

محددات تبني الشباب الجامعي المصري للبودكاست (المسموع والمرئي) وعلاقته بتلبية احتياجاتهم الاتصالية

د. دعاء أحمد البنا*

ملخص الدراسة:

سعت الدراسة إلى قياس مدى تبني الشباب الجامعي المصري للبودكاست المسموع والمرئي في ضوء نظرية انتشار المستحدثات (Diffusion of Innovations Theory)، بالاعتماد على عينة عمدية قوامها 400 شاب جامعي، بهدف معرفة كيفية تبنيهم للبودكاست بصيغته المسموعة والمرئية، وتحديد أهم مراحل التبني التي يمرون بها، وتصنيف أدوارهم بين فئات المتبنين الخمس التي حددها روجرز في النظرية، والتعرف على مدى انتشار البودكاست في المجتمع المصري بين هذه الفئة المهمة، ورصد أهم العوامل المؤثرة على تبني عينة الدراسة للبودكاست باعتباره وسيطاً إعلامياً تقنياً مستحدثاً في المجتمع المصري، وعلاقة تبني الشباب الجامعي المصري للبودكاست بتلبية احتياجاتهم الاتصالية النفسية والاجتماعية. هذا إلى جانب رصد فئة المتكاسلين/المتقاعسين الذين لا يستخدمون ولا يتبنون البودكاست ومعرفة أهم أسباب عزوفهم عن تبنيه، ومدى تواجد النية لديهم لتبنيه في المستقبل. وتوصلت الدراسة إلى العديد من النتائج والمؤشرات المهمة في عملية تبني الشباب الجامعي المصري، عينة الدراسة، للبودكاست بصيغته المسموعة والمرئية، وأهم مراحل هذا التبني، وأدوارهم في عملية التبني، والعلاقة بين تبني عينة الدراسة للوسيط الإعلامي التقني المستحدث ومدى تلبية احتياجاتهم الاتصالية النفسية والاجتماعية.

الكلمات المفتاحية: البودكاست والفودكاست، الاحتياجات الاتصالية النفسية والاجتماعية، نظرية انتشار المستحدثات، الشباب الجامعي المصري، جيل (Z).

* الأستاذ المساعد بقسم الإذاعة والتلفزيون بكلية الإعلام - الجامعة الحديثة للتكنولوجيا والمعلومات (MTI)

Determinants of Egyptian University Youth's Adoption of Podcast (Audio and Visual) and its Relationship to Meeting Their Communication Needs

Dr. Doaa Ahmed Elbanna*

Abstract:

The study aimed to measure, in light of the Diffusion of Innovations Theory, the extent to which Egyptian university youth adopt Podcast (both audio and visual). Using an intentional sample of 400 young university students, the research aimed to find out how they adopt podcasts in both audio and visual forms, identify the most important stages of adoption they go through, classify their roles within the five categories of adopters identified by Rogers in the theory, and identify the extent of prevalence of podcasts in the Egyptian society among this important group. Additionally, the study aimed to examine the determining factors of adoption of podcast as a rising technical media platform in the Egyptian society by the study sample, as well as the relationship between the adoption of podcast by Egyptian university youth and the fulfillment of their psychological and social communication needs.

Moreover, the study investigated the category of laggards who do not adopt podcasts, inspecting the most important reasons for their reluctance to adopt it, and the extent to which they may intend to adopt it in the future.

The findings of the study revealed a number of important results and indicators in the process of adoption of podcast in its audio and visual forms among Egyptian university youth, its most important stages, their roles in the process of adoption, and the relationship between the adoption of podcast by the study sample and the fulfillment of their psychological and social communication needs.

Keywords: Podcasts and Vodcasts, Psychological and Social Communication Needs, Diffusion of Innovations Theory, Egyptian University Youth, Generation Z.

* Assistant Professor, Radio and TV Department, Faculty of Mass Communication – Modern University for Technology and Information (MTI)

مقدمة:

ظهر مصطلح "البودكاست" (Podcast) لأول مرة في صحيفة "الغارديان البريطانية" (The Guardian) في مقال الكاتب "بن هامسرلي" (Ben Hammersley) بعنوان "الثورة المسموعة" (Audible Revolution) (Rime et al, 2022, P.1264)، وأصبح عام 2005 يُعرف بعام البودكاست. وتم اختيار كلمة "البودكاست" لتكون كلمة العام في قاموس أكسفورد الأمريكي الجديد، وهو العام الذي ارتفعت فيه شعبية البودكاست بشكل كبير، وأطلق أول برنامج احترافي للبودكاست (Daily Source Code) عام 2009. ثم تعزز ظهور الوسيط الجديد عندما قامت شركة "آبل" (Apple) بتطوير الإصدار الأول من برنامج (iTunes 4.9) لتوفير دعم متكامل للبودكاست، مما جعله وسيطاً احترافياً ونقطة نقاش مهمة، تزامناً مع نشر الآلاف من ملفات البودكاست وزيادة عدد مستخدميه. وتطورت تقنياته بحلول عام 2015 عبر نجاح برامج بودكاست بارزة مثل (WTF, Start-up) (serial)، ويمزج البودكاست، وهو أحد أدوات الويب 2.0، بين كلمتي (Pod)، وهي مشتقة من "آي بود"، مشغل الصوت الرقمي التابع لشركة "آبل"، و (Cast)، وتعني "البث"، والمشتقة من مصطلح "البث الإذاعي" (Broadcasting) (Chou et al, 2023, P.23). ويُعرف البودكاست بأنه الملفات الصوتية الرقمية التي يتم تسليمها عبر خدمة (RSS Really Simple Syndication) إلى جهاز كمبيوتر متصل بالإنترنت أو مشغل وسائط محمول، ويتم رفع التسجيلات الجديدة تلقائياً إلى جهاز المستمع كلما تم تحميلها بواسطة منتجي البودكاست. ومع التطور التكنولوجي، رُبط البودكاست بتطبيقات الفيديو، وظهر اتجاه مبدئي لتغيير المصطلح إلى "الفودكاست" (Vodcast)، وهو بودكاست الفيديو. ولكن أكدت أغلب الدراسات على ربط البودكاست بالتجربة السمعية بشكل محوري (Balanuta, 2021, P.37)، وتطور البودكاست مع تقنيات الذكاء الاصطناعي التي تضمنت التحديث الذاتي، وتوليد حلقات جديدة، وإعادة تصور واجهة المستخدم للتعرف على سلوكياته والتكيف مع تفضيلاته، إلى جانب استخدام التوثيق الصوتي والواقع المعزز (Rime et al, 2022, P.1274). كما تنوعت منصات وتطبيقات البودكاست بين المنصات العامة والمتخصصة، والمجانية والمدفوعة، مما زاد من تفرد وعالمية البودكاست بصيغته المسموعة والمرئية.

ويؤرخ لبداية البودكاست في الدول العربية بأواخر عام 2008، وكان لدول الخليج، بزيادة السعودية والإمارات، المحاولات الأولى في إنتاج وعرض البودكاست. وظل البودكاست محدوداً حتى عام 2015 لعدد من العوامل، أهمها ظهور مواقع التواصل الاجتماعي، التي كانت أكثر جذباً ورواجاً، والثورات العربية (النابلسي، 2021، ص2). ومع بداية عام 2016، أخذ البودكاست منحى تصاعدياً سريعاً وفارقاً في الانتشار بين فئات الجمهور المختلفة في الدول العربية، ووصل ذروته عام 2020 تزامناً مع جائحة كوفيد-19، في إطار بحث الجمهور عن وسائل جديدة للترفيه (عبد الرازق، 2024، ص906). وكان للمنصات العالمية "آبل بودكاست" (Apple Podcast) و"سبوتفاي" (Spotify) دوراً مهماً في توفير البودكاست للمستخدمين في الدول العربية، ومنها مصر (العمران، 2021)، التي أطلقت أول تطبيق خاص بالبودكاست عام 2020 باسم "بوديو" (PODU APP) (ماضي، 2023، 95) وأشارت الإحصائيات، في استبيان لمستمعي البودكاست أجري على 56 دولة حول

العالم عام 2024، إلى أن مصر جاءت في الترتيب 44، حيث بلغت نسبة مستخدمي البودكاست فيها 27% (Statista,2024).

ويتميز البودكاست، كوسيط تقني مستحدث في مجال الإعلام، بعدد من المزايا النسبية التي تميزه عن الوسائط الإعلامية الأخرى، والتي تتحدد في العوامل التقنية وحداثة ومرونة الوسيلة، وتعدد منصات البث، وخاصة الاستخدام عند الطلب، والنقاء الصوتي، والمؤثرات السمعية والبصرية، وتوظيف الألوان ووسائل الإيضاح، واستخدام الفيديو، وإمكانية المتابعة على أكثر من جهاز استقبال، ومتابعة المحتوى في الوقت والمكان المناسب للمستخدم، وإمكانية تحميل البرامج وحفظها ومتابعتها دون الحاجة إلى الإنترنت، وحصريّة وتنوع المحتوى، والتفاعلية، وتدعم هذه المزايا دور البودكاست بصيغته المسموعة والمرئية في تلبية الاحتياجات الأساسية للمستخدمين (Rime et al, 2022, P.1264).

ويتنوع مستخدمو البودكاست بصيغته المسموعة والمرئية كوسيط إعلامي تقني مستحدث. ويُعتبر الشباب بشكل عام الفئة الأكثر إقبالاً على المستحدثات التكنولوجية، خاصة في مجال الإعلام. حيث أكد استطلاع رأي موقع البودكاست العربي عام 2018 أن 65% من مستخدمي البودكاست من فئة الشباب ذات الفئة العمرية 18-25 عاماً. ويمثلون فئة الشباب الجامعي (العمران، 2021)، باعتبارهم الفئة الأقدر على التعامل مع التقنيات الحديثة والاستفادة منها، في إطار سعيهم لإشباع مختلف احتياجاتهم الأساسية، والتي تتضمن الاحتياجات الاتصالية النفسية والاجتماعية، مثل الاحتياجات المعرفية، وتطوير الذات، والترفيه، والهروب من الضغوط، وتقدير الذات، وقضاء أوقات الوحدة، والانتماء للمجتمع، والمشاركة الاجتماعية، وبناء العلاقات الاجتماعية، والانفتاح الثقافي، وقبول الاختلاف، والدعم، والاندماج الاجتماعي، والتفاعل الاجتماعي، والتواصل مع الآخرين. في إطار انتماء هذه الفئة العمرية من الشباب إلى جيل "زد" (Z) جيل ما بعد الألفية، ووسطاء التكنولوجيا كما يُعرفون بـ"المواطنين الرقميين" وجيل الإنترنت، وهو جيل يتأثر سلوكه بشكل أساسي بالتكنولوجيا وإنتاج المحتوى الرقمي ومشاركته على الهواتف الذكية وشبكات التواصل الاجتماعي (Misiko, 2024, P.15).

ونستنتج مما سبق عرضه أن البودكاست وسيط تقني مستخدم منذ سنوات طويلة في الدول المتقدمة بشكل عام، تصدرتها الولايات المتحدة الأمريكية، التي اتجهت إلى إنتاج البودكاست بصيغته المسموعة والمرئية قبل الدول العربية بعدة سنوات، ثم بدأ ينتشر عبر العالم حتى وصل إلى الدول العربية. ورغم اعتبار البودكاست جزءاً لا يتجزأ من الوسائط الرقمية في السنوات الأولى من الألفية الجديدة، إلا أنه لم يحظ إلا بقدر ضئيل من الاهتمام الأكاديمي المستمر في تخصصات ودراسات الإعلام والاتصال، حتى داخل المجالات الفرعية لدراسات الراديو والصوت. في حين أن هناك قدرًا لا بأس به من الأبحاث في تكنولوجيا التعليم حول الاستخدامات التعليمية للبودكاست (Bottomley,2015,P167)، وشهد عام 2020 تغييرًا في الطرق التي يُدرس بها البودكاست، وأصبح الحديث عنه أكثر إلحاحًا، وفتح المجال لسياقات إعلامية أوسع إلى جانب تطبيق أساليب بحثية جديدة جعلت دراسة البودكاست أكثر منهجية وتماسكًا، مما يؤكد الفجوة بين الدول المتقدمة والنامية في المجال التقني والأكاديمي البحثي للبودكاست بصيغته المسموعة والمرئية (Sharon,2023,P.325).

ومن هنا تبلور موضوع الدراسة في رصد عملية تبني الشباب الجامعي المصري للبودكاست بصيغته المسموعة والمرئية عبر قياس مدى تبنيهم للوسيط الإعلامي التقني المستحدث في مصر وتفاعلهم معه، وتلبية البودكاست المسموع والمرئي للاحتياجات الاتصالية النفسية والاجتماعية لفئات المتبنين من الشباب الجامعي المصري المنتمي لجيل ما بعد الألفية "زد" (Z)، مع تحديد أسباب عدم تبني بعض الشباب الجامعي لهذا المستحدث التقني في مجال الإعلام، ومدى استعدادهم لتبنيه في وقت لاحق.

أولاً - الدراسات السابقة:

تتعدد مجالات استخدام البودكاست المسموع والبودكاست المرئي (الفودكاست) في التعليم والسياسة والاقتصاد وحديثاً في الإعلام. ويُعتبر البودكاست وتطبيقاته وسيطاً إعلامياً تقنياً مستحدثاً لنقل المحتوى الرقمي في الدول العربية، ومن ضمنها مصر. ولذلك، هناك قلة في الدراسات العربية التي تناولت البودكاست. وتحددت محاور الدراسات السابقة في الجمهور ومدى استخدامه للبودكاست المسموع والمرئي، وتأثيرات استخدام البودكاست على الجمهور، وتقييم الخبراء والفائمين بالاتصال للبودكاست ومستقبله في العالم، والدول العربية، ومنها مصر.

1- تعرض دراسات هذا المحور طبيعة تعرض الجمهور بمختلف فئاته للبودكاست ومدى استخدامه ودوافع التعرض والإشباع المتحققة منه، وأساليب تفاعل الجمهور معه. حيث تناولت بعض الدراسات طبيعة تعرض الجمهور بمختلف فئاته للبودكاست وكثافة استخدامه، وأكدت نتائج دراسة (Paisana & Crespo, 2022) التي اعتمدت على تحليل تقارير رويترز لنمو استخدام البودكاست أن الشباب هم الفئة الأكثر استخداماً للبودكاست. وعلى النقيض، بحثت دراسة (Tobin & Guadagno, 2022) في الدوافع النفسية والاجتماعية لاستماع الجمهور للبودكاست، وطبقت على عينة قوامها 306 أفراد من دول عديدة تضمنت أمريكا وكندا وبعض الدول الأوروبية. وأكدت نتائج الدراسة أن كبار السن لديهم تاريخ استماع أطول للبودكاست.

سعت دراسة (نصيرات، 2024) إلى التعرف على التأثيرات المعرفية والوجدانية والسلوكية لتفاعل عينة متاحة من الشباب الأردني بلغت 400 شاب مع البودكاست، باستخدام نظريتي البيئة الإعلامية والتفاعلية الرمزية. وأشارت نتائج الدراسة إلى أن 50% من عينة الدراسة يهتمون بالاستماع للبودكاست و32.3% يستمعون له يوميًا. وتقصّت دراسة (ماضي، 2023) العوامل المؤثرة على استخدام الشباب المصري للبودكاست بالاعتماد على النظرية الموحدة لقبول واستخدام التكنولوجيا، واستخدام الاستبيان الإلكتروني على عينة قوامها 300 شاب. وأكدت نتائج الدراسة أن النسبة الأكبر من عينة الدراسة، 60.7%، أحياناً ما يستخدمون البودكاست. ويتضح أن النسبة الأكبر من العينة، بواقع 46.4%، بدأت في استخدام البودكاست منذ عام إلى أقل من 3 أعوام. وعن معدل استخدام الشباب المصري عينة الدراسة للبودكاست، جاءت استجابة النسبة الأكبر من العينة، 54.7%، أنهم يستخدمون البودكاست على فترات متباعدة لا يمكنهم تحديدها. تقارب نسبة المبحوثين الذين يستمعون/يشاهدون حلقات البودكاست من ساعة إلى ساعتين في المرة الواحدة وأقل من ساعة كل مرة، وبلغت النسبة على التوالي 46.3% و46%.

تناولت دراسة (خطاب، 2017) تحديد السلوك الاتصالي للشباب المصري في علاقته بالتقنيات التكنولوجية بالتطبيق على البودكاست باستخدام نظرية الاستخدامات والإشباع. حيث أجريت الدراسة على عينة عمدية من الشباب المصري قوامها 400 شاب. وأكدت النتائج تفاوت حجم تعرض الشباب المصري لتقنية البودكاست، حيث جاءت معدلات الاستخدام غير الدائم في الترتيب الأول. وفي الإطار ذاته تناولت دراسة (العابد، 2017) تأثير برامج البودكاست عبر اليوتيوب على عينة قوامها 59 طالبًا من الجامعات الجزائرية باستخدام نظرية الاستخدامات والإشباع. وتوصلت نتائج الدراسة إلى أن نسبة 57.6% من عينة الدراسة لا يتابعون البودكاست بصفة منتظمة.

وفي السعودية، سعت دراسة (ابن سويدان، 2024) لقياس فاعلية البودكاست الإذاعي في بناء الوعي الثقافي لدى عينة قوامها 400 من الشباب السعودي، بالاعتماد على مدخل الاستخدامات والتأثيرات. وبلغت نسبة متابعة البودكاست بشكل دائم 26.5%. وتابع نسبة 49% البودكاست من ساعة لأقل من ثلاث ساعات، و45% يتابعون البودكاست منذ أقل من عام، و53% يتابعون برامج البودكاست حسب الظروف، وفي إسبانيا، أشارت نتائج دراسة (Galan-Arribas, 2022) إلى أن عينة الدراسة من جبل Z يقضي ما يقرب من نصفهم أقل من ساعة واحدة أسبوعيًا، ولا يستهلك 27% منهم البودكاست على الإطلاق.

وفيما يتعلق بدوافع التعرض والعوامل المحفزة لاستخدام الجمهور للبودكاست، تناولت دراسة (أحمد، 2023) استخدامات الجمهور السوداني للبودكاست. واعتمدت الدراسة على عدة أطر نظرية تضمنت نظرية ثراء الوسيلة، ونظرية الاستخدامات والإشباع، ونظرية الاعتماد، وأجريت الدراسة على عينة قوامها 422 فردًا. وأكدت نتائج الدراسة أن أهم دوافع تعرض عينة الدراسة للبودكاست متابعة الأحداث والحلقات التعليمية والترفيهية، وغلبت الدوافع النفعية على الدوافع الطقوسية. وفي الإطار نفسه أكدت نتائج دراسة (ماضي، 2023) تفوق الدوافع النفعية على الدوافع الطقوسية في تعرض الشباب المصري عينة الدراسة للبودكاست. واتفقت هذه النتائج مع دراسة (خطاب، 2017) في مصر والتي أكدت أن الدوافع المعرفية هي أهم دوافع التعرض للبودكاست، وجاء في مقدمتها التزود بالمعلومات. وكذلك دراسة (العابد، 2017) التي أشارت إلى تصدر الدوافع المعرفية للشباب الجزائري لمتابعة البودكاست بنسبة 61%.

كما أكدت نتائج دراسة (Tobin & Guadagno, 2022) أن الاحتياجات المعلوماتية جاءت في مقدمة الدوافع، تلاها تكوين العلاقات الاجتماعية. وفي السعودية، تناولت دراسة (الشيباني، 2022) دوافع تعرض الجمهور السعودي للبودكاست والإشباع المتحققة منه. واعتمدت على نظريات الاستخدامات والإشباع، ثراء الوسيلة، ونظرية الاعتماد. وأجريت على عينة عمدية قوامها 220 فردًا. وأكدت الدراسة تغلب الدوافع النفعية على الدوافع الطقوسية. وجاءت أبرز دوافع تعرض عينة الدراسة للبودكاست في تتبع الحلقات التعليمية، ومتابعة الأحداث، واكتساب القدرة على التفكير والابتكار.

وعلى النقيض من نتائج الدراسات السابقة، رصدت دراسة (Craig et al., 2023) دوافع تعرض عينة من الطلاب الجامعيين في الولايات المتحدة الأمريكية للبودكاست. واستخدمت نظرية الاستخدامات والإشباع، وجاء في مقدمتها الترفيه، والهروب، ثم البحث عن المعلومات. وفي السياق ذاته، أكد تقرير (Shearer et al., 2023) أن نصف البالغين

الأمريكيين يستمعون للبودكاست، خاصة الشباب 18-29 عامًا. وجاء الترفيه في مقدمة دوافع التعرض للبودكاست. كذلك، سعت دراسة (Chou et al., 2023) لتحديد دوافع مستمعي البودكاست في تايوان بالاعتماد على نظرية الاستخدامات والإشباع. وأكدت نتائج الدراسة أن دافع الترفيه جاء في مقدمة الدوافع بنسبة 21.8%، فالبحث عن المعلومات بنسبة 18.4%. واتفقت مع هذه النتائج دراسة (Vilceanu et al., 2021) التي أكدت أن الترفيه جاء في مقدمة دوافع استماع عينة الدراسة من الجمهور الأمريكي للبودكاست بنسبة 96.2%، ثم البحث عن معلومات جديدة بنسبة 71%.

وسعت دراسة (Harrison et al, 2023) لتحديد عوامل السياق البيئي التي تؤثر على مشاركة وانتباه المستخدمين من الجمهور العام للبودكاست، وذلك باستخدام الاستبيان كأداة لجمع البيانات من عينة عمدية قوامها 264 مستمعًا من الولايات المتحدة الأمريكية ودول أوروبية. وأكدت نتائج الدراسة أن هناك خمسة عوامل بيئية رئيسية تؤثر إيجابًا أو سلبًا على مشاركة وسياق عينة الدراسة، وهي حرية اختيار مكان ووقت الاستماع، وممارسة الرياضة، وممارسة العمل. وفي السياق ذاته أكدت نتائج دراسة (ابن سويدان، 2024) أن العوامل المؤثرة على تعرض الشباب السعودي للبودكاست الثقافي تتجلى في سهولة الاستماع لبرامج البودكاست في أي وقت وأي مكان، بوزن نسبي بلغ 78%.

وفي إندونيسيا، أجرت (Saputra, 2022) دراسة تجريبية للكشف عن المحددات الرئيسية لتحفيز المستمعين لاستخدام البودكاست، وأجريت على 128 مستخدمًا. وتوصلت نتائج الدراسة إلى أن أهم هذه العوامل هي تجربة المستمع، والأنشطة المتعددة، ومدة برامج البودكاست، وشعور المستخدمين بالاستمتاع عند سماع البودكاست، واختيار برامجهم المفضلة. وفي الإطار ذاته، سعت دراسة (Triumami & Nuraeni, 2020) لتحديد العوامل التي تؤثر على قبول مستخدمي البودكاست في إندونيسيا بواسطة دراسة ميدانية على عينة قوامها 270 شابًا. وأكدت نتائج الدراسة أثر العادة على سلوك المستخدمين، وتهيئة الظروف للاستخدام، في حين أكدت نتائج دراسة (Paisana & Crespo, 2022) أن الجوانب الأكثر جاذبية في البودكاست تمثلت في التنوع الواسع والكبير، وتعدد المصادر، وهاكل التوزيع.

في حين اتجهت دراسة (Ollar, 2020) للتعرف على مدى استخدام جيل الألفية للبودكاست وأهم العوامل المؤثرة في ذلك. واعتمدت الدراسة على إجراء ثماني مقابلات متعمقة، وتوصلت الدراسة إلى ثلاثة عوامل مهمة تفسر استخدام جيل الألفية للبودكاست، تمثلت في تحسين الذات، والسعي ليكونوا أكثر فاعلية، واكتساب العلاقات الاجتماعية. وفي إسبانيا أكدت نتائج دراسة (Galan-Arribas, 2022) أن أهم العوامل المحفزة لاستخدام جيل Z للبودكاست هي مساعدتهم على زيادة ظهورهم، والمساهمة في بناء علاقات جديدة مع الجمهور.

وفي دراسة (هاشم، وعبد الرحمن، 2023)، التي اهتمت بقياس اتجاهات المواقع الإخبارية المصرية والعربية نحو استخدام تقنية البودكاست وعلاقتها بتفضيلات الجمهور المصري، وهي دراسة وصفية اعتمدت على منهج المسح والمنهج المقارن، باستخدام نموذج الاستخدام والتأثيرات، ونموذج تقبل التكنولوجيا. وأجريت على عينة عشوائية قوامها 400 فرد. أكدت نتائج الدراسة أن نسبة من يتعرضون لبودكاست المواقع الإخبارية بانتظام بلغت 64% من

عينة الدراسة، وأن أهم دوافع التعرض للبودكاست كانت محاربة العزلة والوحدة بالاستماع إلى موضوعات مسلية بنسبة 35.3%. **في حين اهتمت دراسة (عبد الرازق، 2024)** بقياس مصداقية برامج البودكاست التي تستخدمها المنصات الرقمية كمصدر للمعلومات والأخبار لدى عينة قوامها 400 فرد من الجمهور المصري، بالاعتماد على نظرية الاعتماد والنموذج البنائي للمصداقية. وأكدت نتائج الدراسة اعتماد غالبية عينة الدراسة على برامج البودكاست كمصدر للمعلومات والأخبار أحياناً بنسبة 68.8%. وجاءت ثقة الجمهور في برامج البودكاست كمصدر للمعلومات والأخبار بنسبة 49.2%.

وتحددت أهم أساليب تعرف الجمهور على البودكاست كما أشارت دراسة **(ماضي، 2023)**، في مواقع التواصل الاجتماعي التي مارست الدور الأكبر في تعريف أغلب عينة الدراسة على البودكاست، سواء عن طريق صفحات إحدى صناعات المحتوى أو من خلال منشورات عبر مواقع التواصل الاجتماعي عن البودكاست بنسبة 33.4% و33% على التوالي. وأكدت نتائج دراسة **(Galan-Arribas, 2022)** أن معظم عمليات الاستماع للبودكاست كانت عبر شبكات التواصل الاجتماعي بنسبة 57.2%، وعبر التطبيقات بنسبة 50.8%، وبدرجة أقل عبر المواقع الإلكترونية بنسبة 31.1%. وأن وسائل التواصل الاجتماعي هي البوابة الرئيسية للبودكاست، وأن 55.8% من المشاركين يصلون إلى البودكاست من خلال توصيات الأصدقاء، و50.8% يقومون بعمليات بحث محددة. وأكدت نتائج دراسة **(Alder Berg, 2021)**، التي أجريت على دراسة البودكاست عبر إنستغرام، أن وسائل التواصل الاجتماعي تمارس دوراً حاسماً في جذب الرعاة من خلال مطابقة القيمة، وتعمل على تغيير الطبيعة السمعية للبودكاست عن طريق إضافة مكونات مرئية. وفي الجزائر اهتمت دراسة **(غزال وبورحلي، 2021)** بمعرفة اتجاهات عينة من طلاب الجامعات الجزائرية نحو مساهمة البودكاست عبر مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية المسؤولية والوعي المجتمعي لديهم. وأجريت الدراسة على عينة عمدية قوامها 70 طالباً من مختلف الجامعات، واعتمدت على نظرية الاستخدامات والإشباع. وتوصلت نتائج الدراسة إلى تعرض 75.7% للبودكاست من خلال روابط تتيحها مختلف الصفحات على موقع الفيسبوك.

واختلفت الأجهزة والوسائط التي يستخدمها فئات الجمهور المختلفة في التعرض للمضمون الرقمي عبر البودكاست. فأكدت نتائج دراسة **(ماضي، 2023)** تفاوت الأجهزة المستخدمة للوصول إلى حلقات البودكاست، فكان الهاتف الذكي هو الجهاز الأكثر استخداماً في وصول المستخدمين عينة الدراسة لحلقات البودكاست. وفي السودان أشارت دراسة **(أحمد، 2023)** إلى اعتماد المستخدمين على الهاتف المحمول بنسبة 77%، يليه جهاز الحاسوب. واتفقت هذه النتيجة مع دراسة **(الشيباني، 2022)**، التي أكدت أن أغلب عينة الدراسة من الجمهور السعودي يتلقون خدمات البودكاست من خلال الهاتف المحمول بنسبة بلغت 75%. وفي الجزائر توصلت دراسة **(العابد، 2017)** إلى متابعة عينة الدراسة من طلاب الجامعات الجزائرية للبودكاست عبر الهاتف المحمول بنسبة 62.7%. وكذلك أكدت نتائج دراسة **(هاشم، وعبد الرحمن، 2023)** متابعة عينة الدراسة من الجمهور المصري لبودكاست المواقع الإخبارية المصرية والعربية عبر الهاتف المحمول بنسبة 40%، وفي السياق ذاته أكدت نتائج دراسة **(Galan- Arribas, 2022)** أن نسبة 58.5% من عينة الدراسة من جيل Z يعتمدون على هواتفهم الذكية في متابعة البودكاست. ولم تتفق

النتائج السابقة مع نتائج دراسة (Tobin & Guadagno, 2022) ، حيث أكدت أن إدمان الهواتف الذكية كان أقل بين عينة الدراسة التي اعتمدت على جهاز الأيپود (Ipod) . واختلفت الفترات الزمنية التي يفضل فيها الجمهور متابعة البودكاست. في مصر، توصلت نتائج دراسة (ماضي، 2023) إلى أن فترة المساء كانت هي الفترة المفضلة لدى 32%، كما أكدت دراسة (أحمد، 2023) تفضيل المستخدمين السودانيين متابعة البودكاست في فترة المساء بنسبة 81% أكثر من بقية الأوقات اليومية للتعرض. واتفقت هذه النتيجة إلى حد كبير مع نتائج دراسة (الشيباني، 2022)، حيث كانت الفترة المسائية هي أكثر الفترات تفضيلاً لدى عينة الجمهور السعودي بنسبة 79%. في حين توصلت دراسة (العابد، 2017) إلى تفضيل نسبة 45.8% من عينة طلاب الجامعات الجزائرية متابعة البودكاست ليلاً.

ويتميز البودكاست بعدد من المزايا التي تعد عوامل جذب للجمهور لاستخدامه. فأكدت نتائج دراسة (ماضي، 2023) أن العوامل التقنية الميسرة فيما يخص البنية التحتية والتسهيلات المتوفرة لعينة الدراسة من الشباب المصري لاستخدام البودكاست، وخاصة الاستخدام عند الطلب، هي في مقدمة هذه المميزات. وفي السودان، أشارت دراسة (أحمد، 2023) إلى أن أهم عوامل الجذب التي حفزت الجمهور السوداني لاستخدام البودكاست استخدام الفيديو والصورة المتحركة في تقديم المحتوى، والوضوح والنقاء الصوتي، والمؤثرات السمعية والبصرية. وفي السعودية، أشارت دراسة (الشيباني، 2022) إلى المزايا والسمات الجديدة التي تزيد من درجة تلقيهم وتعرضهم لمحتوى البودكاست، والتي تضمنت الحداثة والعصرية، وإمكانية المتابعة على أكثر من جهاز استقبال بما يناسب حاجة المتلقي وإمكاناته، مما يحقق لهم متابعة البرامج التي تناسبهم في الوقت والمكان المناسب لهم.

وفي دراسة (العابد، 2017) التي أجريت على عينة من طلاب الجامعات في الجزائر، أكدت نسبة 52.5% أن عامل الجذب الأول لمتابعتهم برامج البودكاست هو أسلوب البرنامج. وحددت نتائج دراسة (هاشم وعبد الرحمن، 2023) أهم العناصر الجذابة للبودكاست لدى عينة الدراسة من الجمهور المصري استخدام الفيديو في عرض برامج البودكاست، واستخدام الألوان ووسائل الإيضاح المستخدمة، وطبيعة الموضوعات المطروحة. وفي إسبانيا، أكدت نتائج دراسة (Galan-Arribas, 2022) ارتفاع نسبة استخدام عينة الدراسة من جيل Z ، وهم طلاب جامعيون تتراوح أعمارهم بين 18-25 عامًا، للبودكاست لتوفر عديد من المزايا التي تضمنت التفاعلية، وتعدد منصات البث، وبثه عبر وسائل التواصل الاجتماعي، حيث إن أغلب المشاركين (83.2%) يستمعون إلى البودكاست دون الحاجة إلى الشاشة.

في حين أشارت بعض الدراسات إلى عيوب البودكاست التي ذكرها الجمهور المستخدم. في السودان، توصلت دراسة (أحمد، 2023) إلى إدراك عينة الدراسة من المستخدمين لبعض العوامل التي قد تؤثر على فاعلية البودكاست، مثل تعدد برامج المنوعات والترفيه، وزيادة الاهتمام بالنواحي الشكلية والمؤثرات أكثر من المضمون، وغالبية مقدمي البرامج من الهواة غير المتخصصين في الإعلام. وأكدت نتائج دراسة (الشيباني، 2022) الأمر ذاته، حيث حدد الجمهور السعودي عينة الدراسة عيوب البودكاست، في مقدمتها كثرة برامج المنوعات والترفيه بنسبة 80.4%، ومخالفة البرامج لأعراف وعادات المجتمع بنسبة 76%، واهتمامه

بالنواحي الشكلية أكثر من المضمون. كما أكدت دراسة (العابد، 2017) أن أهم سلبيات برامج البودكاست، كما حددتها عينة الدراسة من طلاب الجامعات الجزائرية، هي بث بعض السلوكيات الغربية، وتشجيع الشباب على الإساءة لبعض الشخصيات الفاعلة في المجتمع. واهتمت بعض الدراسات بقياس أساليب تفاعل الجمهور مع المحتوى الرقمي عبر البودكاست. مثل دراسة (عبد الرازق، 2024) التي ذكرت أن مشاركة ملفات البودكاست على مواقع التواصل الاجتماعي جاءت في مقدمة أساليب تفاعل الجمهور المصري، تلاها تحميل حلقات البودكاست وتعديلها ونشرها على الصفحات الشخصية. في حين ذكرت دراسة (أحمد، 2023) أساليب تفاعل المستخدمين السودانيين مع المحتوى، مثل التعليق المباشر على الموضوعات، وتحميل المحتوى وحفظه، والإعجاب والاشتراك في البودكاست ومشاركته على مواقع التواصل الاجتماعي. واتفقت هذه النتائج إلى حد ما مع دراسة (الشيباني، 2022)، التي أجريت على عينة من الجمهور السعودي الذين تفاعلوا مع البودكاست بعدة وسائل، جاء في مقدمتها التعليق على الموضوعات المهمة بنسبة 76.8%، فالإعجاب والاشتراك في البودكاست بنسبة 75.6%، والقيام بتحميل المحتوى وحفظه بنسبة 70.4%. وفي السياق ذاته، أكدت نتائج دراسة (ابن سويدان، 2024) أن تسجيل الإعجاب ببرامج البودكاست جاء في مقدمة أساليب التفاعل بنسبة 80.3%، والقيام بمتابعة المحتوى الصوتي بنسبة 78.3%.

واختلفت نتائج دراسة (هاشم وعبد الرحمن، 2023) إلى حد ما مع نتائج الدراسات السابقة فيما يتعلق بأساليب التفاعل مع البودكاست، حيث تفاعلت نسبة 35.3% مع البودكاست عبر التواصل المباشر مع حلقات البودكاست، والاشتراك في صفحات منتجي البودكاست على مواقع التواصل الاجتماعي بنسبة 32%. في حين توصلت نتائج دراسة (ماضي، 2023) إلى أن أشكال تفاعل عينة الدراسة مع حلقات البودكاست تضمنت تحميل الحلقات كأكثر أشكال التفاعل بوزن نسبي بلغ 56.2%، تلاها تقييم المبحوثين للحلقة بعد الانتهاء منها بوزن نسبي بلغ 53.9%.

2- ركزت دراسات المحور الثاني على تأثيرات استخدام الجمهور للبودكاست، لندرة الدراسات التي تناولت تلبية البودكاست المسموع والمرئي لاحتياجات الجمهور - في حدود اطلاع الباحثة - فأكدت نتائج دراسة (خطاب، 2017) أن التعرض للبودكاست يؤثر إيجابياً على سلوك الشباب المصري عينة الدراسة، حيث ساعدهم في نقل بعض تجارب النجاح لأصدقائهم، والإسهام في توعية محيطهم الجماهيري ببعض العادات السيئة التي يجب التخلي عنها. وفي الجزائر، أكد طلاب الجامعات الجزائرية في دراسة (غزال وبورحلي، 2021) أن متابعتهم لحلقات البودكاست زادت من وعيهم الاجتماعي، وارتفع إحساسهم بالمسؤولية الاجتماعية نحو الوطن والمواطنة، وتحسين علاقاتهم مع الأفراد المحيطين بهم. وفي السعودية، أكد الشباب السعودي في دراسة (ابن سويدان، 2024) التأثيرات الثقافية للبودكاست ومتابعتهم المعلومات الثقافية والتعرف على القضايا التراثية الثقافية السعودية والارتباط بالحضارة السعودية عبر برامج البودكاست، وتعزيز الجانب المعلوماتي بخصوص أساليب فهم وتبسيط المعلومات. وفي تاوان، أشارت نتائج دراسة (Chou et al, 2023) إلى أن أهم آثار استخدام عينة الدراسة للبودكاست تحسين فهم الأشخاص لأنفسهم، وإمدادهم بالأفكار الإيجابية، وتطوير شخصياتهم وذواتهم.

في حين أشارت دراسة (هاشم، عبد الرحمن 2023) إلى تأثيرات البودكاست في المواقع الإخبارية على عينة الدراسة من الجمهور المصري في اكتساب الوعي بالقضايا المختلفة، ومعرفة أخبار الثقافات المختلفة والتعلم منها، والشعور بالتميز والفخر والمعرفة بين أفراد العينة. وفي السياق نفسه، رصدت دراسة (بو غرارة، وعثمان 2021) آثار برامج البودكاست عبر اليوتيوب في التنشئة الثقافية للطلاب الجامعي الجزائري، وهي دراسة وصفية اعتمدت على منهج المسح باستخدام الاستبيان على عينة عشوائية بسيطة قوامها 62 طالباً، باستخدام عدة أطر نظرية تضمنت الغرس الثقافي والإنماء الثقافي والنسبية الثقافية في بناء المعاني. وأكدت نتائج الدراسة أن برامج البودكاست على اليوتيوب تساهم في نشر المعارف والموضوعات المتنوعة التي تزيد من الرصيد المعرفي لطلاب الجامعة عينة الدراسة، وتكسبهم قدرات وخبرات وثقافات أخرى وتساهم في تنشئتهم الثقافية.

وعلى خلاف الدراسات السابقة، هدفت دراسة (الناقلي، 2021) إلى التعرف على تأثير مسلسلات البودكاست على ترسيخ القيم الاجتماعية والإنسانية لدى اليافعين الأردنيين. واعتمدت الدراسة على المنهج التجريبي من خلال تصميم استبيان قبلي وبعدي على عينة عمدية قوامها 50 طالباً وطالبة، واستخدام نظرية التعلم الاجتماعي. وأكدت نتائج الدراسة وجود فروق ذات دلالة إحصائية في درجة ممارسة عينة الدراسة للقيم الاجتماعية والإنسانية يعود لتأثير التعرض لمسلسل "وليد الصدف"، حيث إن درجة ممارسة عينة الدراسة للقيم الاجتماعية والإنسانية كانت بدرجة أكبر بعد تعرضهم للمسلسل.

في حين ركزت دراسة (Heshmat & Lillian, 2018) في الدنمارك على كيفية تأثير البودكاست على دعم المستمعين في قضاء أوقات الوحدة. واعتمدت الدراسة على المقابلات المتعمقة كأداة لجمع البيانات، وأكدت نتائج الدراسة قدرة البودكاست على دعم المستمعين لقضاء أوقات الوحدة وشعورهم بأنهم متصلون بالآخرين. كما دعمت سلوكيات المستخدمين من خلال مرونة البودكاست كوسيلة لسرد القصص، والشعور بالألفة والتواصل مع مضيفي البودكاست، وجعل المستخدمين يشعرون كأنهم جزء من المحادثة عندما يكونون بمفردهم، والاستماع والتفاعل مع محتوى البودكاست أثناء القيام بأنشطة أخرى في أوقات وحدتهم. وفي السياق ذاته، ركزت دراسة (Jaakonaho, 2021) على دراسة حالة للبودكاست السويدي (Angestpodden)، وهو بودكاست يتناول القلق، للتحقيق في تجربة الاستماع إلى البودكاست كما يعيشها المستخدمون، وفحص الجوانب العاطفية للاستماع. وأكدت نتائج الدراسة أن البودكاست يعزز شعور المستخدمين بالتمكين، ويخلق شعور القرب الإنساني والتواصل من خلال المشاركة العاطفية. كما يدعمها بسرد القصص العاطفية والشخصية، ويعمل على خلق شعور بالصدقة والدفع.

3- تضمنت دراسات المحور الثالث تقييم الخبراء والقائمين بالاتصال لمستقبل البودكاست وتحقيق انتشاره والتوسع في إنتاجه في العالم والدول العربية، ومنها مصر. اعتمدت دراسة (Heiselberg, 2023) في الدنمارك على إجراء 20 مقابلة جماعية مركزة عبر الإنترنت، وأكدت نتائج الدراسة ضرورة توفير رؤى لمنتجات البودكاست حول تفضيلات مستخدميه بشكل عام في وقت محدد وبيئات جغرافية وثقافية وإعلامية محددة. وركزت دراسة (الغافرية، 2022) على إجراء مقابلة مقننة مع مؤسسي برامج البودكاست في عمان،

وأكدت أهم نتائج المقابلة تفاوت تكاليف إنتاج حلقات البودكاست، وأن معظم برامج البودكاست ضمن نطاق العينة لا تتلقى تمويلاً أو دعماً مالياً باستثناء قليل منها.

وفي الأردن، اهتمت دراسة (غنام، 2022) بإجراء مقابلات مع 6 إعلاميين أردنيين منتجين للبودكاست. وأكدت نتائج الدراسة أن درجة التحديات التي تواجه انتشار البودكاست في الأردن كبيرة، وكان أبرزها عدم وجود دعم مالي ومعنوي من المؤسسات والشركات لدعم برامج البودكاست. وفي أندونيسيا، أكدت نتائج دراسة (Triumami&Nuraeni، 2020) حاجة شركات البودكاست لتطوير استراتيجيات لجذب المستخدمين والاحتفاظ بهم، والتركيز على تقديم محتوى أكثر جاذبية للمستخدمين.

وفي مصر، أجريت (ماضي، 2023) مقابلات متعمقة مع عينة عمدية من خبراء عاملين في مجال الإذاعة والبودكاست للتعرف على بعض التوجهات والتقييمات الخاصة بصناعة البودكاست. وأكد الخبراء أن إنتاج البودكاست في مصر مازال في مراحله الأولى وأنه جيد بشكل عام في إطار الإمكانيات المتوفرة والجهود الفردية ولكنه لم يصل للاحترافية بعد. ولكنه سيحظى بمستقبل واعد، وهناك شروط ضرورية لنجاح البودكاست في مصر تتمثل في دعم المؤسسات المختلفة وتوافر الإنترنت بشكل كافٍ للمستخدمين، والتسويق بالشكل السليم وتنمية مهارات المدونين الصوتيين. كما أجمع الخبراء على أن البودكاست العربي بصفة عامة والمصري بصفة خاصة يحتاج إلى مزيد من الإعلانات والدعاية ليصل إلى أكبر قاعدة جماهيرية ممكنة.

رؤية نقدية للدراسات السابقة وأوجه الاستفادة منها:

1- **من حيث الموضوعات والأهداف:** تنوعت الموضوعات البحثية التي تناولتها الدراسات السابقة ما بين الموضوعات الخاصة بمدى استخدام الجمهور بمختلف فئاته للبودكاست وكيفية ودوافع الاستخدام، والآثار المترتبة على استخدام الجمهور للبودكاست، وتطرقت دراسات وبحوث علمية لرؤية وتقييم الخبراء والقائمين بالاتصال لتطور البودكاست في مختلف الدول العربية والأجنبية وتقييم مستقبل البودكاست كوسيلة إعلامية تقنية مستحدثة في الدول العربية بشكل عام ومصر بشكل خاص. وفي إطار تنوع الموضوعات البحثية للتراث العلمي السابق الخاص بالبودكاست لم تتطرق البحوث – في حدود اطلاع الباحثة – لتبني الشباب الجامعي للبودكاست بصيغته المسموعة والمرئية. **ومن هنا اتجهت الدراسة الحالية لتناول مدى تبني الشباب الجامعي المصري للبودكاست المسموع والمرئي وعلاقته بتلبية احتياجاتهم الاتصالية النفسية والاجتماعية.**

2- **من حيث المداخل والأطر النظرية:** تعددت وتنوعت الأطر والمداخل النظرية التي اعتمدت عليها الدراسات السابقة العربية والأجنبية، وجاء في مقدماتها نظريات الاستخدامات والإشباع، الاعتماد، وثراء الوسيلة، والغرس الثقافي، والإنماء الثقافي، والنسبية الثقافية في بناء المعنى، والتفاعلية الرمزية، والموحدة لقبول واستخدام التكنولوجيا، والتعلم الاجتماعي، ونموذج تقبل التكنولوجيا، ونموذج الاستخدام والتأثيرات، والنموذج البنائي للمصادقية. واستفادت هذه الدراسة من التراث العلمي السابق في تحديد نظرية انتشار المستحدثات كإطار نظري للدراسة الحالية باعتبارها

إطارًا نظريًا جديدًا لم تتطرق له أغلب الدراسات السابقة في مجال البودكاست المسموع والمرئي.

3- من حيث المنهج: اعتمدت الدراسات السابقة على مناهج علمية ثرية ومتنوعة، حيث اعتمدت بعض الدراسات على منهج المسح بشقيه التحليلي والميداني، واستخدمت دراسات أخرى منهج دراسة الحالة والمنهج المقارن، في حين اتجهت دراسات إلى المنهج التجريبي وشبه التجريبي، بالإضافة إلى اعتماد بعض الدراسات على المنهج الإثنوجرافي توافيًا مع طبيعة البودكاست كوسيلة وتقنية إعلامية مستحدثة. واستفادت الدراسة الحالية من الدراسات السابقة في تحديد المنهج الأكثر ملاءمة مع نوع الدراسة الحالية، باعتبارها دراسة وصفية، وأهدافها وتساولاتها وفروضها، فاعتمدت على منهج المسح الإعلامي بشقه الميداني.

4- من حيث العينة: اعتمدت الدراسات السابقة على أنواع مختلفة من العينات الاحتمالية والعينات غير الاحتمالية، جاءت في مقدمتها العينة العشوائية والعينة الطبقية والعينة العمدية والعينة متعددة المراحل والعينة المتاحة. استخدمت هذه الدراسة العينة العمدية للتمثيل العلمي للمجتمع الكلي للدراسة المحدد في الطلاب الجامعي المصري في مختلف الجامعات المصرية الحكومية والخاصة.

5- من حيث أدوات جمع البيانات: اختلفت أدوات جمع البيانات باختلاف أهداف الدراسات العلمية السابقة، استخدمت بعض الدراسات الاستبيان وتحليل المضمون، واعتمدت دراسات أخرى على المقابلات المتعمقة والجماعات المستهدفة المركزة، في حين اتجهت بعض الدراسات للملاحظة المباشرة والمعايشة. وفيما يتعلق بالدراسة الحالية، اعتمدت على الاستبيان كأداة لجمع البيانات توافيًا مع موضوع الدراسة ونوعها ومنهجها وأهدافها.

6- من حيث المقاييس: طبقت بعض الدراسات السابقة، وخاصة الدراسات الخاصة بجمهور البودكاست بمختلف فئاته، العديد من المقاييس الخاصة بطبيعة وكيفية الاستخدام، ومزايا وعيوب البودكاست، وأساليب التفاعل مع البودكاست، ورصد بعض الآثار الخاصة بالبودكاست. واستفادت الدراسة الحالية من التراث العلمي السابق في تحديد وتصميم المقاييس الخاصة بالدراسة وفقًا لطبيعة المشكلة البحثية وأهداف الدراسة وتساولاتها وفروضها العلمية والإطار النظري.

7- من حيث النتائج: نستنتج من الدراسات السابقة المعروضة العديد من النتائج التي تمثل مؤشرات مهمة في مجال العلاقة بين الجمهور بمختلف فئاته والبودكاست، حيث أكدت نتائج أغلب الدراسات السابقة أن الشباب هم الفئة الأكثر استخدامًا للبودكاست، في حين أشارت دراسة واحدة (Tobin & Guadagno, 2022) إلى أن كبار السن لديهم تاريخ استماع أكثر للبودكاست. وارتفاع نسبة الاستخدام غير الدائم وغير المنتظم للبودكاست بين مختلف فئات الجمهور، خاصة في الدول العربية، وأن بداية استخدام الجمهور العربي بشكل عام والجمهور المصري بشكل خاص للبودكاست بدأت منذ أقل من عام وبعد أقصى ثلاث سنوات. وتغلب الدوافع النفعية والمعرفية للجمهور في التعرض للبودكاست عن الدوافع الطقوسية، وتصدرت مواقع التواصل الاجتماعي وتوصيات الأصدقاء والمؤثرين أساليب تعرف الجمهور في أغلب الدول العربية على البودكاست.

وأكدت جميع الدراسات السابقة أن الهاتف الذكي في مقدمة الأجهزة والوسائط التي يستخدمها فئات الجمهور العربي والأجنبي في التعرض للمضمون الرقمي عبر البودكاست، في حين أشارت دراسة واحدة (Tobin& Guadagno, 2022) إلى ارتفاع نسبة الاعتماد على الأيپود (Ipod).

واتفقت أغلب الدراسات السابقة أن فترة المساء هي الفترة الزمنية التي يفضل فيها الجمهور متابعة البودكاست، عدا دراسة (العابد، 2017) التي أشارت إلى تفضيل الجمهور لمتابعة البودكاست ليلاً. واتفقت أغلب نتائج الدراسات السابقة أن مزايا البودكاست تحددت في العوامل التقنية، وخاصة الاستخدام عند الطلب، واستخدام الفيديو، ووضوح ونقاء الصوت، وتعدد منصات البث، وإمكانية تحميل البرامج وحفظها ومتابعتها دون الحاجة للإنترنت، والتفاعلية. إلا أن الجمهور عينة الدراسة في مختلف الدراسات السابقة أكد أن هناك عيوباً تقلل من فاعلية البودكاست، وهي الاهتمام بالنواحي الشكلية أكثر من المضمون، وأن غالبية مقدمي برامج البودكاست من الهواة غير المتخصصين في الإعلام، وتعدد برامج الترفيه والمنوعات. كما اتفقت أغلب نتائج الدراسات السابقة المرتبطة بتأثيرات البودكاست على مختلف فئات الجمهور في أن التوعية والمسؤولية الاجتماعية جاءت في مقدمة تأثيرات استخدام البودكاست على الجمهور، فالتأثيرات الثقافية ثم الوعي السياسي وتطوير الذات.

وفيما يتعلق بتقييم الخبراء والقائمين لمستقبل البودكاست في مصر والعالم العربي، أكدت أغلب نتائج الدراسات السابقة في هذا المحور على نقص التمويل والدعم المالي للبودكاست، وأن البودكاست في مراحله الأولى في مصر والدول العربية ولم يصل بعد للاحترافية، وأنه بحاجة لدعم المؤسسات المختلفة، وتوفر الإنترنت بشكل كافٍ للمستخدمين، والتسويق السليم، ومزيد من الإعلانات والدعاية. في حين أشارت نتائج الدراسات التي أجريت في دول أجنبية وآسيوية إلى ضرورة توفير رؤى لمنتجات البودكاست حول تفضيلات مستخدميه، وتطوير استراتيجية لتقديم محتوى أكثر جاذبية للمستخدمين، مما يؤكد ويبرز الفجوة التكنولوجية بين الدول العربية والأجنبية في البودكاست ومستقبله.

ثانياً - المشكلة البحثية:

يؤكد عرض التراث العلمي السابق في مجال البودكاست المسموع والمرئي الفجوة التكنولوجية في الوسائط والتقنيات الإعلامية المستحدثة بين الدول المتقدمة والدول النامية، مما يبرز هذه التقنية وتطبيقاتها ومحتواها كظاهرة حديثة ووسيط إعلام جديد في المجتمعات العربية ومن ضمنها مصر. مما يثار تساؤل حول وضع البودكاست المسموع والمرئي في مصر وعلاقة مختلف فئات الجمهور به، ومن بينهم الشباب وخاصة الشباب الجامعي، لارتباط البودكاست بالتعليم بشكل أساسي وأولي. ومن هنا تتحدد مشكلة هذه الدراسة في إثارة التساؤل حول "محددات تبني البودكاست المسموع والمرئي وانتشاره في مصر خاصة بين الشباب الجامعي باعتبارهم الفئة الأكثر اهتماماً بالتكنولوجيا الحديثة والأكثر إقبالاً على ما تفرزه الثورة الرقمية من مستحدثات جديدة، والبحث في مدى تبنيهم للبودكاست المسموع والمرئي باعتبارهما تقنيتين مستحدثتين في مجال الإعلام ومحددات تبنيهم له، وعلاقة تبنيهم له كوسيط إعلامي مستحدث بتلبية احتياجاتهم الاتصالية النفسية والاجتماعية".

ثالثاً - أهمية الدراسة: الأهمية البحثية:

- 1- أهمية البودكاست باعتباره مستحدثاً إعلامياً انتشر في الآونة الأخيرة عبر المواقع والمنصات الرقمية المفتوحة والمغلقة التي تتيح خدمات البث المباشر والتدوين الصوتي، وتطوره كتقنية إعلامية جديدة مجانية وحسب الطلب بسرعة من خلال منصات الصوت والفيديو، واعتباره من الثوابت في الحياة اليومية، وانتشار التطبيقات الرقمية الخاصة به عبر متاجر الهواتف الذكية والأجهزة اللوحية.
- 2- تعدد استخدام البودكاست في مجال الإعلام ما بين الصحافة والإذاعة والقنوات التليفزيونية، وتنوع أشكال الإنتاج الخاصة بالبودكاست بصيغته المسموعة والمرئية.
- 3- قلة عدد الدراسات العربية – على حد علم الباحثة – في مجال البودكاست التي توظف نظرية انتشار المستحدثات والابتكارات وبحث عملية التبني ومراحلها.
- 4- الحاجة إلى مزيد من الدراسات عن المستخدم المصري وتفضيلاته للبودكاست كوسيط إعلامي تقني مستحدث، لرصد خصائص مستخدم البودكاست في السوق المصري وتفضيلاتهم، وتقديم مؤشرات عن محددات تبني الشباب الجامعي المصري عينة الدراسة للبودكاست.

الأهمية المجتمعية:

- 1- أهمية فئة الشباب الجامعي ودورهم في بناء المجتمع وتنميته وتطويره، خاصة الفئة العمرية 18-25 لإنتمائهم لجيل ما بعد الألفية (Z)، والذي يمثل الجيل الرقمي الجديد الأكثر استخداماً للوسائل والتقنيات التكنولوجية الرقمية الحديثة، وجيل استباقي واعتبارهم مواطنين رقميين يقتصر عالمهم بالكامل على هواتفهم الذكية.
- 2- تنظيم وتعبئة البودكاست كوسائط صوتية ومرئية وسعي الشركات العملاقة لإنشاء منصات محتوى متكاملة لتلبية الاحتياجات الأساسية للجمهور في المجتمعات المختلفة، والتي تتضمن الاحتياجات الاتصالية النفسية والاجتماعية.
- 3- أهمية البودكاست المسموع والمرئي في نشر المعرفة وتوعية الجمهور بفئاته المختلفة وتنمية الوعي المجتمعي بمختلف القضايا في كافة المجالات، هذا إلى جانب التوعية السياسية والثقافية.
- 4- دعم الحوار المجتمعي والتفاعل الاجتماعي بين صناع المحتوى وقادة الرأي والجمهور بمختلف فئاته، والتأثير على الرأي العام وبناء مجتمعات افتراضية لتحفيز المشاركة الاجتماعية والسياسية.

رابعاً - أهداف الدراسة:

يتمثل الهدف الرئيسي لهذه الدراسة في قياس مدى تبني الشباب الجامعي المصري للبودكاست المسموع والمرئي كوسيط إعلامي تقني مستحدث في المجتمع، ومحددات التبني لديهم وعلاقته بتلبية الاحتياجات الاتصالية النفسية والاجتماعية، ويندرج تحت هذا الهدف الرئيسي عدة أهداف فرعية منها:

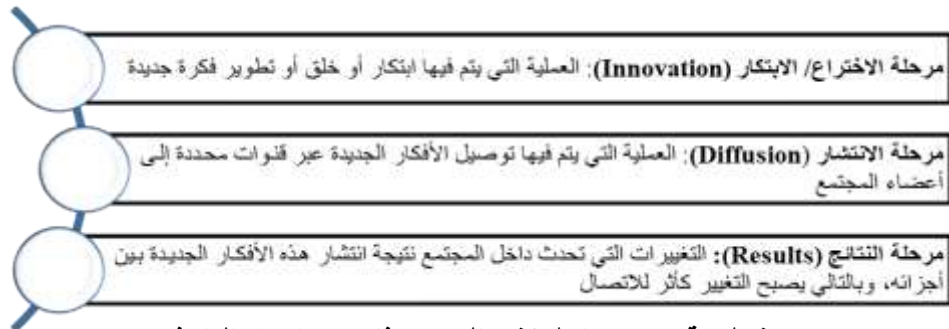
- 1- - تحديد كثافة تبني واستخدام الشباب الجامعي المصري للبودكاست، وأهم الصيغ المفضلة للبودكاست لديهم.

- 2- التعرف على إدراك الشباب الجامعي المصري لمزايا وعيوب البودكاست كوسيط إعلامي تقني مستحدث.
- 3- التعرف على مراحل تبني الشباب الجامعي المصري للبودكاست بصيغته المسموعة والمرئية.
- 4- تحديد فئات المتبنين من الشباب الجامعي المصري، الذي ينتمي إلى جيل ما بعد الألفية (Z) للبودكاست.
- 5- تقييم عوامل تبني الشباب الجامعي المصري للبودكاست بصيغاته المختلفة.
- 6- قياس مدى تلبية البودكاست للاحتياجات الاتصالية النفسية والاجتماعية للشباب الجامعي المصري.

خامساً-الإطار النظري للدراسة:نظرية انتشار المبتكرات أو المستحدثات (Diffusion of Innovations Theory)

يعتبر إيفرت روجرز (Everett Rogers) أول من توصل إلى نظرية متكاملة عن انتشار المستحدثات، وقام بنشرها عام 1962، واستخدمها الباحثون من الستينيات وحتى الآن لتفسير انتشار العديد من المستحدثات، ومن بينها المستحدثات التكنولوجية بشكل عام وفي مجال الإعلام بشكل خاص (Rogers,2003,P.4).

ويُعرف المستحدث بأنه "مفهوم معين، أو سلوك، أو شيء جديد في نظر الفرد أو الجماعة"، وعملية تبني المستحدث هي "عملية عقلية يمر خلالها الفرد من وقت سماعه أو علمه بالفكرة أو المستحدث وحتى تبنيها" (مكاوي، والسيد، 2020، ص258)، وتتسم عملية تبني المستحدث بالحد من عدم اليقين، وأن خصائص المستحدث قد تساعد في الحد من عدم اليقين (Rogers et al, 2014,P.437) وتتم عملية نشر المستحدثات بثلاث مراحل متتابعة (Larose & Joseph, 2003, P.61):



شكل رقم (1) مراحل نشر المستحدثات من إعداد الباحث

وتؤثر خصائص المستحدث نفسها على معدل تبني المجتمع له، بغض النظر عن طبيعة الأفراد في المجتمع وسماتهم (Almobarraz,2007,P.30). فكل المستحدثات ليست على قدرٍ واحدٍ من التكافؤ من حيث انتشارها لوجود محددات ومتغيرات أساسية تؤثر على انتشار المستحدثات وتتحكم في سرعة انتشارها، وتتحدد في خمسة متغيرات، ويمكن توضيحها فيما يأتي (مكاوي، والسيد، 2020، ص258):

المزايا النسبية (Relative Advantage)	قد يكون المستحدث متفائلاً بشيء آخر موجود بالفعل في المجتمع، وفي هذا الإطار لابد أن يدرك الأفراد المزايا النسبية للمستحدث، وكلما ازداد إدراك الفرد للمزايا النسبية للمستحدث، زادت سرعة انتشاره في المجتمع.
التوافق أو الإتساج (Compatibility)	إدراك الأفراد أن المستحدث يتفق مع ما لديهم من احتياجات وقيم وخبرات مسبقة، مما يزيد من سرعة انتشار المستحدث في المجتمع.
التعقيد والتشابك (Complexity)	إدراك الفرد للمستحدث على أنه سهل الفهم والاستخدام، حيث تختلف المستحدثات في مدى سهولة فهمها واستخدامها. وكلما كانت المستحدثات سهلة زادت سرعة انتشارها.
القابلية للتجربة (Triability)	تمثل قدرة الفرد على تجربة المستحدث على نطاق محدود قبل اتخاذ القرار النهائي بتبنيه للتعرف على مزاياه والتأكد منها، وكلما كان الفرد قادراً على تجربة المستحدث زادت فرصة تبنيه له.
وضوح النتيجة (Observability)	مدى وضوح نتيجة استخدام أو تبني المستحدث، وكلما كان من السهل على الأفراد ملاحظة نتائج تبني المستحدث زادت سرعة انتشاره، والتحدث مع الآخرين حول المستحدث مما يزيد قناعتهم بفوائده.

شكل رقم (2) محددات ومتغيرات انتشار المستحدثات من إعداد الباحثه

ولا تحظى الخصائص السابقة بقدّر واحدٍ من الأهمية بالنسبة لانتشار المستحدثات، ورغم أهميتها إلا أنها لا تمثل كل الخصائص التي يمكن للمستحدثات أن تتصف بها (مكاوي، والسيد، 2020، ص258)، حيث يوجد عوامل أخرى قد تؤثر على عملية انتشار المستحدثات، تتضمن طبيعة ونوع المجتمع، والنمط الغالب على تفكيره. فكلما كان المجتمع أكثر تحضرًا وتمددًا، زاد إقبال أفرادهِ على كل ما هو جديد مستحدث، بالإضافة إلى تأثير التكلفة المادية للمستحدث. فهناك علاقة عكسية بين تكلفة المستحدث ومدى تبني الفرد له وسرعة انتشاره، إلى جانب المستوى الاجتماعي والتعليمي الغالب على أفراد المجتمع، والذي تربطه علاقة طردية بتبني المستحدث، كما تؤثر العادات والتقاليد السائدة في المجتمع، فالمجتمعات التقليدية التي تسودها قيم السلبية واللامبالاة وعدم المشاركة، لا تتقبل كل ما هو جديد بسهولة. هذا بالإضافة إلى متغير مهم تحدد في العلاقة بين المستحدث ومدى تلبية لاحتياجات الجمهور المستخدم (Sundstrom, 2016, p.94)، حيث توجد علاقة ارتباطية طردية بين مدى انتشار وتبني المستحدث وتلبية الاحتياجات الاتصالية النفسية والاجتماعية للجمهور المستخدم (علي، 2015، ص29).

وحدد روجرز خمس مراحل لعملية تبني المستحدثات (روجرز، 1991، ص16) تحدت في:



شكل رقم (3) مراحل تبني المستحدث من إعداد الباحثه

ويُمثل عنصر الزمن عاملاً مهماً في كافة هذه المراحل (روجرز، 1991، ص116). حيث متفاوت الأفراد في درجة تقبلهم وتبنيهم للمستحدثات، فالتبني لا يحدث لدى الأفراد بشكل متساوٍ، لذا يمكن تقسيم المتبنين خمس فئات (Rogers, 1983, P.15)، وهي:





شكل رقم (4) فئات المتبنين للمستحدث من إعداد الباحثه

صنف روجرز فئات المتبنين إلى خمس فئات بنسب محددة إفتراضياً لكل فئة منهما حيث بلغت نسبة المبتكرين 2.5%، والمتبنين الأوائل 13.5%، والأغلبية المبكرة 34%، والأغلبية المتأخرة 34%، والمتكاسلون 16% (روجرز، 1991، ص122)، وناقش مور (Moore) ذلك وحدد قاعدة 20: 60:20 واعتبرها القاعدة الجديدة والأكثر ملائمة لجميع الأهداف (Robinson, 2009, P.7).

سادساً- تساؤلات الدراسة:

تسعي الدراسة إلى الإجابة عن التساؤلات التالية:

- 1- ما مدى استعداد الشباب الجامعي المصري لتبني البودكاست المسموع والمرئي كوسيط إعلامي تقني مستحدث؟
- 2- ما كثافة تبني الشباب الجامعي المصري للبودكاست المسموع والمرئي كوسيط إعلامي تقني مستحدث؟
- 3- ما أفضل تطبيقات البودكاست المسموع والمرئي التي يتابعها الشباب الجامعي المصري؟
- 4- ما تقييم الشباب الجامعي المصري عينة الدراسة لمزايا البودكاست المسموع والمرئي كوسيط إعلامي تقني مستحدث؟
- 5- ما عيوب البودكاست المسموع والمرئي من وجهة نظر الشباب الجامعي المصري كوسيط إعلامي تقني مستحدث؟
- 6- ما العوامل المؤثرة على تبني الشباب الجامعي المصري للبودكاست المسموع والمرئي كوسيط إعلامي تقني مستحدث؟

- 7- ما مراحل تبني الشباب الجامعي المصري للبودكاست المسموع والمرئي كوسيط إعلامي تقني مستحدث؟
- 8- ما تصنيف فئات الشباب الجامعي المصري المتبنين للبودكاست المسموع والمرئي كوسيط إعلامي تقني مستحدث؟
- 9- ما مدى تلبية البودكاست المسموع والمرئي كوسيط إعلامي تقني مستحدث لاحتياجات الشباب الجامعي المصري الاتصالية النفسية والاجتماعية؟

سابعًا - فروض الدراسة:

- 1- توجد علاقة ارتباطية طردية ذات دلالة إحصائية بين تبني الشباب الجامعي المصري عينة الدراسة للبودكاست المسموع والمرئي كوسيط إعلامي تقني مستحدث، وكثافة استخدامهم له.
- 2- توجد علاقة ارتباطية طردية ذات دلالة إحصائية بين عوامل تبني الشباب الجامعي المصري عينة الدراسة للبودكاست المسموع والمرئي، ومعرفة مزاياه كوسيط إعلامي تقني مستحدث.
- 3- توجد علاقة ارتباطية طردية ذات دلالة إحصائية بين مدى تبني الشباب الجامعي المصري عينة الدراسة للبودكاست المسموع والمرئي كوسيط إعلامي تقني مستحدث، ومستويات تفاعلهم معه.
- 4- توجد علاقة ارتباطية طردية ذات دلالة إحصائية بين تبني الشباب الجامعي المصري عينة الدراسة للبودكاست المسموع والمرئي كوسيط إعلامي تقني مستحدث، وتلبية احتياجاتهم الاتصالية النفسية والاجتماعية.
- 5- توجد فروق دالة إحصائية في تبني الشباب الجامعي المصري عينة الدراسة للبودكاست المسموع والمرئي كوسيط إعلامي تقني مستحدث وفقًا للمتغيرات الديموجرافية المتمثلة في (النوع- السن – المستوى التعليمي- المستوى الاقتصادي الاجتماعي).

ثامنًا - الإجراءات المنهجية للدراسة:

1- منهج الدراسة ونوعها:

تعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية، لأنها تسعى إلى معرفة مدى تبني الشباب الجامعي المصري للبودكاست بصيغته المسموعة والمرئية، ومدى تلبية احتياجاتهم الاتصالية النفسية والاجتماعية. كما تستهدف تقديم وصف موضوعي لمستخدمي البودكاست في مصر، ورصد خصائصهم وكيفية تبنيهم للبودكاست كمستحدث تقني إعلامي وكثافة ودوافع التبني، وتحديد الشباب الجامعي للمزايا النسبية للبودكاست ورصد محددات ومراحل التبني وتصنيف فئات المتبنين بين الشباب الجامعي المصري عينة الدراسة. وتعتمد هذه الدراسة على منهج المسح الإعلامي في جمع البيانات، للحصول على إجابات دقيقة عن موضوع الدراسة، بما يساهم في الإجابة عن تساؤلاتها والتحقق من فروضها للتوصل إلى نتائج مفسرة لها دلالتها الإحصائية التي تفسر أسباب الظاهرة وأسباب حدوثها.

2- مجتمع وعينة الدراسة:

يتحدد مجتمع الدراسة الميدانية في الشباب الجامعي المصري ذات الفئة العمرية 18 - 25 عامًا، والذي بدوره ينتمي لجيل المواطنين الرقميين (Z) ذات السمات والخصائص المميزة لهذا الجيل في اعتمادهم وتعاملهم مع التقنيات التكنولوجية المختلفة. ويرجع السبب في اختيار الشباب الجامعي إلى كونهم الفئة الأكثر تعاملًا مع التكنولوجيا الحديثة، والأكثر استخدامًا للتقنيات الرقمية الحديثة الناتجة عن الثورة التكنولوجية، وتوافقًا مع الإحصائيات التي أكدت أن أغلب مستخدمي البودكاست في الدول العربية ومنها مصر ينتمون للفئة العمرية من 18-25، والتي في الأغلب يكونون طلابًا (ال عمران، 2021)، خاصة وأن البودكاست يعد تقنية مستحدثة في مجال الإعلام لم يمر على استخدامها وبداية انتشارها في مصر سوى عدة سنوات قليلة.

واعتمدت الباحثة على عينة عمدية متاحة قوامها 400 شاب من الشباب المصري من مستخدمي شبكة الإنترنت، وذلك لصعوبة حصر وتحديد إطار عام لمجتمع الدراسة، لما يتصف به من ديناميكية شديدة. وتم سحب عينة الشباب الجامعي المصري من خلال أسلوب عينة كرة الثلج (Snowball)، واتبعت الباحثة الترشيحات التي حصلت عليها من عدد من الأشخاص الذين اختارهم عمدًا في البداية نظرًا لتوافر خصائص المجتمع فيهم، وقاموا بعد ذلك بترشيح عدد آخر من الأشخاص وفقًا للخصائص المطلوب توافرها وهكذا. واستمرت العينة في التزايد وفقًا لهذه الترشيحات التي تمت في ضوء ما حددته الباحثة مسبقًا من خصائص مطلوب توافرها في العينة مع توخي الحذر والتدقيق في طبيعة الاختيارات والترشيحات التي يقوم بها الأفراد، للتأكد من مدى انطباق خصائص المجتمع وتوافرها فيهم⁽²⁾.

3- أداة جمع البيانات:

تحددت أداة جمع البيانات في استمارة الاستبيان، وحرصت الباحثة في تصميم استمارة استبيان على تحقيق كافة أهداف الدراسة للإجابة عن تساؤلاتها والتحقق من فروضها،

(2) اعتمدت الباحثة على الاسترشاد بدراسة نجوى عبد السلام فهمي، ومها عبد المجيد صلاح. "استخدام الشباب العربي للمضمون الإخباري عبر المنصات الإلكترونية المحمولة: دراسة ميدانية" في صياغة عينة الدراسة، وأدوات جمع البيانات. تضمنت الجامعات الحكومية جامعة القاهرة وجامعة عين شمس وجامعة بني سويف وجامعة حلوان وجامعة بنها، وتضمنت الجامعات الخاصة الجامعة الحديثة للتكنولوجيا والمعلومات، جامعة الأهرام الكندية، المعهد الدولي الكندي، أكاديمية الشروق، الأكاديمية العربية للعلوم والتكنولوجيا والنقل البحري (فرع شيراتون، فرع القرية الذكية، فرع الإسكندرية، فرع العلمين)، الأكاديمية الدولية للهندسة وعلوم الإعلام، وجامعة مصر، وجامعة 6 أكتوبر، وتضمنت الجامعات الأجنبية الجامعة الأمريكية في مصر، الجامعة البريطانية، هذا إلى جانب الجامعات الأهلية والتي تحددت في جامعة الجلالة.

وذلك من خلال مجموعة متنوعة من الأسئلة المغلقة والمفتوحة وإعداد المقاييس المختلفة توافقاً مع الإطار النظري للدراسة. وتحدد محاور الاستمارة الميدانية في:

- مدى تبني البودكاست بصيغته المسموعة والمرئية، وكيفية استخدامه ومتابعته.
- مزايا وعيوب البودكاست المسموع والمرئي كوسيط إعلامي تقني مستحدث بصيغته المسموعة والمرئية.
- عوامل تبني الشباب الجامعي المصري للبودكاست بصيغته المسموعة والمرئية.
- مراحل عملية تبني الشباب الجامعي المصري للبودكاست بصيغته المسموعة والمرئية، وتحديد فئات المتبنين.
- مدى تلبية البودكاست بصيغته المسموعة والمرئية، باعتباره مستحدث تقني في مجال الإعلام، للاحتياجات الاتصالية النفسية والاجتماعية للشباب الجامعي المصري.

4- اختباري الصدق والثبات:

تم اختبار صلاحية استمارة الاستبيان في جمع البيانات من خلال إجراء اختباري الصدق والثبات لها، وذلك على النحو التالي:

• اختبار الصدق (Validity):

يعني الصدق الظاهري صدق المقياس المستخدم ودقته في قياس المتغير النظري أو المفهوم المراد قياسه. وللتحقق من صدق المقياس المستخدم في البحث، تم عرض البيانات (صحيفة الاستبيان) على مجموعة من الخبراء والمتخصصين في مناهج البحث والإعلام والإحصاء.⁽³⁾

• اختبار الثبات (Reliability):

ويقصد به الوصول إلى اتفاق متوازن في النتائج بين الباحثين عند استخدامهم لنفس الأسس والأساليب بالتطبيق على نفس عينة الدراسة، أي محاولة الباحثة تخفيض نسب التباين لأقل حد ممكن من خلال السيطرة على العوامل التي تؤدي إلى ظهوره في كل مرحلة من

(3) تم تحكيم الاستمارة من عدد من الأساتذة المتخصصين في الإعلام ونظريات الاتصال ومناهج البحث:

أ.د. هويدا مصطفى. الأستاذ بقسم الإذاعة والتلفزيون. كلية الإعلام - جامعة القاهرة.

أ.د. أماني فهمي. الأستاذ بقسم الإذاعة والتلفزيون كلية الإعلام. جامعة القاهرة.

أ.د. ثريا البدوي. الأستاذ بقسم العلاقات العامة والإعلان كلية الإعلام - جامعة القاهرة.

أ.د. محمد رضا. الأستاذ بقسم الإذاعة والتلفزيون كلية الإعلام - جامعة السويس.

أ.د. وسام نصر. الأستاذ بقسم الإذاعة والتلفزيون كلية الإعلام - جامعة القاهرة.

أ.د. أشرف جلال. الأستاذ بقسم الإذاعة والتلفزيون كلية الإعلام. جامعة القاهرة.

أ.د. نشوة عقل. أستاذ الإذاعة والتلفزيون كلية الإعلام - جامعة القاهرة.

أ.د. ميرال مصطفى. أستاذ الإذاعة والتلفزيون كلية الإعلام - الجامعة الحديثة للتكنولوجيا والمعلومات.

أ.د. أبناس عبد الحميد. أستاذ العلاقات العامة والإعلان كلية الإعلام - جامعة الأهرام الكندية.

مراحل البحث. قامت الباحثة بتطبيق اختبار الثبات على عينة الدراسة بعد تحكيم صحيفة الاستبيان، والذي وصل إلى 88.76%، مما يؤكد ثبات الاستمارة وصلاحياتها للتطبيق وتعميم النتائج.

5- التحليل الإحصائي للبيانات:

استعانت الباحثة ببرنامج التحليل الإحصائي (SPSS)، وذلك لتحليل بيانات الدراسة الميدانية، ويتمثل مستوى الدلالة المعتمدة في الدراسة الحالية في كافة اختبارات الفروض والعلاقات الارتباطية ومعامل الانحدار في قبول نتائج الاختبارات الإحصائية عند درجة ثقة 95% فأكثر، أي عند مستوى معنوية 0.05 فأقل.

الأساليب الإحصائية المستخدمة:

- المقاييس الوصفية

- التكرارات البسيطة والنسب المئوية.
- المتوسط الحسابي.
- الانحراف المعياري، وهو الذي يحدد مدى تباعد أو تقارب القراءات عن وسطها الحسابي.
- الوزن النسبي الذي يُحسب من المعادلة: (المتوسط الحسابي $\times 100$) $\div$ الدرجة العظمى للعبارة.

- الاختبارات الإحصائية

- اختبار (ت) للمجموعات المستقلة (Independent-Samples T-Test).
- تحليل التباين ذو البعد الواحد (Oneway Analysis of Variance) المعروف باختصاراً باسم ANOVA

- معاملات الارتباط Correlation

معامل ارتباط بيرسون (Pearson Correlation Coefficient)

تاسعاً - تفسير ومناقشة النتائج التفصيلية للدراسة الميدانية واختبار الفروض:
تقوم الباحثة في هذا الجزء من الدراسة باستعراض ما توصلت إليه الدراسة من نتائج أجابت عن تساؤلاتها، وأدت إلى التحقق من فروضها، ويتم توضيح ذلك كما يلي:
أولاً - الإجابة عن تساؤلات الدراسة:

يتناول هذا الجزء الإجابة عن تساؤلات الدراسة المحددة سلفاً التي تمت الإجابة عنها من خلال تطبيق استمارة الاستبيان على عينة من الشباب الجامعي المصري.

1- خصائص عينة الدراسة:

جدول رقم (1)

البيانات الأساسية		ك	%
النوع	ذكر	163	40.8
	انثي	237	59.3
الإجمالي		400	100
السن	18 أقل من 21	169	42.2
	21 إلى أقل 25	231	57.8
الإجمالي		400	100
نوع التعليم الجامعي	حكومي	150	37.5
	خاص	250	62.5
الإجمالي		400	100
لغة التعليم	عربي	258	64.5
	أجنبي	142	35.5
الإجمالي		400	100
مستوى دخل الأسرة	من 4000 إلى أقل من 8000	94	23.5
	8000 إلى أقل من 12000	76	19
	12000 إلى أقل من 16000	64	16
	16000 إلى أقل من 20000	55	13.8
	أكثر من 20000	111	27.8
الإجمالي		400	100
المستوى الاقتصادي الاجتماعي	منخفض	58	14.5
	متوسط	304	76
	مرتفع	38	9.5
الإجمالي		400	100

تتكون عينة الدراسة من الشباب الجامعي المصري، وتوافقاً مع نظرية انتشار المستحدثات، تم التركيز على العديد من المتغيرات، أهمها المستوى التعليمي، والمستوى الاقتصادي، والمستوى الاجتماعي، إلى جانب المتغيرات الديموغرافية الأخرى. وتُصنف عينة الدراسة وفقاً لخصائصها الديموغرافية، من حيث النوع. تضمنت عينة الدراسة من الشباب الجامعي المصري 59.3% من الإناث بواقع 237 أنثى، و40.8% من الذكور بواقع 163 ذكراً. واعتمدت عينة الدراسة على الشباب الجامعي المصري الذي ينتمي لفئة عمرية من 18-25 عاماً، وهي الفئة التي تنتمي أيضاً لجيل المواطنين الرقميين جيل (Z) الذي يتسم بالعديد من السمات المرتبطة بالتكنولوجيا. وتضمنت عينة الدراسة الشباب الجامعي في المرحلة العمرية التي تتراوح بين 21-25 عاماً بنسبة 57.8%، وفي الترتيب الثاني جاءت الفئة العمرية التي تتراوح بين 18-21 عاماً بنسبة 42.2%. وتتفق هذه النتيجة مع العديد من التقارير الإحصائية والدراسات العلمية التي أشارت إلى كثافة استخدام الشباب الأصغر سناً (الذين تتراوح أعمارهم بين 18-25 عاماً) للبودكاست بصيغته المسموعة والمرئية. وفيما يخص نوع ولغة التعليم، اعتمدت الدراسة على عينة من الشباب الجامعي المصري، وحددت متغيري نوع التعليم ولغة التعليم لتحديد مدى علاقتهما بتبنيهم للبودكاست بصيغته المسموعة والمرئية. وبلغت نسبة الطلاب الذين ينتمون للتعليم في جامعات خاصة 62.5%، في حين

بلغت نسبة الطلاب ذوي التعليم الحكومي 37.5%. وقد يتناسب ذلك مع تزايد عدد الجامعات الخاصة في مصر مقارنة بالجامعات الحكومية، حيث بلغ عدد الجامعات الخاصة في مصر 35 جامعة مقابل 28 جامعة حكومية. وفيما يتعلق بلغة التعليم، بلغت نسبة التعليم باللغة العربية 64.5% والتعليم باللغة الأجنبية 35.5%، توافقا مع اتجاهات الجامعات الخاصة والحكومية إلى فتح أقسام وبرامج باللغات الأجنبية، تصدرتها اللغة الإنجليزية.

وتكون مقياس المستوى الاقتصادي الاجتماعي من سبعة متغيرات تضمنت مستوى دخل الأسرة، ونوع السكن، والعضوية في نادي اجتماعي، ومستوى النادي الاجتماعي، والسفر للخارج، ومدى امتلاك الأسرة لسيارات وعددها. ونستخلص من نتائج الدراسة أن مستوى دخل أسرة الشباب الجامعي المصري عينة الدراسة الذي يتجاوز 20.000 جنيه جاء بنسبة 27.8%، وبلغت نسبة الأسر ذوي الدخل المتراوح بين 4000 - 8000 جنيه 23.5%. وفي الترتيب الأخير جاءت الأسر التي يتراوح دخلها بين 16,000 - 20,000 جنيه بنسبة 13.8%. ويتضح مما سبق تنوع مستوى دخل أسر الشباب الجامعي المصري عينة الدراسة ما بين الحد الأدنى والأقصى، مع تصدر فئة الأسر ذات الدخل الأعلى الترتيب الأول. وقد يتناسب ذلك مع زيادة عدد الطلاب المنتسبين للجامعات الخاصة التي تضم جامعات أجنبية مثل الجامعة الأمريكية والجامعة البريطانية في مصر.

جدول رقم (2) قيم معاملات ثبات "ألفا" لمحاور صحيفة الاستبيان والدرجة الكلية لها

المحور	معامل ألفا (معامل الثبات)
مقياس كثافة استخدام البودكاست	0.840
مقياس مزايا البودكاست كوسيط إعلامي تقني مستحدث	0.714
مقياس عيوب البودكاست كوسيط إعلامي تقني مستحدث	0.810
مقياس العوامل المؤثرة على تبني البودكاست	0.796
مقياس مراحل تبني البودكاست	0.801
مقياس كيفية تبني البودكاست	0.942
مقياس أساليب التفاعل مع البودكاست	0.836
مقياس تلبية البودكاست كوسيط إعلامي تقني مستحدث للاحتياجات الاتصالية النفسية للشباب الجامعي المصري عينة الدراسة	0.893
مقياس تلبية البودكاست كوسيط إعلامي تقني مستحدث للاحتياجات الاتصالية الاجتماعية للشباب الجامعي المصري عينة الدراسة	0.907
صحيفة الاستبيان كاملة	88.76%

يكشف الجدول السابق عن ارتفاع قيم معامل ألفا (الثبات) لمقاييس الدراسة التي تستهدف جميعها رصد مدى تبني الشباب الجامعي المصري عينة الدراسة للبودكاست بصيغته المسموعة والمرئية وعلاقته بتلبية الاحتياجات الاتصالية النفسية والاجتماعية لديهم. واتسمت كافة مقاييس الدراسة بارتفاع قيم الثبات بين عباراتها في قياس الهدف منها، حيث جاء ثبات الاستمارة بكافة مقاييسها بقيمة (88.76%)، وجاءت قيم الثبات للمقاييس كما عرضها الجدول السابق.

2- مدى تبني الشباب الجامعي المصري عينة الدراسة للبودكاست المسموع والمرئي كوسيط إعلامي تقني مستحدث:
جدول رقم (3) مدى تبني عينة الدراسة للبودكاست المسموع والمرئي كوسيط إعلامي تقني مستحدث

مدى تبني عينة الدراسة للبودكاست المسموع والمرئي	ك	%
نعم	333	83.2
لا	67	16.8
الإجمالي	400	100

نستخلص من بيانات الجدول السابق أن نسبة تبني عينة الدراسة للبودكاست تبلغ 83.2%؛ وهو مؤشر يعكس تبني الشباب الجامعي المصري عينة الدراسة للمستحدث الإعلامي التقني البودكاست، وأن هناك نسبة 16.8% بواقع 67 شابًا جامعيًا مصريًا لا يستخدمون هذه التقنية، وبالتالي لا يتبنون البودكاست باعتباره تقنية مستحدثة في مجال الإعلام.

ووفقًا لفئات المتبنين في نظرية انتشار المستحدثات، يتضح أن فئات المتبنين تتحدد في فئات المتبنين الأوائل، والأغلبية المبكرة، والأغلبية المتأخرة، والمتقاعسين. وتتفق هذه الإحصاءات — إلى حد ما — مع منحنى روجرز ومور لفئات المتبنين، الذي أشار إلى تركيز فئة المتبنين في منتصف المنحنى؛ مما يعني أننا في مرحلة الأغلبية المبكرة في تبني تقنية البودكاست المسموع والمرئي في المجتمع المصري بالتطبيق على فئة الشباب الجامعي الذين ينتمون لجيل المواطنين الرقميين باعتبارهم الأكثر استخدامًا وإقبالًا على تقنيات التكنولوجيا الحديثة، وبشكل خاص في مجال الإعلام.

وتتفق هذه النتيجة مع ما تظهره المؤشرات الإحصائية التي أكدت أن الشباب بصفة عامة، والشباب الجامعي بصفة خاصة، هم الأكثر استخدامًا للبودكاست بين فئات الجمهور العربي، وتحديدًا الفئة العمرية من 18-25 عامًا، والذين ينتمون بالفعل لجيل ما بعد الألفية (Z)، وهم جيل المواطنون الرقميون الأكثر إقبالًا واستخدامًا للتقنيات التكنولوجية الحديثة، ومنها البودكاست بصيغته المسموعة والمرئية في مجال الإعلام.

3- أسباب عدم تبني الشباب الجامعي المصري عينة الدراسة للبودكاست المسموع والمرئي كوسيط إعلامي تقني مستحدث:

جدول رقم (4) أسباب عدم تبني عينة الدراسة للبودكاست المسموع والمرئي كوسيط إعلامي تقني مستحدث

الوزن النسبي	الانحراف المعياري	المتوسط	غير موافق		إلى حد ما		موافق		أسباب عدم تبني عينة الدراسة للبودكاست المسموع والمرئي كوسيط إعلامي تقني مستحدث
			%	ك	%	ك	%	ك	
82.0	0.682	2.46	10.4	7	32.8	22	56.7	38	أفضل متابعة المضمون الذي أريده عبر اليوتيوب ومواقع الإنترنت
74.7	0.818	2.24	23.9	16	28.4	19	47.8	32	لم يشجعني أحد من أفراد عائلتي أو أصدقائي على تبنيها واستخدامها أو تجربتها
72.7	0.777	2.18	22.4	15	37.3	25	40.3	27	أجد أن مجتمعي لا يبدى اهتمامًا بالبودكاست، ولا يحث على تبنيه وانتشار استخدامه.
62.3	0.815	1.87	40.3	27	32.8	22	26.9	18	أرى البودكاست مكلف جدًا، في حين أتابع وسائل أخرى مجانية دون مقابل.
58.7	0.761	1.76	43.3	29	37.3	25	19.4	13	أفضل الاستماع للإذاعة بمحطاتها المختلفة ومشاهدة القنوات التلفزيونية بمضامينها المتنوعة التي يتابعها الجميع.
56.7	0.798	1.7	50.7	34	28.4	19	20.9	14	أرى أن البودكاست ومضمونه لا يتفق مع قيمي واحتياجاتي
55.3	0.75	1.66	50.7	34	32	22	16.4	11	لا أعرف كيفية تحميل واستخدام البودكاست وتطبيقاته، وأشعر بصعوبة استخدامها
55.3	0.789	1.66	53.7	36	26.9	18	19.4	13	لم أسمع عن البودكاست
54.7	0.753	1.64	52.2	35	31.3	21	16.4	11	طبيعة مجتمعي وخصائصه لا تتفق مع البودكاست
54.3	0.714	1.63	50.7	34	35.8	24	13.4	9	لا أحب تجربة الأشياء وتبني المستحدثات الجديدة

تعد فئة المتقاعسين أحد فئات المتبنين للمستحدث، وحدد روجرز وفقًا لمنحنى انتشار المستحدث أن هذه الفئة تمثل آخر المنحنى بنسبة 16%، في حين أشار منحنى مور إلى أن هذه الفئة قد تصل إلى نسبة 20%. وتعرف هذه الفئة بـ"المقاومين للتغير"، وتحدد أهم سمات هذه الفئة في أن لديهم قيودًا خاصة لمقاومة التغير، وحذرون نحو المستحدث، ويفكرون في حجج ضد تبني المستحدث. ومن هنا تتعدد الأسباب التي دفعت الشباب الجامعي المصري عينة الدراسة لعدم تبني البودكاست كتقنية مستحدثة في مجال الإعلام، ويمكن تصنيف هذه الأسباب وفقًا لعدة فئات رئيسية تضمنت:

- **تفضيل تطبيقات أخرى للتبني والاستخدام إلى جانب وسائل الإعلام التقليدية،** حيث عيّرت عينة الدراسة عن تفضيلها متابعة المضمون الذي تريده عبر موقع اليوتيوب ومواقع الإنترنت بوزن نسبي بلغ (82.0) درجة. ويمكن أن يكون السبب هو وفرة الخيارات المتاحة وسهولة الوصول إليها مقارنة بالبودكاست وتطبيقاته. كما أعربت عينة الدراسة عن تفضيل الاستماع للإذاعة بمحطاتها المختلفة وموضوعاتها ومشاهدة القنوات التلفزيونية بمضامينها المتنوعة التي يتابعها الجميع في المجتمع المصري، وذلك بوزن نسبي بلغ (58.7) درجة، حيث يرى البعض أن الاستماع للإذاعة التقليدية ومشاهدة التلفزيون يوفر محتوى متنوعاً ومتابعة جماعية، وهو ما يشعرهم بالارتباط مع الآخرين.

- **عدم تشجيع المجتمع والجماعات المحيطة بأفراد عينة الدراسة على تبنيها،** حيث أعربت عينة الدراسة عن عدم تشجيع أحد من أفراد عائلتهم أو أصدقائهم على تبنيها واستخدامها أو تجربتها، وذلك بوزن نسبي بلغ (74.7) درجة، مما يعكس تأثير الضغط الاجتماعي أو التأثير الاجتماعي، حيث يفضل الأفراد تجربة التطبيقات أو الخدمات الجديدة بناءً على توصيات الأصدقاء والعائلة. إلى جانب ذلك، فإن عدم وجود هذا التشجيع يمكن أن يكون عائقاً أمام تبني البودكاست. كما أعربت عينة الدراسة أنها تجد أن مجتمعها لا يبدي اهتماماً بتقنية البودكاست ولا يحث على تبنيها وانتشار استخدامها بوزن (72.7) درجة، مما يعكس عدم وجود ثقافة أو اهتمام عام بالبودكاست في المجتمع، مما يؤدي إلى تقليل استخدامها بين الأفراد. وأضافت عينة الدراسة أن طبيعة مجتمعهم وخصائصه لا تتفق مع البودكاست بوزن نسبي بلغ (54.7) درجة، حيث يرى بعض الأفراد أن طبيعة مجتمعهم لا تتوافق مع فكرة البودكاست، ربما بسبب اختلاف طبيعة النظام الاجتماعي والنسق القيمي والعادات والتقاليد أو طبيعة الحياة الاجتماعية.

- **أسباب مرتبطة بعدم قدرة عينة الدراسة على تبني واستخدام هذه التطبيقات،** حيث أشارت عينة الدراسة إلى أن البودكاست وتطبيقاته مكلفة جداً، في حين أتابع وسائل أخرى مجانية دون مقابل، وذلك بوزن (62.3) درجة، حيث إن هناك اعتقاداً بأن تطبيقات البودكاست مكلفة مقارنة بوسائل أخرى مجانية. ويمكن أن يكون ذلك بسبب وجود اشتراكات مدفوعة في بعض التطبيقات أو عدم معرفة الأفراد بالخيارات المجانية المتاحة. كما أوضحت عينة الدراسة أنها لا تعرف كيفية تحميل واستخدام تطبيقات البودكاست، مما يجعلهم يشعرون بصعوبة استخدامها، بوزن نسبي بلغ (55.3) درجة. وبذات الوزن السابق، أشارت عينة الدراسة إلى عدم الاستماع عنها من الأساس، مما يشير إلى نقص في الدعاية والإعلان والترويج والتوعية بالبودكاست وتطبيقاته.

- **أسباب ذاتية متعلقة بالفرد ذاته،** حيث أشارت عينة الدراسة التي لا تتبنى تقنية البودكاست إلى أسباب تتعلق باحتياجاتهم الذاتية النفسية. لذا أشارت عينة الدراسة إلى أن البودكاست لا يتفق مع قيمهم واحتياجاتهم بوزن نسبي بلغ (56.7) درجة، حيث يعكس ذلك أن بعض الأفراد يشعرون أن محتوى البودكاست وتطبيقاته لا يتناسب مع اهتماماتهم الشخصية أو قيمهم الثقافية والاجتماعية. كما أعربت عينة الدراسة عن عدم حبها لتبني وتجربة الأشياء والمستحدثات الجديدة بوزن (54.3) درجة، حيث إن هناك ميلاً لبعض أفراد عينة الدراسة لعدم تبني وتجربة الأشياء الجديدة والمستحدثة، وهو ما أشارت إليه نظرية انتشار

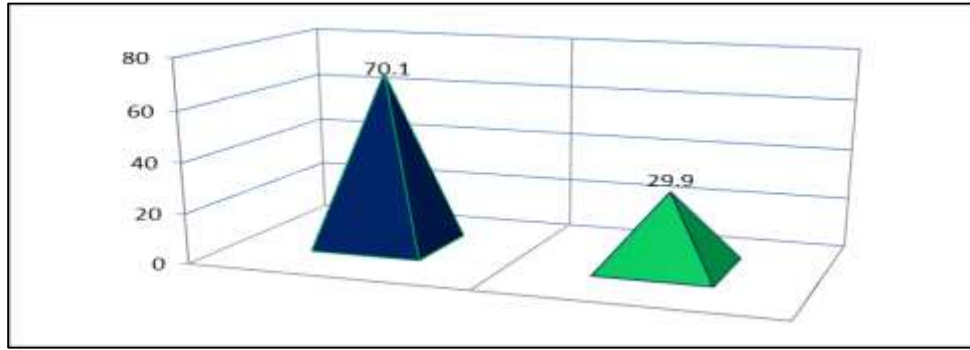
المستحدثات وحددته في فئة المتقاعسين الذين لا يرغبون في تجربة المستحدثات وعدم تبنيها. ويمكن أن يمثل ذلك عائقاً أمام تبني تقنية البودكاست وتطبيقاته في المجتمع المصري. ونستنتج من نتائج الجدول السابق مقياساً عاماً لأسباب عدم تبني عينة الدراسة للبودكاست، جاءت مستوياته كالآتي:

جدول رقم (5) مستويات المقياس العام لأسباب عدم تبني عينة الدراسة للبودكاست المسموع والمرئي

مستويات المقياس العام	ك	%
منخفض	19	28.4
متوسط	41	61.2
مرتفع	7	10.4
الإجمالي	67	100

يكشف الجدول السابق عن تصدر نسبة 61.2% من العينة لتوافر أسباب عدم التبني بشكل متوسط، مقابل نسبة 28.4% من العينة لديها أسباب بمستوى منخفض، في حين جاءت نسبة 10.4% من العينة تتوافر لديها هذه الأسباب بشكل مرتفع. حيث يتضح من خلال النتائج السابقة أن العوائق أمام تبني البودكاست المسموع والمرئي تنوع بين العوائق الذاتية والاجتماعية والاقتصادية والتقنية والثقافية. كما تحتاج هذه العوائق إلى استراتيجيات متنوعة لتجاوزها، مثل زيادة الدعاية والإعلان والوعي والترويج، إلى جانب توفير محتوى يتناسب مع اهتمامات وقيم الأفراد، والنظام الاجتماعي بما يتضمنه من قيم وعادات وتقاليده، وتقديم دعم تقني لتسهيل استخدام التطبيقات.

4- مدى وجود النية لتبني البودكاست المسموع والمرئي في المستقبل كوسيط إعلامي تقني مستحدث:

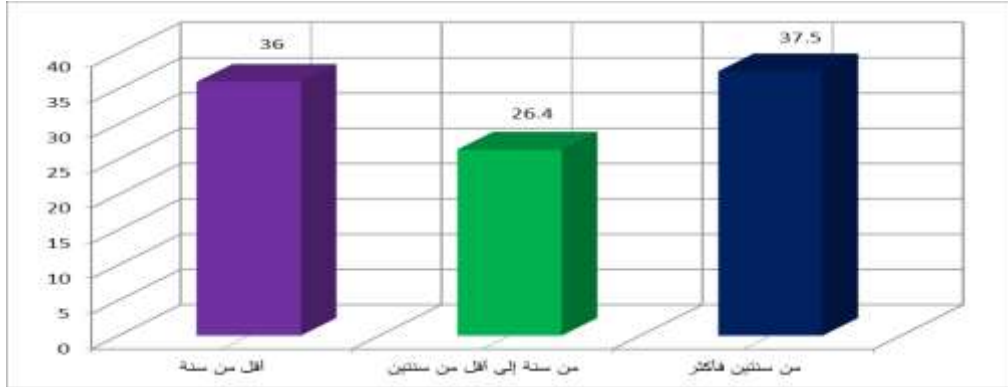


شكل رقم (5) مدى وجود النية لتبني البودكاست المسموع والمرئي في المستقبل كوسيط إعلامي تقني مستحدث

تتفق هذه النتائج مع أساسيات نظرية انتشار المستحدثات، والتي أكدت أن فئة المتقاعسين هم فئة مقاومة للتغير، إلا أنهم في الوقت ذاته، وعلى الرغم من معارضتهم للمستحدث، يدفعون

المبتكرين إلى تحسين المستحدث نفسه. وبهذا الدور، هم يمارسون دورًا في انتشار المستحدث في المجتمع ومواصلة تطويره. حيث تشير نتائج الجدول السابق إلى أن هناك اهتمامًا كبيرًا بين الشباب الجامعي المصري عينة الدراسة الذين لا يتبنون البودكاست وتطبيقاته حاليًا بالبدء في تبنيه واستخدامه في المستقبل، وذلك بنسبة 70.1%. وهذا يمكن أن يكون نتيجة لزيادة الوعي بفوائد البودكاست، مثل إمكانية الاستماع إلى المحتوى ومشاهدته في أي وقت وأي مكان، بالإضافة إلى تنوع المحتوى المتاح الذي يمكن أن يلبي اهتمامات متعددة. في المقابل، بلغت نسبة 29.9% من العينة التي لا تنوي تبنيه واستخدامه في المستقبل، وقد يكون السبب في ذلك عدة عوامل، مثل عدم الرغبة في تغيير العادات الإعلامية التقليدية، أو الشعور بعدم الحاجة إلى محتوى إضافي، أو ربما عدم الوعي الكامل بفوائد البودكاست. وهذه النتائج تعكس اهتمامًا متزايدًا بالبودكاست وتطبيقاته بين الأفراد الذين لم يجربوها بعد، مما يدل على انتشار هذه التقنية المستحدثة بين جيل المواطنين الرقميين في المجتمع المصري. كما أن هذه النتائج يمكن أن تشجع منتجي المحتوى على الاستثمار في تطوير برامج البودكاست بهدف تلبية احتياجات واهتمامات مختلف فئات الجمهور المصري، هذا إلى جانب زيادة توعية الأفراد بفوائد استخدام البودكاست وتطبيقاته، وكيفية الاستفادة منها في حياتهم اليومية.

5- بداية تبني الشباب الجامعي المصري عينة الدراسة للبودكاست المسموع والمرئي كوسيط إعلامي تقني مستحدث:



شكل رقم (6) بداية تبني عينة الدراسة للبودكاست المسموع والمرئي كوسيط إعلامي تقني مستحدث

نستنتج من الشكل السابق أن غالبية مستخدمي البودكاست المسموع والمرئي وتطبيقاته من الشباب الجامعي المصري عينة الدراسة لديهم خبرة متوسطة إلى طويلة الأمد في تبنيه واستخدامه، حيث جاء التبني لأكثر من سنتين فأكثر من قبل نسبة 37.5%، ونسبة 26.4% تتبني البودكاست منذ سنة إلى أقل من سنتين، في مقابل نسبة 36% من العينة تتبني البودكاست وتطبيقاته في أقل من سنة. ويتفق ذلك مع بداية انتشار البودكاست في مصر وازدهاره عام 2020، بالإضافة إلى انتماء عينة الدراسة إلى جيل ما بعد الألفية (Z)، وهو

جيل الإنترنت وجيل المواطنين الرقميين الأكثر شغفًا واستخدامًا للتكنولوجيا بمختلف تقنياتها، ومن ضمنها البودكاست وتطبيقاته. وتؤكد نتائج الدراسة وجود تطور ملحوظ في تبني البودكاست المسموع والمرئي وتطبيقاته في المجتمع المصري، حيث أن نسبة 64% من المستخدمين لديهم خبرة تبني تزيد عن السنة، مما يشير إلى أن البودكاست يمتلك، إلى حد ما، قاعدة مستخدمين مستقرة ومتزايدة تستمتع بالتحسن المستمر في جودة وتنوع المحتوى المقدم، مما يحافظ على اهتمام المستخدمين ويدفعهم للاستمرار في التبنى والاستخدام بالإضافة إلى ذلك، يبرز أن هناك نسبة كبيرة من عينة الدراسة يعتبرون متبنين جدد، بلغت نسبتهم 36%، مما يدل على نمو متواصل في الاهتمام بالبودكاست وتطبيقاته. في ضوء هذا، يمكن القول إن الشباب الجامعي المصري يظهر انفتاحًا واستعدادًا لتبني التقنيات والوسائط الإعلامية المستحدثة، مما يفتح آفاقًا واسعة للإعلام الرقمي ويعزز من أهمية الاستثمار في هذا المجال لتلبية الاحتياجات المتزايدة للمحتوى الإعلامي.

6- عدد مرات استخدام الشباب الجامعي المصري عينة الدراسة للبودكاست المسموع والمرئي:

جدول رقم (6) عدد مرات استخدام عينة الدراسة للبودكاست المسموع والمرئي

عدد مرات استخدام عينة الدراسة للبودكاست المسموع والمرئي	ك	%
يوميًا	76	22.8
يوميًا في الأسبوع	20	6
ثلاثة أيام في الأسبوع	25	7.5
أكثر من أربع مرات في الأسبوع	19	5.7
وفقًا للظروف	193	58
الإجمالي	333	100

تشير نتائج الجدول السابق إلى أن غالبية الشباب الجامعي المصري عينة الدراسة يستخدمون البودكاست المسموع والمرئي بشكل غير منتظم، وذلك بنسبة 58% منهم، حيث تبين أنهم يستمعون إلى البودكاست ويشاهدونه وفقًا للظروف. مما يشير إلى أن استخدام البودكاست قد يكون مرتبطًا بالعوامل الوقتية أو المزاجية، ولا يُعد جزءًا من الروتين اليومي الثابت. ويرجع ذلك إلى ازدحام الجدول اليومي لعينة الدراسة بالأنشطة المتنوعة التي يمارسونها وتتطلب التركيز في محتواها. ويتلاءم هذا مع طبيعة عينة الدراسة التي تتضمن طلابًا جامعيين.

في المقابل، تُظهر بيانات الجدول أن نسبة قليلة فقط من الشباب الجامعي المصري عينة الدراسة يستخدمون البودكاست بانتظام؛ حيث تبين أن 22.8% منهم يستخدمونه يوميًا. مما يدل على أن هذه الفئة تعتبر البودكاست جزءًا من الروتين اليومي لها، وأنه يُعد تطبيقًا أساسيًا لاستخدامهم.

بينما برزت النسب الأقل من عينة الدراسة التي تستخدم البودكاست لأيام محددة من الأسبوع، حيث بلغت نسبة 6% من العينة التي تستخدمه يوميًا في الأسبوع، ونسبة 7.5% التي تستخدمه ثلاثة أيام في الأسبوع، ونسبة 5.7% التي تستخدمه أكثر من أربع مرات في الأسبوع. وقد يكون هذا التحديد مرتبطًا بوجود محتوى معين يتم بثه خلال هذه الأيام.



شكل رقم (7) عدد مرات استخدام عينة الدراسة للبودكاست المسموع والمرئي

تعكس النتائج السابقة أن استخدام البودكاست لا يزال نشاطاً غير روتيني للعديد من الأفراد في العينة، مما يشير إلى حاجة البودكاست إلى تقديم محتوى أكثر جاذبية وتخصيص تجارب الاستخدام لتشجيع الاستخدام المنتظم وزيادة الاعتماد عليه باعتباره جزءاً رئيسياً من النشاطات اليومية، حيث بلغت نسبتهم (22.8%) ممن يستخدمونه بشكل يومي. وقد يتناسب ذلك مع طبيعة الاستخدام غير المنتظم لعينة الدراسة للبودكاست وتطبيقاته، ومع طبيعة البودكاست ذاته باعتباره بسيطاً ومستحدثاً تقنياً جديداً في مجال الإعلام، لا يزال في بداية انتشاره في المجتمع المصري. إلى جانب ذلك، يتوافق هذا مع طبيعة عينة الدراسة التي تمثل الشباب الجامعي المصري، الذين يُعدون بمثابة فئة الأغلبية المبكرة للمتبنين، والتي تمثل أولى فئات المتبنين بين فئات الجمهور المصري.

7- عدد ساعات استخدام الشباب الجامعي المصري عينة الدراسة للبودكاست المسموع والمرئي يومياً:

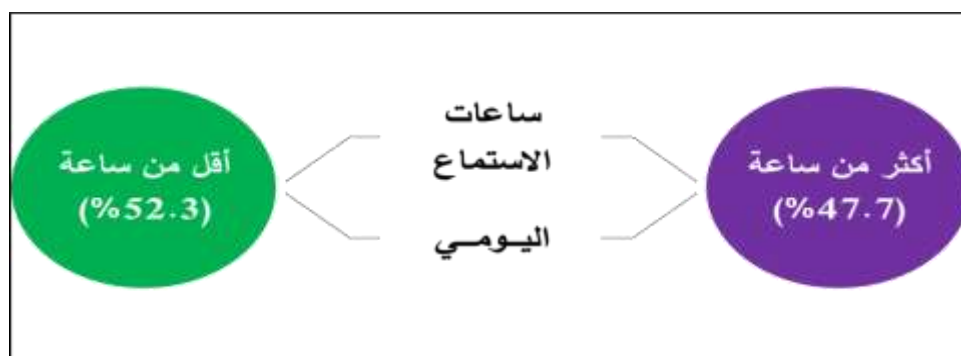
جدول رقم (7) عدد ساعات استخدام عينة الدراسة للبودكاست المسموع والمرئي يومياً

عدد ساعات استخدام عينة الدراسة للبودكاست المسموع والمرئي يومياً	ك	%
أقل من ساعة	174	52.3
من 1 إلى 3 ساعات	136	40.8
أكثر من ثلاث ساعات	23	6.9
الإجمالي	333	100

تشير نتائج الجدول السابق إلى أن غالبية عينة الدراسة من الشباب الجامعي المصري يستخدمون البودكاست المسموع والمرئي لفترة قصيرة يومياً، وذلك بنسبة 52.3%، حيث تبين أنهم يستخدمونه لأقل من ساعة في اليوم، مما يعكس أن معظم المستخدمين يفضلون استهلاك محتوى البودكاست في جرعات صغيرة، ربما خلال الأنشطة اليومية مثل التنقل أو الاستراحات القصيرة.

في المقابل، جاءت نسبة 40.8% من أفراد عينة الدراسة يستخدمون البودكاست لمدة تتراوح بين ساعة إلى ثلاث ساعات يومياً، مما يشير إلى وجود قاعدة جيدة من المستخدمين المنتظمين الذين يخصصون وقتاً أكبر للبودكاست، وقد يكونون أكثر ارتباطاً بمحتوى معين

أو برامج محددة. بينما فقط جاءت نسبة 6.9% ممن يستخدمونه لأكثر من ثلاث ساعات في اليوم، مما يعكس أن هناك عددًا قليلًا من المستخدمين الذين يستثمرون وقتًا طويلاً في متابعة البودكاست، وربما يعتمدون عليه كوسيلة رئيسية للإعلام أو الترفيه أو الاتصال أو لتحقيق غرض محدد يوميًا.



شكل رقم (8) عدد ساعات استخدام عينة الدراسة للبودكاست المسموع والمرئي يوميًا

بشكل عام، تشير هذه النتائج إلى أن البودكاست يُستهلك بشكل أساسي في فترات قصيرة، حيث جاءت نسبة 52.3% من العينة تستخدمه لأقل من ساعة، مع وجود فئة مخصصة تستخدمه لمدة أطول، والتي تمثلت في نسبة 47.7% من عينة الدراسة، والتي جاءت منهم فئة تستخدمه لساعتين وأخرى لأكثر من ساعتين. ولتعزيز نمو هذا القطاع، قد يكون من المفيد تطوير محتوى جذاب يمكن استهلاكه في وقت قصير، وكذلك محتوى أعمق ومطول يلبي احتياجات المستخدمين الأكثر التزامًا. وقد يتوافق ذلك مع طبيعة عينة الدراسة من طلاب الجامعات المصرية ذات الفئة العمرية 18-25 عامًا، والذين ينتمون لجيل الألفية (Z)، وهو الجيل الرقمي الأكثر إقبالًا واستخدامًا للإنترنت. وجاءت أهم سماتهم في تفضيلهم للبرامج والمضامين الرقمية ذات المدى الزمني القصير، بالإضافة إلى حداثة البودكاست المسموع والمرئي وتطبيقاته في المجتمع المصري باعتباره مستحدثًا تقنيًا في مجال الإعلام، وإمكانية اعتبار عينة الدراسة تقع في فئة الأغلبية المبكرة المتبينة للبودكاست وتطبيقاته.

8- أفضل تطبيقات البودكاست المسموع والمرئي التي يحرص الشباب المصري الجامعي عينة الدراسة على متابعتها:

جدول رقم (8) أفضل تطبيقات البودكاست المسموع والمرئي التي تحرص عينة الدراسة على متابعتها

أفضل تطبيقات البودكاست المسموع والمرئي التي تحرص عينة الدراسة على متابعتها	ك	%
يوتيوب (Youtube)	209	62.8
سبوتيفاي (Spotify)	167	50.2
ساوند كلاود (Sound Cloud)	107	32.1
آبل بودكاست (Apple Podcast)	74	22.2
جوجل بودكاست (Google Podcast)	58	17.4
الإجمالي	333	

ترتبط تطبيقات البودكاست المسموع والمرئي بعدد من العوامل التي تدفع المستخدمين لتفضيل بعضها على الآخر، وتتضمن هذه العوامل تجربة المستخدم، وطبيعة المحتوى، والصيغة التي يُقدَّم بها، وواجهة التطبيق ومرونة استخدامه، وتكلفة التطبيق بين المجاني والمدفوع. وتظهر نتائج الجدول السابق أن موقع اليوتيوب (YouTube) هو التطبيق الأكثر شعبية بين الشباب الجامعي المصري عينة الدراسة لمتابعة البودكاست، حيث عبّرت نسبة 62.8% من العينة أنهم يستخدمونه لهذا الغرض، مما يشير إلى أن يوتيوب ليس فقط منصة للفيديوهات القصيرة، بل أصبح أيضًا وجهة مفضلة لمتابعة محتوى البودكاست المرئي والصوتي، ربما بسبب تفضيل عينة الدراسة للبودكاست المسموع والمرئي، وتوافر محتوى متنوع وسهولة الوصول إليه، والاستخدام المجاني في أغلب الأوقات، وتحقيق التفاعلية. وجاء في الترتيب الثاني تطبيق سبوتفاي (Spotify) بنسبة 50.2%، مما يعكس تزايد شعبية هذه المنصة باعتبارها مصدرًا رئيسيًا للبودكاست الصوتي، حيث إن تطبيق سبوتفاي يقدم تجربة استماع ومشاهدة متخصصة وسهلة الاستخدام، ومحتوى حصري، ويتضمن اشتراكًا مدفوعًا إلى جانب الخدمة المجانية، وواجهة سهلة مع نظام التوصيات، والتشغيل على أجهزة متعددة، مما يجذب عددًا كبيرًا من المستخدمين والمستمعين. وفي الترتيب الثالث تطبيق ساوند كلاود (SoundCloud) بنسبة 32.1%، وقد يرتبط ذلك بإتاحة الفرصة للمستخدمين من المحترفين والهواة لإنتاج محتوى مستقل وغير تقليدي وتحقيق التفاعلية بشكل عام والتفاعل الاجتماعي بشكل خاص. وجاء أبل بودكاست (Apple Podcast) في الترتيب الرابع بنسبة 22.2%، وقد يرجع ذلك لاقتصاره على مستخدمي أجهزة أبل فقط ونظام (IOS) والتركيز على البودكاست الصوتي والمحتوى الحصري. وفي الترتيب الخامس والأخير جاء جوجل بودكاست (Google Podcast) بنسبة 17.4%، على الرغم من تحقيقه للاستخدام المجاني واعتماده على المحتوى المفتوح، والاستخدام المرن والبسيط. بشكل عام، وفي إطار التنوع بين التطبيقات العامة والمتخصصة في البودكاست، يتضح أن الشباب الجامعي المصري عينة الدراسة يفضلون استخدام مجموعة متنوعة من التطبيقات لمتابعة البودكاست المسموع والمرئي، مع تركيز كبير على كل من تطبيقي يوتيوب وسبوتفاي في المقدمة، مما يشير إلى أن هناك تنوعًا في تفضيلات التطبيقات بين المستخدمين، حيث يستفيد البعض من ميزات محددة في هذه التطبيقات مثل تجربة الاستماع المجانية على ساوند كلاود أو التكامل مع النظام البيئي لأجهزة أبل في "أبل بودكاست"، إلى جانب أهمية تقديم محتوى عالي الجودة وتوفير تجربة مستخدم سلسة ومتنوعة ومرنة ومحتوى متميز لتلبية تفضيلات الجمهور المتنوعة عبر هذه التطبيقات.

9- صيغة البودكاست الأكثر تفضيلاً لدى الشباب الجامعي المصري عينة الدراسة:

جدول رقم (9) صيغة البودكاست الأكثر تفضيلاً لدى عينة الدراسة

صيغة البودكاست الأكثر تفضيلاً لدى عينة الدراسة	ك	%
البودكاست المسموع والمرئي.	190	57.1
البودكاست المسموع فقط.	97	29.1
البودكاست المرئي (المصاحب بصور وفيديو)	46	13.8
الإجمالي	333	100

تشير نتائج الجدول السابق إلى أن البودكاست المسموع والمرئي معًا هو الصيغة الأكثر تفضيلاً بين الشباب الجامعي المصري عينة الدراسة، حيث عبّر عن ذلك نسبة 57.1%، بواقع 190 شابًا من العينة، مما يشير إلى أن الجمع بين الصوت والصورة يزيد من جاذبية المحتوى ويعزز تجربة الاستماع ويجذب المستخدمين. وقد يرتبط ذلك بعدة عوامل، مثل القدرة على رؤية المقدمين وجاذبية المحتوى المرئي المصاحب الذي يمكن أن يعمق الفهم ويزيد من التفاعل. في حين جاء في الترتيب الثاني، وبفارق كبير بلغ 28%، البودكاست المسموع فقط، حيث بلغت نسبة تفضيل عينة الدراسة له 29.1%، مما يعكس أن هناك شريحة كبيرة من المستخدمين يفضلون الاستماع فقط دون الحاجة إلى المحتوى المرئي، توافقا مع الطبيعة الأصلية للبودكاست. وقد يرتبط ذلك بالمرونة التي يوفرها البودكاست الصوتي في الاستماع أثناء التنقل أو القيام بأنشطة أخرى، إلى جانب تحقيق عنصر الذاتية الذي يتمثل في الخيال المصاحب لكل مستمع للبودكاست، والذي بدوره يحقق تجربة ذاتية خاصة بالفرد نفسه، وسعي بعض المستخدمين للراحة من الصورة والفيديو وتحقيق مزيد من الاسترخاء والتركيز مع صيغة البودكاست المسموع.

وفي الترتيب الثالث والأخير، جاء البودكاست المرئي المصحوب بصور وفيديو بنسبة 13.8%، مما يشير إلى أن المحتوى المرئي بحد ذاته ليس بنفس أهمية الجمع بين الصوت والصورة. وقد يكون السبب هو أن البودكاست المرئي يتطلب تركيزًا بصريًا ويقيد القدرة على القيام بأنشطة أخرى أثناء الاستماع.

بشكل عام، تعكس هذه النتائج أن الجمع بين الصوت والصورة يعزز من جاذبية البودكاست، ويوفر تجربة غنية وشاملة للمستخدمين، واعتبار ذلك من المزايا النسبية للبودكاست كتقنية مستحدثة في مجال الإعلام ووسيط إعلامي جديد. بينما يظل البودكاست الصوتي الخيار المفضل لأولئك الذين يفضلون المرونة في الاستماع. كما يمكن لمقدمي البودكاست التركيز على تقديم محتوى يجمع بين الصوت والصورة لتلبية تفضيلات الجمهور المتنوعة وزيادة التفاعل والمشاركة، وتحقيق تجربة فريدة ومتميزة للمستخدمين.

10-كثافة تبني الشباب الجامعي المصري عينة الدراسة للبودكاست المسموع والمرئي وتطبيقاته كوسيط إعلامي تقني مستحدث:
جدول رقم (10) كثافة تبني عينة الدراسة للبودكاست المسموع والمرئي وتطبيقاته كوسيط إعلامي تقني مستحدث

الوزن النسبي	الانحراف المعياري	المتوسط	غير موافق		إلى حد ما		موافق		كثافة تبني عينة الدراسة للبودكاست المسموع والمرئي وتطبيقاته كوسيط إعلامي تقني مستحدث
			%	ك	%	ك	%	ك	
77.7	0.635	2.33	9.0	30	48.9	163	42.0	140	اتبني البودكاست عبر جميع الوسائل والوسائط المتاحة
70.7	0.715	2.12	20.1	67	47.4	158	32.4	108	اتبني أغلب التطبيقات الخاصة بالبودكاست المسموع والمرئي
65.7	0.721	1.97	27.3	91	48.0	160	24.6	82	أتابع جميع البودكاست بواسطة الأفراد والمؤسسات الإعلامية الخاصة والحكومية
65.3	0.74	1.96	29.1	97	45.3	151	25.5	85	أتابع كافة المضامين التي تبثها تطبيقات البودكاست المسموعة والمرئية بمختلف قوالبها
65.0	0.739	1.95	29.7	99	45.3	151	24.9	83	اتبني جميع تطبيقات البودكاست الدولية والإقليمية والمحلية
64.0	0.73	1.92	30.6	102	46.2	154	23.1	77	أقضي أغلب أوقاتي في متابعة مضمون البودكاست والقائمين بالاتصال فيه

يعد متغير كثافة التبني والاستخدام من أهم مؤشرات ومتغيرات عملية تبني البودكاست المسموع والمرئي كمستحدث إعلامي تقني جديد على المجتمع المصري، ورصد مدى استخدام الشباب الجامعي المصري عينة الدراسة للبودكاست يُعتبر من أهم العوامل المحددة لمدى اهتمامهم بتبني المستحدث ومتابعته. ويكشف الجدول السابق عن أنماط تبني واستخدام عينة الدراسة للبودكاست، حيث أعربت عينة الدراسة عن تبني البودكاست عبر جميع الوسائل والوسائط المتاحة بوزن نسبي بلغ 77.7 درجة، مما يعكس اهتمامًا كبيرًا والتزامًا شديدًا بتبني واستخدام البودكاست عبر مختلف الأنظمة والمنصات، ويدل على الوصول إلى المحتوى بطرق متعددة ومتنوعة، مما يساعد في انتشار البودكاست كمستحدث بين فئة من أهم فئات الجمهور المصري، وتوسيع نطاق الاطلاع وتنويع مصادر المعرفة والتجارب التي يستفيدون منها. وفي الترتيب الثاني جاءت تبني أغلب التطبيقات الخاصة بالبودكاست بوزن 70.7 درجة، مما يعكس الاهتمام الكبير بمتابعة محتوى متنوع وشامل من خلال التطبيقات المختلفة، حيث إن هذا التفاعل القوي يعزز فكرة اختيار المحتوى بناءً على جودته واختلاف أساليب تقديمه، مما يساهم في تحقيق تجربة استماع ومشاهدة متنوعة ومفيدة.

وفي الترتيب الثالث جاءت متابعة جميع البودكاست بواسطة الأفراد والمؤسسات الإعلامية الخاصة والحكومية بوزن 65.7 درجة، مما يعكس استعداد عينة الدراسة لاستكشاف محتوى مختلف المنشئين والمؤسسات، مما يعكس تنوع مصادر البودكاست بين الأفراد والمؤسسات الإعلامية التي تقتصر على البودكاست والمؤسسات الإعلامية التي تتضمن قنواتها وأنشطتها بودكاست. ويبرز ذلك إدراك ومعرفة الشباب الجامعي المصري عينة الدراسة بالبودكاست ومؤسساته والقائمين عليه باعتباره مستحدثاً تقنياً إعلامياً في المجتمع المصري. وفي الترتيب الرابع جاءت متابعة كافة المضامين التي تبثها تطبيقات البودكاست بمختلف قوالبها بوزن نسبي بلغ 65.3 درجة، مما يدل على رغبة العينة في استكشاف جميع أنواع البودكاست، سواء كانت قصصاً شخصية، حوارات، توثيقات، أو برامج تعليمية، مما يعكس استعداد العينة لاستيعاب محتوى متنوع ومتعدد الأشكال، مما يساعد في تنوع مجالات الاستفادة والتعلم الشخصي. وفي الترتيب الخامس جاءت اتبني جميع تطبيقات البودكاست الدولية والإقليمية والمحلية بوزن نسبي بلغ 65 درجة، مما يدل على اهتمام ومعرفة عينة الدراسة بالتطبيقات المختلفة للبودكاست بمختلف جنسياتها مثل سبوتفاي وأبل بودكاست وساوند كلاود وجوجل بودكاست واليوتيوب. ويؤكد ذلك تبني الشباب الجامعي المصري عينة الدراسة للبودكاست وتطبيقاته بمختلف جنسياتها كمستحدث تقني في مجال الإعلام. وأخيراً، في الترتيب السادس جاء تعبير عينة الدراسة عن الرغبة في قضاء أغلب أوقاتها في متابعة مضمون البودكاست والقائمين بالاتصال فيه بوزن نسبي بلغ 64 درجة، مما يبرز اهتمام العينة الشديد وتخصيص وقت لاستخدام محتوى البودكاست ومتابعة المدونين الصوتيين. ويوضح ذلك مدى الاستفادة بشكل كبير من هذا النوع من الوسائط الإعلامية المستحدثة لتعزيز المعرفة وتوسيع الآفاق الفكرية والمعرفية، وتلبية الاحتياجات الاتصالية النفسية والاجتماعية لعينة الدراسة. ويُستخلص مما سبق ذكره مستويات المقياس العام لكثافة تبني عينة الدراسة للبودكاست المسموع والمرئي.

جدول رقم (11) مستويات المقياس العام لتبني عينة الدراسة للبودكاست المسموع والمرئي

مستويات المقياس العام لتبني عينة الدراسة للبودكاست المسموع والمرئي	ك	%
منخفض	66	19.8
متوسط	192	57.7
كثيف	75	22.5
الإجمالي	333	100

يكشف الجدول السابق عن المقياس العام لمدى تبني الشباب الجامعي المصري عينة الدراسة للبودكاست المسموع والمرئي، واتضح أن مستوى تبني عينة الدراسة للبودكاست متوسط بنسبة 57.7% في مقابل تبني نسبة 22.5% من العينة بمستوى كثيف، وجاءت نسبة 19.8% من العينة تتبناه بشكل منخفض. ويتفق ذلك مع طبيعة عملية تبني البودكاست المسموع والمرئي وتطبيقاته كمستحدث إعلامي تقني في مجال الإعلام، حيث يُعتبر الشباب الجامعي، الذي ينتمي لجيل الإنترنت والمواطنين الرقميين جيل (Z)، هم الأكثر اهتماماً وشغفاً بالتكنولوجيا وتطبيقاتها وتقنياتها في كافة المجالات بشكل عام، وفي مجال الإعلام بشكل خاص. ويُعبّر مستوى التبني المتوسط عن بداية تبني المستحدث وانتشاره بين عينة الدراسة في المجتمع المصري، بما يتوافق مع مراحل التبني وفئات المتبنين للبودكاست المسموع والمرئي كوسيط إعلامي تقني مستحدث.

11- تقييم الشباب الجامعي المصري عينة الدراسة لمزايا البودكاست المسموع والمرئي كوسيط إعلامي تقني مستحدث:

جدول رقم (12) تقييم عينة الدراسة لمزايا البودكاست المسموع والمرئي كوسيط إعلامي

تقني مستحدث

الوزن النسبي	الانحراف المعياري	المتوسط	غير موافق		إلى حد ما		موافق		تقييم عينة الدراسة لمزايا البودكاست المسموع والمرئي كوسيط إعلامي تقني مستحدث
			%	ك	%	ك	%	ك	
90.3	0.473	2.71	9.	3	27.0	90	72.1	240	سهولة الوصول البودكاست وتطبيقاته واستخدامها وقابليتها للتجربة
90.3	0.481	2.71	1.2	4	26.7	89	72.1	240	إمكانية استماع ومشاهدة مضمون برامج البودكاست في أي وقت وأي مكان
89.0	0.531	2.67	3.0	10	27.0	90	70.0	233	درجة نقاء الصوت العالية ووضوحه في تسجيل مضمون البودكاست
86.7	0.565	2.6	3.9	13	32.1	107	64.0	213	المدة الزمنية القصيرة للبرامج ومضمون البودكاست
85.7	0.59	2.57	5.1	17	32.7	109	62.2	207	استخدام الموسيقى والمؤثرات الصوتية ووسائل الإيضاح والألوان المستخدمة في مضمون البودكاست
85.3	0.596	2.56	5.4	18	33.3	111	61.3	204	إمكانية استقبال البث على أكثر من جهاز
84.7	0.608	2.54	6.0	20	34.2	114	59.8	199	استمتع بالصور والفيديو التي تصاحب البودكاست
83.0	0.599	2.49	5.4	18	40.2	134	54.4	181	استطيع متابعة الموضوعات الأكثر تصفحاً وتقييمها عبر تطبيقات البودكاست
82.3	0.674	2.47	10.2	34	32.7	109	57.1	190	إمكانية متابعة المحتوى وتحميله دون اتصال بالانترنت
82.3	0.623	2.47	6.9	23	39.3	131	53.8	179	قابلية حلقات البودكاست للأرشيف
79.7	0.662	2.39	9.9	33	40.8	136	49.2	164	النصوص المصاحبة للعرض في البودكاست
79.3	0.663	2.38	10.2	34	42.0	140	47.7	159	تحقق البودكاست سمة التفاعلية.
79.0	0.643	2.37	9.0	30	45.6	152	45.6	152	استخدام تقنية RSS تيسر على المستخدم الوصول لحلقات البودكاست

الوزن النسبي	الانحراف المعياري	المتوسط	غير موافق		إلى حد ما		موافق		تقييم عينة الدراسة لمزايا البودكاست المسموع والمرئي كوسيط إعلامي تقني مستحدث
			%	ك	%	ك	%	ك	
77.0	0.67	2.31	11.7	39	45.6	152	42.6	142	تسمح لي بعمل روابط على صفحات أخرى
70.7	0.756	2.12	23.1	77	41.4	138	35.4	118	تمكنني من الاتصال بمقدمي البودكاست والتحاور معهم

يكشف الجدول السابق عن تقييم الشباب الجامعي المصري عينة الدراسة لمزايا البودكاست المسموع والمرئي وتطبيقاته كوسيط إعلامي تقني مستحدث، ونستخلص من البيانات الإحصائية في الجدول السابق ارتفاع معدل إدراك عينة الدراسة لمزايا البودكاست بصيغته المسموعة والمرئية كتقنية إعلامية مستحدثة في المجتمع المصري، حيث تراوحت نسبة الموافقة بين 90.3 و70.7، ويمكن تفسير ذلك على النحو الآتي:

تميز البودكاست باعتباره تقنية مستحدثة في الإعلام بعيد من المزايا المرتبطة بمرونة الاستخدام، حيث أشارت عينة الدراسة إلى سهولة الوصول إلى البودكاست وتطبيقاته واستخدامها وقابليتها للتجربة بوزن نسبي بلغ 90.3 درجة، وبذات الوزن السابق جاءت إمكانية الاستماع ومشاهدة مضمون برامج البودكاست في أي وقت وأي مكان. ثم جاءت إمكانية استقبال البث على أكثر من جهاز بوزن 85.3 درجة، وإمكانية متابعة المحتوى وتحميله دون اتصال بالإنترنت، وقابلية حلقات البودكاست للأرشفة بوزن نسبي بلغ 82.3 درجة لكل عبارة منهما. هذا إلى جانب تحقيق البودكاست لسمة التفاعلية بوزن نسبي بلغ 79.3، والتي تُعد من أهم سمات الإعلام الجديد، مما يعزز من ملاءمتها لمتطلبات المستخدمين الحديثة ثم جاءت إمكانية استخدام تقنية RSS التي تُيسر على المستخدم الوصول إلى حلقات البودكاست بوزن 79 درجة، كما يسمح البودكاست للمستخدمين بعمل روابط على صفحات أخرى بوزن نسبي بلغ 77 درجة، ويمكن المستخدمين من الاتصال بمقدمي البودكاست والتحاور معهم بوزن نسبي بلغ 70.7 درجة، مما يحقق ثنائية الاتصال بين القائم بالاتصال والمتلقي ويخلق نوعاً من التفاعلية الافتراضية التي تعزز عملية الاتصال وتجعله أكثر نجاحاً وتأثيراً. ويتضح وفقاً لما سبق إتاحة البودكاست المسموع والمرئي للمستخدمين تجربة مرنة ومتكاملة للاستخدام، مما يعزز من قابليته لتلبية احتياجات وتقنيات الجمهور المتنوعة.

وفيما يتعلق بالمزايا الخاصة بشكل ومضمون البودكاست، تعددت المزايا التي ادركها الشباب الجامعي عينة الدراسة في البودكاست المسموع والمرئي، وتحددت في درجة نقاء الصوت العالية ووضوحه في تسجيل البودكاست بوزن نسبي بلغ 89 درجة، والمدة الزمنية القصيرة للبرامج ومضمون البودكاست بوزن نسبي 86.7 درجة، واستخدام الموسيقى والمؤثرات الصوتية ووسائل الإيضاح والألوان في برامج البودكاست بوزن نسبي بلغ 85.7 درجة، وفي إطار تكاملي الاستمتاع بالصور والفيديو المصاحب لموضوعات البودكاست بوزن نسبي بلغ 84.7 درجة. ويتوافق ذلك مع ارتفاع نسبة تفضيل عينة الدراسة لمتابعة الصيغة المسموعة والمرئية للبودكاست، كما عبرت عينة الدراسة عن تميز النصوص المصاحبة للعرض في البودكاست كأحد مزايا البودكاست بوزن نسبي بلغ 79.7 درجة،

واستطاعتهم متابعة الموضوعات الأكثر تصفحًا وتقييمها عبر تطبيقات البودكاست بوزن نسبي بلغ 83 درجة، مما يسهل عليهم استكشاف وتقييم الموضوعات بسرعة وفعالية. وتعكس الخصائص السابقة مدى التكامل والمرونة في تقديم المحتوى والشكل عبر تطبيقات البودكاست، مما يعزز من جاذبيتها للشباب الجامعي عينة الدراسة والفئات المختلفة للجمهور ويسهم في رضاهم عن تجربتهم للبودكاست كمستحدث تقني مسموع ومرئي في مجال الإعلام. ويُستخلص من إجابات عينة الدراسة على مقياس مزايا البودكاست كمستحدث تقني إعلامي مقياس عام جاءت مستوياته على النحو التالي:

جدول رقم (13) مستويات المقياس العام لتقييم عينة الدراسة لمزايا البودكاست المسموع والمرئي كوسيط إعلامي تقني مستحدث

مستويات المقياس العام لتقييم عينة الدراسة لمزايا البودكاست المسموع والمرئي	ك	%
منخفض	3	0.9
متوسط	124	37.2
مرتفع	206	61.9
الإجمالي	333	100

يكشف الجدول السابق عن المستوى المرتفع من تقييم عينة الدراسة لمزايا البودكاست المسموع والمرئي وتطبيقاته كمستحدث إعلامي تقني بنسبة بلغت 61.9% في مقابل نسبة 37.2% من العينة يتوسط لديها تقييم مزاياه، وبلغت نسبة 0.9% من العينة ينخفض لديها تقييم مزايا البودكاست وتطبيقاته. ويشير ذلك إلى تميز البودكاست كتقنية مستحدثة في مجال الإعلام بعدد من المزايا المدركة لدى الشباب الجامعي المصري عينة الدراسة، مما يدعم تبني عينة الدراسة للمستحدث والعمل على نشره كوسيط إعلامي جديد بين الفئات المختلفة للمجتمع المصري.

12- تقييم الشباب الجامعي المصري عينة الدراسة لعيوب البودكاست المسموع والمرئي كوسيط إعلامي تقني مستحدث:

جدول رقم (14) تقييم عينة الدراسة لعيوب البودكاست المسموع والمرئي كوسيط إعلامي تقني مستحدث

تقييم عينة الدراسة لعيوب البودكاست المسموع والمرئي كوسيط إعلامي تقني مستحدث	موافق		إلى حد ما		غير موافق		المتوسط	الانحراف المعياري	الوزن النسبي
	ك	%	ك	%	ك	%			
اعتماد البودكاست على تحميلات عبر الإنترنت	157	47.1	141	42.3	35	10.5	2.37	0.666	79.0
كثرة محطات البودكاست وصعوبة الاختيار بينها	150	45.0	141	42.3	42	12.6	2.32	0.688	77.3
قلة استضافة المسؤولين وقادة الرأي	148	44.4	132	39.6	53	15.9	2.29	0.724	76.3
أغلب مقدمي برامج البودكاست من الهواة مما يؤثر على جودة ودقة المضمون المقدم	142	42.6	141	42.3	50	15.0	2.28	0.708	76.0
كثرة برامج المنوعات والترفيهية	133	39.9	152	45.6	48	14.4	2.26	0.693	75.3

الوزن النسبي	الانحراف المعياري	المتوسط	موافق		إلى حد ما		موافق		تقييم عينة الدراسة لعيوب البودكاست المسموع والمرئي كوسيط إعلامي تقني مستحدث
			%	ك	%	ك	%	ك	
75.0	0.677	2.25	13.5	45	48.0	160	38.4	128	الاسهاب في المعلومات التي تعرضها برامج البودكاست
74.3	0.717	2.23	16.8	56	43.5	145	39.6	132	عدم وجود قيود أو رقابة على البث والنشر والتعليق
72.3	0.701	2.17	17.4	58	48.0	160	34.5	115	المبالغة والتهويل في مضمون البرامج المقدمة في البودكاست
72.3	0.688	2.17	16.5	55	49.8	166	33.6	112	عرض معلومات مجهولة المصدر في بعض برامج البودكاست
71.0	0.723	2.13	20.4	68	46.2	154	33.3	111	البودكاست منصة مفتوحة على العالم قد تقدم مضمون برامج لا يراعي طبيعة المجتمعات العربية والإسلامية وثقافتها.
67.7	0.76	2.03	27.3	91	42.3	141	30.3	101	الاهتمام بالنواحي الشكلية أكثر من المضمون

يتميز البودكاست المسموع والمرئي بعدد من المزايا كوسيط تقني مستحدث في مجال الإعلام، إلا أنه في الوقت ذاته عبرت عينة الدراسة عن عيوب للبودكاست وتطبيقاته، والتي جاءت على النحو الآتي:

بعض التحديات التقنية في استخدام البودكاست المسموع والمرئي، حيث أوضحت عينة الدراسة أن اعتماد البودكاست على تحميلات عبر الإنترنت بوزن نسبي بلغ 79 درجة يعد تحدياً في عدم قدرة المستخدم الوصول للتطبيق إلا بشرط تواجده في بيئة تمكنه من الدخول على شبكة الإنترنت، وخاصة عند ضعف البنية التحتية للإنترنت في الدول النامية ومنها مصر، إلى جانب كثرة محطات البودكاست وصعوبة الاختيار بينها بوزن نسبي بلغ 77.3 درجة، حيث أن هناك إقبالاً واسعاً على إنشاء صفحات على البودكاست من قبل الأفراد والمشاهير وشخصيات غير معروفة، مما جعل هناك زحماً كبيراً على البودكاست المسموع والمرئي.

بعض التحديات المرتبطة بجودة المحتوى المقدم عبر البودكاست المسموع والمرئي ومدى ملائمته لخصوصية المجتمع وثقافته، حيث أعربت عينة الدراسة عن قلة استضافة المسؤولين وقادة الرأي في برامج البودكاست بوزن نسبي بلغ 76.3 درجة، كما أن أغلب مقدمي برامج البودكاست من الهواة، مما يؤثر على جودة ودقة المضمون المقدم بوزن نسبي بلغ 76 درجة، علاوة على كثرة برامج المنوعات والترفيه بوزن نسبي بلغ 75.3 درجة، وأن البودكاست منصة مفتوحة على العالم قد تقدم بعض البرامج التي لا تراعي طبيعة المجتمعات العربية والإسلامية وثقافتها بوزن نسبي بلغ 71 درجة، حيث يمكن القول إنه يتم الاهتمام بالنواحي الشكلية أكثر من المضمون بوزن نسبي بلغ 67.7 درجة.

تحديات مرتبطة بمصادر المعلومات المقدمة على البودكاست المسموع والمرئي ومصادقيتها، حيث يوجد إسهاب في المعلومات التي تعرضها برامج البودكاست بوزن نسبي بلغ 75 درجة دون تحديد مصادرها، علاوة على عدم وجود قيود أو رقابة على البث والنشر

والتعليق بوزن نسبي بلغ 74.3 درجة، إلى جانب المبالغة والتهويل في مضمون البرامج المقدمة في البودكاست بوزن نسبي، وعرض معلومات مجهولة المصدر في بعض برامج البودكاست بوزن نسبي بلغ 72.3 درجة لكل عبارة منهما. ويُستخلص من إجابات عينة الدراسة أهم عيوب البودكاست المسموع والمرئي كوسيط تقني إعلامي مستحدث مقياساً عاماً جاءت مستوياته على النحو التالي:

جدول رقم (15) مستويات المقياس العام لتقييم عينة الدراسة لعيوب البودكاست المسموع والمرئي كوسيط إعلامي تقني مستحدث

مستويات المقياس العام لتقييم عينة الدراسة لعيوب البودكاست المسموع والمرئي	ك	%
منخفض	39	11.7
متوسط	177	53.2
مرتفع	117	35.1
الإجمالي	333	100

يكشف الجدول السابق عن المستوى المتوسط من تقييم الشباب الجامعي المصري عينة الدراسة لعيوب البودكاست المسموع والمرئي وتطبيقاته كوسيط تقني إعلامي مستحدث بنسبة 53.2% في مقابل نسبة 35.1% من العينة يرتفع لديها تقييم عيوبه، وجاءت نسبة 11.7% من العينة ينخفض لديها تقييم عيوب البودكاست. ويتوافق ذلك مع البودكاست المسموع والمرئي كوسيط وتقنية إعلامية مستحدثة توافرت فيها العديد من المزايا مقابل بعض العيوب الخاصة بالتحديات التقنية كأحد المستحدثات التكنولوجية التي تعتمد على الإنترنت، وعيوب ترتبط بجودة المحتوى وتطبيقات البودكاست ومدى ملائمته لطبيعة المجتمع المصري وسياقه الثقافي والاجتماعي، هذا إلى جانب بعض نقاط الضعف المتعلقة بمدى مصداقية محتوى البودكاست المسموع والمرئي باختلاف أنواعه وقوالبه.

13- عوامل تبني الشباب الجامعي المصري عينة الدراسة للبودكاست المسموع والمرئي كوسيط إعلامي تقني مستحدث:

جدول رقم (16) عوامل تبني عينة الدراسة للبودكاست المسموع والمرئي كوسيط إعلامي تقني مستحدث

عوامل تبني عينة الدراسة للبودكاست المسموع والمرئي كوسيط إعلامي تقني مستحدث	موافق		إلى حد ما		غير موافق		المتوسط	الانحراف المعياري	الوزن النسبي
	ك	%	ك	%	ك	%			
من السهل فهم تطبيقات البودكاست وتجريبها واستخدامها وسهل تحميلها	224	67.3	99	29.7	10	3.0	2.64	0.539	88.0
يشبه البودكاست وتطبيقاته الإذاعة وراديو الإنترنت والكتب الصوتية ولكن يتميز عنهم بعدد من المزايا النسبية	223	67.0	100	30.0	10	3.0	2.64	0.54	88.0
يعد البودكاست ممتع ومسلّي ويحسن المزاج	208	62.5	114	34.2	11	3.3	2.59	0.556	86.3

الوزن النسبي	الانحراف المعياري	المتوسط	غير موافق		إلى حد ما		موافق		عوامل تبني عينة الدراسة للبودكاست المسموع والمرئي كوسيط إعلامي تقني مستحدث
			%	ك	%	ك	%	ك	
86.3	0.556	2.59	3.3	11	34.5	115	62.2	207	يتسم البودكاست بتميزه وافادته وتحقق تطبيقاته الشهرة والانتشار رغم تنوع مجالاته وتشابك تقنياته
85.0	0.556	2.55	3.0	10	39.3	131	57.7	192	أصبحنا في عالم تغلب عليه التكنولوجيا الحديثة والتفاعلية، وهذا ما يوفره لي تجربة البودكاست وتطبيقاته.
83.3	0.604	2.5	5.7	19	38.4	128	55.9	186	تعد التكلفة المادية للبودكاست وتطبيقاته قليلة بالنسبة لتجربتي للخدمات التي يقدمها وتلبية احتياجاتي مما يدفعني إلى تبنيه بنسبة أكبر.
82.7	0.589	2.48	4.8	16	42.3	141	52.9	176	اتفاعل مع البودكاست لتناسبه مع تفكيري ونمط حياتي
82.7	0.578	2.48	4.2	14	43.8	146	52.0	173	أرى أن المضمون الذي يبثه البودكاست يتفق مع قيمي واحتياجاتي وخبراتي المسبقة.
80.7	0.648	2.42	8.7	29	40.2	134	51.1	170	تساعدني تطبيقات البودكاست على توفير الوقت والجهد
74.7	0.749	2.24	18.9	63	38.4	128	42.6	142	يتابع عدد من أفراد عائلتي وأصدقائي البودكاست ويستخدموا تطبيقاته مما دفعني لاستخدامها وتبنيها.

أكدت نظرية انتشار المستحدثات أن خصائص المستحدث بمثابة عوامل رئيسية تؤثر على تبني المجتمع له، ويعرض الجدول السابق عوامل تبني البودكاست المسموع والمرئي كوسيط تقني إعلامي مستحدث في المجتمع المصري، ومدى تأثير هذه العوامل الرئيسية على انتشار البودكاست وتبني الشباب الجامعي المصري عينة الدراسة له، ونستنتج من البيانات الإحصائية في الجدول السابق أن عوامل تبني عينة الدراسة لخصائص البودكاست تتراوح ما بين 74.8%، مما يشير إلى معدل تبني مرتفع إلى حد ما، حيث جاءت على النحو الآتي:

تتضمن عوامل تبني البودكاست المسموع والمرئي كوسيط تقني مستحدث في مجال الإعلام **المزايا النسبية (Relative Advantage)** التي تميزه عن غيره من المستحدثات الأخرى المشابهة له مثل الإذاعة ورايو الإنترنت والكتب الصوتية، حيث توجد العديد من أوجه التشابه بين البودكاست وبين هذه الوسائل، إلا أن عينة الدراسة رأت أن البودكاست وتطبيقاته يشبه الإذاعة ورايو الإنترنت والكتب الصوتية ولكنه يتميز عنهم بالعديد من المزايا النسبية بوزن نسبي بلغ 88، هذا إلى جانب رؤية عينة الدراسة للبودكاست بأنه ممتع

ومسلي ويحسن المزاج بوزن نسبي بلغ 86.3 باعتبارها مزايا نسبية للبودكاست المسموع والمرئي وتطبيقاته كوسيط إعلامي تقني مستحدث، وتساوت العوامل المرتبطة **بالتعقيد والتشابك (Complexity)** مع عوامل تحقق المزايا النسبية للبودكاست المسموع والمرئي، حيث رأت عينة الدراسة أنه من السهل فهم تطبيقات البودكاست وتجربتها واستخدامها وسهولة تحميلها بوزن نسبي بلغ 88، توافقا مع تقنيات استخدامهم لتطبيقات البودكاست مثل سبوتفاي وآبل بودكاست وجوجل بودكاست وساوند كلاود والتي تنسم بسهولة الاستخدام والتجربة وتميز التصميم والاعتماد على تقنية (RSS)، وعبر الشباب الجامعي عينة الدراسة أن البودكاست يتسم بتميزه وفائدته، وتحقق تطبيقاته الشهرة والانتشار رغم تنوع مجالاته وتشابك تقنياته بوزن نسبي بلغ 86.3. ففي حين تتعدد مجالات استخدام البودكاست المسموع والمرئي وتنوع تطبيقاته وتشابك التقنيات، إلا أنه يعتبر متميزا ومفيدا لمستخدميه كما حققت تطبيقاته المختلفة الشهرة والانتشار.

ويتضح أن العوامل الأساسية المرتبطة **بقابلية البودكاست المسموع والمرئي كوسيط إعلامي تقني مستحدث للتجربة** أثرت على تبني واستخدام عينة الدراسة له، والتي عبرت أن تجربة استخدامهم للبودكاست وتطبيقاته حققت لهم معاشة التكنولوجيا الحديثة والتفاعلية بوزن نسبي بلغ 85، حيث أصبحنا في عالم يغلب عليه التكنولوجيا الحديثة والتفاعلية. هذا إلى جانب أن تجربتهم للبودكاست واستخدام تطبيقاته المتنوعة أكدت لهم أن التكلفة المادية تعد قليلة مقارنة بالخدمات والاحتياجات التي يحققها لهم بوزن نسبي بلغ 83.3 ونستنتج مما سبق عرضه أن قابلية البودكاست المسموع والمرئي وتطبيقاته للتجربة دفعت عينة الدراسة من الشباب الجامعي المصري لتبنيه وذلك للخصائص المرتبطة بالتجربة الجذابة التي تلبي احتياجاتهم وتساعدهم على استخدام تقنيات التكنولوجيا الحديثة.

وفيما يتعلق بإدراك الشباب الجامعي المصري عينة الدراسة لمدى **توافق وانسجام (Compatibility)** البودكاست المسموع والمرئي وتطبيقاته كوسيط إعلامي تقني مستحدث مع ما لديهم من قيم واحتياجات وخبرات مسبقة، تشير البيانات الإحصائية إلى تفاعل عينة الدراسة مع البودكاست لتناسبه مع تفكيرهم ونمط حياتهم بوزن نسبي بلغ 82.7، وأكدت عينة الدراسة بذات الوزن النسبي أن المضمون الذي يبثه البودكاست المسموع والمرئي يتفق مع قيمهم واحتياجاتهم وخبراتهم السابقة، مما يزيد من تبني الشباب الجامعي المصري للبودكاست المسموع والمرئي وتطبيقاته وسرعة انتشاره في المجتمع المصري بين مختلف فئات الجمهور.

وتعد **وضوح النتيجة (Observability)** من المتغيرات التي تحدد مدى انتشار البودكاست المسموع والمرئي وتطبيقاته كوسيط إعلامي تقني مستحدث وتبني عينة الدراسة له، وكلما كان من السهل على الأفراد ملاحظة نتائج تبني البودكاست المسموع والمرئي كمستحدث زادت سرعة انتشاره والتحدث مع الآخرين حوله مما يزيد من قناعتهم بفوائده وتبنيه، وأشارت عينة الدراسة أن من أهم النتائج الواضحة لديهم أن البودكاست المسموع والمرئي يساعدهم على توفير الوقت والجهد بوزن نسبي بلغ 80.7، بالإضافة إلى تبني عينة الدراسة للبودكاست المسموع والمرئي عقب متابعة عدد من أفراد عائلاتهم وأصدقائهم للبودكاست واستخدام تطبيقاته بوزن نسبي بلغ 74.7 وتدفع هذه الخصائص المرتبطة بوضوح نتائج

تبنى واستخدام البودكاست المسموع والمرئي وتطبيقاته من انتشاره في المجتمع وتبنى مختلف فئات الجمهور له.

ويستخلص من إجابات عينة الدراسة على العبارات الدالة على عوامل تبنيهم للبودكاست المسموع والمرئي وتطبيقاته كوسيط إعلامي تقني مستحدث مقياساً عاماً جاءت مستوياته على النحو التالي:

جدول رقم (17) مستويات المقياس العام لعوامل تبني عينة الدراسة للبودكاست المسموع والمرئي كوسيط إعلامي تقني مستحدث

مستويات المقياس العام لعوامل تبني عينة الدراسة للبودكاست المسموع والمرئي	ك	%
منخفض	3	0.9
متوسط	117	35.1
مرتفع	213	64
الإجمالي	333	100

يكشف الجدول السابق عن المستوى المرتفع لتبني عينة الدراسة للبودكاست المسموع والمرئي وتطبيقاته كمستحدث تقني في مجال الإعلام بنسبة 64%، توافاً مع عوامل التبني الخاصة بالمستحدث، كما بلغ المستوى المتوسط للتبني نسبة 35.1% من عينة الدراسة، ويشير ذلك إلى ارتفاع نسبة تبني عينة الدراسة للبودكاست المسموع والمرئي وتطبيقاته كوسيط إعلامي تقني مستحدث بما يتناسب مع ارتفاع نسبة قبول الشباب الجامعي المصري عينة الدراسة للعوامل الأساسية لعملية تبني البودكاست المسموع والمرئي كمستحدث والتي تضمنت خمسة متغيرات تحددت في المزايا النسبية، والتوافق والانسجام، والتعقيد والتشابه، والقابلية للتجربة، ووضوح النتيجة، مما يزيد من انتشار البودكاست المسموع والمرئي في المجتمع المصري وتبنى مختلف فئات الجمهور له.

14-مراحل تبني الشباب الجامعي المصري عينة الدراسة للبودكاست المسموع والمرئي كوسيط إعلامي تقني مستحدث:

جدول رقم (18) مراحل تبني عينة الدراسة للبودكاست المسموع والمرئي كوسيط إعلامي تقني مستحدث

مراحل تبني عينة الدراسة للبودكاست المسموع والمرئي كوسيط إعلامي تقني مستحدث	موافق		إلى حد ما		غير موافق		المتوسط	الانحراف المعياري	الوزن النسبي
	ك	%	ك	%	ك	%			
عرفت البودكاست من خلال مواقع التواصل الاجتماعي، وإعلانات الإذاعة والتلفزيون.	214	64.3	97	29.1	22	6.6	2.58	0.614	86.0
استخدم البودكاست لاقتناعي بمزاياه المتعددة والمتنوعة	171	51.4	139	41.7	23	6.9	2.44	0.621	81.3
تأكد من مزايا البودكاست وحتمية تبنيه بعد تجربة تطبيقاته	165	49.5	143	42.9	25	7.5	2.42	0.628	80.7

الوزن النسبي	الانحراف المعياري	المتوسط	غير موافق		إلى حد ما		موافق		مراحل تبني عينة الدراسة للبودكاست المسموع والمرئي كوسيط إعلامي تقني مستحدث
			%	ك	%	ك	%	ك	
78.3	0.649	2.35	9.6	32	45.6	152	44.7	149	اهتم بمتابعة البودكاست، وجمع المعلومات الشاملة عن تطبيقاته ونظامها وأنواع الاشتراك فيها.
75.0	0.689	2.25	14.4	48	46.5	155	39.0	130	شجعتني عائلتي وأصدقائي على استخدام تطبيقات البودكاست ومتابعة مضمونها.
73.7	0.696	2.21	15.9	53	47.4	158	36.6	122	استخدمت البودكاست وتبنت تطبيقاته تمامًا، وأغنتني عن أي وسائل مشابهة له في الشكل أو المضمون.
72.7	0.756	2.18	21.0	70	39.6	132	39.3	131	قررت تحميل تطبيقات البودكاست والاشتراك في بعض خدمات البودكاست عند الطلب، ومتابعة مختلف مؤسسات البودكاست والمؤثرين عبره

وفقاً لنظرية انتشار المستحدثات، حدد روجرز مراحل يمر بها الأفراد الذين يتبنون المستحدث في المجتمع، وأكد أنه ليس من الضروري أن يمر الفرد بجميع هذه المراحل لتبني المستحدث. وصممت الباحثة مقياساً للتعرف على المراحل التي مر بها الشباب الجامعي المصري عينة الدراسة لتبني البودكاست المسموع والمرئي وتطبيقاته كمستحدث تقني في مجال الإعلام، وتحددت هذه المراحل في **مرحلة الوعي، ومرحلة الاهتمام، ومرحلة التقييم واتخاذ القرار، ومرحلة التجريب، ومرحلة التبني.**

وتشير البيانات الإحصائية للجدول السابقة أن عينة الدراسة "عرفت البودكاست من خلال مواقع التواصل الاجتماعي وإعلانات الإذاعة والتلفزيون" في الترتيب الأول بوزن نسبي بلغ 86، وترتبط هذه العبارة بالمرحلة الأولى بين مراحل تبني المستحدث وهي **مرحلة الوعي**، حيث يبرز تأثير وسائل الإعلام وخاصة الرقمية في تحفيز عينة الدراسة لمعرفة البودكاست وتطبيقاته. وفي الترتيب الثاني، جاءت عبارة "استخدم البودكاست لاقتناعي بمزاياه المتعددة والمتنوعة" بوزن نسبي بلغ 81.3%، وتعتبر هذه العبارة عن **مرحلة اتخاذ القرار والتقييم**، وهي المرحلة الثالثة ضمن مراحل عملية التبني، وبمجرد معرفة عينة الدراسة بالبودكاست بدأ في استخدامه واكتشاف مزاياه والاقتناع به. وفي الترتيب الثالث، جاءت عبارة "تأكد من مزايا البودكاست وحتمية تبنيه بعد تجربة تطبيقاته" بوزن نسبي للموافقة بلغ 80.7%، وتعتبر هذه العبارة عن **مرحلة التجربة**، وهي المرحلة الرابعة بين مراحل عملية التبني، مما يشير إلى التجربة الفعلية المميزة التي تحققت لدى عينة الدراسة. وفي الترتيب الرابع والسادس، جاءت عبارتي "اهتم بمتابعة البودكاست، وجمع المعلومات

الشاملة عن تطبيقاته ونظامها وأنواع الاشتراك فيه"، و"استخدمت البودكاست وتبنت تطبيقاته تمامًا، وأغنتني عن أي وسائل مشابهة له في الشكل أو المضمون" بوزن نسبي للموافقة بلغ 78.3% و73.7% لكل عبارة على التوالي، وتعبير هاتان العبارتان عن مرحلتي الاهتمام والتبني، وهما المرحلة الثانية والخامسة في عملية التبني، حيث سعت عينة الدراسة بعد استخدام البودكاست وتجربته للسعي لجمع معلومات شاملة أكثر عنه، وعن نظامه وكيفية الاشتراك فيه، وفي النهاية تبنت عينة الدراسة البودكاست وتطبيقاته بشكل تام إلى جانب استغنائهم عن أي وسائل مشابهة في الشكل أو المضمون.

وأعربت عينة الدراسة عن تأثير الجماعات المحيطة بهم في تبني البودكاست المسموع والمرئي وتطبيقاته، واتخاذهم قرار تحميل تطبيقات البودكاست والاشتراك في بعض خدمات البودكاست عند الطلب ومتابعة مختلف مؤسسات البودكاست ومؤثرينه، حيث بلغ الوزن النسبي للموافقة على عبارتي "شجعتني عائلتي وأصدقائي على استخدام تطبيقات البودكاست ومتابعة مضمونه"، و"قررت تحميل تطبيقات البودكاست والاشتراك في بعض خدمات البودكاست عند الطلب، ومتابعة مختلف مؤسسات البودكاست والمؤثرين عبره"، 75% و72.7% على التوالي لكل منهما. ويشير ذلك إلى مرور أغلب عينة الدراسة بمرحلتي التأكيد واتخاذ القرار، وهي مراحل ذكرتها نظرية انتشار المستحدثات، وقد يمر بها المتبنون للمستحدث.

ونستنتج من العرض السابق، أن أغلب الشباب الجامعي المصري عينة الدراسة مروا بالمرحلة الخمس لعملية تبني البودكاست المسموع والمرئي وتطبيقاته. ويعكس ذلك انتشار البودكاست باعتباره وسيطاً تقنياً مستحدثاً في الإعلام بالمجتمع المصري. ويلاحظ أن عينة الدراسة لم تمر بالمرحلة بشكل منتظم وأن بعض المراحل سبقت مراحل أخرى، وقد يتوافق ذلك مع طبيعة العينة التي تنتمي لجيل الإنترنت والمعروفين بالمواطنين الرقميين وجيل (Z) وهم وسطاء التكنولوجيا الجيل الأكثر استخداماً وشغفاً بالتكنولوجيا وتقنياتها الحديثة. ويستخلص من إجابات عينة الدراسة على العبارات الدالة مراحل تبينهم للبودكاست المسموع والمرئي وتطبيقاته مقياساً عاماً جاءت مستوياته على النحو التالي:

جدول رقم (19) مستويات المقياس العام لمرحلة تبني عينة الدراسة للبودكاست المسموع

والمرئي كوسيط إعلامي تقني مستحدث

مستويات المقياس العام لمرحلة تبني عينة الدراسة للبودكاست المسموع والمرئي	ك	%
منخفض	17	5.1
متوسط	155	46.5
مرتفع	161	48.3
الإجمالي	333	100

يكشف الجدول السابق عن المستوى المرتفع لمرور عينة الدراسة بمرحلة تبني البودكاست المسموع والمرئي وتطبيقاته كمستحدث تقني في مجال الإعلام بنسبة 48.3% في مقابل نسبة 46.5% للمستوى المتوسط، ويتفق ذلك مع نسبة ارتفاع موافقة عينة الدراسة على عبارات المقياس التي تراوحت بين 86% و72.7%. ويدعم ذلك مرور أغلبية عينة الدراسة بمرحلة التبني بداية من مرحلة الوعي، ومرحلة الاهتمام، ومرحلة اتخاذ القرار والتقييم،

ومرحلة التجريب، ومرحلة التبني، وفقاً لمراحل التبني التي ذكرها روجرز في نظرية انتشار المستحدثات.

15- فئات المتبنين من الشباب الجامعي المصري عينة الدراسة للبودكاست المسموع والمرئي كوسيط إعلامي تقني مستحدث:

جدول رقم (20) فئات المتبنين من عينة الدراسة للبودكاست المسموع والمرئي كوسيط إعلامي تقني مستحدث

الوزن النسبي	الانحراف المعياري	المتوسط	غير موافق		إلى حد ما		موافق		فئات المتبنين من عينة الدراسة للبودكاست المسموع والمرئي كوسيط إعلامي تقني مستحدث
			%	ك	%	ك	%	ك	
80.0	0.663	2.4	9.9	33	39.9	133	50.2	167	استخدمت البودكاست وتطبيقاته عندما تأكدت وشاهدت أن مستخدميه لا يعانون من أي خسائر مترتبة على ذلك.
78.0	0.686	2.34	12.3	41	41.7	139	45.9	153	تبنت البودكاست وتطبيقاته لتعدد خصائصه ودعوت أهلي وأصدقائي ومعارفي لتبني استخدامها.
76.0	0.714	2.28	15.3	51	41.1	137	43.5	145	سعت إلى استخدام البودكاست وتطبيقاته لكني توخيت الحذر في التعامل معه باعتباره مستحدثاً جديداً على المجتمع.
76.0	0.723	2.28	15.9	53	39.9	133	44.1	147	اعتمدت على تحفيز الأصدقاء والأقارب لي لتبني البودكاست وتطبيقاته.
74.3	0.684	2.23	14.4	48	48.0	160	37.5	125	أخذت بعض الوقت لتبني البودكاست وتطبيقاته لضرورة توفير دليل قوي ولم أرغب في أن أكون آخر من يتبناه

صنف روجرز في نظرية انتشار المستحدثات المتبنين للمستحدث إلى خمس فئات، وتطبق هذه الفئات على الدراسة الحالية، لتحديد فئة المبتكرين في مؤسسي البودكاست المسموع والمرئي وتطبيقاته، وهي فئة المغامرين والمخاطرين المستعدين لاختبار التقنيات التكنولوجية الجديدة مباشرة، والتعامل مع مستوى معين من عدم اليقين بشأن البودكاست المسموع والمرئي، ويعتبرون الفئة الأولى التي تبنت البودكاست المسموع والمرئي وعملت على نشره في المجتمع المصري وتعريف مختلف فئات الجمهور المصري بالبودكاست المسموع والمرئي وتطبيقاته، وهي فئة لا تتضمنها الدراسة، ومن هنا تتضمن فئات المتبنين في هذه الدراسة المتبنين الأوائل، والأغلبية المبكرة، والأغلبية المتأخرة، والمتقاعسين. وتحدد فئة المتقاعسين/المتكاسلين في عينة الدراسة التي لا تتبني البودكاست وتطبيقاته،

والتي رفضت تبنيه. ومن هنا وُضع مقياس من خمس عبارات ترتبط بفئات المتبنين الأوائل، والأغلبية المبكرة، والأغلبية المتأخرة، توافاً مع منحى روجرز لتصنيف المتبنين للمستحدث، لمحاولة تحديد فئات المتبنين من الشباب الجامعي المصري عينة الدراسة للبودكاست المسموع والمرئي كوسيط تقني مستحدث في مجال الإعلام، والتي جاءت منقسمة كما يأتي:

فئة المتبنين الأوائل (Early Adopters) ، هم قادة الرأي وأول من يتبنون البودكاست المسموع والمرئي وتطبيقاته من عينة الدراسة ضمن مجموعاتهم، وهي فئة حاسمة الأهمية لخفض مستويات عدم اليقين حول تبني المستحدث، وتعمل هذه الفئة على نقل المعلومات حول البودكاست المسموع والمرئي وتطبيقاته إلى الأعضاء الآخرين، حيث قامت هذه الفئة بتبني البودكاست المسموع والمرئي بسرعة نسبية وبشكل نشط يدل على أن هؤلاء الأفراد لديهم استعداد واضح لتجربة التكنولوجيا الجديدة واستخدامها، وتشير البيانات الإحصائية في الجدول السابق أن فئة عينة الدراسة التي "تبنت البودكاست وتطبيقاته لتعدد خصائصه ودعوت أهلي وأصدقائي ومعارفي لتبني استخدامها" بوزن نسبي بلغ 78، حيث تبنت هذه الفئة البودكاست المسموع والمرئي كمستحدث تقني في مجال الإعلام، ولم تكتفِ بالتبني بل دعت الأهل والأصدقاء والمعارف لاستخدامه وتبنيه، مما يعكس التأثير الإيجابي للتوصيات الشخصية والدعم الاجتماعي خاصة لمثل هذه الفئة التي تمثل قادة رأي بين الشباب الجامعي المصري عينة الدراسة في تعزيز انتشار واستخدام البودكاست المسموع والمرئي وتطبيقاته بين عينة الدراسة ومختلف الفئات العمرية والاجتماعية.

وفيما يتعلق بفئة الأغلبية المبكرة (Early Majority) ، سعت إلى استخدام البودكاست المسموع والمرئي، لكن توخت الحذر في التعامل معه باعتباره مستحدثاً جديداً على المجتمع بوزن نسبي بلغ 76، هذا التوخي للحذر قد يكون ناتجاً عن عدم الاطلاع الكافي على كيفية استخدام البودكاست المسموع والمرئي وتطبيقاته أو عن اعتباره مستحدثاً جديداً يتطلب فترة للتأقلم معه وتقبله في المجتمع، حيث أخذت هذه الفئة بعض الوقت لتبني البودكاست المسموع والمرئي وتطبيقاته لضرورة توفير دليل قوي ولم ترغب في أن تكون آخر من يتبنوها بوزن نسبي بلغ 74.3، تتوافق هذه النتائج مع سمات فئة الأغلبية المبكرة وهي الفئة التابعة للمتبنين الأوائل، والذين يمتازون بالحذر في التعامل مع كل ما هو جديد، هي فئة مقتنعة بتبني البودكاست المسموع والمرئي وتطبيقاته كمستحدث إعلامي تقني ولكنهم في الوقت ذاته يأخذون بعض الوقت لتبنيه، ويحتاجون توفير دليل قوي على فوائد تبني البودكاست المسموع والمرئي وتطبيقاته، وفي الوقت نفسه لا يرغبون في أن يكونوا آخر من تبني البودكاست وتطبيقاته كمستحدث. حيث تشير النتيجة إلى أنهم أخذوا بعض الوقت لتبني البودكاست المسموع والمرئي وتطبيقاته ورغم توخيهم الحذر، إلا أنهم انتقلوا بشكل تدريجي لاستخدامها، ربما بمساعدة أدلة ومعلومات تؤكد لهم جودة البودكاست المسموع والمرئي وتطبيقاته وفائدته، وهذا دليل على أنهم لا يرغبون في التأخر كثيراً في اعتماد البودكاست المسموع والمرئي وتطبيقاته كأحد التقنيات التكنولوجية الحديثة في الإعلام.

وتعرف فئة الأغلبية المتأخرة (Late Majority) ، بالفئة التي تتبنى البودكاست المسموع والمرئي كمستحدث إعلامي تقني عندما لا تجد من تبنيه أي خسائر، ويكونوا أكثر تقليدية وشك وحذر لذلك يعتمدون على تحفيز الأصدقاء والمقربين لتبني البودكاست المسموع

والمرئي واستخدام تطبيقاته، حيث استخدمت عينة الدراسة البودكاست وتطبيقاته عندما تأكدت وشاهدت أن مستخدميها لا يعانون من أي خسائر مترتبة على ذلك بوزن نسبي بلغ 80، مما يعكس مستوى من التقليدية والحذر والشك حول الآثار والنتائج المحتملة قبل الاستخدام والتبني، وأن هذا النوع من الاستجابة يمكن أن ينبئ بأن هؤلاء الأفراد يقدرّون الأمان والفوائد المتوقعة قبل تبني البودكاست المسموع والمرئي وتطبيقاته كأحد تقنيات التكنولوجيا الحديثة في الإعلام، كما أنها اعتمدت على تحفيز الأصدقاء والأقارب لهم لتبني البودكاست وتطبيقاته بوزن نسبي بلغ 76، وهذا يدل على أنهم قد يكونون يثقون بتجارب أشخاص قريبين منهم في استخدام البودكاست المسموع والمرئي وتطبيقاته، مما دفعهم للانضمام إليهم بعد أن شاهدوا نتائج إيجابية أو استمتعوا من قبل الأشخاص المقربين منهم. ويستخلص من إجابات عينة الدراسة على عبارات تصنيف فئات المتبنين للبودكاست المسموع والمرئي مقياساً عاماً جاءت مستوياته على النحو التالي:

جدول رقم (21) مستويات المقياس العام لفئات المتبنين من عينة الدراسة للبودكاست

المسموع والمرئي كوسيط إعلامي تقني مستحدث

مستويات المقياس العام لفئات المتبنين من عينة الدراسة للبودكاست المسموع والمرئي	ك	%
منخفض	28	8.4
متوسط	142	42.6
مرتفع	163	48.9
الإجمالي	333	100

يشير مقياس فئات المتبنين إلى تصنيف الشباب الجامعي المصري عينة الدراسة كفئات متبنيه للبودكاست المسموع والمرئي وتطبيقاته باعتباره مستحدثاً إعلامياً تكنولوجياً على المجتمع المصري، وتنحصر في فئات الأغلبية المبكرة، والأغلبية المتأخرة، والمتبنين الأوائل. وتشير النتائج، من حيث درجة كثافة التبني والاستخدام ومقاييس سمات المتبنين في الدراسة الحالية، إلى أن الشباب الجامعي المصري هم الأكثر إقبالاً واستخداماً للتكنولوجيا الحديثة، ويقعون في فئات الأغلبية المتأخرة، والأغلبية المبكرة، والمتبنين الأوائل، وارتفعت نسبة موافقة عينة الدراسة على سمات فئات المتبنين الثلاث بفروق نسبية بسيطة بين الفئات حيث بلغ معدل الموافقة على عبارات المقياس 80: 74.3، وتصدر فئة الأغلبية المتأخرة تشير إلى ارتفاع نسبة تبني البودكاست المسموع والمرئي وتطبيقاته بين عينة الدراسة توافقاً مع أن هذه الفئة تتبنى المستحدث بعد اعتماده من متوسط السكان كما أشار روجرز في نظرية انتشار المستحدثات، ولذلك جاءت مستويات المقياس العام لفئات المتبنين من الشباب الجامعي المصري عينة الدراسة ذات مستويات مرتفعة بنسبة 48.9%، والمستويات المتوسطة 42.9% بفارق نسبي بينهما بلغ 6%.

16-أساليب تفاعل الشباب الجامعي المصري عينة الدراسة مع البودكاست المسموع والمرئي كوسيط إعلامي تقني مستحدث:
جدول رقم (22) أساليب تفاعل عينة الدراسة مع البودكاست المسموع والمرئي كوسيط إعلامي تقني مستحدث

الوزن النسبي	الانحراف المعياري	المتوسط	غير موافق		إلى حد ما		موافق		أساليب تفاعل عينة الدراسة مع البودكاست المسموع والمرئي كوسيط إعلامي تقني مستحدث
			%	ك	%	ك	%	ك	
85.0	0.592	2.55	5.1	17	60.4	201	60.4	201	اقوم بعمل متابعة Follow
84.3	0.637	2.53	7.8	26	30.9	103	61.3	204	اسجل اعجابي بالبودكاست من خلال النقر على like
81.3	0.658	2.44	9.3	31	37.8	126	52.9	176	الاشتراك في صفحات البودكاست على شبكات التواصل الاجتماعي
79.7	0.693	2.39	12.0	40	36.6	122	51.4	171	اشترك في قنوات البودكاست Subscribe RSS
78.7	0.673	2.36	11.1	37	42.0	140	46.8	156	اقوم بتحميل محتوى البودكاست وحفظه
74.7	0.699	2.24	15.3	51	45.6	152	39.0	130	دعوة الأصدقاء للاشتراك ومتابعة البودكاست
68.3	0.774	2.05	27.3	91	39.9	133	32.7	109	اقوم بالتواصل المباشر مع حلقات البودكاست
68.0	0.769	2.04	27.6	92	40.8	136	31.5	105	أقوم بمشاركة البودكاست عبر صفحتي على مواقع التواصل الاجتماعي Share
67.3	0.776	2.02	29.1	97	39.9	133	30.9	103	أقوم بكتابة تعليق Comment
63.7	0.822	1.91	38.4	128	31.8	106	29.7	99	إرسال رسالة للمدون الصوتي المقدم للبودكاست
62.3	0.808	1.87	39.6	132	33.3	111	27.0	90	اقوم بالرد على تعليقات المتابعين للبودكاست

وفقا لنتائج الدراسة مر الشباب الجامعي المصري عينة الدراسة بعدد من المراحل لتبني البودكاست المسموع والمرئي وتطبيقاته كمستحدث تقني في الإعلام، وصُنفت عينة الدراسة وفقاً لمنحنى روجرز لفئات المتبنين للمستحدث، وتعد أساليب التفاعل مع البودكاست وتطبيقاته أحد مؤشرات عملية التبني ونشر المستحدث في المجتمع المصري بين مختلف فئات الجمهور المصري، حيث يسعى كل من فئة المتبنين الأوائل بالتواصل مع فئة الأغلبية المبكرة لنشر المعلومات حول البودكاست المسموع والمرئي وتطبيقاته لإقناعهم بالتبني، وتعتمد الأغلبية المتأخرة على المعلومات والتجربة التي توفرها فئة الأغلبية المبكرة لتسريع عملية تبني المستحدث، حتى فئة المتكاسلين/المقاومين للتغيير، والتي لا تتبني المستحدث، مع الوقت وبالاتماد على أساليب تفاعل الفئات الأخرى مع البودكاست المسموع والمرئي

وتطبيقاته قد يدفعهم ذلك لتبنيه، وبذلك تتضح العلاقة بين فئات المتبنين وأساليب التفاعل مع البودكاست وتطبيقاته لنشر المعلومات ومحاكاة التجربة لدعم وانتشار المستحدث في المجتمع المصري كوسيط إعلامي تقني حديث وحث عينة الدراسة وفئات الجمهور المصري على تبنيه، وتؤكد البيانات الإحصائية التي يعرضها الجدول السابق ذلك على النحو الآتي:

استخدام الشباب الجامعي المصري عينة الدراسة لأدوات التفاعلية الخاصة بالبودكاست المسموع والمرئي وتطبيقاته، حيث قامت عينة الدراسة بعمل متابعة Follow بوزن نسبي بلغ 85، مما يشير إلى رغبة قوية في متابعة البودكاست والمحتوى الذي يبثه والحصول على تحديثات دورية، ثم تسجل إعجابهم بالبودكاست من خلال النقر على Like بوزن نسبي بلغ 84.3، مما يشير إلى تقدير المحتوى والتعبير عن الاستمتاع به عبر إشارة واضحة بالإعجاب بمختلف مستوياته، ثم القيام بتحميل محتوى البودكاست وحفظه بوزن نسبي بلغ 78.7 مما يعكس الاستعداد للاستمرارية في الاستماع للحلقات ومشاهدتها بشكل مستقل، والرغبة في الاستفادة من المحتوى بشكل دائم وإعادة الاستماع إليه ومشاهدته في وقت لاحق، ثم القيام بمشاركة البودكاست عبر صفحتي على مواقع التواصل الاجتماعي Share بوزن نسبي بلغ 68، فهي تشير إلى أن عددًا أقل من الأشخاص قد يقومون بالمشاركة الفعالة للمحتوى عبر هذه القنوات، وقد يرتبط ذلك بمدى الرغبة في مشاركة البودكاست ومحتواه كمستحدث إعلامي تقني في المجتمع المصري مع الآخرين والإسهام في نشر المحتوى الذي يروونه مفيدًا أو مثيرًا للاهتمام لإقناعهم بمتابعة البودكاست واستخدامه، والعمل على نشره، إلى جانب قيام بعض أفراد العينة بكتابة تعليقات على البودكاست ومحتواه بوزن نسبي بلغ 67.3%. ويتضح من ذلك اعتماد عينة الدراسة على المستويات المختلفة للتفاعلية مع البودكاست ومضمونه عبر مواقع التواصل الاجتماعي، وتضمنت التفاعلية النشطة وغير النشطة، وأكدت نتائج الدراسة الارتباط بين فئتي المبتكرين والمتبنين الأوائل وأدوات التفاعلية مع البودكاست للعمل على نشره بين فئات الجمهور المختلفة ودعم تبنيه له كمستحدث تقني إعلامي في المجتمع المصري، باعتبارهم حراس البوابة وقادة الرأي بين عينة الدراسة التي توفر المعلومات لفئات المتبنين الأخرى وتعمل على نشر وتبني المستحدث بينهم.

واعتمدت عينة الدراسة على الاشتراك في صفحات البودكاست وقنواته والتواصل مع القائم بالاتصال، حيث أعربت عينة الدراسة عن الاشتراك في صفحات البودكاست على شبكات التواصل الاجتماعي بوزن نسبي بلغ 81.3، ويظهر ذلك رغبتهم في البقاء على اطلاع دائم على آخر تحديثات البودكاست ومتابعة المحتوى بشكل منتظم عبر المواقع الاجتماعية التي يستخدمونها بشكل يومي، ثم الاشتراك في قنوات البودكاست RSS Subscribe بوزن نسبي بلغ 79.7 مما يدل على استخدام التقنية لتسهيل الوصول إلى حلقات البودكاست بشكل مباشر ومنظم، والتي تعد من المزايا التقنية للبودكاست كمستحدث تقني إعلامي، وحرص العينة على الحصول على تحديثات فورية حول المحتوى الجديد والقدرة على الاستماع إليه ومشاهدته بشكل فوري دون تأخير، إلى جانب إرسال رسالة للمدون الصوتي المقدم للبودكاست بوزن نسبي بلغ 63.7، ونستنتج من أساليب التفاعل باعتبارها أحد مؤشرات التبني، أن الاشتراك في صفحات البودكاست وقنواته والتواصل مع القائم بالاتصال يعدان أهم آليات التواصل بين فئتي المبتكرين المؤسسين لهذه الصفحات والقنوات والقائمين

بالاتصال فيها، وبين فئة المتبنين الأوائل، والتي تعد النسبة الأقل بين فئات المتبنين وفقاً لمنحنى روجرز ومور لتصنيف المتبنين، حيث تعد هذه الآليات وسائل نقل المعلومات حول البودكاست كمستحدث إعلامي تقني إلى الأعضاء الآخرين، باعتبار فئة المتبنين الأوائل فئة المستشارين لجماعات اجتماعية حول البودكاست المسموع والمرئي وتطبيقاته، وحكمهم وتقييمهم يختصر وقتاً طويلاً لتحديد معدل التبني الإضافي من قبل المستخدمين الآخرين. وفي سياق استثمار عينة الدراسة لأدوات التفاعل مع الآخرين، قاموا بدعوة الأصدقاء للاشتراك ومتابعة البودكاست إلى دورهم النشط في نشر البودكاست ومحتواه بين أصدقائهم والفئات الأخرى في المجتمع، وجذب المزيد من المتبنين المحتملين للبودكاست المسموع والمرئي وتطبيقاته، والرغبة في مشاركة المحتوى الذي يرونه مفيداً أو مثيراً مع أصدقائهم، مما يعزز من انتشار البودكاست بشكل أوسع، ثم جاء القيام بالتواصل المباشر مع حلقات البودكاست بوزن نسبي بلغ 68.3، مما يؤكد استخدامهم لأدوات التفاعل مثل التعليقات أو الردود المباشرة للتعبير عن آرائهم ومشاركة تجاربهم مع المحتوى حيث أن هذا النوع من التفاعل يسهم في بناء مجتمع حول البودكاست وتعزيز التفاعل بين المستخدمين وصانعي المحتوى، وامتد دور عينة الدراسة إلى الرد على تعليقات المتابعين للبودكاست بوزن نسبي بلغ 62.3، مما يعكس رغبتهم في الاندماج في المجتمع الذي يتفاعل مع البودكاست، ويعزز من تفاعلهم مع المحتوى ومع المستخدمين الآخرين بشكل إيجابي لنشر البودكاست ومحتواه، وتتوافق هذه الآليات مع فئة الأغلبية المبكرة كأحد فئات المتبنين وفقاً لتصنيف روجرز، وهي الفئة التي تعد حلقة وصل بين فئة المتبنين الأوائل وفئة الأغلبية المتأخرة، حيث يعتبرون المستخدمين التابعين للمتبنين الأوائل، ويعتمدون على المعلومات التي يوفرها لهم، بالإضافة إلى ممارسة فئة الأغلبية المبكرة تأثيرها على فئة الأغلبية المتأخرة، والتي تعتمد على تحفيز الأصدقاء لتبني المستحدث، كما قد يمتد دور فئة الأغلبية المبكرة لفئة المتكاسلين/المقاومين للتغيير لإقناعهم بتبني البودكاست المسموع والمرئي كمستحدث إعلامي تقني والإقناع باستخدامه، في إطار مراحل عملية التبني وانتشار البودكاست المسموع والمرئي وتطبيقاته بين فئات المتبنين الخمس. ويستخلص من إجابات عينة الدراسة على عبارات أساليب تفاعلهم مع البودكاست المسموع والمرئي مقياساً عاماً جاءت مستوياته على النحو التالي:

جدول رقم (23) مستويات المقياس العام لأساليب تفاعل عينة الدراسة مع البودكاست المسموع والمرئي كوسيط إعلامي تقني مستحدث

مستويات المقياس العام لأساليب تفاعل عينة الدراسة مع البودكاست المسموع والمرئي	ك	%
منخفض	36	10.8
متوسط	191	57.4
مرتفع	106	31.8
الإجمالي	333	100

يكشف الجدول السابق عن المستوى المتوسط لتفاعل الشباب الجامعي المصري عينة الدراسة مع البودكاست المسموع والمرئي كمستحدث إعلامي تقني في المجتمع المصري بنسبة بلغت 57.4% في مقابل نسبة 31.8% لمستوى التفاعل المرتفع، ويتفق ذلك مع مراحل نشر البودكاست المسموع والمرئي وتطبيقاته باعتباره وسيطاً مستحدثاً تقنياً في مجال

الإعلام، وفئات المتبنين للبودكاست من عينة الدراسة، والتي اعتمدت على آليات التفاعل كأحد المؤشرات المهمة في عملية التبني، ومدى توافق ذلك مع سمات فئات المتبنين التي تبدأ من المبتكرين الذين صمموا شبكات التواصل الاجتماعي وقنوات البودكاست، مروراً بفئة المتبنين الأوائل التي يعدون أول المتبنين للبودكاست المسموع والمرئي وتطبيقاته، واعتمادهم كقادة رأي على أدوات التفاعل المختلفة لنشر البودكاست وتطبيقاته عبر التواصل مع الفئات الأخرى للمتبنين والتي تضمنت الأغلبية المبكرة والأغلبية المتأخرة، والتي وظفت كل منها أدوات التفاعل وفقاً لسمات كل فئة ودورها في نشر البودكاست المسموع والمرئي كمستحدث تقني إعلامي وحث عينة الدراسة على تبنيه ونشره بين فئات الجمهور المصري المختلفة، بما يتوافق مع مراحل انتشار المستحدث في المجتمع المصري، ويبرز ذلك دور التكنولوجيا الحديثة متمثلة في صفحات ومواقع التواصل الاجتماعي وقنوات البودكاست والتقنيات التكنولوجية الحديثة مثل RSS، والتفاعلية التي تحققها وسائل الإعلام الجديد، في دفع عملية التبني بمختلف مراحلها وتوظيف فئات المتبنين عبر وسائل الإعلام الافتراضي وشبكات التواصل الاجتماعي في عملية تبني المستحدثات التقنية الجديدة في مجال الإعلام عبر الواقع الافتراضي وتفعيل ذلك في الواقع الفعلي بين فئات الجمهور في المجتمع المصري.

17- مدى تلبية البودكاست المسموع والمرئي كوسيط إعلامي تقني مستحدث للاحتياجات الاتصالية النفسية للشباب الجامعي المصري عينة الدراسة:

جدول رقم (24) مدى تلبية البودكاست المسموع والمرئي كوسيط إعلامي تقني مستحدث

للاحتياجات الاتصالية النفسية لعينة الدراسة

الوزن النسبي	الانحراف المعياري	المتوسط	غير موافق		إلى حد ما		موافق		مدى تلبية البودكاست المسموع والمرئي كوسيط إعلامي تقني للاحتياجات الاتصالية النفسية لعينة الدراسة
			%	ك	%	ك	%	ك	
86.0	0.563	2.58	3.6	12	34.8	116	61.6	205	تزودني متابعة البودكاست بكم كبير من المعلومات عن الأحداث الجارية.
86.0	0.524	2.58	1.5	5	39.0	130	59.5	198	استخدام البودكاست يساعدني في معرفة المجالات الجديدة والإلمام بالعديد من المجالات الحياتية
83.3	0.579	2.5	4.2	14	41.7	139	54.1	180	دعمت متابعتي للبودكاست فهم ذاتي وتطويرها واكتساب مهارات التفكير الإيجابي
82.7	0.614	2.48	6.3	21	39.3	131	54.4	181	تحفزني متابعة البودكاست على تحقيق أهدافي والتعبير عن ذاتي
81.7	0.607	2.45	6.0	20	43.2	144	50.8	169	استخدام البودكاست يساهم في تحسين حالتي المزاجية وقضاء وقت وحدتي والهروب من الضغوط اليومية
80.7	0.604	2.42	6.0	20	46.2	154	47.7	159	دعم متابعتي للبودكاست ثقتي في ذاتي وتغيير عاداتي وسلوكياتي

أشارت تطورات نظرية انتشار المستحدثات إلى متغير مهم تحدد في العلاقة بين المستحدث ومدى تلبية احتياجات الجمهور المستخدم، وأكدت النظرية وجود علاقة ارتباطية بين مدى انتشار وتبني المستحدث وتلبية الاحتياجات الاتصالية النفسية للجمهور المستخدم، وبالتطبيق على البودكاست المسموع والمرئي كوسيط تقني إعلامي مستحدث، فكلما زادت تلبية البودكاست للاحتياجات الاتصالية النفسية للشباب الجامعي المصري عينة الدراسة كلما زاد تبنيه له والعمل على انتشاره في المجتمع المصري، وقامت الباحثة بتصميم مقياس لمدى تلبية البودكاست المسموع والمرئي للاحتياجات الاتصالية النفسية لعينة الدراسة، والتي تضمنت تلبية الفضول المعرفي، وتطور الذات، والتحفيز ودعم الثقة بالنفس، وقضاء أوقات الوحدة والترفيه والهروب من الضغوط اليومية.

ويعرض الجدول السابق البيانات الإحصائية للمقياس التي تراوحت نسبة الموافقة عليه من 86 إلى 80.7، ويعد معدلاً نسبياً مرتفعاً يعبر عن تلبية البودكاست بصيغته المسموعة والمرئية للاحتياجات الاتصالية النفسية لعينة الدراسة، حيث عمل على تلبية الاحتياجات المعرفية وتشكيل توجهات الفرد الذاتية وشخصيته، فأعربت عينة الدراسة عن أنها تزيد لديهم كمّاً كبيراً من المعلومات عن الأحداث الجارية بوزن نسبي بلغ 86، وبذات الوزن النسبي السابق يساعدهم البودكاست في معرفة المجالات الجديدة والإلمام بالعديد من المجالات الحياتية، أي يمكن القول إن تلبية الاحتياج الاتصالي النفسي الأول متمثل في تحقيق الثراء المعرفي لديهم والذي ترتب عليه فهم الشباب الجامعي المصري عينة الدراسة لذاتهم وتطوير الذات واكتساب مهارات التفكير الإيجابي بوزن نسبي بلغ 83.3، يتوافق ذلك مع طبيعة المضمون الذي يقدمه البودكاست في مجال تطوير الذات واكتساب التفكير الإيجابي الناقد.

لم يقتصر تلبية البودكاست المسموع والمرئي للاحتياجات الاتصالية النفسية للشباب الجامعي المصري عينة الدراسة على الاحتياجات المعرفية والفكرية فقط، حيث عبرت عينة الدراسة أن البودكاست حفزهم على تحقيق أهدافهم والتعبير عن ذاتهم بوزن نسبي بلغ 82.7، وأن استخدام البودكاست ساهم في تحسين حالتهم المزاجية ومساعدتهم على قضاء أوقات وحدتهم والهروب من الضغوط اليومية بوزن نسبي بلغ 81.7، هذا إلى جانب دعم ثقتهم بذاتهم وتغيير عاداتهم وسلوكياتهم بوزن نسبي بلغ 80.7، مما يبرز الاحتياجات الاتصالية النفسية التي يلتيها البودكاست بصيغته المسموعة والمرئية كوسيط إعلامي تقني مستحدث لدى الشباب الجامعي المصري عينة الدراسة والتي تضمنت احتياجات معرفية وعاطفية وسلوكية تخص الذات والهوية الشخصية والفكرية والتواصل مع الذات لعينة الدراسة التي تنتمي إلى جيل ما بعد الألفية ويعرفون بجيل المواطنين الرقميين، مما يؤكد دور التقنيات التكنولوجية المستحدثة باعتبارها وسائل إعلامية مؤثرة تعمل على تلبية احتياجات الأجيال الجديدة الاتصالية المعرفية والعاطفية والسلوكية وتدعم الجانب الإيجابي والتفكير الإيجابي الناقد واكتساب مهاراته.

وتتفق هذه النتائج مع النتائج التي توصلت إليها دراسات (Chou et al, 2022)، و (Jaakonaho, 2021)، (النابلسي، 2021)، ودراسة (Heshmat & Lillian, 2018)، والتي أكدت دور البودكاست في إمداد الأفراد بالأفكار الإيجابية وتطوير شخصياتهم

والاتصال مع ذاتهم، ودعم المستخدمين في قضاء أوقات الوحدة، وشعور المستخدمين بالتمكين، وخلق شعور القرب الإنساني والتواصل، وخلق شعور بالصدقة والدفء. ويستخلص من إجابات عينة الدراسة على العبارات المرتبطة بمدى تلبية البودكاست المسموع والمرئي كوسيط إعلامي تقني مستحدث للاحتياجات الاتصالية النفسية لديهم مقياساً عاماً جاءت مستوياته على النحو الآتي:

جدول رقم (25) مستويات المقياس العام لمدى تلبية البودكاست المسموع والمرئي كوسيط إعلامي تقني مستحدث للاحتياجات الاتصالية النفسية لعينة الدراسة

مستويات المقياس العام لمدى تلبية البودكاست المسموع والمرئي للاحتياجات الاتصالية النفسية لعينة الدراسة	ك	%
منخفض	6	1.8
متوسط	131	39.3
مرتفع	196	58.9
الإجمالي	333	100

تؤكد البيانات الإحصائية في الجدول السابق أن تبني الشباب الجامعي المصري عينة الدراسة للبودكاست المسموع والمرئي، كوسيط إعلامي تقني مستحدث في المجتمع المصري، يلبي احتياجاتهم الاتصالية النفسية بمستوى مرتفع بلغ نسبة 58.9% مقابل نسبة متوسطة بلغت 39.3%، وتؤكد هذه النتائج أنه كلما زادت تلبية البودكاست بصيغته المسموعة والمرئية باعتباره وسيلة إعلامية تقنية مستحدثة للاحتياجات الاتصالية النفسية لعينة الدراسة، زاد تبني عينة الدراسة للمستحدث والعمل على انتشاره بين الفئات المختلفة في المجتمع المصري، حيث إن تلبية البودكاست للاحتياجات الاتصالية النفسية لعينة الدراسة تحددت في الاحتياجات المعرفية وتطوير الذات واكتساب مهارات التفكير الإيجابي وقضاء أوقات الوحدة والهروب من الضغوط اليومية، مما زاد من تبنيهم له.

18- مدى تلبية البودكاست المسموع والمرئي كوسيط إعلامي تقني مستحدث للاحتياجات الاتصالية الاجتماعية للشباب الجامعي المصري عينة الدراسة:

جدول رقم (26) مدى تلبية البودكاست المسموع والمرئي كوسيط إعلامي تقني مستحدث للاحتياجات الاتصالية الاجتماعية لعينة الدراسة

مستويات المقياس العام لمدى تلبية البودكاست المسموع والمرئي كوسيط إعلامي تقني مستحدث للاحتياجات الاتصالية الاجتماعية لعينة الدراسة	موافق		إلى حد ما		غير موافق		المتوسط	الانحراف المعياري	الوزن النسبي
	ك	%	ك	%	ك	%			
تشجعت متابعتي للبودكاست على المشاركة الاجتماعية والتعبير عن رأيي ومناقشة الأحداث والقضايا المختلفة في المجتمع	208	62.5	112	33.6	13	3.9	2.59	0.567	86.3
أشعر عند متابعة البودكاست بالانتماء إلى المجتمع والجماعات الاجتماعية التي اعتبر جزء منها	197	59.2	124	37.2	12	3.6	2.56	0.566	85.3
يساعدني البودكاست على التواصل مع الآخرين وتطوير علاقاتي الاجتماعية	192	57.7	192	57.7	15	4.5	2.53	0.583	84.3

الوزن النسبي	الانحراف المعياري	المتوسط	غير موافق		إلى حد ما		موافق		مدى تلبية البودكاست المسموع والمرئي كوسيط إعلامي تقني مستحدث للاحتياجات الاتصالية الاجتماعية لعينة الدراسة
			%	ك	%	ك	%	ك	
84.0	0.579	2.52	4.2	14	39.9	133	55.9	186	تدعمني متابعة البودكاست في التعبير عن هويتي الاجتماعية وقبول الاختلاف
83.0	0.579	2.49	4.2	14	42.9	143	52.9	176	يعزز متابعتي للبودكاست الانفتاح الثقافي والتعرف على ثقافات أخرى بما يحقق التكامل والفهم في المجتمع
82.0	0.572	2.46	3.9	13	46.5	155	49.5	165	تفاعلي عبر البودكاست يشعرني بتقدير الذات والقبول الاجتماعي
82.0	0.588	2.46	4.8	16	44.4	148	50.8	169	يساهم انتشار البودكاست في تحقيق الدعم والاندماج الاجتماعي في المجتمع
81.7	0.582	2.45	4.5	15	45.9	153	49.5	165	يقدم البودكاست نماذج شخصية يمكن الاقتداء بها توجهني الى تحقيق الذات والاتصال مع الآخرين والشعور بالتقدير

تتحدد الاحتياجات الاتصالية الاجتماعية للأفراد في انتماء الأفراد إلى مجتمع ذي إطار ثقافي محدد، والانتماء إلى جماعات اجتماعية تحقق للأفراد الهوية الاجتماعية، وسعي الأفراد للتواصل والتفاعل، وشعور الأفراد بالتقدير والدعم والقبول الاجتماعي. وتشير البيانات الإحصائية في الجدول السابق إلى الارتباط بين البودكاست المسموع والمرئي كوسيط إعلامي تقني مستحدث وتلبية الاحتياجات الاتصالية الاجتماعية للشباب الجامعي المصري عينة الدراسة، حيث بلغت نسبة الموافقة على عبارات المقياس الخاص بمدى تلبية البودكاست للاحتياجات الاجتماعية لعينة الدراسة من 86.3% إلى 81.7%، وهو معدل نسبي مرتفع.

واتضح أن تبني عينة الدراسة للبودكاست بصيغته المسموعة والمرئية ومتابعة مضمونه شجعهم على المشاركة الاجتماعية والتعبير عن رأيهم ومناقشة الأحداث والقضايا المختلفة في المجتمع بوزن نسبي بلغ 86.3%، ويدعم شعور الأفراد بالانتماء للمجتمع والجماعات الاجتماعية التي ينتمون إليها بوزن نسبي بلغ 85.3%، إلى جانب أن متابعة عينة الدراسة للبودكاست ساعدتهم في التواصل مع الآخرين وتطوير علاقاتهم الاجتماعية بوزن نسبي بلغ 84.3%، وفي السياق ذاته تدعمهم في التعبير عن هويتهم الاجتماعية وقبول الاختلاف بوزن نسبي بلغ 84%، ويشير ذلك إلى تلبية البودكاست المسموع والمرئي لعدد من الاحتياجات الاتصالية الاجتماعية لدى الشباب الجامعي المصري عينة الدراسة مثل الشعور بالانتماء، والتعبير عن الهوية الاجتماعية، والحاجة إلى بناء العلاقات الاجتماعية والتفاعل والتواصل مع الآخرين، بما يحقق التوازن الاجتماعي والنفسي للأفراد في المجتمع وبالتالي نمو المجتمع وتطويره وتحقيق التغيير والإصلاح الاجتماعي.

وفي إطار تحقيق البودكاست للاندماج الاجتماعي والتكامل والتفاهم بين الفئات المختلفة في المجتمع وتحقيق استقرار المجتمع، عبرت عينة الدراسة عن أن متابعتها للبودكاست يعزز الانفتاح الثقافي والتعرف على ثقافات أخرى بوزن نسبي بلغ 83%، ويتوافق ذلك مع تنوع مجالات البودكاست المسموع والمرئي وتناوله الموضوعات والقضايا المتنوعة والمجالات الجديدة، وكذلك تنوع تطبيقات البودكاست وبثها لثقافات مختلفة على المستوى المحلي والإقليمي والدولي. وأكدت عينة الدراسة أن تفاعلهم عبر البودكاست يشعرهم بتقدير الذات والقبول الاجتماعي بوزن نسبي بلغ 82%، وبذات الوزن النسبي رأت عينة الدراسة أن انتشار البودكاست يساهم في تحقيق الدعم والاندماج الاجتماعي في المجتمع، ويدل ذلك على تلبية انتشار البودكاست بصيغته المسموع والمرئي كوسيط إعلامي تقني مستحدث الاطلاع على الثقافات المختلفة وقبول الاختلاف وتقدير الذات والقبول الاجتماعي، والاندماج الاجتماعي بين الفئات المتنوعة لتعبيرها عن ذاتها وقبولها للاختلاف. وفي الترتيب الأخير أشارت عينة الدراسة إلى تقديم البودكاست لنماذج شخصية يمكن الاقتداء بها وتوجيههم إلى تحقيق الذات والشعور بالتقدير بوزن نسبي بلغ 81.7%، ويعبر ذلك عن أهمية البودكاست المسموع والمرئي بين الشباب الجامعي المصري عينة الدراسة، المنتمي لجيل Z، ومدى تلبيةه للاحتياجات الاتصالية الاجتماعية لديهم والتي تساهم في تحقيق التوازن النفسي والاجتماعي للأفراد، ومدى الملائمة بين التقنيات التكنولوجية الحديثة في مجال الإعلام وتوظيفها في تلبية الاحتياجات الاتصالية الاجتماعية لجيل الإنترنت وما بعد الألفية، وهم المواطنون الرقميين المعاصرين والمستخدمين الفوريين والدائمين للتكنولوجيا الحديثة بكافة تقنياتها في كافة المجالات بشكل عام وفي مجال الإعلام بشكل خاص.

واتفقت هذه النتائج إلى حد ما مع نتائج بعض الدراسات السابقة التي تناولت آثار استخدام مختلف فئات الجمهور للبودكاست عالمياً والإشباع التي يحققها مثل دراسة (ابن سويدان، 2024)، (هاشم، عبد الرحمن، 2023)، (بو غرارة، وعثمان، 2021)، (غزال، بورحلي، 2021)، (خطاب، 2017)، والتي أكدت التأثير الإيجابي للبودكاست على السلوك، ونقل بعض تجارب النجاح، وزيادة الوعي الاجتماعي، والإحساس بالمسؤولية الاجتماعية، وتحسين العلاقات مع الأفراد المحيطين، وكسب الوعي بالقضايا المختلفة، إلى جانب التأثيرات الثقافية والوعي الثقافي والتنمية الثقافية. ويستخلص من إجابات عينة الدراسة على العبارات المرتبطة بمدى تلبية البودكاست المسموع والمرئي كوسيط إعلامي تقني مستحدث للاحتياجات الاتصالية الاجتماعية لديهم مقياساً عاماً جاءت مستوياته على النحو الآتي:

جدول رقم (27) مستويات المقياس العام لمدى تلبية البودكاست المسموع والمرئي

كوسيط إعلامي تقني مستحدث للاحتياجات الاتصالية الاجتماعية لعينة الدراسة

مستويات المقياس العام لمدى تلبية البودكاست المسموع والمرئي للاحتياجات الاتصالية الاجتماعية لعينة الدراسة	ك	%
منخفض	6	1.8
متوسط	108	32.4
مرتفع	219	65.8
الإجمالي	333	100

تؤكد البيانات الإحصائية في الجدول السابق أن تبني الشباب الجامعي المصري عينة الدراسة للبودكاست المسموع والمرئي، كوسيط إعلامي تقني مستحدث في المجتمع

المصري، يلبي احتياجاتهم الاتصالية الاجتماعية بمستوى مرتفع بلغ نسبة 65.8% في مقابل نسبة متوسطة بلغت 32.4%. وتؤكد هذه النتائج أنه كلما زادت تلبية البودكاست بصيغته المسموعة والمرئية باعتباره وسيلة إعلامية تقنية مستحدثة للاحتياجات الاتصالية الاجتماعية لعينة الدراسة، زاد تبني عينة الدراسة للمستحدث والعمل على نشره بين الفئات المختلفة في المجتمع المصري. حيث إن تلبية البودكاست كوسيط إعلامي تقني مستحدث للاحتياجات الاتصالية الاجتماعية لعينة الدراسة تحددت في الانتماء والتعبير عن الهوية الاجتماعية وبناء العلاقات الاجتماعية والقبول الاجتماعي والدعم الاجتماعي والحاجة إلى التواصل والتفاعل مع الآخرين، مما زاد من تبنيهم له.

ثانيًا - نتائج التحقق من صحة فروض الدراسة:

1- توجد علاقة ارتباطية طردية ذات دلالة إحصائية بين تبني الشباب الجامعي المصري عينة الدراسة للبودكاست المسموع والمرئي كوسيط إعلامي تقني مستحدث، وكثافة استخدامهم له.

جدول رقم (28) قيمة معامل ارتباط بيرسون بين تبني عينة الدراسة للبودكاست المسموع والمرئي وكثافة استخدامهم له

مدى تبني عينة الدراسة للبودكاست	معامل ارتباط بيرسون	مستوي المعنوية	الدلالة
كثافة استخدام البودكاست	0.363	0.000	دال

تؤكد البيانات الإحصائية في الجدول السابق وجود علاقة ارتباطية بين تبني الشباب الجامعي المصري للبودكاست المسموع والمرئي، وكثافة استخدامهم له حيث بلغت قيمة معامل ارتباط بيرسون (0.363) عند مستوى معنوية (0.00)، وهو مستوى معنوية دال، وهي علاقة طردية ومتوسطة القوة، مما يوضح وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين تبني الشباب الجامعي المصري للبودكاست المسموع والمرئي وكثافة استخدامهم له، ومن هنا تصنف فئات المتبنين بين عينة الدراسة والتي تضمنت المتبنين الأوائل والأغلبية المبكرة والأغلبية المتأخرة وفقًا لدرجة استخدامهم للمستحدث، بذلك يتم قبول هذا الفرض الرئيسي الأول، مما يعني أنه كلما ارتفع تبني عينة الدراسة للبودكاست المسموع والمرئي، كلما ارتفع معه بالتبعية كثافة استخدام الشباب الجامعي المصري للبودكاست، والعكس صحيح.

2-توجد علاقة ارتباطية طردية ذات دلالة إحصائية بين عوامل تبني الشباب الجامعي المصري عينة الدراسة للبودكاست المسموع والمرئي، ومعرفة مزاياه كوسيط إعلامي تقني مستحدث.

جدول رقم (29) قيمة معامل ارتباط بيرسون بين عوامل تبني عينة الدراسة للبودكاست المسموع والمرئي ومعرفة مزاياه كوسيط إعلامي تقني مستحدث

عوامل تبني عينة الدراسة للبودكاست	معامل ارتباط بيرسون	مستوي المعنوية	الدلالة
عوامل تبني عينة الدراسة لمزايا البودكاست كوسيط إعلامي تقني مستحدث	**0.403	0.000	دال

يكشف الجدول السابق عن وجود علاقة ارتباطية بين عوامل تبني الشباب الجامعي المصري عينة الدراسة للبودكاست المسموع والمرئي كوسيط إعلامي تقني مستحدث ومعرفتهم بمزاياه، حيث بلغت قيمة معامل ارتباط بيرسون (0.403) عند مستوى معنوية (0.00)،

وهو مستوى معنوية دال، وهي علاقة طردية ومتوسطة القوة، مما يوضح وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين عوامل تبني عينة الدراسة للبودكاست بصيغته المسموعة والمرئية كوسيط إعلامي تقني مستحدث، ومعرفتهم بمزاياه. وبذلك يتم قبول هذا الفرض الرئيسي الثاني، مما يعني أنه كلما زاد نسبة توافر عوامل تبني عينة الدراسة من الشباب الجامعي المصري للبودكاست المسموع والمرئي والتي تضمنت المزايا النسبية، التوافق والإنسجام، التعقيد والتشابك، القابلية للتجربة، ووضوح النتيجة، كلما زاد معه بالتبعية ادراكهم لمزاياه كوسيط تقني مستحدث في مجال الإعلام، والعكس صحيح.

3-توجد علاقة ارتباطية طردية ذات دلالة إحصائية بين مدى تبني الشباب الجامعي المصري عينة الدراسة للبودكاست المسموع والمرئي كوسيط إعلامي تقني مستحدث، ومستويات تفاعلهم معه.

جدول رقم (30) قيمة معامل ارتباط بيرسون بين مدى تبني عينة الدراسة للبودكاست المسموع والمرئي ومستويات تفاعلهم معه

الدالة	مستوي المعنوية	معامل ارتباط بيرسون	تبني عينة الدراسة للبودكاست
			مستويات تفاعل عينة الدراسة مع البودكاست
دال	0.000	**0.314	

نستنتج من الجدول السابق وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين مدى تبني الشباب الجامعي المصري عينة الدراسة للبودكاست المسموع والمرئي ومستويات تفاعلهم معه، حيث بلغت قيمة معامل ارتباط بيرسون (0.314) عند مستوى معنوية (0.000)، وهو مستوى معنوية دال، وهي علاقة طردية ومتوسطة القوة، مما يوضح وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين تبني عينة الدراسة للبودكاست بصيغته المسموعة والمرئية ومستويات تفاعلهم معه. وبذلك يتم قبول هذا الفرض الرئيسي الثالث، مما يعني أنه كلما ارتفع تبني عينة الدراسة للبودكاست المسموع والمرئي، كلما ارتفع معه بالتبعية تفاعلهم معه، وذلك توافقاً مع أن التفاعل يعتبر مؤشراً مهماً لتبني المستحدث في عصر التكنولوجيا التفاعلية، واختلاف مستوى التفاعل وفقاً لفئات المتبنين وسماتهم مما يؤكد ارتفاع نسبة إدراك عينة الدراسة لمزايا البودكاست المسموع والمرئي وتطبيقاته كوسيط إعلامي تقني مستحدث وبالتالي ارتفاع نسبة تفاعلهم معه.

4-توجد علاقة ارتباطية طردية ذات دلالة إحصائية بين تبني الشباب الجامعي المصري عينة الدراسة للبودكاست المسموع والمرئي كوسيط إعلامي تقني مستحدث، وتلبية احتياجاتهم الاتصالية النفسية والاجتماعية.

جدول رقم (31) قيمة معامل ارتباط بيرسون بين تبني عينة الدراسة للبودكاست المسموع والمرئي وتلبية احتياجاتهم الاتصالية النفسية والاجتماعية

الدالة	مستوي المعنوية	معامل ارتباط بيرسون	تبني عينة الدراسة للبودكاست	كلا من
			تلبية الاحتياجات الاتصالية النفسية	
دال	0.000	**0.202		
دال	0.000	**0.477	تلبية الاحتياجات الاتصالية الاجتماعية	

أكدت البيانات الإحصائية في الجدول السابق وجود علاقة ارتباطية بين تبني الشباب

الجامعي المصري عينة الدراسة للبودكاست المسموع والمرئي، وتلبية احتياجاتهم الاتصالية النفسية، حيث بلغت قيمة معامل ارتباط بيرسون (0.202) عند مستوى معنوية (0.000)، وهو مستوى معنوية دال، وهي علاقة طردية وضعيفة القوة. كما ثبت وجود علاقة ارتباطية بين تبني الشباب الجامعي المصري عينة الدراسة للبودكاست المسموع والمرئي، وتلبية احتياجاتهم الاتصالية الاجتماعية، حيث بلغت قيمة معامل ارتباط بيرسون (0.477) عند مستوى معنوية (0.00)، وهو مستوى معنوية دال، وهي علاقة طردية ومتوسطة القوة، مما يوضح وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين تبني عينة الدراسة للبودكاست بصيغته المسموعة والمرئية، وتلبية احتياجاتهم الاتصالية النفسية والاجتماعية. ووفقاً لما سبق، يتم قبول الفرض كلياً حيث ثبت وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين تبني الشباب الجامعي المصري عينة الدراسة للبودكاست المسموع والمرئي، وتلبية احتياجاتهم الاتصالية النفسية والاجتماعية، مما يعني أنه كلما ارتفع تبني عينة الدراسة للبودكاست المسموع والمرئي، كلما ارتفعت تلبية احتياجاتهم الاتصالية النفسية والاجتماعية، والعكس صحيح. ويتفق ذلك مع فروض نظرية انتشار المستحدثات التي أكدت أن أحد المتغيرات المهمة لتبني المستحدث هو مدى تلبية الاحتياجات الاتصالية النفسية والاجتماعية لمستخدميه، مما يعمل على سرعة انتشار المستحدث وتبنيه بين الفئات المختلفة للمجتمع. وتنوعت تلبية البودكاست بصيغته المسموعة والمرئية للاحتياجات الاتصالية النفسية للشباب الجامعي المصري عينة الدراسة والتي تضمنت الاحتياجات المعرفية، وتطوير الذات، والترفيه، والهروب من الضغوط، وتقدير الذات، وقضاء أوقات الوحدة، إلى جانب تلبية الاحتياجات الاتصالية الاجتماعية التي تحددت في الانتماء للمجتمع، والمشاركة الاجتماعية، وبناء العلاقات الاجتماعية، والانفتاح الثقافي وقبول الاختلاف، والدعم والاندماج الاجتماعي، والتفاعل الاجتماعي، والتواصل مع الآخرين.

5-توجد فروق دالة إحصائية في تبني الشباب الجامعي المصري عينة الدراسة للبودكاست المسموع والمرئي كوسيط إعلامي تقني مستحدث وفقاً للمتغيرات الديموغرافية المتمثلة في (النوع - السن - المستوى التعليمي - المستوى الاقتصادي الاجتماعي).

جدول رقم (32) اختبار فروق معنوية وفقاً لخصائص عينة الدراسة الديموغرافية ومدى تبني عينة الدراسة للبودكاست المسموع والمرئي

متغيرات الديموغرافية			تبني عينة الدراسة للبودكاست			مؤشرات إحصائية		
النوع	السن	نوع التعليم الجامعي	لغة التعليم	المستوى	العدد	المتوسط	الانحراف المعياري	الاختبار
ذكر	18 أقل من 21	حكومي	عربي	منخفض	140	2.6786	048381	ت=
انثي	21 إلى أقل 25	خاص	أجنبي		193	2.5959	051274	2.214
					139	2.5683	051147	ت=
					194	2.6753	049107	3.707
					117	2.5812	051259	ت=
					216	2.6574	049485	1.755
					224	2.6116	051528	ت=
					109	2.6697	047248	0.984
					44	2.6136	053769	ف=
								2

مؤشرات إحصائية			تبني عينة الدراسة للبودكاست			
مستوى المعنوية	درجة الحرية	الاختبار	الانحراف المعياري	المتوسط	العدد	المتغيرات الديموغرافية
غير دال	330	0.551	049367	2.6226	257	متوسط
			052267	2.7188	32	مرتفع
			050171	2.6306	333	الإجمالي

توضح نتائج الجدول السابق مدى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين تبني الشباب الجامعي المصري عينة الدراسة في تبني البودكاست المسموع والمرئي وفقاً للمتغيرات الديموغرافية، وتم استخدام اختبار ت لقياس الفروق وفقاً للنوع والفئة العمرية ونوع التعليم ولغة التعليم، في حين تم استخدام تحليل التباين لقياس الفروق وفقاً للمستوى الاقتصادي الاجتماعي، وجاءت النتائج على النحو الآتي:

- فيما يتعلق بنوع عينة الدراسة، بلغت قيمة ت (2.214) عند درجة حرية (331) ومستوى معنوية (0.138)، وهو مستوى معنوية غير دال، مما يوضح عدم وجود فروق دالة إحصائية بين أفراد عينة الدراسة وفق النوع فيما يتعلق بتبني الشباب الجامعي المصري عينة الدراسة للبودكاست بصيغته المسموعة والمرئية، ويتفق ذلك مع ما أشار إليه تقرير دليل البودكاست العربي عام 2018 بعدم وجود فروق وفقاً للنوع بين الذكور والإناث في استخدام البودكاست.

- فيما يتعلق بالفئة العمرية، بلغت قيمة ت (3.707) عند درجة حرية (331) ومستوى معنوية (0.055)، وهو مستوى معنوية دال، مما يوضح وجود فروق دالة إحصائية بين أفراد عينة الدراسة وفق الفئة العمرية فيما يتعلق بتبني الشباب الجامعي عينة الدراسة للبودكاست المسموع والمرئي، وذلك لصالح عينة الدراسة من الفئة العمرية (21 لأقل من 25 عام) بمتوسط حسابي (2.6753) وانحراف معياري (0.49107) تلاه عينة الدراسة من الفئة العمرية (من 18 لأقل من 21 عام) بمتوسط حسابي (2.5683) وانحراف معياري (0.51147)، ويتفق ذلك مع العديد من الدراسات العلمية التي أشارت إلى أن الفئة العمرية من 21-24 تحديداً هي الفئة الأكثر تعرضاً واستخداماً للبودكاست، وهي الفئة الأكبر سناً التي قد يكون لديها وعي وإدراك أكثر بطبيعة البودكاست كوسيلة مستحدثة تعتمد على الاستماع أكثر من المشاهدة، وقد يرجع ذلك أيضاً إلى أن الفئة الأصغر سناً قد تفضل مقاطع الفيديو القصير (Reels) أو التعرض لمقاطع الفيديو عبر اليوتيوب ومواقع التواصل الاجتماعي.

- فيما يتعلق بنوع التعليم الجامعي، بلغت قيمة ت (1.755) عند درجة حرية (331) ومستوى معنوية (0.186)، وهو مستوى معنوية غير دال، مما يوضح عدم وجود فروق دالة إحصائية بين أفراد عينة الدراسة وفق نوع التعليم فيما يتعلق بتبني الشباب الجامعي المصري عينة الدراسة للبودكاست المسموع والمرئي وتطبيقاته، وقد يرتبط ذلك بالفئة العمرية من 18-25، وانتمائهم للجامعات الحكومية والخاصة بمختلف الكليات والتخصصات النظرية والعملية، وارتفاع نسبة الطلاب الجامعيين المنتمين لجامعات خاصة عن الجامعات الحكومية.

- فيما يتعلق بنوع لغة التعليم، بلغت قيمة ت (0.984) عند درجة حرية (331) ومستوى معنوية (0.322)، وهو مستوى معنوية غير دال، مما يوضح عدم وجود فروق دالة إحصائية بين أفراد عينة الدراسة وفق نوع لغة التعليم فيما يتعلق بتبني الشباب الجامعي المصري عينة الدراسة للبودكاست المسموع والمرئي، وقد يرجع ذلك إلى تنوع اللغات التي يقدم بها البودكاست واعتماد تطبيقاته على العديد من اللغات التي تناسب مختلف فئات الجمهور في دول العالم، إلى جانب انتماء عينة الدراسة لجيل المواطنين الرقميين جيل (Z)، وهو جمهور استباقي ينسجم مع العديد من السمات المرتبطة باستخدام التكنولوجيا بمختلف تقنياتها ومستوياتها، ولذلك لم تؤثر لغة التعليم في وجود فروق ذات دلالة إحصائية بينهم في عملية تبني البودكاست بصيغته المسموعة والمرئية كوسيط إعلامي تقني مستحدث.

- فيما يتعلق بالمستوى الاقتصادي الاجتماعي، بلغت قيمة ف (0.551) عند درجة حرية (2) و(330) ومستوى معنوية (0.577)، وهو مستوى معنوية غير دال، مما يوضح عدم وجود فروق دالة إحصائية بين أفراد عينة الدراسة وفق المستوى الاقتصادي الاجتماعي فيما يتعلق بتبني الشباب الجامعي المصري عينة الدراسة للبودكاست المسموع والمرئي، وقد يتفق ذلك مع أن المستوى الاجتماعي الاقتصادي المتوسط كان المستوى الأكثر انتشاراً بين عينة الدراسة بنسبة بلغت 76%، واعتماد الدراسة على شريحة محددة من الشباب المصري وهو الشباب الجامعي الذي يمتد عمره من 18-25 عام، وتنوع انتماءاتهم للجامعات الحكومية والخاصة، إلى جانب طبيعة البودكاست بصيغته المسموعة والمرئية كوسيط إعلامي تقني مستحدث يعتمد أغلبه على الإنترنت والخدمات المجانية وكذلك تطبيقاته التي تتواجد في متاجر الهواتف الذكية باختلاف أنظمتها. ومن الجدير بالذكر مؤخراً أن مؤسسات البودكاست العالمية بدأت تسعى في تفعيل الخدمات المدفوعة عند الطلب، وأشهر هذه المنصات منصة سبوتيفاي (Spotify)، وكذلك التطبيقات الخاصة بالبودكاست.

وفقاً للنتائج السابقة، ثبت وجود فروق معنوية بين تبني أفراد عينة الدراسة من الشباب الجامعي المصري للبودكاست المسموع والمرئي من حيث الفئة العمرية، في حين لم يثبت وجود فروق معنوية بين أفراد عينة الدراسة من حيث النوع ونوع التعليم الجامعي ولغة التعليم والمستوى الاقتصادي الاجتماعي فيما يتعلق بتبني الشباب الجامعي المصري عينة الدراسة للبودكاست بصيغته المسموعة والمرئية.

عاشراً - الخلاصة ومناقشة نتائج الدراسة:

سعت الدراسة الحالية إلى قياس مدى تبني الشباب الجامعي المصري للبودكاست المسموع والمرئي، بالاعتماد على عينة عمدية قوامها 400 شاب في الفئة العمرية من 18-25 عاماً، وهم بذلك ينتمون إلى جيل الإنترنت باعتبارهم المواطنين الرقميين الممثلين لجيل (Z) واستخدمت الدراسة نظرية انتشار المستحدثات كإطار نظري للدراسة لقياس عملية تبني البودكاست بصيغته المسموعة والمرئية وكيفية انتشاره في المجتمع المصري، وفي إطار هذا الهدف الرئيسي اعتمدت الدراسة على هذه النظرية لكونها الأكثر ملاءمة لأهداف وتساؤلات وفروض البحث من أطر نظرية أخرى مثل النظرية الموحدة لقبول واستخدام التكنولوجيا، ونموذج حتمية التكنولوجيا.

وهدفت الدراسة إلى تحديد العديد من المؤشرات المهمة في عملية تبني الشباب الجامعي المصري عينة الدراسة للبودكاست بصيغته المسموعة والمرئية، باعتباره أحد الوسائط

الإعلامية التكنولوجية التقنية المستحدثة في المجتمع المصري. وتوصلت الدراسة إلى أن نسبة تبني الشباب الجامعي المصري للبودكاست المسموع والمرئي بلغت 83.2، بواقع 333 شابًا من عينة الدراسة، وأن غالبية عينة الدراسة يستخدمونه بشكل غير منتظم، حيث تبين أن نسبة 58% منهم يستخدمون البودكاست وفقًا للظروف، كما يستخدمونه لفترة قصيرة يوميًا فتبين أن نسبة 52.3% يستخدمونه لأقل من ساعة في اليوم. إلا أن غالبية مستخدمي البودكاست من عينة الدراسة لديهم خبرة متوسطة إلى طويلة الأمد في تبنيه واستخدامه، حيث جاء التبني الأكثر من سنتين فأكثر من قبل نسبة 37.5%، ونسبة 36.4% لديها تبني منذ سنة لأقل من سنتين في مقابل 36% من العينة تستخدمه منذ أقل من سنة. ويتوافق ذلك مع بداية البودكاست في مصر وازدهاره وانتشاره منذ عام 2020، كما يعد ذلك مؤشرًا مهمًا يؤكد أن البودكاست بصيغته المسموعة والمرئية وسيط إعلامي تقني مستحدث في المجتمع المصري يعد في مراحلها الأولية للانتشار في المجتمع المصري، ويحتاج لمزيد من البحوث والدراسات العلمية لرصد عادات وأنماط واستخدام مختلف فئات الجمهور المصري له.

كما جاء اليوتيوب (Youtube) التطبيق الأكثر شعبية بينهم لمتابعة البودكاست المسموع والمرئي بنسبة 62.8%، وفي الترتيب الثاني جاء سبوتفاي (Spotify) بنسبة 50.2%، وهي المنصة التي تسعى لتكون مماثلة للمنصة الرقمية الدولية لتداول المحتوى الإعلامي الترفيهي نتفليكس (Netflix)، ولكن في مجال البودكاست. وفي الترتيب الثالث جاء ساوند كلاود (Soundcloud) بنسبة 32.1%. ومن الجدير بالذكر أن عينة الدراسة لم تختار التطبيق المصري في مجال البودكاست والذي أطلق عام 2020 باسم (PODU APP)، وقد يرجع ذلك لعدم معرفتهم به، توافقًا مع طبيعة البودكاست المسموع والمرئي وتطبيقاته كوسائط إعلامية تكنولوجية تقنية مستحدثة في المجتمع المصري، مما يشير لأهمية وضرورة التسويق العلمي الفعال المخطط لهذا المستحدث المهم وتطبيقاته في المجتمع المصري، وأكدت عينة الدراسة أن البودكاست المسموع والمرئي معًا هو الصيغة الأكثر تقضيًا لديهم بنسبة 57.1% بواقع 190 شابًا، مما يشير إلى أن الجمع بين الصوت والصورة يزيد من جاذبية المحتوى ويعزز تجربة الاستماع ويجذب المستخدمين، ويؤكد اهتمام الشباب الجامعي المصري عينة الدراسة بالبودكاست المسموع والمرئي (البودكاست والفودكاست).

وفيما يتعلق بعملية تبني الشباب الجامعي المصري عينة الدراسة للبودكاست بصيغته المسموعة والمرئية كوسيط تكنولوجي تقني مستحدث في مجال الإعلام بالمجتمع المصري، اتضح أن كثافة تبني عينة الدراسة له جاءت متوسطة بنسبة 57.7%، مما يشير إلى بداية انتشار المستحدث وتبني المستخدمين له، توافقًا مع أن متغير كثافة الاستخدام والمتابعة أحد أهم مؤشرات عملية التبني وانتشار المستحدث، كما مرت عينة الدراسة بعدد من المراحل الخمسة التي حددها روجرز في نظرية انتشار المستحدثات وصولًا إلى مرحلة التبني، حيث أكدت نتائج الدراسة المستوى المرتفع لمرور عينة الدراسة بمراحل تبني البودكاست بصيغته المسموعة والمرئية بنسبة 48.3%، حيث مرت أغلبية عينة الدراسة بمراحل الوعي والاهتمام واتخاذ القرار والتقييم والتجربة والتبني. ويتفق ذلك مع معرفة عينة الدراسة لمزايا البودكاست المسموع والمرئي كوسيط إعلامي تقني مستحدث، حيث جاء تقييمهم لمزاياه مرتفعًا بنسبة 61.9% مما يشير لتمييز البودكاست بصيغته المسموعة والمرئية في مجال

الوسائط الإعلامية بعدد من المزايا تحددت في سهولة الاستخدام والوصول لتطبيقاته وقابليتها للتجربة، وإمكانية الاستماع إليه ومشاهدته في أي وقت وأي مكان ودرجة نقاء الصوت ووضوحه والاستمتاع بالصور والفيديو المصاحب للبودكاست والتفاعلية والواجهات المتميزة لتطبيقاته. في حين جاء تقييم عينة الدراسة لعيوب البودكاست متوسطة، وتصدرتها العيوب التقنية مثل اعتماده على الإنترنت لضعف البنية التحتية للإنترنت في الدول النامية ومنها مصر، بالإضافة إلى تحديات مرتبطة بجودة المحتوى المقدم ومدى ملائمة لخصوصية المجتمع وثقافته، إلى جانب تحديات خاصة بمصدقية البودكاست. ويتضح أن تقييم الشباب الجامعي المصري عينة الدراسة لمزايا البودكاست المسموع والمرئي بمستوى ونسبة أعلى من عيوبه مما دفعهم لتبنيه والعمل على انتشاره بين فئات الجمهور المختلفة في المجتمع المصري.

ونستنتج مما سبق عرضه ارتفاع نسبة تبني الشباب الجامعي المصري عينة الدراسة للبودكاست بصيغته المسموعة والمرئية، حيث جاء المستوى المرتفع لتبني عينة الدراسة للمستحدث توافقاً مع عوامل التبني التي تضمنت المزايا النسبية، والتعقيد والتشابك، والقابلية للتجربة، والتوافق والانسجام مع قيم واحتياجات والخبرات السابقة لعينة الدراسة والمجتمع، ووضوح نتائج تبني البودكاست المسموع والمرئي كمستحدث إعلامي تقني. وتشير مستويات المقياس العام لفئات المتبنين إلى تصنيف الشباب الجامعي المصري عينة الدراسة كفئات متبنية تحددت في فئة المتبنين الأوائل، وفئة الأغلبية المبكرة، وفئة الأغلبية المتأخرة. وأكدت نتائج الدراسة تصدر فئة الأغلبية المتأخرة لفئات المتبنين مما يؤكد ارتفاع نسبة تبني البودكاست بصيغته المسموعة والمرئية بين عينة الدراسة توافقاً مع أن تبني فئة الأغلبية المتأخرة للمستحدث لا يتحقق إلا بعد اعتماده من متوسط السكان كما أشار روجرز في نظرية انتشار المستحدثات. ولذلك جاءت مستويات المقياس العام لفئات المتبنين من عينة الدراسة ذات مستويات مرتفعة بنسبة 48.9%، والمستويات المتوسطة بنسبة 42.9%. ويتفق ذلك مع ارتفاع نسبة تفاعل عينة الدراسة مع البودكاست المسموع والمرئي، باعتبار التفاعل أحد المؤشرات المهمة للتبني ونشر المستحدث، حيث بلغت نسبة التفاعل المتوسط 57.4%، يليه التفاعل ذات المستوى المرتفع بنسبة 31.8% بما يتناسب مع فئات المتبنين وسماتهم من الشباب الجامعي المصري عينة الدراسة.

ومن الجدير بالذكر الإشارة إلى فئة المتقاعسين باعتبارها أحد فئات المتبنين للمستحدث كما حددها روجرز في نظرية انتشار المستحدثات، حيث بلغت نسبة هذه الفئة 16.8% بواقع 67 شاباً، وتحدد أسباب عدم تبنيهم للبودكاست بصيغته المسموعة والمرئية في تفضيلهم لمتابعة المضمون الذي يريدونه عبر اليوتيوب ومواقع الإنترنت، وعدم تشجيع أفراد عائلاتهم وأصدقائهم على استخدامه أو تجربته، إلى جانب رؤيتهم أن المجتمع المصري لا يبدي اهتماماً بالبودكاست ولا يحث على انتشار استخدامه. وتعتبر هذه الفئة بمثابة فئة المقاومين للتغير، إلا أنهم في الوقت ذاته وعلى الرغم من عدم تبنيهم للمستحدث، يدفعون المبتكرين إلى تحسين المستحدث نفسه، وبهذا الدور هم يمارسون دوراً في انتشار المستحدث في المجتمع ومواصلة تطويره، وهذا ما أكدته نتائج الدراسة حيث عبر 70.1% من فئة المتقاعسين عن نيتهم لتبني البودكاست المسموع والمرئي في المستقبل.

وفيما يتعلق بالبعد المهم في تحديث وتطور نظرية انتشار المستحدثات، والتي ارتبطت بإضافة متغير مهم وهو مدى تلبية المستحدث للاحتياجات الاتصالية النفسية والاجتماعية للمستخدمين، سعت هذه الدراسة لربط تبني الشباب الجامعي المصري عينة الدراسة للبودكاست بصيغته المسموعة والمرئية بمدى تلبية للاحتياجات الاتصالية، والتي صنفتها الباحثة إلى احتياجات اتصالية نفسية واجتماعية. وأكدت نتائج الدراسة العلاقة الطردية بين تبني عينة الدراسة للبودكاست المسموع والمرئي كوسيط إعلامي تقني مستحدث وبين تلبية احتياجاتهم الاتصالية النفسية بمستوى مرتفع بلغ 58.9% في مقابل المستوى المتوسط بنسبة 39.3%، حيث حقق البودكاست العديد من الاحتياجات الاتصالية النفسية لعينة الدراسة مثل الاحتياجات المعرفية وتطوير الذات واكتساب مهارات التفكير الناقد، وقضاء أوقات الوحدة والهروب من الضغوط اليومية، والترفيه والتواصل مع الذات. هذا إلى جانب ارتفاع نسبة تلبية البودكاست بصيغته المسموعة والمرئية للاحتياجات الاتصالية الاجتماعية لعينة الدراسة بنسبة 65.8%، ونسبة متوسطة بلغت 23.4%، والتي تحددت في الرغبة في التفاعل والتواصل وبناء العلاقات الاجتماعية والمشاركة الاجتماعية والإحساس بالانتماء والتعبير عن الهوية الاجتماعية والدعم الاجتماعي وتحقيق القبول الاجتماعي والاندماج الاجتماعي وقبول الاختلاف والاطلاع على الثقافات المختلفة والمتنوعة.

حادي عشر - التوصيات:

- تطوير واجهات المستخدم وتحسين أدوات البحث والتصفح، وتعزيز سهولة الوصول إلى تطبيقات البودكاست، وإنشاء أنظمة توصية شخصية خوارزمية للجمهور المستخدم.
- تحسين تجربة المستخدم من خلال توفير خاتمة المفضلات Favorites التي يستطيع المستخدم أن يحتفظ فيها بحلقات البودكاست التي يحبها، وإرسال إشعارات للمستخدم باستمرار عن كل ما هو جديد في البودكاست وإمكانية الاطلاع على تقييمات الآخرين للحلقة قبل العرض.
- حتمية تنويع وتحسين جودة المحتوى وأن يكون جذابًا يلبي اهتمامات وتوقعات الجمهور المستخدم، وأن يكون المحتوى مفيدًا ومسلّيًا في نفس الوقت، مع التركيز على الجودة الصوتية والمحتوى المتميز.
- تحقيق مزيد من التفاعلية ومشاركة الجمهور بمختلف فئاته، وتعزيز آليات التفاعل مثل التعليقات، وإرسال الرسائل للمدونين، والمشاركة عبر منصات التواصل الاجتماعي، واستخدام المسابقات والاستبيانات لجذب المشاركة وتعزيز الانخراط.
- حتمية الاهتمام بشكل فعال بتطوير استراتيجيات تسويقية مستهدفة تبرز الفوائد الفريدة لتطبيقات البودكاست العربية والمصرية، والترويج للمحتوى المميز والضخم عبر مختلف القنوات الرقمية والتقليدية لجذب مستخدمين جدد، وتنمية مهارات القائمين بالاتصال في البودكاست.
- ضرورة الاستمرار في إنتاج البودكاست العربي والمصري بصيغته المسموعة والمرئية وإصدار حلقات جديدة حتى لا يتوقف المستخدمون عن المتابعة.
- ضرورة دعم المؤسسات المختلفة بشكل عام والمؤسسات الإعلامية للبودكاست بصيغته المسموعة والمرئية في مصر، وتشجيع الاستثمار في إنتاجه، وتوفير الإنترنت بشكل كافٍ للمستخدمين والعمل على تقوية ودعم البنية التحتية للإنترنت في مصر.

- تدشين مزيد من الفعاليات العلمية والمهنية الخاصة بالبودكاست المسموع والمرئي في مصر، وإطلاق الحملات الإعلامية والإعلانية التعريفية بالبودكاست بصيغته المسموعة والمرئية عبر وسائل الإعلام التقليدية والجديدة، والمؤتمرات والندوات العلمية وورش العمل، والجامعات الحكومية والخاصة، وتوفير المزيد من الإعلانات والدعاية للوصول إلى أكبر قاعدة جماهيرية واسعة ممكنة في مصر والدول العربية.
 - العمل على تحقيق تجربة التكامل بين محطات الراديو والبودكاست على نطاق واسع، وتحقيق الشراكة بين تطبيقات البودكاست المصري ووسائل الإعلام الأخرى مثل تطبيق أنغامي، وعقد الشراكة مع شركة MBC، وإنتاج تطبيقات للبودكاست عربية ومصرية والتسويق للتطبيقات الموجودة لتعريف مختلف فئات الجمهور بها ونشرها بينهم مثل تطبيق (PODU APP) المصري.
- ثاني عشر- ما تأثيره الدراسة من دراسات مستقبلية:**
- ضرورة إجراء دراسات ميدانية وتجريبية حول استخدام مختلف فئات الجمهور المصري للبودكاست المسموع والمرئي وأنماط وعادات الاستخدام، ومدى الملائمة بين ما يقدمه محتوى البودكاست واحتياجات الجمهور، وذلك في إطار توفر القليل من المعلومات حول جمهور البودكاست المصري، لمعرفة خصائص الجمهور واحتياجاته من البودكاست كوسيط إعلامي تقني مستحدث، مثل دور البودكاست ودعمه للمستخدمين في قضاء أوقات الوحدة.
 - التوجه لإجراء الدراسات على جهات الإنتاج أو المنصات الخاصة بالبودكاست المسموع والمرئي واقتصاد البودكاست، لرصد خصائصها ومدى انتشارها وتلبية احتياجات الجمهور بمختلف فئاته، ودورها في التسويق للبودكاست بصيغته المسموعة والمرئية، ورصد استطلاعات الرأي الخاصة بها. ولذلك لوجود فجوة ونقص كبير في الإحصائيات الخاصة بالبودكاست العربي بشكل عام والبودكاست المصري بشكل خاص، حيث لم يتوفر إلا مصدر واحد هو موقع البودكاست العربي الذي أجري سلسلة من الاستطلاعات عبر منصة تويتر عامي 2018 و2019 للتعرف أكثر على المستخدمين العرب.
 - التركيز على الدراسات التي تتناول الواجهات الخاصة بتطبيقات ومنصات البودكاست بصيغته المسموعة والمرئية وتحليلها ودراسة أساليب التصفح والبحث فيها، وآليات تفاعل المستخدمين معها، ورصد تجارب المستخدمين لهذه التطبيقات والمنصات.
 - التوجه لإجراء الدراسات التحليلية الكيفية والكمية لمحتوى البودكاست المسموع والمرئي بمختلف أشكال إنتاجه البرمجية، ودراما البودكاست، والخصائص الخطابية للبودكاست، وأهم القضايا والموضوعات التي يتناولها، والتقنيات المستخدمة فيه، والتفاعلية الوصفية مع تطبيقات ومنصات البودكاست وصفحاته عبر مواقع التواصل الاجتماعي.
 - ضرورة إجراء دراسات حول استراتيجيات وآليات تسويق البودكاست بصيغته المسموعة والمرئية في مصر باعتباره قناة ووسيط إعلامي مستحدث.
 - إجراء دراسات نوعية ومقابلات مع النخبة بمختلف تخصصاتها وخبراء الإعلام حول الوضع الحالي للبودكاست المسموع والمرئي ومستقبله في مصر والدول العربية.
 - إجراء دراسة مقارنة بين مستخدمي البودكاست المسموع والمرئي وغير المستخدمين من الجمهور المصري (فئة المتقاعسين غير المتبنين للبودكاست) لإعطاء مؤشرات تفيد

- القائمين بالاتصال، وتساعدهم على التعرف على خصائص مدى تفاعل المستخدمين وكيفية التوجه إليهم.
- التوجه لإجراء دراسات تتناول القائم بالاتصال في البودكاست بصيغته المسموعة والمرئية ورصد مهارات التواصل والاتصال لديهم والتحديات التي يواجهونها.
- عقد دراسات مقارنة بين البودكاست المسموع والمرئي الأجنبي والعربي ورصد أهم نقاط القوة والضعف بينهما ومدى ملاءمتهما لطبيعة المجتمعات والثقافات المنتجة لهما، هذا إلى جانب مقارنة التطبيقات والمنصات العربية والأجنبية، والخدمات المدفوعة عند الطلب.
- أشارت العديد من الدراسات الأجنبية إلى أنه في غضون سنوات قليلة سيكون مجالاً صاعداً في دراسات البودكاست بصيغته المسموعة والمرئية هو "دراسات حسب الطلب/البث المباشر" (On-Demand, Streaming Studies)، هذا إلى جانب دراسات ممارسات الاستهلاك مثل الإفراط في المشاهدة مقابل الإفراط في الاستماع.
- إجراء دراسات حول دور وسائل الإعلام الافتراضي الجديد ومواقع التواصل الاجتماعي والمواقع الإلكترونية في انتشار المستحدثات وتبني مختلف فئات الجمهور لها في الواقع.

مراجع الدراسة :

- 1- Adler Brg, F. S. (2021). The value of authenticity and intimacy: A case study of the Danish independent podcast Fries before Guys' utilization of Instagram. **Radio journal: International studies in broadcast & audio media**, 19(1), 155-173.
- 2- Almobarraz, A. (2007). Perceived attributes of diffusion of innovation theory as predictors of internet adoption among the faculty members of Imam Mohammed Bin Saud University. **PHD Thesis**. University of North Texas.
- 3- Balanuta, L. (2021). Podcast-towards an inclusive definition. **Acta Universitatis Danubius. Communicatio**, 15(2), 31-41, , ISSN: 1844-7562 Commcato.
- 4- Berry, R. (2016). Part of the establishment: Reflecting on 10 years of podcasting as an audio medium. **Convergence**, 22(6), 661-671
- 5- Bottomley, A. J. (2015). Podcasting: A decade in the life of a "new" audio medium: Introduction. **Journal of radio & audio media**, 22(2), 164-169, DOI: 10.1080/19376529, 2015, 1082880
- 6- Chou, S., Ma, W., & Britt, R. K. (2023). The development of a podcast motivations scale for Taiwan. **Journal of Radio & Audio Media**, 30(2), 643-663.
- 7- Craig, C. M., Brooks, M. E., & Bichard, S. (2023). Podcasting on purpose: Exploring motivations for podcast use among young adults. **International Journal of Listening**, 37(1), 39-48.
- 8- Cwynar, C. (2019). Self-service media: Public radio personalities, reality podcasting, and entrepreneurial culture. **Popular Communication**, 17(4), 317-332, <https://doi.org/10.1080/15405702>
- 9- Galán-Arribas, R., Herrero-Gutiérrez, F. J., & Frutos-Esteban, F. J. (2022). Podcasting: The Radio of Generation Z in Spain. **Social Sciences**, 11(6), 252.
- 10- Gouws, T., & Van Rheede van Oudtshoorn, G. P. (2011). Correlation between brand longevity and the diffusion of innovations theory. **Journal of Public Affairs**, 11(4), 236-242.
- 11- Harrison, J., Archer-Boyd, A. W., Francombe, J., Pike, C., & Murphy, D. T. (2023). The relationship between environmental context and attentional engagement in podcast listening experiences. **Frontiers in Psychology**, 13, 1074320.

- 12- Heiselberg, L., & Have, I. (2023). Host qualities: Conceptualising listeners' expectations for podcast hosts. **Journalism Studies**, 24(5), 631-649. DOI: 10.1080/1461670x.2023, 2178245, <https://doi.org/10.1080/1461670x2023, 2178245>.
- 13- Heshmat, Y., Yang, L., & Neustaedter, C. (2018, May). Quality'Alone'Time through Conversations and Storytelling: Podcast Listening Behaviors and Routines. In **Graphics interface** (pp. 76-83).
- 14- Statista Research Department, July, 4, 2024 available at: <https://www.statista.com>.
- 15- Jaakonaho, A. (2021). Intimate listening: exploring audience's podcast experiences through the case of Ångestpodden. **MSC**. In Media and Communication, Lund University,
- 16- Kaasinen, E. (2005, June). User acceptance of mobile services: Value, ease of use, trust and ease of adoption. in: **VTT Publications**, , Available at: <https://www.researchgate.net/ Publication/ 33713444>, P.52.
- 17- LaRose, J.,& Joseph, S. (2003). Media Now: Communications Media in the Information Age, Understanding Media, **Culture and Technology**. Australia, Wadworth Publications, 3 rd EditionP.61.
- 18- Misiko, Harry.(2024).Adapting Legacy-Press Digital Platforms to Generation Z Media Needs: a Case Study of Nation Africa, Kenya. **Master's Disseration**, Agakhan University, East Africa.
- 19- Ollari, K. (2020). How Podcasts Became the Radio of the Future: Understanding Factors That Influence Podcast Consumption Among Millennials.**Master Thesis**, Aalto University, School of Business, Department of Marketing.
- 20- Paisana, M., & Crespo, M. (2022). The challenges of podcasting platformization: Exploratory analysis on podcast audiences and the transition to new competitive structures. In **Proceedings of the IWEMB 2020: Fourth International Workshop on Entrepreneurship in Electronic and Mobile Business**. PubliQation.
- 21- Rime, J., Pike, C., & Collins, T. (2022). What is a podcast? Considering innovations in podcasting through the six-tensions framework. **Convergence**, 28(5), 1260-1282. DOI: 10.11771/35485655221104444-journals.sagepub.com/home/com.
- 22- Robinson, L. (2009, January). **A summary of diffusion of innovations**. in: Changeology,The book, Available at: <http://www.enablingchange.com.au>.P.6.

- 23- Rogers, E. M., Singhal, A., & Quinlan, M. M. (2014). Diffusion of innovations. **In An integrated approach to communication theory and research** (pp. 432-448). Routledge.
- 24- Rogers, Everett.(1983).**Diffusion of Innovations**, New York, Free Press, 1st ed.P.15
- 25- Rogers, Everett.(2003).**Diffusion of innovation**, Newyork: free press, Fifth Edition.
- 26- Sahin, I. (2006). Detailed review of Rogers' diffusion of innovations theory and educational technology-related studies based on Rogers' theory. **Turkish Online Journal of Educational Technology-TOJET**, 5(2), 14-23.
- 27- Saputra, G. I. L. A. N. G. (2022). Understanding the podcast listener intention toward perceived usefulness moderated by content density: A case study of podcast listeners in Indonesia. **Journal of Theoretical and Applied Information Technology**, 100(1).
- 28- Sharon, T. (2023). Peeling the pod: towards a research agenda for podcast studies. **Annals of the International Communication Association**, 47(3), 324-337, DOI: 10.1080/23808985,2023,22-1593, <https://doi.org/10.1080/23808985/2023,2201593>
- 29- Shearer, E., Liedke, J., Matsa, K. E., Lipka, M., & Jurkowitz, M. (2023). Podcasts as a Source of News and Information. **Pew Research Center**, 16.
- 30- Sundstrom, B. (2016). Mothers “Google It Up:” extending communication channel behavior in diffusion of innovations theory. **Health Communication**, 31(1), 91-101. doi: 10.1080/10410236.2014.936339. Epub 2015 Jun 15. PMID: 26075413.
- 31- Tobin, S. J., & Guadagno, R. E. (2022). Why people listen: Motivations and outcomes of podcast listening. **Plos one**, 17(4), e0265806.
- 32- Triumami, A. G., & Nuraeni, S. (2020). Determinant factors affecting podcast users’ acceptance to listen to podcast. **Asian Journal of Research in Business and Management**, 2(2), 144-153.
- 33- Vilceanu, M. O., Johnson, K., & Burns, A. (2021). Consumer perceptions of podcast advertising: Theater of the mind and story selling. **Proceedings of the Association of Marketing Theory&Practice(AMTP)**.available at: <https://digitalcommons-georgia.southern.edu.amtpproceedings>.
- 34- ابن سويدان، أحمد بن عبد العزيز.(2024). فاعلية البودكاست الإذاعي في بناء الوعي الثقافي لدى الشباب السعودي. **المجلة العربية لبحوث الإعلام والاتصال**، عدد 45، جامعة الأهرام الكندية، مسترجع من <http://search.mandumah.com/Record/1476881>

- 35- أحمد، إبراهيم صديق محي الدين محمد. (2023). استخدامات الجمهور السوداني للبودكاست والتدوين الصوتي على الإنترنت: دراسة مسحية لعينة من متابعي "خرطوم بودكاست". *المجلة العربية للإعلام والاتصال*، عدد 35، مسترجع من <http://search.mandumah.com/Record/1419907>
- 36- بو غرارة، فاطمة الزهراء و عثمان، عبير. (2021م). دور برامج البودكاست عبر اليوتيوب في التنشئة الثقافية للطالب الجامعي: دراسة مسحية على عينة من متابعي برامج قناة مساحة على اليوتيوب. *رسالة ماجستير*، الجزائر: جامعة محمد خيضر بسكرة، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، قسم العلوم الإنسانية، علوم الإعلام والاتصال.
- 37- الجداوي، نادين. (2021). البودكاست في مصر (ويبينار) الجامعة الأمريكية بمصر متاح على الرابط: <https://www.facebook.com/pidfestcairo/videos423060675430642>
- 38- خطاب، أمل محمد. (2017). السلوك الاتصالي للشباب المصري في علاقته بالتقنيات التكنولوجية المتطورة "البودكاست نموذجاً": دراسة في استخدام الشباب المصري لتقنية البودكاست والإشباع المتحققة والتأثيرات السلوكية المتوقعة. *مجلة كلية الآداب*، عدد 47 (4)، مسترجع من <http://search.mandumah.com/Record/1087394>
- 39- روجرز، إيفريت. *الأفكار المستحدثة وكيف تنتشر*. (1991)، ترجمة: سامي ناشد، القاهرة: عالم الكتب، ص 116
- 40- الشيباني، ماجد بن فهد. (2022). دوافع تعرض الجمهور السعودي لإذاعات الإنترنت "البودكاست" والإشباع المتحققة منه: دراسة مسحية لعينة من متابعي بودكاست "ثمانية" في المملكة السعودية. *المجلة المصرية لبحوث الإعلام*، عدد 79، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، مسترجع من <http://search.mandumah.com/record/1310944>
- 41- العابد، السيد علي. (2017). تأثير اليوتيوب من خلال برامج البودكاست على الطلبة الجامعيين: دراسة ميدانية على عينة من طلبة ماجستير قسم الإعلام والاتصال لجامعة قاصدي مرباح. *رسالة ماجستير*. الجزائر: جامعة قاصدي مرباح - ورقلة، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، قسم علوم الإعلام والاتصال.
- 42- عبد الرزاق، هبه محمد شفيق (2024) مصداقية برامج البودكاست كمصدر للمعلومات والأخبار لدى الجمهور المصري: دراسة تحليلية ميدانية. *مجلة البحوث الإعلامية*، عدد 69 (2)، كلية الإعلام، جامعة الأزهر، مسترجع من <http://search.mandumah.com/record/1445648>
- 43- علي، خالد صلاح الدين حسن. (2015). تأثير الوسائط المتعددة في البيئة الإعلامية المعاصرة. *المجلة العلمية لبحوث الإذاعة والتلفزيون*، عدد 1، قسم الإذاعة والتلفزيون، كلية الإعلام، جامعة القاهرة.
- 44- العمران، عبد الرحمن. (2021). مستقبل الراديو العربي: راديو الآن نموذجاً. موقع البودكاست العربي متاح على الرابط: <https://ar-podcast.com/b/radio>.
- 45- الغافرية، أميرة بنت سباع بن علي. (2022). خصائص مضمون البودكاست العماني ومتطلبات إنتاجه: دراسة تحليلية خلال عام 2021م. *رسالة ماجستير*. عمان: جامعة السلطان قابوس، كلية الآداب والعلوم الاجتماعية.
- 46- غزال، عبد الرزاق، وبورحلي، وفاء. (2021). البودكاست الاجتماعي بين تنمية المسؤولية وخلق الوعي المجتمعي: دراسة وصفية على عينة من مستخدمي تدوينات المضامين الصوتية. *مجلة علوم الإنسان والمجتمع*، مجلد 10 (4)، عدد 4، مسترجع من <http://search.mandumah.com/record>

- 47- غنام، يارا ناصر صابر.(2022). استخدامات الإعلاميين الأردنيين للبودكاست والإشباع المتحققة منه. رسالة ماجستير. الأردن: جامعة اليرموك، كلية الإعلام. مسترجع من <http://search.mandumah.com/record/1360728>
- 48- ماضي، شهدة على. (2023). العوامل المؤثرة على استخدام الشباب المصري للمدونات الصوتية (البودكاست). رسالة ماجستير. القاهرة: جامعة القاهرة، كلية الإعلام، قسم الإذاعة والتلفزيون.
- 49- مركز السياسات وبحوث العمليات.(2021).البودكاست السوري: فهم الجمهور وسبر إمكانيات التوسع: دراسة مسحية شملت مستخدمي البودكاست وجمهور الإعلام الرقمي. متاح على الرابط: <https://opc.center/ar/syrian-podcsat-anderstanding-audience-and-exploring-the-potential-for-expansion>
- 50- مكاي، حسن عماد والسيد ، ليلي حسين.(2020). الاتصال ونظرياته المعاصرة. القاهرة: الدار المصرية اللبنانية، ص 254.
- 51- النابلسي، أريج عبد الله محمد. (2021).تأثير مسلسلات "البودكاست" على اليافعين في ترسيخ القيم الاجتماعية والإنسانية: دراسة تجريبية على مسلسل "وليد الصدفة".رسالة ماجستير.الأردن: جامعة الشرق الأوسط، كلية الإعلام. مسترجع من <http://search.mandumah.com/record/1210267>
- 52- نصيرات، زياد تيسير إبراهيم، والقاضي، محمد فروق حتمل، والغرابية، عامر فتحى .(2024). التأثيرات الاتصالية لجى الشباب الأردني لتفاعله مع التقنيات الرقمية الصوتية: البودكاست نموذجًا.المجلة العلمية لدراسات الإعلام الرقمي والرأى العام، مجلد 1، عدد 2، مسترجع من <http://search.mandumah.com/Record/1479083>
- 53- الهواري، إبراهيم.(2022). مؤتمر البودكاست العربي الأول (ويبينار) منصة بودلاينز متاح على الرابط: <http://www.youtube.com/watch?v=ceq2od-ynkg8t=196s>
- 54- هاشم، منى، و عبد الرحمن، أمنية. (2023). اتجاهات المواقع الإخبارية المصرية والعربية لاستخدام تقنية البودكاست وعلاقتها بتفضيلات الجمهور المصري. المجلة المصرية لبحوث الاتصال الجماهيري، مجلد (5)، عدد (1)، جامعة بني سويف، كلية الإعلام.