

عوامل تقبل الشباب لتقنية البودكاست: دراسة ميدانية في إطار نموذجي قبول التكنولوجيا TAM والاستخدام والتأثيرات

د/ نسمة عبدالله محمد مطوع*

ملخص:

سعت الدراسة إلى رصد السلوك الاتصالي للشباب في استخدام تقنية البودكاست وذلك في إطار نموذجي قبول التكنولوجيا TAM والاستخدام والتأثيرات، وتنتمي الدراسة إلى نوعية الدراسات الوصفية، وقد اعتمدت على منهج المسح بالتطبيق على عينة قوامها (٥٠٠) مفردة من الشباب المصري من الجنسين من مستخدمي البودكاست الإخبارية والعامية؛ توصلت الدراسة إلى أنه على الرغم من أن المستمعين يتفوقون على أن البث الصوتي هو شكل من أشكال الصحافة، وطريقة للبقاء على الاطلاع بالأخبار والأحداث الجارية، ومصدر قيم للمعلومات، فإنهم أكثر تشككاً في صحف البودكاست عند مقارنتهم بصحفي مصادر الأخبار التقليدية للمعلومات. وبشكل عام يمكن القول أن أنماط نشاط المبحوثين في استخدامهم للبودكاست جاءت "مدعمة" للتأثيرات الاتصالية الناتجة عن الاستخدام متمثلة في الانتقائية، والانتباه، والاستغراق في المادة المقدمة عبر برامج البودكاست التي يستمعون إليها، كما أشارت النتائج إلى تحقق التأثيرات الاتصالية المختلفة لاستخدام الشباب للبودكاست بدرجة مرتفعة.

الكلمات المفتاحية: البودكاست – التأثيرات الاتصالية – قبول التكنولوجيا – الشباب المصري.

* مدرس الصحافة "تكنولوجيا الفن الصحفي" بكلية الآداب – جامعة دمياط

Factors of youth acceptance of podcast technology: A field study within the framework of the TAM technology acceptance, use, and effects models

Dr.Nesma Abdallah Mohamed Metawea*

Abstract:

The study aimed to monitor the communication behavior of young people in using podcast technology within the framework of the TAM model of technology acceptance, use and effects. The study belongs to the type of descriptive studies, relying on the survey method and by applying it to a sample of (500) individuals from Egyptian youth of both sexes who are users of news and general podcasts, The study found that although listeners agree that podcasting is a form of journalism, a way to stay informed about news and current events, and a valuable source of information, they are more skeptical of podcast journalists when compared to journalists from traditional news sources of information. In general, it can be said that the activity patterns of the respondents in their use of podcasts were “supportive” of the communicative effects resulting from use, represented by selectivity, attention, and absorption in the material presented through the podcast programs that they listen to. The results also indicated that the various communicative effects of young people’s use of podcasts were achieved to a high degree.

Key words: Podcasts - Communication effects - Technology acceptance - Egyptian youth.

* Lecturer of journalism “journalistic arts technology”, at Department of Media, faculty of arts, Damietta University

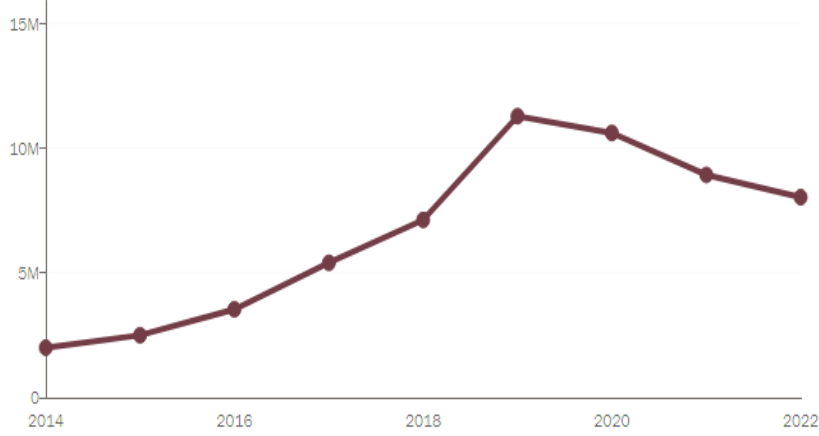
مقدمة:

كعنصر من مكونات عالم Web 2.0؛ ظهر البودكاست كشكل من أشكال وسائل الإعلام الجديدة، ويعرف البودكاست بأنه "برنامج (مثل الموسيقى أو talk) متوفرٌ بتنسيق رقمي للتنزيل التلقائي عبر الإنترنت. وقد تم اشتقاق البودكاست من مزيج من مصطلحات "iPod" و "Broadcast"، وكان أول من صاغها الصحفي بن هامرسل في عام ٢٠٠٤م في مقالته في صحيفة الغارديان، حيث صرح هامرسل "انفجر هذا الراديو عبر الإنترنت مع إدخال أجهزة iPod وبرنامج التدقيق ومدونات الويب الرخيصة، وأنه يجمع بين حميمية الصوت وتفاعلية مدونة الويب والراحة وقابلية تنزيل ملف MP3"^(١).

والبودكاست هي ملفات صوت وفيديو رقمية، تم تطويرها في بداية القرن الحادي والعشرين، عندما لم تكن وسائل التواصل الاجتماعي والحوسبة السحابية موجودة بعد، ولها هيكل توزيع لامركزي مع دعم RSS مفتوح المصدر، ومجموعة متنوعة من المصادر الاحترافية، من أجهزة الراديو والناشرين والصحفيين والمؤسسات التعليمية، إلى المنتجين والفنانين أو الهواة المستقلين، ويمكن تنزيلها على جهاز كمبيوتر أو iPod أو مشغل وسائط محمول لتشغيلها لاحقاً^(٢).

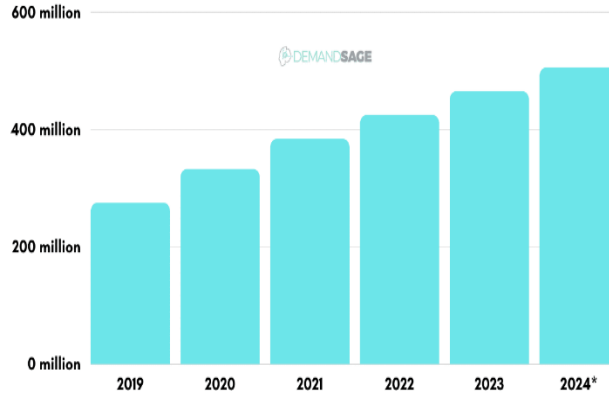
وقد أصبح البث الصوتي ظاهرة سائدة في عام ٢٠٠٥م، عندما أضافت Apple دليل Podcast إلى برنامج iTunes 4.9 الخاص به، وقد أتاح ذلك للمستخدمين الوصول إلى ما كان الرئيس التنفيذي للشركة آنذاك ستيف جوبز يشير إليها بإسم "TiVo للراديو" و "Wayne's World للراديو" و "أهم شيء يحدث في الراديو"، ومنذ ذلك الحين نمت لتصبح جزءاً صغيراً ولكن متزايد الأهمية من وسائل الإعلام الأمريكية كجزء جمالي. وفي عام ٢٠١٨م استمع أكثر من نصف الأشخاص فوق سن ١٢ عاماً إلى بودكاست واحد على الأقل، ارتفاعاً من ٤٤٪ في عام ٢٠١٧م. وتميزت البودكاست بشكل متزايد عن صناعة الراديو بأشكال مميزة والخدمات والممارسات التجارية، بما في ذلك الإدراج الديناميكي للإعلانات ومحركات توصيات البحث علاوة على ذلك؛ يستمع أكثر من نصف مستمعي البودكاست بشكل روتيني للأخبار / الأحداث الجارية، وأكثر من الثلث يستمعون إلى البرامج التعليمية^(٣).

ويستخدم الشباب المصري تقنية البودكاست باعتبارها إعلاماً بديلاً للقنوات الإعلامية التقليدية؛ حيث يتميز بالسهولة في الحصول على المعلومة، وسرعة نشرها، وقلة تكلفتها فهي خدمة مجانية، بالإضافة إلى أنها تتيح إمكانية الاستماع إليها، والقيام بأمر آخرى في وقت واحد، بعكس القراءة التي تستحوذ على الانتباه الكلي، فضلاً عن سهولة تحميلها في مشغل الوسائط والاستماع إليها في أي وقت وإيقافها ليتم استكمالها وقت الحاجة، كما يمكن للمستخدم التقدم إلى النقطة التي تعجبه تاركاً النقاط التي لا تعجبه^(٤)، وتوضح الأشكال التالية تنامي معدلات مستمعي البودكاست خلال الأعوام الأخيرة:



شكل رقم (١) يوضح تزايد عدد مستمعي البودكاست خلال السنوات الأخيرة^(٥)

The Number of Podcast Listeners Over The Years



شكل رقم (٢) يوضح عدد مستمعي البودكاست خلال السنوات الأخيرة^(٦)

وقد اجتذب البودكاست مؤخرًا اهتمامًا أكبر باعتباره شكلًا شائعًا من أشكال البث في مصر، وعلى الرغم من تاريخه الطويل إلا أن مصطلح "البودكاست" بدأ في الارتفاع في عام ٢٠١٩م وبلغ ذروته في أبريل ٢٠٢٠م، وهو التاريخ الذي يتماشى مع بداية جائحة كوفيد-١٩ العالمي. ويعتبر البودكاست من وسائل التعبير الحديثة نوعًا ما على المجتمعات العربية، لكنها بدأت تنتشر وتستخدم على نطاق واسع من قبل المدونين الصوتيين، وخاصة ممن كانوا

يطمحون في العمل الإذاعي، ولا يقتصر البودكاست على التعبير عن أفكار مقدم البودكاست بل تحول إلى وسيلة دعائية وإعلانية عن الهيئات والمنتجات والأشخاص، ومصدرًا للربح أيضًا. ومن جهة أخرى؛ تسعى وسائل الإعلام الرئيسية إلى تحسين خدماتها من خلال خلق علاقة وثيقة وشخصية مع المستمعين بتوظيفها لتقنية البث الصوتي "البودكاست" عبر منصاتها الإلكترونية، في ظل الأزمات المتلاحقة التي تحاصر الإعلام التقليدي، حيث تسارعت المؤسسات الإخبارية للتكيف مع هذا الواقع التقني الجديد عبر تبني أشكال جديدة من الوسائط من بينها البث الصوتي "البودكاست"، وهو ما يعكس حرص المنافذ الإعلامية على الابتكار، وتأمين مصادر جديدة مستدامة للتمويل في العصر الرقمي، ومن هنا تأتي أهمية الدراسة، والتي يمكن تحديدها فيما يلي:

-لاحظت الباحثة تغير عالم البودكاست وانتشاره في الآونة الأخيرة من حيث تكاثر المنصات الرقمية للبودكاست من ناحية، وتزايد استخدام الشباب لهذه التقنية الحديثة من ناحية أخرى، لذا سعت الباحثة للتعرف على ملامح تطور السلوك الاتصالي للشباب المصري في استخدامه لتقنية البودكاست، والتأثيرات الاتصالية الناتجة عنها.

-كما تسهم الدراسة في تقديم رؤية جديدة للجمهور من خلال الاهتمام بتأثيرات التقنيات التكنولوجية عليهم واستكشاف مدى تقبلهم لهذه المنصات الرقمية الوليدة في المجتمع العربي وفقًا لعناصر نموذج تقبل التكنولوجيا، وبخاصة بعد أن أثبتت قدرتها على طرح العديد من القضايا بأساليب روائية وقصصية مختلفة، وبخاصة تلك التي لم تنطرق إليها الوسائل التقليدية، وهو ما جذب الانتباه إليها.

-كما تتبع أهمية الدراسة من محاولتها معرفة أي سلاسل البودكاست التي تجذب اهتمام الشباب (إخبارية - عامة)، والنوايا السلوكية للاستخدام؛ من أجل تقديم رؤية للعمل على تطويرها، حيث تعد نتائج الدراسة بمثابة مؤشرات علمية مقننة لتقييم الشباب المصري لتقنية البودكاست كوسيلة إعلامية، وهو ما قد يفيد منتجي البودكاست الشخصية والقائمين بالاتصال في المؤسسات الإخبارية في عمليات التقييم والتقييم لأدائها في هذا الصدد.

-ومن هنا تكمن أهمية الدراسة؛ فمن الناحية التطبيقية تحاول الدراسة التعرف على أنماط سلوك الشباب المصري لتقنية البودكاست والتأثيرات الناتجة عنها. أما من الناحية الأكاديمية فتكمن أهميتها في كون تطبيق نموذج قبول التكنولوجيا لم يتم تطبيقه بهذا الشكل المفصل في دراسات أكاديمية أخرى، الأمر الذي جعل الباحثة تهتم بتوظيفه واختباره في هذه الدراسة.

مشكلة الدراسة:

مع تزايد الاهتمام بالبودكاست كوسيط اتصالي وتنامي عدد تطبيقاته وتنوع برامجه ومنتجاته سواء أشخاص، أو مؤسسات إعلامية وصحفية من ناحية؛ وتزايد اهتمام الأفراد بهذا الوسيط التكنولوجي سهل الاستخدام وبخاصة فئة الشباب الذي يسعى دائمًا إلى مواكبة ما هو جديد من ناحية أخرى؛ تسعى الدراسة الحالية إلى استكشاف السلوك الاتصالي للشباب المصري في استخدامه لتقنية البودكاست، وذلك في إطار نموذجي "تقبل التكنولوجيا"، و"الاستخدام والتأثيرات" من خلال التعرف على دوافع الشباب، وأنماط نشاطهم "المدعم والمعوق" للبودكاست ودور ذلك في تأثير البودكاست عليهم من حيث "الرضا، التفاعل، الواقعية" وعوامل تقبلهم له، وذلك لأنه عندما يعتقد المستخدم أن تطبيقات البودكاست من شأنها أن

تكون وسيلة اتصالية فعالة، سيكون ذلك عاملاً لتقبلهم لهذه التكنولوجيا، وللتصدي للمشكلة البحثية يمكن صياغتها في التساؤل التالي:-
«ما العلاقة بين التأثيرات الاتصالية الناتجة عن استخدام الشباب المصري لتقنية البودكاست وعوامل تقبلهم لهذه التكنولوجيا؟
أهداف الدراسة:

تستهدف الدراسة تحقيق هدف رئيس يتمثل في رصد السلوك الاتصالي للشباب المصري في استخدام تقنية البودكاست، ويتفرع من هذا الهدف عدد من الأهداف الفرعية على النحو التالي:

- توصيف أنماط ودوافع استخدام الشباب في المجتمع المصري للبودكاست.
- الكشف عن النشاط المدعم والمعوق للتأثيرات الاتصالية لدى الشباب في استخدام الشباب للبودكاست.
- رصد أهم عوامل تقبل الشباب لتطبيقات البودكاست.
- الكشف عن التأثيرات الناتجة عن استخدام الشباب لتقنية البودكاست وانعكاسها على تطوير الذات لديهم.
- تحليل وتفسير العلاقة بين التأثيرات الاتصالية لاستخدام البودكاست، وعوامل تقبل الشباب لاستخدامها عبر الهواتف الذكية.
- اختبار العلاقة بين كل من سهولة الاستخدام والنوايا السلوكية لتقبل استخدام البودكاست.
- تفسير العلاقة بين الدافع (النفعية والطقوسية) لاستخدام الشباب لتطبيقات البودكاست، والتأثيرات الاتصالية (الرضا، التفاعل، الواقعية) الناتجة عن الاستخدام.

الدراسات السابقة

بعد الاطلاع على الدراسات السابقة العربية والأجنبية، أمكن تقسيم الدراسات التي تناولت البودكاست حديثاً إلى محورين:

المحور الأول: تناول دراسات اهتمت بالبودكاست الإخبارية

المحور الثاني: تناول دراسات اهتمت باستخدامات البودكاست بشكل عام

أولاً المحور الأول: دراسات تناولت البودكاست الإخبارية

مع توسع منصات التدوين والبيث الصوتي وزيادة أعداد برامج البودكاست، وانتشار البودكاست الإخباري الذي تقدمه المؤسسات الإعلامية المختلفة: المصرية، والعربية، والدولية، سعت دراسة (هبة شفيق، ٢٠٢٤م)^(٧) لمعرفة مدى مصداقية برامج البودكاست كمصدر للمعلومات والأخبار لدى الجمهور المصري، وتحليل عناصر مصداقية برامج البودكاست ودراسة العوامل المؤثرة فيها. واعتمدت الدراسة على النموذج البنائي للمصداقية، وإطار تحليل مصداقية البودكاست (PodCred). وأوضحت نتائج الدراسة التحليلية التزام برامج البودكاست، عينة الدراسة، بأغلب العوامل التي من شأنها تحقيق مكونات المصداقية التي شملت؛ الدقة، والشمول، والحالية، والفورية، والواقعية، والموضوعية، والتوازن، والصدق، والأهمية، والتفاعلية، وتوصلت نتائج الدراسة الميدانية إلى أن غالبية الباحثين يثقون في البودكاست الإخباري "بدرجة متوسطة"، وتصدر

"يوتيوب" الترتيب الأول من بين التطبيقات التي يستخدمها الجمهور للاستماع إلى البودكاست، وجاء بودكاست "العربية"، وبودكاست المصري اليوم، وبودكاست سكاي نيوز العربية في مقدمة البودكاست الإخبارية التي يتابعها الجمهور عينة الدراسة. وفيما يتعلق بمؤشرات مصداقية البودكاست، أظهرت النتائج أن مؤشر "الدقة" جاء في المرتبة الأولى ضمن مؤشرات مصداقية البودكاست.

وفي إطار الكشف عن دور البودكاست في زيادة مستوى المعرفة والوعي، استهدفت دراسة (Alanna Denny, Orcid Image, et. Al, 2024)^(٨) عقد مقارنة بين حصيلته المعلومات والمعرفة لدى طلاب الجامعات قبل وبعد تعرضهم لبرامج البودكاست التعليمية، وذلك من خلال تطبيق استبيان إلكتروني على عينة من طلاب كليات التمريض في جامعة غالواي (أيرلندا)، وجامعة فورت هير (جنوب أفريقيا)، وجامعة مزوزو (ملاوي). وتوصلت الدراسة إلى وجود علاقة إيجابية بين التعرض لمحتوى البودكاست التعليمي ومستوى وعي ومعرفة الطلاب، كما سلطت هذه الدراسة الضوء على فكرة أن الجيل القادم قد يكون أكثر حرصًا على استخدام هذه التكنولوجيا، حيث نشأوا مع التعلم الإلكتروني والمحتوى القائم على الإنترنت.

ونظرًا للإحياء الأخير للوسائط التي تركز على الصوت، بحثت دراسة (Sang, Y., et al., 2023)^(٩) في استخدام البث الإخباري وتأثيره عبر الدول المختلفة من خلال تحليل ثقة الأفراد في وسائل الإعلام الإخبارية ومستوى حرية الصحافة من حيث صلتها بتوجيه المواطنين إلى نشرات الأخبار، وبالتالي كيف أثر هذا الاستخدام للبودكاست الإخباري على المناقشات عبر الإنترنت وخارجه حول الأخبار، وكذلك المشاركة السياسية عبر الإنترنت وخارجه. وأظهرت النتائج أن الوسائط الرقمية مثل البودكاست يمكن أن تؤثر على المناقشة والمشاركة عبر الإنترنت بالإضافة إلى المشاركة السياسية خارج الإنترنت، مما يشير إلى أن الأشخاص النشطين في المناقشات عبر الإنترنت هم على الأرجح أن تكون فئة فعالة في الأنشطة السياسية كذلك. كما أوضحت النتائج أن الافتقار إلى حرية الصحافة في بعض البلدان يخلق الحاجة إلى نشرات إخبارية للمحتوى الذي لا يتم توفيره من قبل وسائل الإعلام الإخبارية الرئيسية.

بينما بحثت دراسة (Matěj SKALICKÝ, 2023)^(١٠) في دوافع إنتاج المدونات الصوتية الإخبارية في التشيك باعتبار المدونات الصوتية الإخبارية ظاهرة إعلامية ناشئة في التشيك، وقد تحدد تساؤل هذه الدراسة في: لماذا قررت المؤسسات الإعلامية الراسخة اتباع الاتجاه الدولي (الذي عززه الوباء) من حيث إعادة اكتشاف الصوت لنقل الأخبار بطريقة جديدة وشعبية، وكشفت النتائج أن وسائل الإعلام التشيكية الرائدة بدأت في إنتاج ملفات صوتية إخبارية لعدة أسباب منها: الوصول إلى جمهور أصغر سنًا، والاستفادة من محتوى جديد في منصة العرض، وبناء الثقة؛ فإنه يستهدف الشباب المولودين في العالم الرقمي المحاطين بأحدث التقنيات وشبكات التواصل الاجتماعي، نظرًا لأنهم مرتبطون تمامًا بالنظام البيئي للوسائط الرقمية؛ وباعتبار البودكاست الإخباري أحد أنواع الوسائط حسب الطلب، ويستخدم الإنترنت وأجهزة الصوت المحمولة، فمن المنطقي أن تحاول وسائل الإعلام الراسخة جذب الانتباه لها من خلال البث الصوتي للأخبار.

وفي إطار فحص تصورات مستمعي البودكاست للوظائف الصحفية للبودكاست؛ سعت دراسة (Kelsey Whipple, et al., 2023)^(١١) للبحث في مدى ثقة مستمعي البودكاست في البودكاست ومصادر المعلومات الأخرى، بالإضافة إلى الأدوار الصحفية التي يقدرونها والإشادات الصحفية التي يربطونها بالبودكاست، وكيفية تقييمهم لمزاياها الصحفية. وأشارت النتائج إلى أن مستمعي البودكاست يثقون في البودكاست بنسبة أقل من معظم مصادر المعلومات الأخرى، باستثناء الأخبار عبر الإنترنت والبرامج الإخبارية الساخرة. وعلى الرغم من أن المستمعين يتفقون على أن البث الصوتي هو شكل من أشكال الصحافة، وطريقة للبقاء على اطلاع بالأخبار والأحداث الجارية، ومصدر قيم للمعلومات، فإنهم أكثر تشككاً في البودكاست عند مقارنتها بمصادر الأخبار التقليدية للمعلومات، كما أشارت إلى أن المستمعين الأصغر سناً يستهلكون ويتعرضون إلى البودكاست بتردد أكبر، كما لم يوافق المستمعون على فكرة أن منشئي ومضيفي البودكاست هم صحفيون أكثر من أن البودكاست نفسه هو نوع من الصحافة.

كما استهدفت دراسة (Yoon Y. Cho, 2023)^(١٢) فحص دوافع المستمعين الكوريين للاستماع إلى نشرات الأخبار السياسية بالاعتماد على نظرية الاستخدامات والإشباع، وكشفت هذه الدراسة عن خمسة دوافع، أهمها الدعم الاجتماعي، والراحة، وسهولة الحصول على المعلومات السياسية، والاستخدام المعتاد. وأكدت الدراسة أيضاً أن مدى إشباع البث الإخباري السياسي يختلف باختلاف التوجهات السياسية للمستمعين، علاوة على ذلك، وجد هذا البحث أن دوافع الدعم الاجتماعي، والاستخدام البديل، والتحول / الاستخدام المعتاد تميل إلى التأثير على المناقشات السياسية مع الآخرين، سواء عبر الإنترنت أو خارجها، ويمكن أن تشجع هذه العملية نواياهم للمشاركة السياسية أيضاً. وتميل البودكاست الإخبارية للأخبار السياسية في كوريا الجنوبية إلى توفير قدر كبير من المعلومات السياسية التي لا تتم تصفيته، على عكس المعلومات الواردة من وسائل الإعلام التقليدية. وبالتالي، يميل المستمعون إلى ضبط مصادر الأخبار غير التقليدية، مثل نشرات الأخبار السياسية، للحصول على معلومات سياسية غير مصفاة ومباشرة نسبياً، وصريحة في اللغة الناقدة.

بينما سعت دراسة (منى هاشم، أمنية عبد الرحمن، ٢٠٢٣)^(١٣) إلى تحليل برامج البودكاست المقدمة في المواقع الإخبارية العربية (المصري اليوم - العربية سكاي نيوز) والتي تتناول القضايا والموضوعات المختلفة للتعرف على مدى تأثيرها على الجمهور، وتوضيح دلائلها وآلية تقديمها وعرضها، وكذلك التعرف على تفضيلات الجمهور لهذه المنصات الرقمية الجديدة والدوافع الحقيقية وراء استخدامه لها والتأثيرات المترتبة على ذلك، وتوصلت إلى أن اهتمام موقع المصري اليوم ببرامج البودكاست أقل من العربية سكاي نيوز، بينما تساوت الموضوعات الثقافية والفنية بالنسبة لبرامج بودكاست المصري اليوم. وتنوعت برامج البودكاست بموقع العربية سكاي نيوز بين إخباري، بيئي، رياضي، اجتماعي، تجارب حياتية. كما أشارت الدراسة الميدانية إلى ارتفاع معدلات التعرض لتقنية البودكاست لدى عينة الدراسة، وحازت الدوافع النفسية على أعلى إشباع متحقق بشكل دائم حيث تعتبر المنفعة المتحققة لمتابعة البودكاست الإخبارية أعلى من الدوافع الطقوسية.

وفي إطار التوسع في تنسيق البث الإخباري اليومي في صناعة الإعلام، وما أحدثه من ظهور فرص روائية جديدة وإظهار قوة الوسط الصوتي، قامت دراسة (Carvajal, M., et al., 2022)^(١٤) بإجراء تحليل كفي لنظام البودكاست الإخباري اليومي من منظور الاستراتيجية ونموذج الأعمال، من خلال عينة قصدية ودراسة مقارنة لـ ١٤ حالة (١٠ مع الشركات الأم الإعلامية و٤ مستقلة) بناءً على شعبيتها في iVoox, Apple Podcasts, في الجزء الناطق باللغة الإسبانية، باستخدام شبه منظم مقابلات مع رؤساء المؤسسات التي تم تحليلها. وكشفت النتائج أن البودكاست الإخباري اليومي يسمح لوسائل الإعلام بتحسين مواقعها من خلال تشكيل جزء من روتين جمهورها، وخلق تدفقات جديدة للإيرادات من خلال الرعاية، واتفاقيات العلامة التجارية.

بينما ركزت دراسة (Martínez-Costa., et al., 2022)^(١٥) على ما يتم تقديمه في شكل ملفات بودكاست بواسطة العلامات التجارية للوسائط الرقمية المحلية في إسبانيا، من خلال رصد مدى التزامهم بهذا المحتوى الصوتي، وتم استخدام منهجية تحليل المحتوى النوعي والكمي، ودراسة متعمقة لمجموعة - أو عينة - من تسعة وعشرون عنواناً أو سلسلة من التدوينات الصوتية التي نشرتها سبع علامات تجارية إخبارية محلية. وتم اختيار هذه العلامات التجارية؛ لنشرها للبودكاست، ولأنها وفقاً لتقرير الأخبار الرقمية إسبانيا ٢٠٢١ م لديها أكبر وصول أسبوعي بين مستخدمي الإنترنت الإسبان. وقد أظهرت نتائج البحث أن ١ فقط من كل ٤ علامات تجارية للوسائط الرقمية تقدم مواد البودكاست، وأن وسائل الإعلام المحلية المتخصصة هي الأكثر التزاماً بالبودكاست، كما تنظر العلامات التجارية لوسائل الإعلام المحلية إلى البودكاست كجزء من منتجاتها وخدماتها القائمة على الصحافة، والتي بدأ حضورها في النمو كاستكشاف لإمكاناتها التثقيفية والتعبيرية.

وهدفت دراسة (Anka Mihajlov, 2022)^(١٦) رسم خريطة لاستخدام البودكاست في صربيا كتقنية للصحافة، وأشارت النتائج إلى أن البودكاست كشكل من أشكال الوسائط الجديدة يعد مجالاً متنامياً في صربيا وعددهم أخذ في الازدياد، وهناك جمهور مهتم بهذا النوع من عرض المحتوى، كما بينت النتائج أن البودكاست يتطور بطريقتين عندما يتعلق الأمر بالصحافة: كجزء من وسائل الإعلام عبر الإنترنت وكمسعى فردي للمؤلف، وأن البودكاست الذي هو جهد فردي للمؤلف "على اعتبار أنه يتم تحقيقه خارج المؤسسة الإعلامية" هو شكل أكثر حرية للتعبير وغالبًا ما يحظى بشعبية كبيرة.

بينما تساءلت دراسة (Hastrup, Kayla J., 2022)^(١٧) كيف تؤدي الروايات دورًا بارزًا في المسعى الصحفي؟ وكيف يتم استخدام أطر القبول والرفض في البودكاست السردية الواقعي؟ من خلال النقد البلاغي والتحليل النصي الوثيق للبودكاست السردية الشعبي S-Town، وقد قامت الدراسة بتفكيك الإمكانيات الصحفية، والترفيهية، والسياسية للبودكاست، ومناقشة كيف أنها توفر نهجًا حميمًا لسرد القصص الواقعية من خلال السرديات الانعكاسية الذاتية، والإقناع الصوتي، والأطر الخطابية للقبول. وأشارت النتائج أن البودكاست هو إعادة تنشيط رواية القصص الصوتية وواحدةً من أكثر الأراضي خصوبة للسرد الواقعي، كما أشارت إلى الحاجة إلى فهم الآثار الأخلاقية والمعنوية التي غالبًا ما يتم تجاهلها لوسائل الإعلام التي تغذيها الحقائق وتحركها القصة.

وفي ظل إنتاج غرف الأخبار الرقمية الحديثة مخرجات صحفية بتنسيقات محتوى جديدة متعددة، البودكاست هو واحد منهم، تقدم دراسة (Sneha Gore, Nilesh Gokhale,) (2021)^(١٨) ملامح مختلفة للبودكاست كما تمارس في غرف التحرير الهندية من خلال دراسة الممارسات الصحفية المرتبطة بها بناءً على العمل الميداني في غرف الأخبار، وكذلك المقابلات المتعمقة؛ أشارت نتائج الدراسة إلى أن ممارسات اختيار الأخبار يُظهر البث بمجموعة مختلفة من القيم الإخبارية الناشئة، كما تبين حرص الصحفيين لتوظيف أكثر من أسلوب تفسيري وروائي لرواية القصة يبتعد عن القاعدة الصحفية القديمة للموضوعية. علاوة على ذلك، وُجد أن هؤلاء الصحفيين يفهمون البث الصوتي باعتباره شكلاً من أشكال "الصحافة الطبيعية"، وتصور البودكاست على أنها استراحة ضرورية في العمل الإخباري المعاصر "دائمًا".

كما استهدفت دراسة (Ryston, 2021)^(١٩) الكشف عن مدى تأثير المدونات الصوتية والشفهية الجديدة (البودكاست) في وسائل الإعلام الإفريقية على الجمهور مقارنة بالوسائل الإذاعية التقليدية؛ وأشارت النتائج إلى أن أسلوب السرد القصصي المستخدم في البودكاست له تأثير كبير على المستمعين وبخاصة الذين لا يعرفون القراءة والكتابة، كما أشارت إلى الدور الذي يقوم به القائم بالاتصال في عروض البودكاست، والتحدي الذي يواجهه في تحديد وعرض القضايا والموضوعات على المستمعين بأسلوب سهل وجذاب.

كما استهدفت دراسة (Nic Newman, Nathan Gallo, 2019)^(٢٠) رسم خريطة لقطاع البودكاست الإخباري في مختلف البلدان، من خلال جمع البيانات من مخططات Apple Podcasts في خمس دول: (الولايات المتحدة، والمملكة المتحدة، وأستراليا، وفرنسا، والسويد) بالاعتماد فقط على المحتوى الذي تم وضع علامة "أخبار وسياسة" عليه من قبل الناشرين أنفسهم في يوليو ٢٠١٩م، وركزت على أهم ٢٠٠ ملف بودكاست (رائج) في كل بلد، وأشارت النتائج إلى أنه على الرغم من أن هيئات البث هي أكبر منتجي البودكاست في جميع البلدان الخمسة التي شملتها الدراسة، إلا أن شركات الوسائط المطبوعة والرقمية تنتج المزيد من ملفات البودكاست المحلية الرائجة بشكل عام، ووفقًا للنتائج ركز الناشر المطبوعون والرقميون بشكل أكبر على تنسيقات الحديث والمقابلات الرخيصة نسبيًا في الإنتاج، بالإضافة إلى نشرات صوتية إخبارية يومية متعمقة، فكلما شكّلين يسمحان لهم بإعادة استخدام المواهب الصحفية الموجودة، وعرض خبرات غرف التحرير الخاصة بهم. كما وثق هذا التقرير النمو في المعارض من ملفات البودكاست الإخبارية المحلية في خمسة بلدان، وأوضح كيف أن الأشكال الجديدة مثل النشرات القصيرة، والتحليلات اليومية العميقة لها صدى متزايد لدى الجماهير.

بينما تجادل دراسة (Funk, M., 2017)^(٢١) بأن صانعي البودكاست أفضل في التعبير عن المجتمع الداخلي مع المضيفين المشاركين والضيوف أكثر من المجتمع الخارجي مع المستمعين والمعجبين. وأظهرت نتائج الدراسة أن الصحافة ومقدمي البودكاست المهني كانوا أفضل بشكل عام في بناء مجتمع داخلي (مع مضيفين مشاركين وضيوف) من المجتمع الخارجي (مع المستمعين وأعضاء الجمهور العادي) وتجدر الإشارة أيضًا إلى أن البودكاستيين المهنيين كانوا أكثر استعدادًا من الصحفيين لتطوير المجتمع الخارجي،

واعترفوا بشكل أكثر شمولاً الكشف عن الذات والمجتمع الداخلي، ولم يتم بالضرورة تجنب قراءة رسائل البريد الإلكتروني بالمستمعين أو الرد مباشرة على أفراد الجمهور، ولكن تم إعطاء الأولوية بوضوح للتغطية الصحفية الروتينية، والمحادثات الداخلية بين المضيفين.

المحور الثاني: دراسات اهتمت باستخدامات البودكاست بشكل عام

اهتمت دراسة (منة الله كمال، ٢٠٢٤م)^(٢٣) برصد وتحليل الدراسات الإعلامية العربية والأجنبية الحديثة في مجال صناعة البودكاست، وذلك ضمن معايير الابتكار الإعلامي من مختلف المدارس البحثية على مستوى العالم في الفترة من (٢٠١٨: ٢٠٢٣م) واعتمدت الدراسة على أسلوب التحليل من المستوى الثاني، وبلغ عدد الدراسات عينة الدراسة ستين دراسة. وتوصلت الدراسة إلى اختلاف المدراسة العلمية في المفاهيم والنظريات التي تعتمد عليها في دراسة البودكاست، حيث استخدمت المدارس الأمريكية مفاهيم مثل: "التدوين الصوتي"، و"السردي الصوتي" في حين استندت المدارس الأوروبية إلى الدراسات الأدبية والثقافية، كما استندت الدراسات العربية إلى التوعوية، والتنمية، والمهارية. وأوصت الدراسة بتوظيف تقنيات تحليل البيانات، والذكاء الاصطناعي في بحوث البودكاست لفهم سلوك المستمعين بشكل أفضل.

وفي إطار فحص أسباب الاهتمام المتزايد مؤخرًا بالبودكاست هدفت دراسة (Sedat)^(٢٣) (Özel, 2022) إلى فحص أسباب الاهتمام المتزايد مؤخرًا بالبودكاست في تركيا، ولتحليل نمو شعبية البودكاست تم الاعتماد على نموذج قبول التكنولوجيا، ونظرية الاستخدامات والإشباع، من خلال تطبيق استبيان يستهدف المستخدمين الذين استمعوا إلى البودكاست من خلال Spotify، خدمة بث الموسيقى الأكثر شعبية في تركيا. وأشارت نتائج الدراسة إلى أن غالبية المشاركين سمعوا لأول مرة عن البودكاست من خلال Spotify بمجرد إعلانهم أنهم يقدمون البودكاست كجزء من خدماتهم، وكانت سهولة الاستخدام المتصورة في الاستماع إلى البودكاست بمثابة العامل الرئيس وراء دوافع الاستماع. ولذلك، وعلى الرغم من أن تعميم البودكاست في الأسواق الجديدة يبدو أنه مرتبط بمحتواها الفريد، فإن العامل الحاسم الذي يقود تعميم البودكاست هو في الواقع أكثر ارتباطًا بالقدرة التي توفرها البودكاست للمستخدمين من خلال الوصول إلى المحتوى في أي وقت وفي أي مكان بطريقة واضحة ومباشرة.

كما هدفت دراسة (الشيباني ٢٠٢٢م)^(٢٤) إلى التعرف على دوافع استخدام الجمهور السعودي لراديو الإنترنت (البودكاست) وقياس الإشباع المتحققة منه، ومن ثم دراسة تأثيراته والتعريف بأبرز العوامل المؤثرة في انتقاء المحتوى. واعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي بطريقة المسح الإعلامي من خلال جمع وتحليل بيانات (٢٢٠) مفردة، وتوصلت النتائج إلى أن الدوافع النفعية تغلبت على الدوافع الطقوسية، كما أشارت إلى أن أحد أبرز دوافع التعرض تمثلت في اكتساب القدرة على التفكير والابتكار، كما كشفت الدراسة أن من أهم العوامل التي تزيد من ارتباط المستخدمين بالبودكاست هو اتصافه بالحدثة والعصرية، وأنه يتيح التعبير عن الرأي بحرية حول الأحداث الجارية، وإمكانية متابعته على أكثر من جهاز لاستقبال يناسب ذوق وحاجة المتلقي وإمكاناته؛ مما يحقق لهم متابعة البرامج التي تناسبهم وقتما شاءوا وأينما كانوا. كما تشير نتائج الدراسة إلى أن الدوافع النفعية للتعرض

إلى البودكاست تغلبت على الدوافع الطقوسية لدى الجمهور السعودي، ومن المؤشرات المهمة التي كشفت عنها الدراسة أن غالبية المبحوثين يرون أن البودكاست يمكنهم من الخروج من نمطية الإذاعة التقليدية.

وعنيت دراسات أخرى بدراسة المضامين المقدمة في برامج البودكاست ومدى تأثيرها على الجمهور، حيث سعت دراسة (الخالدة ٢٠٢٢م)^(٢٥) إلى تحليل برنامج بودكاست "حرر" والتعرف على المضامين التي يتناولها البرنامج والاستمالات والأطر الإعلامية المستخدمة والمصادر التي يعتمد عليها. وتوصلت الدراسة إلى اعتماد بودكاست حرر على الإطار العام في تناوله للقضايا الإعلامية، كما ركز البرنامج على الأهداف التوعوية في تناوله للقضايا الإعلامية، وتم استخدام المعالجة التحليلية بنسبة ٨٠% تتلوهما المعالجة التقريرية. كما اعتمد البرنامج على اللغة العامية بنسبة ٩٠%، وأظهرت النتائج أن البرنامج استخدم في معظم حلقاته قالب الحوار، واعتمد على الشخصيات ذات صلة بالموضوع بشكل أساسي كمصدر للمعلومات بنسبة ١٠٠%، واحتلت المضامين الثقافية المرتبة الأولى تلتها الموضوعات الاجتماعية، والسياسية، والتعليمية.

بينما قدمت دراسة (Sylvia M. Chan-Olmsted, other 2022)^(٢٦) أول فحص شامل لمستخدمي البودكاست في الولايات المتحدة من منظور الدافع والاستخدام، وأظهرت النتائج أن الترفيه، والمعلومات، والتفوق على المنصات الصوتية التقليدية كانت أهم المحفزات لاستهلاك البودكاست، وأن استخدام البودكاست في المنزل كان مرتبطاً بشكل سلبي بدافع الهروب من الواقع / التسلية ولكنه مرتبط بشكل إيجابي بالسعي للحصول على المعلومات (على الرغم من أنه هامشي على حد سواء). بينما كان الاستهلاك خارج المنزل (أي في العمل وأثناء التنقل) مرتبطاً بشكل إيجابي بالهروب / التسلية ولكنها مرتبطة سلباً بالبحث عن المعلومات. وأضحت الدوافع العاطفية والمتعلقة بالترفيه تلعب دوراً أكثر أهمية في مستوى الاستخدام الفعلي (أي الكمية المستهلكة)، بينما تؤدي الدوافع المعرفية المتعلقة بالمعلومات إلى مزيد من التفاعل المستمر مع محتوى / مضيف البودكاست (أي الاشتراك).

وفي إطار البحث عن استخدامات البودكاست؛ سعت دراسة (Leite PL, Torres FAF,)^(٢٧) إلى اكتشاف مدى قدرة البودكاست لتعليم الصحة الجنسية والإنجابية للمراهقين، تم إجراء دراسة منهجية بناءً على منظور فريري، من خلال تطبيق استبيان المعرفة حول الجنسية على ٦٠ مراهقاً، وتم التحقق من صحة البودكاست لتعليم الصحة الجنسية والإنجابية للمراهقين، فيشكل أداة للممارسات المهنية الصحية، وخاصة الممرضات، وكذلك الاستخدام المستقل من قبل المراهقين.

كما استهدفت دراسة (Stephanie J. Tobin, other, 2022)^(٢٨) تحديد المتنبئين بالميول للاستماع إلى البودكاست وفحص الارتباطات بين جوانب الاستماع إلى البودكاست والتنبؤ بالتوقف والنتائج النفسية، وذلك بالتطبيق على ثلاثمائة وستة بالغين من مجموعة من البلدان من خلال استبيان عبر الإنترنت لتقييم مؤشرات الفروق الفردية (عوامل الشخصية الخمسة الكبرى، والفضول، والحاجة إلى الإدراك، والحاجة إلى الانتماء، والعمر، والجنس) وجوانب الاستماع إلى البودكاست (الكمية، والشكل، والإعداد، والجهاز، والجوانب الاجتماعية) والنتائج المحتملة (الاستقلالية، والكفاءة، والعلاقة، والمعنى، والوعي، وإدمان الهواتف

الذكية). وتوصلت الدراسة إلى أن الانفتاح على التجربة والفضول القائم على الاهتمامات والحاجة إلى الإدراك تنبأ بشكل إيجابي بالاستماع إلى البودكاست. ولم يكن الوقت الذي يقضيه في الاستماع إلى البودكاست مرتبطاً بالاستقلالية، أو الكفاءة، أو الارتباط أو المعنى، أو اليقظة، أو إدمان الهواتف الذكية، وتدعم النتائج فكرة أن الدوافع المعلوماتية يمكن أن تلعب دوراً في الاستماع إلى البث الصوتي.

بينما استهدفت دراسة (Atalay, G. E., et al, 2022)^(٢٩) فهم سبب تفضيل التقنيات التي تعتمد على الصوت وأسباب زيادة استخدامها، من خلال مقابلات متعمقة مع الأفراد الذين يستخدمون فرص الاتصال الرقمي القائمة على الصوت، وأشارت النتائج إلى أن الأفراد الذين يستخدمون تقنيات الصوت الرقمي يفضلون استخدام هذه التقنيات؛ لأنها تسمح لهم بأداء أكثر من وظيفة واحدة في نفس الوقت، ويمكن الاستماع إليها في أي مكان وفي أي وقت، وأن البودكاست كمحتوى إعلامي يساعدهم على الشعور بالوحدة بدرجة أقل، كما تسمح لهم بأداء أعمال أخرى في نفس الوقت. وأكد مستمعو البودكاست أن الاستماع إلى هذا النوع من الوسائط يخاطب خيالهم أكثر من أشكال الوسائط الأخرى. كما أشار سكان الحضر والمتعلمين أن البودكاست يوفر الوقت لاستهلاك المحتوى و/ أو الوصول إلى المعلومات أثناء المشي، أو ممارسة الرياضة، أو قبل النوم.

أما من حيث مصداقية البودكاست، هدفت دراسة (Renisyifa, A., et.al, 2022)^(٣٠) إلى معرفة مدى مصداقية وسائط البودكاست في نقل المعلومات للجمهور من خلال مراقبة العديد من منصات البودكاست، واقتصر الباحث فقط على ملاحظة التحقق من بيانات المقابلات مع منشورات المحتوى على عدد من هذه المنصات. وتشير نتائج هذه الدراسة إلى أن مصداقية وسائط البودكاست في تقديم المعلومات العامة عالية جداً؛ لأنها جزء من توضيح المعلومات المتداولة من خلال تقديم نفسها بشكل غير مجهول، ويتم تنفيذها من خلال بحث متعمق. كما أشارت إلى أن الاستماع إلى بودكاست حول موضوع معين يمكن أن يحفز عقل الجمهور لتلقي المعلومات وهو ما يعادل قراءة كتاب، وتعتمد المعلومات الموجودة في البودكاست على تخصص مقدم البودكاست من خلال بناء المصداقية حيث يتمكن القائمون على البودكاست من أن يصبحوا مقدمين دقيقين وموثوقين، ويساعدون في تحفيز عقل الجمهور ليكون قادراً على التفكير بشكل أكبر، وكذلك تخيل التصور والتفكير بشكل نقدي أكثر والإبداع والحصول على العديد من الإلهام المثير للاهتمام.

وكوسيلة بديلة تُستخدم في مجموعة متنوعة من القطاعات وتتجاوز في كثير من الأحيان قيود الرقابة، افترضت دراسة (Heba Fantini, 2022)^(٣١) باستخدام نظرية الاستخدامات والإشباع وجود علاقة بين الرقابة المحدودة على البودكاست والزيادة الحالية في مستمعي البودكاست، بالإضافة إلى فكرة أنه كلما زاد عدد المواضيع المحظورة التي يتم تناولها في البودكاست، زاد الطلب عليها من خلال تحليل محتوى ثلاث بودكاست عربية بارزة، "بودكاست إيسا"، و"كفاية باه"، و"الكائن الأم"، من خلال عدسة الرقابة والمحرمات الاجتماعية، واستخدام مقابلات متعمقة لفحص الموضوعات التي تمت مناقشتها، واللغة المستخدمة في حلقاتها، وتأثير هذه البودكاست على عينة من المستمعين النشطين من الشباب المصريين، وقد تبين أن مرونة البث الصوتي، والتحكم في المتعلم هي أكثر الطرق وضوحاً

والتي يمكن من خلالها دعم التعلم البناء، وأن البودكاست تناولت بعض السلوكيات السلبية التي نادرًا ما تمت مناقشتها في الماضي، مما يساهم في التحول من ضيق الأفق إلى سعة الأفق في المجتمع المصري، وذلك من خلال السماح للأجيال الجديدة بمناقشة مواضيع كان يُمنع في السابق مناقشتها علنًا.

وفي إطار فهم الجمهور وسبر إمكانات التوسع في استخدام البودكاست، سعت دراسة سورية بمبادرة من ثلاث مؤسسات إعلامية سورية هي: آرتا إف إم، جريدة عنب بلدي، وراديو روزنة، ومن تنفيذ مركز السياسات وبعوث العمليات (OPC)^(٣٢)، كخطوة أولى في الطريق لفهم تجربة البودكاست في سوريا سواء من حيث طيف المنتجين وسمات المحتوى، أو من حيث سمات الجمهور. وأظهرت نتائج الدراسة أن المستخدمين يفضلون حلقات البودكاست القصيرة، ويظهرون اهتمامًا بطيفٍ واسع من المواضيع بنسب متقاربة، لكن النسب الأكبر كانت من نصيب المحتوى الإخباري والمحتوى الاجتماعي والثقافي، كما فضل المستجيبون بدرجة كبيرة البودكاست باللهجة العامية على اللغة الفصحى.

كما بحثت أيضًا دراسة (L. Suter, G. Waller, Martin Zimmer, 2021)^(٣٣) في استخدام المدونات الصوتية من قبل الشباب تتراوح أعمارهم بين ٢١ و ٢٩ عامًا في سويسرا الناطقة بالألمانية ودوافعهم، بهدف تكوين انطباع عن مستمعي البودكاست ودوافعهم المختلفة للاستماع وطرق استخدامه. وأشارت النتائج أن جميع المستجيبين يستمعون بالاستماع إلى البودكاست كنشاط جانبي، لكن البودكاست شائعة أيضًا كنشاط رئيس، كما تنوعت دوافع استخدام البودكاست كمصدر للأخبار والسياسة للبقاء على اطلاع دائم والحصول على وجهات نظر مختلفة حول الأحداث الجارية؛ لأغراض ترفيهية بحتة، سواء كان ذلك من النوع الكوميدي "ملفات البودكاست الثرثرة"، أو الجريمة الحقيقية، أو الألعاب، أولئك الذين يستمعون إلى البودكاست من قبل شخصيات "مشهورة" أو مؤثرين حول مواضيع مثل نمط الحياة، والصحة، لاكتساب المعرفة الخاصة بالموضوع، والتي يمكن استخدامها لأغراض الدراسة أو العمل، كما توصلت إلى أنه لا توجد زيادة مباشرة في استخدام البودكاست، بل هو نوع من إعادة الاستخدام.

كذلك سعت دراسة (فائزة بوزيد، ٢٠٢١م)^(٣٤) إلى تتبع بعض البودكاستات التي تشهدها الساحة الثقافية والإعلامية الجزائرية والمضامين التي تحتويها ومدى تكريسها للأقطاب الثلاثة في المجتمع: اللغة، والهوية، والمواطنة، وتمثلت أهم النتائج في أن البودكاست كصناعة ثقافية جماهيرية قد أسهمت في ترسيخ القيم المجتمعية من اللغة، والهوية، والمواطنة، كما مكنت البودكاست من فتح الفضاءات الحوارية بين مختلف المكونات الاجتماعية في الجزائر لمناقشة القضايا الوطنية والدفاع عنها.

وفي إطار دراسة استهلاك نمط جديد كالبودكاست خلال جائحة Covid-19 قامت دراسة (M. Paisana, R. Martins, 2021)^(٣٥) برصد ديناميات استهلاك البودكاست في البرتغال، باستخدام عينة تمثيلية من السكان، وأنماط الاستهلاك حسب الجنس والمصدر في فترات ما قبل الجائحة (ديسمبر ٢٠١٨م) وما بعد الجائحة (ديسمبر ٢٠٢٠م)، وأشارت النتائج إلى أن البث الصوتي قد اكتسب بشكل عضوي توكيئًا جديدًا مع قابلية محدودة

للتواصل، ولم يوقف الوباء النمو المتسارع على جانب العرض سواء من حيث تنوع المحتوى والكمية أم زيادة المنافسة.

أما عن تأثير البودكاست على الوعي السياسي للجمهور فقد اهتمت دراسة (yeromin, 2021)^(٣٦) بتأثير المدونات الصوتية البودكاست والقصص المصورة على الاتصال السياسي للأحداث الدولية لدى النخبة والجمهور، وأشارت النتائج إلى تأثير البودكاست والقصص المصورة على الوعي السياسي للجمهور عامة، والخبراء السياسيين بصفة خاصة بطرق لا يمكن التنبؤ بها، كما أن الحرب الأوكرانية التي نشبت مع الاتحاد الروسي كانت مادةً خصبةً لهذه الوسائل والتي يسعى من خلالها إلى تعزيز وعي الجمهور نحو أضرار هذه الحروب على مستوى العالم.

وفي الإطار ذاته أيضاً سعت دراسة (عبد الرزاق غزال، وفاء بورحلي، ٢٠٢١)^(٣٧) إلى التعرف على تأثير البودكاست في تشكيل الوعي المجتمعي، والسياسي، والثقافي، والاجتماعي؛ وتوجيه قرارات المبحوثين في هذا المجال بصفة خاصة. وتوصلت النتائج إلى أن المبحوثين أكدوا على أن مشاهدتهم لوصلات وحلقات البودكاست والتدوين الصوتي والمرئي زاد من وعيهم الاجتماعي، وتمثلت مظاهر ذلك في ارتفاع إحساسهم بالمسؤولية الاجتماعية نحو الوطن والمواطنة وكيفية تحسين علاقاتهم مع الأفراد المحيطة بهم، فيما رأت نسبة قليلة أن هذه المواقع لم تؤثر في ذلك بأي شكل من الأشكال. وقد تعرض المبحوثين لمضامين البودكاست والتدوين المرئي-الصوتي من خلال الروابط والإحالات التي تتيحها مختلف الصفحات على موقع الفيسبوك، والتي هم من مشتركيها في الأساس. وهو ما أكدته دراسة (Alkhalouf & other 2020)^(٣٨) أن استخدام البودكاست يعد ثقافة سمعية جديدة ومشهداً جديداً من مشاهد الحقل الإعلامي الذي يؤسس لبث مضامين صوتية تساهم في بناء وعي مجتمعي وفتح المشاركة السياسية عبر تأثير تدوينات المضامين الصوتية والمرئية عبر مختلف المنصات الاجتماعية.

بينما استهدفت دراسة (José Luis, et al, 2020)^(٣٩) تحليل ومقارنة عينة من البودكاست المنتجة من قبل ثلاث عشرة منصة إعلامية ناشئة من ثمانية بلدان. وكشفت النتائج الاستكشافية أن البودكاست الأصلي باللغة الإسبانية لا يزال يتوسع، وأنه عندما تكون الوسائط الجديدة صغيرة الحجم فهي أكثر توجهاً نحو الاستغلال الكامل للإمكانيات السردية والمبتكرة لهذا التنسيق الصوتي، كما تجد هذه الوسائط الجديدة طرقاً مختلفة لتحقيق الربح، وأن ثلاثة من هذه المشاريع تعتبر نفسها "وسائل إعلام بديلة"، حيث تنتج محتوى موجهاً بشكل خاص إلى الأقليات وتغطي موضوعات وقضايا عادة ما تتجاهلها وسائل الإعلام التقليدية، كما أشار مقدمو الخدمة أن جمهورهم من الشباب.

وفي إطار توظيف الوسائط المتعددة التفاعلية سعت دراسة (Radjagukguk 2020)^(٤٠) (other) إلى التعرف على مدى تأثير مزج محتوى البودكاست للموسيقى على الجمهور بالتطبيق على بودكاست PODCAST BERIZIK وأشارت النتائج للتأثير الفعال للبودكاست على تلقي الجمهور المعلومة والشعور بالراحة والاسترخاء، وإمكانية الاستماع له في أي وقت من خلال تحميله على الهاتف، بالإضافة إلى سهولة نشر المعلومات على الوسائل الجديدة بعكس الوسائل التقليدية، مما دفع عينة الدراسة إلى تفضيل تلك الوسائل

الجديدة. ومن ناحية أخرى فإن ما يميز البودكاست عن البث الإذاعي هو أن البودكاست وسائط قائمة على الطلب، مما يعني أنه يمكن لمستخدمي الوسائط تحديد المحتوى الذي يريدون عرضه بحرية دون التقيد بمواعيد معينة.

ومن خلال تحليل خمس مجموعات تركيز مع أشخاص "عادةً (في أكثر الأحيان) يستمعون إلى حلقة بودكاست واحدة على الأقل في الأسبوع" في محاولة لدمج أنماط استخدام الوسائط القديمة والجديدة في أبحاث U&G، استنتجت دراسة (Lisa G. Perks, Jacob S. Turner, 2018)^(٤١) أن البودكاست تقدم إمداداً لا نهائياً من المحتوى الجذاب الذي يسافر مع المستمعين، مما يسمح لهم بأن يكونوا "منتجين" بطرق مادية ومثيرة للعقل، ويتم تسهيل الاستمتاع جزئياً عن طريق إقامة اتصالات مع المضيفين والمستمعين الآخرين.

بينما استهدفت دراسة (أمل خطاب، ٢٠١٧م)^(٤٢) تحديد أبعاد السلوك الاتصالي لدى الشباب المصري من خلال التعرف على حجم استخدامه لتقنية البودكاست ومن ثم تحديد أسباب ودوافع استخدامه لهذه التقنية، وكذلك تفضيلاته لأنواع البودكاست المختلفة ومدلول ذلك والتأثيرات المترتبة عليه، تطبيقاً على عينة قوامها (٤٠٠) مفردة ممن يستخدمون تقنية البودكاست. وأظهرت النتائج استخدام الشباب لتقنية البودكاست باعتبارها إعلاناً بديلاً للقنوات الإعلامية التقليدية يتميز بالسهولة في الحصول على المعلومة، وسرعة نشرها، وقلة تكلفتها، كما أظهرت النتائج تفضيل الشباب للبودكاست الذي يتناول قضايا المجتمع وتطویر الذات وعرض تجارب النجاح وريادة الأعمال، والمشكلات الاجتماعية وطرحها للنقاش وتقديم حلول. كما يتعرض الشباب لتقنية البودكاست بدوافع نفعية أكثر منها طقوسية؛ فهي تشبع لديهم دوافع المعرفة وزيادة المعلومات في المجالات الاجتماعية.

وحول أسباب متابعة الطلبة الجامعيين لبرامج البودكاست من خلال اليوتيوب والإشباع المتحققة والتأثيرات الإيجابية والسلبية لاستخدام اليوتيوب لمتابعة البودكاست، أشارت دراسة (العابد السيد، ٢٠١٧م)^(٤٣) إلى أن أغلب الطلبة يتابعون برامج البودكاست عن طريق اليوتيوب بصفة منتظمة، وتصدرت الدوافع النفسية لمتابعة برامج البودكاست في التسلية والمتعة، وكان دافعهم المعرفي الأول لمتابعة هذه البرامج هو حب الاطلاع، ثم الدافع الاجتماعي متمثلاً في زيادة الخبرة في التعامل مع الآخرين.

بينما سعت دراسة (Steven Mclung & keistine Johnson, 2010)^(٤٤) إلى التعرف على صفات وسمات مستخدمي البودكاست، وبالتطبيق على عينة بلغت ٣٥٤ مفردة أشارت النتائج إلى أن أبرز دوافع استخدام البودكاست تمثلت في الترفية والاسترخاء، وأن أكثر من نصف العينة من ذوي التعليم العالي، ويستخدمون الهاتف الذكي في الاستماع إلى برامج البودكاست.

ووفقاً لما تم عرضه من دراسات سابقة، يمكن استخلاص ما يلي:

- كشفت الدراسات السابقة تميز طرق صحفّ البودكاست وانتهاجهم الأساليب القصصية والروائية في عرض الأخبار.

- كما كشفت الدراسات السابقة أن أهم أسباب تفضيل الشباب للبودكاست تمثلت في سهولة الاستخدام، وإمكانية أداء أكثر من وظيفة في نفس الوقت، كما كشفت عن غلبة الدوافع النفعية على الدوافع الطقوسية لاستخدامات الشباب لتطبيقات البودكاست.

-كما أظهرت الدراسات العربية ضعف مستوى اهتمام توظيف المواقع الصحفية المصرية لتقنية البودكاست؛ بينما كشفت الدراسات الأجنبية حرص المواقع الإخبارية على استخدام البودكاست كوسيلة لتحسين مواقعها ووسيلة لتدفق الإيرادات وتعزيز هامش الربح.

-أبرزت الدراسات السابقة قدرة البودكاست على زيادة وعي المستخدمين وتمكينهم من مناقشة الأخبار داخل فضاءات الإنترنت وخارجه، إلا أنه لم يحظ بمستوى ثقة يعادل المصادر الإخبارية التقليدية.

-تنوعت المداخل النظرية المطبقة في الدراسات السابقة، فبعضها استخدم "النموذج البنائي للمصادقية"، ونموذج "قبول التكنولوجيا"، بالإضافة إلى نظرية "الأطر الإعلامية".

-لوحظ اعتماد أغلب الدراسات السابقة على نظرية "الاستخدامات والإشباع" كمدخل نظري لدراسة استخدام البودكاست، في حين اعتمدت الدراسة الحالية مدخل الاستخدام والتأثيرات لتخطي مرحلة الإشباع والتركيز على قياس درجة التأثير وعلاقتها بنمط الاستخدام.

-ركزت معظم الدراسات السابقة على الكشف عن أسباب ودوافع استخدام الشباب للبودكاست، بينما ركزت أخرى على البودكاست كشكل إخباري، في حين تسعى الدراسة الحالية إلى رصد مدى تقبل الشباب للبودكاست كتقنية إعلامية مستحدثة.

-أغلب الدراسات السابقة التي طبقت نموذج تقبل التكنولوجيا كانت دراسات أجنبية أجريت في مجتمعات غربية تختلف في استخدامها للتكنولوجيا عن المجتمعات العربية؛ لذا تختلف الدراسة الحالية في كونها تهتم بتطبيق هذا النموذج على المجتمع العربي ممثلاً في الشباب المصري.

-وقد استخدمت الدراسات السابقة أدوات المقابلة والاستبيان لجمع بيانات الدراسة، بالإضافة إلى المقابلات المتعمقة، بينما تمثلت أغلب المناهج المتبعة في الدراسات السابقة في المنهج الوصفي، والمنهج التجريبي، كما استعان بعض الدراسات بالمنهج المقارن ولكن ليس بشكل مستقل؛ وإنما بالمزاوجة بينه وبين غيره من المناهج.

-وقد أفاد الاطلاع على الدراسات السابقة الباحثة في تعميق مشكلة البحث وتحديدها بدقة، ووضع تصور عام للدراسة، والوقوف على الأهداف الرئيسة للدراسة، ومقارنة النتائج التي توصلت إليها بنتائج الدراسة الحالية من حيث أوجه الاتفاق والاختلاف.

وبناءً على ما سبق وفي حدود اطلاع الباحثة، خلصت الباحثة إلى ضرورة استكمال الدراسات والبحوث التي تناولت البودكاست من خلال إجراء دراسة عنيت بالكشف عن السلوك الاتصالي للشباب في استخدامه للبودكاست الإخبارية والعامية في شكله المستحدث شكلاً ومضموناً، وتأثيراته الاتصالية عليهم، وعوامل تقبلهم له.
المداخل النظرية للدراسة:

١. نموذج قبول التكنولوجيا (TAM) Technology acceptance model

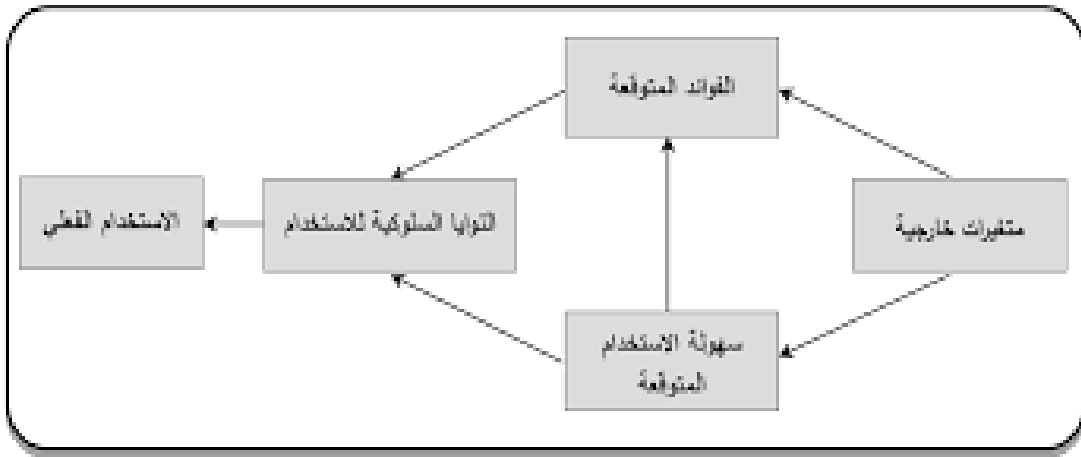
اقترح Fred Davis نموذج قبول التكنولوجيا (TAM) وهو نموذج يشرح ويتنبأ باستخدام تكنولوجيا المعلومات، إذ يقترح النموذج أنه إذا قدم نظام أو تقنية جديدة للمستخدم فإن هناك عددًا من المتغيرات قد تؤثر على قرار كيف ومتى سيكون لدى المستخدم نية لاستخدامه^(٤٥).

ويعد نموذج قبول التكنولوجيا TAM (Davis, 1989) أحد النماذج الأكثر تأثيراً لقبول التكنولوجيا، مع عاملين أساسيين يؤثران على نية الفرد لاستخدام التكنولوجيا الجديدة: سهولة الاستخدام المدركة، والفائدة المتصورة^(٤٦).

حيث يفترض النموذج أن نية / اتجاه الفرد في استخدام التقنية، وسلوك الاستخدام للتقنية، تستند إلى تصورات الشخص لفائدة التقنية المحددة (العامل الأول: الاستفادة من الاستخدام)، (والعامل الثاني: سهولة الاستخدام، والتي تعتبر أيضاً عاملاً مسبباً للحصول على الفائدة)، وكما أشار Davis فإن الفائدة وسهولة الاستخدام تعاملت محددًا لسلوك الفرد تجاه تقنية معينة^(٤٧).

وتعرف الفائدة المتصورة بأنها الدرجة التي يعتقد الفرد أن التطبيق سيساعده في تحسين كفاءة الأداء الوظيفي، بينما تعرف السهولة المتصورة بأنها الدرجة التي يعتقد بها الفرد أن استخدام تقنية معينة سيكون خاليًا من الجهد^(٤٨).

ولا تساهم دائمًا الفائدة وسهولة الاستخدام المتصورة بشكل متساوٍ في التنبؤ بالنوايا، ففي بعض الأحيان قد يتم تحديد نوايا الفرد إلى حد كبير من خلال الفائدة المتصورة، وقد يكون لسهولة الاستخدام المتصورة تأثير ضئيل أو معدوم، وفي أوقات أخرى، قد يكون لسهولة الاستخدام المتصور تأثير أكبر، على سبيل المثال؛ قد تكون الفائدة المتصورة لطلاب الجامعات لاستخدام العلاج عبر الإنترنت مدفوعة إلى حد كبير بتصوراتهم بأن العلاج عبر الإنترنت مفيد؛ وسواء أدركوا أنه سهل الاستخدام أم لا، فقد لا يؤثر ذلك على نواياهم بنفس القوة، هذه المعلومات مهمة، لأنها يمكن أن تساعد الإقناع في تصميم الرسائل بشكل استراتيجي لتحفيز الناس على تبني سلوك معين، والطريقة الوحيدة لتحديد الأهمية النسبية (أو الترجيح) للفائدة المتصورة، وسهولة الاستخدام المتصورة للنوايا هو قياس هذه المتغيرات عبر مجموعة من المشاركين في الدراسة، وإجراء تحليل إحصائي^(٤٩).



"شكل رقم (٣) رسم توضيحي لنموذج قبول التكنولوجيا TAM"

ويتكون نموذج قبول التكنولوجيا (Davis & Venkatesh 2000) من العوامل الآتية:
أولاً: العوامل السلوكية (Variables Behavioral) BV وتشمل:

- سهولة الاستخدام المدركة PEOU-Use Of Ease Perceived: تشير إلى الدرجة التي يعتقد فيها الفرد أن استخدام التكنولوجيا سهلاً، ولا يتطلب أي جهد أو معاناة.
- الاستفادة المدركة PU-Usefulness Perceived: وتشير إلى الدرجة التي يعتقد فيها الفرد أن استخدام التكنولوجيا يمكن أن يعزز ويحسن من أدائه في العمل.
- النوايا السلوكية BI Intention Behavioral لذوي السلوك المخطط له من الفرد: ويتم توقعه من خلال سهولة الاستخدام المدركة والاستفادة المدركة.
- الاستخدام الفعلي AU- Actual: الممارسة الفعلية لاستخدام التكنولوجيا لدى الفرد ويتم التنبؤ به من خلال النية السلوكية.

ثانياً: المتغيرات الخارجية (Variables External) EV

مثل المتغيرات الديموغرافية وتؤثر هذه المتغيرات الخارجية على سهولة الاستخدام المدرك PEOU، والاستفادة المدركة PU^(٥٠).

وقد تم تفضيل هذا النموذج كأساس نظري لفحص قبول واستخدام الوسائط عبر الإنترنت ومع ذلك لاحظ الباحثون الذين استهدفوا القدرة المحدودة لـ TAM أنه يجب دمج النموذج مع نظرية U&G، لتحديد الدوافع الداخلية والخارجية بشكل أفضل فيما يتعلق بسلوكيات استخدام الوسائط، وبينما يرتبط TAM غالباً بالأهداف التنظيمية، فإن التركيز النظري لـ U&G يكون شخصياً^(٥١).

تم توظيف نموذج TAM في الدراسة من منطلق عمل Davis على تطوير إطار عمل لتقييم قبول التكنولوجيا TAM-Model Acceptance Technology كطريقة لقياس قبول التكنولوجيا إذ يعتمد النموذج على أنه كلما كانت نظرة المستخدم للتكنولوجيا الجديدة على أنها سهلة الاستخدام ومفيدة، كلما كان هناك اتجاه إيجابي نحوها، وبالتالي توافر الرغبة أو الدافعية في استخدامها، والإقبال عليها. ومن ثم استعانت الدراسة الحالية بنموذج تقبل التكنولوجيا للتعرف على مدى قبول الأفراد لتقنية البودكاست وتفضيل الشباب لها، من خلال عناصر النموذج الممثلة في (سهولة الاستخدام المدركة، المنفعة المدركة) وأضافت الباحثة السؤال حول النوايا السلوكية المدركة، الاستخدام الفعلي "وليس التنبؤي" وأيضاً التعرف على تأثير عدد من المتغيرات على عناصر نموذج تقبل التكنولوجيا واختبار العلاقة بينهما.

٢. نموذج روبين وكيم للاستخدامات والتأثيرات Uses And Effects Theory:

في حين تجادل نظرية "الاستخدامات والإشباع" بأن مواقف الناس القائمة على التواصل تتشكل حول احتياجاتهم ورغباتهم، حيث يُفترض أن الجمهور يستخدم وسائل الإعلام بنشاط لتلبية احتياجاتهم الشخصية^(٥٢)، فإن نموذج "الاستخدامات والتأثيرات" الذي قدمه كلاً من روبين وكيم من النماذج التي استطاعت أن تمزج بين مدخل الاستخدامات والإشباع بصورته التقليدية ومدخل التأثيرات الإعلامية المباشرة، وبالتالي فهي تتجاوز حدود الإشباع الذي يتحقق من استخدام تلك الوسائل لتنتقل إلى ما هو أكثر عمقاً، حيث تشير النظرية إلى أن تكرار حدوث الإشباع يؤدي إلى ظهور التأثير، ويقوم هذا النموذج على افتراض أن

الدوافع النفعية لاستخدامات مضمون وسائل الإعلام وأنماط النشاط المدعم للتأثيرات الاتصالية سوف ترتبط إيجابياً بتأثيرات هذا المضمون على أفراد الجمهور، أما الدوافع الطقوسية وأنماط النشاط المعوق للتأثيرات الاتصالية سوف ترتبط سلبياً بتأثيرات هذا المضمون على أفراد الجمهور.

ويعتبر مدخل "الاستخدامات والتأثيرات" مناسباً لدراسة استخدامات وتأثيرات شبكة الإنترنت نظراً لتمتعها بإمكانات تتيح لمستخدميها التفاعل مع المواد المتاحة عليها، ويتطلب هذا التفاعل من مستخدمي هذه الشبكة أن يكونوا نشطين ولديهم حاجات محددة يحاولون إشباعها^(٥٣).

وقد غير مدخل الاستخدامات والتأثيرات الطرق التقليدية للتفكير في التأثيرات الاتصالية، فهو يبحث في كيف يستقبل أفراد الجمهور الرسائل الاتصالية بطرق نشطة طبقاً لاحتياجاتهم الخاصة؟ ويؤكد على أن الأفراد يقومون باختيارات واعية من بين العناصر المختلفة للمضمون الاتصالي، ويختارون ما يتعرضون له، وبالتالي فإن درجة وتنوع التأثيرات الاتصالية سوف تعتمد على حاجة أفراد الجمهور^(٥٤).

أولاً نشاط الجمهور وعلاقته بالتأثيرات الاتصالية:

تتمثل أنماط النشاط المدعم للتأثيرات الاتصالية في الانتقائية Selectivity والانتباه Attention والاستغراق Involvement في الرسائل الاتصالية، بينما تمثلت أنماط النشاط المعوق للتأثيرات الاتصالية في التجنب Avoidance، وتحويل الانتباه Distraction، والشك Skepticism^(٥٥).

ثانياً التأثيرات الاتصالية:

ركز كيم وروبين على ثلاثة تأثيرات، وهي: (الرضا، التفاعل، الواقعية) وهذه التأثيرات تنتج عن الاستخدام الفعلي للاتصال، حسب دراسة بول وروكينش وزملائها، وتمثل في: تأثيرات الرضا: ينتج عن تدعيم السلوك، والتقدير الإدراكي للمحتوى، والرضا عن القيم المقدمة بمضمون الاتصال فيؤدي إلى القيام بسلوكيات أخرى بهدف تدعيم الإدراك الإيجابي للذات.

تأثيرات التفاعل: تنبع من عمليات التعرض الانتقائي والانتباه للمضمون، وتؤثر على السلوكيات والتأثيرات اللاحقة.

تأثيرات الواقعية: تتم من خلال غرس القيم والمثل في ثنايا الرسائل الإعلامية بأشكال مختلفة، ومع مرور الوقت وتكرار العرض يحدث الأثر المطلوب أو على الأقل جزء منه^(٥٦).

تم توظيف نموذج الاستخدام والتأثيرات في الدراسة من خلال رصد مدى تفضيل الشباب لتقنية البودكاست وأنماط النشاط المدعم والمعوق لاستخدام البودكاست، وكذلك التأثيرات الاتصالية الناتجة عن الاستخدام.

تساؤلات الدراسة:

- ما أنماط استخدام الشباب للبودكاست ومستوى اهتمامهم بالاستماع إليها؟
- ما دوافع استخدام الشباب (النفعية والطقوسية) للبودكاست؟
- كيف قيم الشباب البودكاست كمؤدٍ للأدوار الصحفية التقليدية؟

- كيف كانت أنماط النشاط المدعم والمعوق للتأثيرات الاتصالية لاستخدام الشباب للبودكاست؟

- ما التأثيرات الناتجة عن استخدام الشباب للبودكاست؟ وعلاقتها بتطوير الذات لديهم؟

- ما عوامل تقبل الشباب لتقنية البودكاست؟ وانعكاس هذه العوامل على النوايا السلوكية لاستخدامه؟

- ما المتغيرات الديموغرافية للشباب مستخدمي البودكاست؟

فروض الدراسة:

بالاعتماد على نموذجي "تقبل التكنولوجيا TAM"، ونموذج "كيم وروبين للاستخدامات والتأثيرات"، والبحث في العلاقات السببية وتأثير المتغيرات الخارجية، تم صياغة الفروض على النحو التالي:

الفرض الأول: توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين الدوافع (النفعية والطقوسية) لاستخدام الشباب للبودكاست، والتأثيرات الاتصالية الناتجة عن استخدامهم لها.

الفرض الثاني: توجد علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية بين التأثيرات الاتصالية لتطبيقات البودكاست، وعوامل تقبل الشباب لاستخدامه.

الفرض الثالث: توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين أنماط النشاط (المدعم والمعوق) للتأثيرات الاتصالية التي يمارسها الشباب نحو استخدامهم للبودكاست، والتأثيرات الاتصالية (الرضا - التفاعل - الواقعية) الناتجة عن استخدامهم للبودكاست.

الفرض الرابع: تؤثر النوايا السلوكية للشباب نحو استخدام البودكاست عبر الهواتف الذكية تأثيراً معنوياً في استخدامهم الفعلي له.

الفرض الخامس: توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين سهولة الاستخدام المدركة، والنوايا السلوكية لتقبل استخدام البودكاست لدى الشباب.

الفرض السادس: توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين الاستفادة المدركة، والنوايا السلوكية لتقبل استخدام البودكاست لدى الشباب.

الفرض السابع: توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين مستوى اهتمام الباحثين بالاستماع إلى البودكاست ومستوى تقييمهم لها كمؤدٍ للأدوار الصحفية التقليدية.

الإجراءات المنهجية للدراسة:

نوع الدراسة ومنهجها:

تعتبر هذه الدراسة من الدراسات الوصفية التي تستهدف جمع الحقائق والبيانات عن ظاهرة ما، حيث تستهدف هذه الدراسة رصد وتحليل العلاقة بين استخدام الشباب للبودكاست بعد انتشارها في الأونة الأخيرة كوسيلة إعلامية مستحدثة، والتأثيرات الاتصالية الناتجة عن الاستخدام، كما تبحث الدراسة في العلاقة بين التأثيرات الاتصالية لاستخدام الشباب للبودكاست ومدى تقبل المستخدمين للتكنولوجيا عبر الهواتف الذكية. واعتمدت الدراسة على المنهج المسحي بأسلوب المسح بالعينة من خلال مسح عينة من الشباب المصري مستخدمي البودكاست، لصعوبة إجراء مسح شامل لجميع مفردات الدراسة.

مجتمع وعينة الدراسة:

تم تطبيق الدراسة على عينة قوامها (٥٠٠) مفردة من الشباب المصري من الجنسين من مستخدمي البودكاست الإخبارية والعامية، تتراوح أعمارهم ما بين (١٨- ٤٥ عام) من مختلف محافظات الجمهورية، وتم اختيار العينة بأسلوب كرة الثلج حتى يتسنى للباحثة توفير سمات وخصائص خاصة لأفراد العينة، وتم تطبيق الدراسة في الفترة من (٢٥ نوفمبر ٢٠٢٣م، وحتى ١٥ ديسمبر ٢٠٢٣م).

جدول رقم (١) وصف ديموجرافي للعينة

المتغيرات		التكرارات	النسبة	المتغيرات		التكرارات	النسبة
الجنس	ذكور	٢٠٠	٤٠.٠	الإقامة	ريف	١٢٩	٢٥.٨
	إناث	٣٠٠	٦٠.٠		حضر	٣٧١	٧٤.٢
	الإجمالي	٥٠٠	١٠٠.٠		الإجمالي	٥٠٠	١٠٠.٠
العمر	من ١٨ - إلى ٢٥ سنة	٤٥٠	٩٠.٠	العمل	يعمل	٢١٩	٤٣.٨
	من ٢٦ - إلى ٣٥ سنة	٤١	٨.٢		لا يعمل	٢٨١	٥٦.٢
	من ٣٦ - إلى ٤٥ سنة	٩	١.٨		الإجمالي	٥٠٠	١٠٠%
	الإجمالي	٥٠٠	١٠٠.٠				
مستوى التعليم	تعليم جامعي	٤٥٥	٩١.٠				
	تعليم فوق الجامعي (دراسات عليا)	٤٥	٩.٠				
	الإجمالي	٥٠٠	١٠٠.٠				

أداة الدراسة:

اعتمدت الدراسة على أداة الاستبيان كأداة لجمع بيانات الدراسة، تم إعدادها وفق الخطوات المنهجية؛ من إعداد الاستمارة في صورتها الأولية في ضوء أهداف الدراسة وتساؤلاتها، وبعد الاطلاع على الدراسات السابقة العربية والأجنبية لتحديد بعض الأسئلة واختصار الأخرى، واشتملت الاستمارة إلى جانب المتغيرات الديموغرافية، على عدد من التساؤلات حول أنماط الاستخدام، بالإضافة إلى بعض المقاييس:

- مقياس دوافع استخدام البودكاست (النفعية والطقوسية).
- مقياس تقييم المبحوثين للبودكاست كمؤد للأدوار التقليدية للصحافة.
- مقياس أنماط نشاط المبحوثين: وتم قياسه بمقياس النشاط المدعم (الانتقائية، الانتباه، الاستغراق)، والمعوق (التجنب، تحويل الانتباه، الشك) للتأثيرات الاتصالية.
- مقياس التأثيرات الاتصالية الناتجة عن الاستخدام: وتم قياسه بمقياس التأثيرات الاتصالية الناتجة عن استخدام البودكاست، وتشمل تأثيرات (الرضا، التفاعل، الواقعية).
- مقياس العوامل المؤثرة في تقبل الشباب لتطبيقات البودكاست عبر الهواتف الذكية وفق عناصر نموذج تقبل التكنولوجيا، وتشمل (سهولة الاستخدام، الاستفادة المدركة، النوايا السلوكية، الاستخدام الفعلي).

خطوات تقنين أدوات الدراسة:

أولاً: صدق الاستبيان:

للتحقق من صدق أدوات الدراسة تم الاعتماد علي ثلاث طرق مختلفة وهي: الصدق المنطقي، الصدق الظاهري أو صدق المحكمين، صدق الاتساق الداخلي.

أ- الصدق المنطقي (صدق المحتوى):

تم الاعتماد في بناء هذه الأدوات واختيار العبارات المكونة لأبعادها علي الدراسات السابقة التي اتخذت من (السلوك الاتصالي للشباب في استخدام تقنية البودكاست عبر الهواتف الذكية: دراسة ميدانية في إطار نموذجي "قبول التكنولوجيا TAM" والاستخدام والتأثيرات) موضوعاً لها. وكذلك اشتقت بعض عبارات الأدوات من بعض الأدوات الخاصة بالدراسات السابقة، سواء بشكل مباشر أو غير مباشر، واستكمل باقي عبارات الأدوات من الدراسات التي تناولت أحد جوانب أو أبعاد الدراسة، ويشير هذا الاعتماد علي المصادر السابقة إلى تمتع الأدوات بقدر مقبول ومعقول من الصدق المنطقي، وأن الأدوات صالحة للتطبيق.

ب- الصدق الظاهري أو صدق المحكمين:

تم عرض استمارة الاستبيان علي مجموعة من المحكمين^(٥٧) المتخصصين في الإعلام في الجامعات المصرية، وذلك بغرض دراسة مفردات كل مجال في ضوء التعريف الإجرائي له، وكذلك الهدف من الأدوات، وقد أقر المحكمون صلاحية الأدوات بشكل عام بعد إجراء بعض التعديلات التي اقترحها المحكمون، وقد تم الإبقاء علي المفردات التي جاءت نسبة اتفاق المحكمين عليها ٩٠٪ فأكثر، وتم حذف بعض العبارات، وتعديل بعضها في ضوء الملاحظات التي أبداهها المحكمون، حيث انتهى عدد تساؤلات الاستبيان إلى (١٧) سؤال.

ج- صدق الاتساق الداخلي للاستبيان:

تم حساب معاملات الارتباط بين درجة كل بعد من أبعاد الاستبيان والدرجة الكلية للاستبيان، وذلك لمعرفة مدى ارتباط كل بعد بالدرجة الكلية للاستبيان، وللتحقق من مدى صدق الاستبيان، ويتضح ذلك من خلال الجدول التالي.

جدول (٢) معاملات الارتباط بين الدرجة الكلية لكل مقياس فرعي والدرجة الكلية للاستبيان

المقاييس الفرعية المكونة للاستبيان	معامل الارتباط	مستوى الدلالة
أنماط تفاعل الشباب مع برامج البودكاست	٠.٦٠٩**	دالة عند ٠.٠٠١
مقياس تقييم الشباب للبودكاست كمؤدي للأدوار الصحفية التقليدية	٠.٧٨١**	دالة عند ٠.٠٠١
مقياس دوافع استخدام الشباب لتقنية التدوين الصوتي	٠.٨٢٠**	دالة عند ٠.٠٠١
مقياس أنماط نشاط استخدام الشباب للبودكاست	٠.٨٣٢**	دالة عند ٠.٠٠١
التأثيرات الاتصالية الناتجة عن استخدام الشباب لتطبيقات البودكاست	٠.٨٤٩**	دالة عند ٠.٠٠١
العوامل المؤثرة في تقبل الشباب لتطبيقات البودكاست عبر الهواتف الذكية وفق عناصر نموذج تقبل التكنولوجيا	٠.٩٢٣**	دالة عند ٠.٠٠١

يتبين من الجدول السابق أن أبعاد الاستبيان تتمتع بمعاملات ارتباط قوية ودالة إحصائية عند مستوى دلالة أقل من ٠.٠٥، وقد تراوحت معاملات الارتباط لمجالات الاستبيان بين (٠.٦٠٩، ٠.٩٢٣) وهذا دليل كافٍ على أن الاستبيان يتمتع بمعامل صدق عالٍ.

ثانياً: ثبات الأدوات:

تم حساب معامل ثبات الاستبيان (أداة الدراسة) علي عينة قوامها (٥٠) مفردة، وذلك باستخدام طريقة "ألفا كرونباخ" لحساب الثبات.

حساب ثبات الاستبيان بطريقة "ألفا كرونباخ":

تعتمد معادلة "ألفا كرونباخ" على تباينات بنود المقياس، وتشتراط أن تقيس بنود الاختبار سمة واحدة فقط، ولذلك تم حساب معامل الثبات لكل بعد على انفراد، ثم تم حساب معامل ثبات الاستبيان ككل، وقد تم استخدام البرنامج الإحصائي SPSS لحساب معاملات الثبات، حيث تبين أن قيمة ألفا كرونباخ للمقياس ككل (٠.٨٤٤)، وهذا دليل كافٍ على ثبات استمارة الاستبيان وصلاحيته للتطبيق.

جدول (٣) معامل ثبات ألفا كرونباخ لأبعاد الاستبيان والدرجة الكلية للاستبيان

المجال	قيمة ألفا
أنماط تفاعل الشباب مع برامج البودكاست	٠.٧١٩
مقياس تقييم الشباب للبودكاست كمؤد للأدوار الصحفية التقليدية	٠.٧٥٠
مقياس دوافع استخدام الشباب لتقنية التدوين الصوتي	٠.٧٥٤
مقياس أنماط نشاط استخدام الشباب للبودكاست	٠.٧٤٨
التأثيرات الاتصالية الناتجة عن استخدام الشباب لتطبيقات البودكاست	٠.٧٦٤
العوامل المؤثرة في تقبل الشباب لتطبيقات البودكاست عبر الهواتف الذكية وفق عناصر نموذج تقبل التكنولوجيا	٠.٧٥٦
الدرجة الكلية للاستبيان	٠.٨٤٤

تشير البيانات في الجدول السابق إلى قيم معامل الثبات لإجابات المبحوثين، وتراوحت قيمة معامل ألفا ما بين (٠.٧١٩ – ٠.٧٦٤) وهي توحى بثبات الاستبيان، كما تشير قيمة معامل الثبات ألفا على إجمالي الاستبيان إلى ثبات الاستبيان، وقدرته على قياس ما وضع لقياسه.

المعالجة الإحصائية لبيانات الدراسة:

بعد الانتهاء من جمع بيانات الدراسة، تم إدخالها -بعد ترميزها- إلى الحاسب الآلي، ثم جرت معالجتها وتحليلها، واستخراج النتائج الإحصائية باستخدام برنامج "الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية" والمعروف باسم *SPSS* اختصاراً لـ: *Statistical Package for the Social Sciences*، وذلك باللجوء إلى المعاملات، والاختبارات، والمعالجات الإحصائية التالية:

- ١- التكرارات البسيطة والنسب المئوية.
- ٢- المتوسط الحسابي والانحراف المعياري.
- ٣- الوزن النسبي ويمكن استخراجه من خلال ضرب المتوسط في ١٠٠ والقسمة علي عدد بنود المقياس.

- ٤- اختبار كلاً لجدول الاقتران (*Contingency-Tables Chi Square Test*) لدراسة الدلالة الإحصائية للعلاقة بين متغيرين من المستوى الاسمي (*Nominal*).
- ٥- معامل ارتباط بيرسون (*Pearson Correlation Coefficient*) لدراسة شدة واتجاه العلاقة الارتباطية بين متغيرين من مستوى المسافة أو النسبة (*Interval Or Ratio*). وقد اعتبرت العلاقة ضعيفة إذا كانت قيمة المعامل أقل من ٠.٣٠ ، ومتوسطة ما بين (٠.٣٠ - ٠.٧٠)، وقوية إذا زادت عن ٠.٧٠.
- ٦- اختبار ي (*Z-Test*) لدراسة معنوية الفرق بين نسبتيين ثبوتيين ، وقد اعتبرت قيمة *Z* غير دالة إذا لم تصل الى ١.٩٦ ، واعتبرت دالة عند مستوى ثقة ٩٥% فأكثر إذا بلغت ١.٩٦، وأقل من ٢.٥٨ ، واعتبرت دالة عند مستوى ثقة ٩٩% فأكثر إذا بلغت ٢.٥٨ فأكثر. وقد تم قبول نتائج الاختبارات الإحصائية عند درجة ثقة ٩٥% فأكثر، أي عند مستوى معنوية ٠.٠٥ فأقل.

مصطلحات الدراسة:

◀ **البودكاست:** جزء من محتوى صوتي عرضي، أو قابل للتنزيل، أو البث، ويتم توزيعه عبر الإنترنت، ويمكن تشغيله في أي مكان وفي أي وقت، وينتج أي شخص يرغب في ذلك^(٥٨)؛ وهو أيضاً عبارة عن سلسلة من الحلقات الصوتية أو المرئية (اليومية، أو الأسبوعية، أو الشهرية) يمكن الاشتراك بها ومتابعتها، والاستماع إليها في أي وقت^(٥٩).

◀ **تقبل التكنولوجيا:** نموذج قبول التكنولوجيا *The TAM Technology Acceptance Model* هو أحد النماذج التي اقترحها فريد ديفيز *Fred Davis 1986* والذي استهدف التعرف على درجة قبول استخدام الأفراد للتطبيقات التكنولوجية ونية الاستخدام الفعلي وافترض النموذج أن سلوك الأفراد يتأثر بنوعين من المعتقدات؛ الأول الاعتقاد بفائدة الاستخدام، والثاني الاعتقاد بسهولة الاستخدام، وهذان المعتقدان يؤثران في اتجاهات الفرد نحو تبنيه للتطبيقات التكنولوجية ومن ثم يدفعه إلى الاستخدام الفعلي له^(٦٠).

◀ **التأثيرات الاتصالية:** و يقصد بالتأثير في عملية الاتصال، حدوث الاستجابة المستهدفة من هذه العملية، و التي تتفق مع مفهوم الهدف من الاتصال أو وظيفة الاتصال، و عادة ما يكون هذا الهدف في وعي المرسل أو القائم بالاتصال، ويُتوقع تحقيقه من طرف المستقبل أو المتلقي.

الإطار المعرفي للدراسة:

بدأ ما يُعرف بالبودكاست في عام ٢٠٠٠م بـ "التدوين الصوتي" وتوزيع الملفات الصوتية من خلال موجزات RSS، أو الموجزات عبر الإنترنت التي تسمح لمشغلات الصوت بالوصول إلى المحتوى وتحديثات موقع الويب، ولم تكن كلمة بودكاست موجودة حتى عام ٢٠٠٤م، ولكن بعد عام واحد فقط في عام ٢٠٠٥، تم تبنيها بواسطة برنامج *Apple* ودليل البودكاست الجديد، وفي نفس العام اختار قاموس نيو أكسفورد الأمريكي "البودكاست" ليكون كلمة العام، ووصلت *Apple* إلى مليار اشتراك بودكاست بعد ثماني سنوات فقط في عام ٢٠١٣م، ومنذ ذلك الحين تضاعف عدد مستمعي البودكاست الأمريكيين^(٦١).

ومنذ أن أطلقت *The New York Times* بودكاستها الإخباري اليومي *The Daily* في عام ٢٠١٧م، أنشأت أكثر من ٦٠ مطبوعة صحفية دولية نشرات إخبارية: مثل *The*

Le The Guardian's Today in Focus, Washington Post's Post Reports, Parisien's Code Source، على سبيل المثال لا الحصر. وعلى الرغم من أن البودكاست، كشكل من أشكال سرد القصص الصوتية، متجذرة تاريخيًا ومؤسسيًا في الراديو، فقد تطورت إلى وسيط متميز يمكن "اعتباره تحولاً في الراديو"، والبودكاست هو أكثر بكثير من مجرد برامج إذاعية خالية من جدول برمجة صارم، ولكن يظل الاثنان متصلين من خلال تقنيتهما وممارساتهما ومحتوياتهما، لكنهما يختلفان في الاستهلاك والتوزيع والجماليات^(٦٢). وفي عام ٢٠٠٦، كان ٢٢% فقط من السكان البالغين في الولايات المتحدة على دراية بالبودكاست، وبحلول عام ٢٠٢٢م ارتفع هذا الرقم إلى ٧٩ بالمئة. ويعد البث الصوتي هوية شائعة بشكل متزايد في الولايات المتحدة، بينما استمع أكثر من ٨٢ مليون شخص إلى البث الصوتي في عام ٢٠٢١م، ومن المتوقع أن يرتفع هذا العدد أكثر، ليصل إلى أكثر من ١٠٠ مليون مستمع في عام ٢٠٢٤م^(٦٣).

ويعد البودكاست سلسلة من الحلقات الصوتية أو المرئية (اليومية أو الأسبوعية أو الشهرية) يمكن الاشتراك بها ومتابعتها، والاستماع إليها في أي وقت^(٦٤)، ويمكن للجمهور الاستماع إلى البودكاست وقتما يريدون، ويعد اكتشاف البودكاست من خلال مجموعة متنوعة من المنصات مثل تطبيق Apple's Podcasts و Spotify واستهلاكها، من خلال الإجراءات بما في ذلك التنزيل والاشتراك. يتميز أيضًا البودكاست عن سابقه التاريخي "الراديو"، لكن من المهم ملاحظة أن الراديو والبودكاست يظلان مترابطين في صناعة الصحافة، والعديد من برامج البودكاست الصحفية غير الخيالية هي الأكثر شعبية، مثل: This American Life، العديد من برامج NPR (المنظمة الإعلامية الأمريكية غير الربحية National Public Radio) هي أيضًا برامج إذاعية.

وقد "قدم البث الصوتي كمنصة بديلة قابلة للتطبيق لمنشئي المحتوى ورواة القصص"^(٦٥). وتدور شعبية البث الصوتي حول شركة (Apple) بل إنها مرتبطة بمشغل (iPod) أصدرته تلك الشركة، وفي غضون فترة قصيرة من الزمن، أصبحت الملفات التي تمنح المستمعين الوصول إلى البث واستخدامه وفقًا لتقديرهم الخاص تُعرف باسم "بودكاست". وقد جادل عدد من الباحثين في أن ميزة RSS هي ما يميز البودكاست عن الخلاصات الصوتية الأخرى والملفات الصوتية عبر الإنترنت القابلة للتنزيل على الإنترنت^(٦٦). وعلى عكس العديد من الوسائط الثقافية الموجودة على الويب اليوم، على سبيل المثال (YouTube لمقاطع الفيديو، و Flickr للصور، و Facebook للتواصل الاجتماعي) تعمل منصة البودكاست كنقطة مركزية تربط المنتجين والجمهور.

وبتعبير أدق، يتم تصور البودكاست على أنه شكل فريد من أشكال المشاركة عبر الإنترنت التي تتميز بأنها وسائط شعبية، على عكس الهيكل التقليدية، لا يحتاج مذيع pod-cast إلى استوديوهات، أو أجهزة إرسال، أو تراخيص، وهي ميزة تسهل الانتقال من المستمع إلى المنتج^(٦٧). وتوفر البودكاست للمذيعين التقليديين الفرصة لتوسيع نطاق وصولهم لمستخدمي الإنترنت، وفرصة أيضًا لأن يصبح أي منهم منتجًا إعلاميًا دون التعرض للإشراف التحريري التقليدي، وهي مزايا تعتبر انعكاسًا لإمكانات الاتصال المتناسقة الكبيرة للإنترنت.

لذلك، يمكن فهم البودكاست كمثال على المحتوى الذي ينشئه المستخدم (UGC)، والذي يرتبط ارتباطاً وثيقاً بثقافة التقارب^(٦٨).

أنواع القوالب المستخدمة في برامج البودكاست:

- بودكاست المقابلة podcast Interview: فيه يتم استضافة ضيوف معينين والتحدث عنهم.

- بودكاست المحادثة ويتم فيه تحديد موضوع أو عدة موضوعات ويتم التحدث عنها ومناقشتها.

- بودكاست المونولوج: يتم استضافة شخص خبير في مجال معين ويبدأ في التحدث عن مجاله.

- بودكاست رواية القصص: من أكثر أنواع البودكاست مشاهدة في العالم يتم فيه مناقشة قصص مثيرة ومعبرة.

- بودكاست الطاولة المستديرة: يتم فيه استضافة مجموعة من الأشخاص بواسطة مقدم البودكاست، ويناقشوا مواضيع معينة مع بعضهم البعض.

- البودكاست المسرحي: يتم فيه إنشاء قصص كاملة أفراد (لتمثيل و سرد وإنشاء محتوى مثير للمستمعين تمامًا، مثل: الأفلام والتمثيل، ولكنها بشكل صوتي فقط.

- البودكاست الإخباري: يتم فيه سرد مجموعة من الأخبار بواسطة مؤسسات إخبارية شهيرة^(٦٩).

وتوضح هذه القائمة المختصرة لأنواع الاستخدام المحتملة لدوافع مستمعي البودكاست فيما يلي^(٧٠):

- أولئك الذين يستخدمون البودكاست كمصدر للأخبار للبقاء على اطلاع دائم، والحصول على وجهات نظر مختلفة حول الأحداث الجارية.

- أولئك الذين يستخدمون البودكاست لأغراض ترفيهية بحتة، سواء كان ذلك من النوع الكوميدي (ملفات البودكاست "الثرثرة")، أو الألعاب، وعادةً ما يتم تشغيل البودكاست في الخلفية، إذ لا يتعين على المستخدم دائماً أن يكون منتبهاً معرفياً بنفس القدر، ويمكنه القيام بأشياء مختلفة على الجانب الآخر.

- أولئك الذين يستمعون إلى البودكاست من قبل شخصيات "مشهورة" أو مؤثرين حول مواضيع مثل نمط الحياة، والصحة، وما إلى ذلك (عادةً ما تكون مرتبطة بوسائل التواصل الاجتماعي "المتابعين") أو من نوع علم النفس / التنمية الشخصية حول مواضيع محددة، وغالباً ما يكون الإلهام دافعاً.

- أولئك الذين يستخدمون البودكاست لاكتساب المعرفة الخاصة بالموضوع، والتي يمكن استخدامها لأغراض الدراسة أو العمل.

← البودكاست كشكل من أشكال الصحافة:

تعد الشعبية المتزايدة للبودكاست فرصة لصناعة الأخبار لتحديد طرق جديدة لتقديم الصحافة وإيجاد حلول لتحديات التحول الرقمي. والبودكاست هي أدوات تساعد وسائل الإعلام على

التكيف مع المجال الرقمي من خلال إبراز الصوت لتوسيع تأثيرها الصحفي في المجال الصوتي^(٧١).

ويعد البث الصوتي "البودكاست" نمطاً رئيساً من أنماط الإعلام الجديد، الذي يُتيح للصحفيين على نحو خاص ولعموم الأشخاص فرصة سرد قصة عبر الوسائط الصوتية، والوصول إلى عالم جديد ومتزايد من المستمعين، بما يؤدي لخلق حالة من الارتباط الشخصي بين الجمهور ومقدم البودكاست.

وقد شهدت السنوات الأخيرة بعض التطورات المهمة التي ساعدت على انتشار البودكاست، من أبرزها أن تقنية الإنتاج والاستماع أصبحت أسهل كثيراً في الاستخدام، وكذلك اهتمام وسائل الإعلام الكبرى بالاتجاه نحو تجارب البث الصوتي، وأيضاً تنوع برامج البودكاست التي تُغطي مختلف المجالات، الذي كان له بالغ الأثر في القدرة على اجتذاب الكثير من الأشخاص. وتُشير مجلة "Communicate Influence" المتخصصة في التسويق إلى أن أغلب المؤسسات الإخبارية أصبحت تلجأ إلى البودكاست، سواء كان ذلك من خلال تدشين بودكاست خاص بالمؤسسة، أو تنسيق محتوى وعرضه عبر منصة بودكاست، انطلاقاً من حقيقة أن الكثير من الأشخاص لا يميلون إلى القراءة كثيراً على الإنترنت، وهو ما جعل البودكاست جزءاً أساسياً من الصحافة^(٧٢). ويتبع الصحفيون والمدونات الصوتية المهنية نفس مبادئ الصحافة المجتمعية التقليدية، إنها متجذرة في مكانة معينة، فهي تعبر عن أشكال متعددة من المجتمع، وتركز على القيم الإخبارية التقليدية المتمثلة في التوقيت والصراع والشهرة، هذه القيم -لا سيما التركيز على بناء المجتمع- تحدد صعود البث الصوتي، وتقدم مخططاً لإعادة بناء الثقة في وسائل الإعلام الرئيسية.

وهناك بديلان سائدان لتناول القصص الصحفية عبر البودكاست، أولئك الذين يسعون إلى إعطاء المستمعين وجهة نظر حول الأحداث الجارية، ومعالجة موضوع ما بشكل أكثر أو أقل عمقاً، وتقديم أخبار تمت تصفيتها بشكل كبير مع وجود منتظم للصحفيين والخبراء في الموضوع الذي يتم تغطيته، وتلك التي تلخص الأحداث الجارية بطريقة محددة ومسلية لإبقاء المستمعين على الاطلاع بالأمور السائدة أو المتخصصة.

وحول طبيعة البث الإخباري اليومي في ضوء خلق القيمة على وجه التحديد؛ يبرز Newman and Gallo اثنان من النماذج التي يعتمد عليها النظام البيئي الصوتي (الإسباني: أ) عروض الغوص العميق اليومية التي تدوم أكثر من ١٠ دقائق وتشرح وتعطي منظوراً حول موضوع واحد، مع تقديم مضيف مع سرد.

ب) النشرات الدقيقة التي تركز على ميزات تنسيق الراديو وتلخص أهم الأخبار، الأول له طبيعة تفسيرية أكثر، مرتبطة بصوت المضيف أو المنشئ، وبالتالي تعزيز البودكاست، وتنوع الثانية بين النشرات الميكروية التي تستغرق دقيقتين في المتوسط ونشرات أكثر تفصيلاً^(٧٣). وتكمن قوة برامج البودكاست المستقلة في الرؤية الشخصية، والتي يكون لها أحياناً أسلوب عنيذ، يفهم المنتجون قوة الصوت، والدور السردي للمضيف، والحاجة إلى الأصالة للتواصل مع الجماهير، ويؤدي استخدام الحوار بين الصحفيين إلى رفع مستوى الشفافية والسلطة الصحفية، وتسعى وسائل الإعلام الرئيسية إلى تحسين مواقعها من خلال علاقة وثيقة

وشخصية مع المستمعين، بالإضافة إلى توسيع علامتها التجارية لتشمل النظام البيئي للبودكاست، أو إلى جماهير جديدة. ويوضح الشكل التالي سمات البث الصوتي، والقيمة الأساسية لظهور صحافة البودكاست، بالإضافة إلى بعض التطورات التي ساعدت على ظهور البودكاست:



إيفو جراف
الفرار

يخلق ارتباط شخصي بين الجمهور والمقدم	يُسَهِّل الوصول إلى عالم جديد من المستمعين	يُتيح فرصة سرد قصة عبر الوسائط الصوتية	يُشكل نمطًا رئيسيًا من أنماط الإعلام الجديد
--------------------------------------	--	--	---

سمات البث الصوتي

سمات البودكاست

خدمة مفيدة للمعلنين	تجربة حميمة وجذابة للجمهور	وسائط رقمية مثالية للقرن الحادي والعشرين
أسباب مساعدة في انتشار البودكاست	• لجوء أغلب المؤسسات الإخبارية إلى منصات • تنسيق كثير من الجهات للمحتوى وعرضه عبر البودكاست • عدم رغبة الكثير من الناس في قراءة الأخبار على منصات الإنترنت	

القيمة الأساسية لظهور صحافة البودكاست

إمكانية ممارسة دور في إنقاذ الصحف في ظل عثراتها المالية	تأمين مصادر جديدة مستدامة للتمويل في العصر الرقمي	عكس حرص المنافذ الإعلامية على الابتكار
---	---	--

تطورات مهمة ساعدت على انتشار البودكاست

- 1 سهولة استخدام تقنية الإنتاج والاستماع
- 2 تنوع برامج البودكاست التي تغطي مختلف المجالات
- 3 اهتمام وسائل الإعلام بتجارب البث الصوتي
- 4 قدرة البودكاست على اجتذاب واستقطاب كثير من الأشخاص

شكل رقم (٤) يوضح خصائص البث الصوتي في الصحف^(٧٤)

نتائج الدراسة

أولاً: الإجابة على تساؤلات الدراسة

١. طرق معرفة الشباب عن التدوين الصوتي "البودكاست":

جدول رقم (٤) طرق معرفة الشباب عن التدوين الصوتي "البودكاست" وفقاً للنوع

النوع	الذكور		الإناث		الإجمالي	
	ك	%	ك	%	ك	%
فيس بوك	٣٢	١٦.٠	٨٧	٢٩.٠	١١٩	٢٣.٨
يوتيوب	٥٣	٢٦.٥	٥٦	١٨.٧	١٠٩	٢١.٨
أصدقائي	٤٢	٢١.٠	٦٥	٢١.٧	١٠٧	٢١.٤
انستجرام	١٩	٩.٥	٢٧	٩.٠	٤٦	٩.٢
جوجل بودكاست	١٢	٦.٠	٢١	٧.٠	٣٣	٦.٦
مركات البحث	١٨	٩.٠	١٤	٤.٧	٣٢	٦.٤
سبوتيفي	١٢	٦.٠	١٦	٥.٣	٢٨	٥.٦
أخبار	٦	٣.٠	٤	١.٣	١٠	٢.٠
أخرى	٣	١.٥	٥	١.٧	٨	١.٦
قنوات الراديو	٠	٠.٠	٥	١.٧	٥	١.٠
أي تيونز i Tunes	٣	١.٥	٠	٠.٠	٣	٠.٦
الإجمالي	٢٠٠	١٠٠	٣٠٠	١٠٠	٥٠٠	١٠٠

قيمة كا^٢=٢٥.٢٧٥ درجة الحرية = ١٠ مستوى المعنوية = ٠.٠٥٥ الدلالة = ٠.٠١ معامل التوافق = ٠.٢١٩

يتضح من الجدول السابق: جاء (فيس بوك) في مقدمة طرق معرفة الشباب عن التدوين الصوتي "البودكاست" بنسبة بلغت ٢٣.٨%، ثم جاء (يوتيوب) في المرتبة الثانية بنسبة بلغت ٢١.٨%، ثم (أصدقائي) في المرتبة الثالثة بنسبة بلغت ٢١.٤%، ثم جاء (انستجرام) في المرتبة الرابعة بنسبة بلغت ٩.٢%، ثم جاء (جوجل بودكاست) في المرتبة الخامسة بنسبة بلغت ٦.٦%، وأخيراً جاء (أي تيونز i Tunes) بنسبة بلغت ٠.٦%.

وبحساب قيمة كا^٢ بلغت (٢٥.٢٧٥) عند درجة حرية = (١٠)، وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى دلالة ٠.٠١. ويعني ذلك وجود علاقة دالة إحصائياً بين نوع الشباب، وطرق معرفتهم عن التدوين الصوتي "البودكاست". وذكر بعض المبحوثين طرق أخرى لمعرفة البودكاست، مثل (تويتر، وتيك توك، ودكتور الجامعة).

يتضح من النتائج السابقة أنه لا يزال فيس بوك يحتل الصدارة في عالم وسائل التواصل الاجتماعي وهو بلا شك أحد أقوى منصات التواصل الاجتماعي عبر شبكة الإنترنت، وتتفق هذه النتيجة مع دراسة (عبد الرزاق غزال، وفاء بورحلي، ٢٠٢١م)^(٧٥) حيث كان تعرض المبحوثين لمضامين البودكاست والتدوين المرئي -الصوتي من خلال الروابط والإحالات التي تتيحها مختلف الصفحات على موقع الفيسبوك والتي هم من مشتركها في الأساس.

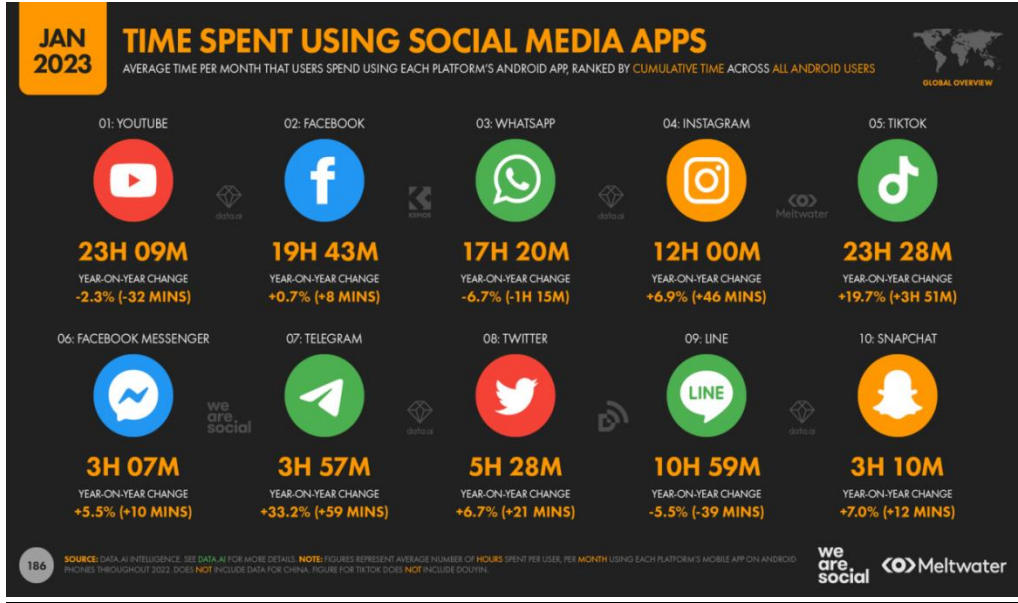
٢. طريقة استماع الشباب إلى البودكاست:
جدول رقم (٥) طريقة استماع الشباب إلى البودكاست وفقاً للنوع

المعوية	قيمة Z	الإجمالي		الإناث		الذكور		النوع
		%	ك	%	ك	%	ك	
٠.١٤٠	١.٤٧٥	٧٠.٢	٣٥١	٧٢.٧	٢١٨	٦٦.٥	١٣٣	موقع YouTube
٠.٣٣٧	٠.٩٦٠	٥٧.٦	٢٨٨	٥٩.٣	١٧٨	٥٥.٠	١١٠	فيس بوك
٠.٥٨٤	٠.٥٤٨	٤٧.٠	٢٣٥	٤٨.٠	١٤٤	٤٥.٥	٩١	ساوند كلاود
١.٠٠٠	٠.٠٠٠	٤٢.٠	٢١٠	٤٢.٠	١٢٦	٤٢.٠	٨٤	التطبيقات التي يمكن تنزيلها على أجهزة الكمبيوتر و / أو الأجهزة المحمولة للاستماع إلى البودكاست
٠.٠٢٠	٢.٣٣٠	٤١.٨	٢٠٩	٤٦.٠	١٣٨	٣٥.٥	٧١	جوجل بودكاست
٠.٣٨٨	٠.٨٦٣	٣٨.٢	١٩١	٣٦.٧	١١٠	٤٠.٥	٨١	سبوتيفي
٠.٦٩٨	٠.٣٨٨	٣٣.٠	١٦٥	٣٣.٧	١٠١	٣٢.٠	٦٤	مواقع الويب التي تقدم توزيع البث الصوتي وخدمة الاستماع
٠.٢٥٥	١.١٣٧	٢٢.٤	١١٢	٢٠.٧	٦٢	٢٥.٠	٥٠	أبل بودكاست
٠.٥٧٨	٠.٥٥٦	١٥.٤	٧٧	١٤.٧	٤٤	١٦.٥	٣٣	أي تيونز
			٥٠٠		٣٠٠		٢٠٠	جملة من سنلوا

يتضح من الجدول السابق: تصدر (موقع YouTube) مقدمة وسائل استماع الشباب إلى البودكاست بنسبة بلغت ٧٠.٢%، ثم جاءت (فيس بوك) في المرتبة الثانية بنسبة بلغت ٥٧.٦%، ثم جاء (ساوند كلاود) في المرتبة الثالثة بنسبة بلغت ٤٧%، ثم جاءت (التطبيقات التي يمكن تنزيلها على أجهزة الكمبيوتر و / أو الأجهزة المحمولة للاستماع إلى البودكاست) في المرتبة الرابعة بنسبة بلغت ٤٢.٠%، ثم جاء (جوجل بودكاست) في المرتبة الخامسة بنسبة بلغت ٤١.٨%، وأخيراً جاء (أي تيونز) بنسبة بلغت ١٥.٤%.

يمكن تفسير هذه النتيجة باعتبار أن أحد الأسباب العديدة التي تجعل يوتيوب يتمتع بشعبية كبيرة هو أنه مجاني الاستخدام، يمكن لأي مستخدم على الإنترنت زيارة موقع يوتيوب والبدء في مشاهدة مقاطع الفيديو المتنوعة وفقاً لغرض المستخدمين، على الرغم من أنه يُنصح بالتسجيل للحصول على حساب YouTube مجاني، إلا أنه ليس مطلوباً لمشاهدة مقاطع فيديو يوتيوب؛ مما يجعله سهل الوصول للمستخدمين، وهو ما يجعل موقع يوتيوب في الصدارة، ويوضح ذلك تقرير (Global Statshot Report) الأخير، والصادر عن منصة البيانات والتحليلات (DataReportal).

وتتفق هذه النتيجة مع ما توصلت إليه دراسة (هبة شفيق، ٢٠٢٤)^(٧٦) حيث تصدر يوتيوب الترتيب الأول من بين التطبيقات التي يستخدمها الجمهور للاستماع إلى البودكاست الإخبارية، كما تتفق هذه النتيجة مع ما أشارت إليه دراسة (العابد السيد، بن يحيى، ٢٠١٧م)^(٧٧) حيث يفضل 79.7% الشباب متابعة هذه البرامج عن طريق اليوتيوب.



شكل رقم (٥) يوضح معدلات استخدام تطبيقات الإنترنت المختلفة^{٧٨}

٣. الموضوعات التي يهتم الشباب بمتابعتها من خلال البودكاست:

جدول رقم (٦) الموضوعات التي يهتم الشباب بمتابعتها من خلال البودكاست وفقاً للنوع

المعنة	قيمة Z	الإجمالي		الإناث		الذكور		النوع
		%	ك	%	ك	%	ك	
٠.٠٠٠	٤.١٨٤	٨١.٠	٤٠٥	٨٧.٠	٢٦١	٧٢.٠	١٤٤	الموضوعات الدينية
٠.٠٠٠	٦.١٨٨	٧٢.٢	٣٦١	٨٢.٣	٢٤٧	٥٧.٠	١١٤	الموضوعات الخاصة بالتنمية البشرية والسلوك وتطوير الذات
٠.٠٠٠	٥.٥٠١	٦٩.٤	٣٤٧	٧٨.٧	٢٣٦	٥٥.٥	١١١	الموضوعات الخاصة بالعلاقات الاجتماعية والإنسانية
٠.٠٠٨	٢.٦٦٤	٦٦.٤	٣٣٢	٧١.٠	٢١٣	٥٩.٥	١١٩	الموضوعات الاجتماعية
٠.١٢٦	١.٥٣٠	٦٠.٦	٣٠٣	٦٣.٣	١٩٠	٥٦.٥	١١٣	الموضوعات الأدبية والثقافية
٠.٥٠٦	٠.٦٦٦	٥٨.٢	٢٩١	٥٧.٠	١٧١	٦٠.٠	١٢٠	الأخبار بشكل عام
٠.٠٠٠	٣.٩٩٣	٥٤.٦	٢٧٣	٤٧.٣	١٤٢	٦٥.٥	١٣١	الموضوعات التقنية والتكنولوجية
٠.١٢٥	١.٥٣٣	٤٨.٢	٢٤١	٥١.٠	١٥٣	٤٤.٠	٨٨	الموضوعات الطبية
٠.٦٨٦	٠.٤٠٤	٤٤.٤	٢٢٢	٤٣.٧	١٣١	٤٥.٥	٩١	الموضوعات الفنية
٠.٠٠١	٣.١٩٤	٣٨.٠	١٩٠	٣٢.٣	٩٧	٤٦.٥	٩٣	الموضوعات السياسية
٠.٠٠٠	٦.٨٠٠	٣٧.٠	١٨٥	٢٥.٠	٧٥	٥٥.٠	١١٠	الموضوعات الرياضية
٠.٩٠٩	٠.١١٤	٣٥.٨	١٧٩	٣٦.٠	١٠٨	٣٥.٥	٧١	المواد الصحفية ذات الطابع التفسيري
			٥٠٠		٣٠٠		٢٠٠	جملة من سئولا

يتضح من الجدول السابق: تصدرت (الموضوعات الدينية) مقدمة الموضوعات التي يهتم الشباب بمتابعتها من خلال البودكاست بنسبة بلغت ٨١%، ثم جاءت (الموضوعات الخاصة بالتنمية البشرية والسلوك، وتطوير الذات) في المرتبة الثانية بنسبة بلغت ٧٢.٢%، ثم جاءت

(الموضوعات الخاصة بالعلاقات الاجتماعية والإنسانية) في المرتبة الثالثة بنسبة بلغت ٦٩.٤%، ثم جاءت (الموضوعات الاجتماعية) في المرتبة الرابعة بنسبة بلغت ٦٦.٤%، ثم جاءت (الموضوعات الأدبية والثقافية) في المرتبة الخامسة بنسبة بلغت ٦٠.٦%، وأخيرًا جاءت (المواد الصحفية ذات الطابع التفسيري) بنسبة بلغت ٣٥.٨%.

ويمكن تفسير هذه النتيجة في ضوء اعتبار أن المبحوثين من الشباب يتعرضون للمواد التي يحتاجونها، فهم بحاجة إلى المعرفة الدينية، وكيفية تطوير الذات؛ رغبة منهم في محاكاة هذه المحتويات وتوظيفها في حياتهم، وكذلك معرفة السلوكيات في العلاقات الاجتماعية والإنسانية التي تساعدهم على التعاملات اليومية الاجتماعية للاستفادة منها في نجاح علاقاتهم. وتتفق هذه النتيجة مع ما توصلت إليه دراسة (أمل خطاب، ٢٠١٧م)^(٧٩) فالبودكاست يشبع لديهم دوافع المعرفة، وزيادة المعلومات في المجالات الاجتماعية.

٤. مدى اهتمام الشباب بالاستماع إلى البودكاست:

جدول رقم (٧) مدى اهتمام الشباب بالاستماع إلى البودكاست وفقًا للنوع

النوع	الذكور		الإناث		الإجمالي	
	ك	%	ك	%	ك	%
أعرض بانتظام	١٠٥	٥٢.٥	١٧٠	٥٦.٧	٢٧٥	٥٥
أعرض إلى حد ما	٦٠	٣٠	٦٩	٢٣	١٢٩	٢٥.٨
إلى حد قليل	٣٥	١٧.٥	٦١	٢٠.٣	٩٦	١٩.٢
الإجمالي	٢٠٠	١٠٠	٣٠٠	١٠٠	٥٠٠	١٠٠

قيمة ك^٢=٣.١٦٠ درجة الحرية=٢ مستوى المعنوية=٠.٢٠٦ الدلالة=غير دالة معامل التوافق=٠.٠٧٩

يتضح من الجدول السابق: أن ٥٥% من الشباب يهتمون بالاستماع إلى البودكاست (أعرض بانتظام)، بينما يهتم ٢٥.٨% منهم (إلى حد ما)، وفي المقابل نجد أن ١٩.٢% منهم يهتم (إلى حد قليل). وبحساب قيمة ك^٢ بلغت (٣.١٦٠) عند درجة حرية = (٢)، وهي قيمة غير دالة إحصائيًا عند مستوى دلالة ٠.٠٥؛ ويعني ذلك عدم وجود علاقة دالة إحصائيًا بين نوع الشباب الذكور والإناث ومدى اهتمام الشباب بالاستماع إلى البودكاست.

ويتضح من بيانات الجدول السابق أن جمهور البودكاست من الشباب يهتمون بالتعرض المنتظم للبرامج والحلقات التي يفضلونها؛ يمكن يعني جاذبية الوسيلة لهم من بين وسائل الاتصال المختلفة الأخرى.

٥. الوقت التي يستغرقه الشباب في الاستماع إلى البودكاست:

جدول رقم (٨) الوقت التي يستغرقه الشباب في الاستماع إلى البودكاست وفقًا للنوع

النوع	الذكور		الإناث		الإجمالي	
	ك	%	ك	%	ك	%
من ساعة إلى أقل من ثلاث ساعات (متوسط الاستخدام)	٩٤	٤٧	١٤٦	٤٨.٧	٢٤٠	٤٨
أقل من ساعة (قليل الاستخدام)	٧٦	٣٨	١٣٣	٤٤.٣	٢٠٩	٤١.٨
ثلاث ساعات فأكثر (كثيف الاستخدام)	٣٠	١٥	٢١	٧	٥١	١٠.٢
الإجمالي	٢٠٠	١٠٠	٣٠٠	١٠٠	٥٠٠	١٠٠

قيمة ك^٢=٨.٧٥٠ درجة الحرية=٢ مستوى المعنوية=٠.٠١٣ الدلالة=٠.٠٥ معامل التوافق=٠.١٣١

يتضح من الجدول السابق: يستغرق الشباب في الاستماع إلى البودكاست (من ساعة إلى أقل من ثلاث ساعات) بنسبة بلغت ٤٨%، ثم جاءت (أقل من ساعة) في المرتبة الثانية بنسبة بلغت ٤١.٨%، وأخيراً جاءت (ثلاث ساعات فأكثر) بنسبة بلغت ١٠.٢%. وبحساب قيمة كآ بلغت (٨.٧٥٠) عند درجة حرية = (٢)، وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى دلالة ٠.٠٥. ويعني ذلك وجود علاقة دالة إحصائياً بين نوع الشباب (الذكور والإناث) والوقت الذي يستغرقه الشباب في الاستماع إلى البودكاست. وتشير هذه النتيجة إلى ارتفاع معدل استخدام الشباب لتقنية البودكاست لسهولة استخدامها فهي لا تتطلب سوى الإنصات إلى محتوى البودكاست الذي يتخيره المستمع، والذي يمكن الاستماع له أثناء انشغاله بأمور أخرى.

٦. الأوقات التي يفضل الشباب فيها الاستماع إلى البودكاست:

جدول رقم (٩) الأوقات التي يفضل الشباب فيها الاستماع إلى البودكاست وفقاً للنوع

النوع العبارات	الذكور		الإناث		الإجمالي		قيمة z	المعنوية
	ك	%	ك	%	ك	%		
وقت فراغي بالمنزل	١٥٦	٧٨.٠	٢٧٦	٩٢.٠	٤٣٢	٨٦.٤	٤.٤٦٩	٠.٠٠٠
أثناء التنقل في الطرق	١٣٤	٦٧.٠	١٨٠	٦٠.٠	٣١٤	٦٢.٨	١.٥٨٥	٠.١١٣
أثناء ممارسة الرياضة	٤٤	٢٢.٠	٩٢	٣٠.٧	١٣٦	٢٧.٢	٢.١٣١	٠.٠٣٣
أثناء العمل	٤٤	٢٢.٠	٤٩	١٦.٣	٩٣	١٨.٦	١.٥٩٤	٠.١١١
جملة من سئوا	٢٠٠		٣٠٠		٥٠٠			

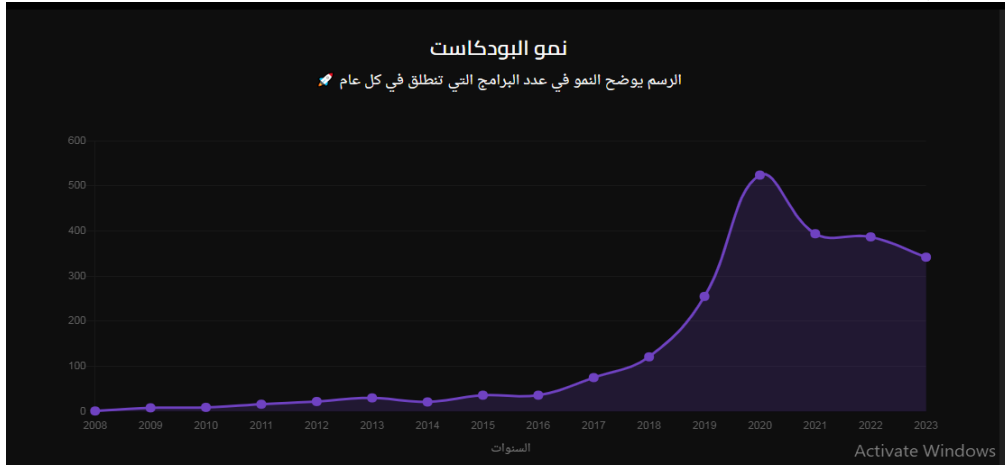
يتضح من الجدول السابق: جاء (وقت فراغي بالمنزل) في مقدمة الأوقات التي يفضل الشباب فيها الاستماع إلى البودكاست بنسبة بلغت ٨٦.٤%، ثم جاءت (أثناء التنقل في الطرق) في المرتبة الثانية بنسبة بلغت ٦٢.٨%، ثم جاءت (أثناء ممارسة الرياضة) في المرتبة الثالثة بنسبة بلغت ٢٧.٢%، وأخيراً جاء (أثناء العمل) بنسبة بلغت ١٨.٦%. فاستخدام البودكاست وسيلة تتطلب الإنصات والاستماع وبالتالي فهي تسمح للمستخدمين بالقيام بأعمال أخرى إلى جانب استخدام الوسيلة، وفي هذا الإطار وجدت دراسة (Sylvia (M, Rang Wan, 2022) أن استهلاك البودكاست في المنزل كان مرتبطاً بشكل سلبي بدافع الهروب من الواقع / التسلية، ولكنه مرتبط بشكل إيجابي بالسعي للحصول على المعلومات (على الرغم من أنه هامشي على حد سواء)، بينما كان الاستهلاك خارج المنزل (أي في العمل وأثناء التنقل) مرتبطاً بشكل إيجابي بالهروب / التسلية، ولكنها مرتبطة سلباً بالبحث عن المعلومات، أي أن استهلاك البودكاست في المنزل أكثر نشاطاً وفاعلية، في حين أن استخدام البودكاست خارج المنزل يكون أكثر تقليدياً.

٧. المدة الزمنية التي قضاها الشباب في الاستماع إلى البودكاست:

جدول رقم (١٠) المدة الزمنية التي قضاها الشباب في الاستماع إلى البودكاست وفقاً للنوع

النوع	الذكور		الإناث		الإجمالي		قيمة كآ=١٠.٧١٠	درجة الحرية=٢	مستوى المعنوية=٠.٠٠٥	الدلالة=٠.٠١	معامل التوافق=٠.١٤٥
	ك	%	ك	%	ك	%					
منذ سنة واحدة	١١٨	٥٩.٠	٢١٧	٧٢.٣	٣٣٥	٦٧.٠					
منذ سنتين	٤٢	٢١.٠	٤٩	١٦.٣	٩١	١٨.٢					
قبل ثلاث سنوات	٤٠	٢٠.٠	٣٤	١١.٣	٧٤	١٤.٨					
الإجمالي	٢٠٠	١٠٠.٠	٣٠٠	١٠٠.٠	٥٠٠	١٠٠.٠					

يتضح من الجدول السابق: جاءت (منذ سنة واحدة) في مقدمة المدة الزمنية التي قضاها الشباب في الإستماع إلى البودكاست بنسبة بلغت ٦٧.٠%، ثم جاءت (منذ سنتين) في المرتبة الثانية بنسبة بلغت ١٨.٢%، وأخيرًا جاءت (قبل ثلاث سنوات) بنسبة بلغت ١٤.٨%. وبحساب قيمة كآ^١ بلغت (١٠.٧١٠) عند درجة حرية = (٢)، وهي قيمة دالة إحصائيًا عند مستوى دلالة ٠.٠٥. ويعني ذلك وجود علاقة دالة إحصائيًا بين نوع الشباب (الذكور والإناث) والمدة الزمنية التي قضاها الشباب في الاستماع إلى البودكاست. وفي هذا الإطار يمكن التأكيد على فكرة أن البودكاست لم تكن وسيلة جديدة ظهرت مؤخرًا، ولكنها وسيلة قديمة تم استحداثها وإعادة استخدامها، وتزايد أعداد مستخدميها منذ جائحة كورونا التي غيرت من أنماط استخدام الأفراد لوسائل الاتصال المختلفة، فضلاً عن تطور مضمون وشكل البودكاست من حيث الإنتاج والتوزيع، ويوضح الشكل التالي تغير مستوى استخدام البودكاست خلال السنوات الأخيرة.



شكل رقم (٦) يوضح معدلات استخدام البودكاست خلال السنوات الأخيرة^(٨١)

٨. طرق تفضيل الشباب أثناء الاستماع إلى البودكاست:

جدول رقم (١١) طرق تفضيل الشباب أثناء الاستماع إلى البودكاست وفقاً للنوع

النوع	الذكور		الإناث		الإجمالي	
	ك	%	ك	%	ك	%
تفضيلات الاستماع						
بمفردي	١٧٧	٨٨.٥	٢٨٣	٩٤.٣	٤٦٠	٩٢.٠
مع الأصدقاء أو العائلة	٢٣	١١.٥	١٧	٥.٧	٤٠	٨.٠
الإجمالي	٢٠٠	١٠٠	٣٠٠	١٠٠	٥٠٠	١٠٠

قيمة كآ^١ = ٥.٥٤٨ درجة الحرية = ١ مستوى المعنوية = ٠.٠١٩ الدلالة = ٠.٠٥ معامل فاي = ٠.١٠٥

يتضح من الجدول السابق: ان ٩٢% من الشباب يستمعون إلى البودكاست (بمفردهم) بينما يستمع ٨% منهم (مع الأصدقاء أو العائلة). وبحساب قيمة كآ^١ بلغت (٥.٥٤٨) عند درجة حرية = (١)، وهي قيمة دالة إحصائيًا عند مستوى دلالة ٠.٠٥. ويعني ذلك وجود علاقة دالة إحصائيًا بين نوع الشباب الذكور والإناث وطرق تفضيل الشباب أثناء الاستماع إلى البودكاست.

٩. أكثر البودكاست استماعاً لدى الشباب:

جدول رقم (١٢) أكثر البودكاست استماعاً لدى الشباب وفقاً للنوع

المعنوية	قيمة Z	الإجمالي		الذكور		النوع	
		%	ك	%	ك	%	ك
٠.٠٠٧	٢.٦٩٦	٥٧.٨	٢٨٩	٦٢.٧	١٨٨	٥٠.٥	١٠١
٠.٠٠١	٣.٤٦٨	٤٨.٠	٢٤٠	٥٤.٣	١٦٣	٣٨.٥	٧٧
٠.٩٠٨	٠.١١٥	٣٤.٢	١٧١	٣٤.٠	١٠٢	٣٤.٥	٦٩
٠.١٥٢	١.٤٣٣	٣٣.٢	١٦٦	٣٥.٧	١٠٧	٢٩.٥	٥٩
٠.٣٩٣	٠.٨٥٥	٣٢.٨	١٦٤	٣١.٣	٩٤	٣٥.٠	٧٠
٠.٠٠٠	٣.٧٨٦	٣٢.٢	١٦١	٣٨.٧	١١٦	٢٢.٥	٤٥
٠.٤٠١	٠.٨٣٩	٢٩.٦	١٤٨	٣١.٠	٩٣	٢٧.٥	٥٥
٠.١٨١	١.٣٣٨	٢٨.٢	١٤١	٢٦.٠	٧٨	٣١.٥	٦٣
٠.٢٦٣	١.١١٩	٢١.٠	١٠٥	٢٢.٧	٦٨	١٨.٥	٣٧
		٥٠٠		٣٠٠		٢٠٠	جملة من سئلوا

يتضح من الجدول السابق: جاء (بودكاست وعي) في مقدمة البودكاست الأكثر استماعاً لدى الشباب بنسبة بلغت ٥٧.٨%، ثم جاء (بودكاست فنجان) في المرتبة الثانية بنسبة بلغت ٤٨.٠%، ثم جاء (سكاي نيوز) في المرتبة الثالثة بنسبة بلغت ٣٤.٢%، ثم جاء (بودكاست مطب العشرين) في المرتبة الرابعة بنسبة بلغت ٣٣.٢%، ثم جاء (بودكاست ثمانية) في المرتبة الخامسة بنسبة بلغت ٣٢.٨%، وأخيراً جاء (اندبندنت عربية) بنسبة بلغت ٢١.٠%.

ويرجع سبب تفضيل الشباب لبودكاست "وعي" إلى كونه من أشكال البودكاست التي تخاطب فئة الشباب بلغتهم وطريقة تفكيرهم، فبودكاست وعي هو بودكاست حوارى بين ثلاثة شباب، هما: (أحمد عامر، حازم الصديق وشريف علي)، يتحدثون فيه عن أمور الدين بشكل بسيط وشخصي، وفي نفس الوقت عميق وحقيقي، وهو ما جذب إليه انتباه الشباب، وإعجابهم بنوعية وطريقة معالجة الموضوعات التي يتم تناولها في حلقات البودكاست المختلفة. وفي نفس السياق يعمل بودكاست فنجان، ويعرف البودكاست نفسه بـ "كل يوم أحد ضيف معي أنا عبدالرحمن أبوالمالح في بودكاست فنجان، سنأخذ من كل مذاق رشفة. لا معايير، ولا مواضيع محددة، لكن الأكيد، هنا كثير من المتعة والفائدة".

وقد حرصت "سكاي نيوز عربية" على تحقيق الريادة في مجال الإنتاج الرقمي والتفاعل مع جمهورها، حيث دخلت سكاي نيوز عربية مجال إنتاج البودكاست بشكل مكنها من ارتقاء مكانة متقدمة على مستوى الشرق الأوسط، من حيث كم الإنتاج وتنوعه وتفاعل جمهور المتلقين بالاستماع والتحميل اللذين بلغا أرقاماً متميزة تعكس هذا التفوق. وتبث سكاي نيوز عربية نحو ٢٠ بودكاست منوعاً، منها: (الاقتصادي والثقافي، والاجتماعي، والرياضي، والترفيهي)، وهو كشكل من أشكال البودكاست الإخباري يحظى بالمتابعة والتفاعلية من قبل الجمهور، وهو ما أشارت إليه دراسة (منى هاشم، أمنية عبد الرحمن، ٢٠٢٣م) حيث هدف الموقع إلى تنوع عرض أشكاله ومحتواه، وتزايد أعداد متابعيه من خلال حرص الموقع على تقديم منصة جديدة تسعى إلى إشباع رغبات الجمهور والتأثير فيه. كما تتفق هذه النتيجة مع ما توصلت إليه دراسة (هبة شفيق، ٢٠٢٤م)^(٨٢) حيث تصدر بودكاست سكاي نيوز العربية

مقدمة البودكاست الإخباري التي يتابعها الجمهور، ويوضح الشكل التالي تفضيلات البودكاست التي رصدها موقع جوجل ترند خلال السنوات الأخيرة.



شكل رقم (٧) يوضح برامج البودكاست الأكثر زيارة^(٨٣)

١٠. عدد حلقات البودكاست التي استمع إليها الشباب خلال الشهر الماضي:
جدول رقم (١٣) عدد حلقات البودكاست التي استمع إليها الشباب خلال الشهر الماضي
وفقاً للنوع

النوع	الذكور		الإناث		الإجمالي	
	ك	%	ك	%	ك	%
حلقة واحدة	٨٥	٤٢.٥	١١٦	٣٨.٧	٢٠١	٤٠.٢
أكثر من ثلاث حلقات	٤٨	٢٤.٠	٦٤	٢١.٣	١١٢	٢٢.٤
حلقتان	٣٣	١٦.٥	٧٢	٢٤.٠	١٠٥	٢١.٠
ثلاث حلقات	٣٤	١٧.٠	٤٨	١٦.٠	٨٢	١٦.٤
الإجمالي	٢٠٠	١٠٠.٠	٣٠٠	١٠٠.٠	٥٠٠	١٠٠.٠

قيمة ك^١=٤.١٠٧ درجة الحرية=٣ مستوى المعنوية=٠.٢٥٠ الدلالة=غير دالة معامل التوافق=٠.٠٩٠

يتضح من الجدول السابق: عدد حلقات البودكاست التي سمعها الشباب خلال الشهر الماضي تمثلت في (حلقة واحدة) بنسبة بلغت ٤٠.٢%، ثم جاءت (أكثر من ثلاث حلقات) في المرتبة الثانية بنسبة بلغت ٢٢.٤%، ثم جاءت (حلقتان) في المرتبة الثالثة بنسبة بلغت ٢١.٠%، وأخيراً جاءت (ثلاث حلقات) بنسبة بلغت ١٦.٤%.

وبحساب قيمة ك^١ بلغت (٤.١٠٧) عند درجة حرية = (٣)، وهي قيمة غير دالة إحصائياً عند مستوى دلالة ٠.٠٥. ويعني ذلك عدم وجود علاقة دالة إحصائياً بين نوع الشباب (الذكور والإناث) وعدد حلقات البودكاست التي سمعها الشباب خلال الشهر الماضي. وتشير هذه النتيجة إلى التفاوت في معدل الاستماع والتعرض لحلقات البودكاست من قبل الشباب، فالعديد يستمع إلى حلقة واحدة خلال الشهر، والبعض الآخر يستمع لحلقتين أو أكثر من ثلاث حلقات.

١.١ أنماط تفاعل الشباب مع برامج البودكاست:

جدول رقم (١٤) أنماط تفاعل الشباب مع برامج البودكاست وفقاً للنوع

المعنى القيمة	قيمة Z	الإجمالي		الإناث		الذكور		النوع
		%	ك	%	ك	%	ك	
٠.٠٣١	٢.١٥٨	٥٣.٦	٢٦٨	٤٩.٧	١٤٩	٥٩.٥	١١٩	لا أقوم بأي تفاعل، أستمع فقط
٠.٠٠٠	٤.١٩٨	٥٢.٠	٢٦٠	٥٩.٧	١٧٩	٤٠.٥	٨١	أقوم بحفظ المحتوى
٠.٠٠٠	٤.٠٨٨	٤٨.٢	٢٤١	٥٥.٧	١٦٧	٣٧.٠	٧٤	قراءة تعليقات المستمعين الآخرين
٠.٠٠٥	٢.٧٧٩	٤٦.٦	٢٣٣	٥١.٧	١٥٥	٣٩.٠	٧٨	أقوم بدعوة الأصدقاء إلى متابعة البودكاست
٠.١٢٤	١.٥٣٧	٤٦.٢	٢٣١	٤٩.٠	١٤٧	٤٢.٠	٨٤	أشارك الآخرين بإرسال البودكاست إليهم
٠.٠٠٠	٣.٥٨٩	٣٧.٠	١٨٥	٤٣.٣	١٣٠	٢٧.٥	٥٥	أشترك في برامج البودكاست الأخرى
٠.٠٤١	٢.٠٤٧	٣١.٢	١٥٦	٣٤.٧	١٠٤	٢٦.٠	٥٢	أعيد نشر البودكاست على صفحتي الشخصية
٠.٤٦٩	٠.٧٢٤	٢٤.٢	١٢١	٢٥.٣	٧٦	٢٢.٥	٤٥	أعلق على الموضوعات المطروحة
		٥٠٠		٣٠٠		٢٠٠		جملة من سلوا

يتضح من الجدول السابق: جاء (لا أقوم بأي تفاعل، أستمع فقط) في مقدمة أنماط تفاعل الشباب مع برامج البودكاست بنسبة بلغت ٥٣.٦%، ثم جاء (أقوم بحفظ المحتوى) في المرتبة الثانية بنسبة بلغت ٥٢.٠%، ثم جاءت (قراءة تعليقات المستمعين الآخرين) في المرتبة الثالثة بنسبة بلغت ٤٨.٢%، وأخيراً جاء (أعلق على الموضوعات المطروحة) بنسبة بلغت ٢٤.٢%، ويرجع ذلك إلى طبيعة وسيلة البودكاست التي تعتمد على الاستماع والتي يفضلها معظم الشباب لإتاحة استخدامها أثناء القيام بمهام أخرى وبالتالي فهم أكثر تركيزاً على طبيعة المحتوى أكثر من كونه وسيلة تتيح التعليق والتفاعل والتي تميز بها منصات أخرى، وبالتالي فالنسبة الأعلى من المبحوثين يستمعون إليها فقط دون التعليق إضافة إلى حفظ المحتوى للاستماع إليه في وقت آخر.

١.٢ الخصائص والتفضيلات الجاذبة لاستخدام البودكاست من وجهة نظر الشباب:

جدول رقم (١٥) الخصائص والتفضيلات الجاذبة لاستخدام البودكاست من وجهة نظر

الشباب وفقاً للنوع

المعنى القيمة	قيمة Z	الإجمالي		الإناث		الذكور		النوع
		%	ك	%	ك	%	ك	
٠.٧٢٤	٠.٣٥٤	٦٨.٦	٣٤٣	٦٨.٠	٢٠٤	٦٩.٥	١٣٩	الوسائط المتعددة الموسيقي والتأثيرات الصوتية
٠.٦٢١	٠.٤٩٥	٦٤.٢	٣٢١	٦٣.٣	١٩٠	٦٥.٥	١٣١	استخدام الفيديو
٠.٠١٥	٢.٤٤٤	٥٨.٦	٢٩٣	٦٣.٠	١٨٩	٥٢.٠	١٠٤	المدة (١٠ : ١٥ دقيقة)
٠.٦٥٩	٠.٤٤٢	٤٣.٢	٢١٦	٤٤.٠	١٣٢	٤٢.٠	٨٤	الزمنية (٢٥ : ٣٠ دقيقة)
٠.٢٠٦	١.٢٦٤	٤٠.٤	٢٠٢	٤٢.٧	١٢٨	٣٧.٠	٧٤	(١٥ : ٢٠ دقيقة)
٠.٣٣٠	٠.٩٧٥	٣٨.٤	١٩٢	٣٦.٧	١١٠	٤١.٠	٨٢	(أكثر من ٣٠ دقيقة)
٠.٠٢٠	٢.٣٢٤	٣٥.٦	١٧٨	٣٩.٧	١١٩	٢٩.٥	٥٩	(٢٠ : ٢٥ دقيقة)
٠.٠٦٧	١.٨٣١	٧٥.٨	٣٧٩	٧٨.٧	٢٣٦	٧١.٥	١٤٣	العامية
٠.٠٠٨	٢.٦٦٢	٥٨.٢	٢٩١	٦٣.٠	١٨٩	٥١.٠	١٠٢	المختلطة
٠.٢٨٧	١.٠٦٥	٨٠.٨	٤٠٤	٨٢.٣	٢٤٧	٧٨.٥	١٥٧	طبيعية يؤمن مساحة اتصال

المعنوية	قيمة Z	الإجمالي		الإناث		الذكور		النوع	العبارات
		%	ك	%	ك	%	ك		
								وتركيز هادئة بأسلوب سهل وجذاب	المحتوى
٠.٠٤٠	٢.٠٥٢	٨٠.٠	٤٠٠	٨٣.٠	٢٤٩	٧٥.٥	١٥١	الأسلوب النقاشي والأساليب الروائية والتفسيرية للقضايا والموضوعات	
			٥٠٠		٣٠٠		٢٠٠		جملة من سنلوا

يتضح من الجدول السابق: فيما يتعلق بالوسائط المتعددة: جاءت (الموسيقى والتأثيرات الصوتية) في مقدمة الوسائط المتعددة كأحد الخصائص والتفضيلات الجاذبة لاستخدام البودكاست من وجهة نظر الشباب بنسبة بلغت ٦٨.٦%، في المقابل جاء (استخدام الفيديو) بنسبة بلغت ٦٤.٢%، فالبودكاست وسيلة تعتمد في الأساس على الصوت، ويستمتع إليها المستخدمون في الغالب أثناء قيامهم بأعمال أخرى، لذا فإن جودة الصوت مصحوبًا بالموسيقى التأثيرية يحقق قدر كبير من جذب المستمعين إليه.

فيما يتعلق بالمدة الزمنية للبودكاست: حصلت المدة الزمنية (من ١٠ : ١٥ دقيقة) تفضيلات استماع الشباب للبودكاست بنسبة ٦٣%، تلاها (من ٢٥ : ٣٠ دقيقة) بنسبة ٤٤%، فكلما كانت المدة الزمنية أقصر كلما حفزت الأفراد على الاستعداد لسماعها على عكس المدة الزمنية الطويلة، وهو ما أكدته دراسة (Özel, Sedat (2022)^(٨٤) حيث أشارت إلى أن تحول متوسط وقت البودكاست إلى ٣٨ دقيقة و٤٢ ثانية مع الميل نحو القصير، واختصار المحتوى الأساسي والسريع ما بين ٥ إلى ٧ دقائق للبت الصغير يجعل المحتويات أكثر سهولة في الوصول إليها واستهلاكها.

وفيما يتعلق باللهجة: جاءت اللهجة (العامية) في المرتبة الأولى كأحد الخصائص والتفضيلات الجاذبة لاستخدام البودكاست من وجهة نظر الشباب بنسبة بلغت ٧٥.٨%، في المقابل جاءت اللهجة (المختلطة) بنسبة بلغت ٥٨.٢%، واللهجة العامية يستخدمها مقدمو محتوى البودكاست لقربها من جمهور المستمعين، وسهولة تعبيرها عن الموضوعات والقضايا التي يتم تناولها بأسلوب أقرب ما يكون للغة التعامل اليومي.

أما من حيث طبيعة المحتوى فتقاربت تفضيلات الشباب الجاذبة للبودكاست من حيث كونه يؤمن مساحة اتصال وتركيز هادئة بأسلوب سهل وجذاب بنسبة ٨٠.٨%، والأسلوب النقاشي والأساليب الروائية والتفسيرية للقضايا والموضوعات بنسبة بلغت ٨٠%، فيمكن الاستماع للبودكاست في أي وقت يفضله المستخدم، بعكس محطات الراديو والتلفزيون حيث يُبرمج بث المحتوى، وتتنوع فئات البودكاست، فمنها: (الدراما، والكوميديا، والرياضة، والتحليل السياسي، والتجارة، والأعمال، وغيرها)، ويمكن الاستماع للحلقات على الموقع حيث يتم عرض جميع الحلقات، أو عن طريق تطبيقات البودكاست أو الموسيقى، أي يحدد المستخدم نوعية المحتوى ومدته وقما شاء مما يوفر له مساحة الاتصال التي يريدها.

١٣. مقياس دوافع استخدام الشباب لتقنية التدوين الصوتي "البودكاست":
جدول رقم (١٦) مقياس دوافع استخدام الشباب لتقنية التدوين الصوتي "البودكاست"

الاستجابة	إلى حد ضعيف		إلى حد ما		إلى حد كبير		المتوسط الحسابي ^١	الانحراف المعياري	الوزن النسبي
	ك	%	ك	%	ك	%			
الدوافع النفعية									
٤٢	٨.٤	١٤٦	٢٩.٢	٣١٢	٦٢.٤	٢.٥٤	٠.٦٤٦	٨٤.٧	لتطوير ذاتي وتوسيع معتقداتي واكتساب القدرة على التفكير والابتكار
٤٣	٨.٦	١٨٧	٣٧.٤	٢٧٠	٥٤.٠	٢.٤٥	٠.٦٤٩	٨١.٨	التعرف على وجهات نظر مختلفة
١١٠	٢٢.٠	١٩٦	٣٩.٢	١٩٤	٣٨.٨	٢.١٧	٠.٧٦٢	٧٢.٣	لمناقشة موضوعات البودكاست مع الآخرين سواء داخل شبكة الإنترنت أو خارجها
١٣٢	٢٦.٤	٢٢١	٤٤.٢	١٤٧	٢٩.٤	٢.٠٣	٠.٧٤٧	٦٧.٧	الحصول على الأخبار والأحداث المحلية والدولية
الدوافع الطوقسية									
٦٢	١٢.٤	١٦١	٣٢.٢	٢٧٧	٥٥.٤	٢.٤٣	٠.٧٠٣	٨١.٠	لشغل وقت الفراغ والتخلص من الشعور بالوحدة
٨٠	١٦.٠	١٧٨	٣٥.٦	٢٤٢	٤٨.٤	٢.٣٢	٠.٧٣٥	٧٧.٥	للتسلية أثناء التنقل أو العمل
١٠٠	٢٠.٠	٢١٥	٤٣.٠	١٨٥	٣٧.٠	٢.١٧	٠.٧٣٦	٧٢.٣	لارتباطي أساساً بهاتفي / استغلال الوقت أثناء تصفحي مواقع أخرى
١٦٦	٣٣.٢	١٧٣	٣٤.٦	١٦١	٣٢.٢	١.٩٩	٠.٨٠٩	٦٦.٣	للهروب من المشكلات التي أواجهها
							٥٠٠	الإجمالي	

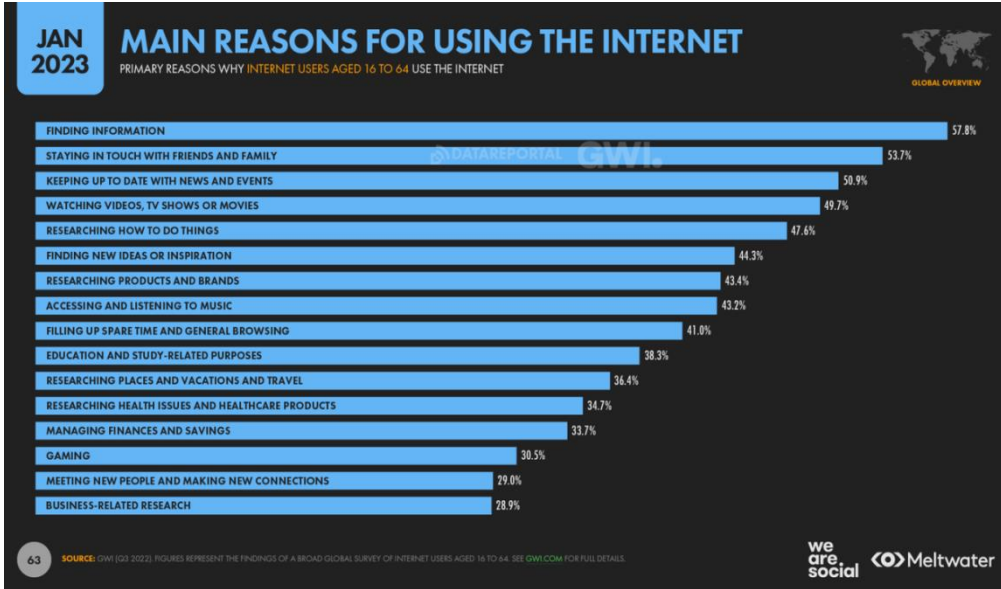
يوضح الجدول السابق أن:

(لتطوير ذاتي، وتوسيع معتقداتي، واكتساب القدرة على التفكير والابتكار) جاء في المرتبة الأولى للدوافع النفعية بوزن نسبي ٨٤.٧%، وجاءت (التعرف على وجهات نظر مختلفة) في المرتبة الثانية بوزن نسبي ٨١.٨%، وجاءت (لمناقشة موضوعات البودكاست مع الآخرين سواء داخل شبكة الإنترنت أو خارجها) في المرتبة الثالثة بوزن نسبي ٧٢.٣%، وأخيراً جاءت (الحصول على الأخبار والأحداث المحلية والدولية) بوزن نسبي ٦٧.٧%.

^١ من ١ إلى ١.٦٦ إلى حد ضعيف.... من ١.٦٧ إلى ٢.٣٣ إلى حد ما..... من ٢.٣٤ إلى ٣ إلى حد كبير

وجاء (لشغل وقت الفراغ، والتخلص من الشعور بالوحدة) في المرتبة الأولى للدوافع الطقوسية بوزن نسبي ٨١%، وجاءت (للتسلية أثناء التنقل أو العمل) في المرتبة الثانية بوزن نسبي ٧٧.٥%، وجاءت (لارتباطي أساسًا بهاتفي / استغلال الوقت أثناء تصفحي مواقع أخرى) في المرتبة الثالثة بوزن نسبي ٧٢.٣%، وأخيرًا جاءت (للهرب من المشكلات التي أواجهها) بوزن نسبي ٦٦.٣%.

يتضح من البيانات السابقة تصدر الدوافع النفسية دوافع الشباب لاستخدام البودكاست، متمثلة في الرغبة في تطوير الذات، وتوسيع المعتقدات، والتعرف على وجهات نظر جديدة ومناقشة الموضوعات مع الآخرين، ولكن بالنظر إلى دوافع التعرض بشكل عام نجد أن شغل وقت الفراغ والتخلص من الشعور بالوحدة احتلت الترتيب الثالث للدوافع ككل، مما يعني أن تعرض المبحوثين يرتبط بالنفع والهرب، وهو ما أشارت إليه أيضًا دراسة (Sylvia M., Rang Wan, 2022)^(٨٥) أن الدوافع العاطفية والمتعلقة بالترفيه تلعب دورًا أكثر أهمية في مستوى الاستخدام الفعلي (أي الكمية المستهلكة)، بينما تؤدي الدوافع المعرفية المتعلقة بالمعلومات إلى مزيد من التفاعل المستمر مع محتوى / مضيف البودكاست (أي الاشتراك). تتفق هذه النتيجة مع ما توصلت إليه دراسة كل من (ماجد الشيباني، ٢٠٢٢م)^(٨٦)، و(منى هاشم، أمنية عبد الرحمن، ٢٠٢٣م)^(٨٧)، وكذلك دراسة (أمل خطاب، ٢٠١٧م)^(٨٨) حيث تغلبت الدوافع النفسية للتعرض إلى البودكاست على الدوافع الطقوسية لدى المستخدمين، وهو ما يؤكدته تقرير (Global Statshot Report) الصادر عن منصة البيانات والتحليلات (DataReportal)، حيث يعد الحصول على المعلومات أحد الأسباب الرئيسية لاستخدام الإنترنت.



شكل رقم (٨) يوضح الأسباب الرئيسية لاستخدام الإنترنت^(٨٩)

١٤. مقياس تقييم الشباب للبودكاست كمؤدٍ للأدوار الصحفية التقليدية:
جدول رقم (١٧) مقياس تقييم الشباب للبودكاست كمؤدٍ للأدوار الصحفية التقليدية

الاستجابة	غير موافق		محايد		موافق		المتوسط الحسابي ^٢	الانحراف المعياري	الوزن النسبي
	ك	%	ك	%	ك	%			
تحفيز الناس على المشاركة في النقاشات العامة حول القضايا المهمة	٣٤	٦.٨	١٥٠	٣٠.٠	٣١٦	٦٣.٢	٢.٥٦	٠.٦١٩	٨٥.٥
وجه الناس نحو الحلول الممكنة لمشاكل المجتمع	٤٥	٩.٠	١٥٢	٣٠.٤	٣٠٣	٦٠.٦	٢.٥٢	٠.٦٥٦	٨٣.٩
يركز على الأخبار التي تهتم أكبر عدد من الجمهور	٤٦	٩.٢	١٦٣	٣٢.٦	٢٩١	٥٨.٢	٢.٤٩	٠.٦٥٩	٨٣.٠
البودكاست مصدر قيم للمعلومات	٢٨	٥.٦	٢١٩	٤٣.٨	٢٥٣	٥٠.٦	٢.٤٥	٠.٦٠٠	٨١.٧
يجعلني البودكاست على اطلاع دائم بالأخبار والأحداث	٥٨	١١.٦	١٩٨	٣٩.٦	٢٤٤	٤٨.٨	٢.٣٧	٠.٦٨٣	٧٩.١
البودكاست هو نوع من الصحافة	٧٢	١٤.٤	١٧٧	٣٥.٤	٢٥١	٥٠.٢	٢.٣٦	٠.٧٢٠	٧٨.٦
تحليل وتفسير التطورات الدولية	٦٢	١٢.٤	٢٢٩	٤٥.٨	٢٠٩	٤١.٨	٢.٢٩	٠.٦٧٦	٧٦.٥
أثق في المعلومات التي أسمعها في البودكاست	٥٣	١٠.٦	٢٧٣	٥٤.٦	١٧٤	٣٤.٨	٢.٢٤	٠.٦٢٩	٧٤.٧
البودكاست هم صحفيون	١٦٣	٣٢.٦	٢١٣	٤٢.٦	١٢٤	٢٤.٨	١.٩٢	٠.٧٥٤	٦٤.١
الإجمالي							٥.٠٠		

يوضح الجدول السابق أن (تحفيز الناس على المشاركة في النقاشات العامة حول القضايا المهمة) جاء في المرتبة الأولى بوزن نسبي ٨٥.٥%، وجاءت (وجه الناس نحو الحلول الممكنة لمشاكل المجتمع) في المرتبة الثانية بوزن نسبي ٨٣.٩%، وجاء (يركز على الأخبار التي تهتم أكبر عدد من الجمهور) في المرتبة الثالثة بوزن نسبي ٨٣.٠%، وجاء (البودكاست مصدر قيم للمعلومات) في المرتبة الرابعة بوزن نسبي ٨١.٧%، وجاء (يجعلني البودكاست على اطلاع دائم بالأخبار والأحداث) في المرتبة الخامسة بوزن نسبي ٧٩.١%، وأخيراً جاء (البودكاست هم صحفيون) بوزن نسبي ٦٤.١%.

وقد تم حساب الدرجة الكلية لكل المبحوثين على هذا المقياس، فنتج لدينا مقياس تراوحت درجاته بين (٩ : ٢٧)، وتم تقسيمه إلى ثلاثة مستويات على النحو التالي:
من (٩ : ٢٧) منخفض // من (٢٠ : ٢٧) متوسط // من (٢١ : ٢٧) مرتفع

^٢ من ١ إلى ١.٦٦ غير موافق.... من ١.٦٧ إلى ٢.٣٣ محايد..... من ٢.٣٤ إلى ٣ موافق

جدول رقم (١٨) مستوى التقييم العام للبودكاست كمؤد للأدوار الصحفية التقليدية

المستوى	ك	%
منخفض	١٩	٣.٨
متوسط	١٧٧	٣٥.٤
مرتفع	٣٠٤	٦٠.٨
الإجمالي	٥٠٠	١٠٠

يتضح مما سبق "ارتفاع" تقييم المبحوثين للبودكاست كمؤد للأدوار الصحفية التقليدية، وفي هذا الإطار تشير مجلة "Communicate Influence" (٩٠) المتخصصة في التسويق إلى تساؤلها كيف غير البودكاست وجه الصحافة؟ إلى أن أغلب المؤسسات الإخبارية أصبحت تلجأ إلى البودكاست، سواء كان ذلك من خلال تدشين بودكاست خاص بالمؤسسة أو تنسيق محتوى وعرضه عبر منصة بودكاست، انطلاقاً من حقيقة أن الكثير من الأشخاص لا يميلون إلى القراءة كثيراً على الإنترنت، وهو ما جعل البودكاست جزءاً أساسياً من الصحافة، فالعلاقة الودية التي يوفرها البودكاست بين الصحفي والمستمع تعد جانباً أساسياً من البودكاست الجيد، لأن البث الصوتي ينتقل مباشرة إلى عقل المستمع. وعلى الرغم من أن المستمعين يتفوقون على أن البث الصوتي هو شكل من أشكال الصحافة، وطريقة للبقاء على الاطلاع بالأخبار والأحداث الجارية، ومصدر قيم للمعلومات، كما ساعد على تحفيز الناس للمشاركة في النقاشات العامة حول القضايا المهمة؛ فإنهم أكثر تشككاً في صحف البودكاست -"البودكاسترز هم صحفيون" حصلت على أقل نسبة في تقييم المبحوثين- عند مقارنتهم بصحفيو مصادر الأخبار التقليدية للمعلومات، كما يمكن أن يلعب عدم الثقة المتأصل في التقنيات الجديدة دوراً في ثقة مستمعي البودكاست في الوسيلة كمصدر للمعلومات، إلى جانب حقيقة أن أي شخص تقريباً لديه معدات تسجيل واتصال بالإنترنت يمكنه تقنياً إنشاء ونشر بودكاست، مما يؤدي إلى تعكير صفو تصورات المواطنين والهواة عن المدونات الصوتية مقابل المحترفين والصحفيين.

تتفق نتيجة هذه الدراسة فيما يتعلق بتحفيز المبحوثين على المشاركة في النقاشات العامة حول القضايا المهمة مع نتائج دراسة (Sang, Y., et al. 2023) (٩١) التي أكدت أن الوسائط الرقمية مثل البودكاست الإخباري يمكن أن تؤثر على المناقشة والمشاركة عبر الإنترنت بالإضافة إلى المشاركة السياسية خارج الإنترنت، وتتماشى هذه النتيجة مع العديد من الدراسات التي وجدت أن استخدام وسائل الإعلام الإخبارية مهم في تحفيز الناس على الصعيدين: المدني والسياسي كالمشاركة وكذلك مناقشة الأخبار، كما أكدت العديد من الدراسات هذه النتيجة، فأكدت دراسة (Yeromin, Mykola, 2021) (٩٢) مدى قدرة تأثير البودكاست والقصص المصورة على الوعي السياسي للجمهور عامة، وأشارت دراسة (عبد الرزاق غزال، وفاء بورحلي، ٢٠٢١م) (٩٣) إلى أن المبحوثين أكدوا على أن مشاهدتهم لوصلات وحلقات البودكاست والتدوين الصوتي والمرئي زاد من وعيهم الاجتماعي، وتمثل ذلك في ارتفاع إحساسهم بالمسؤولية الاجتماعية نحو الوطن والمواطنة، وكيفية تحسين علاقاتهم مع الأفراد المحيطة بهم. وكذلك دراسة (العابد السيد، بن يحي، ٢٠١٧م) (٩٤) أشارت إلى أن برامج البودكاست ساعدت المبحوثين في معرفة ما يجري من أحداث وطنية،

وأن هذه البرامج تساهم في التوعية بقضايا المجتمع، وتغير في أفكارهم حول مجتمعهم، كما أشارت إلى قدرة هذه البرامج إلى تقديم حلول لبعض مشكلات المجتمع، بينما تختلف معهم دراسة (Gil de Zúñiga et al., 2010)^(٩٥) التي وجدت استخدام الأخبار عبر الإنترنت تحدد فقط في التأثير على المشاركة السياسية عبر الإنترنت.

١٥. مقياس أنماط نشاط استخدام الشباب للبودكاست:

جدول رقم (١٩) مقياس أنماط نشاط استخدام الشباب للبودكاست

الوزن النسبي	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي ^٣	إلى حد كبير		إلى حد ما		إلى حد ضعيف		الاستجابة	عبارات المقياس
			%	ك	%	ك	%	ك		
أنماط النشاط المدعم للتأثيرات الاتصالية لاستخدام البودكاست										
٨٦.٩	٠.٦١٣	٢.٦١	٦٧.٤	٣٣.٧	٢٥.٨	١٢.٩	٦.٨	٣.٤	الانتقائية	أستطيع اختبار الموضوعات والقضايا التي تتوافق مع اهتماماتي
٨١.٩	٠.٦٨٢	٢.٤٦	٥٦.٦	٢٨.٣	٣٢.٦	١٦.٣	١٠.٨	٥.٤		أستطيع انتقاء حلقة معينة ومقدمها / الضيف فيها
٧٨.٥	٠.٧١٤	٢.٣٥	٤٩.٤	٢٤.٧	٣٦.٦	١٨.٣	١٤.٠	٧.٠		أقوم بالتحكم في تمرير الحلقة للتأكد من توافقها مع اهتماماتي
٨٠.٩	٠.٦٥٥	٢.٤٣	٥١.٨	٢٥.٩	٣٩.٠	١٩.٥	٩.٢	٤.٦	الانتباه	أركز انتباهي أثناء استماعي إلى البودكاست
٦٩.٩	٠.٧٧٢	٢.١٠	٣٥.٠	١٧.٥	٣٩.٦	١٩.٨	٢٥.٤	١٢.٧		أخصص وقتًا للاستماع إلى حلقات البودكاست
٦٦.٤	٠.٧٨٦	١.٩٩	٣٠.٤	١٥.٢	٣٨.٤	١٩.٢	٣١.٢	١٥.٦		أدون بعض المعلومات الواردة في البودكاست
٧٩.٧	٠.٦٩٢	٢.٣٩	٥١.٢	٢٥.٦	٣٦.٨	١٨.٤	١٢.٠	٦.٠	الاستغراق	أتخيل دائمًا إذا ما طبقت ما سمعته على تطوير ذاتي النفسية والاجتماعية والمهنية
٧٨.١	٠.٦٩٤	٢.٣٤	٤٧.٠	٢٣.٥	٤٠.٢	٢٠.١	١٢.٨	٦.٤		أتطرق إلى موضوعات مشابهة لتلك التي استمعت إليها عبر بودكاست
٦٥.١	٠.٧٩٦	١.٩٥	٢٩.٤	١٤.٧	٣٦.٦	١٨.٣	٣٤.٠	١٧.٠		أطالع تعليقات المستمعين الآخرين والنقاش معهم

^٣ من ١ إلى ١.٦٦ إلى حد ضعيف.... من ١.٦٧ إلى ٢.٣٣ إلى حد ما..... من ٢.٣٤ إلى ٣ إلى حد كبير

الوزن النسبي	الإنحراف المعياري	المتوسط الحسابي ^٣	إلى حد كبير		إلى حد ما		إلى حد ضعيف		الاستجابة	عبارات المقياس
			%	ك	%	ك	%	ك		
أنماط النشاط المعوق للتأثيرات الاتصالية لاستخدام البودكاست										
٧٤.٥	٠.٧٤٤	٢.٢٤	٤٢.٢	٢١	٣٩.٢	١٩	١٨.٦	٩٣	لا أستطيع سماع حلقة بودكاست لا أعلم محتواها	التجنب
٧٠.٣	٠.٧٣٣	٢.١١	٣٢.٨	١٦	٤٥.٢	٢٢	٢٢.٠	١١	أتجنب الاستماع إلى البودكاست طويل المدة الزمنية	
٦٧.٩	٠.٧٢٦	٢.٠٤	٢٨.٢	١٤	٤٧.٢	٢٣	٢٤.٦	١٢	كثرة برامج البودكاست تحول دون اختيار حلقات ذات أهمية لي	
٦٨.١	٠.٧٦٤	٢.٠٤	٣١.٤	١٥	٤١.٦	٢٠	٢٧.٠	١٣	المؤثرات الصوتية المستخدمة تشتت انتباهي	تحويل الانتباه
٦٤.٦	٠.٧٢١	١.٩٤	٢٣.٠	١١	٤٧.٨	٢٣	٢٩.٢	١٤	كثرة المعلومات الواردة في حلقات البودكاست تشتت تفكيري	
٦١.١	٠.٧٩٦	١.٨٣	٢٤.٦	١٢	٣٤.٠	١٧	٤١.٤	٢٠	أقوم بقراءة أشياء أخرى أثناء الاستماع إلى البودكاست	
٧٧.٦	٠.٦٩١	٢.٣٣	٤٥.٦	٢٢	٤١.٦	٢٠	١٢.٨	٦٤	أحاول دائمًا التأكد من المعلومات التي أستمع إليها	الشك
٧٢.٥	٠.٧٤١	٢.١٧	٣٧.٦	١٨	٤٢.٢	٢١	٢٠.٢	١٠	إذا كان مقدمو البودكاست من الهواه لا أتخذ آراءه على محمل الجد	
٦١.٧	٠.٦٩٨	١.٨٥	١٨.٠	٩٠	٤٩.٢	٢٤	٣٢.٨	١٦	لا أتق في المعلومات الواردة في البودكاست	
٥٠٠										الإجمالي

يوضح الجدول السابق:

أولاً: أنماط النشاط المدعم للتأثيرات الاتصالية

حصلت عبارة (أستطيع اختيار الموضوعات والقضايا التي تتوافق مع اهتماماتي) على المرتبة الأولى بوزن نسبي ٨٦.٩%، وجاءت (أستطيع انتقاء حلقة معينة ومقدمها / الضيف فيها) في المرتبة الثانية بوزن نسبي ٨١.٩%، بينما حصل الخيار (أركز انتباهي أثناء استماعي إلى البودكاست) على الترتيب الثالث بوزن نسبي ٨٠.٩%، وجاء (أتخيل دائمًا إذا

ما طبقت ما سمعته على تطوير ذاتي النفسية والاجتماعية والمهنية) فى الترتيب الرابع بوزن نسبي ٧٩.٧%.

يتضح مما سبق قيام المبحوثين بتحقيق مختلف أنماط النشاط الداعم لحدوث التأثيرات الاتصالية من خلال "الانتقائية" المتحققة في استطاعة اختيار الموضوعات والقضايا التي تتوافق مع اهتماماتهم، وكذلك انتقاء نوعية الحلقات التي يرغبون في الاستماع إليها، وكذلك من خلال "الانتباه" بتركيز انتباه المبحوثين أثناء استماعهم إلى البودكاست، وأخيرًا "الاستغراق" وذلك من خلال تخيل المبحوث إذا ما طبق ما سمعه على تطوير ذاته النفسية والاجتماعية والمهنية.

ثانيًا: أنماط النشاط المعوق للتأثيرات الاتصالية

حصلت عبارة (أحاول دائمًا التأكد من المعلومات التي أستمع إليها) على المرتبة الأولى بوزن نسبي ٧٧.٦%، يليها (لا أستطيع سماع حلقة بودكاست لا أعلم محتواها) بوزن نسبي ٧٤.٥%، يليها (إذا كان مقدمو البودكاست من الهواه لا أتخذ آراءه على محمل الجد) بوزن نسبي ٧٢.٥%، يليها (أتجنب الاستماع إلى البودكاست طويل المدة الزمنية) بوزن نسبي ٧٠.٣%.

يتضح مما سبق تصدر أنماط التجنب والشك كأبرز الأنشطة المعوقة للتأثيرات الاتصالية للبودكاست بالنسبة للشباب، متمثلة في محاولة الشباب التأكد من المعلومات التي يستمعون إليها؛ وهو ما يعني مدى وعي الشباب بأهمية مصداقية المحتوى المنشور عبر البودكاست، وأيضًا أهمية وضوح محتوى حلقة البودكاست ومقدمها والتي تُيسر على المستخدمين اتخاذ قرار سماع الحلقة من عدمه.

وبشكل عام يمكن القول أن أنماط نشاط المبحوثين في استخدامهم للبودكاست جاءت "مدعمة" للتأثيرات الاتصالية الناتجة عن الاستخدام متمثلة في الانتقائية والانتباه والاستغراق في المادة المقدمة عبر برامج البودكاست التي يستمعون إليها.

١٦. التأثيرات الاتصالية الناتجة عن استخدام الشباب لتطبيقات البودكاست:

جدول رقم (٢٠) التأثيرات الاتصالية الناتجة عن استخدام الشباب لتطبيقات البودكاست

الوزن النسبي	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي ^٤	إلى حد كبير		إلى حد ما		إلى حد ضعيف		الاستجابة	عبارات المقياس
			%	ك	%	ك	%	ك		
٧٩.٢	٠.٦٦٠	٢.٣٨	٤٧.٦	٢٣٨	٤٢.٤	٢١٢	١٠.٠	٥٠	استفيد من الخصائص التقنية للبودكاست مثل الحفظ والاستعادة	التفاعل
٧٠.٥	٠.٧٤٥	٢.١٢	٣٤.٢	١٧١	٤٣.٢	٢١٦	٢٢.٦	١١٣	انتظر بشغف باقي حلقات برنامجي المفضل	
٦٣.٩	٠.٧٩٥	١.٩٢	٢٧.٨	١٣٩	٣٦.٢	١٨١	٣٦.٠	١٨٠	اعد نشر حلقات البودكاست التي أثرت معارفى لمساعدة الآخرين فى سماعها	
٦١.٧	٠.٧٤٦	١.٨٥	٢١.٤	١٠٧	٤٢.٢	٢١١	٣٦.٤	١٨٢	تفاعل مع مقدمي وضيوف البودكاست بالرسائل أو المتابعة	

^٤ من ١ إلى ١.٦٦ إلى حد ضعيف... من ١.٦٧ إلى ٢.٣٣ إلى حد ما..... من ٢.٣٤ إلى ٣ إلى حد كبير

الوزن النسبي	الإنحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الاستجابة							
			إلى حد كبير		إلى حد ما		إلى حد ضعيف			
			%	ك	%	ك	%	ك		
٨١.١	٠.٦٦٢	٢.٤٣	٥٢.٨	٢٦٤	٣٧.٦	١٨٨	٩.٦	٤٨	الرضا	أعتقد أنني أكتسب معلومات مفيدة من متابعتي للبودكاست
٧٨.١	٠.٦٧١	٢.٣٤	٤٥.٦	٢٢٨	٤٣.٢	٢١٦	١١.٢	٥٦		تطورت شخصيتي وأفكاري نتيجة استماعي إلى برامج البودكاست
٧٦.٩	٠.٦٤٧	٢.٣١	٤١.٠	٢٠٥	٤٨.٨	٢٤٤	١٠.٢	٥١		أشعر بالرغبة في الاستماع إلى المزيد من حلقات البودكاست
٧٣.٠	٠.٦٩٢	٢.١٩	٣٥.٢	١٧٦	٤٨.٦	٢٤٣	١٦.٢	٨١		يشبع حاجاتي ويلبي اهتماماتي وورغباتي
٨١.٠	٠.٦٧٤	٢.٤٣	٥٣.٤	٢٦٧	٣٦.٢	١٨١	١٠.٤	٥٢		يتصف البودكاست الحالي بالحدثة والعصرية
٨٠.٩	٠.٦٥٥	٢.٤٣	٥١.٨	٢٥٩	٣٩.٠	١٩٥	٩.٢	٤٦		أصبحت أكثر وعياً واستعداداً لتقبل اختلاف ثقافات الآخرين
٨٠.٢	٠.٦٦٨	٢.٤١	٥٠.٨	٢٥٤	٣٩.٠	١٩٥	١٠.٢	٥١		استفدت من خبرات شخصيات مؤثرة في المجتمع
٧٩.١	٠.٦٦٠	٢.٣٧	٤٧.٤	٢٣٧	٤٢.٦	٢١٣	١٠.٠	٥٠	ترتبط برامج البودكاست بالواقع المعاش والقضايا العصرية للشباب	الإجمالي
٥٠٠										

يوضح الجدول السابق:

أولاً: فيما يتعلق بالتفاعل

جاءت (استفيد من الخصائص التقنية للبودكاست مثل الحفظ والاستعادة) في المرتبة الأولى بوزن نسبي ٧٩.٢%، وجاءت (أنتظر بشغف باقي حلقات برنامجي المفضل) في المرتبة الثانية بوزن نسبي ٧٠.٥%، وجاءت (أعيد نشر حلقات البودكاست التي أثرت معارفي لمساعدة الآخرين في سماعها) في المرتبة الثالثة بوزن نسبي ٦٣.٩%، وأخيراً جاءت (أتفاعل مع مقدمي وضيوف البودكاست بالرسائل أو المتابعة) بوزن نسبي ٦١.٧%.

ثانياً: فيما يتعلق بالرضا

يوضح الجدول السابق: جاء (أعتقد أنني أكتسب معلومات مفيدة من متابعتي للبودكاست) في المرتبة الأولى بوزن نسبي ٨١.١%، وجاءت (تطورت شخصيتي وأفكاري نتيجة استماعي إلى برامج البودكاست) في المرتبة الثانية بوزن نسبي ٧٨.١%، وجاءت (أشعر بالرغبة في الاستماع إلى المزيد من حلقات البودكاست) في المرتبة الثالثة بوزن نسبي ٧٦.٩%، وأخيراً جاءت (يشبع حاجاتي ويلبي اهتماماتي وورغباتي) بوزن نسبي ٧٣.٠%.

ثالثاً: فيما يتعلق بالواقعية

يوضح الجدول السابق: جاء (يتصف البودكاست الحالي بالحدثة والعصرية) في المرتبة الأولى بوزن نسبي ٨١.٠%، وجاءت (أصبحت أكثر وعياً واستعداداً لتقبل اختلاف ثقافات الآخرين) في المرتبة الثانية بوزن نسبي ٨٠.٩%، وجاءت (استفدت من خبرات شخصيات

مؤثرة في المجتمع) في المرتبة الثالثة بوزن نسبي ٨٠.٢%، وأخيراً جاء (ترتبط برامج البودكاست بالواقع المعاش والقضايا العصرية للشباب) بوزن نسبي ٧٩.١%. وقد تم حساب الدرجة الكلية لكل المبحوثين على هذا المقياس، فنتج لدينا مقياس تراوحت درجاته بين (١٢ : ٣٦) وتم تقسيمه إلى ثلاثة مستويات على النحو التالي: من (١٢ : ١٩) منخفض // من (٢٠ : ٢٧) متوسط // من (٢٨ : ٣٦) مرتفع

جدول رقم (٢١) مقياس تقييم الشباب للبودكاست كمؤد للأدوار الصحفية التقليدية

المستوى	ك	%
منخفض	٣٦	٧.٢
متوسط	٢٢٨	٤٥.٦
مرتفع	٢٣٦	٤٧.٢
الإجمالي	٥٠٠	١٠٠

وفي ضوء النتائج السابقة يمكن القول بتحقق التأثيرات الاتصالية المختلفة لاستخدام الشباب للبودكاست بدرجة "مرتفعة"، وتصدرت "الواقعية" في البودكاست المستخدم من قبل الشباب رأس قائمة التأثيرات الاتصالية المتكونة لدى الشباب بوزن نسبي يبلغ ٨٠.٣%، وتصدرت فيها عبارة "يُصنف البودكاست الحالي بالحدثة والعصرية"؛ ذلك أن البودكاست تقنيات إعلامية رقمية تتواكب مع متغيرات العصر وتلبي احتياجات مستمعيه في المجالات المختلفة، ثم التأثيرات الاتصالية المرتبطة بـ"الرضا" بوزن نسبي ٧٧.٢٧%، وتصدرت فيها عبارة "أعتقد أنني اكتسبت معلومات مفيدة من متابعتي للبودكاست" إذ يمكن للبودكاست أن يطلق العنان لعصر جديد من التنوير في حال استطاع تقديم محتوى ثري يواكب متطلبات متصفح الإنترنت، فالأمر لا يقتصر على مجرد الاستماع إلى برامج متنوعة فحسب، بل يلتقط الناس سلوكيات ونماذج عقلية جديدة من المحادثات التي يستمعون إليها ويتأثرون بخبرات الآخرين. وأخيراً التأثيرات الاتصالية المرتبطة بـ"التفاعلية" بوزن نسبي ٧٨.٨٢%، وتصدرت خلالها عبارة "أستفيد من الخصائص التقنية للبودكاست مثل الحفظ والاستعادة" وهي تلك الخصائص التي تتمتع بها بيئة النشر الإلكتروني والتي تسمح للمستخدمين إمكانية التصفح، والعثور على البودكاست المناسب ثم حفظه للاستماع إليه في الوقت المناسب. أما في البودكاست الإخباري فتحقق الحدثة والعصرية في طريقة جذب المستمع للموضوع ولمقدمه كما أشارت لذلك دراسة (McHugh, 2016)^(٩٦) فالصحفي يقود المستمعين عبر القصص بطريقة حميمة، مما يخلق روابط دائمة ويجذب الولاء للبرامج، حيث يشعر المستمعون وكأنهم يعرفون المقدمين شخصياً، ويعتمد الصحفيون الصوتيون في ذلك على أن البث الصوتي أكثر حوارية وأقل كتابةً من الوسائط الأخرى، ويعتمد على علاقة قوية ومستمرة تتشكل بين مستمعي البودكاست والمضيفين.

١٧. العوامل المؤثرة في تقبل الشباب لتطبيقات البودكاست عبر الهواتف الذكية وفق عناصر نموذج تقبل التكنولوجيا:
جدول رقم (٢٢) العوامل المؤثرة في تقبل الشباب لتطبيقات البودكاست عبر الهواتف الذكية وفق عناصر نموذج تقبل التكنولوجيا

الوزن النسبي	الإنحراف المعياري	المتوسط الحسابي	موافق		الى حد ما		غير موافق		الاستجابة
			%	ك	%	ك	%	ك	
سهولة الاستخدام									
٨٦.٧	٠.٦٠٤	٢.٦٠	٦٦.٢	٣٣١	٢٧.٦	١٣٨	٦.٢	٣١	يمكنني الوصول إلى محتوى البودكاست بسهولة، والاستماع إليه في الخلفية
٨٣.١	٠.٦٣١	٢.٤٩	٥٦.٨	٢٨٤	٣٥.٨	١٧٩	٧.٤	٣٧	محتوى البودكاست عادة واضح ومفهوم بأسلوب جذاب ومثير
٨٠.٠	٠.٧٣٠	٢.٤٠	٥٤.٦	٢٧٣	٣٠.٨	١٥٤	١٤.٦	٧٣	يمكنني الاستماع إلى البودكاست في أي مكان
٧٧.١	٠.٦٧٥	٢.٣١	٤٣.٢	٢١٦	٤٤.٨	٢٢٤	١٢.٠	٦٠	توقع محتوى الحلقة يزيد من استفادتي
٧١.٨	٠.٧٤٨	٢.١٥	٣٦.٨	١٨٤	٤١.٨	٢٠٩	٢١.٤	١٠٧	أجد أنه من السهل العثور على البودكاست الذي أريده
٦١.٣	٠.٧٧٥	١.٨٤	٢٣.٢	١١٦	٣٧.٤	١٨٧	٣٩.٤	١٩٧	يمكنني من التواصل مع صاحب المحتوى الرقمي
الاستفادة المدركة / المنفعة									
٨٣.٧	٠.٦٥٩	٢.٥١	٦٠.٢	٣٠١	٣٠.٦	١٥٣	٩.٢	٤٦	الذات المعرفية اكتساب وجهات نظر مختلفة والتعرف على العادات والتقاليد والأجناس المختلفة
٧٧.٩	٠.٦٩٩	٢.٣٤	٤٧.٠	٢٣٥	٣٩.٨	١٩٩	١٣.٢	٦٦	امتلاك قاعدة معرفية واسعة في مختلف مجالات الحياة
٧٥.٧	٠.٧٣١	٢.٢٧	٤٤.٠	٢٢٠	٣٩.٢	١٩٦	١٦.٨	٨٤	الحصول على الأخبار والأحداث
٧٨.٩	٠.٦٧٩	٢.٣٧	٤٨.٢	٢٤١	٤٠.٤	٢٠٢	١١.٤	٥٧	الذات الاجتماعية بناء قاعدة رصينة من الخبرات الحياتية العلمية والعملية

° من ١ إلى ١.٦٦ غير موافق.... من ١.٦٧ إلى ٢.٣٣ الى حد ما..... من ٢.٣٤ إلى ٣ موافق

الوزن النسبي	الإنحراف المعياري	المتوسط الحسابي	موافق		الى حد ما		غير موافق		الاستجابة	
			%	ك	%	ك	%	ك		
٧٨.٦	٠.٦٩٥	٢.٣٦	٤٨.٤	٢٤٢	٣٩.٠	١٩٥	١٢.٦	٦٣	عبارات المقياس	
									تحسين مهارات التواصل مع الآخرين وبناء علاقات ناجحة ومفيدة	
٧٧.٩	٠.٦٤٢	٢.٣٤	٤٣.٠	٢١٥	٤٧.٦	٢٣٨	٩.٤	٤٧	تحقيق التوازن الذاتي	
٨١.٩	٠.٦٤٩	٢.٤٦	٥٤.٢	٢٧١	٣٧.٢	١٨٦	٨.٦	٤٣	الاستفادة من الكيفية التي يفكر بها الآخرون من أجل تحقيق النجاح	
٨١.١	٠.٦٥٩	٢.٤٣	٥٢.٦	٢٦٣	٣٨.٠	١٩٠	٩.٤	٤٧	تعلم مهارات جديدة وتطوير قدراتي الشخصية	
٧٨.٩	٠.٦٨٢	٢.٣٧	٤٨.٢	٢٤١	٤٠.٢	٢٠١	١١.٦	٥٨	البحث عن طرق جديدة لتأدية المهام	
النوايا السلوكية										
٨٠.٩	٠.٦٨٢	٢.٤٣	٥٣.٦	٢٦٨	٣٥.٤	١٧٧	١١.٠	٥٥	يمكنني التعرف على الأشياء التي يمكن أن تسهم في تطوير ذاتي الشخصية من ملفات اليودكاست التي أستمع إليها	
٧٨.٩	٠.٦٦١	٢.٣٧	٤٧.٠	٢٣٥	٤٢.٨	٢١٤	١٠.٢	٥١	أجد فيها إجابة عن تساؤلات كثيرة وحل للمشكلات، كما تقدم تحليلات وتفسيرات للأحداث والقضايا	
٧٦.٦	٠.٧٣١	٢.٣٠	٤٦.٠	٢٣٠	٣٧.٨	١٨٩	١٦.٢	٨١	يمكنني تعلم كيفية القيام بشيء لم أفعله من قبل بفضل اليودكاست الذي أستمع إليه	
٧٦.٤	٠.٦٩٠	٢.٢٩	٤٢.٦	٢١٣	٤٤.٠	٢٢٠	١٣.٤	٦٧	اعتمدت تقنية اليودكاست كتقنية إعلامية مستحدثة سهلة الاستخدام وتحظى بالإمكانيات التفاعلية	
٧٦.٤	٠.٧٠٧	٢.٢٩	٤٣.٨	٢١٩	٤١.٦	٢٠٨	١٤.٦	٧٣	أنوي الاستمرار في استخدام تطبيقات اليودكاست لأنها تسمح لي بأداء أكثر من وظيفة في نفس الوقت	
٧٥.٤	٠.٧٣١	٢.٢٦	٤٣.٢	٢١٦	٣٩.٨	١٩٩	١٧.٠	٨٥	حقق اليودكاست توقعاتي كوسيلة إعلامية متطورة وجذابة	

الوزن النسبي	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	موافق		الى حد ما		غير موافق		الاستجابة
			%	ك	%	ك	%	ك	
٦٦.٣	٠.٧٦٤	١.٩٩	٢٨.٦	١٤٣	٤١.٨	٢٠٩	٢٩.٦	١٤٨	أفضل متابعة الأحداث المحلية والدولية من خلال البودكاست
الاستخدام الفعلي									
٧٠.٤	٠.٧٤٦	٢.١١	٣٤.٠	١٧٠	٤٣.٢	٢١٦	٢٢.٨	١١٤	أشترك في المزيد من تطبيقات وبرامج البودكاست
٧٠.٢	٠.٨٠٥	٢.١١	٣٨.٢	١٩١	٣٤.٢	١٧١	٢٧.٦	١٣٨	ناقش وأعبر بحرية عن وجهة نظري وكذلك طرح التساؤلات
٦٩.٥	٠.٧٥٥	٢.٠٨	٣٣.٠	١٦٥	٤٢.٤	٢١٢	٢٤.٦	١٢٣	أصبح البودكاست جزءًا لا يتجزء من مصادر معلوماتي
٦٥.٠	٠.٨٠٠	١.٩٥	٢٩.٦	١٤٨	٣٥.٨	١٧٩	٣٤.٦	١٧٣	أشارك الآخرين بتدوينات البودكاست المختلفة
٥٠٠			الإجمالي						

يوضح الجدول السابق:

أولاً سهولة الاستخدام:

جاء (يمكنني الوصول إلى محتوى البودكاست بسهولة، والاستماع إليه في الخلفية) في المرتبة الأولى بالنسبة لـ "سهولة الاستخدام" ضمن العوامل المؤثرة في تقبل الشباب لتطبيقات البودكاست وفق عناصر نموذج تقبل التكنولوجيا بوزن نسبي ٨٦.٧%، وجاء (محتوى البودكاست عادة واضح ومفهوم بأسلوب جذاب ومثير) في المرتبة الثانية بوزن نسبي ٨٣.١%، وجاء (يمكنني الاستماع إلى البودكاست في أي مكان) في المرتبة الثالثة بوزن نسبي ٨٠.٠%، بينما جاء (توقع محتوى الحلقة يزيد من استفادتي) في المرتبة الرابعة بوزن نسبي ٧٧.١%، وأخيراً جاءت (يمكنني من التواصل مع صاحب المحتوى الرقمي) بوزن نسبي ٦١.٣%.

ثانياً الاستفادة المدركة "المنفعة":

جاءت في المرتبة الأولى عبارة (اكتساب وجهات نظر مختلفة والتعرف على العادات والتقاليد والأجناس المختلفة) في "الذات المعرفية" بوزن نسبي ٨٣.٧%، يليها في المرتبة الثانية (الاستفادة من الكيفية التي يفكر بها الآخرون من أجل تحقيق النجاح) في "الذات المهنية" بوزن نسبي ٨١.٩%، وفي الترتيب الثالث جاءت (بناء قاعدة رصينة من الخبرات الحياتية العلمية والعملية) في "الذات الاجتماعية"، كما تساوت معها في نفس النسبة عبارة (البحث عن طرق جديدة لتأدية المهام) في "الذات المهنية" بوزن نسبي ٧٨.٩%.

ثالثاً النوايا السلوكية:

جاء (يمكنني التعرف على الأشياء التي يمكن أن تسهم في تطوير ذاتي الشخصية من ملفات البودكاست التي أستمع إليها) في المرتبة الأولى للنوايا السلوكية بوزن نسبي ٨٠.٩%، وجاءت (أجد فيها إجابة عن تساؤلات كثيرة وحل للمشكلات، كما تقدم تحليلات وتفسيرات للأحداث والقضايا) في المرتبة الثانية بوزن نسبي ٧٨.٩%، وجاءت (يمكنني تعلم كيفية القيام بشيء لم أفعله من قبل بفضل البودكاست الذي أستمع إليه) في المرتبة الثالثة بوزن

نسبي ٧٦.٦%، وأخيراً جاءت (أفضل متابعة الأحداث المحلية والدولية من خلال البودكاست) بوزن نسبي ٦٦.٣%.

رابعاً الاستخدام الفعلي:

يوضح الجدول السابق أن عبارة (أشترك في المزيد من تطبيقات وبرامج البودكاست) جاءت في المرتبة الأولى للاستخدام الفعلي بوزن نسبي ٧٠.٤%، وجاء (أناقش وأعبر بحرية عن وجهة نظري وكذلك طرح التساؤلات) في المرتبة الثانية بوزن نسبي ٧٠.٢%، بينما جاء (أصبح البودكاست جزءاً لا يتجزأ من مصادر معلوماتي) في المرتبة الثالثة بوزن نسبي ٦٩.٥%، وأخيراً جاء (أشارك الآخرين بتدوينات البودكاست المختلفة) بوزن نسبي ٦٥.٠%.

وقد تم حساب الدرجة الكلية لكل المبحوثين على هذا المقياس، فنتج لدينا مقياس تراوحت درجاته بين (٢٦ : ٧٨) وتم تقسيمه إلى ثلاثة مستويات على النحو التالي:

من (٢٦ : ٤٣) منخفض // من (٤٤ : ٦١) متوسط // من (٦٢ : ٧٨) مرتفع

جدول رقم (٢٣) مقياس تقييم الشباب للبودكاست كمؤد للأدوار الصحفية التقليدية

المستوى	ك	%
منخفض	٤٠	٨.٠
متوسط	٢٤٨	٤٩.٦
مرتفع	٢١٢	٤٢.٤
الإجمالي	٥٠٠	١٠٠

ومن هنا يمكن القول أن عوامل تقبل المبحوثين للبودكاست كوسيلة اتصالية جاءت بدرجة "متوسطة"، وتصدرت "الاستفادة المدركة" يليها "سهولة الاستخدام" عوامل تقبل المبحوثين للبودكاست، وتتوافق هذه النتيجة مع التطورات المهمة التي ساعدت في الأساس على انتشار البودكاست، من أبرزها أن تقنية الإنتاج والاستماع أصبحت أسهل كثيراً في الاستخدام ومن ثم سهولة تحقق الاستفادة، إذ مكنت هذه التقنية التي ساعدت وسائل الإعلام الكبرى بالاتجاه نحو تجارب البث الصوتي من ناحية، وتوظيف الأشخاص العاديين للبودكاست وإنتاج برامج خاصة بهم، واعتماد منصة البودكاست كمساحة يمكنهم من خلالها مشاركة المحتوى الخاص بهم على نطاق أوسع، فضلاً عن تنوع برامج البودكاست التي تغطي مختلف المجالات، كل ذلك كان له بالغ الأثر في القدرة على اجتذاب الكثير من الأشخاص، ليثبت إمكانات البودكاست في وقت سمحت فيه الهواتف الذكية للناس باستهلاك المحتوى في أي وقت وفي أي مكان، وعلى هذا أصبح البودكاست بديلاً عالي الجودة وسهل الوصول والاستخدام عن الراديو، حيث يمكن للأشخاص تخصيصه حسب أذواقهم وتفضيلاتهم، وتوحي هذه النتيجة بأن البودكاست يعتبر تجربة وسائط رقمية مثالية للقرن الحادي والعشرين.

وتتفق هذه النتيجة مع ما توصلت إليه دراسة Ahmed, M., Everatt, et al, (2023)^(٩٧) حيث كشفت عن الأداء المتوقع / الفائدة المتصورة كأفضل تنبؤات لنوايا المستهلك السلوكية نحو الاستماع إلى البودكاست، كما اتفقت مع نتائج دراسة (L. Suter,)

البودكاست باعتباره "ذا مغزى" والقيمة المضافة الناتجة عنه. (G. Waller, Martin Zimper, 2021)^(٩٨) حيث تمت الإشارة بشكل متكرر إلى أهمية

ثانياً: نتائج اختبار فروض الدراسة

الفرض الأول: توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين الدوافع (النفعية والطقوسية) لاستخدام الشباب لتطبيقات البودكاست، والتأثيرات الاتصالية الناتجة عن استخدامهم لها. جدول (٢٤) معامل ارتباط "بيرسون" لقياس العلاقة بين الدوافع (النفعية والطقوسية) لاستخدام الشباب لتطبيقات البودكاست، والتأثيرات الاتصالية الناتجة عن استخدامهم لها

دوافع استخدام الشباب لتطبيقات البودكاست			المتغيرات	
إجمالي المقياس	الدوافع الطقوسية	الدوافع النفعية		
**٠.٥٠١	**٠.٣٨٧	**٠.٥٠١	معامل الارتباط	التفاعل
٠.٠٠٠	٠.٠٠٠	٠.٠٠٠	مستوى المعنوية	
٠.٠٠١	٠.٠٠١	٠.٠٠١	الدلالة	
***٠.٥٣٥	**٠.٤٤٥	**٠.٤٩٩	معامل الارتباط	الرضا
٠.٠٠٠	٠.٠٠٠	٠.٠٠٠	مستوى المعنوية	
٠.٠٠١	٠.٠٠١	٠.٠٠١	الدلالة	
**٠.٥٦٥	**٠.٤٦٨	**٠.٥٢٩	معامل الارتباط	الواقعية
٠.٠٠٠	٠.٠٠٠	٠.٠٠٠	مستوى المعنوية	
٠.٠٠١	٠.٠٠١	٠.٠٠١	الدلالة	
**٠.٦١٤	**٠.٤٩٨	**٠.٥٨٦	معامل الارتباط	إجمالي المقياس
٠.٠٠٠	٠.٠٠٠	٠.٠٠٠	مستوى المعنوية	
٠.٠٠١	٠.٠٠١	٠.٠٠١	الدلالة	

يُشير الجدول السابق إلى وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائية بين الدوافع (النفعية والطقوسية) لاستخدام الشباب لتطبيقات البودكاست، والتأثيرات الاتصالية الناتجة عن استخدامهم لها، حيث بلغ معامل ارتباط "بيرسون" (٠.٦١٤) وهي قيمة دالة عند مستوى ثقة ٩٩.٩%، وهو ما يشير إلى فعالية البودكاست كوسيلة إعلامية تُلبى دوافع المبحوثين، وتتفق هذه النتيجة مع ما سبق الإشارة إليه في نتيجة التساؤل رقم (١٦) حيث ارتفعت التأثيرات الاتصالية الناتجة عن تعرض المبحوثين للبودكاست.

وبناء على ما سبق يتبين ثبوت صحة الفرض الأول من فروض الدراسة.

الفرض الثاني: توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين التأثيرات الاتصالية لتطبيقات البودكاست، وعوامل تقبل الشباب لاستخدامه.
جدول (٢٥) معامل ارتباط بيرسون لقياس العلاقة بين التأثيرات الاتصالية لتطبيقات البودكاست، وعوامل تقبل الشباب لاستخدامه

التأثيرات الاتصالية الناتجة عن استخدامهم لها				المتغيرات		
إجمالي المقياس	الواقعية	الرضا	التفاعل			
**٠.٧٣٣	**٠.٦٥٥	**٠.٦٤٤	**٠.٦١٢	معامل الارتباط	سهولة الاستخدام	عوامل تقبل الشباب لاستخدامه عبر الهاتف الذكية
٠.٠٠٠	٠.٠٠٠	٠.٠٠٠	٠.٠٠٠	مستوى المعنوية		
٠.٠٠١	٠.٠٠١	٠.٠٠١	٠.٠٠١	الدلالة		
**٠.٧١٤	**٠.٧٠٠	**٠.٦٦٣	**٠.٥٠١	معامل الارتباط	الذات المعرفية	
٠.٠٠٠	٠.٠٠٠	٠.٠٠٠	٠.٠٠٠	مستوى المعنوية		
٠.٠٠١	٠.٠٠١	٠.٠٠١	٠.٠٠١	الدلالة		
**٠.٧٦١	**٠.٧٢٩	**٠.٧٢٦	**٠.٥٣١	معامل الارتباط	الذات الاجتماعية الاستفادة المدركة/ المنفعة	
٠.٠٠٠	٠.٠٠٠	٠.٠٠٠	٠.٠٠٠	مستوى المعنوية		
٠.٠٠١	٠.٠٠١	٠.٠٠١	٠.٠٠١	الدلالة		
**٠.٧١٢	**٠.٧٣٨	**٠.٦٧٨	**٠.٤٤١	معامل الارتباط	الذات المهنية	
٠.٠٠٠	٠.٠٠٠	٠.٠٠٠	٠.٠٠٠	مستوى المعنوية		
٠.٠٠١	٠.٠٠١	٠.٠٠١	٠.٠٠١	الدلالة		

التأثيرات الاتصالية الناتجة عن استخدامهم لها				المتغيرات	
إجمالي المقياس	الواقعية	الرضا	التفاعل		
**٠.٨٠٠	**٠.٧٩٣	**٠.٧٥٧	**٠.٥٣٩	معامل الارتباط	إجمالي الاستفادة
٠.٠٠٠	٠.٠٠٠	٠.٠٠٠	٠.٠٠٠	مستوى المعنوية	
٠.٠٠١	٠.٠٠١	٠.٠٠١	٠.٠٠١	الدلالة	
***٠.٧٩٥	**٠.٧١٦	**٠.٦٩٨	**٠.٦٥٩	معامل الارتباط	النوايا السلوكية
٠.٠٠٠	٠.٠٠٠	٠.٠٠٠	٠.٠٠٠	مستوى المعنوية	
٠.٠٠١	٠.٠٠١	٠.٠٠١	٠.٠٠١	الدلالة	
**٠.٦٥٠	**٠.٤٩٨	**٠.٥٤٥	**٠.٦٥٠	معامل الارتباط	الاستخدام الفعلي
٠.٠٠٠	٠.٠٠٠	٠.٠٠٠	٠.٠٠٠	مستوى المعنوية	
٠.٠٠١	٠.٠٠١	٠.٠٠١	٠.٠٠١	الدلالة	
**٠.٨٥١	**٠.٧٧٥	**٠.٧٦٢	**٠.٦٨٣	معامل الارتباط	إجمالي المقياس
٠.٠٠٠	٠.٠٠٠	٠.٠٠٠	٠.٠٠٠	مستوى المعنوية	
٠.٠٠١	٠.٠٠١	٠.٠٠١	٠.٠٠١	الدلالة	

يشير الجدول السابق إلى وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائيًا بين التأثيرات الاتصالية للبودكاست، وعوامل تقبل الشباب لاستخدامه، حيث بلغ معامل ارتباط بيرسون (٠.٨٥١) وهي قيمة دالة عند مستوى ثقة ٩٩.٩%، وتشير هذه النتيجة إلى أن التأثيرات الاتصالية

النتيجة عن استخدام البودكاست والتي تمثلت في التفاعل والرضا والواقعية تعد سبباً من أسباب تقبل الشباب للبودكاست كوسيلة اتصالية مستحدثة؛ فكلما نجح البودكاست في إحداث التأثيرات المطلوبة في مستخدمي الوسيلة، كلما رفع ذلك من مستوى تقبل الشباب للبودكاست كوسيلة إعلامية مستحدثة.

وبناء على ما سبق يتبين ثبوت صحة الفرض الثاني من فروض الدراسة.

الفرض الثالث: توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين أنماط النشاط (المدعم والمعوق) للتأثيرات الاتصالية التي يمارسها الشباب نحو استخدامهم للبودكاست، والتأثيرات الاتصالية (الرضا، التفاعل، الواقعية) الناتجة عن استخدامهم للبودكاست.

جدول (٢٦) معامل ارتباط بيرسون لقياس العلاقة بين أنماط النشاط (المدعم والمعوق)

للتأثيرات الاتصالية التي يمارسها الشباب نحو استخدامهم للبودكاست، والتأثيرات الاتصالية (الرضا، التفاعل، الواقعية) الناتجة عن استخدامهم لتطبيقات البودكاست

التأثيرات الاتصالية الناتجة عن استخدامهم لها				المتغيرات	
إجمالي المقياس	الواقعية	الرضا	التفاعل		
**٠.٦٠٧	**٠.٦٠٤	**٠.٥٥٩	**٠.٤٢١	معامل الارتباط	الانتقائية
٠.٠٠٠	٠.٠٠٠	٠.٠٠٠	٠.٠٠٠	مستوى المعنوية	
٠.٠٠١	٠.٠٠١	٠.٠٠١	٠.٠٠١	الدلالة	
**٠.٦٧٦	**٠.٥٥٦	**٠.٥٨٨	**٠.٦١٩	معامل الارتباط	الانتباه
٠.٠٠٠	٠.٠٠٠	٠.٠٠٠	٠.٠٠٠	مستوى المعنوية	
٠.٠٠١	٠.٠٠١	٠.٠٠١	٠.٠٠١	الدلالة	
**٠.٦٥٩	**٠.٥٥٥	**٠.٥٥٤	**٠.٦٠٨	معامل الارتباط	الاستغراق
٠.٠٠٠	٠.٠٠٠	٠.٠٠٠	٠.٠٠٠	مستوى المعنوية	
٠.٠٠١	٠.٠٠١	٠.٠٠١	٠.٠٠١	الدلالة	
**٠.٧٥٩	**٠.٦٦٩	**٠.٦٦٤	**٠.٦٤٦	معامل الارتباط	أنماط النشاط المدعم للتأثيرات الاتصالية
٠.٠٠٠	٠.٠٠٠	٠.٠٠٠	٠.٠٠٠	مستوى المعنوية	
٠.٠٠١	٠.٠٠١	٠.٠٠١	٠.٠٠١	الدلالة	

التأثيرات الاتصالية الناتجة عن استخدامهم لها				المتغيرات	
إجمالي المقياس	الواقعية	الرضا	التفاعل		
***٠.٣٧٣	**٠.٣٢٩	**٠.٢٩٠	***٠.٣٥٤	معامل الارتباط	التجنب
				مستوى المعنوية	
				الدلالة	
***٠.٣١٦	**٠.٢١٧	**٠.١٩٣	***٠.٤١٥	معامل الارتباط	تحويل الانتباه
				مستوى المعنوية	
				الدلالة	
**٠.٣٨٣	**٠.٣٣٣	**٠.٢٥٧	**٠.٤١١	معامل الارتباط	الشك
				مستوى المعنوية	
				الدلالة	
***٠.٤٢٤	**٠.٣٤٦	**٠.٢٩١	***٠.٤٦٩	معامل الارتباط	أنماط النشاط المعوق للتأثيرات الاتصالية
				مستوى المعنوية	
				الدلالة	
***٠.٦٦٩	**٠.٥٧٤	**٠.٥٤٠	***٠.٦٣١	معامل الارتباط	إجمالي المقياس
				مستوى المعنوية	
				الدلالة	

يشير الجدول السابق إلى وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين أنماط النشاط (المدعم والمعوق) للتأثيرات الاتصالية التي يمارسها الشباب نحو استخدامهم للبودكاست، والتأثيرات الاتصالية (الرضا، التفاعل، الواقعية) الناتجة عن استخدامهم لتطبيقات البودكاست حيث بلغ معامل ارتباط بيرسون (٠.٦٦٩) وهي قيمة دالة عند مستوى ثقة ٩٩.٩% وبناء على ما سبق يتبين ثبوت صحة الفرض الثالث من فروض الدراسة.

الفرض الرابع: تؤثر النوايا السلوكية للشباب نحو استخدام البودكاست تأثيراً معنوياً في استخدامهم الفعلي له.

لاختبار ذلك، تم تقدير علاقة الانحدار الخطية Linear Regression بطريقة Enter

جدول رقم (٢٧) نتائج اختبار الانحدار لقياس تأثير (النوايا السلوكية للشباب نحو استخدام البودكاست عبر الهواتف الذكية) على استخدامهم الفعلي له

المتغيرات	المعاملات غير القياسية		المعاملات القياسية	قيمة T	مستوى المعنوية
	B	Std. error			
(Constant)	٠.٧٨٤	٠.٣٤٢		٢.٢٩١	٠.٠٢٢
النوايا السلوكية للشباب نحو استخدام البودكاست عبر الهواتف الذكية	٠.٤٦٩	٠.٠٢١	٠.٧٠٩	٢٢.٤٥٩	٠.٠٠٠

أشارت النتائج إلى أن قيمة معامل الارتباط المتعدد Multi- Correlation (R) بين المتغيرات السابقة هي $a=0.709$ ، وهي قيمة دالة عند مستوى معنوية أقل من 0.05 . أشارت نتائج معادلة الانحدار إلى أن متغير (النوايا السلوكية للشباب نحو استخدام البودكاست) يؤثر على استخدامهم الفعلي له وهي قيمة دالة عند مستوى معنوية 0.001 . وبناء على ما سبق يتبين ثبوت صحة الفرض الرابع من فروض الدراسة.

الفرض الخامس: توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين سهولة الاستخدام المدركة، والنوايا السلوكية لتقبل استخدام البودكاست عبر الهواتف الذكية لدى الشباب.

جدول (٢٨) معامل ارتباط بيرسون لقياس العلاقة بين سهولة الاستخدام المدركة، والنوايا السلوكية لتقبل استخدام البودكاست لدى الشباب

النوايا السلوكية لتقبل استخدام البودكاست عبر الهواتف الذكية لدى الشباب					المتغيرات
معامل الارتباط	الاتجاه	القوة	مستوي المعنوية	الدلالة	
**٠.٧٧٨	طردية	قوية	٠.٠٠٠	٠.٠٠١	سهولة الاستخدام المدركة

يشير الجدول السابق إلى وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائية بين سهولة الاستخدام المدركة، والنوايا السلوكية لتقبل استخدام البودكاست عبر الهواتف الذكية لدى الشباب حيث بلغ معامل ارتباط بيرسون (0.778)، وهي قيمة دالة عند مستوي دلالة 0.001 ، وتعد "سهولة الاستخدام" أهم عوامل تقبل الشباب لاستخدام البودكاست؛ كما ورد ذلك في تساؤل الدراسة رقم (١٧) فكلما كان استخدام البودكاست سهلاً كلما نمت النوايا السلوكية لاستخدامه، فإن ما يميز البودكاست عن البث الإذاعي هو أن البودكاست وسائط قائمة على الطلب، مما يعني أنه يمكن لمستخدمي الوسائط تحديد المحتوى الذي يريدون عرضه بسهولة وحرية دون التقيد بمواعيد معينة، وهو ما أكدته أيضاً دراسة (Radjagukguk, Djudjur Luciana & et al, 2020^(٩٩)).

وبناء على ما سبق يتبين ثبوت صحة الفرض الخامس من فروض الدراسة.

الفرض السادس: توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين الاستفادة المدركة، والنوايا السلوكية لتقبل استخدام البودكاست لدى الشباب.

جدول (٢٩) معامل ارتباط بيرسون لقياس العلاقة بين الاستفادة المدركة، والنوايا السلوكية لتقبل استخدام البودكاست عبر الهواتف الذكية لدى الشباب

النوايا السلوكية لتقبل استخدام البودكاست					المتغيرات
معامل الارتباط	الاتجاه	القوة	مستوي المعنوية	الدلالة	
**٠.٧٢٨	طردية	قوية	٠.٠٠٠	٠.٠٠١	الذات المعرفية
**٠.٧٤٧	طردية	قوية	٠.٠٠٠	٠.٠٠١	الذات الاجتماعية
**٠.٦٨١	طردية	متوسطة	٠.٠٠٠	٠.٠٠١	الذات المهنية
**٠.٧٨٩	طردية	قوية	٠.٠٠٠	٠.٠٠١	إجمالي الاستفادة المدركة

يشير الجدول السابق إلى وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين الاستفادة المدركة، والنوايا السلوكية لتقبل استخدام البودكاست عبر الهواتف الذكية لدى الشباب حيث بلغ معامل ارتباط بيرسون (٠.٧٨٩) وهي قيمة دالة عند مستوى دلالة ٠.٠٠١، وتشير هذه النتيجة إلى أنه كلما زاد تحقق المنفعة أو الاستفادة المدركة كأحد عوامل تقبل التكنولوجيا، زادت النوايا السلوكية لاستخدامه.

وبناء على ما سبق يتبين ثبوت صحة الفرض السادس من فروض الدراسة.
الفرض السابع: توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين مستوى اهتمام المبحوثين بالاستماع إلى البودكاست ومستوى تقييمها لها كمؤدٍ للأدوار الصحفية التقليدية.

جدول (٣٠) معامل ارتباط بيرسون لقياس العلاقة بين مستوى اهتمام المبحوثين بالاستماع إلى البودكاست، ومستوى تقييمها لها كمؤدٍ للأدوار الصحفية التقليدية

مستوى تقييمهم لها كمؤدي للأدوار الصحفية التقليدية					المتغيرات
معامل الارتباط	الاتجاه	القوة	مستوي المعنوية	الدلالة	
**٠.١٩٨	طردية	ضعيفة	٠.٠٠٠	٠.٠٠١	مستوى اهتمام المبحوثين بالاستماع إلى البودكاست

يشير الجدول السابق إلى وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين مستوى اهتمام المبحوثين بالاستماع إلى البودكاست ومستوى تقييمهم لها كمؤدي للأدوار الصحفية التقليدية حيث بلغ معامل ارتباط بيرسون (٠.١٩٨) وهي قيمة دالة عند مستوى دلالة ٠.٠٠١، أي كلما ارتفع مستوى اهتمام المبحوثين بالاستماع إلى البودكاست، ارتفع تقييمهم للبودكاست كمؤدٍ للأدوار الصحفية التقليدية، وكلما تعرض المبحوثون للقصص الإخبارية المصاغة بطرق تحريرية جذابة قادرة على جذب ولاء الجمهور؛ ارتفع إقبالهم على البودكاست الإخباري.

وبناء على كل ما سبق يتبين ثبوت صحة الفرض السابع من فروض الدراسة.
مناقشة النتائج:

تستهدف الدراسة الحالية رصد السلوك الاتصالي للشباب المصري في استخدام تقنية البودكاست، من خلال دراسة استقصائية لمستخدمي البودكاست (ن=٥٠٠) للكشف عن أنماط استخدامهم للبودكاست، وكذلك الأدوار الصحفية التي يقدرونها، وما الدوافع والتأثيرات التي يربطونها بالبودكاست، وعوامل تقبلهم له، كما سعت الدراسة لاختبار سلسلة من الفرضيات للنتائج بنية الشباب المصري في استخدام البودكاست.

واستند البحث إلى نموذج قبول التكنولوجيا (TAM) وهو أنموذج يشرح ويتنبأ باستخدام تكنولوجيا المعلومات، إذ يقترح النموذج أنه إذا قدم نظام أو تقنية جديدة للمستخدم، فإنه هناك عدد من المتغيرات قد تؤثر على قرار كيف ومتى سيكون لدى المستخدم نية لاستخدامه والتي تتوقف على عاملين أساسيين، هما سهولة الاستخدام المدركة، والفائدة المتصورة، كما استند البحث إلى نموذج الاستخدامات والتأثيرات الذي قدمه كلاً من "روبين وكيم" وهو من النماذج التي استطاعت أن تمزج بين مدخل الاستخدامات والإشباع بصورته التقليدية، ومدخل التأثيرات الإعلامية المباشرة، وبالتالي فهي تتجاوز حدود الإشباع الذي يتحقق من استخدام تلك الوسائل لتتطرق إلى ما هو أكثر عمقاً. ويقوم هذا النموذج على افتراض أن الدوافع النفعية لاستخدامات مضمون وسائل الإعلام وأنماط النشاط المدعم للتأثيرات الاتصالية سوف ترتبط إيجابياً بتأثيرات هذا المضمون على أفراد الجمهور، أما الدوافع الطقوسية وأنماط النشاط المعوق للتأثيرات الاتصالية سوف ترتبط سلبياً بتأثيرات هذا المضمون على أفراد الجمهور.

بينت نتائج الدراسة التي تم التوصل إليها أنه لا يزال فيس بوك يحتل الصدارة في عالم وسائل التواصل الاجتماعي، وهو أحد أقوى منصات التواصل الاجتماعي عبر شبكة الإنترنت ومنه تعرف المبحوثون على البودكاست، بينما تصدر موقع اليوتيوب المواقع الأكثر استخداماً للاستماع إلى البودكاست.

كما أظهرت نتائج الدراسة اهتمام الشباب بالاستماع إلى الموضوعات الدينية من خلال البودكاست وكذلك الموضوعات الخاصة بالتنمية البشرية، والسلوك، وتطوير الذات. وقد تأصل ذلك في عوامل تقبلهم للوسيلة بشكل عام، فقد أشارت نتائج الدراسة إلى ارتفاع مستوى اهتمام المبحوثين بتطوير الذات، وتحقيق المنفعة من استخدامهم للبودكاست، واستغلاله في تطوير ذاتهم المعرفية والاجتماعية والمهنية، ويأتي ذلك محققاً لدوافع المبحوثين من التعرض للبودكاست، فقد أشار المبحوثون إلى أهمية البودكاست في تحقيق دوافعهم لاستخدامه والتي تمثلت في تطوير الذات وتوسيع المعتقدات واكتساب القدرة على التفكير والابتكار، وتصدر هذا الدافع المرتبة الأولى للدوافع النفعية المتحققة لديهم، على الرغم من أن دافعهم الأساسي لاستخدام البودكاست تمثل في شغل وقت الفراغ والتخلص من الشعور بالوحدة؛ وهو ما يمكن تفسيره في حاجة الشباب إلى وسيلة سهلة وثرية في آن واحد، يستطيعون من خلالها تطوير ذاتهم وتحقيق المنفعة الذاتية والمهنية ولكن بطريقة وصول سهلة وأسلوب شيق وسرد جذاب.

كما أظهرت نتائج الدراسة تفضيل المبحوثون للموسيقى والتأثيرات الصوتية كأهم الخصائص والتفضيلات الجاذبة لاستخدام البودكاست، فعلى الرغم من أن البودكاست تدعم الصوت، أو الفيديو، أو تنسيقات متعددة؛ يميل المستخدمون إلى مساواتها بالصوت وربطها بالراديو، فخدمة البودكاست التي كانت في الأصل على شكل صوت فقط قد تغلغت الآن في تصور مقاطع الفيديو التي يتم عرضها لتسهيل تفسير محتوى المعلومات لمتلقي المعلومات، وبالنظر إلى تطور الرقمنة التي تركز على المرئيات اللفظية، فإن البودكاست ليس مجرد ملفات صوتية، ولكن يمكن تعزيزه بمقاطع الفيديو بحيث يمكن أن تُضيف إلى جو المحادثة، ويمكن أن تجذب الجمهور، وهو يتفق مع ما أشارت إليه الأبحاث السابقة^(١٠٠).

ووفقاً لنتائج الدراسة؛ أشار مستمعو البودكاست إلى تصورات إيجابية للبودكاست، في جميع العبارات الخاصة بالتصورات الصحفية للبودكاست التي اختبرتها هذه الدراسة، ومنها فكرة أن البودكاست هو شكل من أشكال الصحافة، ويرى مستمعو البودكاست أيضاً أنه يُحقق العديد من وظائف الصحافة ومشاركة الأخبار، بما في ذلك إبقائهم على اطلاع بالأخبار والأحداث الجارية، وتوفير مصدر قيم للمعلومات وإبقائهم مهتمين، وتبشر هذه النتيجة بقبول البودكاست كوسيلة لسرد القصص الصحفية، ولكن عندما تقترن بالنتيجة التي تشير بضعف ثقة المستمعين في البودكاست للحصول على معلومات بدرجة أقل من المصادر الأخرى، فإنه يشير إلى وجود فجوة محتملة في الثقافة الإعلامية من حيث قدرة المستمعين على تحديد متى يعتبر البودكاست نوع من أنواع الصحافة، حيث أشارت نتائج الدراسة أن مستمعي البودكاست يتقنون بالوسيلة كمصدر للمعلومات بشكل أقل من ثقتهم في مصادر الأخبار التقليدية، وعلى الرغم من أن هذه الدراسة لم تدرس بشكل صريح أسباب هذه الفجوة، إلا أن الأبحاث السابقة تشير إلى عدة احتمالات، بما في ذلك عدم وجود مجموعة مشتركة من العوامل، مثل: المعايير الأخلاقية، ورواية القصص الإخبارية.

وبذلك تساهم الدراسة في تصور أن البودكاست أقل جدارة بالثقة من وسائل تبادل المعلومات الأكثر رسوخاً وتنظيماً، والتي تطبق معايير أكثر صرامة، فعلى الرغم من أن البودكاست لا يكاد يكون علامة تجارية جديدة، فهو يظل طرقاً جديدة نسبياً لاستهلاك المعلومات للعديد من المستخدمين، ويمكن أن يلعب عدم الثقة في التقنيات الجديدة دوراً في ثقة مستمعي البودكاست بالوسيلة كمصدر للمعلومات، فحقيقة أن أي شخص تقريباً لديه معدات تسجيل واتصال بالإنترنت يمكنه من الناحية الفنية إنشاء بودكاست ونشره؛ قد يؤدي إلى تعكير تصورات المواطنين نحو مقدمي البودكاست الإخباري، حيث يتفق المستمعون بشكل أقل مع فكرة أن منشئي ومضيفي البودكاست هم صحفيون من أن البودكاست بحد ذاته شكل من أشكال من الصحافة.

كما أظهر مستمعو البودكاست المهتمين دعماً أقوى للأدوار الصحفية التقليدية من غير المستمعين ذوي مستوى الاهتمام الضعيف، حيث أشارت نتائج الدراسة إلى وجود علاقة ارتباطية طردية قوية بين مستوى اهتمام المبحوثين بالاستماع إلى البودكاست، ومستوى تقييمهم لها كمؤدٍ للأدوار الصحفية التقليدية، مما يشير إلى أنهم يقدرّون هذه الأدوار سواء أدركوها أم لا، فإن الاستماع المستمر "يوميًا أو شهريًا" وتزايد مستوى الاهتمام بالوسيلة ذاتها، يمكن أن يوفر للمستمعين مزيداً من المعرفة حول عملية إنتاج البودكاست، وهذا يمكن أن يؤثر على تصورات المستمعين للبودكاست كشكل من أشكال الصحافة.

ومن واقع التحليل الإحصائي لإجمالي استجابات المبحوثين تبين ارتفاع درجة التأثيرات الاتصالية الناتجة عن استخدامهم للبودكاست متمثلة في "الواقعية" كأهم تأثير يبحث عنه الشباب في البودكاست، حيث يمثل الشباب إلى البودكاست الذي يتصف بالحدائثة والعصرية، والذي يمكنه من الاستفادة منه وتطبيق ما يحصل عليه من معلومات وخبرات وآراء على حياته الشخصية.

وبالنظر إلى عوامل قبول البودكاست كوسيلة تقنية مستحدثة وفقاً لنظرية تقبل التكنولوجيا TAM-Model Acceptance Technology؛ يمكن القول أن عوامل تقبل المبحوثين

للبودكاست كوسيلة اتصالية جاءت بدرجة "متوسطة"، وتصدرت "الاستفادة المدركة" يليها "سهولة الاستخدام" عوامل تقبل المبحوثين للبودكاست، ولكن إذا تبيننا بنية استخدام الشباب للبودكاست من خلال اندماج أهم عاملين لقبول التكنولوجيا ألا وهما سهولة الاستخدام المدركة PEOU-Use Of Ease Perceived والتي تشير إلى الدرجة التي يعتقد فيها الفرد أن استخدام التكنولوجيا سهلاً ولا يتطلب أي جهد أو معاناة، والاستفادة المدركة -PU Usefulness Perceived والتي تشير إلى الدرجة التي يعتقد فيها الفرد أن استخدام التكنولوجيا يمكن أن يعزز ويحسن من أدائه في العمل، فإن في هذه الحالة يعتبر قبول الشباب لتقنية البودكاست مرتفعاً، وبنياً بنية الشباب في استمرار استخدام البودكاست. واهتم البحث أيضاً بدراسة علاقة أنماط النشاط (المدعم والمعوق) للتأثيرات الاتصالية التي يمارسها الشباب نحو استخدامهم للبودكاست، والتأثيرات الاتصالية (الرضا، التفاعل، الواقعية) الناتجة عن استخدامهم لتطبيقات البودكاست. وخلصت نتائج اختبار الفرض إلى وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين أنماط نشاط الشباب (المدعم والمعوق) للتأثيرات الاتصالية والتأثيرات الاتصالية (الرضا، التفاعل، الواقعية) الناتجة عن الاستخدام، وبشكل عام يمكن القول أن أنماط نشاط المبحوثين في استخدامهم للبودكاست جاءت "مدعمة" للتأثيرات الاتصالية الناتجة عن الاستخدام متمثلة في الانتقائية، والانتباه، والاستغراق في المادة المقدمة عبر برامج البودكاست التي يستمعون إليها. كما أشارت نتائج البحث في إطار دراسة العلاقة بين التأثيرات الاتصالية للبودكاست وعوامل تقبل الشباب له؛ إلى وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين التأثيرات الاتصالية الناتجة عن استخدام البودكاست، وعوامل تقبل الشباب لاستخدامه.

توصيات الدراسة:

تعتمد غالبية منشورات وسائل التواصل الاجتماعي والأخبار المتداولة على الكلمة المكتوبة، فإذا كانت الثقة في الصحافة المكتوبة آخذة في التراجع، فإنه يجب أن يستثمر الصحفيين بشكل أكثر احترافية في الصحافة الصوتية، وإذا كان الجمهور يثق لا شعورياً في الكلمات المنطوقة أكثر من الكلمات المكتوبة؛ فإنه من شأن الصحفيين أيضاً استغلال هذا التحيز، حتى البودكاست الصغير يمكن أن يبني الثقة في مقدم معين، أو الصحافة بشكل عام بين الجماهير بشكل متزايد. ضرورة العمل على استقطاب العلامات التجارية المعروفة والرعاة وتنويع المحتوى بهدف التغلب على التحديات التي تواجه المؤسسات الإخبارية، ومن ثم تعزيز نمو سوق هذه الخدمة الإعلامية الجديدة، ودعم فرص انتشارها، والارتقاء بها، واجتذاب المستخدمين إليها. ما نثيره الدراسة من أبحاث مستقبلية: يجب أن تتوسع الدراسات المستقبلية في مقارنة الإشباع التي يحصل عليها المستمعون من المدونات الصوتية الصحفية "البودكاست" بأولئك الذين يحصلون عليها من مصادر أخرى للمعلومات. أخيراً، ركزت هذه الدراسة فقط على استخدامات وسلوكيات مستمعي البودكاست والتأثيرات الاتصالية الناتجة وعوامل تقبلهم للوسيلة، وليس على منشئي البودكاست؛ لذلك ينبغي للباحثين النظر في تطبيق الأساليب النوعية، مثل: المقابلات، ومجموعات التركيز، لدراسة الأدوار والممارسات الصحفية التي يعتبرها منشئو البودكاست قيمة متأصلة في عملهم، وكذلك استكمال البحث في كيف يحدد المستمعون تفتحهم في أنواع البودكاست الصحفية؟.

هوامش الدراسة:

(1) Atalay, G. E., Kınay, K., Özşirin, S. & Azap, E., (2022). "The Rise of Audio-Based Communication Technologies: A Research on Podcast, Clubhouse and Audiobook Applications", **Nişantaşı Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi**, Vol.2, No.10, 494-519. Retrieved From:

<https://dergipark.org.tr/en/pub/nisantasisbd/issue/74992/1114873>

(2) Sedat Özel, (2022). "Spotify effect in new podcast markets. Combined model proposal for analysis of increasing interest in podcasting: The case of Turkey", **Profesional De La información**, Vol. 3, No.5.

Available in: <https://doi.org/10.3145/epi.2022.sep.01>

(3) Patricia Aufderheide, et al, (2020). "Podcasting as Public Media: The Future of U.S. News Public Affairs, and Educational Podcasts", **International Journal of Communication**, Vol.14, 1683–1704.

Available in: <https://ijoc.org/index.php/ijoc/article/view/13548>

(٤) منى هاشم، أمنية عبد الرحمن، "اتجاهات المواقع الإخبارية المصرية والعربية لاستخدام تقنية البودكاست وعلاقتها بتفضيلات الجمهور المصري"، **المجلة المصرية لبحوث الاتصال الجماهيري**، كلية الإعلام جامعة بني سويف، ٥ (١)، ٢٠٣٣م.

(5) Source: <https://www.pewresearch.org/journalism/fact-sheet/audio-and-podcasting/>

(6) Source: <https://www.demandsage.com/podcast-statistics/>

(٧) هبة محمد شفيق، "مصادقية برامج البودكاست كمصدر للمعلومات والأخبار لدى الجمهور المصري- دراسة تحليلية وميدانية"، **مجلة البحوث الإعلامية - جامعة الأزهر**، ٦٩ (٢)، يناير ٢٠٢٤م.

(8) Alanna Denny, Orcid Image, Brian Curtin, Orcid Image, Simon Taylor-Robinson, et al., (2024), "Evaluating the Appropriateness of Podcasts to Improve the Knowledge and Awareness of Selected Health Topics Among Undergraduate General Nursing Students: Protocol for an International Feasibility Study", **JMIR Res Protoc** 2024 | vol. 13 | e50735 | p. 1. Available Online at: <https://www.researchprotocols.org/2024/1/e50735>

(9) Sang, Y., & Park, S., & Kim, J., & Park, S., (2023). "News Podcast Use, Press Freedom, and Political Participation: A Cross National Study of 38 Countries", **International Journal of Communication**, Vol.17, 1402–1424.

Available in: <https://ijoc.org/index.php/ijoc/article/view/17247>

(10) Matěj SKALICKÝ, (2023). "Motivations behind the Production of News Podcasts in Established Czech Media", **Communication Today**, Vol. 14, No. 1.

Availablein:

<https://doi.org/10.34135/communicationtoday.2023.Vol.14.No.1.10>

(11) Kelsey Whipple, Ivy Ashe, and Lourdes M., (2023). "Examining Podcast Listeners' Perceptions of the Journalistic Functions of Podcasts", **Electronic News**, Vol.17, No.1, Pages 40-66.

Available in: <https://doi.org/10.1177/19312431221137650>

(12) Yoon Y. Cho, Ahran Park, Jinhong Choi, (2023). "Motives for using news podcasts and political participation intention in South Korea: The mediating effect of political discussion", **Media International Australia**, Vol.187, No.1, Pages 39-56. Available in: <https://doi.org/10.1177/1329878X231154052>

(١٣) منى هاشم، أمنية عبد الرحمن، مرجع سابق.

(14) Carvajal, M., Marín, Sanchiz, C.-R., & Navas, C. J., (2022). "The daily news podcast ecosystem from the strategy and business model perspectives" **Profesional De Lainformación**, Vol.3, No.5. Available in: <https://doi.org/10.3145/epi.2022.sep.14>

(15) Martínez-Costa, et al, (2022). "The value of podcasts to journalism: analysis of digital native media brands' offerings, production and publishing in Spain", **Profesional De La información**, Vol.31, No.5.

Available in: <https://www.semanticscholar.org/paper/The-value-of-podcasts-to-journalism%3A-analysis-of-in-Mart%C3%ADnez-Costa-Amoedo-Casais/447657279ee2460d43e04f8aacdd52906aa82a47>

(16) Anka Mihajlov Prokopović, "Podcasts and Journalism", this paper was presented at the Regional Conference "30 years of higher education in journalism and communication in Eastern Europe after 1989: **From conquering the freedom of expression to embracing digital communication**" which was held on **21 May 2021 (online conference)**.

Available in: https://www.researchgate.net/publication/356729657_PODCASTS_AND_JOURNALISM

(17) Hastrup, Kayla J., (2022). "Nonfiction Narratives and Journalism Ethics in Podcasts: A Narrative and Burkean Analysis of the Podcast S-Town", **LSU Doctoral Dissertations**, Available in: https://repository.lsu.edu/gradschool_dissertations/6007

(18) Sneha Gore Mehendale, Nilesh Gokhale, (2021). "How Indian Newsrooms Pod: Studying the Practices of Journalistic Podcasting in India", **Journal of Content, Community & Communication**, Vol.14, Year 7. Available in: https://www.academia.edu/76045024/How_Indian_Newsrooms_Pod_Studying_the_Practices_of_Journalistic_Podcasting_in_India.

(19) Reginold A. Royston, (2021). "Podcasts and new orality in the African media scape", **New Media & Society**, Vol.25, No.9. Available in: <https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/14614448211021032>

(20) Nic Newman, Nathan Gallo, "News Podcasts and the Opportunities for Publishers", **Digital News Project December 2019**, The Reuters Institute For The Study Of Journalism, University Of Oxford, 2019.

(21) Funk, M., (2017). "Decoding the Podaisance: Identifying Community Journalism Practices in Newsroom and A vocational Podcasts", **ISOJ Journal**, *Vol.7, No.1*, 67- 88. Available in: <https://isoj.org/research/decoding-the-podaissance-identifying-community-journalism-practices-in-newsroom-and-avocational-podcasts/>

(22) منة الله كمال موسى دياب، "التدوين الصوتي بودكاست" في ضوء معايير الابتكار الإعلامي: تحليل من المستوى الثاني في الفترة من (٢٠١٨: ٢٠٢٣م)، *المجلة المصرية لبحوث الاتصال الجماهيري كلية الإعلام جامعة بني سويف*، ع (٢) يوليو ٢٠٢٣م.

(23) Sedat Özel, **Op cit**.

(24) ماجد بن فهد الشيباني، "دوافع تعرض الجمهور السعودي لإذاعات الإنترنت (البودكاست) والإشباع المتحققة منه: دراسة مسحية لعينة من متابعي بودكاست (ثمانية) في المملكة العربية السعودية"، *المجلة المصرية لبحوث الإعلام*، جامعة القاهرة، ع(٧٩) أبريل/ يونيو ٢٠٢٢م.

(25) مؤمن محمد سلامة الخوالدة، "القضايا الإعلامية في البودكاست الأردني: برنامج "حرر" إنموذجاً"، رسالة ماجستير غير منشورة (جامعة اليرموك، كلية الإعلام، الأردن، ٢٠٢٢م).

(26) Sylvia M. Chan-Olmsted, Rang Wan, (2022). "Understanding podcast users: Consumption motives and behaviors", **New Media & Society**, Vol. 24, No.3, Pages 684-704.

Available in: <https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/1461444820963776>

(27) Leite PL, et al, (2022). "Construction and validation of podcast for teen sexual and reproductive health education", **Revista Latino-Americana de Enfermagem**. Available in: <https://www.semanticscholar.org/paper/Construction-and-validation-of-podcast-for-teen-and-Leite-Torres/e95f6a32bb19050dafac1399640d3c12569284fb>

(28) Tobin SJ, Guadagno RE, (2022). "Why people listen: Motivations and outcomes of podcast listening", **PLoS ONE**, 2022, Vol.17, No.4.

Available in: <https://oa.mg/work/10.1371/journal.pone.0265806>

(29) Atalay, G. E., Kınay, K., Özşirin, S. & Azap, E., **Op cit**.

(30) Renisyifa, A., Sunarti, S., & Pebriyanti, A.,(2022). "Podcast Media Credibility as a Means of Fulfilling Public Information", **International Journal of Research and Applied Technology**, Vol.2, No.1, Pages 226-232. Available in: <https://doi.org/10.34010/injuratech.v2i1.6931>

(31) Heba Fantini,(2022). "Challenging Social Taboos in Egypt: Investigating Egyptian Podcasts as an Alternative Medium", **Journal of Mass Communication & Journalism, Mini Review**, Vol.12, No.12.

Available in: <https://www.hilarispublisher.com/open-access/challenging-social-taboos-in-egypt-investigating-egyptian-podcasts-as-an-alternative-medium-95400.html>

(32) البودكاست السوري فهم الجمهور وسبر إمكانات التوسع: دراسة مسحية شملت مستخدمي البودكاست وجمهور الإعلام الرقمي، مركز السياسات وبحوث العمليات، تركيا، 2021.

(33) Suter, L., Waller, G., Knobloch, H. & Zimper, M., (2021). "Motive der Podcast-Nutzung: Ergebnisse aus zehn leitfadengestützten Interviews mit jungen Erwachsenen", **Zürich: Zürcher Hochschule für Angewandte Wissenschaften**.

Available in: <https://digitalcollection.zhaw.ch/handle/11475/22746>

(34) فائزة بوزيد، "البودكاست الصناعة الثقافية لتكريس اللغة، الهوية، والمواطنة عبر تطبيقات الإعلام الرقمي: دراسة تحليلية لعينة من البودكاست على اليوتيوب"، جامعة بسكرة - الجزائر، مؤتمر: التحولات الثقافية والمجالات المجتمعية في المجتمع الجزائري ٢٣ جوان ٢٠٢١م، متاح على:

https://www.researchgate.net/publication/362968634_albwkdst_alsnat_althqafyt_1tkrys_allght_alhwyt_walmwatnt_br_tbyqat_alalam_alrqmy_drast_thlylyt_lmhtwy_ynt_mn_albwkdst_ly_alywtywb

(35) Paisana, M., Martins, R., (2021). "Podcasting and pandemic. From portability and mobility to lockdown and interconnected personal universes", Artigo em Português | Scopus. Available in:

<https://pesquisa.bvsalud.org/global-literature-on-novel-coronavirus-2019-ncov/resource/pt/covidwho-1413351>

(36) Yeromin, Mykol, (2021). "Unexpected Crossroads of International - Political Communication: Influence and Insights of Universal Codes of Media as Exemplified by Podcasts, Comics and New Media, **Mediaforum Analytics Forecasts Information Management**.

Available in: <https://www.researchgate.net/publication/357745335>

(37) عبد الرزاق غزال، وفاء بورحلي، "البودكاست الاجتماعي بين تنمية المسؤولية وخلق الوعي المجتمعي: دراسة وصفية على عينة من مستخدمي تدوينات المضامين الصوتية والمرئية في الجزائر"، مجلة علوم الإنسان والمجتمع، الجزائر، ع(٤)، ٢٠٢١م، ص ٦٤٥ - ٦٦٣.

(38) Alkhallouf, Atika Aufderheide, Patricia, (2020). "Podcasting as public media: The future of U.S News, public Affairs and Educational Podcasts", **International Journal of Communication**, Vol.14, Pages 1683-1704.

Available in: https://www.researchgate.net/publication/339737782_Podcasting_as_Public_Media_The_Future_of_US_News_Public_Affairs_and_Educational_Podcasts

(39) José Luis Rojas-Torrijos, et al, (2020). "The Emergence of Native Podcasts in Journalism: Editorial Strategies and Business Opportunities in Latin America", **Media and Communication**, Vol.8, Vol.2, Pages 159–170.

Available in: <https://doi.org/10.17645/mac.v8i2.2699>

(40) Radjagukguk, D. L., & Pradana, V. N., (2020). "UTILIZATION OF NEW MEDIA PODCAST BERIZIK (JOKING MUSIC CONTENT)IN DELIVERING MESSAGES ABOUT MUSIC", **Journal Indonesia Law & Policy review**, vol.2, No.1.

Available in: <https://www.researchgate.net/publication>

(41) Lisa G. Perks, Jacob S. Turner, (2018). "Podcasts and Productivity: A Qualitative Uses and Gratifications Study", **Mass Communication and Society**. Available in:

<https://www.semanticscholar.org/paper/Podcasts-and-Productivity%3A-A-Qualitative-Uses-and-Perks-Turner/f4c46d03c3b85862b87b1969e5f1596542db6c9e>

(٤٢) أمل محمد خطاب، "السلوك الاتصالي للشباب المصري في علاقته بالتقنيات التكنولوجية المتطورة البودكاست نموذجًا": دراسة في استخدام الشباب المصري لتقنية البودكاست والاشباع المتحققة والتأثيرات السلوكية المتوقعة"، مجلة كلية الآداب – جامعة بنها، ع(٤٧)، أبريل ٢٠١٧م.

(٤٣) العابد السيد علي، بن يحي عبد الرؤوف، "تأثير اليوتيوب من خلال برامج البودكاست على الطلبة الجامعيين: دراسة ميدانية على عينة من طلبة ماستر قسم الإعلام والاتصال لجامعة قاصدي مرباح"، رسالة ماجستير غير منشورة (جامعة قاصدي مرباح – ورقلة، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، قسم علوم الإعلام والاتصال، ٢٠١٧م).

(44) Steven McClung & keistine Johnson, (2010). "Examining the motives of podcast users", **Journal of Radio & Audio Media**, Vol.17, No.1.

Available in:

<https://www.semanticscholar.org/paper/Examining-the-Motives-of-Podcast-Users-McClung-Johnson/ce3f84202f02729dc2c2eb908811c3d4a0777169>

(45) Davis, F. D., (1989). "Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology", **MIS Quarterly**, Vol.13, No.3, Pages 319–340.

Available in: <https://psycnet.apa.org/record/2016-45810-001>

<https://doi.org/10.2307/249008>

(46) Neil Charness, Walter R. Boot, "Technology, Gaming, and Social Networking", in Handbook of the Psychology of Aging (Eighth Edition, 2016), Pages 389-407.

Available in:

<https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/B9780124114692000200>

(47) Fred D. Davis, (1989). "Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology", *MIS Quarterly*, Vol.13, No.3, Pages 319–340.

<https://doi.org/10.2307/249008>

(48) Fred D. Davis (1989), **Op cit**.

(49) Georgia L. Burgess & Amber K. Worthington, "TECHNOLOGY ACCEPTANCE MODEL", Available in: <https://ua.pressbooks.pub/persuasiontheoryinaction/chapter/application-of-the-technology-acceptance-model/>

(50) Venkatesh, V. and Davis, F.D., (2000). "A Theoretical Extension of the Technology Acceptance Model: Four Longitudinal Field Studies", *Management Science*, 46, Pages 186 -204. Available in: <https://doi.org/10.1287/mnsc.46.2.186.11926>

(51) Cha, Jiyong, (2013). "Predictors of television and online video platform use: A coexistence model of old and new video platforms", *Telematics and informatics*, Vol.30, No.4, Pages 296-310.

Available in: <https://doi.org/10.1016/j.tele.2013.01.001>

- Luo, Margaret-Meiling; Remus, William, and Chea, Sophea, "Technology acceptance of internet-based information services: An integrated model of TAM and U&G theory", AIS Electronic Library (AISeL), **AMCIS 2006 Proceedings**, Pages 1139-1150.

Available in:

<https://aisel.aisnet.org/cgi/viewcontent.cgi?article=1701&context=amcis2006>

(52) Guido Ongena, Erik Huizer, et al, (2013). "Designing online audiovisual heritage services: an empirical study of two comparable online video services". New review of hypermedia and multimedia, Vol.19, No.1, Pages 61-79.

Available in: <https://dl.acm.org/doi/10.1080/13614568.2013.772662>

(53) Raj, R., et al, (2018). "Modeling the Elements and Effects of Global Viral Advertising Content: A Cross-cultural Framework", journal of business perspective, Vol.22, No.1, Pages 1-10, Available in:

Available in: <http://journals.sagepub.com> Accessed on : 20/7/2023.

(٥٤) سامي طابع، "بحوث الإعلام" (القاهرة: دار النهضة العربية، ٢٠٠١م)، ص ١٢٥.

(٥٥) لمزيد من التفاصيل حول أنماط النشاط المدعم والمعوق للتأثيرات الاتصالية؛ يمكن الرجوع إلى:

-Kim, JungKee; Rubin, Alan M., (1997). "The Variable Influence of Audience Activity on Media Effects", **Communication Research**, Vol.24, No.2, Pages 107-35.

-Sonia,Livingstone, "**Making Sense Of Television: The Psychology of Audience Interpretation**", 2nd ed (London and New York, 1988), Rutledge.

(56) Defleur, M.L. and Ball-Rokeach, S.T., (1989). "**Theories of mass Communication**", 9th Edition. New York, Longman.

(٥٧) أسماء السادة محكمي استمارة الاستبيان:

- رفعت محمد البدرى: أستاذ الصحافة بكلية الإعلام جامعة المنوفية.
- شريف درويش اللبان: أستاذ ورئيس قسم الصحافة وتكنولوجيا الاتصال بكلية الإعلام جامعة القاهرة.
- عبد الهادي النجار: أستاذ الصحافة ورئيس قسم الإعلام بكلية الآداب جامعة المنصورة.
- علياء عبد الفتاح رمضان: أستاذ ورئيس قسم الإعلام التربوي سابقاً بكلية التربية النوعية جامعة طنطا.
- محمود عبد الحلیم: أستاذ الإذاعة والتلفزيون المساعد بكلية دراسات الطفولة جامعة عين شمس.

(58) Jemily Rime, C. Pike, T. Collins, (2022). "What is a podcast? Considering innovations in podcasting through the six-tensions framework", **Convergence: The International Journal of Research into New Media Technologies**, Vol.28, No.5, Pages 1260-1282.

Available in: <https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/1354856522110444>

(59) Luthfi Andria, (2019). "**Peran New Media - Podcast Duobudjang Di dalam Menyosialisasikan Ruu Permuskan**", Skripsi Jurnalistik Th 2019", Universitas Prof. Dr. Moestopo (Beragama).

Available in: https://library.moestopo.ac.id/index.php?p=show_detail&id=8556&keywords=

(60) Fred D. Davis, (1989). "User Acceptance of Computer Technology: A Comparison of Two Theoretical Models", **Management Science** 35(8), 982-1003.

Available in: https://www.researchgate.net/publication/227446117_User_Acceptance_of_Computer_Technology_A_Comparison_of_Two_Theoretical_Models

(61) Bottomley, A. J., (2015). "Podcasting: A decade in the life of a "new" audio medium: Introduction", **Journal of Radio & Audio Media**, Vol.22, No.2, Pages 164–169. Available in: <https://doi.org/10.1080/19376529.2015.1082880>

(62) Berry, R., (2015). "A golden age of podcasting? Evaluating serial in the context of podcast histories", **Journal of Radio & Audio Media**, Vol.22, No.2, Pages 170–178. Available in: <https://doi.org/10.1080/19376529.2015.1083363>

(63) <https://www.statista.com/topics/3170/podcasting/#topicOverview>

(64) Luthfi, Andria, **Op cit**.

(65) Berry, R., (2015). "A golden age of podcasting? Evaluating serial in the context of podcast histories", **Journal of Radio & Audio Media**, Vol.22, No.2, 170–178.

Available in: <https://doi.org/10.1080/19376529.2015.1083363>

-Kelsey Whipple, Ivy Ashe, and Lourdes M. Cueva Chacón, **Op cit.**

(66) Bottomley, A. J. (2015). Podcasting: A decade in the life of a “new” audio medium: Introduction, **Journal of Radio & Audio Media**, 22(2), Pages 164–169.

Available in: <https://doi.org/10.1080/19376529.2015.1082880>

(67) Berry, R., (2016). "Podcasting: Considering the evolution of the medium and its association with the word ‘radio’", **Radio Journal: International Studies in Broadcast & Audio Media**, Vol.14, No.1, Pages 7–22.

Available in: https://doi.org/10.1386/rjao.14.1.7_1

(68) Sadet Özel, **Op cit.**

(٦٩) منى هاشم، أمنية عبد الرحمن، مرجع سابق.

(70) Suter, L., Waller, G., Knobloch, H. & Zimper, M., **Op cit.**

(71) Funk, M., (2017). "Decoding the Podaissance: Identifying Community Journalism Practices in Newsroom and A vocational Podcasts", **ISOJ Journal**, Vol.7, No.1, Pages 67- 88. Available in:

<https://isoj.org/research/decoding-the-podaissance-identifying-community-journalism-practices-in-newsroom-and-avocational-podcasts/>

(٧٢) البودكاست ومستقبل الصحافة، متاح على: <https://alqarar.sa/3855>

(73) Carvajal, M., Marín-Sanchiz, C.-R., & Navas, C. J., **Op cit.**

-Newman, N., Gallo, N. 2019. "News Podcasts and the Opportunities for Publishers, **Oxford: Reuters Institute for the Study of Journalism.**

Available in: <http://www.digitalnewsreport.org/publications/2019/newspodcasts-opportunities-publishers/>

(٧٤) المصدر: انفوجرافيك منشور على مركز القرار للدراسات الإعلامية، متاح على: <https://alqarar.sa/3855>

(٧٥) عبد الرزاق غزال، وفاء بورحلي، مرجع سابق.

(٧٦) هبة محمد شفيق، مرجع سابق.

(٧٧) العابد السيد علي، مرجع سابق.

(78) Source: <https://datareportal.com/reports/digital-2023-global-overview-report>

(٧٩) أمل محمد خطاب، مرجع سابق.

(80) Sylvia M. Chan-Olmsted, Rang Wan, **Op.cit.**

(81) Source: <https://trends.google.com/trends/explore?date=today%205-y&geo=EG&q=%D8%A8%D9%88%D8%AF%D9%83%D8%A7%D8%B3%D8%AA&hl=ar>

-Source: <https://ar-podcast.com/stats/>

(٨٢) هبة محمد شفيق، مرجع سابق.

(83) Source: <https://trends.google.com/trends/explore?date=today%205-y&geo=EG&q=%D8%A8%D9%88%D8%AF%D9%83%D8%A7%D8%B3%D8%AA&hl=ar>

(84) Sedat Özel, (2022), **Op.cit.**

(85) Sylvia M. Chan-Olmsted, Rang Wan, **Op.cit.**

(٨٦) ماجد بن فهد الشيباني، مرجع سابق.

(٨٧) منى هاشم، أمينة عبد الرحمن، مرجع سابق.

(٨٨) أمل محمد خطاب، مرجع سابق.

(89) Source: <https://datareportal.com/reports/digital-2023-global-overview-report>

(90) "How podcasting is changing the face of journalism", May 01, 2022, Available in:

<https://communicateinfluence.com/blog/how-podcasting-is-changing-the-face-of-journalism>

(91) Sang, Y., & Park, S., & Kim, J., & Park, S., **Op cit.**

- Gil de Zúñiga, H., Veenstra, A., Vraga, E., & Shan, D. (2010). "Digital democracy: Reimagining pathways to political participation", **Journal of Information Technology & Politics**, 7(1), 36–51. doi:10.1080/19331680903316742

(92) Yeromin Mykola (2021), "Unexpected Crossroads of International - Political Communication: Influence and Insights of Universal Codes of Media as Exemplified by Podcasts", **Comics and New Media**, Pages 263-274, Available in:

<https://www.researchgate.net/publication/357745335>

(٩٣) عبد الرزاق غزال، وفاء بورحلي، مرجع سابق.

(٩٤) العابد السيد علي، بن يحي عبد الرؤوف، مرجع سابق.

(95) Sang, Y., Lee, J. Y., & Park, S. (2020). "Podcast trends and issues in Australia and beyond: Global perspectives", **Canberra, Australia: News & Media Research Centre**, University of Canberra. Available in:

<https://apo.org.au/node/308947>

⁽⁹⁶⁾ McHugh, S. (2016). "How podcasting is changing the audio storytelling genre". **Radio Journal: International Studies in Broadcast & Audio Media**, 14(1), 65–82. https://doi.org/10.1386/rjao.14.1.65_1

⁽⁹⁷⁾ Ahmed, M., Everatt, J. , et al, (2023), "Systematic Review of Literature for Smartphones Technology "Acceptance Using Unified Theory of Acceptance and Use of Technology Model (UTAUT)", **Social Networking**, **2023**, **12**, 29-44. Available in:

[https://www.scirp.org/\(S\(351jmbntvnsjt1aadkpozje\)\)/journal/paperinformation.aspx?paperid=123782](https://www.scirp.org/(S(351jmbntvnsjt1aadkpozje))/journal/paperinformation.aspx?paperid=123782)

⁽⁹⁸⁾ L. Suter, G. Waller, Martin Zimper, **Op cit**.

⁽⁹⁹⁾ Radjagukguk, D. L., & Pradana, V. N. (2020). "Utilization Of New Media Podcast Berizik (Joking Music Content) In Delivering Messages About Music", **JILPR Journal Indonesia Law and Policy Review**, 2(1), 23-34. Available in:

<https://ejournal.aissrd.org/index.php/jirpl/article/view/42>

⁽¹⁰⁰⁾ Markman, Kris M.; Sawyer, Caroline E. (2014). "Why pod? Further explorations of the motivations for independent podcasting". **Journal of radio & audio media**, v.21, n.1, Pages 20-35. Available in: <https://doi.org/10.1080/19376529.2014.891211>

- Renisyifa, A., Sunarti, S., & Pebriyanti, A., (2022), "Podcast Media Credibility as a Means of Fulfilling Public Information", **International Journal of Research and Applied Technology**, 2(1), pages 226-232. Available in: <https://doi.org/10.34010/injuratech.v2i1.6931>