



جامعة عباس لغرور خنشلة
ABBES LAGHROUJ UNIVERSITY KHENCHELA

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة عباس لغرور - خنشلة -
كلية العلوم الاجتماعية والانسانية
قسم العلوم الانسانية



جامعة عباس لغرور خنشلة
ABBES LAGHROUJ UNIVERSITY KHENCHELA

شعبة: علوم الاعلام والاتصال
تخصص: سمعي بصري
الرقم التسلسلي:

**استخدامات الطلبة الجامعيين للبودكاست
والإشباع المحققة منه
دراسة ميدانية على عينة من طلبة علوم الاعلام والاتصال
بجامعة عباس لغرور خنشلة -**

مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علوم الاعلام والاتصال، تخصص سمعي بصري

إشراف الأستاذة:

د. أمينة بن سخرية

إعداد الطلبة:

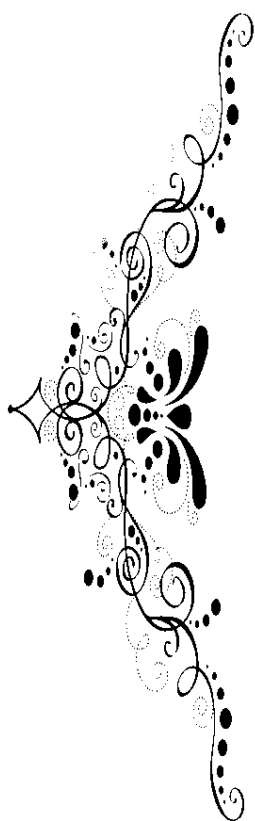
- مروة بن خش

- سمية بغزو

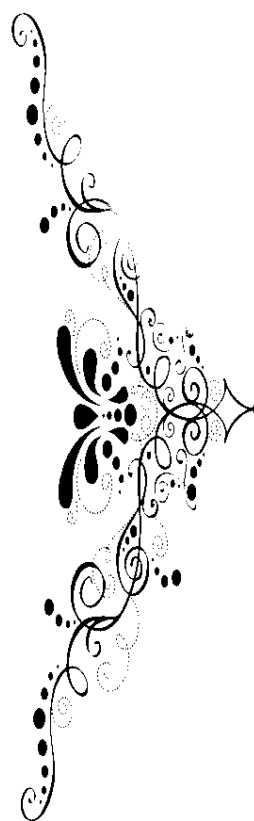
أعضاء لجنة المناقشة

الاسم واللقب	الرتبة	الصفة
زكية منصرة	أستاذ مساعد -أ-	رئيسا
أمينة بن سخرية	أستاذ محاضر -ب-	مشرفا ومقررا
لطيفة نسيغاوي	أستاذ محاضر -أ-	عضوا ومناقشا

السنة الجامعية 2025/2024



بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ



شكر وعرافان

الحمد لله الذي بفضلله أتممنا هذا العمل، نشكره على نعمة العقل والعلم
نشكره وحده لا شريك له، والصلاة والسلام على أشرف المرسلين.

نتقدم بجزيل الشكر إلى الأستاذة المشرفة أمينة بن سخرية، التي اشرفت على هذا العمل
وساهمت في ايصاله إلى هذا المستوى.
فلها منا كل التقدير والاحترام.

كما نتقدم بجزيل الشكر للأساتذة الفضليات اللواتي قدمن لنا ملاحظاتهم القيمة في تحكيم الاستمارة، الأستاذة
لطيفة نسيغاوي، الأستاذة أمينة عطاء الله، الأستاذة غنية صوالحية، وكل أساتذة الإعلام والاتصال على ما قدموه
لنا من علم ومعرفة و ملاحظات وتوجيهات ونصائح أكاديمية طوال مشوارنا الدراسي.

كما نتوجه أيضا بجزيل الشكر إلى الأساتذة أعضاء لجنة المناقشة الذين شرفونا بقبولهم المناقشة.

الإهداء

"الحمد لله الذي بنعمته تتم الصالحات
وبتوفيقه يُنال النجاح".

"إلى أبي وأمي الحبيبين، أنتما النور الذي أضاء دربي، والدعاء الذي لولاه ما اكتمل هذا الإنجاز...
تخرّجني ثمرة تعبكما، ووسام فخر أعلّقه على صدري باسمكما".

"إلى إخوتي [فوزي، إبراهيم، حمزة]، شركاء النجاح والدعابة
وظهري الثابت وقت الشدة... هذا التخرج شهادة حب وامتحان لكم قبل
أن يكون ورقة علم"

سمية بغزو

الإهداء

ما سلكنَا البدايات إلا بتسييره وما بلغنا النهايات إلا بتوفيقه وما حققنا الغايات
إلا بفضلَه فالحمد لله الذي وفقني لتتمين هذه الخطوة في مسيرتي الدراسية
بكل حب أهدي ثمرة نجاحي:

إلى نفسي الطموحة أولاً بدأت بطموح وانتهت بنجاح
إلى الذي كلل العرق جبينه ومن علمني أن النجاح لا يأتي إلا بالصبر والإصرار، إلى النور الذي
أنار دربي والسراج الذي لا ينطفأ نوره بقلبي أبداً أبي الغالي
إلى من جعلت الجنة تحت أقدامها وسهلت لي الشدائد بدعائها، إلى الإنسانية العظيمة التي لا
طالما تمننت أن تقر عينها لرؤيتي في يوم كهذا أُمي العزيزة
إلى ضلعي الثابت وأمان أيامي
إلى قرة عيني أختي المميزة سماح
إلى من شددت عضدي بهم وكانوا لي سنداً دوماً إخوتي أمين، صهيب
ها أنا اليوم أكملت وأتممت أول ثمرة بفضلِه سبحانه وتعالى فالحمد لله
على ما وهبني.

فالحمد لله

شكراً وحباً وامتناناً على البدء والختام

واخر دعوانا أن الحمد لله رب العالمين

مروة بن خش

فهرس المحتويات

الصفحة	الموضوع
	شكر وعرفان
	الاهداء
	فهرس المحتويات
	فهرس الجداول
	فهرس الأشكال
	ملخص الدراسة باللغة العربية
	ملخص الدراسة باللغة الإنجليزية
أ	مقدمة
الفصل الأول: تحديد موضوع الدراسة وإجراءاتها المنهجية	
1	إشكالية الدراسة وتساؤلاتها
2	فرضيات الدراسة
3	أسباب اختيار موضوع الدراسة
3	اهداف الدراسة
3	أهمية الدراسة
4	تحديد مفاهيم الدراسة
6	منهج الدراسة
7	أداة جمع البيانات
7	الأساليب الإحصائية المستخدمة في الدراسة
8	مجتمع الدراسة ومجالاتها
11	عينة الدراسة
12	النظريات الموظفة في الدراسة
16	الدراسات السابقة
الفصل الثاني: الإعلام الجديد	
24	تعريف الإعلام
24	تعريف الإعلام الجديد
25	بلورة وتطور فكرة النظام الإعلامي الجديد
26	عوامل ظهور الإعلام الجديد

28	خصائص الإعلام الجديد
28	وسائل وأدوات الإعلام الجديد
29	مخاطر وسلبيات الإعلام الجديد
الفصل الثالث: الإذاعة الالكترونية والبودكاست	
31	مفهوم راديو الأنترنت
31	مزايا الإذاعة الالكترونية (راديو الأنترنت)
32	أنواع إذاعات الأنترنت
32	تعريف البودكاست
33	تطور مفهوم البودكاست
34	مزايا البودكاست
35	فوائد البودكاست للمستمعين
35	أنواع منتجي البودكاست
36	متطلبات تأسيس إذاعة البوكاست
36	مهارات صناعة البودكاست
37	أنواع القوالب المستخدمة في برامج البودكاست
38	تطبيقات البودكاست في التعليم والتوعية
39	أهمية توظيف البودكاست في المواقع الإعلامية
40	الفرق بين البودكاست والراديو التقليدي
41	أمثلة عن أشهر البودكاستات العربية
الفصل الرابع: القسم التطبيقي للدراسة	
44	عرض البيانات إحصائيا تحليلها وتفسيرها
77	مناقشة نتائج الدراسة
78	مناقشة نتائج الدراسة في ضوء الدراسات السابقة
80	مناقشة نتائج الدراسة في ضوء نظرية الاستخدامات والاشباع
	الخاتمة
	فهرس الجداول
	فهرس الأشكال
	قائمة المراجع
	الملاحق

ملخص الدراسة :

عرفت الوسائط الرقمية تطورًا متسارعًا في السنوات الأخيرة، حيث أصبح البودكاست من أبرز هذه الوسائط التي لاقت رواجًا واسعًا بين فئات المجتمع المختلفة، لا سيما بين فئة الشباب والطلبة الجامعيين. ويُعد البودكاست وسيلة إعلامية مرنة تتيح للمستخدمين اختيار المحتوى في الوقت والمكان المناسب، على ضوء هذا جاءت دراستنا الموسومة بـ "استخدامات الطلبة الجامعيين للبودكاست والإشباعات المحققة منه _ دراسة ميدانية على عينة من طلبة علوم الإعلام والاتصال بجامعة عباس لغرور خنثلة _ " لمعرفة واستكشاف استخدامات الطلبة الجامعيين للبودكاست، وتحديد الإشباعات التي يحققونها من خلال الاستماع إليه، حيث تشمل هذه الإشباعات مجموعة واسعة من الجوانب الترفيهية والنفسية والمعرفية، هذه الإشباعات تظهر البودكاست على أنه وسيلة مرنة وفعالة تلبى احتياجات الطلبة الجامعيين، مما يعزز من فهمهم لبيئتهم الأكاديمية والشخصية والاجتماعية، لذا من الضروري دراسة هذه الاستخدامات والإشباعات معا .

ومن خلال ما سبق تهدف دراستنا إلى :

• التعرف على عادات وأنماط استخدام الطلبة الجامعيين للبودكاست.

• معرفة دوافع استخدام الطلبة الجامعيين للبودكاست.

• الكشف عن الإشباعات المحققة للطلبة الجامعيين من استخدام البودكاست.

ومنه تكمن أهمية دراستنا في كونها من المواضيع الأساسية التي بات من الضروري تناولها بشكل شامل وعميق عند البحث في أي ظاهرة إعلامية، وذلك من خلال دراسة وفهم الكيفيات التي يلجأ بها الطلبة الجامعيين إلى البودكاست والإشباعات التي يحققونها من خلاله، بالإضافة إلى الكشف عن قدرة البودكاست في تلبية حاجاتهم المعرفية والترفيهية والنفسية، حيث اعتمدنا في ظل هذه الدراسة الوصفية المسحية على منهج مسح الجمهور حيث قمنا فيه بمسح عادات وأنماط استخدام الطلبة الجامعيين للبودكاست، عبر أداة استبيان قمنا بتطبيق العينة القصدية عبر مراحل ل33 مفردة، إذ أتاحت لنا رصد عادات وأنماط استخدام طلبة علوم الإعلام والاتصال من جامعة عباس لغرور خنثلة للبودكاست، وهو ما مكننا من استخلاص دوافعهم النفسية وهي انشاء صداقات وكسر الروتين اليومي والمعرفية مثل التثقيف وتعلم اللغات والترفيهية كالتسلية وتمضية الوقت، ومن ثم معرفة الإشباعات المحققة لهم من خلال استخدامهم لهذه الوسيلة، وهي إشباعات ترفيهية (الاثارة، المتعة الغرابة والطرافة) اشباعات معرفية(اثراء الرصيد المعرفي و اكتساب خبرات جديدة، تعلم لغات مختلفة، تطوير مختلف المهارات) اشباعات نفسية (تخفيف القلق والتوتر، الراحة النفسية والتخلص من الشعور بالوحدة). بعد اعتمادنا على نظرية الاستخدامات والإشباعات، استنتجنا أن الطلبة مفردات العينة المدروسة يستخدمون البودكاست بشكل غير منتظم في أوقات غير محددة وأنهم يفضلون البودكاست العربي بدرجة عالية، بدافع الفضول والحصول على المعلومات وكسر الروتين، وهذا لإشباع رغباتهم الشخصية كالإثارة والمتعة والراحة .

الكلمات المفتاحية: استخدامات، الطلبة الجامعيين، البودكاست، الإشباعات .

Abstract:

Digital media has witnessed rapid development in recent years, with podcasts emerging as one of the most prominent forms that have gained widespread popularity across various segments of society—especially among youth and university students. Podcasts are a flexible media tool that allows users to choose content at their preferred time and place. In light of this, our study, titled "University Students' Uses of Podcasts and the Gratifications Achieved from Them – A Field Study on a Sample of Media and Communication Students at Abbas Laghrour University, Khenchela", aims to explore how university students use podcasts and to identify the gratifications they derive from listening to them. These gratifications span a wide range of entertainment, psychological, and cognitive aspects, highlighting podcasts as a flexible and effective medium that meets the needs of university students, thereby enhancing their understanding of their academic, personal, and social environments. Thus, it is essential to study these uses and gratifications together.

Based on the above, our study aims to:

- Identify the habits and patterns of podcast use among university students.
- Understand the motivations behind students' use of podcasts.
- Reveal the gratifications university students gain from using podcasts.

The importance of our study lies in its focus on a core subject that requires comprehensive and in-depth investigation when researching any media phenomenon. This is achieved by studying and understanding how students resort to podcasts and the gratifications they obtain, in addition to uncovering the podcast's ability to fulfill their cognitive, entertainment, and psychological needs.

In this descriptive survey-based study, we adopted the audience survey method, through which we examined the habits and patterns of podcast use among university students using a questionnaire. The purposive sample consisted of 33 respondents from the Department of Media and Communication at Abbas Laghrour University, Khenchela. This approach allowed us to observe how students use podcasts and to identify their psychological motivations (such as forming friendships and breaking daily routine), cognitive motivations (such as education and language learning), and entertainment motivations (such as fun and passing time). We then analyzed the gratifications they achieve through podcast usage, which include:

Entertainment gratifications: excitement, enjoyment, novelty, and humor.

Cognitive gratifications: enriching knowledge, gaining new experiences, learning different languages, and developing various skills.

Psychological gratifications: reducing anxiety and stress, achieving mental comfort, and overcoming loneliness.

Using the Uses and Gratifications Theory, we concluded that the students in our sample use podcasts irregularly and at unspecified times. They show a strong preference for Arabic podcasts, primarily driven by curiosity, the desire for information, and the need to break routine—all to satisfy personal desires such as excitement, enjoyment, and comfort.

Keywords: Uses, University Students, Podcast, Gratifications.

مقدمة

في ظل التحولات الكبرى التي يشهدها العالم المعاصر على المستويات التقنية والاتصالية، أعادت التكنولوجيا الرقمية تشكيل البيئة الإعلامية بشكل جذري، بحيث انتقلت وسائل الإعلام من الشكل التقليدي (الصحافة، الإذاعة، التلفزيون) إلى وسائط رقمية تفاعلية تتيح للمستخدم دوراً فاعلاً في إنتاج المحتوى وتوزيعه، بحيث لم تعد الوسائل الإعلامية التقليدية المصدر الوحيد لتلقي المعرفة أو الترفيه أو التفاعل الاجتماعي، ولم تعد قادرة على تلبية حاجات الجمهور، حيث أصبح الفرد المعاصر أكثر استقلالية في اختيار الوسيلة والزمان والمكان ونوع المحتوى لأنه يعيش في فضاء إعلامي متعدد الوسائط قائم على التفاعلية والمرونة والسرعة في الوصول إلى المحتوى في أي وقت ومن أي مكان. وقد أدى هذا التغيير إلى بروز أنماط جديدة في استهلاك الإعلام، مما أعاد تشكيل علاقة الجمهور بالإعلام والتركيز أكثر للوصول إلى تحقيق حاجات المتلقي وتلبية رغباته وإرضاءه. هذه التحولات الكبرى تعكس واقعاً عالمياً متغيراً، يتطلب من الأفراد والمؤسسات مواكبة التطورات، وتطوير آليات جديدة للتفاعل والتكيف، سواء على المستوى المعرفي أو التقني أو الاتصالي. ولم يعد التكيف مع هذا الواقع خياراً، بل ضرورة تفرضها طبيعة العصر الرقمي الذي تتسارع فيه وتيرة التغيير وتتداخل في الأدوار بين المنتج والمتلقي للمعلومة، وفي ظل هذه البيئة النشطة، يبرز دور الوسائط الإعلامية الجديدة.

من بين هذه الوسائط ظهر البودكاست كإحدى أهم الوسائط الإعلامية الرقمية والمستحدثة، والذي يعتبر مقاطع صوتية تبث عبر الأنترنت يمكن للمستخدم الاستماع لها أو تحميلها على جهازه في أي وقت وغالباً ماتعرض على شكل حلقات منتظمة تشبه البرامج الإذاعية، بحيث يجمع بين بساطة الشكل وعمق المضمون والبساطة في الإنتاج كما يتميز بالاندماج الواسطي والمرونة وله خاصية الأرشفة، بحيث تمنح للمستخدمين حرية اختيار المواضيع والأوقات المناسبة لاستهلاك المحتوى الصوتي. وبفضل هذه الخصائص، أصبح البودكاست يحظى باهتمام متزايد في الأوساط الأكاديمية والإعلامية على حد سواء، ويُنظر إليه كوسيلة ذات إمكانات متعددة في مجالات التثقيف، والتعليم الذاتي، والتطوير المهني، فضلاً عن الترفيه وبناء الهوية. حيث يمثل الطلبة الجامعيين إحدى أكثر الفئات تفاعلاً مع هذه الوسائط نظراً لاعتمادهم على التكنولوجيا في حياتهم اليومية ومسيرتهم الدراسية، سواء لأغراض تعليمية أو تثقيفية أو ترفيهية بالإضافة إلى استكشاف قضايا اجتماعية وثقافية متداولة في البيئة الاجتماعية، حيث يتيح لهم البودكاست إمكانية التعلم الذاتي ومتابعة موضوعات أكاديمية أو متخصصة تنفعهم وتلبي حاجاتهم المختلفة. وهذا ما سنتطرق إليه في دراستنا المعنونة بـ "استخدامات الطلبة الجامعيين للبودكاست والاشباع المحققة منه _دراسة ميدانية على عينة من طلبة علوم الإعلام والاتصال بجامعة عباس لغرور خنشلة _" والتي قامت على الخطة التالية :

الفصل الأول جاء ليشكل القسم المنهجي من الدراسة، حيث تناولنا فيه تحديد إشكالية البحث وتساؤلاته، وأبرزنا أهمية الموضوع وأسباب اختياره، إلى جانب توضيح أهداف الدراسة وتحديد مفاهيمها الأساسية. كما قمنا بمراجعة الدراسات السابقة ذات الصلة، وبيان الإجراءات المنهجية المعتمدة، من حيث نوع الدراسة والمنهج المستخدم، وتحديد مجتمع البحث والعينة، وأدوات جمع البيانات، فضلاً عن مجالات الدراسة، والإطار النظري الذي استندنا فيه إلى نظرية الاستخدامات والاشباع.

الفصل الثاني تمثل في لاعلام الجديد وشمل ثلاث أجزاء خصصناه حول الاعلام الجديد ي عرض تعريف الاعلام والاعلام الجديد وتطوره وعوامل ظهوره وخصائصه ووسائله وأدواته ومخاطره وسليباته.

أما الفصل الثالث خاص بالإذاعة الالكترونية و البودكاست حيث تم التطرق إلى مفهومه ومزاياه وأنواعه، وكذلك البودكاست بحيث تناولنا فيه تعريفه وتطوره ومزاياه وفوائده وأنواع منتجيه ومهارات صناعته وأنواع القوالب المستخدمة فيه وأيضا تطبيقات البودكاست في التعليم والتوعية وأهمية توظيفه في المواقع الاعلامية وتوضيح الفرق بين البودكاست والراديو التقليدي .

الفصل الرابع جاء مخصصاً لعرض وتحليل الخصائص البيئات كما تضمن مناقشة نتائج الدراسة في ضوء الدراسات السابقة والنظريات ذات الصلة، وانتهى بعرض النتائج العامة للدراسة. وكما هو الحال في الدراسات العلمية الأخرى، تضمنت هذه الدراسة مقدمة وخاتمة، بالإضافة إلى قائمة المراجع والملاحق.

الفصل الأول:

تحديد موضوع الدراسة وإجراءاتها المنهجية

1. إشكالية الدراسة وتساؤلاتها
2. فرضيات الدراسة
3. أسباب اختيار موضوع الدراسة
4. اهداف الدراسة
5. أهمية الدراسة
6. تحديد مفاهيم الدراسة
7. منهج الدراسة
8. أداة جمع البيانات
9. الأساليب الإحصائية المستخدمة في الدراسة
10. مجتمع الدراسة ومجالاتها
11. عينة الدراسة
12. النظريات الموظفة في الدراسة
13. الدراسات السابقة

1- إشكالية الدراسة وتساؤلاتها :

شهد العالم خلال العقود الأخيرة تحولا نوعيا ملحوظا بفعل التطورات التكنولوجية المتسارعة، حيث ساهمت تكنولوجيا الاعلام والاتصال في تعزيز طرق التفاعل بين الأفراد والمجتمعات والمؤسسات وتسهيل الوصول إلى المعارف وتبادل المعلومات عبر وسائل متعددة سواء كانت ال وسائل التقليدية لبطيئة في نقل المعلومة مثل الصحف والمجلات أو الوسائل الرقمية التي تتميز بالتفاعل الفوري مع الجمهور مثل الأنترنت ووسائل التواصل الاجتماعي والمدونات والمواقع الإلكترونية والبودكاست ، في هذا السياق لم تعد وسائل الإعلام التقليدية قادرة وحدها على تلبية ال حاجات المتزايدة والمتنوعة، لاسيما في ظل تصاعد أدوار الوسائط الرقمية التي باتت تتيح للجمهور وخاصة الشباب درجة عالية من التخصيص والمرونة، كما تلعب تكنولوجيا الاعلام والاتصال دورا أساسيا من الحياة اليومية في العالم المعاصر فهي تؤثر في جميع جوانب الحياة من التعليم والصحة والإقتصاد والتجارة و الثقافة كما تساهم في تسريع نشر الأخبار والأفكار وتشكيل الرأي العام، وتتيح للأفراد الوصول إلى المعلومات والتفاعل مع العالم بطريقة لم تكن ممكنة في الماضي، مما يعكس تأثيرها على مختلف جوانب الحياة اليومية. ففي ظل التحول الرقمي المتسارع الذي يشهده العام أصبح التعليم العالي يواجه تحديات وتغييرات جوهرية في أساليبه ووسائله التعليمية، حيث برزت العديد من الأدوات والأساليب التقنية التي ساعدت في إعادة النظر إلى الطرق التعليمية التقليدية، وكان من أبرز هذه الوسائط "البودكاست" الذي يعتبر من أبرز أشكال الإعلام الجديد و يعد كوسيلة مبتكرة في نقل المعلومات والمعارف والأفكار وهو يعتمد على نشر المحتوى الصوتي عبر الانترنت بمرونة عالية ويمكن الإشتراك فيه وتنزيله والإستماع إليه في أي وقت، حيث أصبح البودكاست أداة تعليمية قوية يمكن أن تحسن تجربة التعليم لدى الطلاب من خلال استخدام الصوت ووسائل الإعلام الرقمية يمكن للبودكاست أن يقدم طريقة مرنة وفعالة في التعليم، كما أنه أداة مساعدة للتعليم التقليدي و يتيح للطلبة إمكانية الإستماع إلى مختلف المحتويات العلمية في أي زمان ومكان، حيث يقدم البودكاست محتوى تعليمي ثري في مختلف المجالات الأكاديمية مما يساعد الطلبة في تعزيز الفهم لديهم وتوسيع آفاقهم المعرفية وبالنسبة للطلاب الذين يتعلمون لغات جديدة يمكن للبودكاست أن يساعد في تحسين مهارة الإستماع والتحدث لديهم وإثراء قاعدة المعارف وتحفيزهم على التعليم المستمر، يمكن للبودكاست أيضا أن يقدم أفكارا جديدة ومثيرة تساعد الطلبة في مشاريعهم الأكاديمية وبالتالي يعد البودكاست أداة قيمة تعزز من تجربة التعلم الجامعي .

بناء على هذا جاءت هذه الدراسة لتسليط الضوء على إستخدامات الطلبة الجامعيين للبودكاست ومحاولة معرفة الإشباعات المحققة منه .

إستنادا على ماتم ذكره نطرح التساؤل الرئيسي التالي :

ماهي إستخدامات الطلبة الجامعيين للبودكاست والإشباعات المحققة منه؟

ويندرج تحت هذا السؤال الأسئلة الفرعية التالية :

_ ماهي عادات وأنماط استخدام الطلبة الجامعيين للبودكاست؟

_ ماهي دوافع استخدام الطلبة الجامعيين للبودكاست؟

_ ماهي الإشباعات المحققة للطلبة الجامعيين من استخدام البودكاست؟

_ ماهي آراء الطلبة الجامعيين إتجاه البودكاست؟

2- فرضيات الدراسة

استنادًا إلى نظرية الاستخدامات والإشباعات، تم صياغة هذه الفرضيات لتفسير استخدام الطلبة الجامعيين للبودكاست والإشباعات المحققة منه.

الفرضية العامة:

استخدام الطلبة الجامعيين للبودكاست يتم في إطار حاجاتهم المتنوعة، بهدف تحقيق اشباعات معرفية وترفيهية ونفسية، وهذا ما يعكس تفاعلا واعيا مع هذا الوسيط الرقمي.

الفرضيات الفرعية:

_ تتباين أنماط وعادات استخدام الطلبة الجامعيين للبودكاست باختلاف الخصائص الديمغرافية كالجنس والسن والمستوى الجامعي.

_ تنشأ دوافع استخدام الطلبة الجامعيين للبودكاست من رغبات معرفية ونفسية وترفيهية كالتثقيف والروتين اليومي.

_ يحقق البودكاست مجموعة من الاشباعات للطلبة الجامعيين كالاشباعات الترفيهية والمعرفية والنفسية وتتفاوت هذه الاشباعات تبعاً لاختلاف أنماط الاستخدام.

_ تزداد آراء الطلبة الجامعيين الإيجابية اتجاه البودكاست بزيادة عدد مرات استخدامهم له.

3- أسباب إختيار موضوع الدراسة:

لكل باحث أسباب تدفعه لدراسة موضوع دون آخر سواء كان ذلك من الناحية الذاتية أو الموضوعية، وتمثل هذه الأسباب في:

الأسباب الذاتية:

-تخصصنا كطالبين في مجال السمي البصري دفع بنا إلى إختيار هذا الموضوع.

-إهتمامنا بالبودكاست زاد في رغبتنا لدراسة هذا الموضوع.

الأسباب الموضوعية:

-الإنتشار الملحوظ للبودكاست و إستخدامه من قبل مختلف فئات المجتمع.

_الاهتمام المتزايد في الأوساط الأكاديمية والإعلامية بالبودكاست .

4- أهداف الدراسة:

تتضمن كل دراسة علمية مجموعة من الأهداف التي يُسعى إلى تحقيقها من خلال البحث الميداني، وفي هذا السياق تتمثل أهداف دراستنا في:

- التعرف على عادات و أنماط إستخدام الطلبة الجامعيين للبودكاست.
- معرفة دوافع إستخدام الطلبة الجامعيين للبودكاست.
- الكشف عن الإشباعات المحققة للطلبة الجامعيين من إستخدام البودكاست.
- التعرف على آراء الطلبة الجامعيين اتجاه البودكاست .

5- أهمية الدراسة:

تكمن أهمية دراستنا في أهمية الموضوع محل البحث.

فمن الضروري إجراء مثل هذا النوع من الدراسات فنحن أمام ظاهرة إنتشار البودكاست في الوسط الجامعي التي تتطور و تزداد يوماً بعد يوم باعتبار أن البودكاست أداة تعليمية و تثقيفية ووسيلة متاحة للوصول إلى المعلومات بشكل غير تقليدي.

كما تكمن أهمية دراستنا في ضرورة الكشف عن الإشباعات التي يحققها الطلبة الجامعيين من استخدام البودكاست بالإضافة إلى كشف قدرة البودكاست في تلبية حاجاتهم المعرفية و الترفيهية والنفسية.

6- تحديد المفاهيم:

يعتبر تحديد مفاهيم الدراسة من أبرز الخطوات لإجراء البحث العلمي حيث يمكن للمصطلح أن يحمل العديد من الدلالات والمعاني وفي دراستنا سنتعرف على المفاهيم التالية :

-الإستخدام.

-الطلبة الجامعيين.

-البودكاست.

-الإشباع.

الإستخدام:

لغة: من مصدر إستخدم- إستخداما (خدم) : إتخذه خادما ، إستوهبه خادما (المنجد الأبجدي، ص60).

إصطلاحا:

يشير إلى معنى ماذا يفعل الناس حقيقة بالأدوات والأشياء التقنية ، أي يحيل إلى مسألة التملك الإجتماعي للتكنولوجيا ويسائل علاقة الأفراد بالأشياء التقنية ومحتوياتها أيضا ، كما أن الإستخدام فيزيائيا يحيل إلى إستعمال وسيلة إعلامية او تكنولوجيا قابلة للإكتشاف والتحليل عبر ممارسات وتمثلات خصوصية (بوخاري و قاسمي، ص 29)

إجرائيا :هي خطوة يقوم بها الانسان اتجاه مختلف الادوات والوسائل التقنية كالتلفزيون والاذاعة ووسائل التواصل الاجتماعي وغيرها، بهدف الوصول إلى غايات معينة تحقق لهم اشباعات ما.

الطلبة الجامعيين:

لغة: الطالب (ج. طلبة وكاتب وطلب وطلب) التلميذ(معجم عصري تطبيقي ، ص223).

إصطلاحا: هو ذلك الشخص الذي سمحت له كفاءاته العلمية بالانتقال من المرحلة الثانوية او مرحلة التكوين المهني أو الفن العالي إلى الجامعة ، تبعا لتخصصه الفرعي ، بواسطة شهادة او دبلوم يؤهله لفعل ذلك . و يعتبر الطالب أحد العناصر الأساسية و الفاعلة في العملية التربوية طيلة التكوين الجامعي ، إذ أنه يمثل عدديا النسبة الغالبة في المؤسسة الجامعية(العابد وبن يحيى، 2017، ص45)

إجرائيا: هو شخص له قدرة وكفاءة علمية، ويمثل العنصر الرئيسي في المؤسسة الجامعية، بحيث ينتهي إلى تخصص علمي ما، ونقصد بالطلبة الجامعيين في هذه الدراسة طلبة علوم الاعلام والاتصال بجامعة عباس لغرور خنثلة.

البودكاست:

لغة: مصطلح بودكاست من خلال دمج كلمتي "بود" و "كاست" ليصبح بودكاست وهو إدغام كلمتي " آيود " (المشغل المحمول الذي اخترعته شركة أبل الأمريكية والذي يسمح للمستخدمين بتحميل الملفات الصوتية)وبودكاست(الذي تعني البث باللغة الإنجليزية). وعبارة بودكاست التي اخترعها الصحفي "بن هامرسلاي" من صحيفة الغارديان، هي مصطلح يعكس هذه الخصائص(مفلاح وخدوج، 2024، ص35)

إصطلاحا: هو دمج بين كلمتي أي بود وبين كلمتي برودكاست بالإنجليزية broadcast أي النشر أو البث.

ويعرفه ليفنسون بون " برنامج صوتي أو صوتي بصري يمكنه الحصول عليه مجانا عبر الويب، وميزته هو أن البث يأتي من المنتج مباشرة، ولا يشترط أيا من متطلبات منتجي الإذاعة والتلفزيون، وهو ما يعني أن البث عبر الانترنت يمكن أن يكون أكثر أصلية وخصوصية، ولا يتطلب جذب عدد معين من المستمعين أو المشاهدين كي يستمر، وإنما الأمر تماما لمن يقوم بالبث(قديري وجلولي، 2024، ص307)

تعريف آخر للبودكاست:

تم إقتراح الكلمة في الأصل من قبل Ben Hammersly ويعرف بأنه ملف صوتي رقمي يتم إتاحتها على الأنترنت لتحميله على جهاز كمبيوتر أو جهاز جوال، وعادة ما يكون متاحا كسلسلة أو في نسق رقمي، ويمكن للمستخدمين متابعته تلقائيا بمجرد الاشتراك.

عبارة عن سلسلة من ملفات الصوت و الفيديو التي يتم تحديثها بانتظام و التي يمكن تشغيلها على عدد من الأجهزة(سواء المحمولة مثل مشغلات Mp3 أو الهواتف المحمولة ، أو أجهزة الكمبيوتر المكتبية). و يتم توزيعها عبر الأنترنت عبر خدمة الاشتراك.

يجمع مصطلحpodcasting بين البث و بين iPod و تشير ملفات بودكاست إلى نشر المحتوى الصوتي الرقمي على موقع ويب ، و هذه الملفات قابلة للتحميل إلى مشغل Mp3 او كمبيوتر واحد(بوشان، 2019، ص108)

البودكاست إجرائيا: هو عبارة عن تقنية حديثة تتميز بالمرونة وسهولة الوصول إلى المعلومات، حيث تسهل على المستخدم تحميل والاستماع على محتويات صوتية متنوعة في مختلف المجالات سواء دينية أو ثقافية أو إجتماعية وغيرها، كما تعد هذه التقنية وسيلة مفيدة ومناسبة لحاجات وميول المستمعين.

الإشباع:

لغة: من مصدر أشبع يشبع إشباعا الرجل ضيفه أي أطعمه حتى شبع (المعجم العربي الأساسي للناطقين بالعربية ومتعلميها، ص 667)

تشبع يتشبع تشبعا - السائل و نحوه إمتص كل ما يمكن أن يذوب فيه من جسم صلب أو غازي .

إصطلاحا:

الإشباع هو مفهوم سيكولوجي ، ويعني في نظرية التحليل النفسي التخلص من التوتر ، فتراكم التنبيه يحدث إحساسا بالألم ، و يدفع الجهاز إلى العمل لكي يحدث مرة أخرى حالة إشباع يدرك فيها خفض التنبيه كأنه لذة.

و بشكل عام يشير مصطلح الإشباع إلى حاجة ملحة تنوب الفرد لسد نقص إما داخلي او خارجي و تقسم الإشباعات إلى نوعين:

- الداخلي : يشمل إشباع الفرد للحاجات البيولوجية و الفيسيولوجية.

- الخارجي : وهي جميع مستلزمات الفرد ، و تختلف من فرد إلى آخر باختلاف الفروق الفردية في إشباع الفرد لحاجاته و مكان إقامة الفرد و طبيعة مجتمعه (بوخاري وقاسمي، 2019، ص 29)

الإشباع اجرائيا: هي درجة إشباع حاجات الشخص اتجاه وسيلة ما. بحيث تبلي هذه الوسيلة رغبات الشخص والعمل على تحقيق إشباع له سواء اشباعات نفسية أو ترفهية أو معرفية.

7- منهج الدراسة:

يعرف المنهج على أنه الطريقة المنهجية التي يستخدمها الباحث العلمي في دراسته وفقا لخطوات بحث معينة، بهدف الوصول إلى الحقائق والمعرفة حول موضوع الدراسة.

يقصد بالمنهج الطريقة التي يتبعها الباحث في دراسة موضوع ما و يعرف منهج البحث العلمي أنه أسلوب للتفكير و العمل يعتمد على الباحث لتنظيم أفكاره و تحليلها و عرضها و بالتالي الوصول إلى نتائج و حقائق معقولة حول الظاهرة موضوع الدراسة.

كما يعرف بأنه الأسلوب الذي يستخدمه الباحث في دراسة ظاهرة معينة (سرحان، 2019، ص 35)

أما المنهج المسحي: يعرف بأنه منهج بحثي يهدف إلى مسح الظاهرة موضوع الدراسة، لتحديدها و الوقوف على واقعها بصورة موضوعية ، تمكن الباحث من إستنتاج علمي لأسبابها و المقارنة فيما بينها و قد نتجاوز ذلك لتقييم تبعاً لما تلخص له من نتائج (المشهداني، 2019، ص132)

8- أداة جمع البيانات :

تعتمد هذه الدراسة على أداة جمع البيانات تناسب و المنهج المسحي والمتمثلة في إستمارة الإستبيان وهي عبارة عن مجموعة من الأسئلة أو العبارات المكتوبة والمزودة بخياراتها الجوابية المحتملة والمعدة بطريقة منهجية، يطلب فيها من المبحوثين الإشارة إلى ما يعتقدون أنه يمثل رأيهم حول السؤال المطروح أو العبارة المقترحة(دلو، 2024، ص300)

تم الإعتماد على هذه الأداة كونها أداة بحثية مباشرة في استجواب الأفراد، كما تعد من أكثر الأدوات ارتباطاً بالمنهج المسحي الذي نعتمده في دراستنا، حيث قمنا بتصميم الاستمارة بعدها صحتها الأستاذة ثم سلمناها لمجموعة من الأساتذة المحكمين لتقييمها، وبناء على ملاحظاتهم عملنا على تعديل مايجب تعديله، وقد إحتوت الاستمارة أربع محاور تتمثل فيما يلي :

المحور الاول: عادات وأنماط إستخدام الطلبة الجامعيين للبودكاست .

المحور الثاني: دوافع استخدام الطلبة الجامعيين للبودكاست .

المحور الثالث: الإشباعات المحققة للطلبة الجامعيين من إستخدام البودكاست.

المحور الرابع: رأي الطلبة الجامعيين اتجاه البودكاست .

9- الأساليب الإحصائية المستخدمة في الدراسة :

لتحقيق أهداف الدراسة وتحليل البيانات التي تم تجميعها إعتدنا على الأساليب الإحصائية الوصفية التقليدية التي تتفق مع أهداف الدراسة ومنهجها بغرض تحليل البيانات، نظراً لبساطة اداة جمع البيانات المستخدمة و صغر حجم العينة لم يتم استخدام أي برامج تحليل إحصائي إلكتروني مثل (spss أو Excel)، مما مكن الباحثين من إجراء التحليل يدوياً بدقة وكفاءة، ومتابعة البيانات بشكل مباشر وتحليلها بصورة منظمة وبسيطة دون الحاجة إلى أدوات إلكترونية مساعدة، وقد تم الأمر على عدة خطوات وهي :

1/مرحلة مراقبة ومعاينة البيانات: وهي مرحلة مهمة تسبق عمليات التحليل الإحصائي، يتم فيها تدقيق بيانات استمارة الاستبيان التي استرجعناها من المبحوثين للتأكد من أنها صحيحة ومنظمة وكاملة، واستبعاد الاستبيانات غير مكتملة .

2/ مرحلة تفرغ البيانات ومراجعتها: وهي تمثل خطوة أساسية في تجهيز البيانات بعد التأكد من صلاحيتها .

• تم نقل اجابات افراد العينة من أداة استمارة الاستبيان إلى جداول منظمة بطريقة يدوية تظهر كل سؤال والاجابات التي اختارها المبحوثين.

• ثم عدّها وتسجيل عدد التكرارات لكل اجابة على حدى، مما سمح بتحديد مدى انتشار كل خيار بين أفراد العينة .

• بعدها تم حساب النسبة المئوية لكل بديل من بدائل الاجابة (النسبة المئوية = عدد التكرارات $\times 100 \div$ مجموع التكرارات الكلي)

• ثم تأكدنا من أن مجموع التكرارات = العدد الكلي للعينة .

3/ عرض النتائج وتفسيرها :

بعد تفرغ البيانات في الجداول وحساب النسبة المئوية بطريقة يدوية تم قراءة الجداول باستخلاص الاتجاه العام للإجابات من خلال مقارنة الأرقام والتركيز على مستويات النسبة .

• بعد قراءة الجداول تم التعليق عليها بطريقة موضوعية وغير مبالغ فيها، وكتابة فقرة تحليلية تشرح ماتعنيه الارقام والإجابات من خلال تفسير سبب إرتفاعها أو إنخفاضها ومحاولة تقريبها إلى أسئلة الدراسة .

ولتوضيح النتائج بصريا لتعزيز فهم البيانات ولنسهل على القارئ ملاحظة الاتجاهات، إعتمدنا على الرسومات البيانية (مثل الأعمدة البيانية والدوائر النسبية) .

وبهذا التسلسل المنهجي، انتقلنا من التعامل مع البيانات الأولية إلى إنتاج معرفة علمية مبنية على التحليل الدقيق . إذ تم تفرغ البيانات يدويًا وتنظيمها في جداول واضحة، يليها قراءة عميقة وتحليل وصفي يعكس توجهات أفراد العينة، ثم تم تعزيز النتائج بصريا .

وقد أسهمت هذه الطريقة في الوصول إلى نتائج دقيقة وموثوقة، تشكل أساسًا قويا لصياغة الاستنتاجات النهائية التي سيتم تناولها في الفصل الأخير من الدراسة .

10- مجتمع الدراسة ومجالاته :

يعد تحديد مجتمع الدراسة خطوة من الخطوات المهمة التي يجب على الباحث تحديدها لأن القيام بأي دراسة يبدأ أساسا من المجتمع.

حيث عرفه موريس أنجلوس على أنه: مجموعة عناصر لها خاصية أو عدة خصائص مشتركة تميزها عن غيرها والتي تجرى عليها البحث أو التقصي كما عرفها أيضا على أنه مجموعة منتهية وغير منتهية من العناصر المحددة مسبقا والتي تركز عليها الملاحظات. (انجلوس، 2006، ص 298)

ولمعرفة مجتمع الدراسة لابد من تحديد المجتمع الأصلي :

المجتمع الكلي: طلبة الجزائر

المجتمع المتاح: طلبة علوم الإعلام والاتصال بجامعة عباس لغرور خنشلة.

مجالات الدراسة

المجال المكاني: أجريت هذه الدراسة بجامعة عباس لغرور خنشلة مركز القطب الجامعي عبد الحق عبد الرفيق برارحي 8000 مقعد الكائن بطريق عين البيضاء حيث شملت كلية العلوم الانسانية والاجتماعية .

التعريف بالمؤسسة :

انطلقت المؤسسة محل الدراسة كمركز جامعي تابع إداريًا لجامعة العقيد "الحاج لخضر" بباتنة خلال الفترة الممتدة بين سنتي 1999 و 2001، قبل أن يتم تحويلها رسميًا إلى المركز الجامعي خنشلة، وذلك بموجب المرسوم التنفيذي رقم 278/01 المؤرخ في 18 سبتمبر 2001، حيث ضم في بدايته معهدين فقط. وبمقتضى المرسوم التنفيذي رقم 681 المؤرخ في 16 أوت 2006، شهد المركز توسعًا في هيكله الأكاديمية ليضم ستة معاهد.

وتجدر الإشارة إلى أن المركز قد ارتقى إلى مصاف الجامعات الوطنية بموجب المرسوم التنفيذي رقم 246/12 الصادر في 4 جوان 2012، والذي قضى بإنشاء جامعة "عباس لغرور خنشلة"، والتي تضم مجموعة من الكليات منها: كلية الآداب واللغات، كلية الحقوق والعلوم السياسية، كلية العلوم والتكنولوجيا، كلية علوم الطبيعة والحياة، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير والعلوم التجارية، بالإضافة إلى كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية، وهي المجال الذي تتمركز حوله هذه الدراسة. وتقع كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية ضمن القطب الجامعي الذي يضم 8000 مقعد بيداغوجي على طريق عين البيضاء، وقد كانت في بدايتها معهداً، ثم تحولت إلى كلية في نفس سنة إنشاء الجامعة، وذلك طبقاً لأحكام المرسوم التنفيذي السالف الذكر. وتتشكل الكلية من قسمين رئيسيين: قسم العلوم الاجتماعية وقسم العلوم الإنسانية، وتطورت إحصائيات الكلية عبر الزمن فبحلول الموسم 2025/2024، بلغ العدد الإجمالي للطلبة 1511 طالبا وطالبة، وعدد الأساتذة 107 أستاذ وأستاذة من مختلف الرتب والتخصصات و عدد الإداريين 38 موظفًا وموظفة، وتوفر التكوين في ميدان العلوم الاجتماعية والإنسانية في الطورين ليسانس وماستر

قسم العلوم الانسانية: 572 طالب

أ/على مستوى ليسانس: 383 طالب

• الاعلام والاتصال

• تاريخ عام

ب/على مستوى الماستر: 189 طالب

• سمعي بصري

• تاريخ المقاومة والحركة الوطنية الجزائرية

قسم العلوم الاجتماعية: 939 طالب

أ/على مستوى ليسانس: 638 طالب

• تاريخ الفلسفة

• علم الاجتماع

• علم النفس العيادي

ب/على مستوى الماستر: 301 طالب

• تاريخ الفلسفة

• علم الاجتماع الحضري

• علم الاجتماع تنظيم وعمل

• على النفس العيادي

المجال الزمني: وهي المدة التي استغرقتها الدراسة بشقيها النظري والميداني حيث إمتدت هذه الدراسة من أول يوم تم الإعلان فيه عن المواضيع واختيارها بكلية العلوم الانسانية والاجتماعية في الفترة الممتدة من شهر أكتوبر إلى غاية شهر ماي، وقد تم ذلك عبر مراحل:

المرحلة الأولى: من نوفمبر إلى 26 مارس 2025

تم التركيز في هذه المرحلة على الجانب النظري للدراسة، من خلال جمع المادة العلمية المرتبطة به، والاطلاع على مختلف أبعاده المعرفية والنظرية، وذلك بالرجوع إلى الدراسات السابقة، والمجلات العلمية، والمقالات، وغيرها من المصادر ذات الصلة.

المرحلة الثانية: من 27 مارس إلى 23 أبريل 2025

هذه المرحلة قمنا بإعداد استمارة استبيان أولية وعرضناها على الأستاذة المشرفة لمراجعتها، وبناء على ملاحظاتها تم إجراء التعديلات المناسبة، وإرسالها إلى المحكمين التالية أسمائهم:

•الأستاذة لطيفة نسيغاوي

•الأستاذة أمينة عطاء الله

•الأستاذة غنية صوالحية

وبعد ردهم تم تعديل الاستمارة في شكلها النهائي بناء على إقتراحاتهم، ثم توزيع الاستمارات على عينة الدراسة وإسترجاعها.

المرحلة الثالثة: من 23 أبريل إلى 13 ماي

هي المرحلة الأخيرة قمنا فيها بتفريغ البيانات وتبويبها مع التحليل والتفسير بشكل دقيق ومنظم والوصول إلى نتائج الدراسة.

المجال البشري: ويتمثل المجال البشري في طلبة علوم الإعلام والإتصال بكلية العلوم الانسانية ب جامعة عباس لغرور خنشلة.

11-عينة الدراسة :

عرفتها وسام فاضل راضي على أنها: عملية اختيار عدد قليل من مجموعة أكبر (مجتمع البحث) لتصبح أساساً للتقدير أو التنبؤ بانتشار معلومات أو حالة أو نتيجة غير معروفة في المجموعات الأكبر(راضي،2023، ص3و4)

وإعتمدنا في هذه الدراسة على العينة القصدية والتي تعتبر من أنواع العينات غيرال عشوائية(غير ال إحتمالية) والتي تتميز بالمرونة و أقل إستهلاك للوقت.

يكون اختيار هذه العينة على أساس حر من قبل الباحث وحسب طبيعة بحثه بحيث يحقق هذا الاختيار هدف الدراسة (الدليبي وصالح، 2024، ص 82)

ففي دراستنا قمنا بأسلوب قصدي في ثلاث مراحل وهي :

المرحلة الأولى: إختيار جامعة من الجامعات الجزائرية ووقع الاختيار قصدا على جامعة عباس لغرور خنشلة لإعتبارات عدة منها القرب المكاني والقدرة على إجراء دراسة ميدانية فيها في حدود إمكانياتنا كباحثين .

المرحلة الثانية: إختيار كلية من كليات جامعة عباس لغرور خنشلة ووقع الاختيار عمدا على كلية العلوم الانسانية لإعتبارات عدة منها: أننا ندرس في الكلية مما يسهل علينا الوصول الى مفردات البحث وضبط مجال الدراسة مكانيا .

المرحلة الثالثة: إختيار مفردات البحث من طلبة علوم الإعلام والإتصال بنسبة (20%) من المجتمع المتاح.

12- النظرية الموظفة في الدراسة:

نظرية الإستخدامات والإشباعات:

• تعريف النظرية:

النظرية بشكل عام هي مجموعة من البيانات و المعلومات المترابطة على مستوى عال من التجديد و التي يمكن أن تولد الإفتراضات التي يتم إختيارها بالمقاييس العلمية وعلى أساسها يمكن أن توضع التنبؤات عن السلوك.(المشاقبة، 2015، 144)

• تعريف نظرية الإستخدامات والإشباعات:

هي إستخدام الجمهور لوسائل الإعلام للبحث عن إشباعات في الرسالة الإعلامية ، و يتحكم في ذلك عوامل الفروق الفردية بين الجمهور.

وهذا المفهوم يتضمن العناصر الأساسية التي بنيت عليها الدراسات الإعلامية التي تناولت النظرية وهي :

- الإستخدام : و يعني ذلك أن الجمهور هو الذي يستخدم الوسيلة الإعلامية و ليس العكس ، فهو الذي يشاهد المضمون الإعلامي ، أو يقرأه ، أو يسمعه ، و كل ذلك يتم بإرادته و إختياره.

- الفروق الفردية: و هي الإختلافات التي تكون بين الجمهور . قد تكون فروقا شخصية ، مثل العمر، والجنس، و المستوى الإجتماعي ، والتفاوت الإقتصادي والتباين العلي ، و إما تكون فروقا في الميول و الإتجاهات بين الجمهور ، كالفروق السياسة ، والثقافية، والرياضية والترفيهية وغيرها.

هذه الفروق الشخصية و الإختلافات في الميول و الإتجاهات بين فئات الجمهور تؤثر إلى حد كبير في طبيعة المضمون الذي يتعرضون له ، و نوع الرسالة الإعلامية التي يبحثون عنها.

- الإشباعات : وهي النتيجة التي يتلقاها الجمهور من مضمون وسائل الإعلام إستجابة لحاجاته و دوافعه من التعرض لهذه الوسائل (البشر، 2014، ص132 و133)

اذ أن الجمهور له دوافع و حاجات من تعرضه الإنتقائي لوسائل الإعلام ، و يبحث عن إشباعات لهذه الدوافع وتلك الحاجات . و هذه الإشباعات إما أن تكون كلية أو جزئية ، فإذا كانت الإشباعات متحققة فهي كلية ، و إن كانت ناقصة فهي جزئية.

وبيان ذلك أن الجمهور يتوقع إشباعات معينة من المادة الإعلامية ، فإذا وجد ما يبحث عنه و يليي دوافعه و إحتياجاته كانت الإشباعات كلية ، و إن وجد بعضاً منها فهي جزئية.

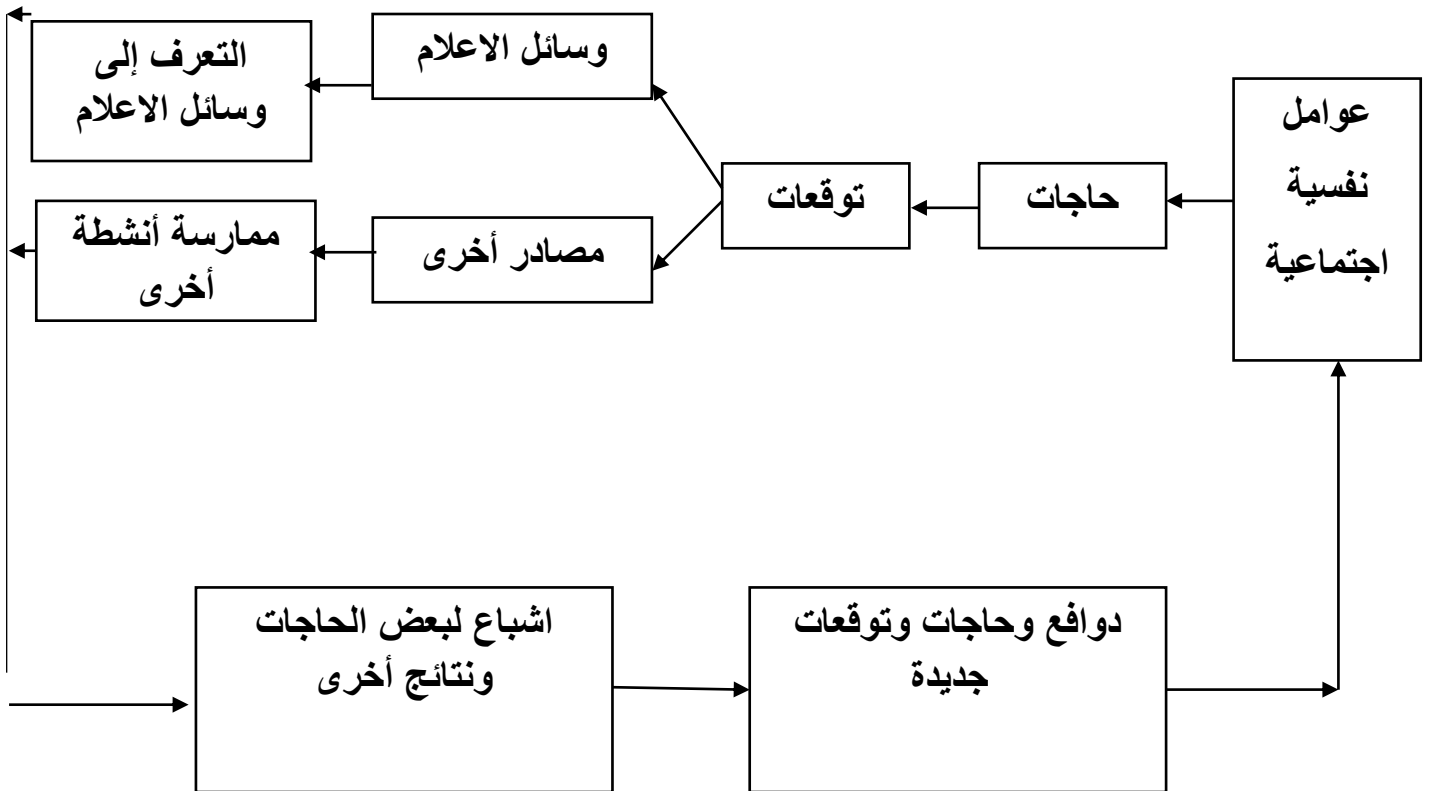
• فروض نظرية الإستخدامات والإشباعات:

- إن اعضاء الجمهور مشاركون فعالون في عملية الإتصال الجماهيري ، و يستخدمون وسائل الإتصال لتحقيق أهداف مقصودة تلي توقعاتهم.
- يعبر إستخدام وسائل الإتصال عن الحاجات التي يدركها أعضاء الجمهور ، و يتحكم في ذلك عوامل الفروق الفردية ، و عوامل التفاعل الإجتماعي ، و تنوع الحاجات بإختلاف الأفراد.
- التأكيد على أن الجمهور هو الذي يختار الرسائل و المضمون الذي يشبع حاجاته ، فالأفراد هم الذين يستخدمون وسائل الإتصال ، وليست وسائل الإتصال هي التي نستخدم الأفراد.
- يستطيع أفراد الجمهور دائما تحديد حاجاتهم و دوافعهم ، وبالتالي يختارون الوسائل التي تشبع تلك الحاجات.
- يمكن الإستدلال على المعايير الثقافية السائدة من خلال إستخدامات الجمهور لوسائل الإتصال ، و ليس من خلال محتوى الرسائل فقط.
- جمهور المتلقين هو جمهور نشط ، و إستخدامه لوسائل الإعلام هو إستخدام موجه لتحقيق أهداف معينة.
- يمتلك اعضاء الجمهور المبادرة في تحديد العلاقة بين إشباع الحاجات و إختيار وسائل معينة يرى أنها تشبع حاجاته

تنافس وسائل الإعلام مصادر أخرى لإشباع الحاجات مثل الإتصال الشخصي أو المؤسسات الأكاديمية أو غيرها من المؤسسات ، فالعلاقة بين الجمهور ووسائل الإعلام تتأثر بعوامل بيئية عديدة تجعل الفرد يتجه إلى مصدر ما لإشباع حاجاته دون الآخر، وهذا ما عبر عنه " كلابر " بتأثيرات العوامل الوسيطة.

• الجمهور هو وحده القادر على تحديد الصورة الحقيقية لاستخدامه وسائل الإعلام لأنه هو الذي يحدد إهتماماته و حاجاته و دوافعه وبالتالي إختيار الوسائل التي تشبع حاجاته .

• الأحكام حول قيمة العلاقة بين حاجات الجمهور و استخدامه لوسيلة أو محتوى معين يجب أن يحددها الجمهور(الحميد،2004، ص284)



ويعكس النموذج السابق التي تقوم عليها نظرية الاستخدامات والإشباع في نموذج "كاتزوزملاؤه".

• مراحل تطور نظرية الاستخدامات والإشباع:

المرحلة الوصفية (الطفولة) :

إهتمت هذه المرحلة بتقديم الوصف لتوجهات الجماعات الفرعية لجمهور الوسائل الإتصالية فيما له علاقة بإختيارها لمختلف أشكال محتوى وسائل الإتصال ، وهذه المرحلة هي السائدة في عقدي الأربعينيات و الخمسينيات من القرن الماضي.

المرحلة التطبيقية (مرحلة المراهقة) : وهي ذات توجه ميداني ، كان التركيز فيها على المتغيرات النفسية و الإجتماعية التي تؤدي إلى أنماط مختلفة من إستخدامات وسائل الإعلام، وهذه المرحلة إمتدت أثناء الستينيات من القرن الماضي.

المرحلة التفسيرية (البلوغ) : تعد الإشباعات المتحققة نتيجة التعرض هي المحور الرئيس الذي ركزت عليه هذه المرحلة ، والتي جرى فيها تحديد و إعداد قوائم الإستخدامات و الإشباعات ، وهذه المرحلة مستمرة منذ السبعينيات وحتى الآن (الحجامي، 2024، ص473)

• أهداف نظرية الإستخدامات و الإشباعات :

- تفسير إستخدام الجمهور للوسائل الإتصالية المختلفة بهدف إشباع حاجاتهم ، و تفترض أن الجمهور نشط يختار ما يناسبه من الوسائل التي تشبع حاجاته و دوافعه.
- تحديد و تفسير دوافع التعرض لوسيلة معينة ، و التفاعل الذي يحدث نتيجة التعرض.
- التأكيد على نتيجة إستخدام الوسائل الإتصالية بهدف الفهم العميق للعملية الإتصالية .
- الكشف عن العلاقة المتبادلة بين دوافع الإستخدام ، و أنماط التعرض ، و الإشباعات المتحققة.
- التعرف على دور العوامل الوسيطة و أثرها في الإستخدامات و الإشباعات (الحجامي، 2024، ص48)

• إنتقادات نظرية الإستخدامات و الإشباعات :

- ✓ إهتمام النظرية بالخصائص السيكولوجية الفرد على حساب الأبعاد الإجتماعية.
- ✓ الإعتماد على إستجابات أفراد الجمهور و نتائجها كأدلة على الحاجات الأساسية.
- ✓ ليس هناك إتفاق حول الحاجات حيث تتعدد بتعدد الباحثين.
- ✓ الإعتقاد بأن التلفزيون مثلاً هي عملية مخططة وهي أن الواقع عملية عرضية.
- ✓ تهمل النظرية البنيات و العمليات الإتصالية.
- ✓ مشاهدة برامج معينة قد يعود إلى العادة او شعبيتها.
- ✓ تعتبر النظرية الجمهور فعال و بإمكانه الإفصاح عن رغباته (جبار، 2019، ص59)

● إسقاط النظرية :

تعد نظرية الإستخدامات والإشباعات من النظريات الأساسية التي تساعد الباحثين على معرفة دوافع وأنماط ومختلف حاجات استخدام الجمهور لمختلف الوسائط والوسائل والتعرف على الإشباعات التي يحققونها منها، بحيث تركز على العلاقة بين الوسيلة الإعلامية والجمهور، و تنظر إلى الجمهور على أنه عنصر نشط يسعى لاستخدام الوسائط المختلفة لتحقيق رغباته وحاجاته للوصول إلى إشباعات معينة، وعند إسقاط هذه النظرية على موضوعنا الموسوم بإستخدامات الطلبة الجامعيين للبودكاست والإشباعات المحققة منه، فنحن نريد معرفة الدوافع الذاتية وراء إستخدام الطلبة الجامعيين للبودكاست، ثم معرفة الإشباعات التي يرغبون في تحقيقها من خلال استخدامهم للبودكاست، حيث يتضح أن هذا الأخير يعتبر نمط إعلامي جديد يلي مجموعة واسعة من الإحتياجات وهذا ما يفسر سبب الإقبال المتزايد عليه من الطلبة الجامعيين .

من خلال نظرية الإستخدامات والإشباعات ، يمكن ملاحظة تعدد الدوافع التي تحكم هذا الاستخدام، منها الرغبة في الإشباع المعرفي والترفيهي وأيضا النفسي من خلال متابعة مختلف المواضيع من خلال البودكاست، وترجم هذه الدوافع إلى مجموعة من الإشباعات منها الترفيهية كالمتعة و النفسية كتحفيف القلق والتوتر والمعرفية كإثراء الرصيد المعرفي، فهذا التعدد في الدوافع يقابله تنوع في الإشباعات المحققة، حيث تظهر هذه الإشباعات مدى توافق البودكاست مع طبيعة إحتياجات الطلبة، ما يعزز مكانته كوسيلة إعلامية تتسم بالمرونة والقدرة على تقديم محتوى متنوع يتماشى مع أنماط حياة الطلبة .

ساعدتنا فروض نظرية الإستخدامات والإشباعات في معرفة أن الطلبة يختارون مضمون البودكاست بناء على حاجاتهم، لأنهم هم الذين يستخدموه وليس العكس .

أفادتنا نظرية الإستخدامات والإشباعات في بناء تساؤلات الدراسة وساهمت في بناء إستمارة الإستبيان بما يتلائم مع محاور النظرية المتعلقة بالدوافع والاستخدامات، وتحليل النتائج في سياق الحاجات الفردية للمستمعين، وعليه فإن الاعتماد على نظرية الاستخدامات والإشباعات لا يقتصر فقط على الجانب النظري بل يخلق إضافة منهجية تعزز القيمة التحليلية والتفسيرية للبحث .

13-الدراسات السابقة:

أ- الدراسة المحلية:

الدراسة الأولى:

دراسة من إعداد الباحثين بوخلفة خديجة و بولوداني سهام بعنوان " البودكاست الفكاهي وتشكيل الرأي العام في الجزائر - دراسة ميدانية لعينة من الطلبة بكلية العلوم الإنسانية والاجتماعية - جامعة عنابة

لعام 2022- انطلقت هذه الدراسة من إشكالية مضمونها : ما هو دور البودكاست الفكاهي في تشكيل الرأي العام في الجزائر؟"

-هدفت هذه الدراسة إلى:

- معرفة طبيعة المواضيع والقضايا السائدة و المعالجة من خلال تقنية البودكاست الفكاهي في الجزائر.
- الكشف عن مظاهر تكوين الرأي العام في الجزائر من خلال تقنية البودكاست الفكاهي.

لتحقيق هذه الأهداف استخدمتا الباحثتين :

_ المنهج الوصفي

_ أداة الملاحظة و الإستبيان في جمع المعلومات.

_ إختارت العينة العشوائية البسيطة ل 156 مفردة.

أما نتائج الدراسة فتوصلتا الباحثتين إلى:

- أن المدة الزمنية المستهدفة في متابعة البودكاست الفكاهي تراوحت أكثر من 4 سنوات بنسبة قدرت ب 58. %
- كما أوضحت الدراسة أن المدون الجزائري يناقش القضايا في البودكاست الفكاهي من خلال التعبير عن الآراء بحرية.
- و تشير الدراسة أيضا إلى أن إستقلالية المدون الجزائري في معالجة القضايا المطروحة في البودكاست الفكاهي تميزت بكون هذا الأخير حر و مستقل.
- و ظهر من خلال هذه الدراسة أن المبحوثين يتابعون البودكاست الفكاهي بطريقة منتظمة.

أوجه التشابه :

- تتماثل هذه الدراسة مع دراستنا في إحدى المتغيرات وهو البودكاست.
- و تتطابقان أيضا في الإعتماد على أداة الإستبيان والتي ركزتا عليها الباحثتين في دراستهما والتي إعتمدناها في دراستنا.

أوجه الاختلاف :

- تختلف هذه الدراسة عن دراستنا في أحد متغيرات البحث حيث أن دراسة الباحثين كانت حول البودكاست الفكاهي أما نحن قمنا بالتطرق للبودكاست بشكل عام.
- اختلفت أيضا في الإعتماد على المنهج وإستخدامهم للعينة بطريقة عشوائية بسيطة.

الدراسة الثانية:

دراسة من إعداد الباحثين سليمة تومي و وداد سميثي بعنوان " المعالجة الإعلامية للبودكاست السياسي في الجزائر من خلال المواقع الإخبارية المحلية - دراسة تحليلية للشروق أونلاين و النهار أونلاين .

-انطلقت هذه الدراسة من إشكالية مضمونها : كيف عالج الموقعين محل الدراسة البودكاست السياسي في الجزائر من خلال الفترة 2017.4.1 و 2018.4.1 ؟

- هدفت هذه الدراسة إلى :

- تحليل طبيعة معالجة المواقع الإخبارية المحلية المتمثلة في موقعي النهار أونلاين و الشروق أونلاين لموضوع البودكاست السياسي في الجزائر.

- و لتحقيق هذه الأهداف استخدمت الباحثين منهج المسح و أداة تحليل المضمون بهدف الرصد الكمي للمضامين المثارة حول البودكاست السياسي في الجزائر.

- وتم الاعتماد على نظرية تحليل الأطر الإعلامية.

أما نتائج الدراسة فقد تم التوصل الى :

- الموقع الجدي بتأطير موضوع البودكاست السياسي.

- إهتمامه بتوظيف أساليب الإقناع العاطفية و العقلية بنسب متقاربة.

- موقع الشروق أونلاين يسعى إلى معالجة موضوع البودكاست السياسي في الجزائر بطريقة إيجابية أما موقع النهار فعالجها بطريقة سلبية.

أوجه التشابه :

• تتماثل هذه الدراسة مع دراستنا في بعض العناصر منها البودكاست و أيضا المنهج المسحي.

أوجه الاختلاف :

- تختلف هذه الدراسة عن دراستنا في معظم العناصر منها: النظرية المستخدمة و أداة جمع البيانات و أيضا تختلف من حيث العينة و حجمها.

الدراسة الثالثة:

دراسة من إعداد الباحثة نوال رضا بعنوان "الاستخدامات التفاعلية لتطبيقات الميديا الجديدة في الحياة اليومية للمراهقين الجزائريين تطبيقات البودكاست نموذجاً_ " جامعة باتنة
_ انطلقت هذه الدراسة من إشكالية تمثلت في :

ماهي آليات الاستخدام التفاعلي لتطبيقات الميديا الجديدة_تطبيقات البودكاست نموذجاً_ في الحياة اليومية للمراهقين الجزائريين؟
_هدفت هذه الدراسة إلى :

- تحديد مستويات الوصول الرقمي لدى مراهقي العينة في الحياة اليومية .
- شرح طقوس الاستخدام التفاعلي لتطبيقات البودكاست الرقمية في الحياة اليومية لدى مراهقي العينة .

_لتحقيق هذه الأهداف إستخدمتالباحثة :

• المنهج التكاملي الذي يجمع بين المنهجين الكيفي والكمي .

• أداة الملاحظة بالمشاركة لجمع البيانات .

• إختارت عينة الدراسة بطريقة قصدية حيث تضمنت العينة 40 مراهقا .

_أما نتائج الدراسة فتوصلت الباحثة إلى :

• ان التواجد الرقمي لمراهقي العينة عبر تطبيقات البودكاست مظهر من مظاهر التفاعلية الرقمية التي تدعم سيكولوجية المستخدم المراهق .

• توضح الاستخدامات التفاعلية للمنصات الرقمية كآلية لتحقيق اشباعات لحاجات عديدة لدى المراهقين .

• ان البودكاست أداة فعالة في تطوير المجتمع .

_أوجه التشابه :

• تتماثل هذه الدراسة مع دراستنا في بعض المفاهيم كالاستخدامات والبودكاست .

• وتتطابقان أيضا في إختيار عينة البحث بطريقة قصدية .

_أوجه الإختلاف :

• تختلف هذه الدراسة عن دراستنا من حيث إختيار منهج الدراسة وأداة جمع البيانات.

ب- الدراسات العربية:

الدراسة الأولى:

دراسة من إعداد الباحث ماجد بن فهد الشيباني بعنوان " دوافع تعرض الجمهور السعودي لإذاعات الأنترنت (البودكاست) و الإشباعات المتحققة منه - دراسة مسحية لعينة من متابعي بودكاست (ثمانية) في المملكة العربية السعودية 2022.

إنطلقت هذه الدراسة من الاشكالية التالية :

ما الدوافع التي تدعو الجمهور السعودي للتعرف لراديو الأنترنت ؟ و ما هي الإشباعات المحققة منه ؟

هدفت هذه الدراسة إلى:

- الكشف عن دوافع إستخدام الجمهور السعودي لراديو الأنترنت (البودكاست) و قياس الإشباعات المحققة منه.
- رصد تأثيرات محتوى البودكاست على المستخدمين من الجمهور السعودي.

لتحقيق هذه الأهداف إستعان الباحث بـ:

- نظرية الإستخدامات و الإشباعات.
- نظرية ثراء الوسيلة.
- نظرية الإعتماد على وسائل الإعلام.
- المنهج الوصفي و أداة الإستبيان الإلكتروني و توزيعها على عينة ذات 220 مفردة.

أما نتائج الدراسة فتوصل الباحث إلى :

- _ زيادة إهتمام الجمهور السعودي بالتعرض للبودكاست لأهمية المحتوى الرقمي الذي يقدمه .
- _ أغلب المحتوى المقدم على البودكاست يميل نحو الطابع الشخصي من خلال وصول المتلقي المفرد.
- _ الدوافع النفسية للتعرض إلى البودكاست تغلب على الدوافع لدى الجمهور السعودي.
- _ من أهم العوامل التي تزيد من إرتباط المستخدمين بالبودكاست هو اتصاله بالحدثة و العصرية.

أوجه التشابه:

- _ نظرية الإستخدامات و الإشباعات
- _ أداة جمع البيانات من خلال إختيار أداة الإستبيان

أوجه الإختلاف :

- _ الباحث إستخدم المنهج الوصفي أما في دراستنا إعتدنا على المنهج المسحي.
- _ إعتدنا على نظرية واحدة عكس الباحث إستخدم عدة نظريات.

الدراسة الثانية:

دراسة من إعداد الباحثة أريج عبد الله محمد النابلسي بعنوان " تأثير مسلسلات البودكاست على اليافعيين في ترسيخ القيم الإجتماعية و الإنسانية" - دراسة تجريبية على مسلسل وليد الصدفة رسالة إستكمالية لمتطلبات الحصول على درجة الماجستير في الإعلام ، قسم الصحافة والإعلام جامعة الشرق الأوسط كانون الثاني 2021.

إنطلقت هذه الدراسة من إشكالية تمثلت في : ما تأثير مسلسلات البودكاست على اليافعيين في ترسيخ القيم الإجتماعية و الإنسانية من خلال متابعتهم لمسلسل وليد الصدفة ؟
سعت هذه الدراسة إلى:

- التعرف على انعكاسات تأثير مشاهدة البودكاست " مسلسل وليد الصدفة " على ترسيخ القيم الإجتماعية و الإنسانية لدى اليافعيين.
- التعرف على درجة ممارسة اليافعيين من طلبة الصفوف (التاسع ، العاشر ، الأول ثانوي) و منه التعرف على درجة رضا اليافعيين من طلبة هذه الصفوف.

لتحقيق هذه الأهداف استخدمت الباحثة :

- المنهج الوصفي التحليل التجريبي.

- أداة الإستبانة و بالإعتماد على العينة العمدية (قصدية) فبلغ عدد العينة نسبة 44% ذكور ، و نسبة الإناث قدرت ب 58% ، و إشملت طلبة المدارس في عمان من الصفوف (التاسع ، العاشر ، الأول ثانوي).

أما نتائج الدراسة فتوصلت الباحثة إلى :

- أن المعدل الكلي لدرجة رضا الطلبة اليافعيين عند مسلسل وليد الصدفة بدرجة مرتفعة

- عدم وجود فروقات ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة في درجة ممارسة اليافعيين من طلبة الصفوف (التاسع ، العاشر ، الأول ثانوي) القيم الإجتماعية و الإنسانية تعود لتأثير متغير النوع الإجتماعي و الصف و نوع المدرسة.

- إن اليافعيين لديهم درجة كبيرة من التأثر بما يشاهدونه او يتبعونه و خاصة المسلسلات ، حيث تتشكل عواطفهم و يتأثرون بشكل كبير بما يتابعونه مما يؤثر على سلوكياتهم بشكل عام .

أوجه التشابه :

- من خلال هذه الدراسة حول تأثير مسلسلات البودكاست على اليافعيين في ترسيخ القيم الإجتماعية و الإنسانية في ضوء نظرية التعلم الإجتماعي تبين لنا أن هناك نقاط تشابه مع دراستنا حيث أن هناك بعض المصطلحات المستخدمة فيها تتلاقى مع دراستنا مثل مصطلح " البودكاست " ، و كذلك تشابه الدراسات في بعض الجوانب المنهجية منها العينة .

أوجه الإختلاف:

- تختلف دراستنا عن دراسة الباحثة أريج عبد الله محمد النابلسي في بعض الجوانب النظرية و المنهجية العامة منها نظرية الدراسة ، منهج الدراسة ، بالاضافة الى أن الباحثة قامت بدراسة تأثير مسلسلات البودكاست على اليافعيين أما في دراستنا ركزنا على إستخدام الطلبة الجامعيين للبودكاست.

الدراسة الثالثة :

دراسة من إعداد الباحث عمرو محمد محمود عبد الحميد بعنوان تفاعل الجمهور مع محتوى البودكاست بالمنصات الرقمية و إنعكاساته على مستقبل الإذاعة بالمنطقة العربية بجامعة الإمارات و جامعة مصر لسنة 2024.

-هدفت هذه الدراسة إلى:

- رصد دوافع تعرض الجمهور لمضامين البودكاست بالمنطقة العربية و أنماط تفاعله معها.
- رصد أنماط إستهلاك المستمعين للتقنية المستحدثة بالمنطقة العربية.
- لتحقيق هذه الأهداف استخدم الباحث :
- المنهج المسحي.
- نظرية ثراء الوسائط الإعلامية.
- تطبيق أداة الإستبيان على عينة عمدية قوامها 400 مفردة.

أما نتائج الدراسة فتوصل الباحث إلى:

- أن موقع يوتيوب يحتل المرتبة الأولى في المنصات الرقمية التي يلجأ إليها الجمهور في الإستماع للبودكاست.
- المحتوى المفضل للجمهور بمنصات البودكاست يرتبط بالإهتمامات الإنسانية و المحتوى الثقافي و الديني و ريادة الأعمال و التكنولوجيا.
- ثبت وجود علاقة إرتباطية ذات دلالة إحصائية بين كثافة تعرض الجمهور عينة الدراسة للبودكاست و تقييمهم لعناصر جودة البودكاست بالمنطقة العربية.

أوجه التشابه:

- تتماثل هذه الدراسة مع دراستنا في بعض العناصر حيث إستخدم العينة العمدية (قصدية) و أداة الإستبيان و الإعتماد على المنهج المسحي.

أوجه الإختلاف :

- تختلف هذه الدراسة عن دراستنا في إعتماده على نظرية ثراء الوسائط الإعلامية أما نحن إعتمدنا على نظرية الإستخدامات و الإشباعات.

الاستفادة من الدراسات السابقة :

إستفدنا من الدراسات السابقة التي تناولت موضوع البودكاست وإستخداماته في سياقات متنوعة، في تقديم خلفية علمية غنية دعمت بحثنا من عدة جوانب، وأتاحت له قاعدة نظرية ومنهجية أساسية حيث ساعدتنا في تحديد الفجوات البحثية التي لم تعالج بشكل كبير، ومن خلال الإطلاع على الأساليب المستخدمة في الدراسات السابقة تمكنا من إختيار الأدوات المناسبة لجمع البيانات وتحليلها، كما ساعدتنا في فهم الدوافع الرئيسية وراء إستخدام البودكاست، مثل رغبة الأفراد في التسلية أو إكتساب المعرفة، وهو ما يتماشى مع نظرية الإستخدامات والإشباعات. وسندستخدم نتائج هذي الدراسات أيضا لمقارنتها بالنتائج التي سنتوصل إليها مما يساعد في تفسيرها بشكل كبير.

الفصل الثاني:

الاعلام الجديد

- 1- تعريف الإعلام
- 2- تعريف الإعلام الجديد
- 3- بلورة وتطور فكرة النظام الإعلامي الجديد
- 4- عوامل ظهور الإعلام الجديد
- 5- خصائص الإعلام الجديد
- 6- وسائل وأدوات الإعلام الجديد
- 7- مخاطر وسلبيات الإعلام الجديد

1- تعريف الإعلام :

في ظل التطورات المتسارعة في وسائل الاتصال، أصبح الإعلام جزءاً لا يتجزأ من حياتنا اليومية، يؤثر في أفكارنا ويشكل مواقفنا تجاه مختلف القضايا .

من هذا المنطلق يمكن تعريف الاعلام على أنه عملية دينامية تهدف إلى توعية و تثقيف وتعليم وإقناع مختلف فئات الجماهير التي تستقبل مواد مختلفة وتتابع فقراته وبرامجه. ويجب أن يكون هناك فكرة محدودة تدور حول معنى معين يهدف مرسلها إلى توصيلها إلى تلك الجماهير، وتتسم هذه العملية الدينامية بأنها تركز على الصدق والصراحة ومخاطبة عقول الجماهير وعواطفهم السامية والارتقاء بمستوى الرأي، ويقوم الاعلام على التنوير والتثقيف مستخدماً أسلوب الشرح والتفسير والجدل المنطقي(السيد، 2011، ص20)

من خلال التعريف السابق يمكن القول أن الاعلام هو عملية نقل الاخبار والافكار ومختلف المعلومات إلى الجمهور المتلقي عبر وسائل الإعلام المختلفة كالتلفزيون والصحف والإذاعة بهدف التثقيف والتوعية وتشكيل الوعي الاجتماعي والتأثير في الرأي العام، فهو يركز على دروه في نقل الحقائق بدقة وموضوعية .

2- تعريف الإعلام الجديد :

مع تطور التكنولوجيا، ظهرت وسائل جديدة لنقل المعلومات والتواصل بين الناس، وهنا برز ما يُعرف بالإعلام الجديد.

الذي يعرفه "السيتر" على أنه مجموعة تكنولوجيات الاتصال التي تولدت من تزاوج بين الكمبيوتر والوسائل التقليدية للإعلام والطباعة والتصوير الفوتوغرافي والصوت والفيديو(شقرة، 2014، ص51)

ويعرفه آخرون بأنه نوع من الإعلام يتم عبر الانترنت يستخدم فيه فنون وآليات تقنيات المعلومات التي تتناسب مع الانترنت كوسيلة اتصال، بما في ذلك استخدام النص والصوت والمستويات المختلفة من التفاعل مع الجمهور لتقصي الأخبار الآنية وغير الآنية ومعالجته وتحليلها ونشرها للجمهور عبر الانترنت بسرعة(شقرة، 2014، ص53).

يشير مفهوم الإعلام الجديد إلى التطور الحديث الذي حدث لوسائل الإعلام التي تعتمد على التكنولوجيا الرقمية وشبكة الأنترنت في نقل المعلومات والحقائق إلى الجمهور، يتسم الإعلام الجديد بالمرونة والتفاعلية والانتشار عكس الإعلام التقليدي، وتشمل وسائل الإعلام الجديد المدونات والبودكاست والمنصات الرقمية .

3- بلورة وتطوير فكرة النظام الإعلامي الجديد :

ظهر مصطلح الإعلام الجديد بعد التطورات التي شهدتها العالم في المجالات الإعلامية والسياسية والاقتصادية والثقافية، لكن تأثير تلك التطورات لم يصل إلى حد التأثيرات التي أحدثتها التطورات التكنولوجية والتقنية في مجال الاتصال والكمبيوتر وبالخصوص الثورة التي أحدثتها شبكة الإنترنت في الجانب الاتصالي والإعلامي ، والتي أصبح الجمهور يعتمد عليها في جميع مجالات الحياة من اتصال وتعليم وترفيه وثقافة وتسويق، بحيث مكنت شبكة الإنترنت الجمهور من القيام بالعديد من النشاطات وهو جالس في مكانه ، لكن فكرة بناء نظام جديد للإعلام كانت مترسخة في أذهان الدول النامية من خلال العديد من المطالبات بإصلاح النظام الدولي للإعلام وضرورة التكافؤ في تدفق المعلومات والأخبار بين دول الشمال ودول الجنوب. (شقرة، 2014، ص64)

وكانت بداية مطالب الدول النامية لمعالجة الاختلال في النظام الاتصالي والإعلامي في المؤتمر العام لليونسكو في عام 1970 حول مشكلة اختلال التوازن في تدفق الإعلام والمعلومات بين الدول الصناعية المتقدمة والدول النامية ، إذ طالبت الدول النامية بضرورة تعديل نظام التدفق الدولي للأنباء لكي يكون تدفق في اتجاهين باعتبار ذلك حقاً أساسياً لها للتعريف بنفسها ، لكن البداية الفعلية لسعي الدول النامية كانت تنتمي الحركة دول عدم الانحياز التي قررت خلال مؤتمر القمة الرابع لدول عدم الانحياز الذي انعقد في الجزائر عام 1973 ضرورة أن تتخذ الدول النامية موقفاً موحداً في مجال الإعلام وأن تعمل على دعم نقل الأفكار والمعلومات وتوسيع تنظيم قنوات الاتصال المباشر فيما بينها ، وبعد ذلك توالت جهود دول عدم الانحياز ومنظمة اليونسكو بإقامة العديد من المؤتمرات لكنها لم تفلح بتحقيق ما تطمح إليه بإقامة نظام اتصالي وإعلامي جديد ينطوي على مزيد من العدالة في توزيع الأخبار والمعلومات، وفي عام 1985 وبعد العديد من محاولات الإصلاح انسحبت الولايات المتحدة وبريطانيا من منظمة اليونسكو ولم تعد بريطانيا إلى عضوية المنظمة إلا في عام 1997 والولايات المتحدة في عام 2003 .

وفي تسعينيات القرن العشرين ومع انهيار الاتحاد السوفيتي السابق ، وتراجع الشيوعية كقوة داعمة لفكرة النظام الإعلامي الجديد وحق الاستقلال الإعلامي للدول النامية ، ومع ظروف انهيار الاتحاد السوفيتي واجهت العديد من الجهات الرسمية وغير الرسمية وبعض الشركات العالمية قضية النظام الإعلامي الجديد وحتى اليونسكو تخلت عنها أو قللت من اهتمامها به، حيث أن منظمة اليونسكو تخلت عن فكرة النظام الإعلامي الجديد كقضية عالمية (شقرة، 2014، ص65)

وفي تسعينيات القرن العشرين ومع انهيار الاتحاد السوفيتي السابق ، وتراجع الشيوعية كقوة داعمة لفكرة النظام الإعلامي الجديد وحق الاستقلال الإعلامي للدول النامية ، ومع ظروف انهيار الاتحاد السوفيتي واجهت العديد من الجهات الرسمية وغير الرسمية وبعض الشركات العالمية قضية النظام الإعلامي الجديد وحتى

اليونسكو تخلت عنها أو قللت من اهتمامها به، حيث أن منظمة اليونسكو تخلت عن فكرة النظام الإعلامي الجديد كقضية عالمية .

تركت فكرة النظام الإعلامي الجديد أثراً واضحة على دول العالم الثالث ومنظمة اليونسكو، وفي الأجواء الدولية الجديدة اتخذت الدول النامية ومنظمة اليونسكو طريقاً مغايراً في التعامل مع الواقع الجديد، وأول ما قامت به منظمة اليونسكو هو إلغاء شعار النظام الدولي الإعلامي الجديد من أدبياتها السياسية لكي تتكيف مع الأيدلوجيات الجديدة ، لكن المؤتمرات والمناقشات حول مستقبل الإعلام خرجت من أحضان منظمة اليونسكو لتصبح ذات جوهر اقتصادي وتقني وتبنتها العديد من المنظمات مثل منظمة التجارة العالمية ومنظمة التعاون والتنمية الاقتصادية والاتحاد الدولي للاتصالات ، والتي أصبحت تستخدم مصطلح الفجوة الرقمية بدلاً عن النظام الإعلامي الجديد للتعبير عن الاختلال الإعلامي بين دول الشمال والجنوب ، حيث ظهر أول استعمال رسمي لمصطلح الفجوة الرقمية في عام 1998 أثناء اجتماع الاتحاد الدولي للاتصالات والذي قررت فيه الأطراف المشاركة ضرورة تنظيم مؤتمر قمة دولي حول تطوير مجتمع المعلومات والحد من الفجوة الرقمية ، وفي عام 2000 أقيمت محطة تمهيدية خلال لقاء المنتدى الاقتصادي الدولي في مدينة (Davos) السويسرية والذي جمع المنظمات الرسمية وغير الرسمية وعدد من الشركات الكبرى بهدف تقليص الفجوة الرقمية (شقرة، 2014، ص66)

وفي عام 2003 عقد مؤتمر جنيف لتجسير الهوة الرقمية والذي قرر فيه ممثلو شعوب العالم رغبتهم والتزامهم المشترك لبناء مجتمع المعلومات وتقليص الفجوة الرقمية بين دول الشمال والجنوب، وأكدوا على عزمهم السعي من أجل ضمان استفادة جميع الدول من الفرص التي تتيحها تكنولوجيا المعلومات والاتصالات وتطويرها وتوسيع تطبيقاتها لتشمل جميع دول العالم بما فيها الدول النامية، وأكدوا أيضاً على ضرورة تعزيز التنوع الثقافي والاجتماعي بين تلك الدول، والاعتراف بدور وسائل الإعلام في تقليص الفجوة .

4- عوامل ظهور الإعلام الجديد :

تقف وراء ظهور الإعلام الجديد عدة عوامل منها ما يرتبط بالتطور التقني وأخرى تتناغم مع حاجات الجمهور لهكذا نوع من الإعلام ورغبة منه في ممارسة الإعلام بنفسه، فضلاً عن العوامل الاقتصادية والسياسية، ويمكن تحديد هذه العوامل فيما يلي :

1-4- العامل الاقتصادي :

من بين أسباب ظهور الإعلام الجديد هو عولمة الاقتصاد وانفتاح الأسواق العالمية التي أدت إلى إزالة الحدود الدولية وما يتطلبه من سرعة حركة السلع ورؤوس الأموال وهو ما يتطلب الإسراع في تدفق المعلومات وتداول الإعلان للسلع والخدمات بين المستهلكين، وليس هذا بمجرد كون المعلومات قاسماً مشتركاً يدعم الأنشطة الاقتصادية جميعها من دون استثناء، بل لكون المعلومات سلعة اقتصادية في حد ذاتها تتعاضد أهميتها

يوماً بعد آخر، بمعنى أن عولمة نظم الإعلام والاتصال هي وسيلة القوى الاقتصادية عولمة الأسواق وتنمية النزعات الاستهلاكية وتوزيع سلع صناعة الثقافة من موسيقى وألعاب وبرامج تلفزيونية (شقرة، 2014، ص 68)

وأدت عولمة الأسواق ورغبة الشركات في توزيع بضائعها خارج بلدانها إلى الانفتاح الإعلامي الدولي وذلك عبر دخول وسائل الاتصال والإعلام والتقنيات الحديثة كافة لأغلب بلدان العالم، فلم تصبح هذه التقنيات حكراً على دولة دون أخرى أو لفئة معينة دون سواها، وكان لذلك الأثر الكبير في دخول وشيوع وسائل الإعلام الجديد.

2-4- العامل التقني :

جاء ظهور الإعلام الجديد بعد التقدم الهائل في تكنولوجيا الكمبيوتر من تجهيزاته وبرامجه وتكنولوجيا الاتصالات خصوصاً فيما يتعلق بالأقمار الاصطناعية وشبكات الألياف الضوئية، إذ أدى التطور التقني والتكنولوجي إلى ظهور الإنترنت الذي يعد الوسيط الذي يحتوي على الإعلام الجديد، فضلاً عن أنه يمكن للمستخدم الدخول إلى وسائل الإعلام التقليدية (الصحافة، الإذاعة، التلفزيون) عبر الإنترنت، وقد أدى ذلك إلى انكماش العالم مكاناً وزماناً وسقطت الحواجز بين القريب والبعيد، إذ انعكس الإعلام الجديد على طبيعة العلاقات التي تربط بين منتج الرسالة الإعلامية وموزعها ومتلقيها، واستطاعت الجماهير بوساطة التطور التكنولوجي أن تحول الواقع الخيالي إلى حقيقة عبر التواصل مع العديد من الأشخاص على اختلاف قومياتهم وثقافتهم ودولهم (شقرة، 2014، ص 69)

3-4- العامل السياسي :

تغيير السياسات الدولية والقوانين المنظمة للعمل الإعلامي مع بدء تطبيق ظاهرة العولمة وتطور تقنيات الاتصال جعل من العالم قرية صغيرة كما يقال، وتمكنت الدول النامية والمجتمعات المتخلفة من التعبير عن ذاتها اثر شيوع مفهوم الديمقراطية، وأدى ذلك كله إلى إدخال عمليات الإصلاح لوسائل الإعلام التقليدية وتشجيع انتشار وسائل الإعلام الجديدة خصوصاً شبكات التواصل الاجتماعي، ومن أسباب زيادة انتشار وسائل الإعلام الجديد هي الحرية التي توفرها للجماهير في نشر ومناقشة الموضوعات السياسية كافة وإمكانية إيصال أصواتهم لجميع بلدان العالم مما دفع العديد من الجماهير إلى زيادة الاهتمام بتلك الوسائل الجديدة ، فضلاً عن استخدام القوى والأحزاب السياسية والحكومات لوسائل الإعلام التقليدية وفرض هيمنتها عليها أدى إلى سعي الجماهير للبحث عن وسائل إعلام بديلة أو جديدة تستطيع عبرها التعبير عن آرائها وتوجهاتها اتجاه الأحداث والقضايا السياسية ورغبة منها في ممارسة الضغط على الحكومات وإسقاط الأخرى مثل: (ثورات الربيع العربي) التي قادتها الجماهير في تونس ومصر، إذ لعبت شبكات التواصل الاجتماعي دوراً كبيراً في تحريك الجماهير عبر نشر ومشاركة الصور والرسائل التشجيعية على التجمع والتظاهر، فاستطاعت الجماهير أن توصل صوتها وتعبّر عن آراءها عبر وسائل الإعلام الجديد. (شقرة، 2014، ص 69 و 70)

4-4- العامل الاجتماعي :

أدى تغيير ثقافات الدول وعاداتهم وتقاليدهم والاهتمام بالقضايا الاجتماعية من المواطنين إلى اجتذاب الناس نحو وسائل الإعلام الجديد للحصول على الأخبار والمعلومات سواء كانت محلية أم عالمية، مثل: مواقع الأخبار أو صفحات مواقع التواصل الاجتماعي أو التطبيقات الإعلامية على الهواتف المحمولة خاصة وان نمط الحياة السريع يتطلب الوصول بشكل أسهل وأسرع للمعلومة، فضلاً عن رغبة الجمهور في التواصل الاجتماعي وإقامة علاقات صداقة مع أشخاص لا يمكنهم الالتقاء لولا توفر وسائل الإعلام الجديد. (شقرة، 2014، ص70) خصائص الإعلام الجديد :

مع الانتشار الواسع للتقنيات الرقمية، أصبح للإعلام الجديد خصائص فريدة تميّزه عن الوسائل التقليدية في نقل المعلومات والتواصل، ومن أبرز هذه الخصائص مايلي :

أ- المشاركة والانتشار : يتيح الإعلام الجديد لكل شخص، يمتلك أدوات بسيطة أن يكون ناشراً يرسل رسالته إلى الآخرين.

ب- اللاتزامنية: هي إمكانية التفاعل مع العملية الاتصالية في الوقت المناسب للفرد، سواء كان مستقبلاً أو مرسلًا.

ج- التفاعلية: حيث يتبادل القائم بالاتصال والمتلقي الأدوار، وتكون ممارسة الاتصال ثنائية الاتجاه وتبادلية، وليست في اتجاه أحادي، بل يكون هناك حوار بين الطرفين.

د- الانتباه والتركيز : نظراً لأن المتلقي في وسائل الإعلام الجديد يقوم بعمل فاعل في اختيار المحتوى والتفاعل معه، فإنه يتميز بدرجة عالية من الانتباه والتركيز، بخلاف التعرض لوسائل الإعلام التقليدي الذي يكون عادة سلبياً وسطحياً (الجندي، 2016، ص101)

إضافة للخصائص المذكورة سابقاً فالإعلام الجديد يتميز بالتعددية والتنوع حيث يفتح المجال لمختلف الفئات لنشر محتوياتهم مما يخلق هذا في تنوع وجهات النظر، كذلك يتسم بسرعة نشر الأخبار والمعلومات وتحديثها بشكل فوري، إذ يُدمج بين وسائط متعددة كالصوت والنص والصورة والفيديو ضمن منصة واحدة، مما يمنحه طابعاً أكثر شمولية وتأثيراً مقارنة بوسائل الإعلام التقليدية

5- وسائل وأدوات الإعلام الجديد :

تعددت وسائل الإعلام الجديد وأدواته، وتزداد تنوعاً ونمواً مع مرور الوقت ومن هذه الوسائل :

أولاً: الشبكات الاجتماعية(مواقع التواصل الاجتماعي)

عبارة عن مواقع ويب تقدم مجموعة من الخدمات للمستخدمين مثل المحادثة الفورية، والرسائل الخاصة، والبريد الإلكتروني، والفيديو والتدوين ومشاركة الملفات وغيرها من الخدمات ومن أشهر الشبكات الاجتماعية الموجودة حالياً:(الفيس بوك، تويتر)

وقد حاول العرب الاستفادة من فكرة الشبكات الاجتماعية لإنشاء شبكات اجتماعية عربية، لكنها لم تصل إلى شهرة الفيس بوك تويتر ومنها: (شبكة فريد أوي، شبكة أرابز)

ثانياً: المفضلات الاجتماعية :

وهي مواقع تسمح لك بإنشاء مفضلاتكوارشفتها ، وحتى مشاركتها مع باقي الأعضاء المسجلين في هذه المواقع، هي مفضلة لا ترتبط بجهازك كما هي العادة، بل هي مفضلة موجودة على شبكة الإنترنت، ومن أشهر أمثلتها موقع سيغ وظهرت عدة مواقع عربية توفر الخدمة المفضلات الاجتماعية مثل موقع ضربت موقع افلق، حفار المدونات .

ثالثاً: مواقع استضافة المدونات المجانية: ومنها: (الورد بريس، بلوجر، تمبلر)

رابعاً: مشاركة الفيديوهات والصور

مواقع مشاركة الفيديوهات هي مواقع إعلام جديد تتيح لك مشاركة مقاطع الفيديو الخاصة بك وصورك مع أصدقائك على الموقع، وأشهر تلك المواقع اليوتيوب جوجل فيديو.

خامساً: مواقع مشاركة الصور:

مواقع مشاركة الصور تسمح لك برفع صورك إلى الموقع، ومشاركتها مع الآخرين، مثل لبكر، كما توجد مواقع أخرى عديدة المشاركة الصور وتخزينها: منها: سلايد، فوتو نوع، فولكي(الشمالية، 2014، ص33و34)

سادساً: الصحافة الإلكترونية هي الصحافة اللاورقية التي يتم نشرها على شبكة الإنترنت ، ويقوم القارئ باستدعائها وتصفحها والبحث داخلها ، بالإضافة إلى حفظ المادة التي يريدها منها ، وطبع ما يرغب في طباعته.(امين، 2007، ص94)

زيادة على ذلك، تشمل وسائل وأدوات الإعلام الجديد الإذاعات والتلفزيونات الرقمية، مثل البودكاست والقنوات على الإنترنت، إلى جانب تقنيات الذكاء الاصطناعي التي تُستخدم في تحليل البيانات وتقديم محتوى مخصص. كما تبرز تقنيات البث المباشر، مثل فيسبوك لايف ويوتيوب لايف، كوسيلة فعالة للتفاعل الفوري

مع الجمهور. وقد أسهمت هذه الوسائل والأدوات في جعل الإعلام أكثر شمولية وسرعة وتفاعلية، مما أدى إلى ابتكار أساليب جديدة في صناعة الأخبار ونقلها إلى الجمهور.

6- مخاطر وسلبيات الإعلام الجديد :

رغم الإيجابيات والخصائص والسمات العديدة التي يتحلى بها الإعلام الجديد، إلا أن هنالك مجموعة من السلبيات التي تواجهه وتحد من تطوره وانتشاره ومن أهمها:

- ندرة المهارات والمعارف اللازمة لممارسة مهام عمل الإعلام بشكل محترف في الإعلام الجديد.
- المنافسة الشديدة بين المواقع الإعلامية الإلكترونية، وأدوات الإعلام الجديد.
- صعوبات الحصول على التمويل.
- غياب التخطيط للإعلام الإلكتروني دوماً ما، وعدم وضوح الرؤية المستقبلية له .
- عدم توفر الإمكانيات التقنية في بعض الدول، مما أثر على عملية تقدم وتطور الإعلام الإلكتروني.
- السرعة في البث الإلكتروني، ينتج عنها عدم تحري الدقة، وقد تكون النتيجة هي الفشل.
- صعوبة الوثوق والتحقق من مصداقية العديد من البيانات والمعلومات على المواقع الإلكترونية.
- و انتهاك حقوق النشر والملكية الفكرية، وسهولة الترويج للمعلومات الزائفة التأثير السلبي في الحياة الأسرية والاجتماعية.
- مؤسسات الإعلام الإلكتروني عملت على تناقص عدد الموارد البشرية في المؤسسة الإعلامية، وبالتالي زادت في حجم البطالة وعدم توفر فرص العمل.(الشمالية، 2014، ص32)

رغم الفوائد العديدة للإعلام الجديد، إلا أنه ينطوي على مخاطر وسلبيات بارزة، منها انتشار معلومات غير صحيحة أخبار زائفة نتيجة غياب الرقابة، وانتهاك الخصوصية من خلال جمع البيانات الشخصية دون إذن صريح، إضافة إلى تفشي الإدمان الرقمي الذي يؤثر سلباً على الصحة والعلاقات الاجتماعية، فضلاً عن تنامي خطاب الكراهية والتنمر الإلكتروني في بيئات التواصل المفتوحة.

الفصل الثالث:

الإذاعة الالكترونية والبودكاست

- 1- مفهوم راديو الأنترنت
- 2- مزايا الإذاعة الالكترونية (راديو الأنترنت)
- 3- أنواع إذاعات الأنترنت
- 4- تعريف البودكاست
- 5- تطور مفهوم البودكاست
- 6- مزايا البودكاست
- 7- فوائد البودكاست للمستمعين
- 8- أنواع منتجي البودكاست
- 9- متطلبات تأسيس إذاعة البودكاست
- 10- مهارات صناعة البودكاست
- 11- أنواع القوالب المستخدمة في برامج البودكاست
- 12- تطبيقات البودكاست في التعليم والتوعية
- 13- أهمية توظيف البودكاست في المواقع الإعلامية
- 14- الفرق بين البودكاست والراديو التقليدي
- 15- أمثلة عن أشهر البودكاستات العربية

1- مفهوم راديو الأنترنت :

هو عبارة عن برامج صوتية تم بثها عبر توصيلات الإنترنت وهي لا تشبه طريقة البث التقليدية من خلال موجات كهرومغناطيسية، ويعتبر خدمة إذاعية تبث عبر الإنترنت ويمكن لأي مشترك في الشبكة العنكبوتية، الإستماع لأي محطة إذاعية موجودة على الإنترنت كما يمكن إنشاء إذاعة تبث عبر الإنترنت بإمكانيات بسيطة فكل ما يتطلبه صوت قادر على أن يوصل رسالة إذاعية ومواد إذاعية وكومبيوتر، بالإضافة إلى أن لها ميزة اللامحدودية حيث يمكن أن تصل إلى كل أنحاء العالم (بوحيلة وبلعباس، 2022، ص456 و457)

راديو الإنترنت هو إذاعة تُبث عبر الإنترنت بدلاً من موجات الراديو التقليدية. يمكن لأي شخص الاستماع إليها من خلال أجهزة مثل الهاتف أو الكمبيوتر، وتشمل برامج موسيقية أو صوتية تُشغّل مباشرة عبر الإنترنت.

2- مزايا الإذاعة الالكترونية (راديو الأنترنت):

الإذاعة الالكترونية هي إذاعة تتميز بالفاعلية أي يمكن للجمهور العادي أن يتفاعل معها ويساهم في إنتاج محتواها الإعلامي ولهذا يمكن تحديد الخصائص التي تميزها في ما يلي :

- _ لا وجود للعوائق الجغرافية، حيث أن اتساع راديو الأنترنت بمدى اتساع فضاء شبكة الأنترنت.
- _ راديو الأنترنت يمكن مصاحبة البث الإذاعي عبر الأنترنت بالصور والرسومات والنصوص والروابط والتفاعلية في غرف الدردشة.

_ التفاعلية حيث يمكن للمستمع أن يفعل أكثر من مجرد الاستماع.

_ توسيع إمكانيات واستخدامات الوسائط المتعددة، إذ بالإمكان إجراء التدريب أو التعليم وغيرها.

_ تنوع أشكال البث وخاصة الموسيقى (بومشطة، 2021، ص179)

تتميز الإذاعة الإلكترونية بعدة مزايا تجعلها أكثر جاذبية في العصر الرقمي، فهي تتيح الوصول السهل من أي مكان في العالم عبر الإنترنت، مما يوسع جمهورها بشكل كبير. كما توفر محتوى متنوع يُناسب مختلف الاهتمامات والأعمار، وتمنح المستمعين مرونة في الاستماع إلى البرامج في الوقت الذي يفضلونه، خاصة من خلال خاصية البث حسب الطلب. إضافة إلى ذلك، توفر فرصاً للتفاعل مع المحتوى من خلال التعليقات والرسائل، كما أن تكلفتها أقل من الإذاعة التقليدية، مما يجعل إنشاء محطات إذاعية إلكترونية أمراً متاحاً للأفراد والمؤسسات. وتتميز أيضاً بجودة صوت عالية وحرية أكبر في تناول المواضيع التي قد لا تتناولها الإذاعات التقليدية.

3- أنواع إذاعات الانترنت :

هناك عدة أنواع لإذاعة الأنترنت أهمها :

_إذاعة تقليدية بموقع إلكتروني: فمعظم محطات الإذاعات التقليدية لها مواقع على الشبكة، وتقدم برامجها بانتظام، وبفضل حاسوب الوسائط المتعددة يمكن الاستماع إلى برامجها مثلما هو الاستماع إلى الإذاعات التماثلية، وهي نوعان :

-محطات البث الفوري: وهي محطات إذاعية أرضية تبث نفس المحتوى على الشبكة، وهو محتوى مباشر من أستوديو الإذاعة

-ملفات إذاعية سمعية مؤرشفة فبعض الإذاعات تقدم محتوى قناة جانبية إضافي، فهذا متوفر فقط في الويب، وهو محتوى نموذجي يتمثل في حوارات وبرامج مذاعة من قبل وملفات سمعية مؤرشفة لغرض التحميل وفق ما يحتاج المستمع ويختاره.

_إذاعات انترنت فقط: بمعنى ليس لها وجود أرضي وجمهورها هو ذلك الذي يبحث في مواقع الويب، ويستمع إلى برامجها، وهذا النوع من الإذاعات هو في تزايد مستمر(تيميزار، 2017، ص113)

بالإضافة على هذا نذكر إذاعات أخرى منها :

_الإذاعة التفاعلية: تسمح للمستمعين بالمشاركة أثناء البث من خلال التعليقات، المكالمات، أو وسائل التواصل الاجتماعي، مما يعزز التفاعل بين المذيع والجمهور.

_الإذاعة المتخصصة: تقدم محتوى يستهدف جمهوراً معيناً، مثل إذاعات الموسيقى فقط، أو الأخبار، أو البرامج التعليمية، أو الدينية.

4- تعريف البودكاست :

في السنوات الأخيرة، ظهرت أشكال جديدة من المحتوى الرقمي، وكان من أبرزها البودكاست كوسيلة حديثة للتواصل ونقل المعلومات .

والذي يعرف على أنه تقنية تمكن من تحميل والاستماع لبرامج إذاعية أو تلفزيونية عبر الإنترنت ، العديد من البرامج الصوتية تدعم هذه الخدمة، بهذه التقنية يكفي إضافة البرامج المراد تتبعها لقائمة البودكاستات في البرنامج المستعمل ، وكلما ظهرت حلقة جديدة من البرامج الإذاعية أو التلفزيونية المتتبعه

سيقوم البرنامج بتحميلها ويمكننا بالتالي الاستماع إليها و أو مشاهدتها ، سواء على الويندوز أو لينوكس(زينهم،2018، ص158)

يحاول البودكاست عبر تجربة صوتية مائعة تقديم محتوى متمكن معرفيا من حيث توفير المعلومات حول الموضوعات والقضايا، والاستعانة برأي الخبراء والمحللين والصحفيين الميدانيين، اعتمادا على الإمكانيات التكنولوجية المتعددة، ومن بينها استخدام معززات المحتوى السمعي، مثل التأثيرات الصوتية المختلفة المأخوذة من مكان الحدث، إن قيمة المحتوى عبر البودكاست تتمثل في كونه منتجا معرفيا متكاملًا، لا يقوم على المصادر الجامدة والمعروفة من المعلومات، مثل الاعتماد المستمر على الخبراء والمحللين الذين يظهرون عبر وسائل الإعلام التقليدية لتحليل الموضوعات والأحداث المختلفة فحسب، بل إنه يستعين أيضا بقيمة البحث المعمق عن المعلومات والجوانب ذات الصلة بالقضايا المختلفة وتحويلها إلى مصادر سمعية يمكن الاعتماد عليها في تقديم المحتوى عبر البودكاست والذي يشكل عملا أصيلا في إنجاز محتوى البودكاست.(اليعقوبي، 2020، ص28)

هو عبارة عن مجموعة متسلسلة من التسجيلات الصوتية التي يتم نشرها على منصات مختلفه مثل: "آبل بودكاست وجوجل بودكاست وغيرها"، حيث يتيح للمستخدمين الوصول إليها بسهولة ويمكنهم تحميلها أو الاستماع إليها أو مشاهدتها، يكون محتوى البودكاست عادة في شكل حلقات متعددة المواضيع في مختلف المجالات منها ثقافية تعليمية تكنولوجية وغيرها .

5- تطور مفهوم البودكاست :

يسمى البث الإذاعي أو التلفزيوني عادة بالبث الواسع(broadcasting)بينما نالت تكنولوجيا بث الصوت عبر الإنترنت تسمية بودكاستيغ لأنها تبث الأجهزة الموسيقى والصوت الرقمية وهي تختلف عن البث التلفزيوني وبث الويبكاستيغ ، في أنها لا تعتمد دفع المحتوى نحو المستخدمين، بل على العكس تستخدم تكنولوجيا "السحب" والتوزيع التلقائي(Pulling)(صادق، ص225)

في عام 2005 وضع قاموس اكسفورد الجديد(New Oxford American Dictionary)تعبير بودكاست كلمة للعام ووضع لها تعريفا يقول إنه تسجيل رقمي إذاعي أو ما شابهه من برامج يتم وضعه على الإنترنت حتى يمكن تحميله على الأجهزة الصوتية الشخصية. ومنذ انطلاقة ظهرت له العديد من التسميات معظمها يدور حول الحروف الثلاثة(P-O-D)وقد اقترح الكاتب المتخصص في التكنولوجيا دوك سيرل(Doc Searls) في ديسمبر 2004 اسم(Personal Option Digital)وفي نفس العام دار تعبير(Personal on Demand)في أنحاء العالم وفي يوليو 2005 أشار مدون مايكروسوفت روبرت سكوبل(Robert Scoble)إلى هذا التعبير عندما كتب أن شركته اقترحت تعبير بلوغكاستيغ(Blogcasting)للتعبير عن النوع الإذاعي الجديد وكانت تنوي تجنب ربطه بمنافستها شركة ابل . وظهر تعبير مثل اوديوبولغنج(audioblogging)وويب كاستيغ(webcasting)ورسكاستيغ(rsscasting)ولكن الأمر انتهى إلى البودكاستيغ.(صادق، ص226)

وقد ظهر المفهوم في أكتوبر من عام 2000 في مسودة اقتراح كتبها تريستانلويس (Tristan Louis) وطوره ادم كيري (Adam Curry) في 2004 من خلال برنامج اسمه أي بودر (iPodder) وتم تنفيذه بواسطة المبرمج المعروف ديف وينر (Dave Winer) وهو مؤلف نظام الاراراس (RSS format) والرجل الذي يقف وراء تطوير المدونات . أما الاسم بودكاست فقد اقترحه بن ها مرسيلي (BenHammersley) في صحيفة الغارديان بتاريخ 12 فبراير 2004 . أما أول برنامج غرافيكي على صلة بهذه التطبيقات، هو أي بودريكس (iPodderX) ويطلق عليه الآن ترانسيستر (Transistr) وقد تم تطويره بواسطة اوغست تروميتر (AugustTrometer) وراي سلايسكي (Ray Slakinski) وقد نشره في منتصف سبتمبر 2004 ثم ظهر أي بودر (iPodder) كبرنامج مجاني وقد وقام وينر في نفس الشهر بإضافة المقترح لنظام الاراراس وقام بتوصيف أداة جديدة أطلق عليها ال (enclosures) وهي تعمل على توجيه الملفات الإعلامية إلى مجمع الاراراس (RSS aggregator) وقام وينر بعرض هذه الميزة المستحدثة في موقعه المعروف سكريبتنغ . 2001 في يناير (Scripting News) نيوز وعلى مدى سنتين لم يستخدم سوى القليلين تكنولوجيا ويتر الجديدة ولكنه قام بتضمينها في موقعه المعروف راديو يوزر لاند (Radio Userland) وهو يحمل تطبيقا لإمكانية إرسال واستقبال المواد الصوتية بأدوات التجميع التي أطلق عليها وقتها الأوديوبولغنج (Audioblogging) وقد استخدمه المدون الصوتي هارولد غيلكريست (Harold) (صادق، ص 227)

6- مزايا البودكاست :

يمتاز البودكاست بمجموعة من المزايا منها :

- ثبات جودة الصوت بغض النظر عن كفاءة الأجهزة.
- إمكانية نقله من وسط إلى آخر مع الاحتفاظ بجودته دون تشويه.
- إمكانية الوصول إلى أي جزء من الصوت بسهولة دون المرور بالجزء السابق وبدون عناء.
- يمكن للمتابع أن يستمع إلى حلقات البرنامج في أي وقت .
- الربح من خلال البودكاست عن طريق بيعه لشركات إنتاج أو من خلال الإعلانات.
- لا يحتاج إنتاجه إلى استوديو للتسجيل أو تجهيزات صوتية أو تقنية كبيرة فقط هاتفك والميك، فإنتاجه غير مكلف (البيسوني، 2023، ص 232)

إضافة على هذا يتمتع البودكاست بالعديد من المزايا :

- المرونة في الاستماع: حيث يمكن للمستمع الاستماع إلى محتويات البودكاست اثناء العمل أو التنقل .
- سهولة الوصول إلى محتويات البودكاست وتحميلها .
- يمكن اعتباره وسيلة للتعلم واكتساب مهارات جديدة .
- يتطلب إنتاج البودكاست ميزانية أقل تكلفة مقارنة بالوسائط الاخرى مثل التلفزيون وغيرها .
- خلق بيئة حوارية حيث يتيح للمستمعين التفاعل مع منشئي بودكاست .

7- فوائد البودكاست للمستمعين :

يُعدّ البودكاست وسيلة مفيدة للمستمعين، لما يقدمه من محتوى متنوع يناسب اهتماماتهم وأساليب حياتهم المختلفة، ومن أهم فوائده مايلي :

- تعلم العديد من المهارات
- تنشيط معلومات الدماغ وتوسيع الآفاق الفكرية.
- سماع الموسيقى والملفات الصوتية خلال التنقل
- وسيلة للثقيف الشخصي.
- الاسترخاء والتأمل (هاشم وعبد الرحمان، ص765)

يتمتع البودكاست بفوائد أخرى منها :

- إستغلال الوقت وجعله أكثر إنتاجية .
- توسيع المعرفة في مجالات مختلفة .
- الاطلاع الدائم على الاخبار والتطورات .
- التحفيز والتفكير بشكل إيجابي .
- تحسين مهارات الاستماع والتواصل وفهم الافكار المعقدة بشكل أفضل .

8- أنواع منتجي البودكاست :

لفهم عالم البودكاست بشكل أوسع، من المفيد التعرف على الأنواع المختلفة لمنتجي هذا المحتوى وكيفية تقديمهم له، وهم :

- الشركات الاعلامية التي لديها أقسام بودكاست داخلية ، والتي تتراوح أهدافها في البث من تطوير الجمهور إلى تنوع الإيرادات .
- أستوديوهات البودكاست المستقلة : وهذه الفئة تعتمد بالإيرادات بشكل أساسي على الاعلانات وبالتالي فهي تحتاج لبناء قاعدة عريضة من الجمهور عبر بث محتوى حصري ، واستضافة شخصيات شهيرة في برامجها.
- بودكاست الشخصيات الشهيرة : حيث يدخل هذا الشخص الذي لديه عدد كبير من المتابعين سابقاً إلى سوق البودكاست مستفيداً من المتابعين الذين سيتلقون أي منتج منه بشغف وحماس.

- الشركات غير الربحية: والشركات غير الاعلامية بالأصل وتتنوع أهداف هذه الشركات وأغلبها يسعى لبناء علامة تجارية مميزة.
- الهواة: وهؤلاء ينشئون محتوى خاص لهم ، ومن الممكن أن يصبحوا من المشاهير الذين لديهم قاعدة جماهيرية كبيرة.(هاشم وعبد الرحمان، ص766)

من بين منتجي البودكاست أيضا يوجد :

- المنتجون القائمون على القصص: هذا النوع يهتم بسرد القصص سواء كانت تجارب شخصية أو روايات أو قصص خيالية .
- المنتجون المثقفون: يهتمون بتقديم محتويات في مجالات التنمية الذاتية والصحو؟ والمهارات المهنية .
- فرق البودكاست: وهم مجموعة من الاشخاص يعملون معا في تقديم البودكاست ويساهمون في تطوير المحتوى وتنوعه .

9- متطلبات تأسيس إذاعة بودكاست :

يتطلب تأسيس إذاعة صوتية خاصة من نوع بودكاست مدخلات بسيطة تشمل برنامج تسجيل صوتي وبرنامج دمج ملفات الصوت، وسماعة وبرمجيات ، مثل أو داسيتي (Audacity) وملف (Lame) لإنتاج ملفات MP3 ثم تحميل الملف إلى الموقع الخاص بالإذاعة أو موقع الاستضافة المجاني، وتوفير برمجيات التغذية (feed) بنسق الارار أس مثل برنامج (FeedForAll) وبرنامج سكايب (Skype) التي تقوم بتوفير طريقة تلقائية لإرسال عناوين الملفات الصوتية للمشاركين بالخدمة أو بقناة توزيع تختص بموضوع أو مجال محدد .

حيث توفر هذه الأدوات لأصحاب المواهب الخاصة أو الذين يمتلكون بعض الملفات الصوتية ذات الأهمية أو الشعبية الكبيرة لدى المستخدمين، إمكانية بثها عبر شبكة الإنترنت إلى المدونات الشخصية ليتسنى لأكثر عدد من المستخدمين الحصول عليها بسهولة، من خلال تحميلها من هذه المواقع في أي وقت دون البقاء بجانب الراديو أو الكمبيوتر للاستماع إلى بث بعض محطات الراديو المتوفرة على الإنترنت، مع إمكانية الاستماع إليها مرات ومرات وإعادة مقطع دون آخر (ص 230)

لتأسيس إذاعة بودكاست، يجب أن تتوفر معدات تسجيل أساسية تشمل ميكروفوناً احترافياً، سماعات رأس، وواجهة صوتية إذا لزم الأمر، بالإضافة إلى برنامج لتسجيل وتحرير الصوت مثل (Audacity) أو (Adobe Audition). من المهم توفير بيئة هادئة أو استخدام عوازل صوتية لتحسين جودة التسجيل. كما يجب التخطيط للمحتوى وتحديد الفئة المستهدفة، واختيار منصة نشر مثل (Spotify) أو (Apple Podcasts)، مع تصميم هوية بصرية وعنوان جذاب للبودكاست.

10-مهارات صناعة البودكاست:

لإنشاء بودكاست ناجح، يحتاج المنتج إلى مجموعة من المهارات التي تساعد في تقديم محتوى جذاب واحترافي، وهي كالتالي :

أ-التخطيط والإعداد: تتطلب صناعة البودكاست التخطيط الجيد والإعداد الأساسي؛ مثل تحديد الهدف من البودكاست واختيار موضوع المحتوى والمستمعين المستهدفين.

ب-تحرير الصوت: يتطلب إنتاج بودكاست صوتي جودة صوت عالية وتحرير صوتي متقن، ويمكن استخدام البرامج المختلفة لتحرير الصوت مثل: (Garageban) و(Audacity)

ج-الإنتاج الفني: يتطلب إنتاج البودكاست الفنيات اللازمة مثل الموسيقى والتأثيرات الصوتية والعروض الإعلانية وغيرها، ويمكن استخدام عدد من البرامج المختلفة لإنتاج هذه العناصر.

د-الإدارة والتوزيع: تتطلب صناعة البودكاست إدارة الإنتاج وتقديم الحلقات بشكل منتظم وتوزيعها على منصات مثل (Spotify. Apple Podcasts) (الأسمري، 2024، ص198)

11-أنواع القوالب المستخدمة في برامج البودكاست :

تعتمد برامج البودكاست على قوالب متنوعة في تقديم محتواها، وتختلف هذه القوالب حسب طبيعة الموضوع والجمهور المستهدف، من بين هذه القوالب مايلي :

- ✓ بودكاست المقابلة:(podcast Interview)يتم فيه استضافة ضيوف معينين والتحدث عنهم.
- ✓ بودكاست المحادثة: ويتم فيه تحديد موضوع أو عدة موضوعات ويتم التحدث عنها ومناقشتها.
- ✓ بودكاست المونولوج: يتم استضافة شخص خبير في مجال معين ويبدأ في التحدث عن مجاله.
- ✓ بودكاست رواية القصص: من أكثر أنواع البودكاست مشاهدة في العالم يتم فيه مناقشة قصص مثيرة ومعبرة.
- ✓ بودكاست الطاولة المستديرة: يتم فيه استضافة مجموعة من الأشخاص بواسطة مقدم البودكاست، ويناقشوا مواضيع معينة مع بعضهم البعض.
- ✓ البودكاست المسرحي: يتم فيه إنشاء قصص كاملة لأفراد لتمثيل و سرد وإنشاء محتوى مثير للمستمعين تماما، مثل الأفلام والتمثيل، ولكنها بشكل صوتي فقط.
- ✓ البودكاست الإخباري: يتم فيه سرد مجموعة من الأخبار بواسطة مؤسسات إخبارية شهيرة.(مطواع، 2024، ص321)

بالإضافة على هذا هناك قوالب أخرى منها :

- البودكاست التحليلي: الذي يركز على تحليل مختلف الموضوعات بشكل عميق واستدلالي قد يكون متعلق بالأعمال الفنية أو القضايا الاجتماعية أو البيانات أو الإحصائيات الإقتصادية .
 - البودكاست الإرشادي: يهتم هذا النوع بتقديم نصائح وتعليمات خطوة بخطوة حول مهام معينة أو حلول للمشكلات في مختلف المواضيع أو حتى نصائح في العمل .
- 12- تطبيقات البودكاست في التعليم والتوعية :

لم يعد البودكاست مقتصرًا على الترفيه فقط، بل أصبح يُستخدم أيضًا كأداة فعالة في مجالات التعليم والتوعية، لما يتميز به من سهولة الوصول، وتنوع المحتوى، وقدرته على إيصال المعلومات بشكل مبسط وجذاب.

- تعتبر المدارس والجامعات بين أكثر المستخدمين للبودكاست هذه الأيام، على الرغم من أنها لا تعد بديلاً كلياً عن المحاضرات داخل الفصول الدراسية. يتم إعداد ملفات البودكاست من المحاضرات داخل الفصول الدراسية، وتحتوي على عروض توضيحية متقدمة (PowerPoint Presentation)، مما يجعلها أكثر إثارة وتشويقاً. كما أن التقنيات الحديثة في إعداد ملفات البودكاست تمكن من دمج هذه العروض التوضيحية داخل ملفات البودكاست ذاتها، مما يجعلها خياراً مثالياً في العملية التعليمية.
- الطريقة العادية لإعداد ملفات البودكاست هي التسجيل الأنّي للمحاضرات داخل الفصول الدراسية أو أستوديو تصوير، وبينما الخيار الأخير - داخل الأستوديو - يعتبر ميزة إلا أن المحاضرات التي يتم تسجيلها مباشرة تتمتع بحيوية وتشويق أكبر لما يتاح للمستخدم من مشاهدة أو سماع التفاعل الحقيقي بين المحاضر والدارسين. في حين أن التسجيل داخل أستوديو التصوير يمكن القائمين على الإنتاج من تقديم عروض عملية مصغرة بطريقة هادفة، لكنها لا زالت تفتقر إلى روح التفاعل المباشر الذي توفره المحاضرات الأنّية (زينهم، 2018، ص 191)

لذا، نجد بعض القائمين على إنتاج ملفات البودكاست يستخدمون خليطاً من الأسلوبين لتوفير التعليم إلى الدارسين.

- تغيرت الطريقة التي تنشر بها المؤسسات التعليمية المعلومات . ينشر الأساتذة النقاط الأساسية لمحاضراتهم وروابط للوسائط وعروض باور بوينت منذ سنوات ، وقد تحول الاتجاه الآن لكي يتضمن البودكاستات عن المحاضرة بالكامل . كلما استمرت البودكاستات في التطور كوسائل فعالة لمشاركة المعلومات سوف نرى الكثير من الطلبة الذين سيستخدمون هذا الوسيط بشكل غير ممكن من قبل.
- كما تمنح البودكاستات الدارسين ميزة التعلم بالسرعة التي تناسبهم، وتلقى هذه الميزة قبولاً كبيراً لدى من يجدون صعوبة في فهم لهجة المحاضر، أو الدارسين الذين لا يجيدون لغة المحاضرة إجادة تامة بدرجة تمنحهم الفهم السريع لمحتواها. وعند طرح المحاضرات في سلسلة متصلة، فنادرًا ما يفقد

الدارسون أية معلومة، نظراً لأن أمامهم فرصة أخرى للحاق بركب زملائهم في المجموعة وعدم التخلف عنهم. وهذا الأمر غاية في الأهمية، خاصة لدارسي البرامج المتصلة بهدف تحسين مستواهم ووضعهم المهني (زينهم، 2018، ص 192)

- كما ينتشر استخدام ملفات البودكاست هذه الأيام في مجال التعليم عن بعد. حيث تساعد المؤسسات الأكاديمية على تقديم المواد الدراسية في شتى أرجاء العالم المتباعدة، كما أنها تساعد على التعلم التفاعلي خاصة عند استخدامها بالتزامن مع مؤتمرات الفيديو.

- الميزة الهامة للبودكاست هي توفير الوقت وتكليف الانتقال. كما هو معلوم لدى الجميع، أصبحت تكاليف الانتقال باهظة جداً، فقد ارتفعت أسعار المحروقات بشدة، مما أقعد الدارسين عن السفر، ومن ثم تضاءلت فرص حضور المحاضرات. ومن هنا، فإن البودكاستات تساعد فعليا على تقليل تكاليف العملية التعليمية، وبخاصة عندما يتطرق الأمر إلى التعليم العام -حيث تقل تكاليف صيانة وترميم الفصول، وأعباء توظيف المدرسين، وطباعة المقررات، فضلاً عن كونها صديقة للبيئة. (زينهم، 2018، ص 193)

يلعب البودكاست دوراً كبيراً في مجال التعليم والتربية والتوعية، حيث يوفر للطلاب وسيلة مرنة للتعلم أثناء ممارسة الأنشطة اليومية ويمكنهم من اختيار بودكاست المناسب لاهتماماتهم التعليمية مثلاً مواضيع متعلقة بالرياضيات والعلوم وغيرها، كما أن البودكاست يعزز الفهم لدى الطلاب من خلال الشرح المفصل واستخدام الأمثلة لفهم المفاهيم المعقدة. يساهم أيضاً في تنمية المهارات اللغوية لدى الطلاب خصوصاً إذا كان البودكاست باللغة الانجليزية مما يساهم في تحسين جودة التعليم وتوسيع أفق المعرفة لدى الطلاب .

13- أهمية توظيف البودكاست في المواقع الإعلامية :

التدوين الصوتي أو البوكاست المنشور عبر المواقع الإلكترونية استطاع أن يحقق فوائد عديدة للمحتوى الاعلامي نحدددها في التالي:

- خاصية اندماجية الوسائط المتعددة التي توفرها المواقع الإلكترونية أدت الى ثراء المحتوى الإعلامي وتنوعه وسهولة تداوله ونشره.
- التلقائية في التعامل مع المتلقي والقرب منه وتلبية احتياجاته بعيداً عن الأساليب التقليدية.
- إتاحة الفرص والمساحة للجمهور للتفاعل والمشاركة الإبداعية والفنية و الأدبية للتدوينات الصوتية الخاصة بهم عبر الموقع وفق الضوابط والمعايير المهنية الأمر الذي أدى الى زيادة عدد زوار الموقع والمشاركين كذلك.
- البودكاست الإعلامي نموذج واقعي وعملي وتطبيقي لصحافة المواطن المنشورة عبر مواقع المؤسسات الإعلامية.

- يتيح البودكاست خدمات متعددة للجمهور المتابع ومن أبرزها خدمة (RSS) التي تساعد على التنبيه عن الاشعارات بوجود محتوى جديد.
- يتيح خاصية الإنتقائية للمحتوى المفضل للجمهور بالإضافة لكونه غير مكلف وقليل التكلفة المادية لأنه يعد وينشر عبر الويب.
- تقديم محتوى إعلامي متعدد الاشكال والقوالب الإعلامية كالأخبار والحوارات والتقارير وغيرها، وينشر عبر وسيط صوتي سهل وجذاب للإنتباه ويث عبر الشبكة.
- توفره عبر تطبيقات ووسائط رقميه متعددة بالإضافة الى استرجاعه والاحتفاظ بالمحتوى واستخدامه بطرق فردية ووقتما يشاء المستخدم. (أرباب، 2023، ص11و12)
- توظيف البودكاست في المواقع الاعلامية أصبح أمراً مهماً في عصر الرقمنة، حيث يقدم فوائد عديدة للمحتويات الاخبارية و يسهل الوصول إلى عدد أكبر من الجمهور وتعزيز تفاعلهم مع الاخبار، ويمكن استخدام البودكاست كأداة تسويقية لجذب المستمعين وتعزيز مصداقية الموقع الاخباري.
- يمكن للمواقع الإعلامية نشر مقال صحفي مصحوباً بحلقات بودكاست تتضمن مناقشة معمقة للتفاصيل أو تقدم مقابلات مع شهود عيان.

14- الفرق بين البودكاست والراديو التقليدي :

- مع انتشار البودكاست، أصبح من المهم التمييز بينه وبين الراديو التقليدي، نظراً للاختلافات في الشكل والمحتوى وطريقة الوصول للجمهور، ومن بين أبرز ما يميز البودكاست على الراديو التقليدي ما يلي :
- يمكن الاستماع إليه في أي وقت حيث يمكن للمستمع تنزيل المحتوى على جهازه المحمول، والاستماع له في أي وقت، عكس الراديو حيث عليك أن تكون موجوداً أثناء البث المباشر وإلا سيفوتك المحتوى.
 - قابل للأرشفة: يمكنك البحث عن محتوى معين أو الرجوع للحلقات قديمة بكل سهولة.
 - لا يخضع للتشريعات حتى الآن ولا يوجد إجراءات أو متطلبات لكي تبث محتواك حيث يمكن أي شخص لديه ميكروفون أن يبدأ بودكاسته الخاص بتكلفة أقل بكثير من الراديو.
 - أرقام وإحصائيات دقيقة من أكبر التحديات التي تواجه الراديو هي عدم وجود أرقام وإحصائيات دقيقة لصعوبة الرصد ، ولكن في البودكاست تقنياً يمكن معرفة من الذي استمع للبودكاست و اين استمع وغيرها من البيانات الأخرى المهمة، إضافة إلى ذلك توفر تطبيقات البودكاست فتوظيف التقنية في تحسين تجربة المستخدم من أهم مزايا الاستماع التي صنعت الفرق للبودكاست(البيسوني، 2023، ص233)
 - يعتمد الراديو التقليدي على البث المباشر والبرمجة المحددة عكس البودكاست الذي يقدم الحرية التامة في اختيار وقت الاستماع مما يجعله أكثر مرونة .
 - يتم بث الراديو من قبل المحطات والشبكات الاعلامية مما يتطلب ميزانية ضخمة عكس البودكاست الذي يمكن لأي شخص إنشائه وتكلفه اقل .

- يتيح الراديو التقليدي تفاعلات محدودة مع المستمعين قد تكون من خلال رسائل نصية أو مكالمات هاتفية، أما البودكاست فيتيح تفاعلاً أكبر عبر منصات التواصل الاجتماعي .

15- أمثلة عن أشهر البودكاستات العربية :

-من أبرز وأشهر البودكاستات العربية التي حققت انتشاراً واسعاً على مستوى الوطن العربي:

بودكاست وسق: يقدمه عبد الله بن علي، يتميز بطرحه لمواضيع تترك أثراً وحكمة وجانب من جوانب الحياة للعيش بهدوء وسلام، بالإضافة إلى الاستفادة من تجارب متنوعة في عالم التغذية والصحة.



لقطة شاشة من تطبيق Spotify | لتقطتها الباحثين بتاريخ [24ماي 2025]

• بودكاست صحب: يقدمه ثامر عزيز، يتميز بتركيزه على توجيه الأفكار الإيجابية، وإلهام المستمعين، وتناول مواضيع ذات صلة بالحياة اليومية، وكيف يمكن للمرء أن يعيش حياة مليئة بالمعنى والسعادة.



لقطة شاشة من تطبيق Spotify | لتقطتها الباحثين بتاريخ [24ماي 2025]

• بودكاست تنفس: يتناول مواضيع متنوعة تتعلق بالصحة النفسية، التوازن الحياتي، والوعي الذاتي. يُقدّم بأسلوب هادئ وعميق، ويُعتبر ملاذًا للمستمعين الباحثين عن لحظات من السكون والتفكير في زحمة الحياة اليومية.



لقطة شاشة من تطبيق Spotify | لتقطتها الباحثين بتاريخ [24ماي 2025]

بودكاست فنجان: من إنتاج شركة ثمانية، يقدمه عبدالرحمن أبو مالح، ويتميز بحوارات عميقة مع شخصيات بارزة في مجالات متعددة مثل الإعلام، الفكر، والفن.



لقطة شاشة من تطبيق Spotify إلتقطتها الباحثين بتاريخ [24ماي2025]

الفصل الرابع:

القسم التطبيقي للدراسة

تحليل وتفسير نتائج الاستبيان

1- عرض البيانات إحصائيا تحليلها وتفسيرها

2- مناقشة نتائج الدراسة

3- مناقشة نتائج الدراسة في ضوء الدراسات السابقة

4- مناقشة نتائج الدراسة في ضوء نظرية الاستخدامات والاشباع

1- عرض البيانات إحصائياً تحليلها وتفسيرها

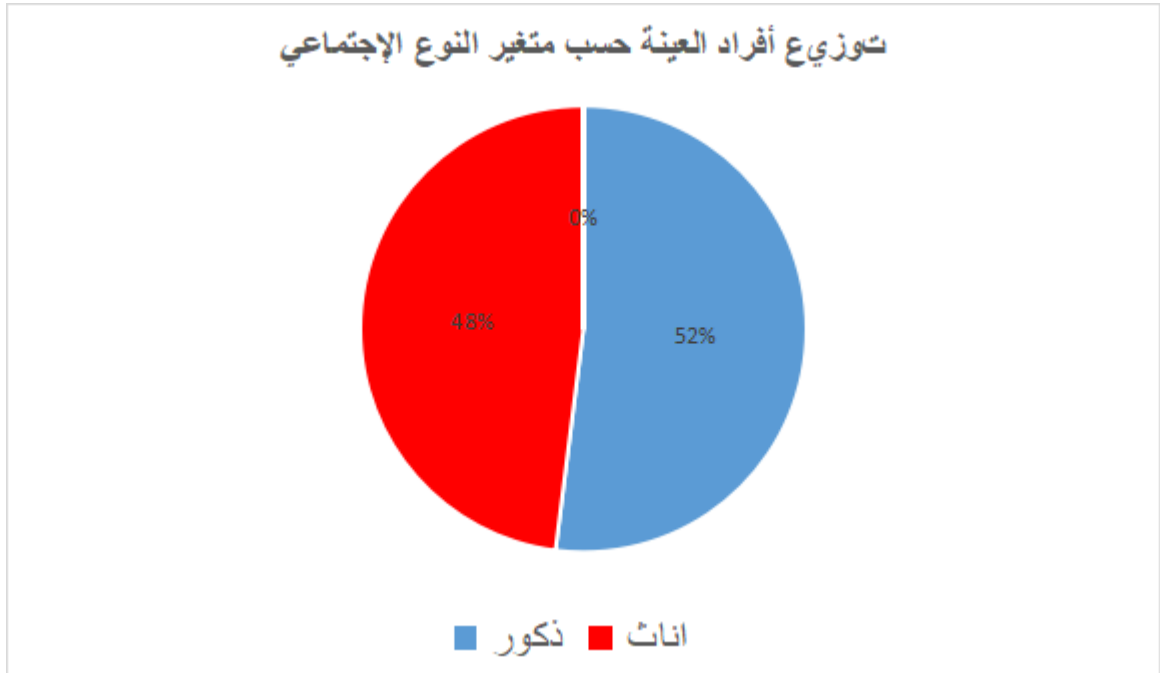
الجدول رقم 01: توزيع أفراد العينة حسب متغير النوع الاجتماعي

الاحتمالات	التكرار	النسبة
ذكر	17	52%
أنثى	16	48%
المجموع	33	100%

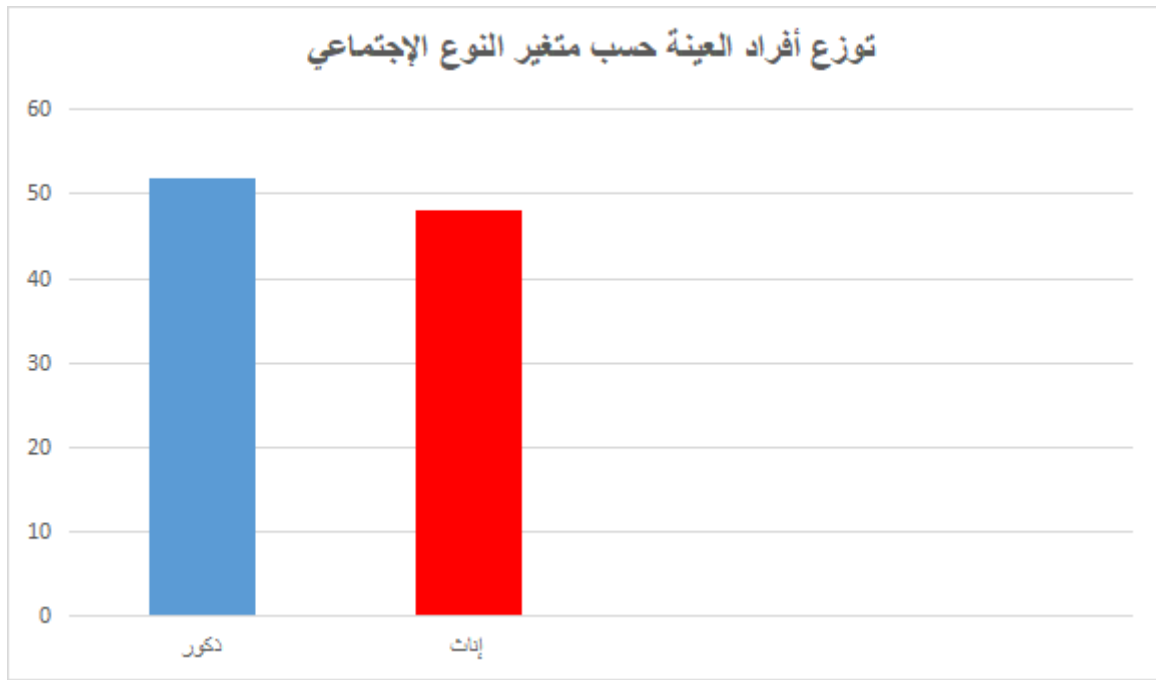
المصدر: من اعداد الباحثين بالاعتماد على الطريقة اليدوية في تحليل البيانات

التعليق والقراءة على الجدول رقم 01 :

نلاحظ من خلال الجدول الموسوم بـ "توزيع أفراد العينة حسب متغير النوع الاجتماعي". أن العينة تضم 33 مفردة ، منهم 16 مبحوثاً من الذكور بنسبة 48% و 17 مبحوثاً من الإناث بنسبة 52% ، و يتبين من هذه الأرقام أن العينة تتسم بتوازن نسبي من حيث النوع ، حيث لا يوجد تفوق عددي ملحوظ في أحد الجنسين ، وهذا ما يعزز من حيادية النتائج التي سيتم التوصل لها لاحقاً ، و إن هذا التنوع في أفراد العينة يخدم بشكل كبير أهداف الدراسة.



المصدر: من اعداد الباحثين بالاعتماد على الطريقة اليدوية في تحليل البيانات



المصدر: من اعداد الباحثين بالاعتماد على الطريقة اليدوية في تحليل البيانات

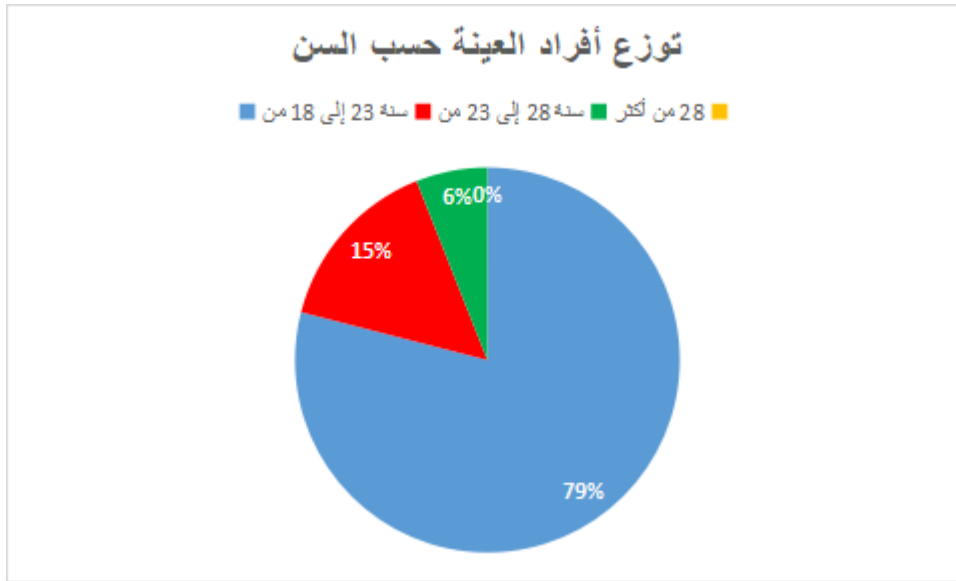
الجدول رقم 02: توزيع أفراد العينة حسب السن

الاحتمالات	التكرار	النسبة
من 18 إلى 23 سنة	26	79%
من 23 إلى 28 سنة	5	15%
أكثر من 28	2	6%
المجموع	33	100%

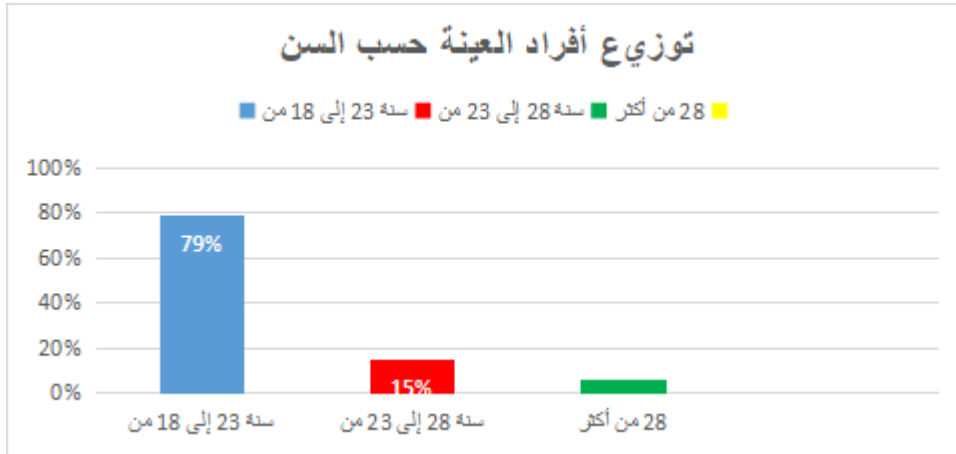
المصدر: من اعداد الباحثين بالاعتماد على الطريقة اليدوية في تحليل البيانات

التعليق والقراءة على الجدول رقم 02 :

المعنون ب- توزيع أفراد العينة حسب السن. حيث نلاحظ أن غالبية أفراد العينة ينتمون إلى الفئة العمرية من 18 إلى 23 سنة ، و يمثلون حوالي 78 % من إجمالي العينة ، أما الفئة العمرية من 23 سنة إلى 28 سنة فتمثل نسبة 15 % في حين أن فئة أكثر من 28 سنة تشكل أقلية بنسبة 6 % فقط ، و نلاحظ أن هذا التوزيع يدل على عدم التوازن في تمثيل الفئات العمرية .



المصدر: من اعداد الباحثين بالاعتماد على الطريقة اليدوية في تحليل البيانات



المصدر: من اعداد الباحثين بالاعتماد على الطريقة اليدوية في تحليل البيانات

الجدول رقم 03: توزيع أفراد العينة حسب المستوى الجامعي

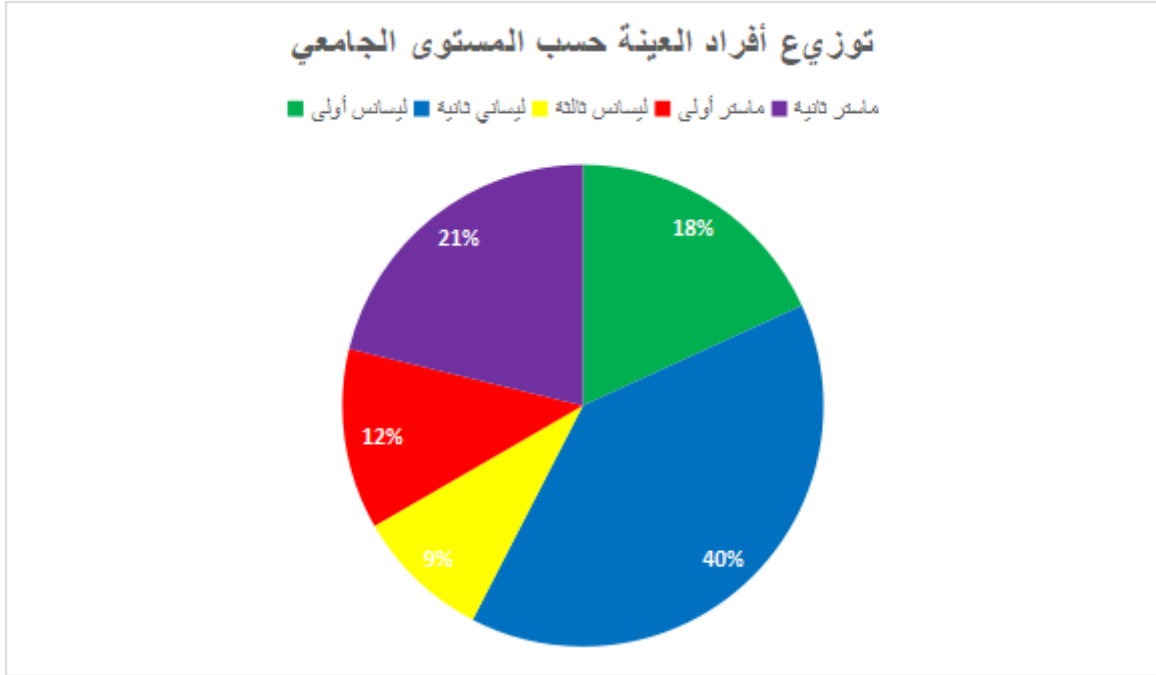
الاحتمالات	التكرار	النسبة
أولى ليسانس	6	18%
ثانية ليسانس	13	39%
ثالثة ليسانس	3	9%
أولى ماستر	4	12%
ثانية ماستر	7	21%
المجموع	33	100%

المصدر: من اعداد الباحثين بالاعتماد على الطريقة اليدوية في تحليل البيانات

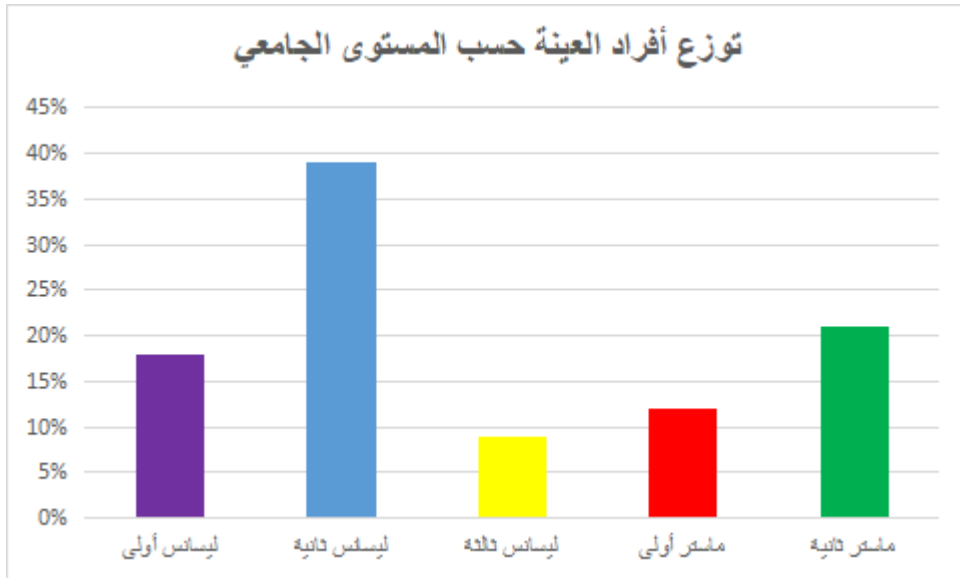
التعليق والقراءة على الجدول رقم 03 :

المعنون ب- توزيع أفراد العينة حسب المستوى الجامعي ، يتكون الجدول من 33 مفردة موزعين حسب مستويات جامعية و توزعت النسب كالتالي - : السنة الأولى ليسانس جامعي مثلت 6 أفراد بنسبة 18 - . % السنة

الثانية ليسانس 13 مفردة بنسبة 39% السنة الثالثة ليسانس 3 مفردات بنسبة 9% السنة الأولى ماستر 4 مفردات بنسبة 12% السنة 2 ماستر 7 مفردات بنسبة 21% حيث يظهر هذا الجدول أن النسبة الأكبر من العينة تنتهي إلى السنة الثانية ليسانس ، ثم تليها فئة الماستر 2 بنسبة 21% ثم السنة الأولى ليسانس بنسبة 18% ، بينما تسجل السنة الثالثة ليسانس أقل نسبة 9% حيث نلاحظ أن هناك تفاوت بين المستويات الجامعية مع تركيز واضح في السنوات القاعدية (سنة 2 ليسانس) و المستويات العليا (ماستر 2) . و هو ما يتماشى مع طبيعة الدراسة حيث يفترض أن يمتلك الطلبة في هذه المستويات خبرة معرفية و تأهيلا أوليا لتحليل و فهم المحتوى الإعلامي .وعليه ، فإن هذا التوزيع يوفر قاعدة بيانات مهمة.



المصدر: من اعداد الباحثين بالاعتماد على الطريقة اليدوية في تحليل البيانات



المصدر: من اعداد الباحثين بالاعتماد على الطريقة اليدوية في تحليل البيانات

تحليل عبارات المحور الأول: عادات وأنماط استخدام الطلبة الجامعيين للبودكاست

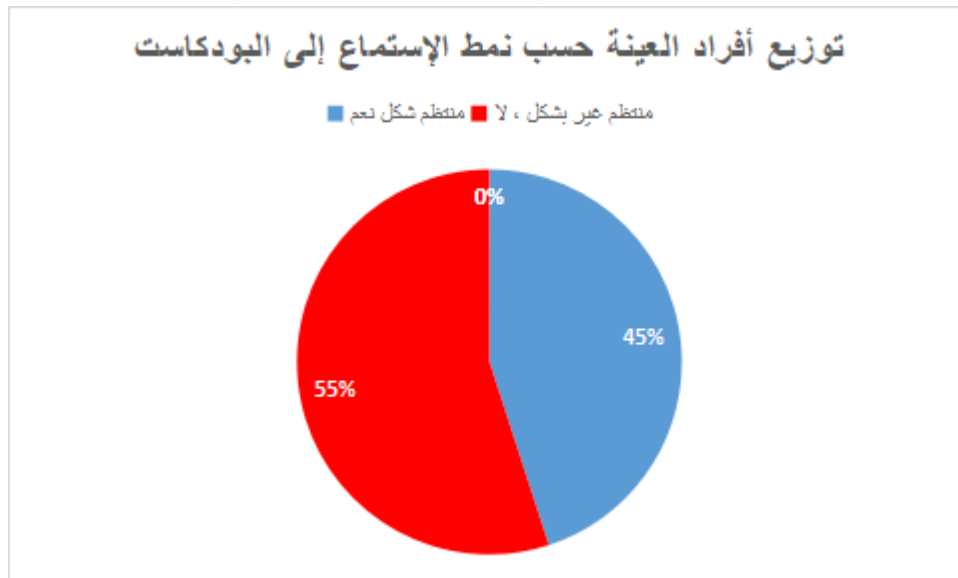
الجدول رقم 04: توزيع أفراد العينة حسب نمط الاستماع إلى البودكاست

الاحتمالات	التكرار	النسبة
نعم شكل منتظم	15	45%
لا ، بشكل غير منتظم	18	55%
المجموع	33	100%

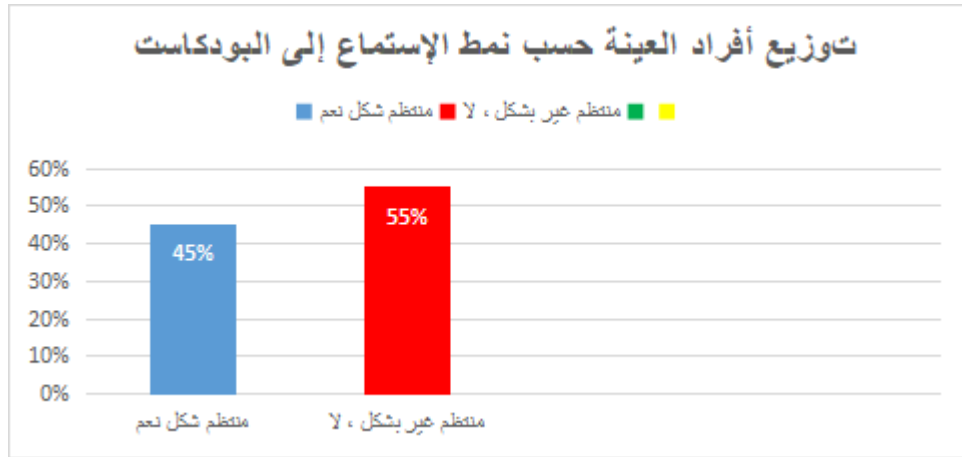
المصدر: من اعداد الباحثين بالاعتماد على الطريقة اليدوية في تحليل البيانات

التعليق والقراءة على الجدول رقم 04:

نلاحظ من خلال الجدول الموسوم بـ توزيع أفراد العينة حسب نمط الاستماع إلى البودكاست (منتظم/ غير منتظم) أن الجدول يتضمن بيانات حول تكرارات ونسب استماع الطلبة للبودكاست وفق نمطين رئيسيين: الاستماع بشكل منتظم 15 مفردة أي بنسبة 45% الاستماع بشكل غير منتظم 18 مفردة أي بنسبة 54% حيث تظهر هذه النتائج أن أكثر من نصف العينة (54%) يستمعون للبودكاست بشكل غير منتظم، بينما أقل من النصف القليل (45%) يتابعونه بانتظام، حيث يشير هذا التوزيع إلى أن البودكاست رغم انتشاره و مرونته لا يزال يستهلك على نحو متقطع لدى غالبية الطلبة، هذا السلوك يفسر مدى مرونة محتوى البودكاست الذي يتيح للمستخدمين إمكانية الاستماع في أوقات متفاوتة حسب ظروفهم الدراسية و نمط حياتهم و تعد هذه النتائج مؤشرا مهما على سلوك الجمهور المستهدف في استهلاك المحتوى الصوتي.



المصدر: من اعداد الباحثين بالاعتماد على الطريقة اليدوية في تحليل البيانات



المصدر: من اعداد الباحثين بالاعتماد على الطريقة اليدوية في تحليل البيانات

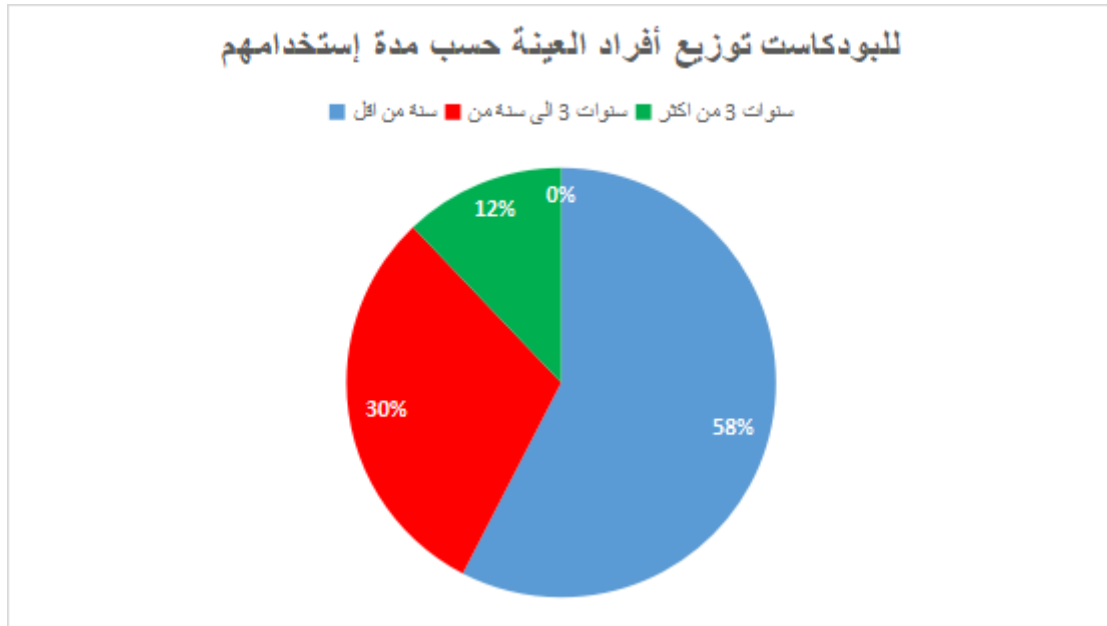
الجدول رقم 05: توزيع أفراد العينة حسب مدة استخدامهم للبودكاست

الاحتمالات	التكرار	النسبة
أقل من سنة	19	58%
من سنة إلى 3 سنوات	10	30%
أكثر من 3 سنوات	4	12%
المجموع	33	100%

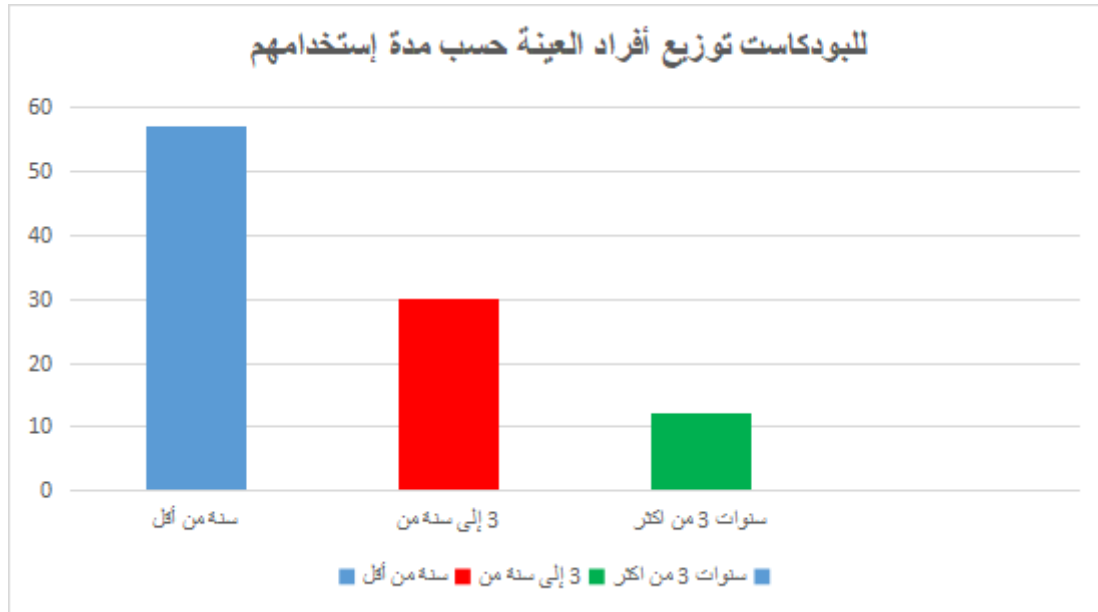
المصدر: من اعداد الباحثين بالاعتماد على الطريقة اليدوية في تحليل البيانات

التعليق والقراءة على الجدول رقم 05 :

نلاحظ من خلال الجدول الموسوم بـ " توزيع أفراد العينة حسب مدة استخدامهم للبودكاست " حيث نلاحظ توزيع العينة حسب مدة استخدامهم للبودكاست أقل من سنة: 19 مفردة، أي بنسبة 57% من سنة إلى 3 سنوات: 10 أفراد بنسبة 30%. من 3 سنوات: 4 أفراد، بنسبة 12%. حيث تشير نتائج الدراسة إلى أن أغلب المبحوثين (57%) بدأوا باستخدام البودكاست مؤخراً، أي خلال فترة لا تتجاوز سنة، مما يدل على حداثة الاهتمام بهذه الوسيلة الإعلامية لدى طلبة الجامعة، بينما استخدم 30% منهم البودكاست منذ فترة متوسطة تتراوح بين سنة إلى 3 سنوات، في حين أن نسبة ضئيلة فقط 12% تمتلك تجربة أطول تمتد إلى 3 سنوات



المصدر: من اعداد الباحثين بالاعتماد على الطريقة اليدوية في تحليل البيانات



المصدر: من اعداد الباحثين بالاعتماد على الطريقة اليدوية في تحليل البيانات

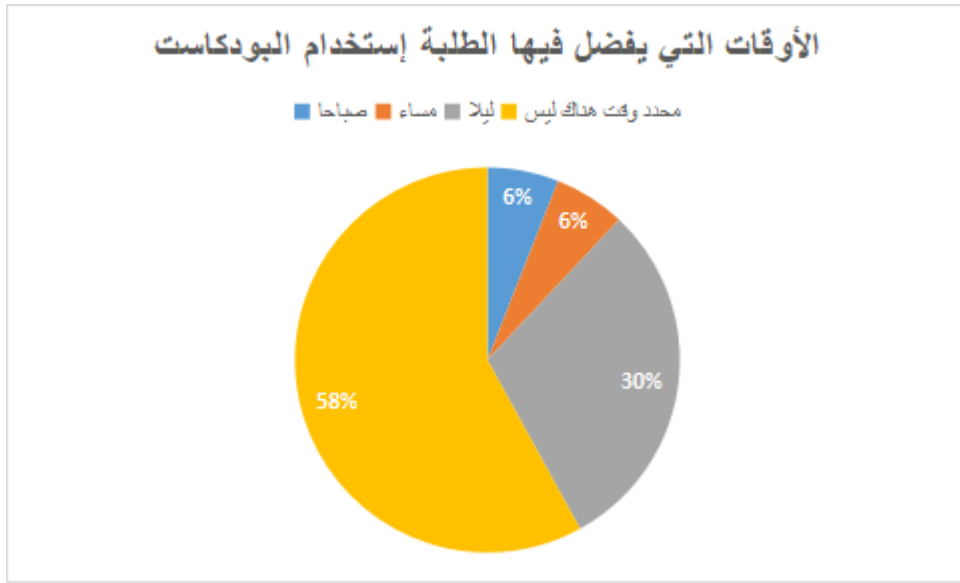
الجدول رقم 06: الأوقات التي يفضل فيها الطلبة استخدام البودكاست

الاحتمالات	التكرار	النسبة
صباحا	2	6%
مساء	2	6%
ليلا	10	30%
ليس هناك وقت محدد	19	58%
المجموع	33	100%

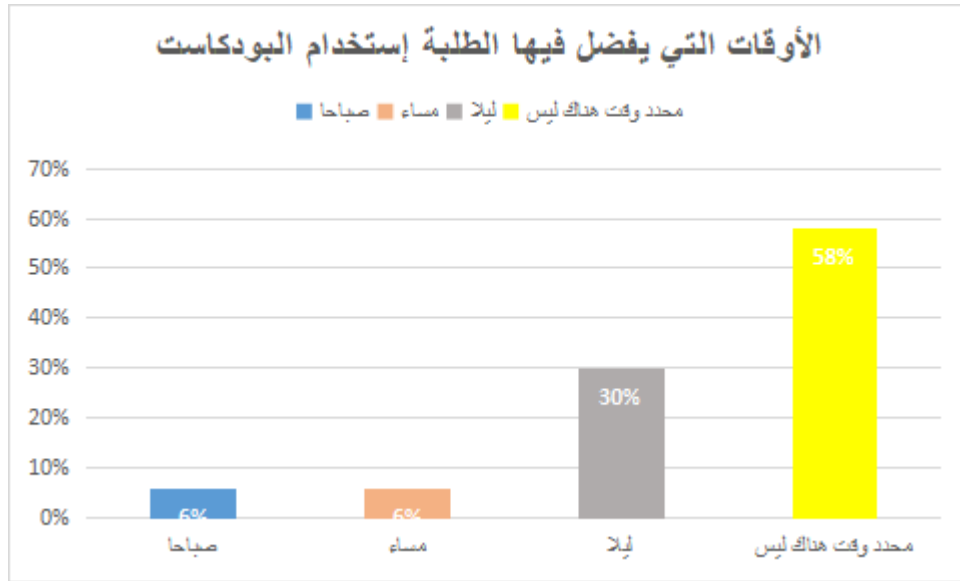
المصدر: من اعداد الباحثين بالاعتماد على الطريقة اليدوية في تحليل البيانات

القراءة والتعليق على الجدول رقم 06:

الموسوم ب " الأوقات التي يفضل فيها الطلبة استخدام البودكاست .حيث نلاحظ أن النسبة الأكبر من الطلبة 58 % لا يلتزمون بوقت معين لاستخدام البودكاست هذا من جهة و من جهة أخرى هناك فهناك نسبة 30 % من الطلبة يستخدمون البودكاست ليلا ، أما الفترة الزمنية الصباحية و المسائية فتقدر نسبة استخدام الطلبة الجامعيين للبودكاست 6 % لكليهما ، فهذه النسب تعكس طبيعة هذه الوسيلة الإعلامية التي تتميز بالمرونة و الإتاحة في أي وقت ، فهذا يعزز فكرة أن البودكاست أصبح وسيلة تمكن الولوج إليها حسب رغبة و راحة المستخدم دون قيود زمنية محددة . من جهة أخرى فالطلبة المستخدمين للبودكاست ليلا يميلون إلى الأوقات الهادئة والمريحة بعد انتهاء الالتزامات اليومية. أما فترة الصباح والمساء سجلتا نسبة منخفضة هذا ما يشير إلى أن الطلبة يكونون غالبا منشغلين خلال هذه الفترات سواء بالدراسة أو الأنشطة اليومية الأخرى وعليه، فإن مرونة الوقت تلعب دورا مهما في استخدام الطلبة الجامعيين للبودكاست، حيث يفضل معظمهم الاستماع دون التقيد بوقت معين، بينما تبقى فترة الليل الخيار الأكثر تفضيلا بين الفترات المحددة، مما يشير إلى أن البودكاست أداة تعليمية أو ترفيهية مناسبة خاصة في الفترات التي يكون فيها الطالب أقل انشغالا و أكثر استعدادا للاستماع بانتباه.



المصدر: من اعداد الباحثين بالاعتماد على الطريقة اليدوية في تحليل البيانات



المصدر: من اعداد الباحثين بالاعتماد على الطريقة اليدوية في تحليل البيانات

الجدول رقم 07: الساعات التي يقضيها الطلبة في استخدام البودكاست

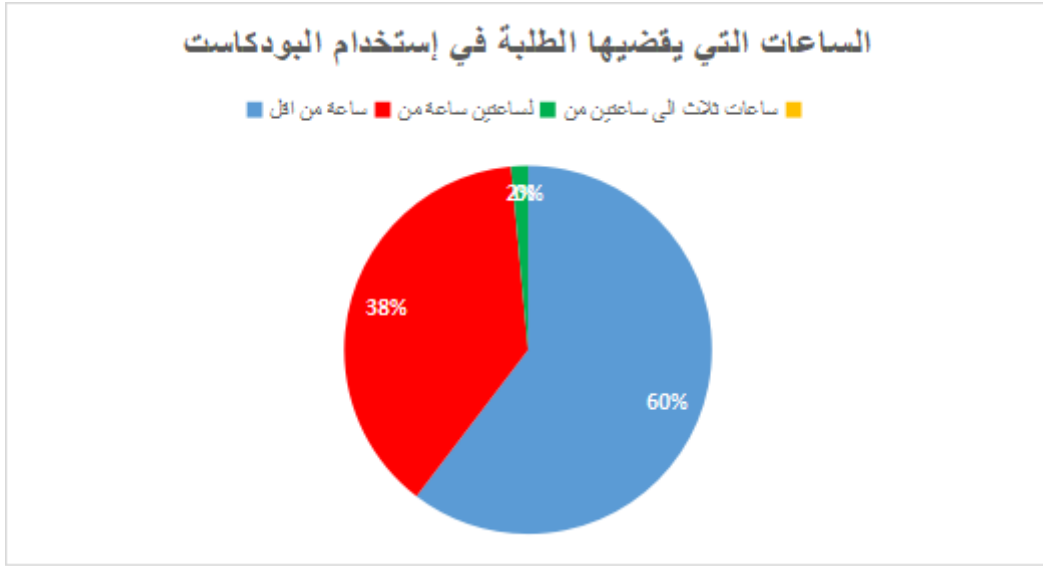
الاحتمالات	التكرار	النسبة
أقل من ساعة	19	57%
من ساعة إلى ساعتين	12	36%
من ساعتين إلى 3 ساعتين	2	6%
المجموع	33	100%

المصدر: من اعداد الباحثين بالاعتماد على الطريقة اليدوية في تحليل البيانات

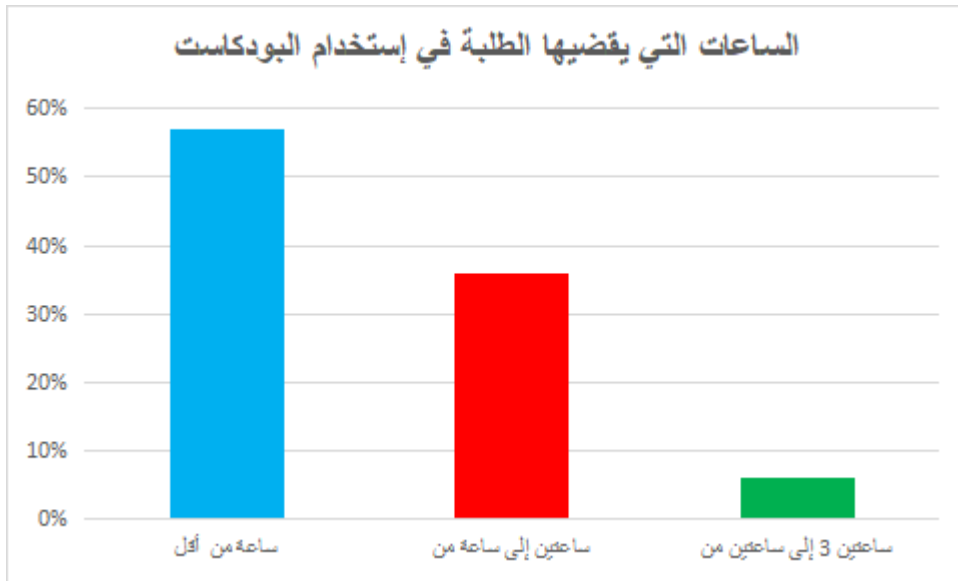
القراءة والتعليق على الجدول رقم 07:

الموسوم ب " الساعات التي يقضيها الطلبة في استخدام البودكاست. حيث نلاحظ أن أغلب المبحوثين يستخدمون البودكاست لمدة تقل عن ساعة أسبوعيا بنسبة 57 %، ثم تليها الفئة التي تستمتع لمدة تتراوح بين ساعة و3 ساعات أسبوعيا في المرتبة الثانية بنسبة 36 % وهي نسبة ليست قليلة، أما النسبة الأقل 6 % فهي للفئة المستخدمة للبودكاست لأكثر من 3 ساعات أسبوعيا وهي فئة محدودة. لذا فإن الفئة الأولى بالنسبة لهم الاستماع للبودكاست ليس أمرا مهما ولا نشاطا رئيسيا بل ربما يستخدم كوسيلة تكميلية أو ترفيهية في أوقات الفراغ، أما الفئة الثانية فلديهم وجود اهتمام نسبي بهذا النوع من المحتوى، خاصة إذا ارتبط بمواضيع تهمهم مثل التعليم أو التنمية الذاتية أو إثراء الرصيد المعرفي. أما الفئة الأخيرة فهم جمهور متخصص أو مهم جدا بهذا النوع من الوسائط الرقمية، ورغم قلة عددها فإن هذه الفئة تعد من أكثر الفئات ارتباطا واستخداما لهذه الوسيلة مما قد يدل على اهتمام عميق بالمحتوى المقدم أو اعتمادية كبيرة على البودكاست، كما يمكن أن تكون هذه الفئة مؤشرا على وجود جمهور نوعي متفاعل يستثمر وقتا طويلا بهذه الوسيلة، وهو ما يستدعي دراسة خصائصهم بشكل أعمق. وعليه، فإن هذه البيانات تدل على أن البودكاست لا يزال يحتل حيزا محدودا من وقت

المبحوثين، ما قد يعود لأسباب مثل تفضيل وسائل إعلام أخرى أو قلة الوعي بالمحتوى المتوفر. ومع ذلك فإن وجود نسبة ملحوظة تستمع لعدة ساعات أسبوعياً يشير إلى إمكانية نمو هذا الشكل من الوسائط مستقبلاً



المصدر: من اعداد الباحثين بالاعتماد على الطريقة اليدوية في تحليل البيانات



المصدر: من اعداد الباحثين بالاعتماد على الطريقة اليدوية في تحليل البيانات

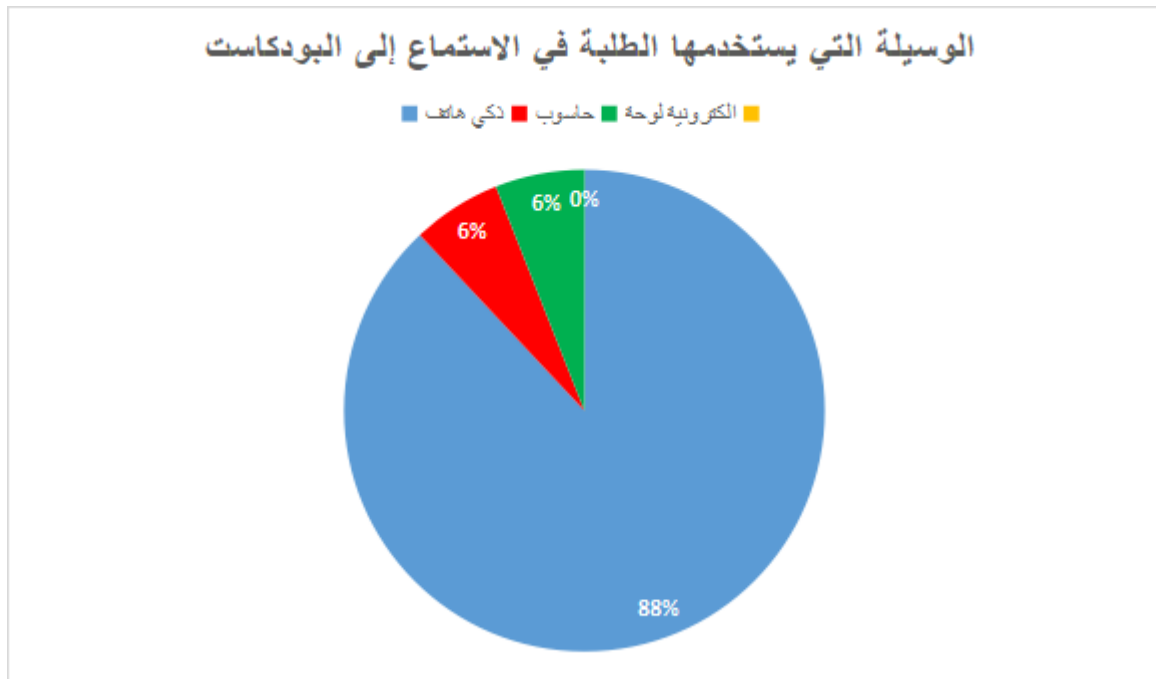
الجدول رقم 08: الوسيلة التي يستخدمها الطلبة في الاستماع إلى البودكاست

الاحتمالات	التكرار	النسبة
هاتف ذكي	29	88%
حاسوب	2	6%
لوحة إلكترونية	2	6%
المجموع	33	100%

المصدر: من اعداد الباحثين بالاعتماد على الطريقة اليدوية في تحليل البيانات

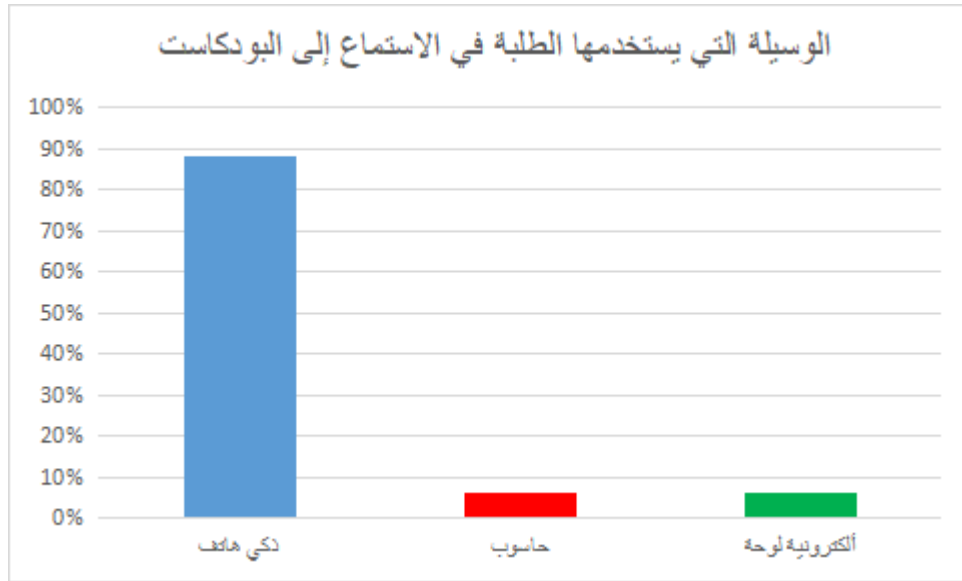
القراءة والتعليق على الجدول رقم 08:

المعنون ب " الوسيلة التي يستخدمها الطلبة في الاستماع إلى البودكاست " ، نلاحظ من خلال الجدول أعلاه ان الغالبية العظمى من المبحوثين 87 % يستخدمون الهاتف المحمول كوسيلة رئيسية للاستماع إلى البودكاست ، حيث بلغ عددهم 29 مفردة من أصل 33 مفردة ، و تعكس هذه النسبة المرتفعة مدة الاعتمادية على الهواتف الذكية في الوصول إلى المحتوى الصوتي الرقمي ، و ذلك بفضل سهولة التحميل و توفر تطبيقات و إمكانية الاستماع أثناء التنقل ، أما استخدام الحاسوب فقد جاء محدودا حيث بلغ عدد المستخدمين 2 فقط بنسبة 6 % و هي نسبة متوقعة نظرا لطبيعة استخدام الحواسيب المرتبطة غالبا بالجلوس و الاستقرار و هو ما لا يتماشى مع الطابع المرن للبودكاست ، و بنفس النسبة 6 % جاء استخدام الأجهزة اللوحية مما يدل على أن هذه الوسيلة تعد خيارا فرعيا لدى بعض المستخدمين لكنها لا تنافس الهاتف من حيث الانتشار ، و تشير نتائج الجدول إلى أن الهاتف الذكي هو الوسيلة الأكثر تفضيلا و استخدام الاستماع إلى البودكاست بين المبحوثين ، مما يعكس التوجه العام نحو الوسائط الرقمية المحمولة و السهلة الاستخدام ، في حين أن انخفاض استخدام الحواسيب و اللوحات الرقمية يدل على تفضيل المبحوثين للمرونة و التنقل أثناء الاستماع.



ع

المصدر: من اعداد الباحثين بالاعتماد على الطريقة اليدوية في تحليل البيانات



المصدر: من اعداد الباحثين بالاعتماد على الطريقة اليدوية في تحليل البيانات

الجدول رقم 09: يوضح مع من يفضل الطلبة الإستماع إلى البودكاست

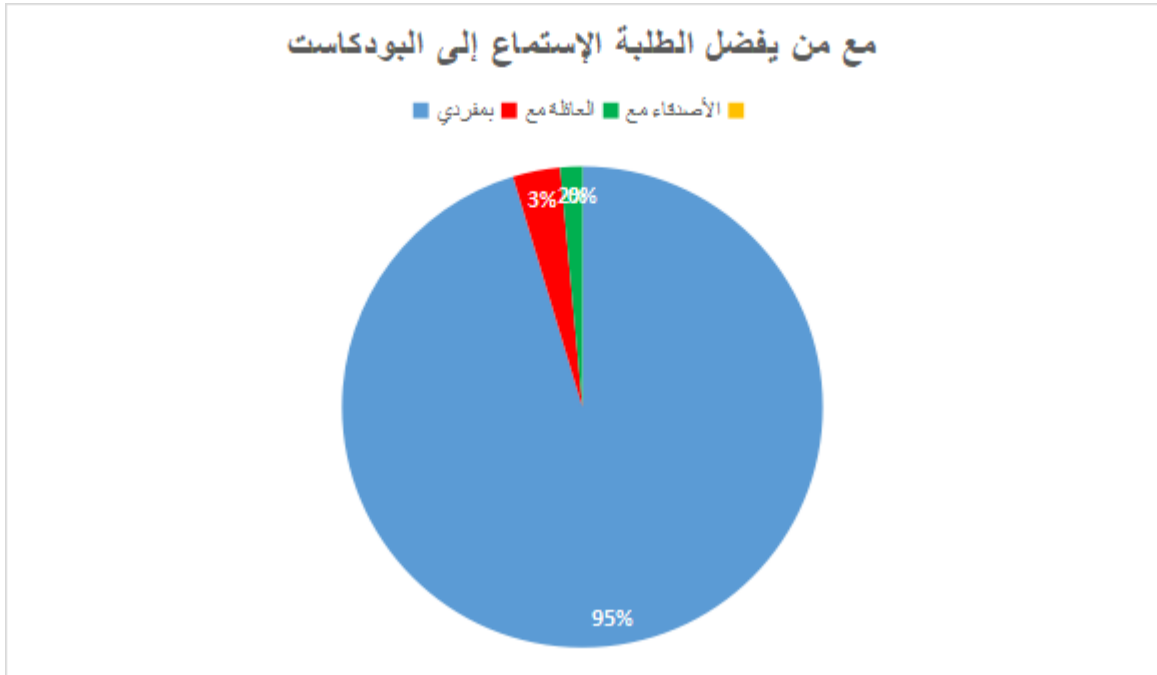
الاحتمالات	التكرار	النسبة
بمفردك	30	91%
مع العائلة	1	3%
مع الأصدقاء	2	6%
المجموع	33	100%

المصدر: من اعداد الباحثين بالاعتماد على الطريقة اليدوية في تحليل البيانات

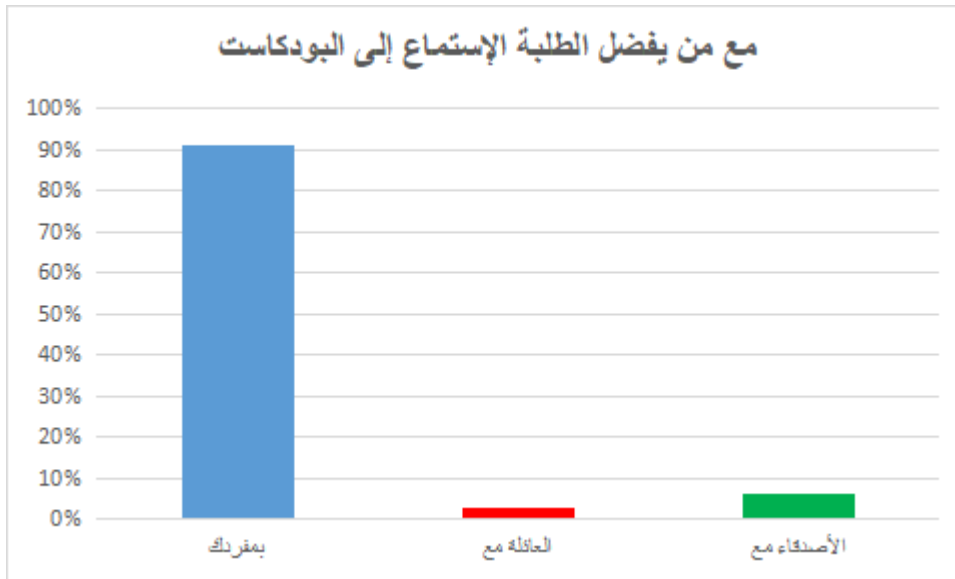
التعليق على الجدول رقم 09 :

المعنون ب" مع من يفضل الطلبة الإستماع إلى البودكاست " ، حيث يشير الجدول أعلاه إلى أن الغالبية العظمى من المبحوثين يستخدمون البودكاست بشكل فردي حيث بلغت نسبة من يستمعون للبودكاست بمفردهم 90 % أي ما يعادل 30 مبحوثا من أصل 33 ، و في المقابل هناك نسبة ضئيلة جدا تستمع للبودكاست مع الأصدقاء حيث بلغت النسبة 3 % و مع العائلة شخصين بنسبة 6 % تعكس هذه النتائج طبيعة الإستماع إلى البودكاست كوسيلة شخصية يقبل عليها الأفراد في لحظات العزلة أو الإسترخاء ، مما يدل على أن محتوى البودكاست غالبا ما يلبي إهتمامات فردية و يستخدم كوسيلة للتعلم الذاتي أو الترفيه الخاص ، مما يعزز العلاقة الفردية بين المستمع و المحتوى .توضح النتائج الواردة في الجدول أن إستخدام البودكاست يتم غالبا بشكل فردي من قبل المستخدمين ، حيث يفضل أغلب المبحوثين الإستماع إليه بمفردهم وهذا قد يعود لغاية كسب الراحة النفسية و التركيز مع محتويات البودكاست . بالمقابل يبقى الإستماع الجماعي مع الأصدقاء أو العائلة محدود و عليه، تبرز أهمية تصميم محتوى البودكاست في أنه يستجيب لتفضيلات المستمع الفردي من

حيث الموضوع و الأسلوب ، كما قد تكون هناك فرصة مستقبلية لتطوير المحتوى التفاعلي أو الجماعي ، و تعزيز التجربة المشتركة من البودكاست.



المصدر: من اعداد الباحثين بالاعتماد على الطريقة اليدوية في تحليل البيانات



المصدر: من اعداد الباحثين بالاعتماد على الطريقة اليدوية في تحليل البيانات

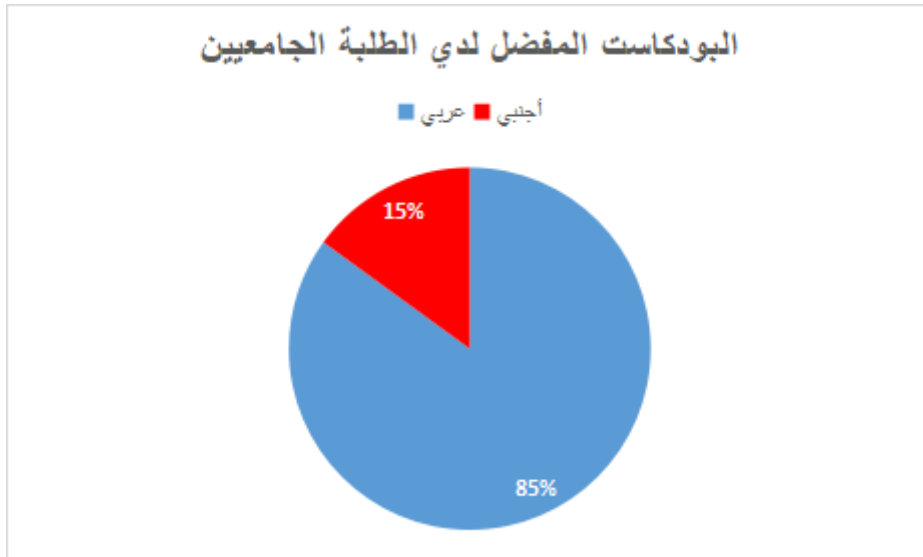
الجدول رقم 10: البودكاست المفضل لدي الطلبة الجامعيين

النسبة	التكرار	الاحتمالات
85%	28	عربي
15%	5	أجنبي
100%	33	المجموع

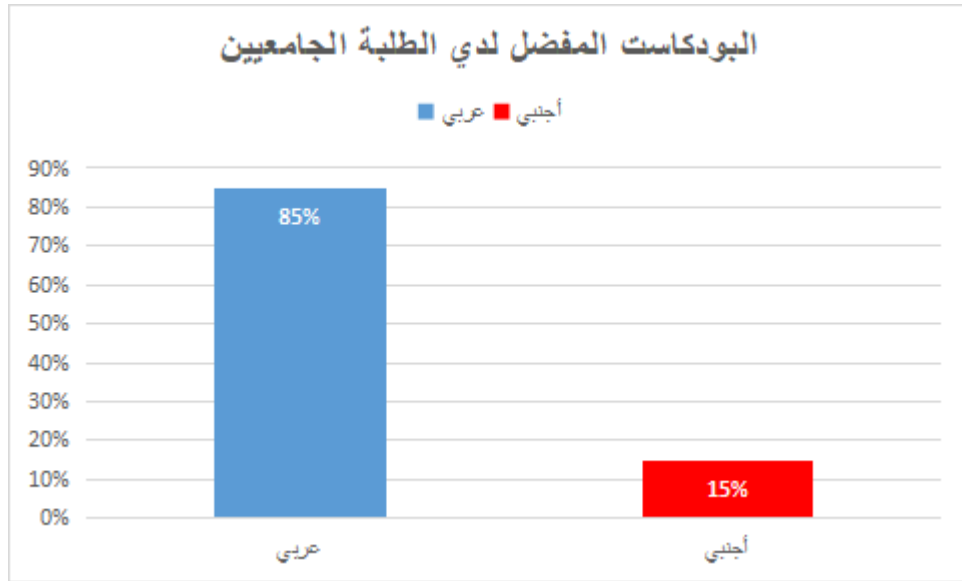
المصدر: من اعداد الباحثين بالاعتماد على الطريقة اليدوية في تحليل البيانات

القراءة والتعليق على الجدول رقم 10 :

المعنون ب " البودكاست المفضل لدي الطلبة الجامعيين ". حيث يشير الجدول أعلاه نوع البودكاست المفضل لدى المبحوثين ، و قد أظهرت النتائج أن الغالبية العظمى من المبحوثين يفضلون البودكاست الناطق باللغة العربية بنسبة 84 % و هذا ما يعكس ميلا واضحا نحو المحتوى المحلي أو الإقليمي الذي يتماشى مع اللغة و الثقافة و الإهتمامات اليومية للجمهور المستهدف . في المقابل أبدى 15 % فقط من المشاركين تفضيلا للبودكاست الأجنبي ، مما قد يشير إلى حاجز لغوي أو إلى إختلاف في طبيعة المواضيع المطروحة في البودكاستات الأجنبية مقارنة بما يفضله الجمهور المحلي . و تبرز هذه المعطيات أهمية تشجيع و إنتاج بودكاست عربي غني و متنوع يلبي إحتياجات و إهتمامات و تطلعات الجمهور ، و يعزز من حضور اللغة العربية في الفضاء الرقمي و الصوتي . و يعكس هذا التوجه أهمية اللغة كعامل رئيسي في تفاعل الجمهور مع المحتوى الصوتي و ضرورة تلبية حاجات الجمهور و تحقيق تفاعل أوسع لإنتاج محتوى إعلامي معاصر.



المصدر: من اعداد الباحثين بالاعتماد على الطريقة اليدوية في تحليل البيانات



المصدر: من اعداد الباحثين بالاعتماد على الطريقة اليدوية في تحليل البيانات

الجدول رقم 11: المواضيع التي تتابعها من خلال البودكاست

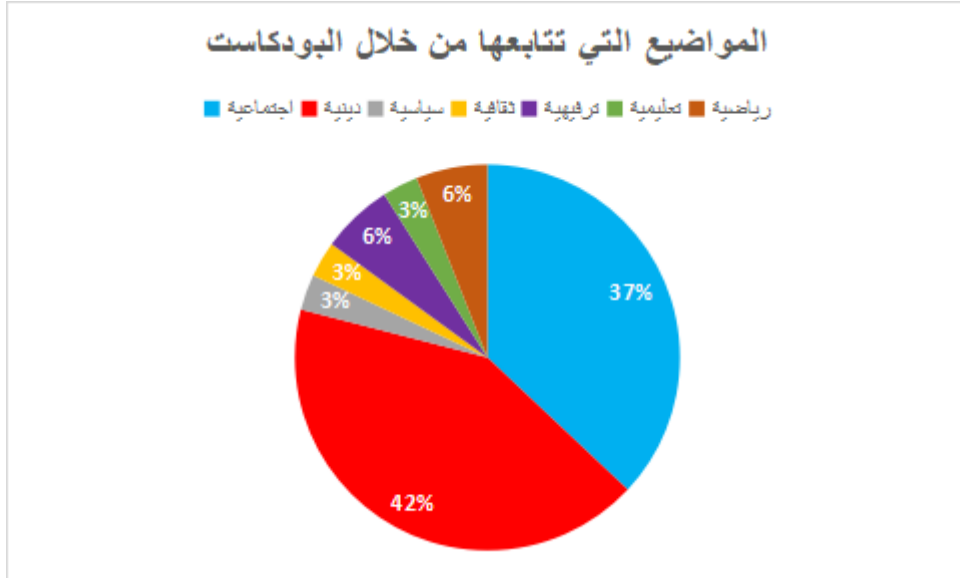
الاحتمالات	التكرار	النسبة
اجتماعية	12	37%
دينية	14	42%
سياسية	1	3%
ثقافية	1	3%
ترفيهية	2	6%
تعليمية	1	3%
رياضية	2	6%
المجموع	33	100%

المصدر: من اعداد الباحثين بالاعتماد على الطريقة اليدوية في تحليل البيانات

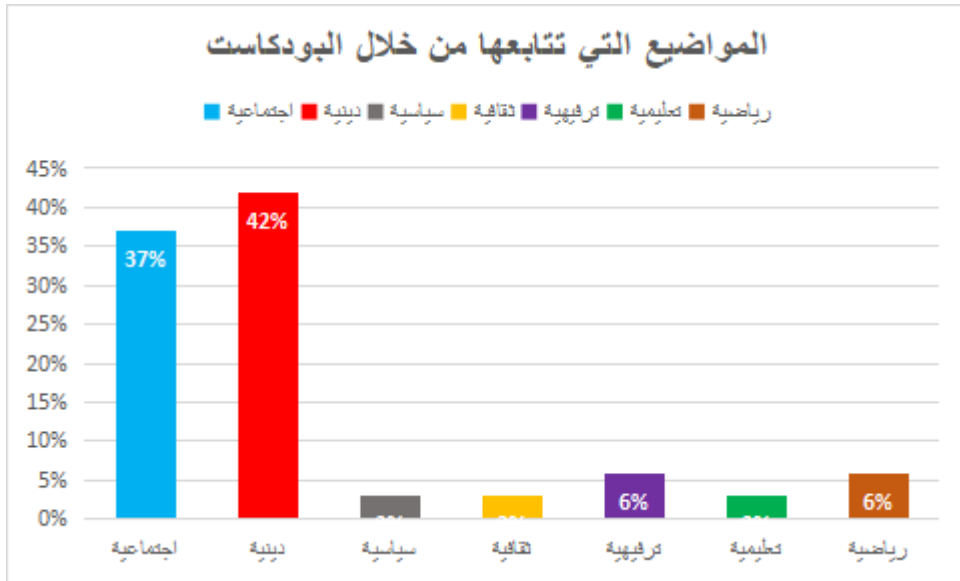
القراءة والتعليق على الجدول رقم 11 :

الموسوم ب " المواضيع التي تتابعها من خلال البودكاست " ، حيث نلاحظ أن الجدول أعلاه يعرض نتائج إجابات المبحوثين حول نوع المواضيع التي يفضلون متابعتها عبر البودكاست ، و نلاحظ من خلال المعطيات أن المواضيع الدينية تنصدر القائمة بنسبة 42 % و هو ما يعكس إهتماما واضحا لدى المبحوثين بالمضامين الروحية و الدينية ، و ربما يدل على بحثهم عن محتوى يعزز القيم و المعرفة الدينية بطريقة مرنة و هادئة ، تلمها المواضيع الإجتماعية بنسبة 36 % ، و هو ما يشير إلى إنشغال الجمهور بالقضايا الإجتماعية التي تمس واقعهم اليومي و تلامس حياتهم الخاصة و العامة ، ثم تلمها المواضيع الترفيهية و الرياضية بنسبة 6 % ، تلمها المواضيع السياسية و الثقافية و التعليمية التي نالت أدنى نسبة قدرت ب 3 % ، مما يوحي أن جمهور البودكاست في هذه العينة يميل

أكثر نحو المحتوى المعرفي و التأملي على حساب الترفيهي و السياسي. توضح النتائج أن البودكاست يشكل وسيلة مفضلة لدى كثير من المستخدمين تتعمق في القضايا الدينية و الإجتماعية ، مما يدل على أهمية دعم هذا النوع من المحتوى و تطويره ليتلاءم مع تطلعات الجمهور المتزايدة.



المصدر: من اعداد الباحثين بالاعتماد على الطريقة اليدوية في تحليل البيانات



المصدر: من اعداد الباحثين بالاعتماد على الطريقة اليدوية في تحليل البيانات

تحليل عبارات المحور الثاني: دو افع استخدام الطلبة الجامعيين للبودكاست

الجدول رقم 12: الدوافع المعرفية وراء استخدام البودكاست

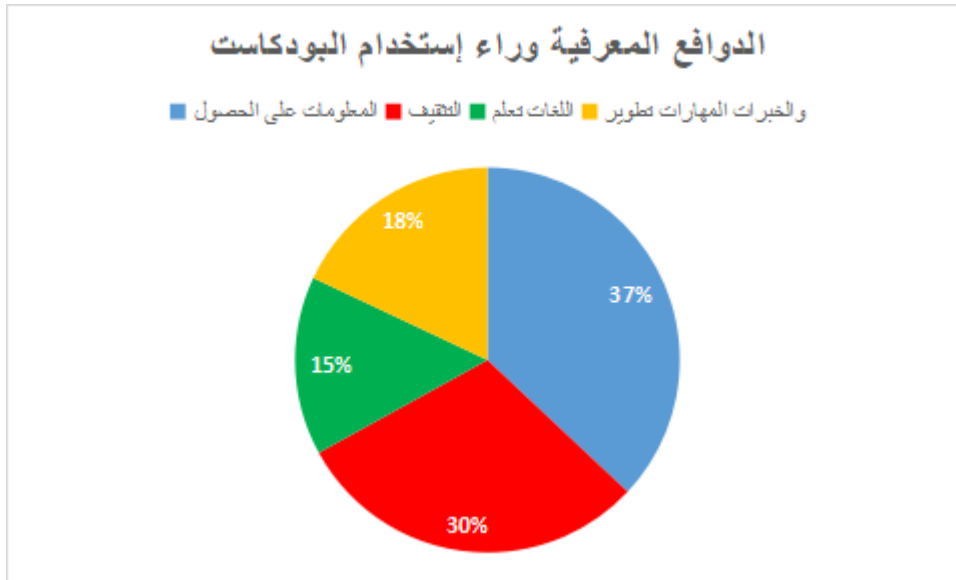
الاحتمالات	التكرار	النسبة
الحصول على المعلومات	12	37%
التثقيف	10	30%
تعلم اللغات	5	15%

تطوير المهارات والخبرات	6	18%
المجموع	33	100%

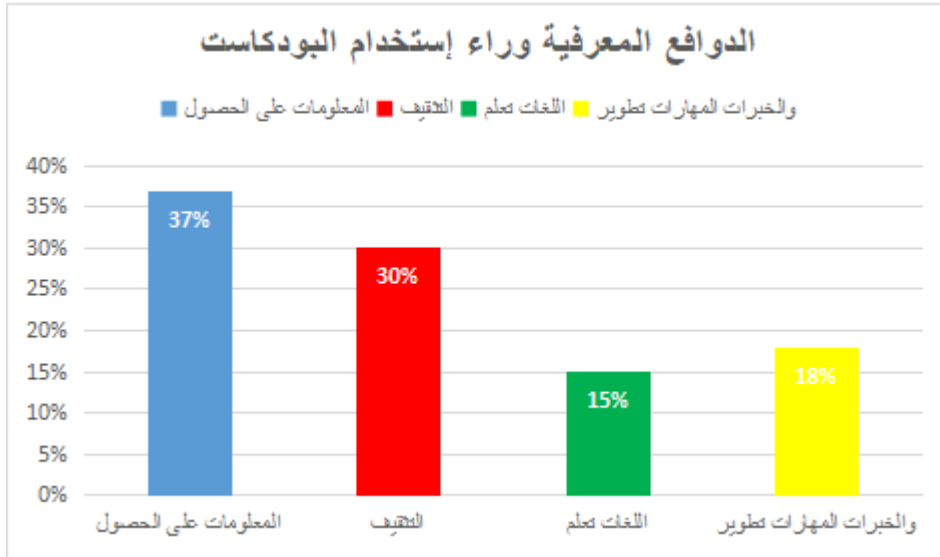
المصدر: من اعداد الباحثين بالاعتماد على الطريقة اليدوية في تحليل البيانات

التعليق والقراءة على الجدول رقم 12 :

المعنون ب " الدوافع المعرفية وراء إستخدام البودكاست " ، حيث يعرض هذا الجدول إجابات المبحوثين حول الدوافع المعرفية ، فتبين أن الدافع الأبرز هو الحصول على المعلومة الدقيقة بنسبة بلغت 36 % ، مما يعكس رغبة قوية لدى الجمهور في تلقي محتوى موثوق و علمي ، يلي ذلك دافع التثقيف بنسبة 30 % و هو ما يشير إلى أن البودكاست يستخدم كوسيلة تثقيفية و زيادة المعرفة من أجل التوعية حول موضوع معين ، كتعلم مهارات جديدة و رفع الوعي حول قضايا إجتماعية أو صحية خاصة . كما أظهرت النتائج أن هناك نسبة لا بأس بها من المبحوثين 18 % يسعون من خلال البودكاست إلى تطوير المهارات و الخبرات ، في حين أن نسبة أقل من 15 % تستهدف فهم لغات جديدة ، هذه المؤشرات تعزز فكرة أن البودكاست أصبح أداة تعليمية و ثقافية فعالة تلبى حاجات معرفية متنوعة لدى المستخدمين ، و نلاحظ أن إستخدام البودكاست كوسيلة معرفية تتماشى مع حاجات المتلقين المعاصرين الذين يفضلون الوسائط الرقمية المرنة و المتاحة في أي وقت ، كما أن تنوع المواضيع و سهولة الوصول إلى المحتوى يساهمان في تحفيز المتعلمين على الإستمرار في المتابعة ، مما يعزز من فرض التعلم الذاتي و يؤكد على الدور المتنامي للبودكاست كأداة تعليمية مكملة للوسائل التقليدية.



المصدر: من اعداد الباحثين بالاعتماد على الطريقة اليدوية في تحليل البيانات



المصدر: من اعداد الباحثين بالاعتماد على الطريقة اليدوية في تحليل البيانات

الجدول رقم 13: الدوافع النفسية وراء إستخدام البودكاست

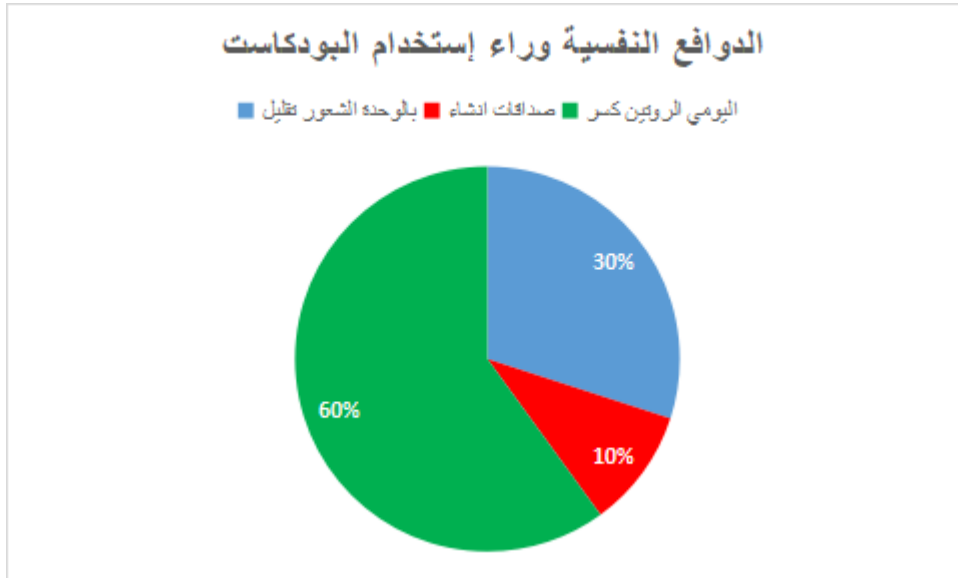
الاحتمالات	التكرار	النسبة
تقليل الشعور بالوحدة	10	30%
انشاء صداقات	3	10%
كسر الروتين اليومي	20	60%
المجموع	33	100%

المصدر: من اعداد الباحثين بالاعتماد على الطريقة اليدوية في تحليل البيانات

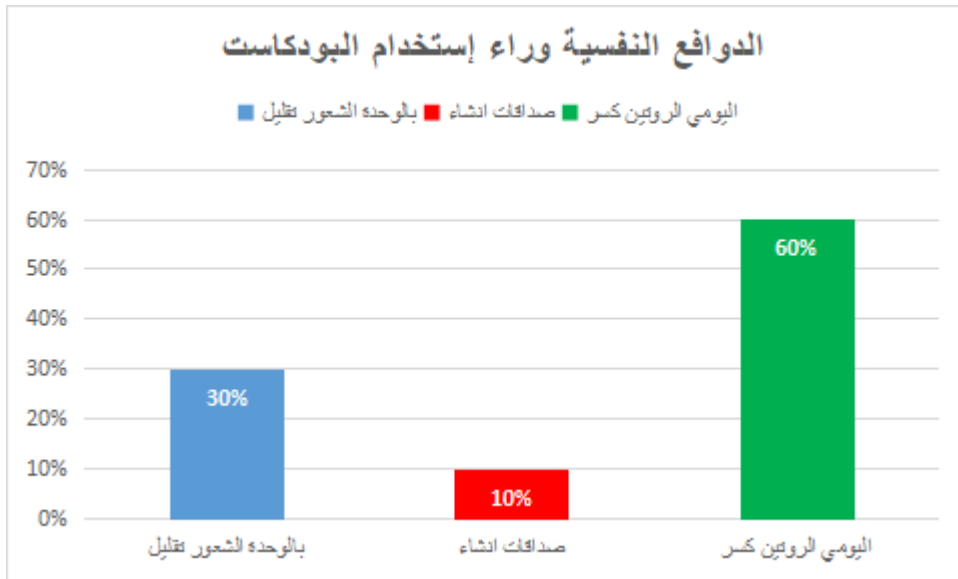
القراءة والتعليق على الجدول رقم 13 :

المعنون ب " الدوافع النفسية وراء إستخدام البودكاست " ، حيث يعرض الجدول أعلاه نتائج إستبيان حول الدوافع النفسية لإستخدام البودكاست ، و قد تم تلخيص النتائج وفق 3 فئات رئيسية للدوافع وهي :تقليل الشعور بالوحدة و قد حصل على أعلى نسبة تكرار 10 من أصل 33 بنسبة 30% كسر الروتين اليومي جاءت في المرتبة الأولى من حيث التكرار 20 بنسبة 60 % ، تشير هذه النتائج إلى أن الدافع النفسي الأبرز وراء إستخدام البودكاست هو الرغبة في كسر الروتين اليومي مما يعكس رغبة الأفراد في إدخال عناصر جديدة و ممتعة في روتينهم اليومي عبر المحتوى الصوتي ، أما الدافع النفسي الذي يليه هو الرغبة في تقليل الشعور بالوحدة وهو ما يعكس دور البودكاست كوسيلة تعويضية للتواصل الإجتماعي غير المباشر خاصة في فترات العزلة أو الإنشغال . أما دافع إنشاء صداقات فقد حصل على أقل تكرار مما قد يشير إلى أن المستخدمين لا يرون في البودكاست وسيلة تفاعلية للتواصل الإجتماعي المباشر ، فالبودكاست يستخدم بشكل رئيسي كوسيلة لكسر الروتين اليومي أولاً و تقليل الشعور بالوحدة ثانياً لا كوسيلة لبناء علاقات مباشرة ، فهذه النتائج يمكن أن تفيد صناعات المحتوى في تصميم حلقات تركز على الإحساس بالمرافقة و الدعم النفسي للمستمع ، والدوافع النفسية الأساسية تتركز في كسر الروتين اليومي و تقليل الشعور بالوحدة حيث شكل هذان الدافعان النسبة الأكبر من إجابات

المشاركين بينما جاء دافع إنشاء صداقات في المرتبة الأخيرة ، و برزت هذه النتائج أهمية البودكاست كأداة حديثة تلي حاجات نفسية متزايدة في ظل أنماط الحياة المعاصرة التي تتسم بالعزلة و الأشغال



المصدر: من اعداد الباحثين بالاعتماد على الطريقة اليدوية في تحليل البيانات



المصدر: من اعداد الباحثين بالاعتماد على الطريقة اليدوية في تحليل البيانات

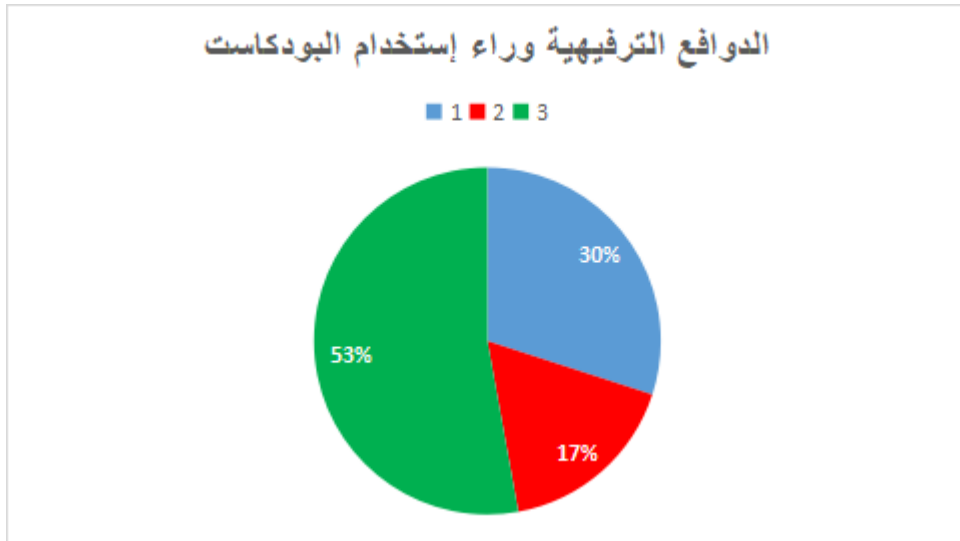
الجدول رقم 14: الدوافع الترفيهية وراء إستخدام البودكاست

النسبة	التكرار	الاحتمالات
21%	7	تمضية الوقت
12%	4	التسلية ولترفيه
37%	12	الفضول
30%	10	لقضاء وقت ممتع
100%	33	المجموع

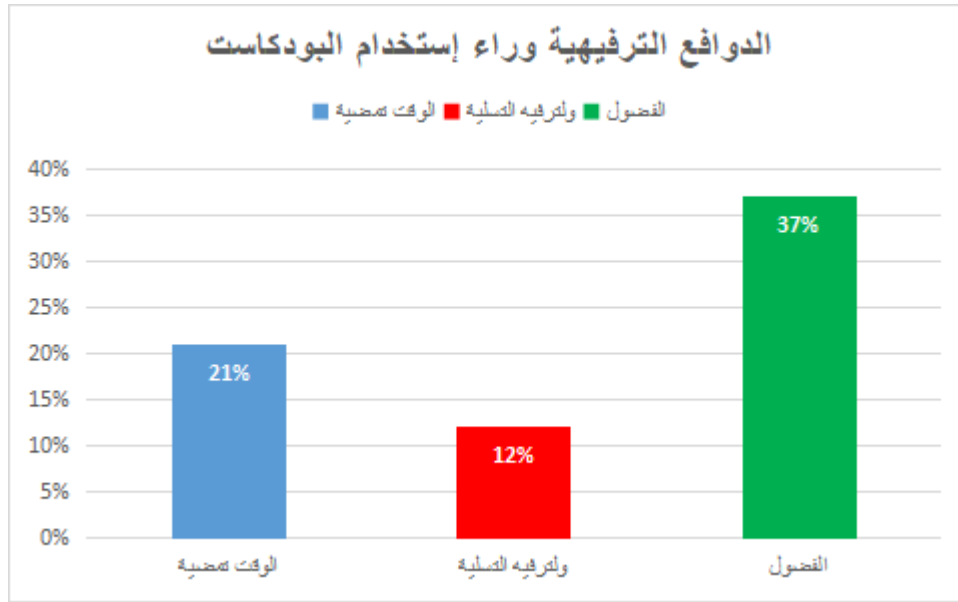
المصدر: من اعداد الباحثين بالاعتماد على الطريقة اليدوية في تحليل البيانات

القراءة والتعليق على الجدول رقم 14 :

الموسوم ب " الدوافع الترفيهية وراء إستخدام البودكاست " ، حيث يظهر الجدول أن الدوافع الترفيهية لإستخدام البودكاست تتوزع على عدد من الإحتياجات الترفيهية المختلفة ، فقد أشار 36 % من المبحوثين إلى أن السبب الرئيسي هو الفضول ، ما يعكس رغبة قوية في الإكتشاف و المعرفة ، و جاءت الرغبة في قضاء وقت ممتع بنسبة 30 % ما يدل على أن البودكاست يعد وسيلة مفضلة لتمضية الوقت بطريقة إيجابية ، أما طبيعته الهادئة فقد شكلت دافعا لدى 21 % مما يشير إلى أهمية الجو المريح للبودكاست في جذب المستمع ، و أخيرا أظهر 12 % من المبحوثين أن التسلية و الترفيه كانتا السبب في إقبالهم عليه ، و هو ما يدل على أهمية الأسلوب المبسط و المنتظم في إيصال المحتوى .فالبودكاست يلبي مجموعة من الحاجات الترفيهية لدى المستمعين أبرزها الفضول المعرفي بنسبة 36 % تليه الرغبة في قضاء وقت ممتع بنسبة 30 % كما يشير 21 % من المبحوثين الى أن طبيعة البودكاست تعد دافعا رئيسيا ، و تعكس هذه النتائج أهمية البودكاست كوسيلة مريحة و محفزة للإشباع المعرفي و الترفيهي في آن واحد ، فالبودكاست يمثل وسيلة ترفيهية فعالة و محبذة لدى فئة من الجمهور ، خاصة من يفضلون الإستماع أثناء القيام بأنشطة أخرى ، فالفضول يلعب دورا محوريا في قرار الإستماع لتنوعه و ذوقه ، فالبودكاست الترفيهي يرتبط بتفضيلات شخصية و إحتياجات و هو ما يعزز من أهمية تطوير محتوى ترفيهي يلائم إهتمامات ال جمهور المتنوع.



المصدر: من اعداد الباحثين بالاعتماد على الطريقة اليدوية في تحليل البيانات



المصدر: من اعداد الباحثين بالاعتماد على الطريقة اليدوية في تحليل البيانات

المحور الثالث: الاشباعات المحققة لدى الطلبة الجامعيين من استخدام البودكاست
الجدول رقم 15: هل يحقق لك البودكاست إشباعات معينة

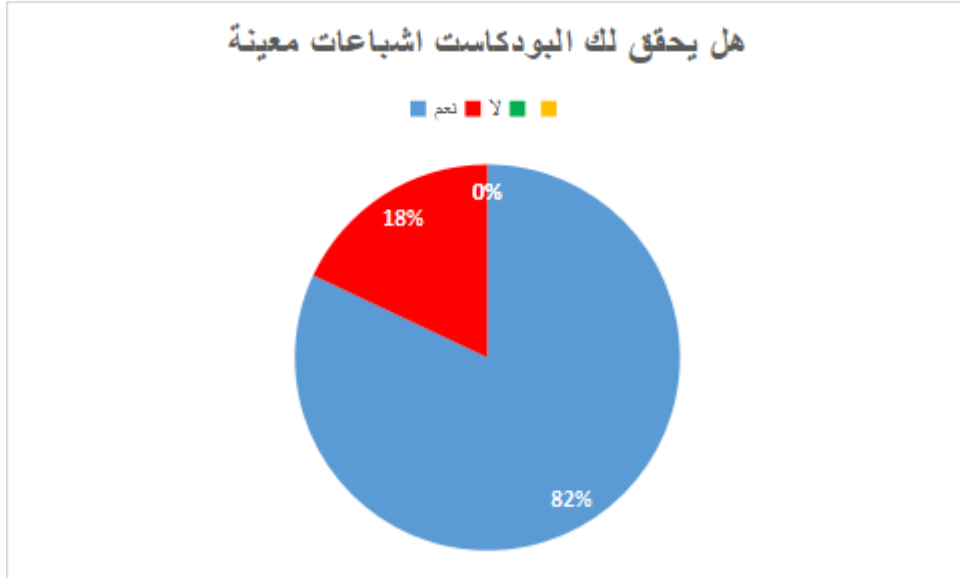
الاحتمالات	التكرار	النسبة
نعم	27	82%
لا	6	18%
المجموع	33	100%

المصدر: من اعداد الباحثين بالاعتماد على الطريقة اليدوية في تحليل البيانات

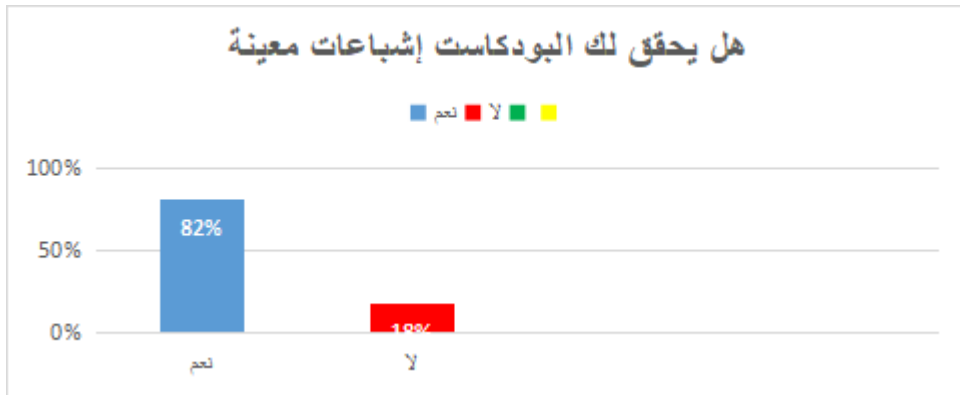
التعليق والقراءة على الجدول رقم 15 :

المعنون ب "هل يحقق لك البودكاست إشباعات معينة" ، حيث نلاحظ أن الغالبية العظمى من الباحثين، بنسبة 81%، يرون أن البودكاست يحقق لهم إشباعات معينة. وهذا يشير إلى وجود قيمة إدراكية أو وجدانية أو معرفية يجدها المستمعون في محتوى البودكاست، مما يعكس فعاليته كوسيلة إعلامية بديلة تلي احتياجات الجمهور في المقابل، فإن نسبة 18% من الباحثين يرون أن البودكاست لا يحقق لهم هذه الإشباعات، وهو ما قد يعود إلى عدم توافق المحتوى مع اهتماماتهم أو تفضيلاتهم الشخصية، أو ضعف في جودة بعض الإنتاجات البودكاستية. و تشير نتائج الجدول إلى أن البودكاست أصبح وسيلة إعلامية مؤثرة في حياة الأفراد، وقادرة على تلبية إشباعات متنوعة، وهو ما يدعو الباحثين والمنتجين إلى استثمار هذا الاتجاه وتحسين المحتوى المقدم بما يواكب تطلعات الجمهور. و تعكس هذه النتائج بوضوح مدى تنامي أهمية البودكاست كأداة إعلامية جديدة ضمن الفضاء الرقمي، خصوصاً في ظل التحول نحو الإعلام الرقمي والمحتوى المخصص. ويشير هذا التوجه إلى ضرورة توجيه مزيد من الاهتمام إلى جودة إنتاج البودكاست، وتوسيع قاعدة محتواه بما يستجيب للاهتمامات المتنوعة للجمهور، خاصة فئة الشباب، الذين يُعدّون من أكثر الفئات تفاعلاً مع هذا النمط الإعلامي. لذا فإن البودكاست أصبح وسيلة فعّالة تحقق إشباعات متنوعة لغالبية الباحثين، مما يعكس تحولاً

في أنماط استهلاك المحتوى الإعلامي نحو المنصات الرقمية السمجية. وتؤكد النسبة المرتفعة (81%) من المؤيدين لأهمية البودكاست على ضرورة الاستثمار في تطوير هذا النوع من الإعلام، سواء من حيث جودة المحتوى أو تنوعه. كما أن نسبة الرفض (18%) تُعد مؤشراً على وجود تحديات يجب مراعاتها، مثل تحسين الوصول، وزيادة الوعي بثقافة الاستماع، وتطوير استراتيجيات محتوى أكثر جذباً



المصدر: من اعداد الباحثين بالاعتماد على الطريقة اليدوية في تحليل البيانات



المصدر: من اعداد الباحثين بالاعتماد على الطريقة اليدوية في تحليل البيانات

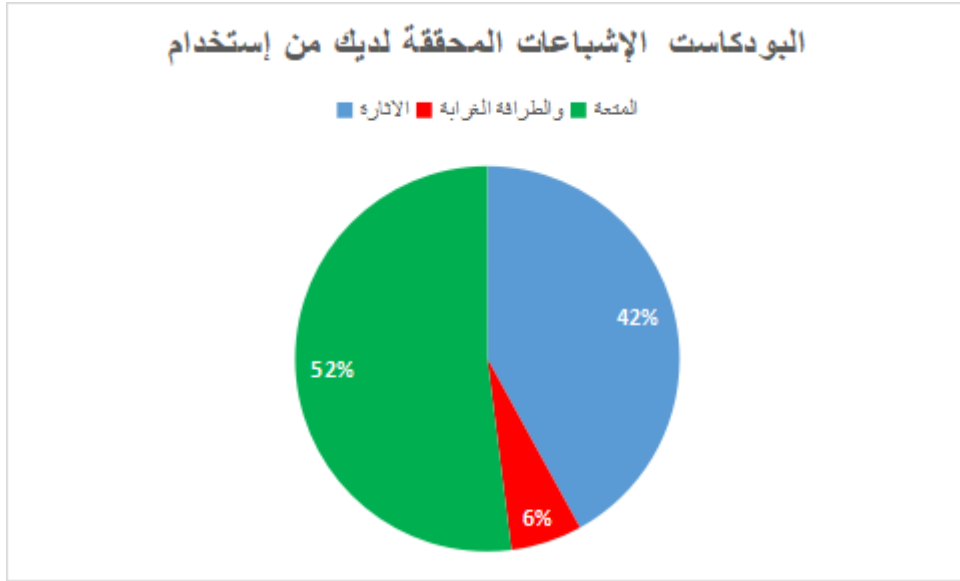
الجدول رقم 16: الإشباعات المحققة لديك من استخدام البودكاست

الاحتمالات	التكرار	النسبة
الاثارة	14	42%
الغرابة والطفرة	2	6%
المتعة	17	52%
المجموع	33	100%

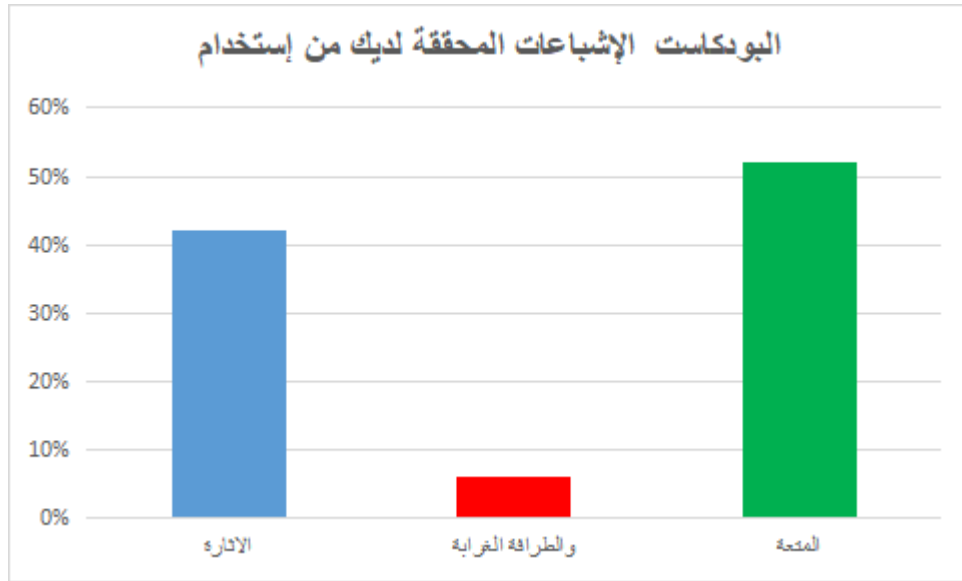
المصدر: من اعداد الباحثين بالاعتماد على الطريقة اليدوية في تحليل البيانات

القراءة والتعليق على الجدول رقم 16 :

المعنون ب " الإشباع المحققة لديك من إستخدام البودكاست " ، حيث نلاحظ أن " المتعة " الإشباع الترفيهي الأكثر تحقيقا لدى الطلبة من خلال إستماعهم للبودكاست بحيث قدرت نسبتها ب 51 % ، ما يعكس أن هذه الوسيلة تقدم محتوى ينسجم مع رغباتهم في التسلية و قضاء وقت ممتع ، يشير ذلك إلى نجاح البودكاست في تقديم تجربة ترفيهية مرضية تتماشى مع توقعات الجمهور الجامعي . كما أظهرت النتائج أن حافز " الإثارة " حقق نسبة مرتفعة نسبيا قدرت ب 42 % و تدل على أن كثير من الطلبة يجدون في البودكاست محتوى محفز و مثير للإهتمام ، قد يرتبط هذا بطبيعة المواضيع المقدمة أو بأسلوب السرد الديناميكي الذي يشد إنتباه المستمع ، أما الحافز الأخير هو " الغرابة و الطرافة " فرغم أنها تعد من العناصر الجاذبة في وسائل الإعلام الترفيهية عموماً ، إلا أن نسبتها في هذا السياق منخفضة و قد يفسر ذلك بأن البودكاستات التي يتعرض لها الطلبة لا تركز كثيرا على الطرافة أو المحتوى غير المألوف ، أو أن هذه العناصر ليست أولوية لدى جمهور الطلبة في إستهلاكهم للبودكاست ، و أكدت البيانات أن البودكاست يحقق بشكل رئيسي إشباعين ترفيهيين رئيسيين هما " المتعة و الإثارة " ، فيما تبقى " الغرابة و الطرافة " أقل أهمية لدى الجمهور الجامعي ، و يظهر ذلك أن التوجه العام للطلبة نحو البودكاست ليس فقط بحثا عن الترفيه الفارغ بل عن محتوى ممتع يثير التفكير أو العاطفة بطريقة جادة نسبيا.



المصدر: من اعداد الباحثين بالاعتماد على الطريقة اليدوية في تحليل البيانات



المصدر: من اعداد الباحثين بالاعتماد على الطريقة اليدوية في تحليل البيانات

الجدول رقم 17: الإشباعات النفسية التي يحققها البودكاست للطلبة

الاحتمالات	التكرار	النسبة
تخفيف القلق والتوتر	6	18%
الخلص من الوحدة	11	33%
الراحة النفسية	16	49%
المجموع	33	100%

المصدر: من اعداد الباحثين بالاعتماد على الطريقة اليدوية في تحليل البيانات

القراءة والتعليق على الجدول رقم 17 :

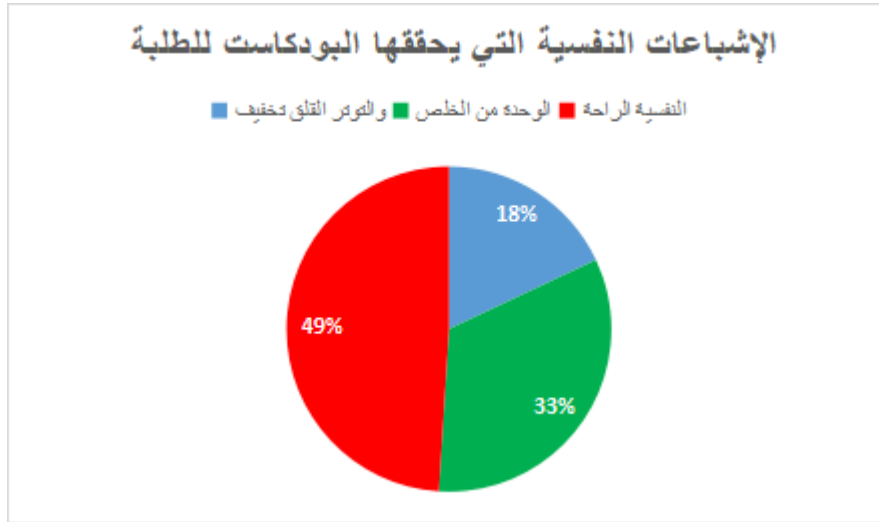
الموسوم بـ " الإشباعات النفسية التي يحققها البودكاست للطلبة " ، يتناول الجدول الذي أمامنا الإشباعات النفسية التي يحققها الطلبة الجامعيون من خلال استخدامهم للبودكاست، وهو يتضمن ثلاثة أبعاد نفسية رئيسية:

1 خفض القلق والتوتر: أشار 6 طلاب فقط إلى تحقق هذا الإشباع، ما يمثل 18% من العينة. هذا يدل على أن البودكاست لا يُستخدم بشكل كبير كوسيلة لتخفيف الضغوط النفسية أو التوتر، أو ربما أن تأثيره في هذا الجانب ليس كبيراً كما في الجوانب الأخرى..

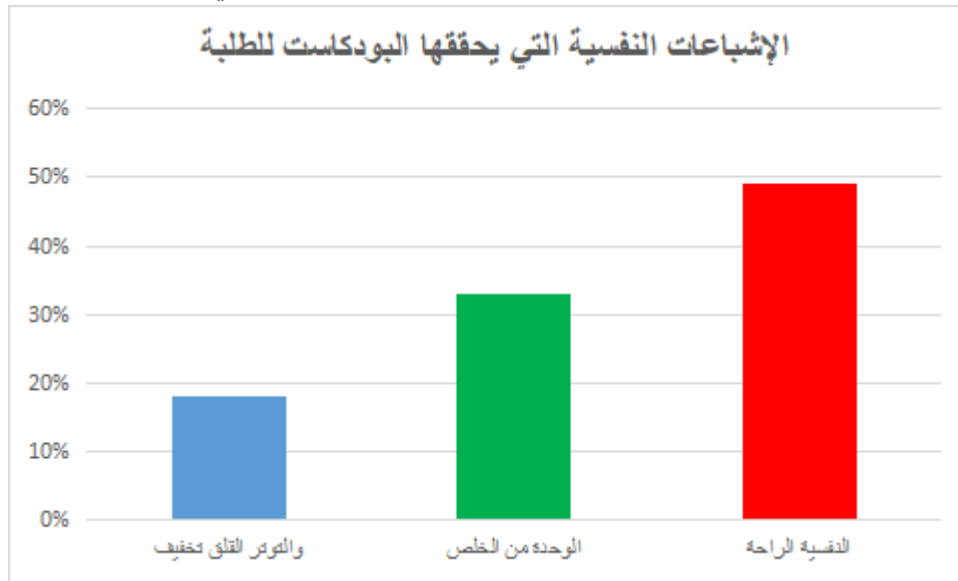
2 التخلص من الشعور بالوحدة: جاء هذا الإشباع في المرتبة الأعلى بنسبة 33% حيث أشار إليه 11 طالباً. يمكن تفسير ذلك بأن البودكاست يشكل وسيلة تفاعلية ومرافقة نفسية، خصوصاً حين يكون المحتوى شخصياً أو سردياً، مما يعزز الشعور بالمرافقة الاجتماعية الافتراضية.

3 الراحة النفسية: حظي بنسبة 48% وهي النسبة الأعلى من حيث التأثير، إذ عبّر عنه 16 طالباً. يشير ذلك إلى أن البودكاست يُعد وسيلة فعالة للشعور بالاسترخاء والطمأنينة، ربما بسبب مرونته وسهولة دمجها في الحياة اليومية (مثل الاستماع أثناء المشي أو قبل النوم). و تشير نتائج الجدول إلى أن البودكاست له دور إيجابي

ملحوظ في الإشباع النفسي للطلبة، خاصة من حيث الراحة النفسية والتخفيف من الشعور بالوحدة. أما خفض القلق والتوتر، فقد جاء في المرتبة الأخيرة، ما قد يتطلب النظر في طبيعة المحتوى المستهلك ومدى ملاءمته لهذا الهدف.



المصدر: من اعداد الباحثين بالاعتماد على الطريقة اليدوية في تحليل البيانات



المصدر: من اعداد الباحثين بالاعتماد على الطريقة اليدوية في تحليل البيانات

الجدول رقم 18: الإشباعات المعرفية التي يحققها البودكاست للطلبة

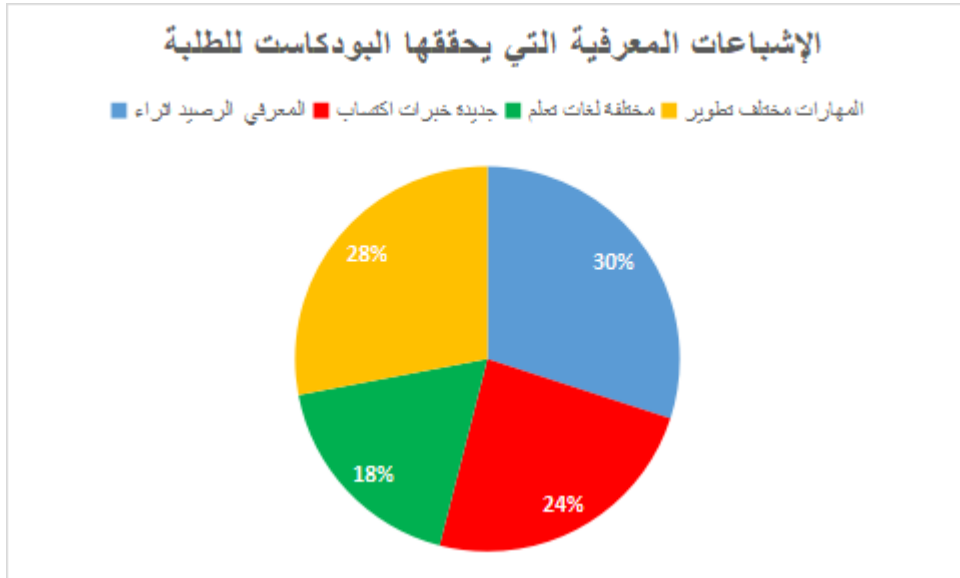
الاحتمالات	التكرار	النسبة
اثراء الرصيد المعرفي	10	30%
اكتساب خبرات جديدة	8	24%
تعلم لغات مختلفة	6	18%
تطوير مختلف المهارات	9	28%
المجموع	33	100%

المصدر: من اعداد الباحثين بالاعتماد على الطريقة اليدوية في تحليل البيانات

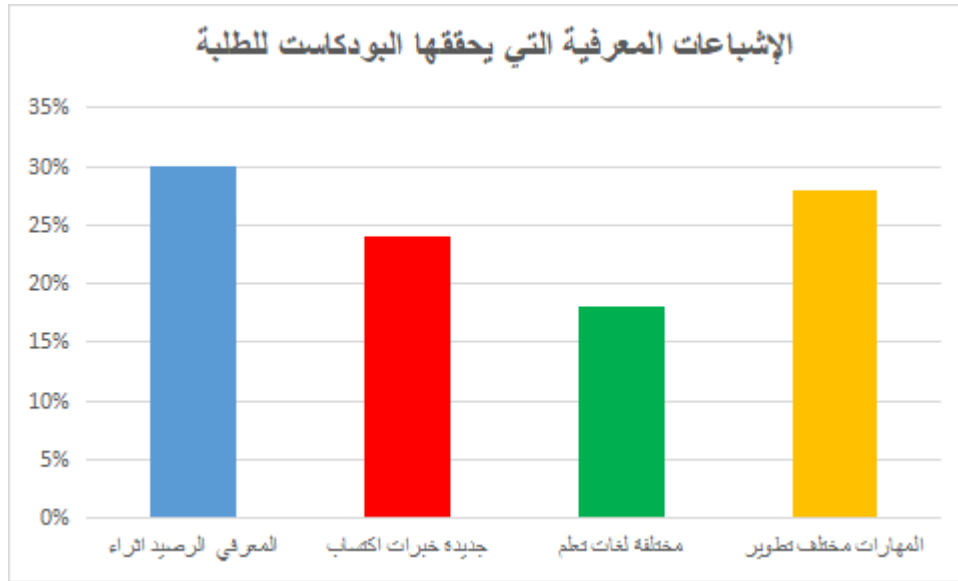
القراءة والتعليق على الجدول رقم 18 :

الموسوم بـ " الإشباعات المعرفية التي يحققها البودكاست للطلبة " ، الجدول المعروض يوضّح الإشباعات المعرفية التي يحققها الطلبة الجامعيون من خلال استخدامهم للبودكاست ، حيث جاءت النتائج كالتالي: إثراء الرصيد المعرفي 30% يشير إلى أن البودكاست يُستخدم من قبل الطلبة كوسيلة لتعزيز معرفتهم بالمجالات التي يهتمون بها، ما يعكس إدراكهم لأهمية المحتوى الصوتي في تعميق الفهم وتوسيع المدارك. تطوير المهارات 27% يحتل المرتبة الثانية، ما يدل على أن الطلبة لا يكتفون فقط بتلقي المعلومات، بل يسعون أيضاً إلى تنمية مهارات عملية، مثل مهارات التفكير، التحليل، وربما مهارات التواصل. اكتساب خبرات جديدة 24% يظهر أن البودكاست يُعد نافذة للاطلاع على تجارب أو معلومات غير مألوفة، ما يسهم في توسيع نطاق الخبرات الحياتية أو الأكاديمية للطلبة.

. تحفيز لغات مختلفة 18% رغم أنه الأقل، إلا أنه يشير إلى وعي بعض الطلبة بأهمية تنمية قدراتهم اللغوية من خلال المحتوى الصوتي متعدد اللغات، ما يُعزز البعد المعرفي والثقافي في آنٍ معاً، حيث تشير النتائج إلى أن البرنامج أو التجربة المعرفية محل الدراسة قد حققت أثراً ملموساً في تعزيز الإشباع المعرفي لدى المشاركين. فقد تركز الأثر بشكل رئيس في إثراء الرصيد المعرفي وتطوير المهارات، مما يدل على قوة المحتوى وفاعلية الأساليب المستخدمة. كما أن نسبة اكتساب الخبرات وتحفيز اللغات المختلفة تُبرز أبعاداً إضافية تُثري التجربة وتؤكد على تنوع الفائدة وعليه يمكن الاستنتاج أن التجربة كانت ناجحة إلى حد كبير في تلبية الحاجات المعرفية للمشاركين، مما يعزز من قيمتها التربوية والأكاديمية.



المصدر: من اعداد الباحثين بالاعتماد على الطريقة اليدوية في تحليل البيانات



المصدر: من اعداد الباحثين بالاعتماد على الطريقة اليدوية في تحليل البيانات

المحور الرابع: رأي الطلبة الجامعيين اتجاه البودكاست

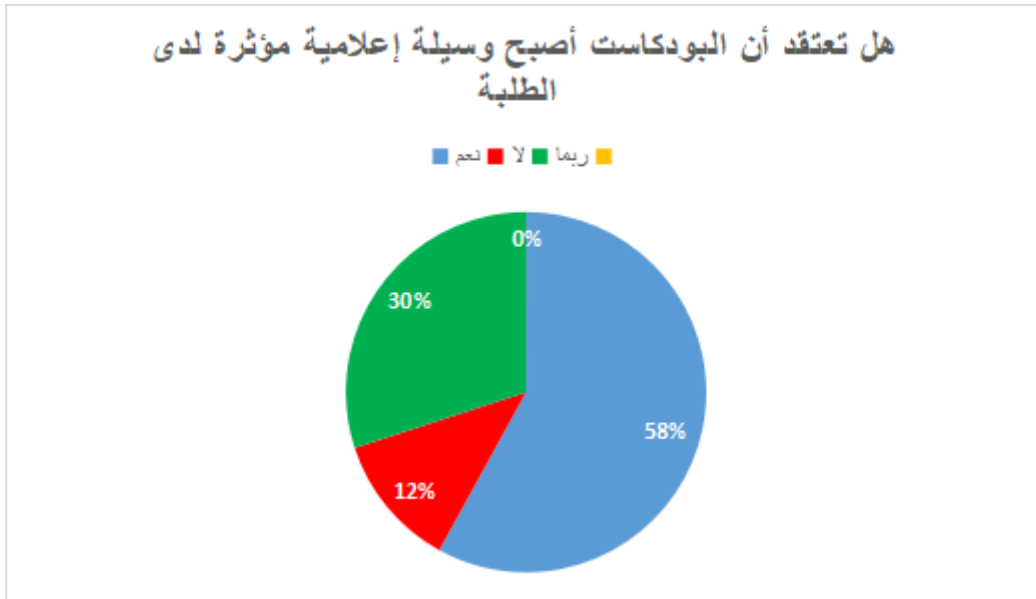
الجدول رقم 19: هل تعتقد أن البودكاست أصبح وسيلة إعلامية مؤثرة لدى الطلبة

الاحتمالات	التكرار	النسبة
نعم	19	58%
لا	4	12%
ربما	10	30%
المجموع	33	100%

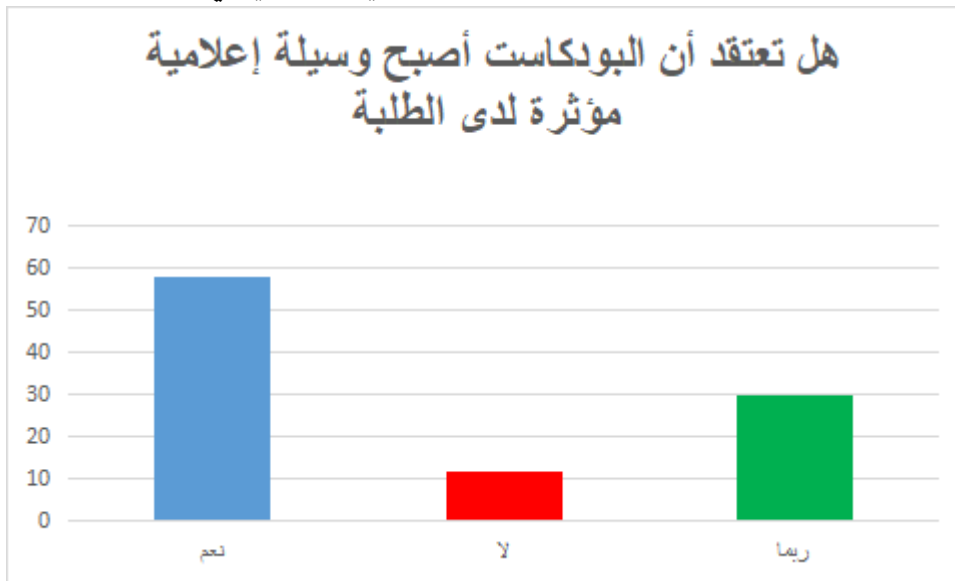
المصدر: من اعداد الباحثين بالاعتماد على الطريقة اليدوية في تحليل البيانات

التعليق والقراءة على الجدول رقم 19 :

المعنون بـ " هل تعتقد أن البودكاست أصبح وسيلة إعلامية مؤثرة لدى الطلبة " ، فالجدول المرفق يعرض نتائج إجابات الباحثين حيث أن الغالبية 57 % يرون أن البودكاست أصبح وسيلة إعلامية مؤثرة لدى الطلبة مما يعكس تنامياً في دور هذه الوسيلة الجديدة المشهد الإعلامي التعليمي ، كما أن النسبة التي قدرت بـ 30 % ترى أن تأثير البودكاست موجود ولكن بشكل جزئي و محدود ، و هو ما قد يعزى إلى إختلاف الإهتمامات أو مدى التعرض للمحتوى الصوتي ، أما نسبة الراضين للفكرة 12 % فهي الأقل ما يعني أن المعارضة لإعتبار البودكاست وسيلة إعلامية مؤثرة تبقى محدودة ، و يمكن القول أن البودكاست بدأ يحتل مكانة مهمة كوسيلة إعلامية لدى الطلبة خاصة في ظل تزايد استخدام التقنيات الحديثة ووسائل الإعلام الرقمية ، و يفتح المجال لتطوير المحتوى الأكاديمي و التعليمي عبر هذه المنصة ، فالبودكاست ينظر إليه بشكل متزايد بين الطلبة كوسيلة ، و هذا ما يعكس توجهها إيجابياً نحو إستخدام البودكاست في الأوساط التعليمية ، مما يثير ضرورة الإستثمار فيه كأداة دعم معرفي تتماشى مع تطورات الطلبة و إهتماماتهم.



المصدر: من اعداد الباحثين بالاعتماد على الطريقة اليدوية في تحليل البيانات



المصدر: من اعداد الباحثين بالاعتماد على الطريقة اليدوية في تحليل البيانات

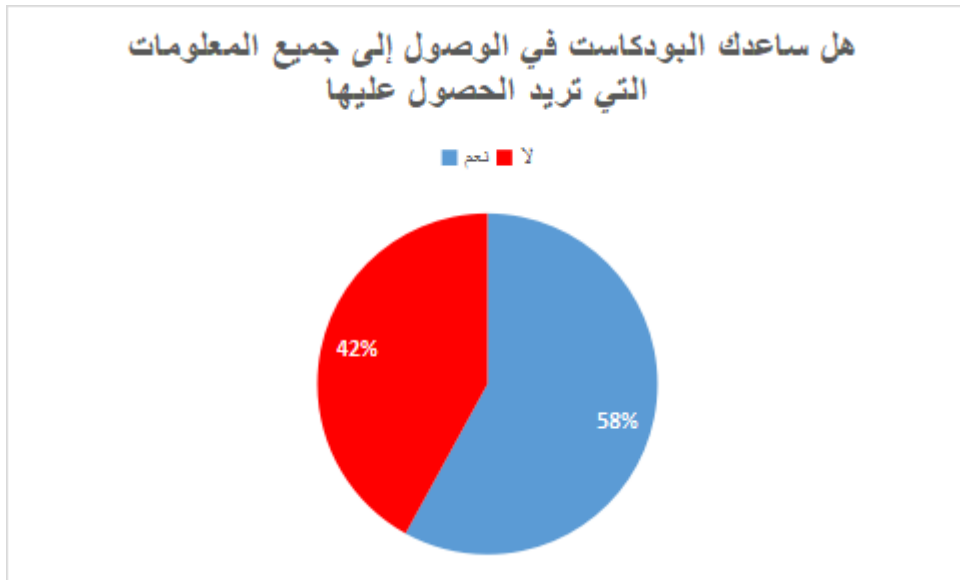
الجدول رقم 20: هل ساعدك البودكاست في الوصول إلى جميع المعلومات التي تريد الحصول عليها

الاحتمالات	التكرار	النسبة
نعم	19	58%
لا	14	42%
المجموع	33	100%

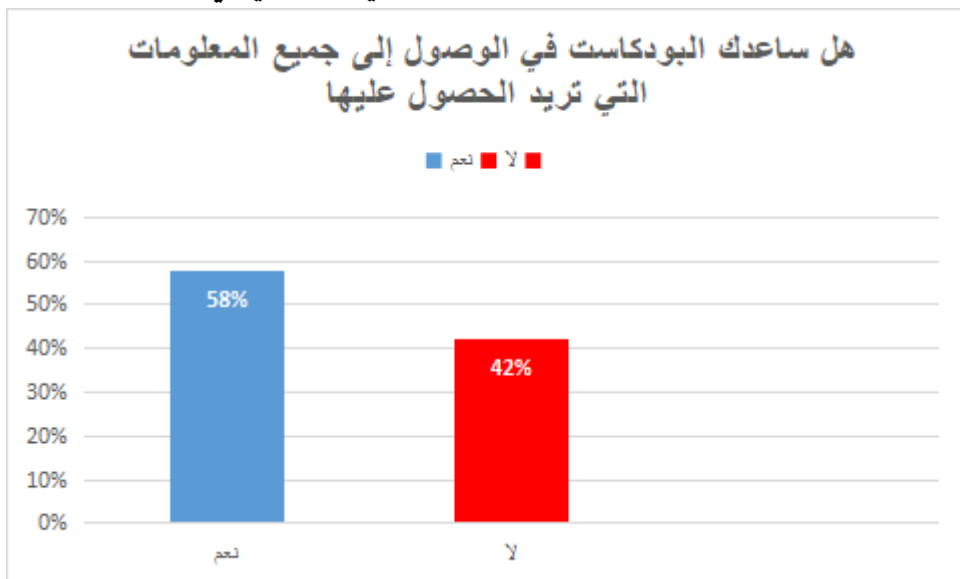
المصدر: من اعداد الباحثين بالاعتماد على الطريقة اليدوية في تحليل البيانات

القراءة والتعليق على الجدول رقم 20 :

المعنون بـ " هل ساعدك البودكاست في الوصول إلى جميع المعلومات التي تريد الحصول عليها " ، حيث نلاحظ أن الجدول أعلاه تشير نتائجه إلى أن غالبية المبحوثين 57% يرون أن البودكاست يساعدهم في الوصول إلى المعلومات التي يرغبون في الحصول عليها ، وهذا ما يدل على فعالية هذه الوسيلة في تلبية إحتياجاتهم المعرفية خاصة في ظل سهولة الوصول إلى المحتوى و تنوع المواضيع المتاحة ، في المقابل عبر 42% من المشاركين عن عدم رضاهم بالكامل عن قدرة البودكاست في تلبية كل الإحتياجات و الإهتمامات ، مما قد يعكس نقصا في التخصصية أو عمق المحتوى ، فيمكن إعتبار البودكاست أداة فعالة إلى حد كبير في إيصال المعلومات بالنسبة لغالبية الطلبة ، لكنه لا يزال بحاجة إلى مزيد من التطوير و التنوع ليكون أكثر شمولاً و يغطي مختلف الإهتمامات و الإحتياجات المعرفية و تملئ الفجوات التي توجد في المحتوى ، و عليه فإن تطوير البودكاست من حيث تنوع الموضوعات خطوة ضرورية لتعزيز فاعليته كوسيلة تعليمية و معرفية معاصرة.



المصدر: من اعداد الباحثين بالاعتماد على الطريقة اليدوية في تحليل البيانات



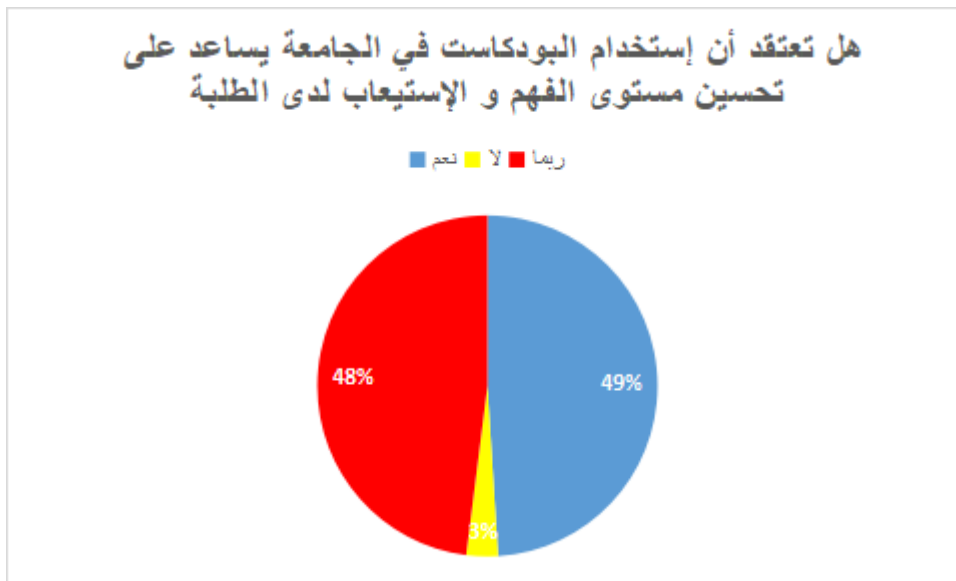
المصدر: من اعداد الباحثين بالاعتماد على الطريقة اليدوية في تحليل البيانات
الجدول رقم 21: هل تعتقد أن استخدام البودكاست في الجامعة يساعد على تحسين مستوى الفهم و
الاستيعاب لدى الطلبة

الاحتمالات	التكرار	النسبة
نعم	16	49%
لا	1	3%
ربما	16	48%
المجموع	33	100%

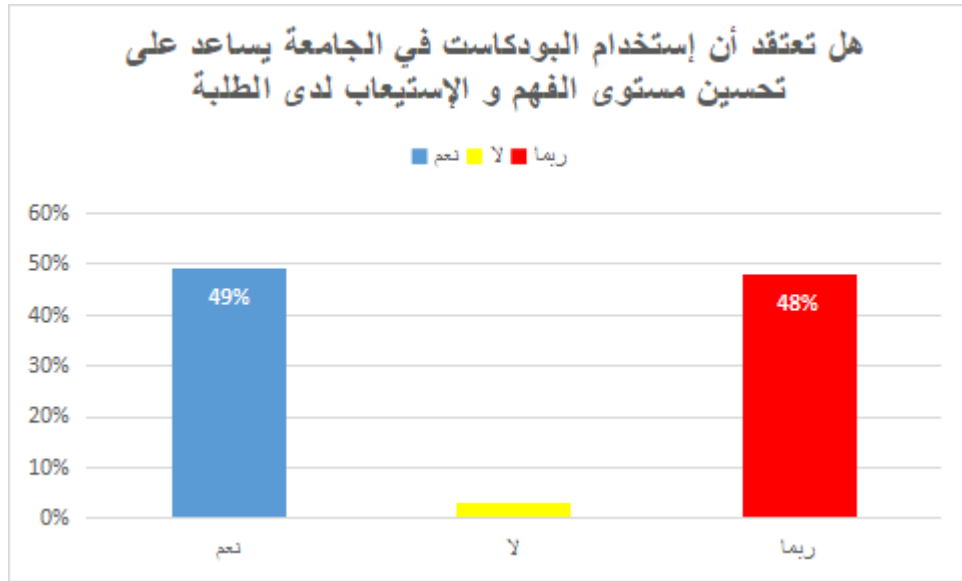
المصدر: من اعداد الباحثين بالاعتماد على الطريقة اليدوية في تحليل البيانات

القراءة والتعليق على الجدول رقم 21 :

الموسوم بـ " هل تعتقد أن استخدام البودكاست في الجامعة يساعد على تحسين مستوى الفهم و
الإستيعاب لدى الطلبة" ، حيث نلاحظ أن الجدول أعلاه يبين آراء المبحوثين حول مساهمة إستخدام
البودكاست في تحسين مستوى الفهم و الإستيعاب لدى الطلبة جاءت متقاربة إلى حد كبير ، حيث توزعت
بالتساوي على الإجابات الثلاثة (نعم ، لا ، ربما) ، نرى أن الإجابة ب نعم 48 % تعكس تجربة إيجابية لدى بعض
المبحوثين ، ربما نتيجة لإستخدامهم لبودكاستات تعليمية ذات محتوى جيد ، و في المقابل فإن إجابة لا 3 %
تدل على وجود فجوة في التكامل بين محتوى البودكاست و متطلبات التحصيل الجامعي ، و قد تعكس ضعفا في
جودة المحتوى أو في طريقة تقديمه ، أما فئة ربما 48 % فتمثل حالة تردد او حياد إما يشير إلى عدم وضوح الأثر
الحقيقي للبودكاست أو إلى أن تجربتهم مع هذه الوسيلة لم تكن كافية هذا ما دفعهم إلى عدم دعم البودكاست.



المصدر: من اعداد الباحثين بالاعتماد على الطريقة اليدوية في تحليل البيانات



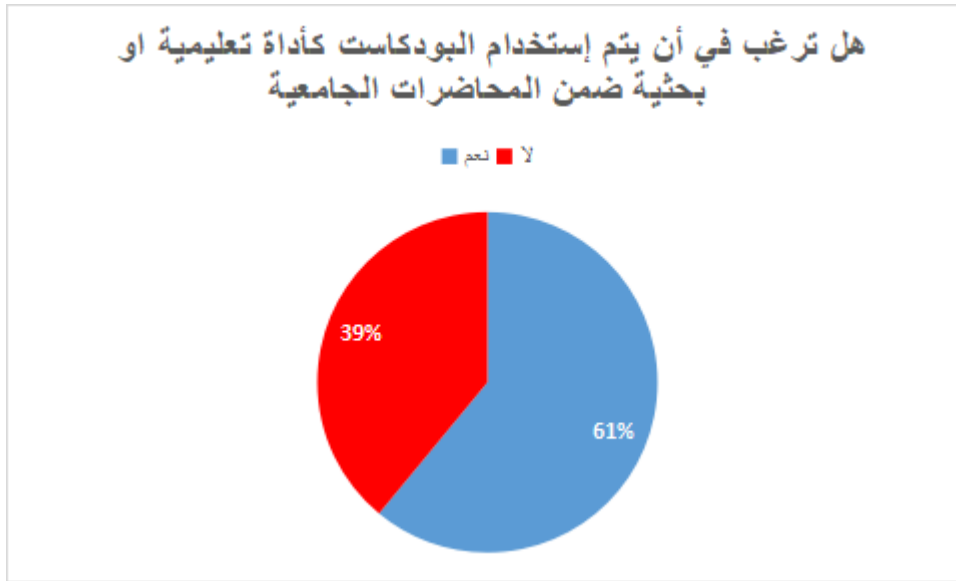
المصدر: من اعداد الباحثين بالاعتماد على الطريقة اليدوية في تحليل البيانات
الجدول رقم 22: هل ترغب في أن يتم استخدام البودكاست كأداة تعليمية او بحثية ضمن المحاضرات الجامعية

الاحتمالات	التكرار	النسبة
نعم	20	61%
لا	13	39%
المجموع	33	100%

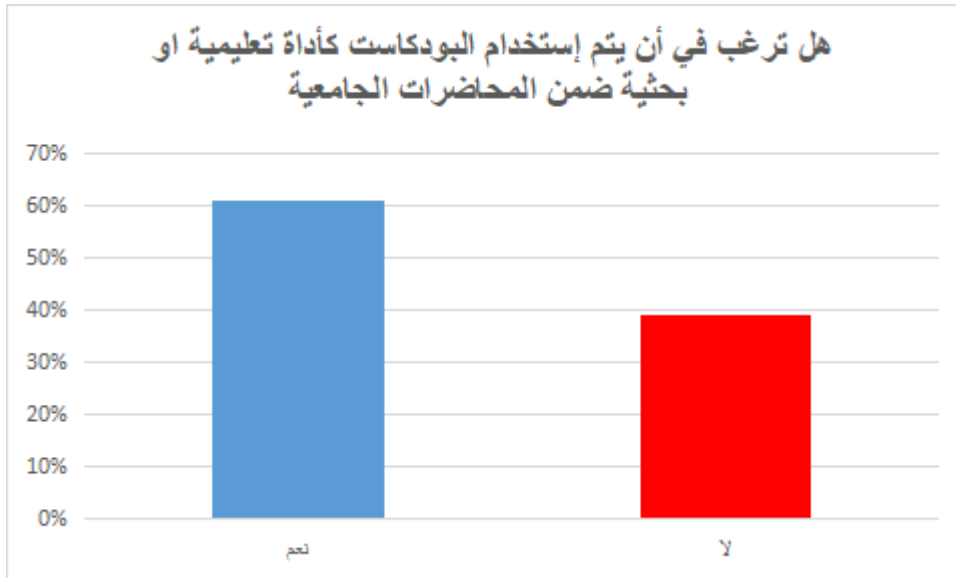
المصدر: من اعداد الباحثين بالاعتماد على الطريقة اليدوية في تحليل البيانات

التعليق والقراءة على الجدول رقم 22:

المعنون بـ " هل ترغب في أن يتم استخدام البودكاست كأداة تعليمية او بحثية ضمن المحاضرات الجامعية " ، حيث نلاحظ أن النتائج تميل إلى توجه إيجابي قوي لدى الطلبة نحو إدماج البودكاست كأداة تعليمية أو بحثية في المحاضرات الجامعية ، حيث أعربت الأغلبية 60 % عن رغبتها المباشرة ، بينما رفض 39 % من المبحوثين هذه الفكرة ، فهذا الإنفتاح الكبير على توظيف البودكاست يعكس وعي الطلبة بأهمية التنوع في الوسائط التعليمية ، كما يشير إلى إستعدادهم لتجربة أدوات رقمية حديثة تعزز من تفاعلهم و فهمهم للمحتوى الأكاديمي و هو ما يعد مؤشرا مشجعا على قابلية دمج هذه الوسيلة ضمن المنظومة التعليمية مستقبلا . بالإضافة إلى إدراك متزايد لدى الطلبة لأهمية البودكاست خاصة كوسيلة تساعد في تعزيز التفاعل ، و رغم بعض التحديات المرتبطة بجودة و شمولية المعلومات إلا أن هناك إنفتاحا ملحوظا اتجاه إعتماده مستقبلا كجزء من التجربة التعليمية الجامعية.



المصدر: من اعداد الباحثين بالاعتماد على الطريقة اليدوية في تحليل البيانات



المصدر: من اعداد الباحثين بالاعتماد على الطريقة اليدوية في تحليل البيانات

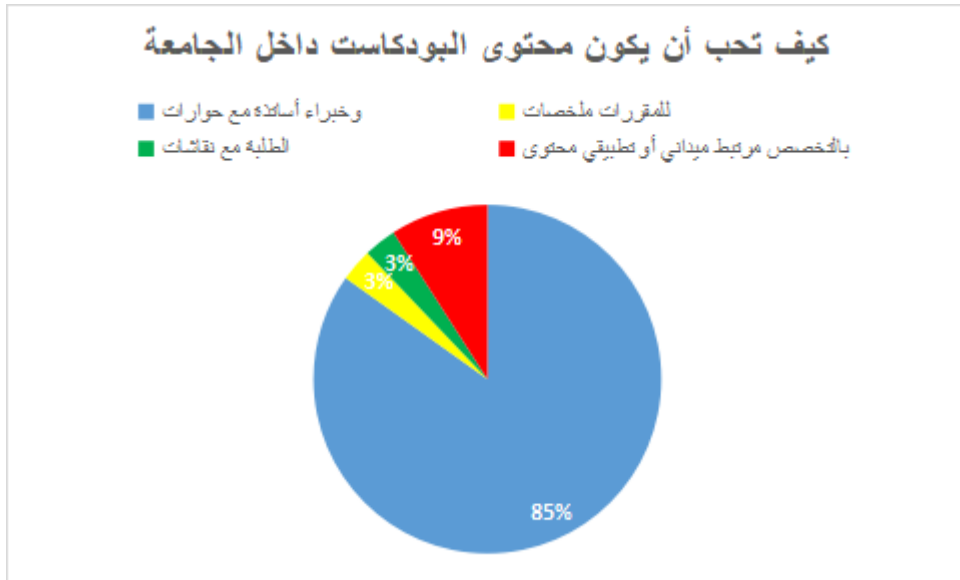
الجدول رقم 23: كيف تحب أن يكون محتوى البودكاست داخل الجامعة

النسبة	التكرار	الاحتمالات
84%	28	حوارات مع أساتذة وخبراء
3%	1	ملخصات للمقررات
3%	1	نقاشات مع الطلبة
9%	3	محتوى تطبيقي أو ميداني مرتبط بالتخصص
100%	33	المجموع

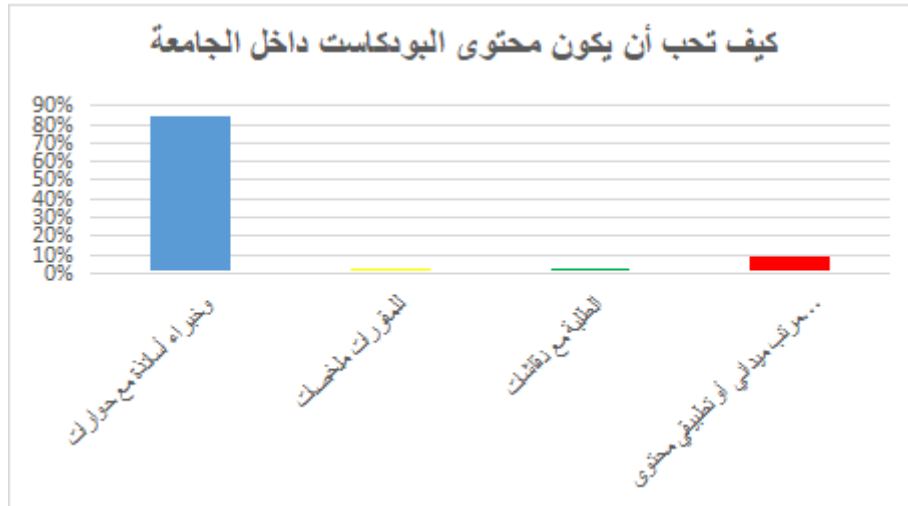
المصدر: من اعداد الباحثين بالاعتماد على الطريقة اليدوية في تحليل البيانات

القراءة والتعليق على الجدول رقم 23 :

الموسوم بـ " كيف تحب أن يكون محتوى البودكاست داخل الجامعة " ، نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن النسبة الساحقة من الطلبة 84 % يفضلون المحتوى الحوارى مع الأساتذة والخبراء و هو مؤشر قوى على رغبتهم في الإستفادة من الخبرات الأكاديمية المباشرة و تقديرها للقيمة المعرفية و التفسيرية التي يمكن أن يقدمها الأستاذ الجامعي من خلال هذه الوسيلة ، أما المحتوى المفضل للنسبة 3 % فضلوا أن يكون ملخصات للمقررات و 3 % نقاشات بين الطلبة و هو ما قد يعكس إهتماما أقل بهذه الأشكال أو عدم تصور واضح لفائدتها ، في حين أبدى بعض الطلبة 9 % إهتماما باستخدام البودكاست في نقل المحتوى التطبيقي أو الميداني المرتبط بالتخصص مما يؤشر إلى إمكانية تطوير هذا الشكل مستقبلا خاصة في التخصصات التطبيقية و يشير الجدول إلى فكرة أن البودكاست الجامعي يجب أن يصمم بأسلوب تفاعلي يعتمد على حوارات مع أساتذة و خبراء ، و يمكن أن تتكامل لاحقاً مع ملخصات و محاور تطبيقية تكميلية حسب التخصص و طبيعة المادة ، و هذا ما يدل على إدراكهم لقيمة الحوار الأكاديمي و إهتمامهم بالحصول على محتوى علمي موثوق و مباشر من مصادر متخصصة.



المصدر: من اعداد الباحثين بالاعتماد على الطريقة اليدوية في تحليل البيانات



المصدر: من اعداد الباحثين بالاعتماد على الطريقة اليدوية في تحليل البيانات

2- مناقشة نتائج الدراسة :

النتائج العامة للدراسة: قمنا بدراسة حول الموضوع الموسوم ب:"استخدامات الطلبة الجامعيين للبودكاست والاشباعات المحققة منه _دراسة ميدانية على عينة من طلبة علوم الإعلام والإتصال بجامعة عباس لغرور خنشلة _ " وبعد تفرغ الجداول والتعليق عليها وتحليل النتائج توصلنا إلى النتائج التالية :

المحور الأول: عادات و أنماط استخدام الطلبة الجامعيين للبودكاست :

_يستخدم الطلبة الجامعيين البودكاست بشكل غير منتظم بنسبة 54٪ أما باقي الطلبة فيستخدمون البودكاست بشكل منتظم بنسبة 45٪

_ نستنتج أن الطلبة الجامعيين يستخدمون البودكاست منذ أقل من سنة بنسبة 57٪ و من سنة إلى ثلاث سنوات بنسبة 30٪ وأخيرا أكثر من ثلاث سنوات بنسبة 12٪

_ الطلبة ليس لهم وقت محدد لاستخدام البودكاست وهذا بنسبة 57٪

_ يقضي الطلبة مدة زمنية تقل عن ساعة في استخدام البودكاست بنسبة 57٪

_أوضحت الدراسة أن الوسيلة الأكثر استعمال لدى الطلبة اثناء استخدام البودكاست هي الهاتف بنسبة

87٪

_ استخدام البودكاست من قبل الطلبة يكون مفردة بنسبة 90٪ وهذا قد يعود إلى عدة عوامل منها

الخصوصية، تلميها رفقة الاصدقاء بنسبة 6٪ وأخيرا رفقة العائلة بنسبة ضئيلة جدا 3٪

_ بينت الدراسة أن البودكاست الذي يفضله الطلبة الجامعيين هو البودكاست العربي بنسبة 84٪ أما

البودكاست الأجنبي فبنسبة 15٪

_ توصلت نتائج الدراسة الى أن الطلبة الجامعيين يفضلون المواضيع الدينية بنسبة 42٪ والمواضيع

الإجتماعية بنسبة 36٪ والمواضيع الترفيهية والرياضية بنسبة 6٪ وأخيرا المواضيع التعليمية الثقافية السياسية

بنسبة 3٪

المحور الثاني: دوافع استخدام الطلبة الجامعيين للبودكاست .

_ نستنتج أن الغاية المعرفية وراء استخدام الطلبة الجامعيين للبودكاست هي الحصول على المعلومات

بنسبة 36٪ تليها غاية التثقيف بنسبة 30٪

_ أوضحت الدراسة أن الدافع النفسي وراء استخدام الطلبة الجامعيين للبودكاست هو كسر الروتين اليومي

بنسبة 60٪ يليها تقليل الشعور بالوحدة بنسبة 30٪

_ الدوافع الترفيهية الأكثر جذب لاستخدام الطلبة الجامعيين للبودكاست هي الفضول بنسبة 36٪ بعدها

قضاء وقت ممتع بنسبة 30٪ ثم تفضية الوقت بنسبة 21٪ وأخيرا التسلية والترفيه بنسبة 12٪

المحور الثالث: الاشباعات المحققة لدى الطلبة الجامعيين من استخدام البودكاست .

_ نستنتج أن البودكاست يحقق إشباعات معينة لدى الطلبة بنسبة 57٪

_الاشباع الترفيهية المحققة لدى الطلبة الجامعيين من استخدام البودكاست هي المتعة بنسبة 51٪ تليها الاثارة بنسبة 42٪ بعدها الغرابة والطرافة بنسبة 6٪

_بينت الدراسة أن الاشباع النفسية المحققة لدى الطلبة من استخدام البودكاست هي الراحة النفسية بنسبة 48٪ والتخلص من الشعور بالوحدة بنسبة 33٪

_الاشباع المعرفية المحققة لدى الطلبة من استخدام البودكاست هي اثناء الرصيد المعرفي بنسبة 30٪ تليها تطوير المهارات بنسبة 27٪ واكتساب خبرات جديدة بنسبة 24٪ أما تعلم لغات جديدة بنسبة 18٪

المحور الرابع: رأي الطلبة الجامعيين اتجاه البودكاست .

_يعتقد معظم الطلبة الجامعيين أن البودكاست يعتبر وسيلة إعلامية مؤثرة بنسبة 57٪

_يؤمن الطلبة بأن البودكاست يساعد في الوصول إلى جميع المعلومات التي يريدون الحصول عليها بنسبة 57٪

_يعتقد المبحوثين ان استخدام البودكاست في الجامعة يساعد في تحسين مستوى الفهم والاستيعاب لدى الطلبة بنسبة 48٪ نعم و48٪ ربما

_يرغب اغلبية الطلبة أن يتم استخدام البودكاست كأداة تعليمية وبحثية ضمن المحاضرات الجامعية بنسبة 60٪

يفضل الطلبة ان يكون محتوى البودكاست داخل الجامعة على شكل حوارات مع الاساتذة والخبراء بنسبة 84٪ ومحتوى تطبيقي أو ميداني متخصص بنسبة 9٪

3- مناقشة النتائج في ضوء الدراسات السابقة :

الدراسات المحلية :

_الدراسة الأولى:

دراسة من إعداد الباحثين بوخلفة خديجة و بولوداني سهام بعنوان " البودكاست الفكاهي و تشكيل الرأي العام في الجزائر - دراسة ميدانية لعينة من الطلبة بكلية العلوم الإنسانية و الإجتماعية - جامعة عنابة لعام 2022.

إتبعت هذه الدراسة على المنهج الوصفي حيث إعتمدت الباحثين على أداة الملاحظة و الإستبيان في جمع المعلومات، جاءت نتائج هذه الدراسة متوافقة مع دراستنا في أن المبحوثين يستخدمون البودكاست بطريقة منتظمة، حيث جاءت النسبة منخفضة جدا في دراستنا 45٪ كما أنها جاءت متوافقة نوعا ما مع دراستنا في أن مدة إستخدام المبحوثين للبودكاست أكثر من 3 سنوات وهذا يدل على البودكاست جزء من حياتهم اليومية، حيث جاءت النسبة في دراستنا ضئيلة جدا بنسبة 12٪

_الدراسة الثانية:

دراسة من إعداد الباحثين سليمة تومي و وداد سميشي بعنوان " المعالجة الإعلامية للبودكاست السياسي في الجزائر من خلال المواقع الإخبارية المحلية - دراسة تحليلية للشروق أونلاين و النهار أونلاين. إعتمدت الباحثين على منهج المسح

حيث جاءت نتائج هذه الدراسة متوافقة نوعا ما مع نتائج دراستنا في أن البودكاست السياسي الجزائري لقي اهتمام شبه منعدم من قبل المبحوثين، بحيث جاءت في هذه الدراسة أن المواقع الاخبارية الجزائرية منها الشروق اونلاين تسعى لمعالجة مواضيع البودكاست السياسي بطريقة إيجابية، أما في دراستنا فكانت النسبة المئوية للمواضيع السياسية التي يفضلها الطلبة الجامعيين ضئيلة جدا وهي 3٪، وهذا دليل على أن الطلبة الجامعيين لا يهتمون كثير بمواضيع البودكاست السياسي خاصة عبر المواقع الاخبارية .

_الدراسة الثالثة:

دراسة من إعداد الباحثة نوال رضا بعنوان "الاستخدامات التفاعلية لتطبيقات الميديا الجديدة في الحياة اليومية للمراهقين الجزائريين_تطبيقات البودكاست نموذجاً_ جامعة باتنة، إتمدت الباحثة على المنهج التكاملية الذي يجمع بين المنهجين الكيفي والكمي. حيث جاءت نتائج هذه الدراسة مقارنة نوعا ما مع نتائج دراستنا في أنا العلاقة بين المبحوثين وتطبيقات البودكاست مظهر من مظاهر التفاعلية الرقمية ، حيث أن هذه التفاعلات تحقق اشباعا لحاجات عديدة لدى المبحوثين، كالأشباع الترفيهية و المعرفية و النفسية، فمثلا في دراستنا كانت نسبة اشباع الطلبة الجامعيين من استخدام البودكاست بنسبة 57٪ وهي نسبة كبيرة نوعا ما، هذا دليل على أن البودكاست أداة فعالة في إرضاء الطلبة من خلال تحقيق رغباتهم وميولاتهم.

الدراسات العربية:

_الدراسة الأولى:

دراسة من إعداد الباحث ماجد بن فهد الشيباني بعنوان " دوافع تعرض الجمهور السعودي لإذاعات الأنترنت (البودكاست) و الإشباع المتحققة منه - دراسة مسحية لعينة من متابعي بودكاست (ثمانية) في المملكة العربية السعودية 2022.

إستعمل الباحث المنهج الوصفي بالاعتماد على أداة الإستبيان الإلكتروني و توزيعها على عينة ذات 220 مفردة. أما نتائج الدراسة فكانت مقارنة بنسبة ضئيلة جدا مع نتائج دراستنا، حيث توصل الباحث إلى أن الجمهور يتعرض للبودكاست بطريقة فردية كذلك الحال في نتائج دراستنا حيث كانت نسبة تلقي الطلبة الجامعيين للبودكاست بشكل فردي بنسبة كبيرة جدا 90٪ وهذا قد يعود إلى الخصوصية وميولات شخصية لدر المستمعين .

_الدراسة الثانية:

دراسة من إعداد الباحثة أريج عبد الله محمد النابلسي بعنوان " تأثير مسلسلات البودكاست على اليافعيين في ترسيخ القيم الإجتماعية و الإنسانية" - دراسة تجريبية على مسلسل وليد الصدفة رسالة إستكمالية لمتطلبات الحصول على درجة الماجستير في الإعلام ، قسم الصحافة والإعلام جامعة الشرق الأوسط كانون الثاني 2021 . إستعملت الباحثة على المنهج الوصفي و المنهج التحليل التجريبي. نتائج هذه الدراسة تختلف تمام عن نتائج دراستنا، بحيث قامت الباحثة بدراسة تأثير مسلسل "وليد الصدفة" على الطلبة اليافعيين الذي يبتث عبر البودكاست ، فتوصلت إلى عدة نتائج منها أن درجة رضا الطلبة اليافعيين عن مسلسل "وليد الصدفة" بدرجة مرتفعة، أما دراستنا فقمنا بدراسة استخدام الطلبة الجامعيين للبودكاست بصفة عامة ولم نتخصص

بأي قناة، حيث توصلنا إلى عدة نتائج أهمها أن الطلبة الجامعيين يحققون مختلف الإشباعات من استخدامهم للبودكاست منها الإشباعات النفسية كالراحة النفسية بنسبة 48٪.

الدراسة الثالثة :

دراسة من إعداد الباحث عمرو محمد محمود عبد الحميد بعنوان تفاعل الجمهور مع محتوى البودكاست بالمنصات الرقمية و إنعكاساته على مستقبل الإذاعة بالمنطقة العربية بجامعة الإمارات و جامعة مصر لسنة 2024، اعتمد الباحث في دراسته على المنهج المسحي، تتفق نتائج هذه الدراسة مع دراستنا في نقطة واحدة وهي أن من أهم المحتويات أو المواضيع التي يفضلها الجمهور في الاستماع للبودكاست هي مواضيع ثقافية ودينية وغيرها ، بحيث جاءت نسبة المواضيع الدينية في دراستنا 42٪ وهي نسبة جيدة مقارنة بالمواضيع الأخرى التي ذكرت في إستمارة الإستبيان الخاصة بدراستنا .

4- مناقشة نتائج الدراسة في ضوء نظرية الإستخدامات والإشباعات :

تهدف دراستنا هذه إلى معرفة الدوافع التي أدت الطلبة الجامعيين إلى استخدام البودكاست وإعتمدنا على نظرية الإستخدامات والإشباعات باعتبارها تخدم دراستنا، وتساعدنا على معرفة كيفية استخدام الطلبة للبودكاست والإشباعات التي يحققونها منه في مختلف مجالات حياتهم .

_ من خلال النتائج المتوصل إليها تبين أن الطلبة الجامعيين يستخدمون البودكاست بكثرة بنسبة 54٪ وفي وقت غير محدد منذ أقل من سنة بنسبة 57٪ ، وذلك لدوافع نفسية لتلبية إشباعاتهم التي تتمثل في الراحة النفسية بنسبة 48٪ والتخلص من الشعور بالوحدة بنسبة 33٪، أما بالنسبة للإشباعات حسب الدوافع المعرفية التي يحققها الطلبة كانت لإثراء الرصيد المعرفي وذلك بنسبة 30٪، وبخصوص الإشباعات حسب الدوافع الترفيهية فكانت النسبة الأكبر للمتعة بنسبة 51٪

كما ينظر 57٪ من الطلبة الجامعيين أن البودكاست وسيلة إعلامية مؤثرة .

_ تؤكد هذه النتائج أن الطلبة الجامعيين يتلقون محتوى البودكاست بشكل إيجابي لتحقيق أهداف محددة .

_ كما أظهرت نتائج البحث توافقاً واضحاً مع المبادئ الأساسية لنظرية الإستخدامات والإشباعات التي تنظر إلى أن الجمهور فعال ونشط في إختيار الوسائط التي تشبع احتياجاته المختلفة، وهذا مايدل على أن العلاقة بين الوسيلة والمستخدم علاقة تفاعلية يحكمها الدافع والإشباع .

خاتمة

الخاتمة :

ختاماً لما تم تناوله في دراستنا والتي كانت تحت عنوان "استخدامات الطلبة الجامعيين للبودكاست والاشباعات المحققة منه _دراسة ميدانية على عينة من طلبة علوم الإعلام والاتصال جامعة عباس لغرور خنثلة _هدفت هذه الدراسة إلى معرفة عادات وانماط استخدام الطلبة الجامعيين للبودكاست و التعرف على الدوافع وراء هذا الاستخدام كذلك الكشف عن الاشباعات المحققة لهم من خلال هذا الاستخدام، والاطلاع على آراء الطلبة حول البودكاست، تكمن أهمية هذه الدراسة في أهمية الموضوع نفسه، إذ تسهم في إثراء البحث العلمي من خلال تقديم معلومات جديدة ومفيدة حول استخدام الطلبة للبودكاست، ويتمثل مجتمع دراستنا في الطلبة الجامعيين الجزائريين بشكل عام وإختارنا طلبة علوم الإعلام والاتصال جامعة عباس لغرور خنثلة بشكل خاص كعينة أساسية لدراستنا فإستخدمنا عينة قصدية، كما اعتمدنا في هذه الدراسة الوصفية المسحية على المنهج المسحي، حيث قمنا فيه بمسح عادات وانماط استخدام الطلبة الجامعيين للبودكاست باستخدام استمارة الاستبيان كأداة لجمع المعلومات لبناء الدراسة، وجاءت هذه الدراسة في ضوء نظرية الإستخدامات والإشباعات التي تساعد على جمع عدد أكبر من المعلومات بناء على عادات وانماط الاستخدام وكذا الدوافع والإشباعات وآراء الطلبة حول البودكاست .

حيث تظهر هذه الدراسة أن البودكاست وسيلة إعلامية رقمية تلبى طيفا واسعا من حاجات الطلبة الجامعيين، وأنه لم يعد مجرد وسيلة بديلة أو تكميلية للإعلام التقليدي، بل أصبح أداة تواصل معرفي وثقافي وترفيهي تعكس تغيراً في أنماط التلقي والاستهلاك الإعلامي لدى الجيل الجامعي، حيث رصدنا من خلال هذه الدراسة مجموعة من النتائج تفيد بأن الدوافع المعرفية والنفسية تأتي في مقدمة الأسباب التي تدفع الطلبة للاستماع إلى البودكاست، تلبى الدوافع الترفيهية . كما تبين أن الطلبة يحققون من خلال هذه الوسيلة إشباعات متعددة، من أبرزها: إثراء الرصيد المعرفي ، تطوير المهارات، المتعة ، والراحة النفسية. وهذا ما يدل على أن الطلبة يتجهون نحو استغلال البودكاست كأداة لتوسيع آفاقهم المعرفية، وليس فقط كوسيلة ترفيهية، مما يعكس وعياً إعلامياً متقدماً. من خلال الدراسة والنتائج تمكنا من الاجابة على تساؤلات الدراسة في جملة من النتائج أهمها :

_ أن أغلبية الطلبة الجامعيين يستخدمون البودكاست بشكل غير منتظم .

_ أن أغلبية الطلبة الجامعيين يقضون مدة أقل من ساعة أثناء استخدام البودكاست، وهذا عبر عدة وسائل أهمها وسيلة الهاتف وهي الأكثر إستعمالاً وإن إستخدام البودكاست من قبل الطلبة الجامعيين يكون فردياً .

_ أن البودكاست المفضل لدى الطلبة الجامعيين هو البودكاست العربي، وأغلب المواضيع التي يتابعونها مواضيع دينية واجتماعية .

_ أن من أهم الدوافع المعرفية التي تدفع الطلبة إلى إستخدام البودكاست هو الحصول على المعلومات، أما الدافع النفسي فيتجلى في كسر الروتين اليومي، و الدافع الترفيهي يتمثل في الفضول .

_ يعتقد أغلبية الطلبة الجامعيين أن البودكاست وسيلة إعلامية مؤثرة .

_ إن أغلبية الطلبة يرغبون في أن يتم استخدام البودكاست كأداة تعليمية وبحثية ضمن المحاضرات الجامعية، بحيث تكون على شكل حوارات مع الأساتذة والخبراء .
ومن خلال دراستنا هذه نستخلص مجموعة من التوصيات وهي :
_ التوصيات :

العمل على دمج البودكاست في البيئة التعليمية الجامعية، وذلك من خلال توظيفه كأداة مساندة في العملية التعليمية كإنشاء محاضرات عن بعد عبر البودكاست لأن له دور في تبسيط المعلومات وسرعة في نشرها وتحفيز الطلبة على التعلم الذاتي.

_ تصميم وإنتاج محتوى بودكاستي موجه للطلبة يراعي اهتماماتهم وتوجهاتهم المعرفية والثقافية، ويغطي الاستخدامات المتنوعة التي كشفت عنها الدراسة، مثل الإشباع المعرفي، الترفيه، النفسي .

_ رفع مستوى الوعي لدى الطلبة بأهمية البودكاست كمصدر بديل وحديث للمعلومات، وتشجيعهم على استثماره في تنمية معارفهم ومهاراتهم خارج إطار المنهج الرسمي.

_ تعزيز البنية التحتية الرقمية داخل المؤسسات الجامعية، وذلك من خلال إنشاء منصات أو قنوات بودكاست رسمية تحت مظلة الجامعة، تتضمن محتوى علمياً وثقافياً متنوعاً يلبي حاجات الطلبة المختلفة، وهذا قد يزيد في تطوير المستوى اللغوي و التواصللي لدى الطلبة وتعلمهم لغات جديدة .

_ الاهتمام بإنتاج محتوى بودكاستي يعالج القضايا النفسية والاجتماعية التي تهم الطلبة، خاصة في ظل الضغوط التي قد يتعرضون لها خلال مسيرتهم الأكاديمية .

قائمة الجداول

الصفحة	الموضوع
45	الجدول رقم 01: توزيع أفراد العينة حسب متغير النوع الاجتماعي
46	الجدول رقم 02: توزيع أفراد العينة حسب السن
47	الجدول رقم 03: توزيع أفراد العينة حسب المستوى الجامعي
49	الجدول رقم 04: توزيع أفراد العينة حسب نمط الاستماع إلى البودكاست
50	الجدول رقم 05: توزيع أفراد العينة حسب مدة استخدامهم للبودكاست
51	الجدول رقم 06: الأوقات التي يفضل فيها الطلبة استخدام البودكاست
53	الجدول رقم 07: الساعات التي يقضيها الطلبة في استخدام البودكاست
54	الجدول رقم 08: الوسيلة التي يستخدمها الطلبة في الاستماع إلى البودكاست
56	الجدول رقم 09: مع من يفضل الطلبة الإستماع إلى البودكاست
57	الجدول رقم 10: البودكاست المفضل لدي الطلبة الجامعيين
59	الجدول رقم 11: المواضيع التي تتابعها من خلال البودكاست
60	الجدول رقم 12: الدوافع المعرفية وراء إستخدام البودكاست
62	الجدول رقم 13: الدوافع النفسية وراء إستخدام البودكاست
63	الجدول رقم 14: الدوافع الترفيهية وراء إستخدام البودكاست
65	الجدول رقم 15: هل يحقق لك البودكاست إشباعات معينة
66	الجدول رقم 16: الإشباعات المحققة لديك من إستخدام البودكاست
68	الجدول رقم 17: الإشباعات النفسية التي يحققها البودكاست للطلبة
69	الجدول رقم 18: الإشباعات المعرفية التي يحققها البودكاست للطلبة
71	الجدول رقم 19: هل تعتقد أن البودكاست أصبح وسيلة إعلامية مؤثرة لدى الطلبة
73	الجدول رقم 20: هل ساعدك البودكاست في الوصول إلى جميع المعلومات التي تريد الحصول عليها
74	الجدول رقم 21: هل تعتقد أن إستخدام البودكاست في الجامعة يساعد على تحسين مستوى الفهم والإستيعاب لدى الطلبة
75	الجدول رقم 22: هل ترغب في أن يتم إستخدام البودكاست كأداة تعليمية او بحثية ضمن المحاضرات الجامعية
77	الجدول رقم 23: كيف تحب أن يكون محتوى البودكاست داخل الجامعة

قائمة الأشكال

الصفحة	الموضوع
45	دائرة نسبية رقم 01: توزيع أفراد العينة حسب متغير النوع الإجتماعي
46	أعمدة بيانية رقم 01: توزيع أفراد العينة حسب متغير النوع الإجتماعي
47	دائرة نسبية رقم 02: توزيع أفراد العينة حسب السن
47	أعمدة بيانية رقم 02: توزيع أفراد العينة حسب السن
48	دائرة نسبية رقم 03: توزيع أفراد العينة حسب المستوى الجامعي
48	أعمدة بيانية رقم 03: توزيع أفراد العينة حسب المستوى الجامعي
49	دائرة نسبية رقم 04: توزيع أفراد العينة حسب نمط الاستماع إلى البودكاست
50	أعمدة بيانية رقم 04: توزيع أفراد العينة حسب نمط الاستماع إلى البودكاست
51	دائرة نسبية رقم 05: توزيع أفراد العينة حسب مدة استخدامهم للبودكاست
51	أعمدة بيانية رقم 05: توزيع أفراد العينة حسب مدة استخدامهم للبودكاست
52	دائرة نسبية رقم 06: الأوقات التي يفضل فيها الطلبة استخدام البودكاست
53	أعمدة بيانية رقم 06: الأوقات التي يفضل فيها الطلبة استخدام البودكاست
54	دائرة نسبية رقم 07: الساعات التي يقضيها الطلبة في استخدام البودكاست
54	أعمدة بيانية رقم 07: الساعات التي يقضيها الطلبة في استخدام البودكاست
55	دائرة نسبية رقم 08: الوسيلة التي يستخدمها الطلبة في الاستماع إلى البودكاست
56	أعمدة بيانية رقم 08: الوسيلة التي يستخدمها الطلبة في الاستماع إلى البودكاست
57	دائرة نسبية رقم 09: مع من يفضل الطلبة الإستماع إلى البودكاست
57	أعمدة بيانية رقم 09: مع من يفضل الطلبة الإستماع إلى البودكاست
58	دائرة نسبية رقم 10: البودكاست المفضل لدي الطلبة الجامعيين
58	أعمدة بيانية رقم 10: البودكاست المفضل لدي الطلبة الجامعيين
60	دائرة نسبية رقم 11: المواضيع التي تتابعها من خلال البودكاست
60	أعمدة بيانية رقم 11: المواضيع التي تتابعها من خلال البودكاست
61	دائرة نسبية رقم 12: الدوافع المعرفية وراء إستخدام البودكاست
62	أعمدة بيانية رقم 12: الدوافع المعرفية وراء إستخدام البودكاست
63	دائرة نسبية رقم 13: الدوافع النفسية وراء إستخدام البودكاست
63	أعمدة بيانية رقم 13: الدوافع النفسية وراء إستخدام البودكاست
64	دائرة نسبية رقم 14: الدوافع الترفيهية وراء إستخدام البودكاست
65	أعمدة بيانية رقم 14: الدوافع الترفيهية وراء إستخدام البودكاست
66	دائرة نسبية رقم 15: هل يحقق لك البودكاست إشباعات معينة

66	أعمدة بيانية رقم 15: هل يحقق لك البودكاست إشباعات معينة
67	دائرة نسبية رقم 16: الإشباعات المحققة لديك من استخدام البودكاست
68	أعمدة بيانية رقم 16: الإشباعات المحققة لديك من استخدام البودكاست
69	دائرة نسبية رقم 17: الإشباعات النفسية التي يحققها البودكاست للطلبة
69	أعمدة بيانية رقم 17: الإشباعات النفسية التي يحققها البودكاست للطلبة
70	دائرة نسبية رقم 18: الإشباعات المعرفية التي يحققها البودكاست للطلبة
70	أعمدة بيانية رقم 18: الإشباعات المعرفية التي يحققها البودكاست للطلبة
72	دائرة نسبية رقم 19: هل تعتقد أن البودكاست أصبح وسيلة إعلامية مؤثرة لدى الطلبة
72	أعمدة بيانية رقم 19: هل تعتقد أن البودكاست أصبح وسيلة إعلامية مؤثرة لدى الطلبة
73	دائرة نسبية رقم 20: هل ساعدك البودكاست في الوصول إلى جميع المعلومات التي تريد الحصول عليها
74	أعمدة بيانية رقم 20: هل ساعدك البودكاست في الوصول إلى جميع المعلومات التي تريد الحصول عليها
75	دائرة نسبية رقم 21: هل تعتقد أن استخدام البودكاست في الجامعة يساعد على تحسين مستوى الفهم والإستيعاب لدى الطلبة
75	أعمدة بيانية رقم 21: هل تعتقد أن استخدام البودكاست في الجامعة يساعد على تحسين مستوى الفهم والإستيعاب لدى الطلبة
76	دائرة نسبية رقم 22: هل ترغب في أن يتم استخدام البودكاست كأداة تعليمية او بحثية ضمن المحاضرات الجامعية
76	أعمدة بيانية رقم 22: هل ترغب في أن يتم استخدام البودكاست كأداة تعليمية او بحثية ضمن المحاضرات الجامعية
77	دائرة نسبية رقم 23: كيف تحب أن يكون محتوى البودكاست داخل الجامعة
78	أعمدة بيانية رقم 23: كيف تحب أن يكون محتوى البودكاست داخل الجامعة

قائمة المراجع

قائمة المراجع :

المعاجم:

1. المتعلم م. ز، معجم عصري تطبيقي. دمشق سوريا: سندس للترجمة والنشر، مكتبة بيروت (لبنان)
2. المعجم العربي الأساسي للناطقين بالعربية ومتعلميها . المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم.

الكتب:

3. المنجد الأبجدي. طهران (إيران) مؤسسة الفقيه للطباعة والنشر.
4. المشاقبة بسام عبد الرحمان. (2015). نظرية الاتصال. عمان الاردن: دار أسامة للنشر و التوزيع.
5. دزينهم. سامح عبد الواحد. (2017-2018). البودكاست والمدونات في المكتبات ومراكز المعلومات التخطيط والانتاج والتسويق (الاصدار 1). دار الكتاب الحديث للطباعة والنشر والتوزيع.
6. د. صادق عباس مصطفى. الاعلام الجديد المفاهيم والسائل و التطبيقات. عمان الاردن: دار الشروق للنشر و التوزيع.
7. د. الدليمي عصام حسن احمد وصالح علي عبد الرحيم. (2024). البحث العلمي، أسسه ومناهجه (الإصدار 1). عمان: دار لرضوان للنشر و التوزيع.
8. د.السيد ماجدة لطفي. (2011). تقنيات الاعلام التربوي و التعليمي (الإصدار 1). عمان الاردن: دار أسامة للنشر و التوزيع.
9. د.المحمودي محمود سرحان علي. (2019). مناهج البحث العلمي (الاصدار 3). صنعاء الجمهورية اليمنية: دار الكتب.
10. امين رضا عبد الواحد. (2007). الصحافة الالكترونية (الاصدار 1). القاهرة: دار الفجر للنشر و التوزيع.
11. المشهداني ساعد سلمان. (2019). منهجية البحث العلمي (الإصدار 1). عمان الاردن: دار أسامة للنشر و التوزيع.
12. اليعقوبي سمية. (2020). البودكاست متطلبات العمل وخصائص المحتوى دراسة حالة بودكاست الجزيرة. معبد الجزيرة للاعلام.
13. شقرة علي خليل. (2014). الاعلام الجديد شبكات التواصل الاجتماعي (الاصدار 1). عمان الاردن: دار اسامة للنشر و التوزيع.
14. الحجامي عماد حمد. (2023-2024). نظريات الاتصال. كلية الاعلام: جامعة ذي قار.

15. مفلح فاطمة العدنانة و خدوج مداني. (2023-2024). صناعة المحتوى الاعلامي من خلال تقنية البودكاست. جامعة قاصدي مرباح:دراسة تحليلية لعينة من حلقات ايقونة بودكاست.
16. دلي و فضيل. (2024). مدخل إلى منهجية البحث العلمي. بن عكنون الجزائر:مخبر استخدام وتلقي المنتجات الاعلامية و الثقافية في الجزائر.
17. الشمالية ماهر عودة واخرون. (2014). الاعلام الرقمي الجديد(الاصدار 1). عمان الاردن: دار الاعصار العلمي للنشر و التوزيع.
18. الشمالية ماهر عودة واخرون. (2014). الاعلام الرقمي الجديد(الاصدار 1). عمان الاردن: دار الاعصار العلمي للنشر و لتوزيع.
19. البشر محمد بن سعود. (2014). نظريات التأثير الإعلامي (الإصدار 1). العبيدكات للنشر والتوزيع. دار الرياض.
20. الجندي ممدوح رضا. (2016). المفاهيم الاعلامية الحديثة. منظور كلي في البنية والتحليل. عمان الاردن: دار الياة للنشر و التوزيع.
21. انجلوس موري س. (2006). منهجية البحث العلمي في العلوم الانسانية(الاصدار 2). دار القصبه للنشر.
22. راضي وسام فاضل. (2023). العينات في بحوث الاعلام(الاصدار 1). بغداد: مكتب سنتر العلوم.
23. راضي وسام فاضل والتميمي مهند حميد. (2017). الاعلام الجديد تحولات اتصالية ورؤى معاصرة(الاصدار 1). الامارات العربية المتحدة: دار الكتاب الجامعي

المقالات:

24. الاسمري عبد الله بن السعيد. (2024 جوان). المتطلبات المهنية والتقنية لصناعة البودكاست لدى طلاب اقسام الانتاج المرئي والمسموع في المملكة العربية السعودية.المجلة الجزائرية لبحوث الاعلام والرأي العام.(الاصدار 1. المجلد7).
25. هاشم منى وعبد الرحمان امينة. اتجاهات المواقع الاخبارية المصرية والعربية لاستخدام تقنية البودكاست وعلاقتها بتفضيلات الجمهور المصري. كلية الاعلام جامعة بني سويف:المجلة المصرية لبحوث الاتصال الجماهيري.
26. بومشطة نوال. (2021). دور الاذاعات الالكترونية المتخصصة في الخدمة المجتمعية للمرأة الجزائرية _ اذاعة صوت المرأة الجزائرية انموذجا (الاصدار 3). غليزان الجزائر:مجلة مدراء للعلوم الاجتماعية و الانسانية.

27. صفاء قديري ومختار جلوي. (ديسمبر 2024). فاعلية البودكاست الصحي لتكوين الوعي الصحي لدى المستمعين (الإصدار 2، المجلد 8). مجلة الاعلام والمجتمع.
28. المنجد الأبجدي. . المنجد الأبجدي (المجلد الطبعة الأولى). طهران(إيران): مؤسسة الفقيه للطباعة والنشر.
29. بوحيلة رضوان وبلعباس عبد الحميد. (2022). الاذاعة في العصر الرقمي واقع وتحديات(الاصدار 1، المجلد 12). مجلة العلوم الاجتماعية والانسانية.
30. د. مطاوع نسمة عبد الله محمد (أكتوبر 2024). عوامل تقبل الشباب لتقنية البودكاست دراسة ميدانية في اطار نموذجي قبول تكنولوجيا TAM والاستخدام والتاثيرات(الاصدار 4، المجلد 23). المجلة المصرية لبحوث الرأي العام.
31. د.بوخاري محمد ، قاسمي إبراهيم. (ديسمبر 2019)). الاعلام التقليدي والاعلام الجديد، من خلال نظرية الاستخدامات والإشباع (الإصدار ، العدد السابع). مجلة روافد للبحوث والدراسات، مخبر الجنوب الجزائري للبحث في التاريخ والحضارة الإسلامية، جامعة غرداية.
32. بوشان رقية. (جوان 2019). ديناميكية البودكاست في العملية التعليمية(الاصدار. العدد 10). الجزائر - وهران :مجلة دراسات انسانية و اجتماعية.
33. دالبسيوني اسماعيل محمد ابراهيم. (2023). دوافع استخدام الشباب الجامعي للمحتوى الرقمي عبر تقنية البودكاست وعلاقته بانماط تعرضهم للراديو التقليدي(الاصدار 25). مجلة البحوث والبحوث الاعلامية.

الاطروحات والمذكرات:

1. السيد علي الرؤوف. (2016-2017). تأثير من خلال برامج البودكاست الطلبة الجامعيين، دراسة ميدانية على عينة من طلبة ماستر قسم والاتصال بجامعة قاصدي مرياح، (مقدمة لنيل شهادة ماستر أكاديمي)، قسم علوم الاعلام ، ورقلة :جامعة مرياح.
2. تيميزار فاطمة. (2016-2017). دور تكنولوجيا الاتصال في تطوير العمل السمعي البصري في الجزائر_دراسة وصفية استطلاعية لمؤسستي الاذاعة الوطنية والتلفزيون الجزائري_(رسالة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه علوم في علوم الاعلام والاتصال).الجزائر :جامعة الجزائر 3كلية علوم الاعلام والاتصال.

الملاحق

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة عباس لغرور خنشلة

كلية العلوم الاجتماعية والانسانية

قسم: العلوم الإنسانية

تخصص: سمعي بصري

استمارة الاستبيان

بعنوان

إستخدامات الطلبة الجامعيين للبودكاست والإشباعات المحققة منه
دراسة ميدانية على عينة من طلبة علوم الاعلام والاتصال بجامعة عباس لغرور خنشلة

- مروة بن خش

- سمية بغزو

التعليمة:

السادة والسيدات الأفاضل نضع بين أيديكم هذه الاستمارة للحصول على بيانات خاصة بموضوع دراستنا، الرجاء منكم الإجابة على الأسئلة بعناية وبدقة وموضوعية بوضع علامة (x) في المكان المناسب لكل عبارة .

كما نؤكد لكم أن المعلومات التي ستدلون بها لن نستخدم الا لأغراض البحث العلمي ونشكركم على حسن تعاملكم .

البيانات السوسيوديمغرافية :

- النوع: ذكر أنثى
- السن: من 18 سنة إلى 23 سنة. من 23 سنة إلى 28 سنة أكثر من 28
- المستوى الجامعي: أولى ليسانس ثانية ليسانس ثالثة ليسانس
- أولى ماستر ثانية ماستر

المحور الأول: عادات وأنماط استخدام الطلبة الجامعيين للبودكاست .

- 1/ هل تستمع للبودكاست بشكل منتظم أو غير منتظم؟
- نعم بشكل منتظم لا بشكل غير منتظم
- 2/ منذ متى وأنت تستخدم البودكاست؟
- أقل من سنة من سنة إلى 3 سنوات أكثر من 3 سنوات
- 3/ ماهي الأوقات التي تفضل فيها استخدام البودكاست؟
- صباحا مساء ليلا ليس هناك وقت محدد
- 4/ ماهو عدد الساعات التي تقضيها في استخدام البودكاست؟
- أقل من ساعة من ساعة إلى ساعتين من ساعتين إلى 3 ساعات
- 5/ ماهي الوسيلة التي تستخدمها في الإستماع للبودكاست؟
- هاتف ذكي ب لوحة إلكترونية
- 6/ مع من تستخدم عادة البودكاست؟
- بمفردك مع العائلة مع الاصدقاء
- 7/ ما هو البودكاست الذي تفضله ؟
- بودكاست عربي بودكاست أجنبي
- 8/ مانوع المواضيع التي تتابعها من خلال البودكاست ؟
- اجتماعية دينية سياسية ثقافية
- ترفيهية تعليمية رياضية
- أخرى تذكر :

المحور الثاني: دوافع إستخدام الطلبة الجامعيين للبودكاست .

1/ ماهي الدوافع المعرفية وراء إستخدامك للبودكاست؟

- الحصول على المعلومات التثقيف تعلم اللغات
 تطوير المهارات والخبرات

أخرى تذكر.....

2/ ماهي الدوافع النفسية وراء إستخدامك للبودكاست؟

- لتقليل الشعور بالوحدة انشاء صداقات كسر الروتين اليومي
أخرى تذكر.....

3/ ماهي الدوافع الترفيهية وراء إستخدامك للبودكاست؟

- تمشية الوقت التسلية والترفيه الفضول
 لقضاء وقت ممتع

أخرى تذكر.....

المحور الثالث: الإشباع المحققة لدى الطلبة الجامعيين من إستخدام البودكاست .

1/ هل يحقق لك البودكاست إشباعات معينة؟

- نعم لا

2/ إذا كانت الإجابة بنعم، ما طبيعة الاشباع المحققة لديك من إستخدام البودكاست؟

- إشباعات ترفيهية: الاثارة الغرابة والطرافة المتعة
أخرى تذكر.....

- إشباعات نفسية: تخفيف القلق والتوتر التخلص من الشعور بالوحدة الراحة النفسية
أخرى تذكر.....

- إشباعات معرفية: إثراء الرصيد المعرفي إكتساب خبرات جديدة
 تعلم لغات مختلفة تطوير مختلف المهارات

أخرى تذكر.....

المحور الرابع: رأى الطلبة الجامعيين إتجاه البودكاست

- 1/ هل تعتقد أن البودكاست أصبح وسيلة إعلامية مؤثرة لدى الطلبة؟
 نعم لا ربما
- 2/ هل يساعدك البودكاست في الوصول إلى جميع المعلومات التي تريد الحصول إليها؟
 نعم لا
- 3/ هل تعتقد أن استخدام البودكاست في الجامعة يساعد على تحسين مستوى الفهم والاستيعاب لدى الطلبة؟
 نعم لا ربما
- 4/ هل ترغب في أن يتم استخدام البودكاست كأداة تعليمية أو بحثية ضمن المحاضرات الجامعية؟
 نعم لا
- 5/ كيف تحب أن يكون محتوى البودكاست داخل الجامعة؟
 حوارات مع أساتذة وخبراء ملخصات للمقررات مناقشات بين الطلبة محتوى تطبيقي أو ميداني مرتبط بالتخصص أخرى تذكر.....



لقطة شاشة من تطبيق Spotify إنتقطها الباحثين بتاريخ [24ماي 2025]



لقطة شاشة من تطبيق Spotify إنتقطها الباحثين بتاريخ [24ماي 2025]



لقطة شاشة من تطبيق Spotify إلتقطتها الباحثين بتاريخ [24ماي 2025]



لقطة شاشة من تطبيق Spotify إلتقطتها الباحثين بتاريخ [24ماي 2025]