

رادیوهای اینترنتی



● الهام محبی

محقق و پژوهشگر شبکه ایران صدا

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
پرتال جامع علوم انسانی

این تحقیق درباره ۲۳ رادیوی اینترنتی است که از بین ۲۵۰ رادیوی «رسانه شنیداری» فعال در حوزه فضای مجازی شبکه‌های اطلاع‌رسانی انتخاب شده است؛ رادیوهای اینترنتی را از دو دیدگاه کلی باید بررسی کرد:

- ویژگی‌های منحصر به فرد: این ویژگی‌ها، ناشی از تفاوتی است که برای رقابتی استفاده می‌شود که در به‌کارگیری بهینه از فناوری دیجیتالی یا ادوات و ملزومات کامپیوتری در تهیه و تولید برنامه‌های رادیو اینترنتی وجود دارد.

- رقابت در استفاده از روش‌های به‌کارگیری اطلاعات که در حوزه برنامه‌سازی و فعالیت‌های رسانه‌ای و البته تحت شرایط

مشابه انجام می‌شود. بنابراین موارد زیر قابل اهمیت و تعمق است:

الف: نوع به‌کارگیری توانمندی‌های دنیای مجازی،
ب: میزان گستردگی پایه‌ای جهت برقراری تبادل اطلاعات
آنی،
ج: سرعت در به‌روز شدن اطلاعات،
د: ضریب نفوذ قابلیت‌های فنی در حوزه کاربری و مخاطب.
موارد چهارگانه فوق، اساس تقسیم‌بندی رادیوهای اینترنتی
را تشکیل می‌دهد.

الزام در بهره‌مندی از رسانه‌های شنیداری در فضای مجازی / شبکه‌های اطلاع‌رسانی

بدیهی است، فعالیت در هر حوزه‌ای از رسانه‌ها، محدودیت‌های مربوط به خود را دارد. باید در نظر داشت انواع ساختار برنامه‌سازی

این تعامل، به جهت ایجاد فضای شنیداری محکم‌تر و جذاب‌تر در توسعه مفاهیم رسانه‌ای، نقشی مهم ایفا می‌کند.

رسانه‌های شنیداری بنابر آنچه ساختار رسانه‌ای طلب می‌کند، می‌توانند به مدد حوزه IT آمده و کاربرد وسیع، نفوذ گسترده و تقریباً کم قید و شرط رادیوهای اینترنتی را سبب شوند. ورود IT به حوزه رسانه‌های شنیداری، ارتقاء کیفی و امکان دریافت مؤثرتر و گسترش نفوذ بیشتر رادیوهای اینترنتی را آسان می‌کند. لذا در لایه‌های مختلف اجتماع و در نزد افکار عمومی می‌توان نقش راهبردی و کیفی رادیوهای اینترنتی را تجربه کرد. حوزه IT، بر افکار تصمیم‌ساز و خاص در رسانه‌های شنیداری، تأثیر حمایتگر و قدرت‌ساز دارد.

امروزه رسانه‌ها، به خصوص از نوع شنیداری آن، دارای ضریب نفوذ غیرقابل پیش‌بینی برای مخاطبان خود هستند. از



رادیوهای اینترنتی را از
دو دیدگاه کلی باید
بررسی کرد:
ویژگی‌های منحصر به فرد
و رقابت در استفاده از
روش‌های به‌کارگیری
اطلاعات

طرفی دیگر، حوزه فناوری اطلاعات، برای جامعه امروز نقش تعیین‌کننده‌ای ایفا می‌کند. کم نیستند رادیوهایی که با استفاده از فناوری نوین اطلاعاتی و بهره‌مندی از فنون روز، در عرصه جهانی به فعالیت می‌پردازند. شبکه رادیویی ایران صدا در عرصه رسانه، در کهنشانی از شبکه‌های رادیویی گوناگون کار خود را شروع کرد. جمهوری اسلامی ایران با بهره‌مندی و استفاده هم-زمان از ویژگی و توانمندی‌های قطب‌های مؤثر IT و رادیو، به طور یقین در عرصه رقابت‌های رسانه‌ای، درخشان‌تر از گذشته عمل خواهد کرد. وفاق و حرکت موازی IT و رادیو می‌تواند ابعاد مختلف جامعه را رونق بیشتری ببخشد.

در رادیوهای اینترنتی دارای شاخص‌های مربوط به خود است. این شاخص‌ها تولیدکننده ویژگی‌هایی از نوع «رسانه‌ای-اینترنتی» است. در اکثر مواقع تأثیرگذاری این ویژگی‌ها با محدودیت‌های رایج در حوزه رسانه، تابع مستقیمی از یکدیگر نیستند. اما امکاناتی که برای فضای رسانه انتخاب شده است در حوزه کاربران رسانه/مخاطبان یا همان END USERهای رادیو اینترنتی اهمیت خاصی دارد.

ذکر این نکته ضروری است: آنچه هر رسانه‌ای برای استمرار فعالیت خود به آن نیاز دارد، با فضای اطلاع‌رسانی شبکه‌ها و به خصوص قلمرو IT در تعاملی مستقیم است. به عبارت دیگر

توجه به ویژگی‌های مشترک، الزام‌ها، و آنچه باید از آن پرهیز کرد

فضای مجازی شبکه‌های اطلاع‌رسانی امکان فعالیت را برای برنامه‌سازی رادیویی تسهیل می‌کند. هر نوع برنامه‌سازی در رادیوهای اینترنتی از سویی با مشکلات دنیای رایانه‌ها مواجه‌اند. از سویی دیگر ملزم به قواعدی خاص هستند که استاندارد رسانه‌ها تعیین می‌کند. از این رو برنامه‌سازی در شبکه‌های رادیویی اینترنتی، برنامه‌سازی در فضای سهل و ممتنع است. برنامه‌سازی رادیویی در فضای اینترنتی، مثل هر پدیده نوظهوری دارای جذابیت‌هایی است که به کمک فضای فناوری نوین متعلق به حوزه IT به وجود می‌آید. از جذابیت‌های رایج و فعال در حوزه IT، می‌توان به تأثیر مستقیم بر اِلِمان‌های برنامه‌سازی رسانه‌ای به منظور جذب مخاطب اشاره کرد. سهولت کاربرد IT بر گستردگی کار رادیوهای اینترنتی تأکید می‌کند. البته در این راستا نکاتی حائز اهمیت است:

- فضای اینترنتی و استاندارد رسانه نسبت به هم چقدر منعطف‌اند؟ در واقع ادغام تمام شرایط و امکانات متعلق به استانداردهای حوزه رسانه و فضای مجازی شبکه‌های اطلاع‌رسانی در تعامل نسبت به هم، تابع چه حد و مرزی هستند؟ - ایجاد تغییرات افزاینده یا کاهنده در اِلِمان‌های مستقل، حوزه‌های اینترنت و رسانه، دارای چه استراتژی‌است؟ - تغییرات در اِلِمان‌های مستقل/وابسته در هر یک از این فضاها، اصلی و مرجع دارای چه شرایطی است؟ تعریف یا تولید حوزه‌های جدید در «رسانه‌ای - اینترنتی» چگونه اتفاق می‌افتد؟

پدیده‌های تکنولوژیک تقویت‌شده در ترکیب رسانه و IT ضمن ارائه حوزه‌های اطلاع‌رسانی جدید در رسانه، می‌تواند ابعاد جدیدی را ایجاد کند که هر بعد قابلیت گسترش دارد. مهم‌ترین ویژگی رادیوهای اینترنتی، قابلیت کنترل، هدایت و سازمان‌دهی است. همه برنامه‌سازی‌ها در فضای رادیوهای اینترنتی می‌توانند با آخرین شیوه‌های به‌کاررفته در فناوری سازگار باشند.

تبلیغ در رادیوهای اینترنتی

تبلیغ در رادیوهای اینترنتی، دارای جایگاه خاصی است. تبلیغ‌های به‌کاررفته در این رادیوها بیش از پیش به لزوم توجه به کاربرد بخش‌های مختلف علمی و هنری تأکید می‌کند. بهره‌مندی از پویانمایی و کاربردهای مختلف آن موجب گردیده تا در برنامه‌سازی‌های رادیویی متعلق به فضای مجازی و شبکه‌های اطلاع‌رسانی تعریف جدیدی ارائه شود. اهمیت ارسال پیام و تأثیرگذاری بر دریافت‌کننده پیام تحت تأثیر فضای رسانه‌ای - اینترنتی قرار گرفته است.

امروزه محل قرارگرفتن تبلیغات مورد استفاده در رادیوهای اینترنتی در حاشیه صفحات وب قرار می‌گیرد. پویا نمایی کاربردی، در رادیو اینترنتی و تأثیر رسانه‌ای آن مستلزم بحثی عمیق و مستقل از این تحقیق است.

- آیا توجه به انتخاب نوع تبلیغات و قرارگرفتن آن در هر یک از صفحات وب الزام زیربنایی دارد؟

- آیا لزومی جهت هماهنگی موضوع تبلیغات با نوع اطلاعات

برنامه‌ای یا برنامه‌ای که در حال پخش است، وجود دارد؟

- آیا استفاده از پویا نمایی و جذابیت‌های تصویری آن، می‌تواند موجب به‌وجودآمدن خللی در فعالیت یک رسانه شنیداری شود، که به کمک فضای مجازی رادیو اینترنتی پخش می‌شود؟

- جایگاه پویا نمایی در رادیوهای اینترنتی کجاست؟ در

حوزه تصویری، یا واژه‌و یا هر دو؛ کجا قرار می‌گیرد؟

- پارادوکس تصویر و واژه، از تأثیرگذاری در کدام وجه کم می‌کند؟

- ساخت برنامه‌های تبلیغی برای رادیوهایی که در فضای

نکته‌ای دارای اهمیت در رادیوهای اینترنتی، به‌کاربردن هم‌زمان استانداردها و قوانین موجود در رسانه‌ها با فضای شبکه‌های اینترنتی است؛ به عبارت دیگر در حین پخش هم می‌توان از آرشیو، یک برنامه دیگر را شنید و هم از طریق اینترنت به آن مراجعه کرد.

مجازی شبکه‌های اطلاع‌رسانی استفاده می‌شود، تابع چه تغییراتی است؟ چگونه؟

اهمیت استفاده از برنامه‌های رادیو اینترنتی در موقعیت‌های مختلف، بهره‌مندی هم‌زمان از فضای شبکه‌های اطلاع‌رسانی و استراتژی رسانه‌ها، جایگاه این رادیو را در عرصه رقابت رسانه‌ای؛ نسبت به گذشته پررنگ‌تر کرده است.

توجه به نرم‌افزارهای به‌کاررفته در ساختار رادیو اینترنتی

به‌علت وجود فضای ترکیبی در فضای رادیو اینترنتی، نیاز به تجهیزات، آگاهی‌های علمی و روش‌های بهینه‌دسترسی به اطلاعات، از اهمیت خاصی برخوردار است. در این راستا انتخاب اطلاعات، تعریف نوع کاربری و نیازهای مخاطب در رادیوهای اینترنتی شکل جدیدتری می‌گیرد و در فضای رسانه‌های فعال در

حوزه شبکه‌های اطلاع‌رسانی ارائه می‌شود؛ ادبیاتی که برای برنامه‌سازی به کار می‌رود، نیازمند دقتی مضاعف است. کاربرد در کلام بین فضای اجرایی برنامه و آنچه در متون آورده می‌شود، مهم است.

در رادیوهای اینترنتی ظرف زمان و مکان شکسته می‌شود. در رادیوهایی با ساختار فعلی، انتخاب موسیقی مهم است. برای برنامه‌هایی که در شب/ روز پخش خواهد شد، ساختار زمانی مهم است. برای برنامه‌هایی که برای زمان خاصی از روز/ شب ساخته می‌شود، توجه به نوع مخاطب مهم است.

با در نظر گرفتن موارد فوق، آیا ساختار فعلی برنامه‌سازی در رادیو با رادیوهای اینترنتی متفاوت خواهد بود؟ در فضای برنامه‌های ساخته‌شده برای رادیوهای اینترنتی هر کاربر/ مخاطبی که به برنامه‌ای از این رادیو گوش می‌کند در هر جا از این کره

نقش زمان در رادیوهای اینترنتی، علیرغم شکسته شدن ظرف آن دارای اهمیت زیادی است.

لذا اولویت زمان از لحظه تولید در پشتیبان کیفی خبر، نقش اول را دارد؛ زیرا با سپری شدن زمان به‌طور حتم از ارزش سوژه‌ها کاسته می‌شود. از طرفی دیگر انتخاب سوژه‌های مرجع هم، با نوعی ماندگاری خاص در فضای این نوع رادیوها باقی می‌ماند. با بهره‌مندی از امکانات اطلاع‌رسانی در فضاهای مجازی، در روش‌های دسترسی به هر نوع اطلاعات مورد نیاز، گزینش بهینه اهمیت دارد. در برنامه‌سازی رادیوهای اینترنتی، بهترین شیوه دسترسی به اطلاعات به‌کاررفته در آن اولویت دارد. بهینه‌سازی روش‌های دسترسی به انواع اطلاعات، استفاده هم‌زمان از چند نوع متدولوژی جهت سازمان‌دهی و کنترل اطلاعات به‌کاررفته در رادیوهای اینترنتی حائز اهمیت فراوان است.



اساس تقسیم‌بندی رادیوهای
اینترنتی از این قرارند: نوع
به‌کارگیری توانمندی‌های دنیای
مجازی، میزان گستردگی پایه‌ای
جهت برقراری تبادل اطلاعات
آنی، سرعت در به‌روز شدن
اطلاعات و ضریب نفوذ
قابلیت‌های فنی در حوزه
کاربری و مخاطب.

جایگاه زمان و مکان در رادیوهای اینترنتی، در جایگاه اولویت‌ها دچار تغییر می‌شود. به عبارت دیگر از اهمیت زمان کاسته می‌شود. لذا آنها در موقعیت‌های پایین‌تری قرار می‌گیرند. البته به این نکته هم باید توجه کرد که جایگاه «المان‌های برنامه‌سازی»، هنگام قرارگرفتن در فضاهای مجازی شبکه‌های اطلاع‌رسانی دچار تغییر می‌شود.

بخش مهمی از وظایف رادیوهای اینترنتی، آموزش است. مقوله آموزش در رادیوهای اینترنتی در سه حوزه انجام می‌شود:

الف: موضوع‌هایی که لازم است در لوای برنامه‌ها به مخاطب آموزش داده شود.

ب: موضوع‌هایی که کاربر باید بداند تا در فرایند استفاده از

خاکی که باشد، زمان هم تحت تأثیر نسبتی از جغرافیا قرار می‌گیرد. از طرفی دیگر استراتژی به‌کار گرفته‌شده برای تعریف مخاطب (شنونده) در رادیوهای اینترنتی شکسته می‌شود. یعنی هر کس با هر سطح تحصیلی می‌تواند از برنامه‌های رادیویی موجود در حوزه اینترنت استفاده کند. می‌توان نتیجه گرفت در رادیوهای اینترنتی ظرف زمان، مکان، قومیت، نژاد، سطح تحصیلات، موقعیت‌های جغرافیایی و همه ویژگی‌های متعلق به آنها، در کسری از ثانیه‌ها کنار هم قرار دارد. در این فضای ترکیبی هر یک از ویژگی‌ها به شکلی جدید ارائه می‌شود. شایان ذکر است، توجه به اطلاع‌رسانی و برنامه‌سازی در حوزه رادیوهای اینترنتی بسیار اهمیت دارد. در نظر گرفتن قابلیت‌های محلی، منطقه‌ای و فرمانطقه‌ای اجتناب‌ناپذیر است.

فضای شبکه‌های اینترنتی در بهترین وضعیت بتواند از انواع رادیوهای فعال در اینترنت استفاده کند.

ج: آموزش برای ایجاد سازگاری مخاطب جهت برقراری تعامل هم‌زمان از اینترنت و برنامه‌های رادیویی با ساختار شنیداری.

حال که صحبت درباره آموزش شد و با در نظر گرفتن سبک‌های مختلف تبلیغی که در بسیاری از رادیوهای اینترنتی مورد استفاده قرار می‌گیرد، بخش فعالی به نام «کاربرد کامپیوتر در رادیو» وجود دارد که با اسامی مختلفی در سایت‌های مربوط به رادیوهای اینترنتی قرار دارد. این قسمت از سایت هم دارای اطلاعات آموزشی به صورت مقاله آموزشی و تصویری است که در اختیار کاربر قرار می‌گیرد. این اطلاعات آموزشی به صورت طبقه‌بندی شده و برای پاسخگویی به سطوح مختلف نیاز اطلاعاتی کاربر، طراحی شده است.

با به‌کارگیری پویا نمایی (انیمیشن) در رادیوهای اینترنتی می‌توان نحوه اتصال تجهیزات مختلف کامپیوتری را آموزش داد تا کاربر/مخاطب با سطوح اطلاعاتی مختلف، از برنامه‌های رادیو اینترنتی استفاده کند:

- قابلیت چندبارگی پخش برنامه‌های انتخابی با انتخاب و سلیقه مخاطب!

- قابلیت و امکان شنیدن برنامه‌هایی از آرشیو، علیرغم پخش زنده (هم‌زمان با هر برنامه‌ای در رادیو اینترنتی)

- قابلیت و امکان دسترسی به محتویات برنامه‌ها و مضمون آن

امکان استفاده هم‌زمان برنامه‌های آرشیوی و زنده در رادیوهای اینترنتی رقابتی جدی و موازی را برای انواع برنامه‌سازی در آن فراهم کرده است. یعنی به دلیل امکان انتخاب آزاد از طرف مخاطب، او می‌تواند بدون تغییر فرکانس یا به عبارت دیگر تغییر آدرس اینترنتی برای یک رادیوی دیگر، برنامه‌ای از برنامه‌های انتخابی خود را گوش کند.

قابلیت‌های موازی به‌کار گرفته‌شده در رادیوهای اینترنتی

نکته‌ای که، در رادیوهای اینترنتی بسیار حائز اهمیت است، به‌کاربرد هم‌زمان استانداردها و قوانین موجود در رسانه‌ها با فضای شبکه‌های اینترنتی است؛ به عبارت دیگر در حین پخش هم می‌توان از آرشیو، برنامه‌ای دیگر را شنید و هم از طریق اینترنت به آن مراجعه کرد. شیوه‌های آرشیو برنامه‌ها از جمله نکات مهمی است که از همان ابتدای مراحل ساخت هر برنامه‌ای در رادیوهای اینترنتی باید لحاظ شود. لذا مانند طرحی که برای ساختار هر برنامه‌ای نوشته می‌شود، باید دو طرح دیگر برای روش آرشیو و نحوه دسترسی به اطلاعات درون ساختاری برنامه در کنار طرح

برنامه ارائه کرد. به عبارت دیگر، یک سیستم آرشیو TO DATE UP را باید در رادیوهای اینترنتی به کار گرفت.

یکی از بخش‌هایی که بسیاری از رادیوهای اینترنتی به آن توجه دارند، CUSTOMER CARE است. در واقع، حوزه این سه نوع رسانه‌های شنیداری به حفظ مخاطب خود در دنیای مجازی به رقابتی می‌پردازد که در ابعاد اجرایی غیرقابل پیش‌بینی است! منظور واقعی، حفظ جذابیت‌های رسانه‌هاست که آنها را با رادیوهای رایج و رادیوهای شبکه‌های اطلاع‌رسانی به طور هم‌زمان در فضای جذاب رقابتی قرار می‌دهد. همه ترفندها و توصیه‌های پیشنهادی که در قالب مقاله و یا NEWS LETTER در این بخش ارائه می‌شود، به منظور جذب مشتری است. یکی از نکات حائز اهمیت که در بسیاری از رادیوهای اینترنتی برای برنامه‌سازی استفاده می‌شود، قراردادن قیمت (هزینه) برای استفاده از اطلاعات بعضی از برنامه‌هاست؛ مانند برنامه‌های مشارکتی که برای سرمایه‌گذاری هزینه‌بر است. این برنامه‌ها برای دریافت از طرف مخاطب دارای هزینه‌است. حتی با استفاده از یک‌سری ترفندهای ساده، هزینه پخش و دریافت اطلاعات

مهم‌ترین ویژگی رادیوهای اینترنتی، قابلیت کنترل، هدایت و سازمان‌دهی است. همه برنامه‌سازی‌ها در فضای رادیوهای اینترنتی می‌توانند با آخرین شیوه‌های به‌کاررفته در فناوری سازگار باشند.

برنامه‌ای بستگی دارد به اینکه در شب / روز آن را دریافت می‌کند و یا برنامه آرشیو انتخاب می‌شود یا به‌طور مستقیم دریافت می‌گردد. لذا محاسبه این هزینه‌ها شناور و دارای نرخ متفاوتی خواهد بود.

بخش‌های ویژه در همه رادیوهای اینترنتی به‌طور مشترک وجود دارد

الف: گالری عکس، گالری فیلم، وجود تصاویر حین اجرا در فضای فنی و فعال برنامه‌سازی... خلاصه کلام از هر روشی استفاده می‌کند تا تفاوت‌های اجرایی، طراحی رسانه‌ای و شیوه پخش را برای رادیوهای اینترنتی معرفی کند. این هم یک شیوه متفاوت از تبلیغ.

ب: معرفی تجهیزات احتمالی و موردی برای دستیابی به اطلاعات برنامه‌های رادیو اینترنتی. این تجهیزات به صورت آیکون و حتی همراه انیمیشن‌های مستقلی، روش استفاده موازی از آن را در حوزه رادیویی به کاربر/مخاطب اطلاع (آموزش)

می دهند. لذا اگر برنامه‌ای به تجهیزات اضافی نیاز داشت، حتماً هم درج شود و هم شکل آن به صورت ALARM کنار هر برنامه قرار بگیرد. مثلاً کارت گرافیک، نوع بخصوصی از کارت صدا، هندز فری (Hands Free) و سایر اقلام و ملزومات...

ج: داشتن تقویم عملکردکنداکتور، که به ازای آن در کمترین زمان تغییرات پخش برنامه‌ها در اختیار مخاطب / کاربر قرار بگیرد.

د: در هر برنامه‌ای به واسطه گستردگی و چندبعدی بودن فعالیت برنامه‌سازی لازم است حوزه فعالیت خود را محدود کند؛ یعنی، تبیین و تعیین اهداف برنامه‌سازی برای سوژه‌ای خاص.

ه: یکی از بهترین امکانات و شیوه‌هایی که رادیوهای اینترنتی برای جذب سرمایه‌های مالی به کار می‌گیرند، توجه به ابعاد، ویژگی‌ها و فراهم کردن زمینه و تسهیلات به کمک فروش online در دنیای مجازی شبکه‌های اطلاع‌رسانی است؛ مثل عرضه محصولات فرهنگی، تبلیغی با آرم شبکه رادیوی اینترنتی مورد نظر؛ مانند: تی‌شرت، وسایل و تجهیزات ورزشی، گوشی موبایل و به ویژه کتاب.

شایان ذکر است بیش از ۵۰٪ از رادیوهای اینترنتی دارای انتشاراتی به نام و امتیاز خود هستند و انواع محصولات منتشر شده خود را به اقصی نقاط دنیا می‌فرستند و سهم مهمی از هزینه‌های مربوط به رسانه خود را از این راه تأمین می‌کنند.

و: شبکه‌های رادیو اینترنتی مانند هر سایت یا... می‌توانند مورد حمله هکرها قرار بگیرند. هکرها/ کاربر / مخاطب می‌توانند با ترفندهای برنامه‌هایی که امکان ابتیاع دارند، مجانی Download کنند. پس سیستم IT Security باید به طور مستقل و در کنار فعالیت‌های این رادیوها حرکت کند. در این وضعیت، اهمیت و دقت در انتخاب و چگونگی به‌کارگیری سیستم‌های Security IT به طور مستقل و البته در کنار فعالیت‌های رادیو اینترنتی اهمیت بیشتری پیدا می‌کند.

چند نمونه از رادیوهای اینترنتی

- یکی از رادیوهای اینترنتی بسیار جالب NOAA است که به طور ۲۴ ساعته درباره آب و هوای مناطق مختلف دنیا اطلاع‌رسانی می‌کند.

- در حال حاضر توجه به حوزه‌های کتاب، فرهنگ، قوانین، زنان و روحانیون مذهب تبلیغی از جایگاه خاصی برخوردار است. ضمن اینکه در بیشتر این رادیوها، همکاری مستقیم صاحب‌نظران دانشگاهی در حوزه‌های مختلف به طور مستمر وجود دارد.

- اولین رادیوی گفت‌وگویی اینترنتی در سال ۱۹۹۳ آغاز به کار کرد.

- Geek of the week اولین برنامه رادیویی اینترنتی بوده است.

سؤالات در حوزه رادیوهای اینترنتی

- آیا واژه رادیو اینترنتی واژه‌ای است که از دیدگاه صاحب‌نظران رسانه تأیید می‌شود؟ رادیوی اینترنتی از دیدگاه متخصصان حوزه فناوری اطلاعات چگونه تعریف می‌شود؟ این دو طیف در تعامل فکری با هم، چگونه و در چه مرزهایی به نقاط مشترک می‌رسند؟ - جهت سبک نگارش و نحوه ارائه ادبیاتی که در هر رسانه شنیداری انتخاب می‌شود، آیا حوزه کاربری ادبیات در فضای مجازی شبکه‌های اطلاع‌رسانی می‌تواند چندانگانه باشد؟

- قوانین برنامه‌سازی چقدر تابع استانداردهای رسانه‌ای است؟ این برنامه‌ها تا چه حد باید تابع مقررات فضاهای اینترنتی، طراحی شود؟

- خط قرمزهای رسانه و فیلترهای شبکه‌های اینترنتی چگونه با هم سازگار می‌شود؟ و در چه نقاطی در مقابل هم قرار می‌گیرند؟ - اولویت‌ها، با توجه به ترکیب این پدیده نوظهور رادیو اینترنتی در مقایسه با رادیوهای با سیستم سنتی رایج چقدر تفاوت می‌کند؟ مهم‌ترین تفاوت‌ها در چه حوزه‌هایی بیشتر دیده می‌شود؟

- با توجه به ظرفیت‌های به‌کار گرفته‌نشده در حوزه فناوری اطلاعات در کشور ما، آیا نیاز به کارگیری شیوه‌های خاصی، جهت ترغیب مخاطب برای استفاده از رادیو اینترنتی هست؟

- فرهنگ‌سازی در حوزه‌های رسانه و اینترنت چگونه باید انجام شود؟

- تعیین محورها، محدوده و چگونگی الزام هم‌زمانی تبلیغ، برای استفاده از رادیو اینترنتی.

- رسانه چه نوع استراتژی‌ها را باید در حوزه رادیو اینترنتی به‌کار گیرد تا بهره‌وری آن در سطحی صحیح حفظ شود؟ این استراتژی‌ها در سطح کلان، اجرایی و تبلیغی چه وضعیتی پیدا می‌کند؟

- آیا در تعریف مشاغل و شیوه‌های کاری رسانه‌های تغییراتی ایجاد می‌شود؟ مثلاً گزارشگر از هر جای دنیا به شرط شاغل- بودن در رسانه‌ای می‌تواند همکاری کند؟ آیا نویسنده می‌تواند از اقصی نقاط دنیا همکاری کند؟

- نقش زبان‌های خارجی به ویژه انگلیسی، عربی، فرانسه و آلمانی چیست؟ تا چه حد اهمیت دارد؟

- چه خطرات یا تمهیداتی می‌تواند تعریف محدوده‌های رادیو اینترنتی را کم کند؟

- کاربر یا مخاطب؟ در رادیو اینترنتی کدامیک به دیگری رجحان دارد؟

- آیا تفاوتی بین جایگاه شنونده رادیو اینترنتی، در داخل کشور و خارج از ایران وجود دارد؟ مرز اولویتها چگونه تعیین می‌شود؟

