زيادة في المتغير الثاني لكن ليس بنفس الدرجة أو النسبة ، أي بصورة غير منتظمة .

5.1.1. جدول مزدوج للسؤال الحادي عشر مع متغير المهنة (الجدول 29) :

المهنة						تفضل أي الإذاعات ؟ Q11 =	
غير عامل		موظف/عامل		تلميذ/طالب			
النسب المئوية	التكرارات	النسب المئوية	التكرارات	النسب المئوية	التكرارات		
2,50	2	7,50	6	11,25	9		الإذاعة التقليدية
10,00	8	37,50	30	18,75	15		إذاعة النت
5,00	4	5,00	4	2,50	2	لا تدري	
17,50	14	50,00	40	32,50	26	المجموع	
80						مجموع تكرارات العينة	
100%						مجموع نسب العينة	



النسب المئوية لتوزيع إجابات المبحوثين حسب المهنة على السؤال الحادي عشر (الشكل 23)

من خلال الجدول المزدوج لمتغير المهنة مع السؤال الحادي عشر فقد انقسمت إجابات العينة حسب الفئات المهنية الثلاث إلى ثلاث إجابات لكل فئة ، والتي توزعت نسبهم حسب (الجدول 29) و(الشكل 23) بالشكل التالي :

وقد جاءت النسبة الأكبر من المبحوثين الذين أجابوا بأنهم يفضلون اذاعة النت على الإذاعات التقليدية لدى موظفين/العاملين بنسبة وصلت (37,50%) من مجموع النسبة الكلية للمبحوثين ، وهو ما يمثل 30 مفردة . وبنسبة أقل كانت لدى التلاميذ/الطلبة بنسبة (18,75%) ما يمثل 15 مبحوث من مجموع العينة . ثم لدى فئة الغير عاملين بنسبة (10,00%) ما يمثل 08 مبحوثين من مجموع العينة . أما النسبة الأكبر بين المبحوثين المجيبين بأنهم يفضلون الإذاعات التقليدية هي لدى التلاميذ/الطلبة بنسبة (11,25%) ما يمثل 09 مبحوثين من مجموع العينة . ثم لدى الموظفين/العاملين بنسبة وصلت (07,50%) ما يمثل 06 مبحوث من مجموع العينة . ثم لدى فئة الغير عاملين بنسبة (02,50%) ما يمثل مبحوثين اثنين من مجموع العينة . أما النسبة الأكبر بين المبحوثين المجيبين بأنهم لا يدون أي الإذاعات أفضل فهي تتساوي بين فئة الموظفين/العاملين والغير عاملين بنسبة (05,00%) ما يمثل 04 مبحوثين من مجموع العينة . ثم لدى التلاميذ/الطلبة بنسبة (02,50%) ما يمثل مبحوثين اثنين من مجموع العينة .

ومنه جاءت علاقة الارتباط بين متغير السن والسؤال الحادي عشر من الاستبيان على النحو الآتي  
(الجدول 30) :

المتغير	الارتباط	السؤال الحادي عشر
المهنة	معامل الارتباط سبيرمان	0,250
	مستوى المعنوية الإحصائية (sig)	0,025
	عدد مفردات العينة	80

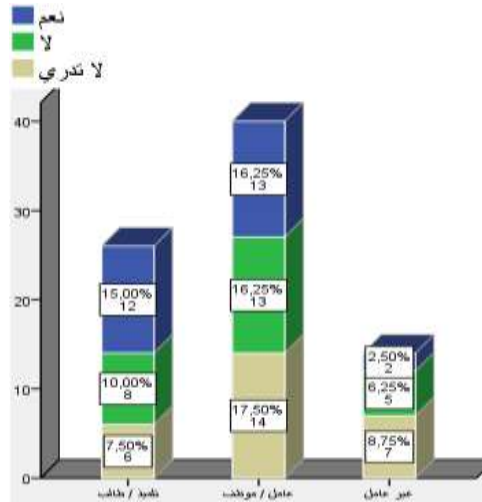
من خلال الأرقام الموضحة في الجدول رقم (30) فإن العلاقة هنا طردية ضعيفة فهي طردية لأن قيمة معامل الارتباط جاءت موجبة (0,250) ، وهي ضعيفة لأن مستوى المعنوية الإحصائية (0,025) وهي قيمة قريبة من الصفر أكثر من قربها من الواحد ، لذا فإنه يمكن القول : أنه توجد علاقة طردية بين المتغيرين وهذا يعني أن الزيادة في أحد المتغيرين يقابله زيادة في المتغير الثاني لكن ليس بنفس الدرجة أو النسبة ، أي بصورة غير منتظمة .

## الفصل الثالث

### استخدامات سكان مدينة المسيلة لإذاعات النت

6.1.1. جدول مزدوج للسؤال الثاني عشر مع متغير المهنة (الجدول 31):

المهنة						التقديرية؟ النت بديل عن الإذاعات هل تعتقد أن إذاعة Q12	
غير عامل		موظف/عامل		تلميذ/طالب			
النسب المنوية	التكرارات	النسب المنوية	التكرارات	النسب المنوية	التكرارات		
2,50%	2	16,25%	13	15,00%	12		نعم
6,25%	5	16,25%	13	10,00%	8		لا
8,75%	7	17,50%	14	7,50%	6	لا تدري	
17,50%	14	50,00%	40	32,50%	26	المجموع	
<b>80</b>						مجموع تكرارات العينة	
<b>100%</b>						مجموع نسب العينة	



النسب المئوية لتوزع إجابات المبحوثين حسب المهنة على السؤال الثاني عشر (الشكل 24)

من خلال الجدول المزدوج لمتغير المهنة مع السؤال الثاني عشر فقد انقسمت إجابات العينة حسب الفئات المهنية الثلاث إلى ثلاث إجابات لكل فئة ، والتي توزعت نسبهم حسب (الجدول 31) و(الشكل 24) بالشكل التالي :

وقد جاءت أعلى النسب لدى فئة الموظفين/ العاملين وكانت النسبة الأكبر للمبحوثين الذين لا يدرون إن كانت إذاعة النت بديل عن الإذاعات التقليدية أم لا بنسبة (17,50%) ما يمثل 14 مبحوث من مجموع العينة .  
ثم بنسبة (16,25%) ما يمثل 13 مبحوث من مجموع العينة للإجابة بأنهم يعتقدون أن إذاعة النت بديل عن الإذاعات التقليدية ، وهي نفس النسبة لنفس عدد المبحوثين الذين لا يعتقدون بأن إذاعة النت بديل عن الإذاعات التقليدية .

كما جاءت أعلى النسب لدى فئة التلاميذ/ الطلاب وكانت النسبة الأكبر للمبحوثين الذين يعتقدون أن إذاعة النت بديل عن الإذاعات التقليدية بنسبة (15,00%) ما يمثل 12 مبحوث من مجموع العينة . ثم بنسبة (10,00%) ما يمثل 08 مبحوثين من مجموع العينة للمبحوثين الذين لا يعتقدون أن إذاعة النت بديل عن الإذاعات التقليدية ، ثم بنسبة أقل المبحوثين الذين لا يدرون إن كانت إذاعة النت بديل عن الإذاعات التقليدية أم لا بنسبة (07,50%) ما يمثل 06 مبحوثين من مجموع العينة .

ومنه جاءت علاقة الارتباط بين متغير السن والسؤال الثاني عشر من الاستبيان على النحو الآتي

(الجدول 32) :

المتغير	الارتباط	السؤال الثاني عشر
المهنة	معامل الارتباط سبيرمان	0,240
	مستوى المعنوية الإحصائية (sig)	0,032
	عدد مفردات العينة	80

من خلال الأرقام الموضحة في الجدول رقم (32) فإن العلاقة هنا طردية ضعيفة فهي طردية لأن قيمة معامل الارتباط جاءت موجبة (0,250) ، وهي ضعيفة لأن مستوى المعنوية الإحصائية (0,025) وهي قيمة قريبة من الصفر أكثر من قربها من الواحد ، لذا فإنه يمكن القول :

توجد علاقة طردية بين المتغيرين وهذا يعني أن الزيادة في أحد المتغيرين يقابله زيادة في المتغير الثاني لكن ليس بنفس الدرجة أو النسبة ، أي بصورة غير منتظمة .

## 2.1. التحليل الكيفي :

من خلال الجدول رقم (20) الذي يعبر عن علاقات الارتباط التي ذكرناها بالتفصيل ، نلاحظ أن مقياس الارتباط قد أوجد القيمة (0,262 -) عند تقاطع متغير الجنس بالسؤال الأول ، كما أعطى القيمة (0,254) عند تقاطع الجنس مع السؤال ، والقيمة (0,254) عند تقاطع متغير الجنس بالسؤال السابع ، كما أعطى القيمة (0,232) عند تقاطع السن مع السؤال الثاني عشر، بالإضافة إلى القيمة (0,250) عند تقاطع متغير المستوى الدراسي مع السؤال الحادي عشر ، والقيمة (0,240) عند تقاطع متغير المستوى الدراسي مع السؤال الثاني عشر ، والمشار إليهم بنجمة (\*) والتي تعني أن هناك علاقة ذات دلالة إحصائية عند المستوى (0,05) . وهذا ما يدل على وجود علاقة ارتباط بين المتغيرات والأسئلة السالفة الذكر حسب مقياس الارتباط أي تحقق الفرضية البديلة : بوجود ارتباط ذو دلالة ورفض الفرضية الصفرية : التي تقضي بعدم وجود ارتباط ذو دلالة معنوية بين متغير الجنس والسؤال الأول ، وبعدم وجود ارتباط ذو دلالة معنوية بين متغير الجنس والسؤال الرابع ، وبعدم وجود ارتباط ذو دلالة معنوية بين متغير الجنس السؤال السابع ، وبعدم وجود ارتباط ذو دلالة معنوية بين متغير السن والسؤال الثاني عشر ، وبعدم وجود ارتباط ذو دلالة معنوية بين متغير المستوى الدراسي والسؤال الحادي عشر ، وبعدم وجود ارتباط ذو دلالة معنوية بين متغير المستوى الدراسي مع السؤال الثاني عشر . بينما لم يعطينا مقياس الارتباط قيم أخرى سواء لمتغير الحالة الاجتماعية أو المهنة بعد أن قاطعناهم مع أسئلة الاستبيان وهذا ما يدل على عدم وجود علاقة ارتباط بينهم . وتحقق الفرضية الصفرية .

### ٣. نتائج وتفسيرات الدراسة :

إن النتائج والتفسيرات المقدمة هي عبارة عن خلاصة دراستنا المستتبطة من الأرقام والنسب المبينة في (الجدول 33 ، الملاحق ، ص 93 – 98) ، وبعض الجداول الأخرى الموضوعة في الملاحق، بالإضافة إلى ملاحظتنا التي رصدناها خلال بحثنا الميداني، والتصريحات التي أدلى لنا بها مبحوثينا على هامش الإجابة على أسئلة الاستبيان

#### نتائج المحور الأول

- 1.1. معظم المبحوثين من الجنسين يستخدمون الانترنت كل أيام الأسبوع (الجدول 33 ، الملاحق ، ص 93 – 98) ، والذكور هم من يستخدمون الانترنت على مدار أيام الأسبوع أكثر من الإناث بنسبة (30,00%) من المجموع الكلي للعينة ، أما الإناث فيستخدمن الانترنت (استخدام متوسط ) ما بين الثالث والأربع أيام في الأسبوع أكثر بنسبة (18,75%) . وهذا يعود إلى الحرية التي يتمتع بها الذكور في وقت ومكان ومدة استخدام الانترنت ، عكس الإناث اللواتي لا يستطعن الخروج في الليل إلى مقاهي الانترنت وتمضية وقت طويل في تصفح الانترنت ، وهذا بحكم طبيعة وخصائص المجتمع الجزائري .
- 2.1. يتفاوت المبحوثون من الجنسين في أماكن استخدامهم للانترنت تفاوتاً طفيفاً (الجدول 33 ، الملاحق، ص 93 – 98)، إلا أن الإناث يستخدمن الانترنت في البيت أكثر من الذكور بنسبة (26,25%) من المجموع الكلي للعينة ، في حين أن الذكور يستخدمون الانترنت في البيت وفي مقهى الانترنت بشكل متساو وبالنسبة ذاتها التي تصل (25,00%) . ويعود ذلك للأمر الذي ذكرناه سابقاً ، ألا وهو خضوع الإناث للعادات والتقاليد ، التي تتحفظ لخروج البنات من المنزل في الليل ، وقضاء وقت مطول خارج البيت.
- 3.1. معظم المبحوثين من الجنسين يستخدمون الانترنت أقل من ساعة في اليوم (الجدول 33، الملاحق، ص 93 – 98)، والنسبة الأكبر منهم تعود للذكور بنسبة (26,25%)، أما الإناث فيستخدمن أكثر الانترنت من ساعة إلى ساعتين في اليوم وبنسبة (20,00%) من مجموع المبحوثين . وهذا يعود لوجود نسبة كبيرة من الذكور موظفين/عاملين بنسبة تقارب (70,00%) ، (الجدول 34 ، الملاحق ، ص 99)، من مجموع الذكور

- 4.1. معظم الجنسين يستخدمون الانترنت من أجل التسلية والترفيه (الجدول 33 ، الملاحق ، ص 93 – 98)، والنسبة الأعلى لدى الذكور بنسبة (30,00%) ، مقابل الإناث بنسبة (28,75%) من المجموع الكلي للعينة . وهذا يعود لما ذكرناه سابقا، وجود نسبة من الذكور العاملين الذين يبحثون على التسلية والترفيه بهدف تغيير الجو .
- 5.1. معظم الفئات العمرية تستخدم الانترنت كل أيام الأسبوع (الجدول 33 ، الملاحق ، ص 93 – 98) ، والفئة الأكثر استخداما للانترنت الفئة العمرية من 21 سنة إلى 30 سنة بنسبة (18,75%) ، ثم أصحاب الفئة العمرية من 31 سنة إلى 40 سنة بنسبة (16,25%) من مجموع مفردات العينة ، أما أصحاب الفئة العمرية الأكبر من 40 سنة الذين شكلوا نسبة (10,00%) الأكثر استخداما للانترنت (بشكل متوسط) أي من ثلاث أيام إلى أربعة في الأسبوع ، إلى جانب أصحاب الفئة العمرية من 11 سنة إلى 20 سنة بنسبة (07,50%) وهذا لأن الفئتين العمريتين السابقتين اللتين احتلتا أعلى النسب من مجموع العينة تمثلان الشباب وهم الأكثر بحثا عن العلاقات التواصلية عبر الانترنت . أما المراهقين لفئة 11 سنة إلى 20 سنة فتوجد منهم نسبة (94,73%) من التلاميذ/الطلبة (الجدول 35 ، الملاحق ، ص 99) ، لذا فإنه يمكن لعامل الدراسة أن ينقص من وقتهم في استخدام الانترنت .
- 6.1. يتفاوت الباحثون من الفئات العمرية الأربعة في أماكن استخدامهم للانترنت تفاوتاً طفيفاً (الجدول 33 ، الملاحق ، ص 93 – 98) ، إلا أن الفئة العمرية من 21 إلى 30 سنة والتي تمثل نسبة (15,00%) من مجموع العينة هي الأكثر استخداما للانترنت في البيت ، ثم الفئة العمرية لما فوق 40 سنة بنسبة (11,25%)، أما أصحاب الفئة العمرية من 31 إلى 40 سنة فيستخدمون الانترنت بنسب متساوية بين البيت ومقهى الانترنت وبنسبة (13,75%) ، بينما الفئة العمرية من 11 إلى 20 سنة فالنسبة الأكبر فيها تستخدم الانترنت في مقاهي الانترنت بنسبة (12,50%) من مجموع مفردات البحث . وهذا راجع أن عددا من أفراد الفئة العمرية من 21 إلى 30 سنة يرون أنهم يجدون أن الانترنت في البيت أقل تكلفة من مقاهي الانترنت ، أما النسبة الأكبر من الفئة العمرية من 11 إلى 20 سنة تستخدم الانترنت في مقاهي الانترنت فهذا ، استخدام الانترنت بأكثر حرية من البيت .

- 7.1. معظم الفئات العمرية تستخدم الانترنت لمدة أقل من ساعة في اليوم (الجدول 33 ، الملاحق ، ص 93 – 98) ، والنسب الأكبر التي تستخدم الانترنت لمدة أقل من ساعة لدى الفئة العمرية من 31 سنة إلى 40 بنسبة (13,75%) ، والفئة العمرية من 11 سنة إلى 20 سنة بنسبة (13,75%) ، والفئة العمرية للأكبر من 40 سنة بنسبة (11,25%) ، في حين تستخدم الفئة العمرية من 21 إلى 30 سنة الانترنت أكثر ما بين ساعة إلى ساعتين في اليوم بنسبة (12,50%) من مجموع العينة . وهذا لأن أغلب الفئة العمرية من سن 31 سنة إلى 40 سنة تعاني من قلة الوقت وانشغالها لأن ما نسبته (68,20%) ، (الجدول 35 ، الملاحق ، ص 99) من الموظفين/العاملين
- 8.1. معظم الفئات العمرية تستخدم الانترنت من أجل التسلية والترفيه (الجدول 33 ، الملاحق ، ص 93 – 98) ، والنسب الأكبر التي تستخدم الانترنت من أجل التسلية والترفيه الفئة العمرية من 21 إلى 30 سنة بنسبة (17,50%) ، والفئة العمرية من 11 سنة إلى 20 سنة بنسبة (16,25%) ، والفئة العمرية للأكبر من 40 سنة بنسبة (15,00%) ، في حين تستخدم الفئة العمرية من 31 إلى 40 سنة الانترنت أكثر من أجل التسلية والترفيه بنسبة (10,00%) وتستخدم الانترنت من أجل الاستفادة والانتفاع أيضا بالنسبة ذاتها . وهذا لأن أصحاب الفئة العمرية من 21 إلى 30 سنة وأصحاب الفئة العمرية من 11 سنة إلى 20 سنة هما من فئتي الشباب والمراهقين وهم الأكثر بحثا عن التسلية والترفيه
- 9.1. معظم المستويات الدراسية تستخدم الانترنت كل أيام الأسبوع (الجدول 33 ، الملاحق ، ص 93 – 98) ، والنسب الأكبر لدى أصحاب المستوى الثانوي بنسبة (18,75%) ، ثم لدى أصحاب المستوى الجامعي بنسبة (17,50%) ، فلدى أصحاب المستوى الابتدائي بنسبة (8,75%) ، بينما يستخدم أصحاب المستوى المتوسط الانترنت استخدام متوسط أكثر بنسبة (8,75%) . إن نسبة (60,71%) من مجموع النسبة الكلية لأصحاب المستوى الثانوي من فئة الموظفين/العاملين ونسبة (56,00%) من مجموع النسبة الكلية لأصحاب المستوى الجامعي تمثل الموظفين/العاملين أيضا (الجدول 36 في الملاحق ص 99) ، وهم أكثر الفئات التي تتميز بقلة وقت الفراغ .

10.1. مجموع النسب لدى المستويات الدراسية الأربع تنقسم بشكل شبه متساو بين استخدام الانترنت في البيت وبين استخدام الانترنت في مقهى الانترنت (الجدول 33 ، الملاحق ، ص 93 – 98) ، والنسب الأكبر تعود لأصحاب المستوى الجامعي بنسبة (17,50%) من مجموع نسبة المبحوثين ، وهي نفس النسبة لدى أصحاب المستوى الثانوي الذين يستخدمون الانترنت في البيت وفي مقهى الانترنت في نفس الوقت . أي أن مبحوثينا يستخدمون الأنترنت في كل مكان وفق حاجاتهم ، وفق أماكن تواجدهم .

11.1. معظم مفردات العينة في مختلف المستويات الدراسية يستخدمون الانترنت لمدة أقل من ساعة في اليوم (الجدول 33 ، الملاحق ، ص 93 – 98) ، والنسب الأكبر تعود لأصحاب المستوى الثانوي بنسبة (13,75%) من مجموع مفردات العينة ، والمستوى الابتدائي بنسبة (11,25%) ، والمستوى المتوسط بنسبة (07,50%) ، بينما أصحاب المستوى الجامعي فيستخدمون الانترنت أكثر ، لمدة ساعة إلى ساعتين في اليوم بنسبة (13,75%) . ومرد ذلك أن أغلب النسب من هذه الفئات هم من فئة الموظفين/العاملين ، والتلاميذ/الطلبة الذين لديهم التزامات مهنية ودراسية تتدخل في تحديد مدة استخدام الانترنت التي تتطلب توفر وقت الفراغ.

12.1. معظم المبحوثين بمستوياتهم الدراسية الأربعة يستخدمون الانترنت بهدف التسلية والترفيه (الجدول 33 ، الملاحق ، ص 93 – 98) ، والنسب الأكبر تعود لأصحاب المستوى الثانوي بنسبة (23,75%) من مجموع مفردات العينة، والمستوى الجامعي بنسبة (15,00%) ، والمستوى المتوسط والابتدائي بنسبة متماثلة تصل (10,00%) . وكما ذكرنا سابق إن نسبة (60,71%) من مجموع النسبة الكلية لأصحاب المستوى الثانوي من فئة الموظفين/العاملين ونسبة (56,00%) من مجموع النسبة الكلية لأصحاب المستوى الجامعي تمثل الموظفين/العاملين أيضا (الجدول 36 ، الملاحق ، ص 99) ، يلجؤون للإنترنت في وقت فراغهم للتلية والترفيه من أجل التخفيف من ضغوطات العمل.

13.1. معظم المبحوثين من فأتي العزاب والمتزوجين يستخدمون الانترنت كل أيام الأسبوع (الجدول 33 ، الملاحق ، ص 93 – 98) ، والنسبة الأكبر مسجلة عند العزاب بنسبة (33,75%) ، أما أغلب المتزوجين فيستخدمون الانترنت كل أيام الأسبوع يتساوى ذلك مع استخدامهم للانترنت من ثلاث أيام إلى أربعة في الأسبوع بنسبة تقدر بـ (13,75%) . بسب وجود عدد كبير من العزاب في عينتنا، أي نسبة العزاب (66,75%) مقابل نسبة (33,75%) من المتزوجين (راجع الجدول 06، الفصل الثالث ، ص 38 )

14.1. يتفاوت المبحوثون العزاب والمتزوجون في أماكن استخدامهم للانترنت تفاوتاً طفيفاً (الجدول 33 ، الملاحق ، ص 93 – 98)، إلا أن العزاب هم الأكثر استخداماً للانترنت في مقاهي الانترنت بنسبة (36,25%) ، أما فئة المتزوجين فيستخدمون الانترنت في البيت أكثر بنسبة (21,25%) . ويعود ذلك للسبب الذي ذكرناه آنفاً .

15.1. معظم العزاب والمتزوجين يستخدمون الانترنت أقل من ساعة في اليوم (الجدول 33 ، الملاحق ، ص 93 – 98)، والنسب الأكبر تعود للعزاب بنسبة (27,50%) ، والمتزوجين بنسبة (17,50%) . لأن ما نسبته (49,05%) من مجموع العزاب هم من فئة التلاميذ/الطلبة والذين كما قلنا أن الجزء الأكبر من الوقت مخصص للدراسة .

16.1. معظم العزاب والمتزوجين يستخدمون الانترنت لهدف التسلية والترفيه (الجدول 33 ، الملاحق ، ص 93 – 98)، والنسب الأكبر تعود للعزاب بنسبة (37,50%) ، والمتزوجين بنسبة (21,50%) . وهذا لأن أغلب العزاب هم فأتي الشباب من سن 21 إلى 30 سنة بنسبة (41,50%) ، والمراهقين من سن 11 إلى 20 سنة بنسبة (35,84%) . وهم الأكثر بحثاً عن الترفيه على الانترنت للأسباب التي كنا قد ذكرناها سابقاً .

17.1. معظم المبحوثين بفئاتهم المهنية الثلاث يستخدمون الانترنت كل أيام الأسبوع (الجدول 33، الملاحق، ص 93 – 98)، والنسب الأكبر تعود للموظفين/العاملين بنسبة (26,25%)، وللتلاميذ/الطلبة بنسبة (13,75%)، وبنسبة (07,50%) لاستخدام الانترنت طيلة أيام الأسبوع ومن ثلاث أيام إلى أربع أيام بالأسبوع بالنسبة لفئة الغير عاملين. وهذا يعود كما ذكرنا من أن فئة العاملين تبحث على بعض الترفيه بعد عناء العمل

18.1. يتفاوت المبحوثون بفئاتهم المهنية الثلاث في استخدامهم الانترنت في البيت وفي مقهى الانترنت (الجدول 33 ، الملاحق ، ص 93 – 98) ، إلا أن النسب الأكبر ممن يستخدمون الانترنت في البيت تعود للموظفين/العاملين بنسبة (27,50%) . وهذا يعود لتوفر الأنترننت لديهم بالبيت الأمر الذي لا يدفعهم للذهاب إلى مقاهي الأنترننت إلا نادرا .

19.1. معظم المبحوثين بفئاتهم المهنية الثلاث يستخدمون الانترنت أقل من ساعة في اليوم (الجدول 33 ، الملاحق ، ص 93 – 98) ، والنسبة الأكبر تعود للموظفين/العاملين بنسبة (21,50%) ، وللتلاميذ/الطلبة بنسبة (18,75%) ، وهذا تأكيد لما ذكرناه من قبل فالموظفين/العاملين يخصصون جزءا من وقتهم وبشكل دوري ومنتظم لتصفح الانترنت. أما التلاميذ/الطلبة فهم أيضا يستخدمون الانترنت في بيوتهم وفق وقت الفراغ الذي يتوفر لديهم .

20.1. معظم المبحوثين من الفئات المهنية الثلاث يستخدمون الانترنت من أجل التسلية والترفيه (الجدول 33، الملاحق ، ص 93 – 98) ، والنسب الأكبر تعود للموظفين/العاملين بنسبة (30,00%) ، وللتلاميذ/الطلبة بنسبة (18,75%) ، ولغير العاملين بنسبة (10,00%) . وتفسير ذلك أن هتين الفئتين، فئة الموظفين/العاملين ، وفئة التلاميذ/الطلبة يعتمدون إلى استخدام الانترنت من أجل تغيير الجو والخروج من الروتين اليومي المفروض عليهم خلال ساعات العمل للعمال ، وساعات الدراسة بالنسبة للتلاميذ/الطلبة .

وكاستنتاج عام نقول :

أن معظم المبحوثين من الذكور الذين تتراوح أعمارهم ما بين 21 و30 سنة وذوي المستوى الثانوي ومن فئة العزاب والعاملين/الموظفين هم الأكثر استخداما للأنترننت طيلة أيام الأسبوع لأقل من ساعة في اليوم وهذا من بهدف التسلية والترفيه .

وهو ما نجده تأكيد لفرضيتنا التي كنا قد وضعناها في بداية دراستنا هذه إذ توصلنا إلى أن معظم مفردات العينة على اختلاف أجناسهم ، وأعمارهم ، ومستوياتهم العلمية والاجتماعية يستخدمون الانترنت من أجل تلبية احتياجات ترفيهية أكثر منها نفعية .

## 2. نتائج المحور الثاني :

1.2. معظم مفردات العينة من الجنسين يستمعون لإذاعة النت منذ مدة قصيرة (الجدول 33، الملاحق ، ص 93 – 98) ، والنسبة الأكبر تعود للذكور بنسبة (25,31%) ، وللإناث بنسبة (25,50%) . ومرد ذلك إلى أن إذاعة النت تكنولوجيا حديثة يجهلها الكثيرون سواء من مستخدمي الانترنت ، أو من مستمعي الإذاعات التقليدية وهذا ما اكتشفناه أثناء دراستنا الاستطلاعية لميدان البحث كما ذكرنا ذلك في الإطار المنهجي

2.2. معظم مفردات العينة من الجنسين يستمعون للإذاعات الوطنية (الجدول 33، الملاحق ، ص 93 – 98) ، والنسبة الأكبر تعود للذكور بنسبة (23,75%) ، وللإناث بنسبة (21,25%) . وذلك أن الذكور حسب النتائج التي توصلنا إليها في استخدام الانترنت أنهم هم الأكثر استخداما للانترنت وبالتالي انعكس ذلك على درجة الاستماع لديهم لإذاعة الانترنت من جهة .

3.2. معظم مفردات العينة من الجنسين يتابعون المضامين الترفيهية (الجدول 33، الملاحق ، ص 93 – 98) ، والنسبة الأكبر تعود للذكور تصل (30,00%) ، وللإناث بنسبة (28,75%) . لا تختلف غاية المبحوثين من استخدام الانترنت عن غايتهم من الاستماع لإذاعات النت التي تدخل ضمن الوسائل الترفيهية التي يبحثون عنها عبر الأنترنت .

4.2. معظم مفردات العينة من الجنسين يستمعون لإذاعات النت في الصباح (الجدول 33، الملاحق ، ص 93 – 98) ، والنسبة الأكبر تعود للإناث وتصل (30,00%) ، بينما النسبة الأكبر للذكور تصل (18,75%) . تعتبر الفترة الصباحية من أفضل أوقات البث الإذاعي إذ تتنوع فيها الفقرات وتتعدد فيها البرامج على اختلاف أذواق المستمعين من جهة ومن جهة أخرى فإن الإناث يجدن الفرصة للاستماع لإذاعات النت لأن أغلب من بالبيت قد خرج ، فضلا على أنه يمكن الاستماع لإذاعة النت كما هو الشأن مع الإذاعات التقليدية ، أثناء القيام بأعمال المنزل .

5.2. معظم مفردات العينة من الجنسين يستمعون لإذاعة النت لأقل من ساعة في اليوم (الجدول 33، الملاحق ، ص 93 – 98) ، وغالبية الذكور هم من يستمعون لإذاعة النت لأقل من ساعة في اليوم أكثر بنسبة (26,25%) ، بينما معظم الإناث يستمعون لإذاعة النت من ساعة إلى ساعتين في اليوم بنسبة (20,00%). ويتوافق ذلك على مدى استخدام الذكور للأنترنت خلال نفس الفترة التي يستخدمون فيها الأنترنت فإنهم يستمعون فيها أيضا إلى إذاعات النت .

6.2. معظم المبحوثين يستمعون لإذاعة النت إلي جانب الإذاعات التقليدية (الجدول 33، الملاحق ، ص 93 – 98) ، والنسبة الأكبر لدى الذكور بنسبة (35,00%) ، في حين يتساوى عدد الإناث اللواتي يستمعن لإذاعة النت مع عدد الإناث ممن تستمعن لإذاعة النت إلى جانب الإذاعة التقليدية بنسبة (25,00%) لكل منهما . ويستمع الذكور أكثر إلى إذاعات النت إلى جانب الإذاعات التقليدية لأنهم يتابعون الإذاعات أثناء تصفحهم للأنترنت ، ويتابعون الإذاعات التقليدية في الأماكن العديدة التي يرتادوها ، ومنها أثناء قيادة السيارات أو في البيت ، وحتى في المقاهي ، ودكاكين ، ومحلات الباعة والحرفيين

7.2. يفضل معظم المستمعين من الجنسين الاستماع إلى إذاعات النت على الاستماع للإذاعات التقليدية (الجدول 33، الملاحق ، ص 93 – 98) ، والنسبة الأكبر تعود للذكور بنسبة (33,75%) ، ولدى الإناث بنسبة (32,50%) . وهذا لأن الوقت الذي يقضيه الذكور في استخدام الأنترنت يسمح لهم بالاستماع للإذاعات دون أن يؤثر على تصفحهم للأنترنت ، فضلا عن تنوع المضامين التي يجدها بموقع إذاعة النت والتي تجمع بين ما هو مقروء ومسموع ومرئي .

8.2. يوجد تساوى شبه تام في النسب بين إجابات المبحوثين بنعم / لا / لا يدرون بأن إذاعة النت بديل عن إذاعة التقليدية بمجموع نسب يصل (33,00%) عن كل إجابة (الجدول 33، الملاحق ، ص 93 – 98) . وقد كانت إجابات المبحوثين بأن إذاعات النت بديل عن الإذاعات التقليدية مبني على استنتاجات ووجهات نظر شخصية إذ يرون أن الاتجاه العام يسير نحو استعمال الوسائل الحديثة ، لاسيما وسائل الإعلام . بينما المبحوثين الذين يعتقدون أنه لا يمكن لإذاعة النت أن تكون بديل عن الإذاعة التقليدية ، فيرون أنه لا شيء يزول ، فقد تتراجع مكانة الإذاعات التقليدية إلا أنه لا يمكن محوها من الوجود .

- 9.2. أعلى النسب للفئات العمرية الأربعة للمبحوثين للذين يستمعون لإذاعة النت منذ مدة قصيرة (الجدول 33، الملاحق ، ص 93 – 98) ، وبنسب متقاربة ، والنسبة الأكبر تعود للفئة العمرية ما بين 21 و30 سنة تصل نسبة (16,25%)، وعند الفئة العمرية ما بين 31 و40 سنة تصل نسبة (15,00%) ، وعند الفئة العمرية ما بين 11 و20 سنة والفئة العمرية للأكبر من 40 سنة بنسبة متماثلة تصل (13,75%) لكل منهما. وكما أسلفنا فهناك الكثيرين يجهلون وجود إذاعات تبث عن طريق الانترنت .
- 10.2. معظم المبحوثين لمختلف الفئات العمرية يستمعون للإذاعات المحلية والوطنية (الجدول 33، الملاحق ، ص 93 – 98) ، والنسبة الأكبر تعود للفئة العمرية ما بين 21 و30 سنة بنسبة (16,25%) ، ثم للفئة العمرية من 31 إلى 40 سنة بنسبة (12,50%)، والفئة العمرية للأكبر من 40 بنسبة (11,25%)، أما غالبية الفئة العمرية ما بين 11 و20 سنة فيفضلون الاستماع للإذاعات العربية والأجنبية بنسبة (11,25%) . وهذا للارتباط الوثيق بين هذه الفئات العمرية بالبرامج والإذاعات الوطنية ، التي تجمعهم معها ألفة وحميمية كبيرة . أما استماع الفئة العمرية ما بين 11 و20 سنة أكثر للإذاعات الغير وطنية لأنها تبع على مضامين أكثر تنوعا .
- 11.2. معظم المبحوثين لمختلف الفئات العمرية يستمعون لإذاعات النت من أجل متابعة المضامين الترفيهية فقط (الجدول 33، الملاحق ، ص 93 – 98) ، والنسبة الأكبر هي للفئة العمرية ما بين 21 و30 سنة بنسبة (17,50%) ، ثم للفئة العمرية ما بين 11 و20 سنة بنسبة (16,25%) ، والفئة العمرية للأكبر من 40 سنة بنسبة (15,00%)، وأما الفئة العمرية من 31 إلى 40 سنة فتتساوى غالبيتها التي تستمع لإذاعات النت من أجل متابعة المضامين الترفيهية فقط مع الأفراد الذين يتابعون إذاعات النت من أجل متابعة المضامين الإخبارية فقط بنسبة (10,00%) لكل منهما .
- وهنا يتضح إقبال الشباب من سن 21 إلى 30 سنة ، رفقة المراهقين للفئة العمرية ما بين 11 و20 سنة على المضامين الترفيهية وهذا راجع بشكل أساسي للمرحلة العمرية التي يمرون بها .

أما إقبال الفئة العمرية للأكبر من 40 سنة والتي أغلبها من الموظفين/العاملين بنسبة (88,24%) (الجدول 35 ، الملاحق ، ص 99) ، فسبب تفضيلهم المضامين الترفيهية فيعود إلى البحث وطلب تغيير الجو والترويح عن النفس هروبا من هموم العمل كما ذكرنا سابقا . أما الفئة العمرية من 31 إلى 40 سنة فهم يسعون للمضامين الترفيهية إلى جانب المضامين الإخبارية ، وهذا لوجود نسبة لا بأس بها من خرجي الجامعات ، ما يمثل طبقة المثقفين الذين عندهم اطلاع واسع في مختلف شؤون الحياة أي أن المستوى التعليمي والثقافي له دور في تحديد سلوك الأفراد .

12.2. أغلب المبحوثين لمختلف الفئات العمرية يستمعون لإذاعات النت في الصباح (الجدول 33، الملاحق ، ص 93 – 98) ، والنسبة الأكبر تعود للفئة العمرية من 21 إلى 30 سنة والفئة العمرية من 31 إلى 40 سنة بنفس النسبة (15,00%) ، ثم الفئة العمرية ما بين 11 و 20 سنة بنسبة (11,25%) ، وأما الفئة العمرية للأكبر من 40 سنة التي تتساوى غالبيتها التي تستمع لإذاعات النت خلال الصباح مع نسبة الأفراد الذين يستمعون لإذاعة النت خلال الليل بنسبة (7,50%) لكل منهما . وهذا راجع إلى أن هناك نسبة لا بأس بها من الإناث العازبات والماكنات في البيوت من الفئة العمرية من 21 إلى 30 سنة ، واللاتي يجدن الوقت لمتابعة إذاعة النت خاصة في الصباح بعد خروج الجميع من البيت . أما الفئة العمرية من 31 إلى 40 سنة فهي للمتزوجات ربات البيوت اللاتي أيضا يستمعن لإذاعات النت قبل وأثناء القيام بالأعمال المنزلية وهذا حسب ما ذكره لنا مبحوثاتنا من الإناث . أما الفئة العمرية ما بين 11 و 20 سنة فيجدون وقت لاستماع إذاعات النت في الصباح لأنهم يجدون الفرصة خاصة بعد انصراف أوليائهم للعمل ، وعندما يكون لديهم وقت فراغ ، أو في عطلة. أما الفئة العمرية للأكبر من 40 سنة فمنهم من يستمع لإذاعات النت في مقاهي الانترنت خلال الصباح لأن عدد لا بأس به منهم هم من أصحاب هذه المقاهي ، أما من ليست له فرصة الاستماع لإذاعات النت في الصباح ، فيتابعها خلال الليل سواء عنده في المنزل أو خارجا في مقهى الانترنت .

13.2. معظم المبحوثين من أغلب الفئات العمرية يستمعون لإذاعة النت أقل من ساعة في اليوم (الجدول 33، الملاحق ، ص 93 – 98) ، والنسبة الأكبر تعود للفئة العمرية من 31 إلى 40 سنة بنسبة (13,75%) ، ثم غالبية الفئة العمرية ما بين 11 و 20 سنة بنسبة (11,25%) وغالبية الفئة العمرية للأكبر من 40 سنة بنفس النسبة، أما الفئة العمرية من 21 إلى 30 سنة فغالبيتها تستمع لإذاعة النت من ساعة إلى ساعتين في اليوم بنسبة (12,50%) . وهذا الأمر يتوافق مع استخدام الانترنت من طرف كل فئة عمرية وهذا ما يفسر ترتيب النسب وتوزعها بهذا الشكل كما ذكرنا ذلك في نتائج الدراسة للمحور الأول .

14.2. معظم مفردات العينة لدى الفئات العمرية الأربعة يستمعون لإذاعات النت إلى جانب الإذاعة التقليدية (الجدول 33، الملاحق ، ص 93 – 98) ، والنسب الأكبر تعود للفئة العمرية من 21 إلى 30 سنة بنسبة (18,75%) ، ثم للفئة العمرية من 31 إلى 40 سنة بنسبة (17,50%) ، وللفئة العمرية ما بين 11 و 20 سنة بنسبة (12,50%) ، والغالبية من الفئة العمرية للأكبر من 40 سنة بنسبة (11,25%) . وهذا يدل على أن المبحوثين الذين يستمعون لإذاعات النت إلى جانب الإذاعة التقليدية هو جمهور واحد أصبح يتابع نفس القنوات الإذاعية لكن بوسيلتين مختلفتين .

15.2. معظم مفردات العينة للفئات العمرية الأربعة يفضلون إذاعات النت (الجدول 33، الملاحق ، ص 93 – 98) ، والنسب الأكبر تعود لغالبية الفئة العمرية من 31 إلى 40 سنة بنسبة (18,75%) ، وللفئة العمرية من 21 إلى 30 سنة بنسبة (17,50%)، وللفئة العمرية للأكبر من 40 سنة بنسبة (16,25%)، فللفئة العمرية ما بين 11 و 20 سنة بنسبة (13,75%) . وهذا الأمر راجع إلى إمكانية تصفح الانترنت أثناء الاستماع للإذاعة ، فضلا عن هذا فإن مواقع هذه الإذاعات تزخر بمواضيع متنوعة تعرض بوسائط مختلفة مما تمكن المستمع من الاطلاع ومشاهدة مضامين إضافية لما يستمع إليه عبر هذه الإذاعات.

16.2. يوجد تساوى شبه تام في النسب بين إجابات المبحوثين بنعم / لا / لا يدرون بأن إذاعة النت بديل عن إذاعة التقليدية بمجموع نسب يصل (33,00%) عن كل إجابة (الجدول 33، الملاحق ، ص 93 – 98) . وأعلى نسبة تعود للفئة العمرية من 31 إلى 40 سنة بنسبة (16,25%) بإجابتهم بأنهم لا يدرون إن كانت إذاعة النت بديل عن إذاعة التقليدية أم لا، وأعلى نسبة لدى المبحوثين الذين يعتقدون أن إذاعة النت بديل عن الإذاعة التقليدية توجد لدى الفئة العمرية من 11 إلى 20 سنة والتي تصل (12,50%) ، في حين أن النسبة الأكبر من فئة ما بين 21 و30 سنة بنسبة (11,25%) ، وفئة الأكبر من 40 سنة بنسبة (10,00%) لا يعتقدون أن إذاعة النت بديل عن الإذاعة التقليدية . ولقد اجابت نسبة الفئة العمرية من 31 إلى 40 سنة أعلى نسبة لأن النسب الأكبر من مفردات العينة هم من هذه الفئة . اما هذا الاختلاف في الإجابات على عدم وجود اتفاق بين مفردات العينة حول إن كانت إذاعة النت بديل فهذا يدل على أن هناك آراء مختلفة ومتنوعة لمفردات البحث .

17.2. معظم مفردات العينة من أغلب المستويات الدراسية يستمعون لإذاعة النت منذ مدة قصيرة (الجدول 33، الملاحق ، ص 93 – 98) ، والنسب الأكبر لدى أصحاب المستوى الثانوي بنسبة (23,75%) وأصحاب المستوى الجامعي بنسبة (17,50%) وأصحاب المستوى المتوسط بنسبة (11,25%) ، بينما النسبة الأكبر لدى الذين يستمعون لإذاعة النت منذ مدة طويلة بنسبة (11,25%) نجدها عند أصحاب المستوى الابتدائي . وكما قلنا آنفا فإن عدم الدراية بوجود إذاعات النت هو السبب المباشر بوجود نسب عالية عند الذين يستمعون لإذاعة النت منذ وقت قصير ، هذا فضلا عن أن النسبة الأكبر من هذه الفئة من الفئة العمرية من 11 إلى 20 سنة والتي تتميز أيضا بحدثة سنها وبالتالي حدثة عهدها بإذاعة النت .

أما الفئة العمرية من الذكور الموظفين/العملين الذين لديهم أولويات وارتباطات مهنية تشغلهم وتحد من اطلاعهم على المستجدات التي تحدث .

18.2. أغلب مفردات العينة يستمعون للإذاعات الوطنية (الجدول 33، الملاحق ، ص 93 – 98) ، وأكبر نسبة لدى أصحاب المستوى الجامعي بنسبة (17,50%) وأصحاب المستوى الابتدائي بنسبة (8,75%) ، بينما يستمع الأغلبية من أصحاب المستوى الثانوي للإذاعات العربية الأجنبية بنسبة (15,00%) مع الأغلبية من أصحاب المستوى المتوسط بنسبة (7,50%) .

بالرغم من اختلاف مستوياته التعليمية والاجتماعية إلا أن هناك متتبعين للقنوات الوطنية على اختلافها ، وهذا ما بيناه في الإحصائيات التي قدمناها في الفصل الثاني من هذه الدراسة . أما عن الأغلبية من أصحاب المستوى المتوسط يستمعون للإذاعات الأجنبية وهذا لوجود نسبة كبيرة من المراهقين لديها ، والذين فسرنا سبب اختيارهم للإذاعات الأجنبية في وقت سابق .

19.2. معظم المبحوثين في كل المستويات الدراسية يتابعون المضامين الترفيهية (الجدول 33، الملاحق ، ص 93 – 98) ، والنسبة الأكبر لدى أصحاب المستوى الثانوي بنسبة (23,75%) ، ثم لدى أصحاب المستوى الجامعي بنسبة (15,00%) ، فأصحاب المستوى المتوسط والابتدائي بنسبة متساوية تقدر بـ (10,00%) . وكما قلنا في وقت سابق فإن الفرد الجزائري من خلال دراستنا هذه وجدنا أن له ميل اتجاه الترفيه ، وتعد نسبة الثانويين والجامعيين أكثر النسب التي تتابع المضامين الترفيهية ، كون معظم المبحوثين من هذين المستويين هم من الموظفين/العاملين الذين يبحثون عن الترويح عن النفس كما ذكرنا ذلك سابقا.

20.2. معظم المبحوثين في كل المستويات الدراسية يستمعون لإذاعات النت خلال فترة الصباح (الجدول 33، الملاحق ، ص 93 – 98) ، والنسب الأكبر لدى أصحاب المستوى الجامعي بنسبة (16,25%) ، ثم لدى أصحاب المستوى الثانوي بنسبة (13,75%) ، فأصحاب المستوى المتوسط بنسبة (10,00%) ، وأصحاب المستوى الابتدائي بنسبة (8,75%) . إن المبحوثين من ذوي المستوى الجامعي تتكون الغالبية منهم من الفئة العمرية من 21 إلى 30 سنة بنسبة (59,10%) (الجدول 37 ، الملاحق ، ص 100) ، وهذه النسبة بدورها تتكون من الماكثات في البيوت واللاتي يجدن الوقت لمتابعة إذاعة النت خاصة في الصباح بعد خروج الجميع من البيت ، كما ذكرنا ذلك في وقت سابق .

فضلا عن وجود نسبة من الذكور الذين يمتلكون مقاهي انترنت والذين يسمعون لإذاعات النت خلال فترة الصباح هم أيضا .

أما أصحاب المستوى الثانوي والمستوى المتوسط فغالبيتهم من الفئة العمرية من 11 إلى 20 سنة والذين يجدون وقت لاستماع إذاعات النت في الصباح لأنهم يجدون الفرصة بعد انصراف أوليائهم للعمل ، خاصة أوقات الفراغ وفي العطل كما ذكرنا ذلك سابقا .

21.2. معظم المبحوثين في أغلب المستويات الدراسية يسمعون لإذاعات النت لمدة أقل من ساعة في اليوم (الجدول 33، الملاحق ، ص 93 – 98) ، والنسب الأكبر لدى أصحاب المستوى الثانوي بنسبة (13,75%) ، ثم لدى أصحاب المستوى الابتدائي بنسبة (11,25%) ، فأصحاب المستوى المتوسط بنسبة (07,50%) ، بينما يستمع الأغلبية من أصحاب المستوى الجامعي لإذاعات النت من ساعة إلى ساعتين في اليوم بنسبة (13,75%) .

يستمتع مبحوثينا بهذه المعدلات هذا وفقا لاستخدامهم للانترنت كما ذكرنا في نتائج المبحث السابق.

22.2. معظم المبحوثين في أغلب المستويات الدراسية يسمعون لإذاعة النت إلى جانب الإذاعة التقليدية (الجدول 33، الملاحق ، ص 93 – 98) ، والنسبة الأكبر تعود لأصحاب المستوى الثانوي بنسبة (25,00%) ولدى أصحاب المستوى الجامعي بنسبة (20,00%) ، بينما يستمع الأغلبية من أصحاب المستوى الابتدائي لإذاعة النت فقط بنسبة (10,00%) ، مع الأغلبية من أصحاب المستوى المتوسط بنسبة (08,75%) .

وكما ذكرنا ذلك فالإحصائيات التي قدمناها عن علو نسبة مستمعي الإذاعات الجزائرية من المستمعين الجزائريين تؤكد أن الفرد الجزائري على اختلاف مستوياته يتابع الإذاعات الوطنية الجزائرية عبر الانترنت

23.2. معظم المبحوثين من كل المستويات الدراسية يفضلون إذاعات النت على الإذاعة التقليدية (الجدول 33، الملاحق ، ص 93 – 98) ، والنسبة الأكبر لدى أصحاب المستوى الجامعي بنسبة (23,75%) ، ثم لدى أصحاب المستوى الثانوي بنسبة (18,75%) ، ثم لدى أصحاب المستوى الابتدائي بنسبة (13,75%) ، فأصحاب المستوى المتوسط بنسبة (10,00%) . وكما ذكرنا أنفا فإن أصحاب المستوى الجامعي يعتبرون من النخبة والمتقنين وهم في سعي دائم لتوسيع معارفهم الأمر الذي يجدونه متاح عند تصفحهم مواقع إذاعات النت المملوء بالأخبار والصور والأفلام ... الخ .

أما أصحاب المستوى الابتدائي فما يقارب النصف منهم من فئة المرهقين إذ يمثلون الفئة العمرية من 11 إلى 20 سنة ما نسبته (46,20%) من مجموع أصحاب المستوى المتوسط (الجدول 37 ، الملاحق ، ص 100) ، والذين يبحثون التنوع في المضامين من خلال تنويع الاستماع للإذاعات المختلفة .

24.2. يوجد تساوى شبه تام في النسب بين إجابات المبحوثين بنعم / لا / لا يدرون بأن إذاعة النت بديل عن إذاعة التقليدية بمجموع نسب يصل (33,00%) عن كل إجابة (الجدول 33، الملاحق ، ص 93 – 98) ، والنسبة الأكبر تعود للمبحوثين الذين لا يدرون إن كانت إذاعة النت بديل عن الإذاعة التقليدية لدى أصحاب المستوى الثانوي بنسبة (13,75%) والمساوية أيضا لنسبة المبحوثين من أصحاب المستوى الجامعي الذين يعتقدون أن إذاعة النت بديل عن الإذاعة التقليدية ، رفقة أصحاب المستوى المتوسط التي تمثل غالبيتهم بنسبة (07,50%)، في حين أن أصحاب المستوى الابتدائي لا يعتقدون أن إذاعة النت بديل عن الإذاعة التقليدية أم لا بنسبة تصل (06,25%) .

كما قلنا في وقت سابق انه لا يوجد رأي موحد يجمع أفراد عينتنا بسبب النظرة المختلفة التي يرون بها مستقبل الإذاعة التقليدية .

25.2. معظم المبحوثين من فأتي المتزوجين والعزاب يستمعون لإذاعة النت منذ مدة قصيرة (الجدول 33، الملاحق ، ص 93 – 98) ، والنسبة الأكبر هي من العزاب بنسبة (38,75%) ، وبنسبة (10,00%) لدى المتزوجين ، وهي نسبة أقل من نسبة المستمعين لإذاعة النت منذ مدة طويلة والتي تصل إلى (27,50%) لدى نفس الفئة . و هذا لأن معظم هذه الفئة تتكون من الشباب من أصحاب الفئة العمرية من 21 إلى 30 سنة بنسبة (41,50%) (الجدول 38 ، الملاحق ، ص 100) ، ومن المراهقين أصحاب الفئة العمرية من 11 إلى 20 سنة بنسبة (34,84%) من مجمع العزاب ، والذي هم في غالبيتهم حديثي السن وبالتالي حديثي الاستماع لإذاعات النت . هذا فضلا على أن العزاب يمثلون ما نسبته (66,25%) مقابل نسبة (33,75%) للمتزوجين (الجدول 06 ، الفصل الثالث ، ص 38) وهو ما يفسر رجوح كفة فئة العزاب عن فئة المتزوجين في نتائجنا المولية .

26.2. معظم المبحوثين من فأتي المتزوجين والعزاب يستمعون لإذاعات النت المحلية والوطنية (الجدول 33، الملاحق ، ص 93 – 98) ، والنسبة الأكبر هي لدى العزاب بنسبة (28,75%) ، والنسبة الأكبر عند المتزوجين هي نسبة (16,25%). كما أشرنا في وقت سابق أن الجزائريين يفضلون الاستماع للإذاعات الوطنية ، حسب الإحصائيات التي قدمناها سابقا . أما النسبة الأكبر هي لدى العزاب لأن ما يقارب ثلثي مبحوثينا هم من فئة العزاب .

27.2. معظم المبحوثين من فأتي المتزوجين والعزاب يستمعون لإذاعات النت من أجل الترفيه (الجدول 33، الملاحق ، ص 93 – 98) ، والنسبة الأكبر هي لدى العزاب بنسبة (37,50%) ، والنسبة الأكبر عند المتزوجين هي نسبة (21,25%) . ومعظم المبحوثين يستمعون لإذاعات النت من أجل الترفيه ، و العزاب أكثر من المتزوجين فهذا راجع لغالبية هذه الفئة التي تتكون من الشباب والمراهقين الذين لديهم طلب على التسلية والترفيه بسبب المرحلة العمرية التي هم فيها .

28.2. معظم المبحوثين من فآتي المتزوجين والعزاب يستمعون لإذاعات النت في الصباح (الجدول 33، الملاحق، ص 93 – 98)، والنسبة الأكبر هي لدى العزاب بنسبة (35,00%)، والنسبة الأكبر عند المتزوجين هي نسبة (13,75%). وكما ذكرنا فإن أغلبية هذه الفئة تشكل من المراهقين والشباب الذين يجدون فرصة الاستماع لإذاعات النت وقت الصباح عند انصراف أوليائهم للعمل كما أخبرونا.

29.2. معظم المبحوثين من فآتي المتزوجين والعزاب يستمعون لإذاعات النت أقل من ساعة في اليوم (الجدول 33، الملاحق، ص 93 – 98)، والنسبة الأكبر هي لدى العزاب بنسبة (41,25%)، والنسبة الأكبر عند المتزوجين هي نسبة (18,75%). وكما قلنا أن هذه الفئة تتكون من نسبة كبيرة من التلاميذ/الطالبة والذين هم في طور الدراسة الأمر الذي يشغل وقتهم وينقص من وقت فراغهم للاستماع لإذاعات النت.

30.2. أغلب المبحوثين من فآتي المتزوجين والعزاب يستمعون لإذاعات النت إلى جانب الإذاعات التقليدية (الجدول 33، الملاحق، ص 93 – 98)، والنسبة الأكبر هي لدى العزاب بنسبة (41,25%)، والنسبة الأكبر عند المتزوجين هي نسبة (18,75%). وهنا أيضا ارتفاع نسبة العزاب عن نسبة المتزوجين فهذا راجع لسبب الذي ذكرناه من قبل وهو نسبة العزاب أكبر من نسبة المتزوجين بما يعادل الضعف.

31.2. معظم المبحوثين من فآتي المتزوجين والعزاب يفضلون إذاعات النت (الجدول 33، الملاحق، ص 93 – 98)، والنسبة الأكبر هي لدى العزاب بنسبة (40,00%)، والنسبة الأكبر عند المتزوجين هي نسبة (26,25%). لأن نسبة كبيرة من الشباب والجمعيين تتكون منهم فئة العزاب، وهم لديهم اهتمامات وتطلعات كبيرة يستطيعون إشباعها من خلال المواد المتوفرة في مواقع إذاعات النت.

32.2. يوجد تساوى شبه تام في النسب بين إجابات المبحوثين بنعم / لا / لا يدرون بأن إذاعة النت بديل عن إذاعة التقليدية بمجموع نسب يصل (33,00%) عن كل إجابة (الجدول 33، الملاحق، ص 93 – 98)، والنسب الأكبر تعود للعزاب لكل الإجابات. ويعود ذلك وكما قلناه من قبل إلى طغيان نسبة العزاب على نسبة المتزوجين.

33.2. معظم المبحوثين بفئاتهم المهنية الثلاث يستمعون لإذاعة النت منذ مدة قصيرة (الجدول 33 ، الملاحق، ص 93 – 98) ، والنسب الأكبر تعود للموظفين/العاملين بنسبة (30,00%) ، وللتلاميذ/الطلبة بنسبة (20,00%) ، أما الغير عاملين فيتساوى عدد المبحوثين الذين يستمعون لإذاعة النت منذ مدة قصيرة ، مع عدد المبحوثين الذين يستمعون لإذاعة النت منذ مدة طويلة بنسبة متكافئة تقدر بـ (08,75%) . تعود مدة الاستماع لإذاعة النت إلى أقل من ساعة وهذا راجع لاستخدام الانترنت كما ذكرنا ذلك من قبل . أما كون النسبة الأكبر من الموظفين/العاملين فهذا يعود لأنها تمثل نصف النسبة الكلية من عينتنا . ومن جهة أخرى عدم امتلاك هذه الفئة الوقت الكثير

34.2. معظم المبحوثين من الفئات المهنية يستمعون لإذاعات النت الوطنية (الجدول 33، الملاحق ، ص 93 – 98) ، والنسبة الأكبر تعود للموظفين/العاملين بنسبة (25,00%) ، ولغير العاملين بنسبة (08,75%) ، في حين أن غالبية المستمعين لإذاعات النت العربية والأجنبية من فئة التلاميذ/الطلبة بنسبة (12,50%) . وكما قلنا ومن منطلق الإحصائيات التي توفرت لدينا أن الجزائريين يتابعون الإذاعات الوطنية عبر الانترنت وهذا ما جاء بموقع الإذاعة الوطنية الجزائرية (\*).

أما فئة المراهقين وكما تكلمنا عنهم سابقا فالتنوع والخروج عن المألوف فمن سماتهم ، هذا من جهة ومن جهة أخرى بحثهم عن بعض الأغاني والموسيقى العاطفية سواء عربية أو غربية أيضا من الدوافع التي جعلتهم يفضلون الإذاعات الأجنبية عن الإذاعات الوطنية .

35.2. معظم المبحوثين بفئاتهم المهنية الثلاث يستمعون لإذاعة النت من أجل الترفيه (الجدول 33 ، الملاحق، ص 93 – 98) ، والنسب الأكبر تعود للموظفين/العاملين بنسبة (30,00%) ، وللتلاميذ/الطلبة بنسبة (18,75%) ، ولغير العاملين بنسبة (10,00%) . وكما ذكرنا من قبل الموظفين/العاملين أكثر من غيرهم هذا لاحتياجهم لمتنفس يخرجهم من زخم الحياة المهنية المليئة بالمتاعب .

(\*) إحصائيات موقع الإذاعة الوطنية الجزائرية عن مستمعي إذاعات الانترنت ، الملاحق ، ص 105

36.2. معظم المبحوثين بفئاتهم المهنية الثلاث يستمعون لإذاعة النت خلال الصباح (الجدول 33، الملاحق ، ص 93 – 98) ، والنسب الأكبر تعود للموظفين/العاملين بنسبة (21,25%) ، وللتلاميذ/الطلبة بنسبة (16,25%) ، ولغير العاملين بنسبة (11,25%) . تعود النسبة الأكبر للموظفين/العاملين في استماعهم لإذاعات النت خلال الصباح لاستخدام بعضهم الانترنت في مقاهي الانترنت التي يمتلكونها، أو في محلاتهم ودكاكينهم الخاصة التي تسمح لهم بالاستماع لإذاعات النت . فضلا عن كون نسبة الموظفين/العاملين نصف نسبة العينة التي تجري عليها دراستنا .

37.2. معظم المبحوثين من الفئات المهنية يستمعون لإذاعة النت أقل من ساعة في اليوم (الجدول 33، الملاحق ، ص 93 – 98) ، والنسبة الأكبر تعود للموظفين/العاملين بنسبة (21,25%) ، وللتلاميذ/الطلبة بنسبة (18,75%) ، أما الغير عاملين فالنسبة الأكبر منهم يستمعون لإذاعة النت من ساعة إلى ساعتين في اليوم وبنسبة (07,50%) . وترجع هذه النسب لاستخدامات الانترنت لهذه الفئات ، أما كون الموظفين/العاملين لديهم أعلى نسبة استماع لإذاعة النت لأقل من ساعة في اليوم ، فهذا يعود أيضا لأن هذه الفئة تمثل نصف نسبة العينة التي تجري عليها دراستنا .

38.2. معظم المبحوثين بفئاتهم المهنية الثلاث يستمعون لإذاعة النت إلى جانب الإذاعات التقليدية (الجدول 33، الملاحق ، ص 93 – 98) ، والنسب الأكبر تعود للموظفين/العاملين بنسبة (32,50%) ، وللتلاميذ/الطلبة بنسبة (18,75%) ، وبنسبة متساوية تقدر بـ (08,75%) للاستماع لإذاعة النت فقط ، وللإستماع لإذاعة النت إلى جانب الإذاعات بالنسبة لفئة الغير عاملين . ويعود سبب استماع غالبية مفردات العينة لإذاعة النت إلى جانب الإذاعات التقليدية ، للسبب الذي وضحناه سابقا أي أن هناك جمهور عريض لإذاعات النت وفق الاحصائيات التي قدمناها ، والنسب الأكبر من الموظفين/العاملين هذا راجع أنا منهم ملاك مقاهي انترنت ، محلات ودكاكين خاصة ، يستمعون فيها للإذاعات التقليدية ، أو لإذاعات النت لمن لديهم الانترنت .

39.2. معظم المبحوثين بفئاتهم المهنية الثلاث يفضلون الاستماع لإذاعة النت والنسب الأكبر تعود (الجدول 33، الملاحق ، ص 93 – 98) ، للموظفين/العاملين بنسبة (37,50%) ، وللتلاميذ/الطلبة بنسبة (18,75%) ، ولغير العاملين بنسبة (10,00%) . يفضل معظم الموظفين/العاملين الاستماع لإذاعة النت عن الإذاعات التقليدية لتفضيلهم اغتنام فرصة تصفح الانترنت الاستماع لإذاعة النت نظرا لمحدودية الوقت عندهم .

40.2. تكاد تتساوى نسبة المبحوثين الذين يعتقدون أن إذاعة النت بديل عن الإذاعة التقليدية مع نسبة المبحوثين الذين لا يدرون إن كانت إذاعة النت بديل عن الإذاعة التقليدية أم لا ، مع نسبة المبحوثين الذين لا يعتقدون أن إذاعة النت بديل عن الإذاعة التقليدية (الجدول 33، الملاحق ، ص 93 – 98)، والنسبة الأكبر تعود للموظفين/العاملين وهذا لوجود نسبة كبير من الموظفين/العاملين منهم ذوو مستوى جامعي ، والذين وجدنا أنهم يعتقدون أن إذاعة النت بديل عن الإذاعة التقليدية لأنهم يرون أن عجلة التطور مستمرة ، وعليه فإن إذاعات النت هي خليفة طبيعية للإذاعات التقليدية .

وكاستنتاج عام نقول :

معظم المبحوثين من الذكور الذين تتراوح أعمارهم ما بين 21 و30 سنة وذوي المستوى الثانوي ومن فئة العزاب والعاملين/الموظفين يستمعون لإذاعة النت الوطنية يستمعون لإذاعات النت في الصباح ومنذ مدة قصيرة لمدة أقل من ساعة في اليوم بهدف متابعة المضامين الترفيهية وهم يفضلون الاستماع لإذاعات النت على الاستماع للإذاعات التقليدية .

ومنه فإننا نجد أن ذلك تأكيد أيضا لصحة فرضياتنا التي كنا قد وضعناها في بداية دراستنا هذه ، لأننا توصلنا فيها إلى أن معظم أن معظم مفردات العينة على اختلاف أجناسهم ، وأعمارهم ، ومستوياتهم العلمية والاجتماعية يتابعون مضامين الإذاعات عبر الانترنت بهدف تلبية احتياجات ترفيه بالدرجة الأولى.

## الخلاصة :

منذ عشرينيات القرن الماضي وحتى أواسط القرن ، كانت الإذاعة المسموعة تعيش عصرها الذهبي . وكانت المصدر الرئيسي لتسليية الجمهور ، كما كانت أحد مصادر الثقافة والتعلم لقاعدة عريضة من الناس . إلى أن بدأ نجمها يأفل مع ظهور التلفزيون في منتصف القرن العشرين . وكادت أن تغمر وترمى في طي النسيان مع نهاية القرن الماضي بعد ميلاد الأنترنت ، إلا أن العكس هو الذي حدث بانبعث الإذاعة مرة أخرى في ثوب جديد .

واليوم تعرف وسائل الإعلام أشكالاً جديدة من البث ، ونمو متزايداً في أعداد المستمعين لها عبر شبكة الأنترنت ، وهذا بسبب التطور الكبير الذي تشهده على المستوى التكنولوجي الذي لم يلغي وسائل الإعلام والاتصال القديمة ولكن طورها وغير في شكلها مما أدى إلى اندماج وسائل الإعلام المختلفة والتي كانت في الماضي وسائل مستقلة لا علاقة لكل منها بالأخرى بشكل ألغيت معه تلك الحدود الفاصلة بين تلك الوسائل ، وهذا ما يتضح عند التكلم على الإذاعات التي تبث عن طريق الأنترنت ، التي بدأ الاهتمام بها يزداد من طرف متابعي وسائل الاعلام عبر الأنترنت ، خاصة بعد ان استطاعت ان تجمع بين أدائها الكلاسيكي وبين الصورة الثابتة والمتحركة التي كان ينفرد بها التلفزيون ، وبين المحتوى المكتوب الذي كانت تتميز به الصحيفة . مما يجعلنا نتوقع لها آفاقاً واعد ، تكشف عنه مستقبلاً التطورات المستمرة لتكنولوجيا وسائل الاعلام .

## قائمة المراجع :

### 1. المراجع العربية :

1. أحمد بن مرسلي : **مناهج البحث العلمي في بحوث الإعلام والاتصال** ، ديوان المطبوعات الجامعية ، ط2 ، الجزائر ، 2005 .
2. أحمد ريان : **خدمات الانترنت** ، المجمع الثقافي ، ط 4 ، أبوظبي ، 2001 .
3. احمد مصطفى عمر السيد : **البحث الإعلامي مفهومه إجراءاته** ، دار الفلاح ، عمان ، 2008.
4. أسامة أبو الحسن مجاهد : **التعاقد عبر الانترنت** ، دار الكتب القانونية ، مصر 2002 .
5. إبراهيم إمام : **الإعلام الإذاعي والتلفزيوني** ، د.م ، دار الفكر العربي ، ط2 ، 1985 .
6. إيهاب أبو العزم : **سلسلة المدخل السريع إلى الانترنت** ، دار الكتاب الوطني ، ط1 ، بنغازي ، 2011 .
7. رشيد زرواتي : **مناهج وأدوات البحث العلمي في العلوم الاجتماعية** ، دار الهدى للطباعة والنشر والتوزيع ، ط1 ، عين مليلة ، 2008 .
8. رضا النجار : **شبكة الانترنت وتوظيفها لدى الهيئات الإذاعية والتلفزيونية العربية** ، مجلة اتحاد إذاعات الدول العربية ، عدد 47، تونس
9. سعيد حداد : **الانترنت صحافة القرن القادم** ، المجلة العربية ، العدد 267 ، 1999 .
10. عبدالله عبد الرحمن الكندري ، عبد الله عبد العزيز الهابش : **الأسس العلمية لتصميم وحدة تعليمية عبر الإنترنت** ، جامعة الكويت، المجلة التربوية ، العدد (57) ، 2000م .
11. عبد الله عبد العزيز موسى : **استخدام الإنترنت في التعليم العالي** ، الرياض ، مجلة جامعة الملك سعود ، المجلد 15 ، العدد 1 ، الرياض ، 2003 .
12. عبد المحسن محسن عبد الرحمن : **أطفال الانترنت (دراسة حول تأثير شبكة الإنترنت على الطفل مع برنامج تربوي مقترح**
13. عثمان إبراهيم السلوم : **تصميم الصفحات العربية على الانترنت** ، دار عالم الكتب ، الرياض ، 2002 .
14. علي محمد شمو : **التكنولوجيا الحديثة والاتصال الدولي والانترنت** ، الشركة السعودية للأبحاث، ط1 ، جدة ، 1999.
15. فارس حسن شكر المهداوي : **صحافة الانترنت** ، رسالة ماجستير في الإعلام والاتصال ، الاكاديمية العربية المفتوحة في الدنمارك ، 2007 .

16. مرزوق عبد الحكيم العدلي : الإعلانات الصحفية (دراسة في الاستخدامات والإشباع) ، دار الفجر للنشر والتوزيع ، ط1 ، 2004 .
17. محمد عبد الحميد : البحث العلمي في الدراسات الإعلامية ، عالم الكتب للطبع والنشر والتوزيع ، ط1 ، القاهرة ، 2004
18. محمد السيد بخيت : استخدام الانترنت كوسيلة تعليمية في مجال الصحافة ، المجلة المصرية لبحوث الإعلام ، العدد الثامن ، القاهرة ، 2000 .
19. محمد عارف : تأثير تكنولوجيا الفضاء والكمبيوتر على أجهزة الإعلام الصوتية ، مركز الإمارات للدراسات والبحوث الاستراتيجية (سلسلة محاضرات الإمارات) ، أبوظبي 1997 .
20. محمد مجدي أبو العطا : المرجع الأساسي لمستخدمي الإنترنت ، المكتبة العربية لعلوم الحاسب ، الطبعة 1 ، القاهرة ، 2000 .

## 2. المراجع الأجنبية :

1. André-Jean Tudesq : *L'Afrique parle, l'Afrique écoute, les radios en Afrique subsaharienne*
2. *Audiences, publics et pratiques radiophoniques*, sous la direction de (Pessac, Maison des Sciences de l'Homme d'Aquitaine, 2003).
3. Bernard Wuillème : *Les radios internationales* (Paris : Editions Ellipses, 2007).
4. Briggs (Asa) : *The History of Broadcasting in the United Kingdom* (Oxford : Oxford University Press - 1960 - 1995).
5. Gillmor Dan : *We the media. Grassroots Journalism by the people, for the people*, O Reilly Media. U.S.A (2004)
6. Jo Tacchi : *The need for radio theory in the digital age*. International Journal of Cultural Studies, 2000.
7. Kawamoto.K : *Digital Journalism; Emergine Media and the changing , Horizons of Journalism*, Oxford, Rowman&Littefield Publishers Inc.
8. Pierre Pagé : *Histoire de la radio au Québec Information, éducation, culture* (Montréal : Editions Fides, 2007).
9. Shedden, David : *New Media , Time line (1969-2004)* , Poynter Institute, 2005.
10. *The Medium with Promising Future, Radio in Central and Eastern European Countries*, sous la direction de Stanislaw Jedrzejewski (Lublin : Wydawnictwo, 2007)

### 3. مواقع الانترنت :

- <http://www.dpp.gov.jo/> أمل رضوان : الصحافة الالكترونية ، موقع دائرة النشر والمطبوعات الاردنية
- <http://infomag.news.sy/> موقع ، مجلة المعلوماتية ، مجلة الكترونية متخصصة في المعلومات والاتصالات والتقنيات الحديثة
- <http://www.internetworldstats.com/> موقع امريكي للإحصاء حول استخدام الانترنت في العالم
- <http://www.onefd.edu.dz/cneg/cours.html/> موقع الدوان الوطني الجزائري للتعليم والتكوين عن بعد
- <http://www.radioalgerie.dz/ar/component/content/> موقع الإذاعة الجزائرية
- <http://www.tda.dz/ara/Centre-Internet/> موقع المؤسسة العمومية للبيت الإذاعي والتلفزي الجزائري

الملاحق :

1. الجداول الإضافية :

1.1. جدول مركب لمقاييس الاستبيان بدلالة الجنس والحالة الاجتماعية والمهنة والسن والمستوى الدراسي ( الجدول 33 )

أسئلة المحاور		المتغيرات		المهنة				الحالة الاجتماعية				الجنس					
				غير عامل		موظف/عامل		تلميذ/طالب		متزوج		أعزب		أنثى		ذكر	
				%	تكرار	%	تكرار	%	تكرار	%	تكرار	%	تكرار	%	تكرار	%	تكرار
Q1 = ما مدى استخدامك للإنترنت؟	يوم أو يومين في الأسبوع	2,50	2	7,50	6	10,00	8	6,25	5	13,75	11	13,75	11	6,25	5		
	ثلاث أو أربع أيام في الأسبوع	7,50	6	16,25	13	8,75	7	13,75	11	18,75	15	18,75	15	13,75	11		
	كامل أيام الأسبوع	7,50	6	26,25	21	13,75	11	13,75	11	33,75	27	17,50	14	30,00	24		
	المجموع	17,50	14	50,00	40	32,50	26	33,80	27	66,30	53	50,00	40	50,00	40		
	مجموع تكرارات العينة	80				80				80							
	مجموع نسب العينة	100%				100%				100%							
Q2 = ما هي الأماكن التي تستخدم فيها الإنترنت؟	في البيت	8,75	7	27,50	22	15,00	12	21,25	17	30,00	24	26,25	21	25,00	20		
	في مقهى الانترنت	8,75	7	22,50	18	17,50	14	12,50	10	36,25	29	23,75	19	25,00	20		
	المجموع	17,50	14	50,00	40	32,50	26	33,75	27	66,25	53	50,00	40	50,00	40		
	مجموع تكرارات العينة	80				80				80							
	مجموع نسب العينة	100%				100%				100%							
	Q3 = ما هي المدة التي تقضيها عند استخدامك للإنترنت خلال اليوم الواحد؟	أقل من 1 ساعة	5,00	4	21,25	17	18,75	15	17,50	14	27,50	22	18,75	15	26,25	21	
من 1 سا إلى 2 سا		7,50	6	16,25	13	5,00	4	8,75	7	20,00	16	20,00	16	8,75	7		
من 2 سا إلى 3 سا		1,25	1	5,00	4	3,75	3	3,75	3	6,25	5	5,00	4	5,00	4		
أكثر من 3 ساعات		3,75	3	7,50	6	5,00	4	3,75	3	12,50	10	6,25	5	10,00	8		
المجموع		17,50	14	50,00	40	32,50	26	33,75	27	66,25	53	50,00	40	50,00	40		
مجموع تكرارات العينة		80				80				80							
مجموع نسب العينة	100%				100%				100%								

1,25	1	12,50	10	3,75	3	7,50	6	10,00	8	5,00	4	12,50	10	الاستفادة والانتفاع	Q4 = هل تتصفح الانترنت أجل؟	
10,00	8	30,00	24	18,75	15	21,25	17	37,50	30	28,75	23	30,00	24	التسلية والترفيه		
6,25	5	7,50	6	10,00	8	5,00	4	18,75	15	16,25	13	7,50	6	الاثتان معا		
17,50	14	50,00	40	32,50	26	33,75	27	66,25	53	50,00	40	50,00	40	المجموع		
80					80					80						مجموع تكرارات العينة
100%					100%					100%					مجموع نسب العينة	
8,75	7	30,00	24	20,00	16	20,00	16	38,75	31	27,50	22	31,25	25	منذ مدة قصيرة	Q5 = منذ متى بدأت الاستماع إلى إذاعات النت؟	
8,75	7	20,00	16	12,50	10	13,75	11	27,50	22	22,50	18	18,75	15	منذ مدة طويلة		
17,50	14	50,00	40	32,50	26	33,75	27	66,25	53	50,00	40	50,00	40	المجموع		
80					80					80						مجموع تكرارات العينة
100%					100%					100%						مجموع نسب العينة
8,75	7	25,00	20	11,25	9	16,25	13	28,75	23	21,25	17	23,75	19	الإذاعات الوطنية	Q6 = ما هي إذاعات التي تستمع إليها ؟	
5,00	4	18,75	15	12,50	10	10,00	8	26,25	21	20,00	16	16,25	13	الإذاعات الأجنبية		
3,75	3	6,25	5	8,75	7	7,50	6	11,25	9	8,75	7	10,00	8	كل الإذاعات		
17,50	14	50,00	40	32,50	26	33,75	27	66,25	53	50,00	40	50,00	40	المجموع		
80					80					80						مجموع تكرارات العينة
100%					100%					100%					مجموع نسب العينة	
1,25	1	12,50	10	3,75	3	7,50	6	10,00	8	5,00	4	12,50	10	إخبارية	Q7 = ما هي المضامين التي تتابعها في إذاعات النت ؟	
10,00	8	30,00	24	18,75	15	21,25	17	37,50	30	28,75	23	30,00	24	ترفيهية		
6,25	5	7,50	6	10,00	8	5,00	4	18,75	15	16,25	13	7,50	6	الاثتان معا		
17,50	14	50,00	40	32,50	26	33,75	27	66,25	53	50,00	40	50,00	40	المجموع		
80					80					80						مجموع تكرارات العينة
100%					100%					100%					مجموع نسب العينة	
11,25	9	21,25	17	16,25	13	13,75	11	35,00	28	30,00	24	18,75	15	الصباح	Q8 = ما هو الوقت الذي تفضل الاستماع فيه لإذاعة النت أكثر من غيره؟	
3,75	3	11,25	9	7,50	6	10,00	8	12,50	10	8,75	7	13,75	11	المساء		
2,50	2	17,50	14	8,75	7	10,00	8	18,75	15	11,25	9	17,50	14	الليل		
17,50	14	50,00	40	32,50	26	33,75	27	66,25	53	50,00	40	50,00	40	المجموع		
80					80					80						مجموع تكرارات العينة
100%					100%					100%					مجموع نسب العينة	

5	4	21,25	17	18,75	15	17,5	14	27,50	22	18,75	15	26,25	21	أقل من 1 ساعة	Q9 = كم من الوقت تقضيه في الاستماع لإذاعة التت ؟	
7,50	6	17,50	14	5,00	4	10,00	8	20,00	16	20,00	16	10,00	8	من 1 سا إلى 2 سا		
1,25	1	3,75	3	3,75	3	2,50	2	6,25	5	5,00	4	3,75	3	من 2 سا إلى 3 سا		
3,75	3	7,50	6	5,00	4	3,75	3	12,50	10	6,25	5	10,00	8	أكثر من 3 ساعات		
17,50	14	50,00	40	32,50	26	33,75	27	66,25	53	50,00	40	50,00	40	المجموع		
80					80					80						مجموع تكرارات العينة
100%					100%					100%					مجموع نسب العينة	
8,75	7	32,50	26	18,75	15	18,75	15	41,25	33	25,00	20	35,00	28	نعم	Q10 = هل تستمع إلى إذاعة التت إلى جانب الإذاعة التقليدية ؟	
8,75	7	17,50	14	13,75	11	15,00	12	25,00	20	25,00	20	15,00	12	لا		
17,50	14	50,00	40	32,50	26	33,75	27	66,25	53	50,00	40	50,00	40	المجموع		
80					80					80						مجموع تكرارات العينة
100%					100%					100%						مجموع نسب العينة
2,50	2	7,50	6	11,25	9	5,00	4	16,25	13	10,00	8	11,25	9	الإذاعة التقليدية		
10,00	8	37,50	30	18,75	15	26,25	21	40,00	32	32,50	26	33,75	27	إذاعة التت		
5,00	4	5,00	4	2,50	2	2,50	2	10,00	8	7,50	6	5,00	4	لا تدري		
17,50	14	50,00	40	32,50	26	33,75	27	66,25	53	50,00	40	50,00	40	المجموع		
80					80					80					مجموع تكرارات العينة	
100%					100%					100%					مجموع نسب العينة	
2,50	2	16,25	13	15,00	12	7,50	6	26,25	21	15,00	12	18,75	15	نعم	Q11 = أي الإذاعات التقليدية ؟	
6,25	5	16,25	13	10,00	8	11,25	9	21,25	17	13,75	11	18,75	15	لا		
8,75	7	17,50	14	7,50	6	15,00	12	18,75	15	21,25	17	12,50	10	لا تدري		
17,50	14	50,00	40	32,50	26	33,75	27	66,25	53	50,00	40	50,00	40	المجموع		
80					80					80						مجموع تكرارات العينة
100%					100%					100%						مجموع نسب العينة
2,50	2	16,25	13	15,00	12	7,50	6	26,25	21	15,00	12	18,75	15	نعم	Q12 = هل تعتقد أن إذاعة التت بديل عن الإذاعات التقليدية ؟	
6,25	5	16,25	13	10,00	8	11,25	9	21,25	17	13,75	11	18,75	15	لا		
8,75	7	17,50	14	7,50	6	15,00	12	18,75	15	21,25	17	12,50	10	لا تدري		
17,50	14	50,00	40	32,50	26	33,75	27	66,25	53	50,00	40	50,00	40	المجموع		
80					80					80						مجموع تكرارات العينة
100%					100%					100%						مجموع نسب العينة

المستوى الدراسي								السن								أسئلة المحاور المتغيرات	
جامعي		ثانوي		متوسط		ابتدائي		أكبر من سنة 41		من 31 إلى سنة 40		من 21 إلى سنة 30		من 11 إلى سنة 20			
%	تكرار	%	تكرار	%	تكرار	%	تكرار	%	تكرار	%	تكرار	%	تكرار	%	تكرار		
6,25	5	5,00	4	5,00	4	3,75	3	5,00	4	3,75	3	3,75	3	7,50	6	يوم أو يومين في الأسبوع	Q1 = ما مدى استخدامك للإنترنت؟
7,50	6	11,25	9	8,75	7	5,00	4	10,00	8	7,50	6	5,00	4	10,00	8	ثلاث أو أربع أيام في الأسبوع	
17,50	14	18,75	15	2,50	2	8,75	7	6,25	5	16,25	13	18,75	15	6,25	5	كامل أيام الأسبوع	
31,25	25	35,00	28	16,25	13	17,50	14	21,25	17	27,50	22	27,50	22	23,75	19	المجموع	
80								80								مجموع تكرارات العينة	
100%								100%								مجموع نسب العينة	
13,75	11	17,50	14	10,00	8	10,00	8	11,25	9	13,75	11	15,00	12	11,25	9	في البيت	Q2 = ما هي الأماكن التي تستخدم فيها الإنترنت؟
17,50	14	17,50	14	6,25	5	7,50	6	10,00	8	13,75	11	12,50	10	12,50	10	في مقهى الإنترنت	
31,25	25	35,00	28	16,25	13	17,50	14	21,25	17	27,50	22	27,50	22	23,75	19	المجموع	
80								80								مجموع تكرارات العينة	
100%								100%								مجموع نسب العينة	
12,50	10	13,75	11	7,50	6	11,25	9	11,25	9	13,75	11	6,25	5	13,75	11	أقل من 1 ساعة	Q3 = ما هي المدة التي تقضيها عند استخدامك للإنترنت خلال اليوم الواحد؟
13,75	11	8,75	7	3,75	3	2,50	2	5,00	4	8,75	7	12,50	10	2,50	2	من 1 سا إلى 2 سا	
2,50	2	3,75	3	2,50	2	1,25	1	2,50	2	1,25	1	3,75	3	2,50	2	من 2 سا إلى 3 سا	
2,50	2	8,75	7	2,50	2	2,50	2	2,50	2	3,75	3	5,00	4	5,00	4	أكثر من 3 ساعات	
31,25	25	35,00	28	16,25	13	17,50	14	21,25	17	27,50	22	27,50	22	23,75	19	المجموع	
80								80								مجموع تكرارات العينة	
100%								100%								مجموع نسب العينة	
7,50	6	5,00	4	1,25	1	3,75	3	2,50	2	10,00	8	3,75	3	1,25	1	الاستفادة والانتفاع	Q4 = هل تتصفح الإنترنت من أجل؟
15,00	12	23,75	19	10,00	8	10,00	8	15,00	12	10,00	8	17,50	14	16,25	13	التسليه والترفيه	
8,75	7	6,25	5	5,00	4	3,75	3	3,75	3	7,50	6	6,25	5	6,25	5	الاتانن معا	
31,25	25	35,00	28	16,25	13	17,50	14	21,25	17	27,50	22	27,50	22	23,75	19	المجموع	
80								80								مجموع تكرارات العينة	
100%								100%								مجموع نسب العينة	

17,50	14	23,75	19	11,25	9	6,25	5	13,75	11	15,00	12	16,25	13	13,75	11	منذ مدة قصيرة	Q5 = منذ متى بدأت الاستماع إلى إذاعات النت؟
13,75	11	11,25	9	5,00	4	11,25	9	7,50	6	12,50	10	11,25	9	10,00	8	منذ مدة طويلة	
31,25	25	35,00	28	16,25	13	17,50	14	21,25	17	27,50	22	27,50	22	23,75	19	المجموع	
80								80								مجموع تكرارات العينة	
100%								100%								مجموع نسب العينة	
17,50	14	12,50	10	6,25	5	8,75	7	11,25	9	12,50	10	16,25	13	5,00	4	الإذاعات الوطنية	Q6 = ما هي إذاعات النت التي تستمع إليها؟
7,50	6	15,00	12	7,50	6	6,25	5	6,25	5	10,00	8	8,75	7	11,25	9	الإذاعات الأجنبية	
6,25	5	7,50	6	2,50	2	2,50	2	3,75	3	5,00	4	2,50	2	7,50	6	كل الإذاعات	
31,25	25	35,00	28	16,25	13	17,50	14	21,25	17	27,50	22	27,50	22	23,75	19	المجموع	
80								80								مجموع تكرارات العينة	
100%								100%								مجموع نسب العينة	
7,50	6	5,00	4	1,25	1	3,75	3	2,50	2	10,00	8	3,75	3	1,25	1	إخبارية	Q7 = ما هي المضامين التي تتابعها في إذاعات النت؟
15,00	12	23,75	19	10,00	8	10,00	8	15,00	12	10,00	8	17,50	14	16,25	13	ترفيهية	
8,75	7	6,25	5	5,00	4	3,75	3	3,75	3	7,50	6	6,25	5	6,25	5	الاثنان معا	
31,25	25	35,00	28	16,25	13	17,50	14	21,25	17	27,50	22	27,50	22	23,75	19	المجموع	
80								80								مجموع تكرارات العينة	
100%								100%								مجموع نسب العينة	
16,25	13	13,75	11	10,00	8	8,75	7	7,50	6	15,00	12	15,00	12	11,25	9	الصباح	Q8 = ما هو الوقت الذي تفضل الاستماع فيه لإذاعة النت أكثر من غيره؟
7,50	6	8,75	7	5,00	4	1,25	1	7,50	6	3,75	3	5,00	4	6,25	5	المساء	
7,50	6	12,50	10	1,25	1	7,50	6	6,25	5	8,75	7	7,50	6	6,25	5	الليل	
31,25	25	35,00	28	16,25	13	17,50	14	21,25	17	27,50	22	27,50	22	23,75	19	المجموع	
80								80								مجموع تكرارات العينة	
100%								100%								مجموع نسب العينة	

12,50	10	13,75	11	7,50	6	11,25	9	11,25	9	13,75	11	6,25	5	13,75	11	أقل من 1 ساعة	Q9 = كم من الوقت تقضيه في الاستماع لإذاعة النت ؟
13,75	11	8,75	7	5,00	4	2,50	2	6,25	5	8,75	7	12,50	10	2,50	2	من 1 سا إلى 2 سا	
2,50	2	3,75	3	1,25	1	1,25	1	1,25	1	1,25	1	3,75	3	2,50	2	من 2 سا إلى 3 سا	
2,50	2	8,75	7	2,50	2	2,50	2	2,50	2	3,75	3	5,00	4	5,00	4	أكثر من 3 ساعات	
31,25	25	35,00	28	16,25	13	17,50	14	21,25	17	27,50	22	27,50	22	23,75	19	المجموع	
80								80								مجموع تكرارات العينة	
100%								100%								مجموع نسب العينة	
20,00	16	25,00	20	7,50	6	7,50	6	11,25	9	17,50	14	18,75	15	12,50	10	نعم	Q10 = هل تستمع لإذاعة النت إلى جانب الإذاعة التقليدية ؟
11,25	9	10,00	8	8,75	7	10,00	8	10,00	8	10,00	8	8,75	7	11,25	9	لا	
31,25	25	35,00	28	16,25	13	17,50	14	21,25	17	27,50	22	27,50	22	23,75	19	المجموع	
80								80								مجموع تكرارات العينة	
100%								100%								مجموع نسب العينة	
5,00	4	10,00	8	2,50	2	3,75	3	2,50	2	2,50	2	8,75	7	7,50	6	الإذاعة التقليدية	
23,75	19	18,75	15	10,00	8	13,75	11	16,25	13	18,75	15	17,50	14	13,75	11	إذاعة النت	
2,50	2	6,25	5	3,75	3	0,00	0	2,50	2	6,25	5	1,25	1	2,50	2	لا تدري	
31,25	25	35,00	28	16,25	13	17,50	14	21,25	17	27,50	22	27,50	22	23,75	19	المجموع	
80								80								مجموع تكرارات العينة	
100%								100%								مجموع نسب العينة	
13,75	11	7,50	6	7,50	6	5,00	4	5,00	4	6,25	5	10,00	8	12,50	10	نعم	Q11 = أي الإذاعات
10,00	8	13,75	11	2,50	2	6,25	5	10,00	8	5,00	4	11,25	9	6,25	5	لا	
7,50	6	13,75	11	6,25	5	6,25	5	6,25	5	16,25	13	6,25	5	5,00	4	لا تدري	
31,25	25	35,00	28	16,25	13	17,50	14	21,25	17	27,50	22	27,50	22	23,75	19	المجموع	
80								80								مجموع تكرارات العينة	
100%								100%								مجموع نسب العينة	
13,75	11	7,50	6	7,50	6	5,00	4	5,00	4	6,25	5	10,00	8	12,50	10	نعم	Q12 = هل تعتقد أن إذاعة النت بديل عن الإذاعات التقليدية ؟
10,00	8	13,75	11	2,50	2	6,25	5	10,00	8	5,00	4	11,25	9	6,25	5	لا	
7,50	6	13,75	11	6,25	5	6,25	5	6,25	5	16,25	13	6,25	5	5,00	4	لا تدري	
31,25	25	35,00	28	16,25	13	17,50	14	21,25	17	27,50	22	27,50	22	23,75	19	المجموع	
80								80								مجموع تكرارات العينة	
100%								100%								مجموع نسب العينة	

## 2.1. جدول مزدوج لمتغير المهنة مع متغير الجنس (الجدول 34)

متغير الجنس		ذكر		أنثى	
متغير المهنة		نسب مئوية	التكرارات	نسب مئوية	التكرارات
تلميذ/طالب		9	22,50	17	42,50
موظف/عامل		28	70,00	12	30,00
غير عامل		3	7,50	11	27,50
مجموع التكرارات والنسب المئوية لكل جنس		40	100,00	40	100,00
مجموع مفردات العينة		80			

## 3.1. جدول مزدوج لمتغير المهنة مع متغير السن (الجدول 35)

متغير السن		من 11 إلى 20 سنة		من 21 إلى 30 سنة		من 31 إلى 40 سنة		أكبر من 40 سنة	
متغير المهنة		نسب مئوية	التكرارات	نسب مئوية	التكرارات	نسب مئوية	التكرارات	نسب مئوية	التكرارات
تلاميذ/طلاب		18	94,73	8	36,37	0	0,00	0	0,00
موظفين/عاملين		1	5,27	9	40,90	15	68,2	15	88,24
غير عاملين		0	0,00	5	22,73	7	31,8	2	11,76
المجموع التكرارات والنسب لكل فئة		19	100,00	22	100,00	22	100,00	17	100,00
مجموع مفردات العينة		80							

## 4.1. جدول مزدوج لمتغير المهنة مع متغير المستوى الدراسي (الجدول 36)

متغير المستوى الدراسي		ابتدائي		متوسط		ثانوي		جامعي	
متغير المهنة		نسب مئوية	التكرارات	نسب مئوية	التكرارات	نسب مئوية	التكرارات	نسب مئوية	التكرارات
تلاميذ/طلاب		4	28,58	6	46,16	9	32,14	7	28,00
موظفين/عاملين		5	35,71	4	30,77	17	60,71	14	56,00
غير عاملين		5	35,71	3	23,07	2	7,15	4	16,00
المجموع التكرارات والنسب لكل فئة		14	100,00	13	100,00	28	100,00	25	100,00
مجموع مفردات العينة		80							

### 5.1. جدول مزدوج لمتغير المستوى الدراسي متغير السن (الجدول 37)

أكثر من 40 سنة		من 31 إلى 40 سنة		من 21 إلى 30 سنة		من 11 إلى 20 سنة		متغير السن
نسب مئوية	التكرارات	نسب مئوية	التكرارات	نسب مئوية	التكرارات	نسب مئوية	التكرارات	متغير المستوى الدراسي
11,80	2	27,27	6	9,10	2	21,10	4	ابتدائي
17,60	3	9,09	2	4,50	1	36,80	7	متوسط
41,20	7	31,82	7	27,30	6	42,10	8	ثانوي
29,40	5	31,82	7	59,10	13	0,00	0	جامعي
100,00	17	100,00	22	100,00	22	100,00	19	المجموع التكرارات والنسب لكل فئة
80								مجموع مفردات العينة

### 6.1. جدول مزدوج لمتغير السن مع متغير المستوى الدراسي (الجدول 38)

متزوج		أعزب		متغير الحالة الاجتماعية
نسب مئوية	التكرارات	نسب مئوية	التكرارات	متغير السن
0,00	0	35,80	19	من 11 إلى 20 سنة
0,00	0	41,50	22	من 21 إلى 30 سنة
48,10	13	17,00	9	من 31 إلى 40 سنة
51,90	14	5,70	3	أكثر من 40 سنة
100,00	27	100,00	53	مجموع التكرارات والنسب المئوية لكل جنس
80				مجموع مفردات العينة

2. استمارة الاستبيان

## جامعة المسيلة

كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية

قسم علوم الإعلام والاتصال

### استمارة استبيان

### "إذاعة النت"

يشرفني أن أتوجه إليك سيدي / سيدتي المحترم (ة) بطلب ملأ هذه الاستمارة والإجابة على الأسئلة المطروحة فيها ..

علما أن هذا الاستبيان عبارة عن أداة علمية للقيام بدراسة حول موضوع إذاعة النت "الإذاعة التي تبث عبر الانترنت". والذي يهدف إلى التعرف على مدى انتشار هذا النوع من البث الإذاعي من جهة ، وإلى معرفة درجة إقبال مستمعي الإذاعات عليه من جهة أخرى.

لذا فإن كل المعلومات المقدمة من طرفكم في هذا الاستبيان ما هي إلا مواد علمية لا يستفاد منها إلا لإنجاز هذه الدراسة .

في الأخير نقدر لكم اهتمامكم ، ونتقدم بالشكر الجزيل لكم على حسن تعاونكم

المشرف

د. زكريا عكه

الطالب

بوبكر الصديق بن شويخ

\* - ضع إشارة (X) في الخانة الملائمة

\*\* - اجب على السؤال بإجابة واحدة فقط

السنة الجامعية 2012 - 2013

## المعلومات الشخصية

الجنس :

أنثى

ذكر

السن :

من 21 الى 30 سنة

من 11 إلى 20 سنة

أكثر من 41 سنة

من 31 إلى 40 سنة

المستوى الدراسي :

جامعي

ثانوي

متوسط

ابتدائي

الحالة الاجتماعية :

متزوج

أعزب

المهنة :

غير عامل

موظف/عامل

تلميذ/طالب

## المحور الأول : استخدام الانترنت

ما مدى استخدامك للانترنت خلال الأسبوع ؟

ثلاث أو أربع أيام في الأسبوع

يوم أو يومين في الأسبوع

كامل أيام الأسبوع

ما هي الأماكن التي تستخدم فيها الانترنت ؟

في مقهى الانترنت

في البيت

ما هي المدة التي تقضيها عند استخدامك للانترنت خلال اليوم الواحد ؟

من 2 سا إلى 3 سا

من 1 سا إلى 2 سا

أقل من 1 ساعة

أكثر من 3 ساعات

هل تتصفح الانترنت من أجل ؟

الاتقان معا

التسلية والترفيه

الاستفادة والانفعال

## المحور الثاني : الاستماع للإذاعات عبر الانترنت

منذ متى بدأت الاستماع إلى إذاعات الننت ؟

منذ وقت قصير  منذ وقت طويل

ما هي إذاعات الننت التي تستمع إليها ؟

الإذاعات الوطنية  الإذاعات الأجنبية  كل الإذاعات

ما هي المضامين التي تتابعها في إذاعات الننت ؟

إخبارية  ترفيهية  الاثنان معا

ما هو الوقت الذي تفضل الاستماع فيه لإذاعة الننت أكثر من غيره ؟

الصباح  المساء  الليل

كم من الوقت تقضيه في الاستماع لإذاعة الننت ؟

أقل من 1 ساعة  من 1 سا إلى 2 سا  من 2 سا إلى 3 سا   
أكثر من 3 ساعات

هل تستمع إلى إذاعة الننت إلى جانب الإذاعة التقليدية ؟

نعم  لا

أي الإذاعات تفضل ؟

الإذاعة التقليدية  إذاعة الننت  لا تدري

هل تعتقد أن إذاعة الننت بديل عن الإذاعات التقليدية ؟

نعم  لا  لا تدري

### 3. إحصائيات من موقع الإذاعة الوطني عن مستمعي الانترنت

