

مجلة البحوث الإعلامية

مجلة علمية محكمة تصدر عن جامعة الأزهر/كلية الإعلام



رئيس مجلس الإدارة: أ.د/ سلامة داود - رئيس جامعة الأزهر.

رئيس التحرير: أ.د/ رضا عبدالواجد أمين - أستاذ الصحافة والنشر وعميد كلية الإعلام.

نائب رئيس التحرير: أ.م.د/ سامح عبدالغني - وكيل كلية الإعلام للدراسات العليا والبحوث.

مساعدو رئيس التحرير:

أ.د/ محمود عبدالعاطي - الأستاذ بقسم الإذاعة والتلفزيون بالكلية

أ.د/ فهد العسكر - أستاذ الإعلام بجامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية (المملكة العربية السعودية)

أ.د/ عبد الله الكندي - أستاذ الصحافة بجامعة السلطان قابوس (سلطنة عمان)

أ.د/ جلال الدين الشيخ زيادة - أستاذ الإعلام بالجامعة الإسلامية بأم درمان (جمهورية السودان)

مدير التحرير: أ.د/ عرفه عامر - الأستاذ بقسم الإذاعة والتلفزيون بالكلية

د/ إبراهيم بسيوني - مدرس بقسم الصحافة والنشر بالكلية.

د/ مصطفى عبد الحى - مدرس بقسم الصحافة والنشر بالكلية.

د/ أحمد عبده - مدرس بقسم العلاقات العامة والإعلان بالكلية.

د/ محمد كامل - مدرس بقسم الصحافة والنشر بالكلية.

د/ جمال أبو جبل - مدرس بقسم الصحافة والنشر بالكلية.

أ/ عمر غنيم - مدرس مساعد بقسم الصحافة والنشر بالكلية.

القاهرة- مدينة نصر - جامعة الأزهر - كلية الإعلام - ت: ٠٢٢٥١٠٨٢٥٦

الموقع الإلكتروني للمجلة: <http://jsb.journals.ekb.eg>

البريد الإلكتروني: mediajournal2020@azhar.edu.eg

المراسلات:

العدد الثالث والسبعون - الجزء الثالث - رجب ١٤٤٦ هـ - يناير ٢٠٢٥ م

رقم الإيداع بدار الكتب المصرية: ٦٥٥٥

الترقيم الدولي للنسخة الإلكترونية: ٢٦٨٢ - ٢٩٢ x

الترقيم الدولي للنسخة الورقية: ٩٢٩٧ - ١١١٠

قواعد النشر

تقوم المجلة بنشر البحوث والدراسات ومراجعات الكتب والتقارير والترجمات وفقاً للقواعد الآتية:

- يعتمد النشر على رأي اثنين من المحكمين المتخصصين في تحديد صلاحية المادة للنشر.
- ألا يكون البحث قد سبق نشره في أي مجلة علمية محكمة أو مؤتمراً علمياً.
- لا يقل البحث عن خمسة آلاف كلمة ولا يزيد عن عشرة آلاف كلمة... وفي حالة الزيادة يتحمل الباحث فروق تكلفة النشر.
- يجب ألا يزيد عنوان البحث (الرئيسي والفرعي) عن ٢٠ كلمة.
- يرسل مع كل بحث ملخص باللغة العربية وآخر باللغة الانجليزية لا يزيد عن ٢٥٠ كلمة.
- يزود الباحث المجلة بثلاث نسخ من البحث مطبوعة بالكمبيوتر.. ونسخة على CD، على أن يكتب اسم الباحث وعنوان بحثه على غلاف مستقل ويشار إلى المراجع والهوامش في المتن بأرقام وترد قائمتها في نهاية البحث لا في أسفل الصفحة.
- لا ترد الأبحاث المنشورة إلى أصحابها.... وتحفظ المجلة بكافة حقوق النشر، ويلزم الحصول على موافقة كتابية قبل إعادة نشر مادة نشرت فيها.
- تنشر الأبحاث بأسبقية قبولها للنشر.
- ترد الأبحاث التي لا تقبل النشر لأصحابها.

الهيئة الاستشارية للمجلة

١. أ.د./ على عجوة (مصر)
أستاذ العلاقات العامة وعميد كلية الإعلام الأسبق
بجامعة القاهرة.
٢. أ.د./ محمد معوض. (مصر)
أستاذ الإذاعة والتلفزيون بجامعة عين شمس.
٣. أ.د./ حسين أمين (مصر)
أستاذ الصحافة والإعلام بالجامعة الأمريكية بالقاهرة.
٤. أ.د./ جمال النجار (مصر)
أستاذ الصحافة بجامعة الأزهر.
٥. أ.د./ مي العبدالله (لبنان)
أستاذ الإعلام بالجامعة اللبنانية، بيروت.
٦. أ.د./ وديع العززي (اليمن)
أستاذ الإذاعة والتلفزيون بجامعة أم القرى، مكة المكرمة.
٧. أ.د./ العربي بوعمامة (الجزائر)
أستاذ الإعلام بجامعة عبد الحميد بن باديس بمستغانم، الجزائر.
٨. أ.د./ سامي الشريف (مصر)
أستاذ الإذاعة والتلفزيون وعميد كلية الإعلام، الجامعة الحديثة للتكنولوجيا والمعلومات.
٩. أ.د./ خالد صلاح الدين (مصر)
أستاذ الإذاعة والتلفزيون بكلية الإعلام - جامعة القاهرة.
١٠. أ.د./ رزق سعد (مصر)
أستاذ العلاقات العامة - جامعة مصر الدولية.

محتويات العدد

- الاتجاهات الحديثة في دراسات الصحافة العلمية المطبوعة والرقمية في الفترة من ٢٠١٣ وحتى ٢٠٢٣: دراسة تحليلية مقارنة
أ.م.د/ مي عبد الغني يوسف محمود
١٣٩٧
-
- مستويات الذكاء الاصطناعي المستخدمة من قبل القائمين بالاتصال في شركات الاتصالات وفقاً لنظرية استبدال الوظائف بالذكاء الاصطناعي- دراسة على عينة من شركات الاتصالات في السعودية
أ.م.د/ هديل بنت علي اليحيى
١٥٢٩
-
- التحليل السيميولوجي لصُورٍ عملية «طوفان الأقصى» وما تبعها من أحداث غزة ٢٠٢٣ - دراسة مقارنة للصور المستخدمة في المنصات الرقمية بين كلٍّ من (الأهرام- الجزيرة- يديعوت أحرونوت- سي ان ان- روسيا اليوم)
أ.م.د/ راللا أحمد محمد عبد الوهاب منصور
١٥٧٩
-
- توظيف خوارزميات الذكاء الاصطناعي لتحليل مشاعر مستخدمي صحافة الفيديو العالمية تجاه المرأة السعودية أ.م.د/ سالي أسامة شحاتة
١٦٧١
-
- أتمتة صناعة المحتوى داخل غرف أخبار القنوات السعودية وانعكاسات الإغراق المعلوماتي في ضوء تقنيات الذكاء الاصطناعي على الهوية المهنية للقائمين بالاتصال
أ.م.د/ محمد محمد عبده بكير
١٧١١
-
- إدراك الجمهور والنخبة (الأكاديمية - الإعلامية) لألية النصوص الإعلامية المحررة باستخدام تقنية ChatGPT واتجاهاتهم نحوها (دراسة تجريبية) أ.م.د/ منال عبده محمد- د/ ياسر محمد محروس
١٨١١

- الأطر التشريعية لضمان حرية الحصول على المعلومات وتداولها وتأثيرها في مستوى جودة الخدمات الإخبارية في وكالات الأنباء العربية
أ.م.د / فوزي عبد الرحمن الزعبلأوي
١٨٨١
-
- تأثير برامج البودكاست على تنمية الوعي الثقافي.. «دراسة ميدانية»
على الجمهور المصري
د/ ياسمين عطالله باكير
١٩٧١
-
- تعرض الشباب العراقي للمحتوى الإخباري في شبكة الإعلام العراقي وعلاقته بمستوى الوعي السياسي لديهم
عادل عدنان عبد الرحمن
٢٠٣٩
-
- A Bibliometric Analysis of Social Media Marketing Research: Insights From Scopus
Dr. Heba Gamal
٢٠٨١
-

م	القطاع	اسم المجلة	اسم الجهة / الجامعة	ISSN-P	ISSN-O	السنة	نقاط المجلة
1	الدراسات الإعلامية	المجلة العربية لبحوث الإعلام و الإتصال	جامعة الأهرام الكنيية، كلية الإعلام	2536- 9393	2735- 4008	2023	7
2	الدراسات الإعلامية	المجلة العلمية لبحوث الإذاعة والتلفزيون	جامعة القاهرة، كلية الإعلام	2356- 914X	2682- 4663	2023	7
3	الدراسات الإعلامية	المجلة العلمية لبحوث الإعلام و تكنولوجيا الإتصال	جامعة جنوب الوادي، كلية الإعلام	2536- 9237	2735- 4326	2023	7
4	الدراسات الإعلامية	المجلة العلمية لبحوث الصحافة	جامعة القاهرة، كلية الإعلام	2356- 9158	2682- 4620	2023	7
5	الدراسات الإعلامية	المجلة العلمية لبحوث العلاقات العامة والإعلان	جامعة القاهرة، كلية الإعلام	2356- 9131	2682- 4671	2023	7
6	الدراسات الإعلامية	المجلة المصرية لبحوث الإعلام	جامعة القاهرة، كلية الإعلام	1110- 5836	2682- 4647	2023	7
7	الدراسات الإعلامية	المجلة المصرية لبحوث الرأي العام	جامعة القاهرة، كلية الإعلام، مركز بحوث الرأي العام	1110- 5844	2682- 4655	2023	7
8	الدراسات الإعلامية	مجلة البحوث الإعلامية	جامعة الأزهر	1110- 9297	2682- 292X	2023	7
9	الدراسات الإعلامية	مجلة البحوث و الدراسات الإعلامية	المعهد الدولي العالي للإعلام بالشروق	2357- 0407	2735- 4016	2023	7
10	الدراسات الإعلامية	مجلة إتحاد الجامعات العربية لبحوث الإعلام و تكنولوجيا الإتصال	جامعة القاهرة، جمعية كليات الإعلام العربية	2356- 9891	2682- 4639	2023	7
11	الدراسات الإعلامية	مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط	Egyptian Public Relations Association	2314- 8721	2314- 873X	2023	7
12	الدراسات الإعلامية	المجلة المصرية لبحوث الاتصال الجماهيري	جامعة بني سويف، كلية الإعلام	2735- 3796	2735- 377X	2023	7
13	الدراسات الإعلامية	المجلة الدولية لبحوث الإعلام والاتصالات	جمعية تكنولوجيا البحث العلمي والفنون	2812- 4812	2812- 4820	2023	7

تأثير برامج البودكاست على تنمية الوعي الثقافي..
«دراسة ميدانية» على الجمهور المصري

- **The Impact of Podcast Programs
on Developing Cultural Awareness:
A Field Study on the Egyptian Audience**

د/ ياسمين عطالله باكير ●

مدرس في كلية الاتصال والإعلام بالجامعة البريطانية في القاهرة

Email: Yasmin.bakir@bue.edu.eg

ملخص الدراسة

هدفت هذه الدراسة إلى استكشاف تأثير تطبيق البودكاست على الجمهور المصري، لا سيما فيما يتعلق بالبرامج الثقافية، من خلال تحديد مستوى تفاعل الجمهور مع هذه البرامج، والكشف عن الأسباب والدوافع التي تدفعهم للتفاعل، إضافة إلى تقييم دور البودكاست في تعزيز الوعي الثقافي لدى الجمهور. وقد اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي باستخدام منهج المسح الإعلامي، بجمع البيانات من عينة عشوائية مكونة من 400 مفردة من الذكور والإناث، عن طريقة استبانة إلكترونية، وتمثل أهمية الدراسة في أنها تسلط الضوء على دور تقنيات الإعلام الرقمي مثل البودكاست في التأثير على الفئات الشبابية المتعلمة، وتسهم في تعزيز الفهم الثقافي وتوسيع دائرة المعرفة في المجتمع المصري، وتعتمد الدراسة على نموذج مدخل الاستخدام والتأثيرات، الذي يدرس كيف يستخدم الجمهور المصري برامج البودكاست لتنمية الوعي الثقافي، مع التركيز على دوافع الاستخدام (تعليم، ترفيه) وتأثيرها على تعزيز المعرفة الثقافية وتغيير المواقف، ويربط المدخل بين طبيعة الاستخدام والتغيرات الثقافية الناتجة، إيجابية كانت أو سلبية.

وقد أسفرت نتائج الدراسة عن عدة ملاحظات مهمة، فأظهرت أن نسبة كبيرة من العينة تتكون من الشباب المتعلم (77%)، وأن أغلب المشاركين تتراوح أعمارهم بين 18 و35 عاماً، مما يعكس انفتاح هذه الفئة على الوسائط الرقمية، كما تبين أن 89.6% من المشاركين يتابعون برامج البودكاست بشكل غير منتظم، وأن الموضوعات الثقافية كانت الأكثر جذباً بنسبة 60.25%.

الكلمات المفتاحية: برامج البودكاست – تنمية – الوعي الثقافي – الجمهور المصري.

Abstract

This study aimed to explore the impact of podcast applications on the Egyptian audience, particularly on cultural programs, by determining the level of audience interaction with these programs, revealing the reasons and motivations that drive them to engage, and assessing the role of podcasts in enhancing cultural awareness among the public. The study relied on a descriptive approach using the media survey method, where data was collected from a random sample of 400 individuals (both males and females) through an electronic questionnaire.

The significance of this study lies in its focus on the role of digital media technologies, such as podcasts, in influencing educated youth groups and contributing to the enhancement of cultural understanding and the expansion of knowledge within Egyptian society. The study is based on the Uses and Gratifications Theory, examining how the Egyptian audience uses podcasts to develop cultural awareness, with a focus on usage motives (education, entertainment) and their impact on cultural knowledge and attitude change. The theory links the nature of usage with resulting cultural changes, whether positive or negative.

The results of the study yielded several important findings, showing that a large percentage of the sample consisted of educated youth (77%), and that most participants were aged between 18 and 35 years, reflecting the openness of this demographic to digital media. It was also found that 89.6% of participants followed podcasts irregularly, with cultural topics being the most attractive (60.25%).

Key Words: Impact – Podcast Programs – Cultural Awareness – Egyptian Audience

تعيش المجتمعات المعاصرة في عصر يشهد تغيرات سريعة في كل مجالات الحياة، ولا سيما في مجال الاتصال والإعلام، فقد أدى التقدم التكنولوجي إلى ظهور وسائل إعلامية جديدة أسهمت في إعادة تشكيل أساليب تفاعل الأفراد مع المعلومات والثقافة. في هذا السياق، برزت برامج البودكاست كأداة إعلامية مبتكرة تتمتع بقدرة فائقة على جذب انتباه الأفراد، لاسيما الشباب، لما تقدمه من محتوى متنوع وسهل الوصول إليه، مما يجعلها وسيلة فعالة لنقل الثقافة والمعلومات. ويتميز البودكاست بإتاحة فرصة الاستماع إلى محتوى صوتي مرن يُبث عبر الإنترنت، مما يساهم في تقديم معلومات ثقافية موجهة مباشرة إلى الجمهور المستهدف في أي وقت ومن أي مكان، ويعزز تفاعل المستمعين مع الموضوعات الثقافية من خلال الحوارات والآراء المتنوعة التي يقدمها.

وتعدُّ برامج البودكاست من أهم وسائل الإعلام الرقمية الحديثة التي أثبتت نجاحاً كبيراً في العالم العربي بشكل عام، وفي مصر بشكل خاص، فقد نجحت هذه البرامج في جذب اهتمام فئات واسعة من الجمهور المصري، وخصوصاً الشباب، الذين أصبحوا يتفاعلون بشكل متزايد مع هذه الوسيلة الإعلامية في ظل تحول الاهتمام نحو الأنماط الرقمية في الإعلام. ويتميز البودكاست بمرونته وقدرته على تغطية مجموعة واسعة من الموضوعات التي تلامس اهتمامات الأفراد، بما في ذلك القضايا الثقافية والاجتماعية التي تهم المجتمع المصري، وقد أدى ذلك إلى تحول البودكاست إلى منصة فعالة للتأثير في تشكيل الوعي الثقافي للجمهور المصري، إذ يعكس القدرة الكبيرة لهذه البرامج على تقديم المعلومات الثقافية بطريقة متجددة ومتنوعة.

والوعي الثقافي هو أحد العناصر الأساسية التي تساهم في تعزيز الهوية الوطنية، وتطوير التفكير النقدي والإبداعي لدى الأفراد، ومن هنا، تظهر أهمية دراسة تأثير

برامج البودكاست في تنمية الوعي الثقافي على الجمهور المصري، إذ يمكن لهذه البرامج أن تؤدي دوراً مهماً في توعية الأفراد بالقضايا الثقافية والاجتماعية وتوسيع آفاق معرفتهم، من ثمَّ، فإن هذه الدراسة تسعى لاستكشاف كيفية تأثير هذه البرامج على الوعي الثقافي للجمهور المصري، من خلال دراسة تفاعلاتهم مع المحتوى الثقافي المقدم، وتحديد الأبعاد المعرفية والوجدانية والسلوكية لهذا التأثير.

وتركز الدراسة على تحليل كيفية تأثير برامج البودكاست التي تقدم محتوى ثقافياً على الجمهور المصري، ودراسة الأثر المعرفي والعاطفي والسلوكي المترتب على متابعة هذا النوع من المحتوى، كما تهدف الدراسة إلى فحص أنماط تفاعل الجمهور المصري مع هذه البرامج، وتأثيرها في تعزيز الوعي الثقافي والمشاركة المجتمعية، إضافة إلى ذلك، تسعى الدراسة للكشف عن مستوى ثقة الجمهور في محتوى البودكاست الثقافي، وكيفية تأثير ذلك في تشكيل تصوراتهم تجاه القضايا الثقافية التي يعرضها.

وتستهدف الدراسة تقديم إجابات عن مجموعة من الأسئلة المهمة، مثل: كيف يؤثر المحتوى الثقافي المقدم عبر البودكاست في تنمية وعي الجمهور المصري؟ هل يوجد تفاوت في تأثير هذه البرامج بين فئات عمرية أو اجتماعية مختلفة؟ ما الأنماط السلوكية والمعرفية التي تطرأ على المستمعين بعد متابعة هذه البرامج؟ وهل يعكس تفاعل الجمهور مع برامج البودكاست مستوى من الثقة في المحتوى الثقافي المقدم؟ إضافة إلى فحص تأثير هذه البرامج في تعزيز الوعي الثقافي لديهم وقدرتهم على المشاركة الفعالة في مناقشة القضايا الثقافية والاجتماعية.

من خلال تحليل هذه الأسئلة، تسعى الدراسة لتقديم رؤية شاملة لدور برامج البودكاست في تشكيل الوعي الثقافي للمجتمع المصري، وذلك عبر دراسة ميدانية تهدف إلى جمع بيانات ومعلومات حية عن كيفية استجابة الجمهور المصري لهذا النوع من الإعلام الرقمي، ومستوى تأثيره في رفع مستواهم الثقافي والفكري.

وتتمثل أهمية هذه الدراسة في أن نتائجها قد تسهم في فهم أعمق للدور الذي يمكن أن يؤديه البودكاست في تنمية الوعي الثقافي بين أفراد المجتمع المصري، كما يمكن أن تساعد هذه الدراسة صناعات المحتوى الإعلامي والباحثين على تطوير استراتيجيات أكثر فاعلية

في استخدام هذه الوسيلة الإعلامية لتوجيه الرسائل الثقافية والمجتمعية بشكل يحقق الأثر المطلوب.

الدراسات السابقة:

أظهرت الدراسات الحديثة تزايد الاهتمام بالبودكاست كأداة إعلامية موازية للوسائل التقليدية، إذ يعكف الباحثون على دراسة تأثيره في عديد من المجالات، أبرزها تأثيره على تشكيل الوعي الثقافي، تعزيز القيم الاجتماعية، وتحفيز التفاعل المجتمعي، كما تتناول عديد من الدراسات عناصر المصداقية في برامج البودكاست وكيفية تأثير هذه العناصر في استجابة الجمهور، إضافة إلى دور البودكاست في معالجة القضايا الاجتماعية والثقافية في السياقات المحلية والدولية.

في هذا الإطار، تهدف هذه الدراسات إلى تحليل تأثيرات البودكاست على مختلف فئات الجمهور، ودراسة كيفية توظيف هذه الوسيلة في معالجة القضايا الاجتماعية والثقافية التي تهم المجتمعات المعاصرة، وقد تناولت مجموعة من الأبحاث تأثير البودكاست في تشكيل الرأي العام، من خلال تقديم محتوى متنوع يعكس اهتمامات الجمهور ويستجيب لاحتياجاتهم المتغيرة في سياقات إعلامية متعددة.

المحور الأول: دراسات تناولت تأثير البودكاست في تشكيل الرأي العام وتعزيز الوعي الثقافي: تطرقت عديد من الدراسات إلى دوافع استخدام البودكاست وتأثيره في تشكيل الوعي لدى الجمهور، وتحليل عناصر المصداقية في تلك البرامج في سياقات متنوعة، سواء على مستوى الإعلام العربي أو العالمي، فقد سلّطت دراسة (هبة محمد شفيق 2024)¹ الضوء على تحليل عناصر المصداقية في برامج البودكاست، وتعرضت لكيفية تقديم المعلومات الثقافية في البودكاست، واعتمدت الدراسة على النموذج البنائي للمصداقية، إضافة إلى إطار تحليل مصداقية البودكاست، وأظهرت نتائج الدراسة التحليلية أن برامج البودكاست التي تمثل عينة الدراسة تتبع في الغالب العوامل التي تسهم في تحقيق مكونات المصداقية، وهذه المكونات تشمل: الدقة، والشمول، والتحديث، والفورية، والواقعية، والموضوعية، والتوازن، والصدق، والأهمية، والتفاعلية، كما أظهرت نتائج الدراسة الميدانية أن معظم المشاركين يثقون في البودكاست الإخباري "بدرجة متوسطة"، بنسبة بلغت 64.7%، مما يعكس تأثير هذه البرامج على الجمهور، ولكن بدرجات متفاوتة

استناداً إلى مجموعة من العوامل، وفيما يتعلق بالتطبيقات المستخدمة للاستماع إلى البودكاست، تصدر "يوتيوب" قائمة التطبيقات الأكثر استخداماً، يليه "جوجل بودكاست"، ثم "سبوتيفاي"، و"آبل بودكاست"، و"ساوند كلاود".

أما بالنسبة للبودكاست الإخباري، فقد أظهرت الدراسة أن "بودكاست العربية"، "بودكاست المصري اليوم"، و"بودكاست سكاي نيوز العربية" كانت الأكثر متابعة من قبل عينة الدراسة، وفيما يخص مؤشرات مصداقية البودكاست، أظهرت النتائج أن مؤشر "الدقة" كان الأكثر أهمية، بينما جاءت "التفاعلية" في المرتبة الأولى ضمن عناصر مصداقية البودكاست الإخباري، يليها "الأهمية" في المرتبة الثانية و"الفورية" في المرتبة الثالثة، أما بالنسبة للعوامل المؤثرة في مصداقية البودكاست الإخباري، فقد تبين أن "العوامل المرتبطة بالإنتاج الفني" كانت الأكثر تأثيراً، يليها العوامل المرتبطة بسياق البودكاست، ثم العوامل المرتبطة بمحتوى البودكاست، وأخيراً العوامل المرتبطة بمنتج مقدم البودكاست.

وتشير هذه النتائج إلى أن جمهور البودكاست في مصر يولي اهتماماً كبيراً للمصداقية المتعلقة بالموضوعات المطروحة وطريقة تقديمها، وهذا يؤكد أهمية جودة المحتوى والإنتاج في جذب الجمهور والحفاظ على ثقته في هذا النوع من وسائل الإعلام الحديثة.

وتناولت دراسة (منى هاشم وأمنية عبد الرحمن، 2023)² تحليل برامج البودكاست في المواقع الإخبارية العربية، مركزة على تأثير هذه البرامج على الجمهور وطرق عرضها وتقديمها، ووجدت الدراسة أن موقع "المصري اليوم" أقل اهتماماً بالبحث عبر البودكاست مقارنةً بموقع "العربية"، كذلك التعرف على تفضيلات الجمهور لهذه المنصات الرقمية الجديدة والدوافع الحقيقية وراء استخدامه لها والتأثيرات المترتبة على ذلك، وتوصلت إلى أن اهتمام موقع المصري اليوم ببرامج البودكاست أقل من العربية سكاي نيوز، بينما تساوت الموضوعات الثقافية والفنية بالنسبة لبرامج بودكاست المصري اليوم، وتتنوع برامج البودكاست بموقع العربية سكاي نيوز على التوالي بين إخباري، بيئي، رياضي، واجتماعي، وتجارب حياتية، اقتصادي، وتكنولوجي، وسياسي ثقافي، وفني، وتعليمي وصحي؛ ويرجع ذلك إلى اهتمام موقع العربية سكاي نيوز بالبودكاست كمنصة رقمية

جديدة، كما اشارت الدراسة الميدانية إلى ارتفاع معدلات التعرض لتقنية البودكاست لدي عينة الدراسة، وتفاوت الدوافع الطقوسية والنفعية لدي أفراد العينة في استخدام بودكاست المواقع الإخبارية. وفيما يتعلق بتأثير البودكاست على الجمهور.

أما دراسة (ماجد بن فهد الشيباني، 2022)³ فقد هدفت إلى التعرف على دوافع استخدام الجمهور السعودي للبودكاست وقياس الإشباع المتحققة منه، ومن ثم دراسة تأثيراته والتعريف بأبرز العوامل المؤثرة في انتقاء المحتوى، واعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي بطريقة المسح الإعلامي من خلال جمع وتحليل بيانات (220) مفردة، وتوصلت الدراسة أن الدوافع النفعية تغلب على الدوافع الطقوسية، كما أشار إلى أن من أبرز دوافع التعرض تمثلت في تتبع الحلقات الثمانية التعليمية متابعة الأحداث، والاشتراك في المحطات الوطنية، واكتساب القدرة على التفكير والابتكار.

من جانب آخر، تناولت دراسة (بوخلفة وبولوداني، 2022)⁴ تأثير التدوين بالفيديو على تشكيل الرأي العام السياسي في الجزائر من خلال استخدام تقنية البودكاست الفكاهي، وأشارت الدراسة إلى ارتباط ممارسة التدوين والتعبير عن الآراء السياسية بنوع الوسيلة المتاحة، فمع دخول التطبيقات الصوتية والمرئية، ظهرت أساليب فكاهية جديدة في التدوين لم تقتصر على رصد الحياة الشخصية، بل تناولت القضايا السياسية في الجزائر، مع التركيز على تأثير البودكاست الفكاهي في تشكيل الرأي العام تجاه هذه القضايا، واعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي وأداة تحليل المضمون، من خلال عينة قصدية من فيديوهات المدون الجزائري "أنس تينا"، وأظهرت النتائج أن البودكاست الفكاهي يستخدم أسلوب الحديث المباشر واللغة العامية، مما يجعله أداة فعالة في مخاطبة مختلف شرائح المجتمع، ويعد منصة رئيسية لمناقشة القضايا السياسية وتشكيل الرأي العام في الجزائر، خاصة مع التركيز على المعالجة ذات الاتجاهات السلبية.

وفي دراسة أخرى نشرها الباحثان أيضاً في عام 2022، استعرضت دور البودكاست الفكاهي في تشكيل الرأي العام الجزائري من خلال استبانة شملت عينة عمدية مكونة من 156 طالباً من كلية العلوم الإنسانية الذين يتابعون قنوات البودكاست الفكاهي على منصة يوتيوب، وأظهرت الدراسة أن فئة الشباب هي الأكثر متابعة للبودكاست الفكاهي

بنسبة 55%، وأن 61% من الباحثين يتابعون البودكاست بشكل منتظم، كما تبين أن التفاعل مع البودكاست يتجسد بشكل رئيسي في وضع الإعجاب بنسبة 41%، يليه التعليق بنسبة 31%، وقد أظهرت الدراسة أن دوافع التعرض للبودكاست تمثلت في تتبع الحلقات التعليمية، ومتابعة الأحداث، والاشتراك في المحطات الوطنية، واكتساب القدرة على التفكير والابتكار، إضافة إلى التعليق والمشاركة في الموضوعات، بينما كانت دوافع مثل قضاء أوقات الفراغ، والاعتیاد على استخدام الإنترنت يومياً، والإشباع النفسي ضد العزلة أو الوحدة أقل شيوعاً، كما أشارت الدراسة إلى أن معظم محتوى البودكاست يميل إلى الطابع الشخصي ويستهدف المتلقي الفردي عبر أجهزته الشخصية.

وأظهرت الدراسة أيضاً أن الموضوعات التعليمية والاجتماعية كانت الأكثر متابعة من قبل المشاركين، وأن هناك علاقة دالة إحصائية بين مستوى التعرض للبودكاست والدوافع التي تقف وراء تعرض المستخدمين للمحتوى، وتبين أنه كلما زاد مستوى التعرض للبودكاست، زادت الدوافع المرتبطة به، كما أظهرت الدراسة وجود ارتباط دال بين مستوى التعرض والإشباع المتحققة لدى الجمهور، إذ تتزايد هذه الإشباعات مع زيادة مستوى التعرض، وتمثلت الإشباعات في التعرف على الأحداث ومتابعتها، وزيادة الإدراك والوعي بها، واكتساب المعارف من خلال الحلقات التعليمية، وتعلم مهارات التفكير، إضافة إلى إشباع حاجة الجمهور للمعلومات وتلبية اهتماماته، أما من حيث إشباع الوسيلة، فقد تمثلت في تعريف المستخدمين بمشركين في مثل أعمارهم وميولهم، فضلاً عن الإشباع النفسي ضد العزلة من خلال متابعة البرامج الترفيهية وإعادة نشر حلقات البودكاست، وهذه النتائج تبرز الأهمية الاتصالية للبودكاست في المجتمع الجزائري.

كما سلطت دراسة⁵ (Marin,2022) الضوء على دور المؤثرين في إنتاج البودكاست وتحديد تأثيرهم على الجمهور، خاصة بعد الانتشار الواسع لهذه الوسيلة وزيادة عدد المستمعين، مشيرة إلى أهمية السرد القصصي في جذب الانتباه، كما قدمت الدراسة تصوراً حول التطورات المستقبلية للبودكاست في السنوات المقبلة، وأوضحت النتائج أن البودكاست يتيح تفاعلاً مباشراً بين المستمعين والقائمين على الاتصال، ويتميز بقدرته

على تقديم محتوى سردي مؤثر، وأوصت الدراسة بضرورة وضع ضوابط أخلاقية لإنتاج وبث البودكاست الصوتي.

وكشفت دراسة (Ryston, 2021⁶) عن تأثير أسلوب السرد القصصي في البودكاست على المستمعين، خاصة أولئك الذين لا يجيدون القراءة والكتابة، كما سعت هذه الدراسة إلى تحليل مستوى تأثير البودكاست كوسيلة إعلامية جديدة مقارنةً بالإذاعة التقليدية في إفريقيا، موضحة التحديات التي يواجهها القائمون على الاتصال في تقديم القضايا والموضوعات بأسلوب بسيط وجذاب، مع الحفاظ على دقة وموضوعية العرض، وأظهرت الدراسة أن القائمين على البودكاست يختلفون عن نظرائهم في وسائل الإعلام التقليدية من حيث أسلوب تقديم الموضوعات الذي يتميز أحياناً بالنقد والسخرية، ما يساعد في بناء علاقة قوية مع الجمهور.

وفي دراسة ل⁷(Radjagukguk & Berizik 2020)، تناولت تأثير مزج الموسيقى في محتوى البودكاست وكيفية تأثيره على الجمهور، وأظهرت النتائج أن البودكاست يسهم بشكل فعال في تحسين استيعاب الجمهور للمعلومات، إذ يساعد على سهولة فهمها وتذكرها، كما لوحظ أن البودكاست يتيح للمستمعين شعوراً بالراحة والاسترخاء، ويمنحهم القدرة على الاستماع للمحتوى في أي وقت من خلال تحميله على الهواتف الذكية، إضافة إلى ذلك، فإن سهولة نشر المعلومات عبر الوسائط الحديثة تميز البودكاست عن الوسائل التقليدية، وهذا ما دفع عينة الدراسة إلى تفضيل استخدام هذه الوسائل الحديثة، إذ يتيح البودكاست للمستخدمين تحديد المحتوى الذي يرغبون في الاستماع إليه بحرية ودون التقيد بمواعيد بث محددة، على عكس البث الإذاعي التقليدي.

وتناولت دراسة (النايلسي، أريج، 2021)⁸ تأثير مشاهدة مسلسلات "البودكاست" على ترسيخ القيم الاجتماعية لدى اليافعين، واعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي التجريبي، باستخدام الاستبانة أداة للدراسة، بتصميم استبانتين قبلية وبعديّة، وتكون مجتمع الدراسة من طلبة المدارس في عمان، وتوصلت نتائج الدراسة إلى أن التعرض

لمحتوى البودكاست قد ساعد في تعزيز ممارسات القيم الاجتماعية والإنسانية لدى اليافعين في عمان.

المحور الثاني: دراسات تناولت دور البودكاست في معالجة القضايا الاجتماعية والثقافية: أما المحور الثاني فقد تناول تحليلات الدراسات المتعلقة بمحتوى البودكاست وتوجهاته الإعلامية في مختلف السياقات الثقافية والسياسية، وقد أكدت دراسة (الخوالدة، 2022)⁹ دور البودكاست في معالجة القضايا الاجتماعية، بعد تحليل برنامج "حرر" ودراسة الأطر الإعلامية المستخدمة فيه، وتبين أن البرنامج يركز على الأهداف التوعوية ويعتمد على المعالجة التحليلية بنسبة 80%، في حين اعتمد في معظم حلقاته على القالب الحواري والشخصيات ذات الصلة بالموضوعات مصادر رئيسية للمعلومات.

وأظهرت دراسة (ياسمين أحمد على حسن، 2023)¹⁰ أن البودكاست الموجه للشباب يركز بشكل كبير على القضايا الاجتماعية والإنسانية، مشيرة إلى ضعف احترافية بعض الحلقات في معالجة الموضوعات نظراً لعدم احتراف مقدمي البرامج في العمل الإعلامي، كما تناولت دراسة (أمينة كنفاح، 2023)¹¹ مضامين البودكاست في قناة "العربية" وتحليل برنامج "البعد الآخر"، وتبين أن القضايا السياسية تهيمن على موضوعات الحلقات، مما يعكس توجه القناة نحو تسليط الضوء على القضايا السياسية من خلال هذه المنصة.

أما دراسات أخرى مثل (Olmsted & Wang, 2022)¹² فقد قدمت أول تحليل شامل لدوافع استخدام البودكاست، وأشارت إلى أن من أبرز دوافع استخدام البودكاست كانت الترفيه والإعلام، مشيرة إلى تأثير البودكاست في سلوكيات المستمعين وتعزيز العلاقات مع الجمهور، وركزت الدراسة على الفئة التي تستخدم البودكاست لأغراض ثقافية واجتماعية وتعليمية.

كما تناولت دراسة (Ebadat, 2022)¹³ موضوع المدونات الصوتية النسوية وكيفية استخدام البودكاست أداة للنشاط الرقمي، وأظهرت النتائج أن الهوية النسوية للمحتوى الصوتي كانت مستمدة من معارف ثقافية وتعليمية، مما يعزز من دور صناع المحتوى النسوي في النشاط الرقمي.

من جهة أخرى، أظهرت دراسة (Bajaj & Singh, 2022)¹⁴ كيف تحول البودكاست من وسيلة ترفيهية إلى أداة جذب كبيرة للمستخدمين خلال فترة العزل المنزلي أثناء جائحة كوفيد-19، إذ أصبح البودكاست في تلك الفترة مصدراً رئيسياً للمحتوى الترفيهي والتعليمي.

في السياق ذاته، بحثت دراسة (Tomyuk & Avdeeva, 2022)¹⁵ اقتصاد البودكاست وكيفية تأثير هذه الوسيلة في سوق الإعلام، وأظهرت أن هذه الوسيلة تفتح فرصاً جديدة في سوق العمل الإعلامي، من خلال تطوير محتوى البودكاست وتعزيز الفرص المهنية للعاملين في هذه الصناعة.

التعليق على الدراسات السابقة:

- أشارت الدراسات إلى أن برامج البودكاست تسهم في زيادة الوعي السياسي لدى الجمهور، من خلال تقديم مضامين صوتية تناقش قضايا سياسية واجتماعية، مما يعزز المشاركة السياسية ويعزز بناء الوعي المجتمعي عبر المنصات الرقمية المختلفة.
- أظهرت الدراسات أن القائمين بالاتصال في البودكاست يختلفون عن القائمين بالاتصال في وسائل الإعلام التقليدية، فيعتمدون على أساليب عرض غير تقليدية مثل النقد والسخرية، مما يعزز تفاعل الجمهور ويؤسس علاقة قوية مع المتابعين.
- تفضل فئة الشباب استخدام البودكاست الذي يتناول قضايا اجتماعية مثل تطوير الذات، وعرض تجارب النجاح، ومناقشة المشكلات الاجتماعية، وتقديم حلول بديلة، مما يعكس دافعهم للاستماع إلى المحتوى الملهم الذي يساعدهم في حياتهم اليومية.
- اعتمدت الدراسات على نظرية الاستخدامات والإشباع، وأظهرت أن الجمهور يفضل المحتوى الذي يلبي احتياجاته الشخصية، مثل الترفيه والتعليم، ويسعى للتفاعل مع القضايا المطروحة في برامج البودكاست.

- أكدت الدراسات أن الجمهور يفضل مواقع الأخبار الإلكترونية التي تتيح لهم المشاركة والتفاعل مع الموضوعات المطروحة، ويعزز استخدام أسلوب السرد القصصي لتقديم الأخبار والمعلومات، مما يساعد في جذب انتباه المتابعين.
- أظهرت بعض الدراسات العربية، وخاصة الجزائرية، خلطاً بين مصطلحات البودكاست والفودكاست، وتناولت بعض الفيديوهات عبر منصات مثل يوتيوب دون التمييز بينهما.
- ركزت عديد من الدراسات العربية على فئة الشباب، لكونهم الأكثر استخداماً وتأثراً بهذه التقنية الحديثة، لكن لم تكن هناك دراسات ميدانية كافية تناولت جمهور البودكاست بشكل عام أو بتفصيل.
- أشارت الدراسات إلى أن البودكاست يسهم في تشكيل الرأي العام الثقافى في مصر، إذ يؤثر في الفئات المختلفة من الجمهور، ويعزز الوعي المجتمعي، ويتيح فرصة للتفاعل مع المحتوى الثقافى والسياسي.
- أكدت الدراسات الدور التفاعلي للبودكاست في تلبية احتياجات الجمهور المختلفة، مثل التعبير عن الرأي، مما يعزز دور هذه الوسيلة في بناء علاقات تفاعلية بين الجمهور والقائمين على الاتصال.

الإطار النظري للدراسة:

مدخل الاستخدامات والتأثيرات:

تؤدي وسائل الإعلام دوراً تثقيفياً ومعرفياً في حياة الفرد، ويُعدُّ تطبيق البودكاست الركيزة الرئيسية للتواصل وتبادل الثقافات والأفكار والمعارف بين أفراد المجتمع الواحد، وفي الوقت ذاته، آلية تعمل على تحقيق فكرة الانفتاح الثقافى، وأكدت عديد من الدراسات وجود علاقة بين تطبيق البودكاست وقدرته على نشر الثقافات المختلفة، خاصة في ظل ارتفاع استخدامها يومياً وتتنوع أشكال التفاعل معها (أحمد 2019)¹⁶، خاصة في ظل تنوع دوافع استخدامها ما بين البحث والدراسة، ومعرفة الأخبار الجديدة، إلى جانب التسلية والترفيه، والاعتیاد على استخدامها، وإدراك خصائصها المميزة، واستثمارها في إنتاج المحتوى الصوتي (خالد 2017)¹⁷، إلى جانب تعزيز عمليات التبادل الاجتماعي

(Vishwanath2014)¹⁸، ومناقشة قضايا المجتمع ومشكلاته، نظراً لتوافر خاصية التفاعلية، علاوة على أنها تساعد على تعزيز السلوكيات الإيجابية (يحيي السلمي 2017)، ونشر ثقافة الديمقراطية والتعددية وترسيخ ثقافة السلام، ورفض التطرف الديني، والدعوة للتعايش (الداغر، 2011)¹⁹.

وفي ظلّ ارتفاع تأثير التطبيقات الصوتية "البودكاست نموذجاً، كان ذلك دافعاً لتوظيف مدخل الاستخدامات والتأثيرات الفحص العلاقة بين هذه التطبيقات الرقمية الصوتية وتحقيق الوعي الثقافي لدى المجتمع المتابع لها، إذ يتعامل المدخل مع الوسائل الاتصالية على أنها تتنافس مع بعضها لتلبية احتياجات الجمهور وتوقعاته، خاصة في ظلّ تنوع البدائل الوظيفية لإشباع احتياجاته النفسية والاجتماعية نظراً لتنوع وسائل الإعلام المتاحة أمام الفرد (Kristine2011)²⁰، ويسهم المدخل في تحقق الدراسة المتعمقة لكثير من وسائل الإعلام الجديدة، فالتفاعل أصبح سمة أساسية تسعى كل الوسائل الإعلامية لتوفيرها لأجل ضمانة الوصول للجمهور والتفاعل معه والتعرف على ردود أفعاله، وذلك عبر تنوع وسائل الاتصال والمشاركة بالوسيلة، سواء بريد إلكتروني، أو رسائل المحمول SMS، ومؤخراً التطبيقات الصوتية التي أتاحت مساحة كبيرة من الحرية في التعبير عن الرأي عبر التعليقات أو البريد الخاص بالصفحات، كما تتسم هذه التعليقات بالتنوع ما بين نصوص أو صور أو فيديوهات وغيرها، مما جعل هناك مساحة كبيرة من النشاط أمام المستخدم، وترتب على ذلك تضائل السيطرة على العملية الاتصالية، إلى جانب إسهامها في تجزئة الجمهور وفقاً للمضامين والاهتمامات)عبد العاطي (2015)²¹.

ويتركز جوهر "الفرض الأساسي للمدخل حول اعتبار للمتلقى إيجابياً ونشطاً في سلوكه الاتصالي مع الوسائل الاتصالية، فالجمهور يعد أساس عملية الاتصال، وأنه ينتقي بين الوسائل الإعلامية المتاحة يومياً في أي وقت ومكان" (Stephen. et. al. 2002)²²، ومن ثمّ، فإن المتلقي مسئول عن المضامين الإعلامية التي يتعرض لها، كما أن الفروق الفردية والتباين الاجتماعي وتنوع احتياجات الأفراد لها تأثيراتها على بناء السلوك المرتبط بالتعامل مع وسائل الإعلام، وانطلاقاً مما سبق، يعدّ هذا المدخل نقطة تحول في

مفاهيم دراسات الإعلام؛ من "ماذا تفعل وسائل الإعلام بالجمهور؟"، إلى "ماذا يفعل الجمهور بوسائل الإعلام؟"، ومن ثم، يسهم المدخل في فحص سلوك الفرد الاتصالي والتعرف على الوسائل المتعلقة بإشباع احتياجاته (Kevin2003)²³.

وتتنوع رؤى تقييم تأثير استخدامات وإشباع وسائل الإعلام وفقاً لتنوع معيار التقييم، ويمكن إجمالها في (منظور استقبال الجمهور للرسالة الإعلامية، ومنظور دوافع الجمهور وإشباعاته، ومنظور التعرض لوسائل الإعلام والنظريات المتعلقة بالتأثير)، كما درس "روبن Robin" إسهام الدوافع في تحديد تأثيرات وسائل الإعلام، وكانت النتيجة التي توصل لها أن التنوع في احتياجات الجمهور ودوافعهم ينعكس في بروز احتياجات نفعية وطقوسية تظهر في استخدام وسائل الإعلام، ويؤدي ذلك إلى نتائج مختلفة وتأثيرات متباينة، وتوصل Crube لوجود الدوافع مع أبعاد النشاط، مما يشير إلى حد كبير النوعية تأثيرات وسائل الإعلام بدراسة أنواع معينة من المضامين الإعلامية، والربط بين دوافع مشاهدتها ودرجة النشاط في المشاهدة وتوعية التأثيرات الناتجة عن المشاهدة، وكان الدافع هو المتغير المستقل، والنشاط هو المتغير الوسيط، والتأثيرات المتغير التابع، وأشارت النتائج إلى أن الدوافع مع المستوى العالي من نشاط المشاهدة أدى لتأثيرات تتعلق بالتفاعل شبه الاجتماعي، والمنفعة المعلوماتية، والمنفعة الاجتماعية (عبود2004)²⁴، ويبحث المنظور في كيفية تمثيل أفراد الجمهور الرسائل الاتصالية معلوماتياً بطرق نشطة وفقاً لاحتياجاتهم، مما يدعو لإعادة تركيز الاهتمام على النصوص الاتصالية وتفسيراتها (فوزي 2007)²⁵، فقد حرصت الباحثة على التعرف على رأي عينة الدراسة في تقييم أثر معالجة المعلومات الثقافية في البرامج الثقافية على تطبيق البودكاست.

ويهتم الباحثون بالربط بين الدوافع والإشباع التي يحققها استخدام وسائل الإعلام في ظل فحص تأثير مضمونها، علاوة على أن التوقعات عن واقع الجمهور للتعرض لوسائل الإعلام تتأثر بالأصول النفسية والاجتماعية للأفراد، وتعد التوقعات سبباً في عملية التعرض وتختلف وفقاً للفروق الفردية واختلافات الثقافات، كما أن الجمهور يتأثر بالمضمون الذي يختاره وينتبه له، في حين لن يتأثر بالمضمون الذي يتجنبه وينشغل عنه أو

لا يشق فيه (مكاوي 2009)²⁶، لذا حرص الباحث على التعرف على ثقة الجمهور السعودي في البرامج الثقافية للبودكاست وأسباب الثقة فيها. ومن ثم، يتركز اهتمام الباحثين في دراسات القرن الواحد والعشرين مؤخراً على دراسة دوافع وإشباعات وتأثيرات الإنترنت بصفته وسيطاً مكملاً لدور الاتصال الشخصي والقدرة على الوصول لأكبر عدد من الأفراد (Karimi, et al. 2014)²⁷، إذ يتصدر الاتصال الرقمي، مقارنة ببقية الوسائل الأخرى، الاختيار المتقدم لإشباع الحاجات إلكترونياً، فكل من البريد الإلكتروني E-Mail والحوار Chat والتجول بين المواقع المتعددة يستقطع وقتاً كبيراً لتلبية حاجات الفرد للاتصال بالغير (عبد الحميد 2010)²⁸، وتتطلب الطبيعة التفاعلية مشاركتهم بشكل مرتفع، لذا يعد تطبيق مدخل الاستخدامات والتأثيرات لفهم تفاعل الأفراد مع التطبيقات الصوتية الرقمية التفاعلية مناسباً، لأن تفاعل الجمهور السعودي مع هذه التطبيقات الرقمية في متابعة القضايا الثقافية الخاصة بالمجتمع السعودي يرجع لحدثة النشر والتفاعلية في هذه المواقع، وكذلك تميزها في تقديم معالجات متميزة للقضايا الثقافية الخاصة بالمجتمع السعودي وفعاليتها الثقافية، ومن ثم، فإن هذه التفاعلات يحدث لهذه الوسائل الرقمية تأثيراً في تشكيل الوعي الثقافي للجمهور السعودي.

التعريفات الإجرائية للدراسة:

- برامج البودكاست: تعد تقنية البودكاست Podcast أحد التطبيقات التي تستخدم سلسلة ملفات ووسائط متعددة صوتية أو مرئية، التي تبث عبر قناة ثابتة للبث الصوتي المرئي تُمكن الأشخاص من الاشتراك في هذه القناة، وتحميل الملفات أوتوماتيكياً بمجرد الاتصال بالإنترنت والتزامن عن طريق الويب (هاورن، وآخرون 2013)²⁹، ويركز تعريف (هاشم عبد الرحمن، 2023)³⁰ على أنه أحد وسائط الإعلام الرقمي، ويعرف بأنه البث الصوتي أو النشرة الصوتية، كما عرفه (الفار 2012)³¹ بأنه مجموعة من الملفات تُنشر عبر الويب عن طريق التطبيقات المتزامنة المتعددة ومشغلات الوسائط التكنولوجية الحديثة المحمولة بمختلف أنواعها، أو عن الحاسوب الشخصي، وفي تعريف آخر أعم وأشمل، فهو

عبارة عن سلسلة من الملفات الصوتية والمصورة تهتم وتحدث عن مجال معين، تنتجها مؤسسات إعلامية أو أفراد، وتبثها عن طريق الإنترنت من خلال منصات معينة لتصل للجمهور المستهدف (خطاب، 2007)³².

- التعريف الإجرائي لبرامج البودكاست: يقصد به إجرائياً سلسلة ملفات صوتية التي تُبث عبر المدونات الرقمية الصوتية، وتحديداً تناقش القضايا الثقافية، لكن الدراسة الحالية تركز على برامج البودكاست الثقافية، والتعرف على أثرها المعرفي والوجداني والسلوكي على الجمهور المتابع لهذه التطبيقات الصوتية الرقمية.

وقد بدأت فكرة البودكاست في أوائل العقد الأول من القرن الواحد والعشرين، حين كان يشهد العالم تطوراً في تقنيات الإنترنت والوسائط الرقمية، والكلمة "بودكاست" هي دمج بين كلمتين: "iPod" الذي كان جهازاً شهيراً من شركة آبل في ذلك الوقت، و "Broadcast" البث، وظهرت هذه التقنية لأول مرة في عام 2001، عندما بدأ الصحفي "بن هامن" باستخدام تقنيات البث الصوتي عبر الإنترنت لنقل الحلقات الصوتية.

وفي عام 2004، أصبح البودكاست أكثر شهرة بفضل الصحفيين "آدم كاري" و"ديف وينر"، اللذين طورا برنامجاً يسمح للمستخدمين بتحميل وتوزيع الحلقات الصوتية على أجهزة iPod؛ هذا التطور التقني جعل من الممكن تحميل الحلقات الصوتية عبر الإنترنت تلقائياً، مما سمح للمستمعين بالاستماع إلى الحلقات في أي وقت وأي مكان، دون الحاجة للاتصال المباشر بالإنترنت.

كما ساعدت منصات مثل iTunes في نشر فكرة البودكاست على نطاق واسع، فقد قدمت للمستخدمين إمكانية الاشتراك في برامج بودكاست، وتنزيل الحلقات تلقائياً، ومع مرور الوقت، توسعت فكرة البودكاست لتشمل عديداً من الموضوعات، مثل الأخبار، والثقافة، والترفيه، والتعليم، والرياضة، وغيرها.

ويعدُّ البودكاست اليوم من الوسائط الرقمية الأكثر شعبية في العالم، مع ملايين الحلقات التي تغطي جميع جوانب الحياة، وتستمر منصات مثل Spotify و Apple Podcasts في دعم هذه الظاهرة، مما يعزز من انتشاره وتنوعه.

- **الوعي الثقافي:** يعرف بأنه القدرة على فهم القيم الشخصية والاجتماعية والمعتقدات والتصورات وكذلك الثقافات الأخرى، ليصبح الفرد على بينة من القيم الثقافية التي تشكل وتحدد الأشخاص كأفراد، كما يعرفه "العاجز وعساف" بأنه مستوى إدراك الفرد ووعيه بدوره في المحافظة على تراثه الثقافي ومبادئه الأصيلة مع حمايتها من الشوائب لتبقى خالية من أي تأثيرات خارجية (الرويلي، اليحي، 2017)³³.

- **التعريف الإجرائي للوعي الثقافي:** التعرف على دور برامج الثقافية عبر البودكاست في معالجة المعلومات الثقافية والقضايا والأحداث والفعاليات الثقافية، وعادة ما يكون هذا الهدف في وعي المرسل أو القائم بالاتصال يتوقع تحقيقه من طرف المستقبل أو المتلقي، إذن فالتأثير مرتبط بال قصد والرغبة في بث رسالة ثقافية صوتية معنية (العميري 2011)³⁴.

مشكلة الدراسة:

تتمثل مشكلة الدراسة في فحص تأثير برامج البودكاست على تنمية الوعي الثقافي لدى الجمهور المصري، وهو موضوع يكتسب أهمية متزايدة في ظل الانتشار الواسع لتقنيات الإعلام الرقمي، فمع تزايد استخدام الإنترنت بين الشباب المصري، أصبحت منصات البودكاست من الوسائل الإعلامية الحديثة التي تحظى بمتابعة كبيرة، وتتميز هذه الوسائل بتنوع محتواها، فتشمل موضوعات ثقافية واجتماعية متعددة، مما يعزز فرص التفاعل بين الشباب والمحتوى الثقافي المتخصص، ومن هنا، تبرز مشكلة الدراسة في فهم كيفية تفاعل الجمهور المصري مع هذه البرامج التي تتناول القضايا الثقافية، سواء على المستوى المعرفي أو الوجداني أو السلوكي.

وتهدف الدراسة إلى تحليل تأثير برامج البودكاست التي تتناول القضايا الثقافية على الوعي الثقافي لدى الجمهور المصري، من خلال فحص مستوى استفادتهم من المحتوى المقدم، وتأثيره في تغيير أفكارهم وسلوكياتهم، كما تسعى الدراسة لتحديد الأنماط المختلفة لتفاعل المصريين مع هذه البرامج، وكيفية تأثير هذه الأنماط في تصوراتهم وثقتهم في المحتوى الإذاعي المقدم عبر منصات البودكاست.

علاوة على ذلك، تهدف الدراسة إلى تحليل دور البودكاست في تحسين الوعي الثقافي لدى الجمهور المصري، وتحديد مستوى إدراكهم للمحتوى الثقافي المقدم، ومستوى استفادتهم منه في معالجة قضايا مجتمعية وثقافية، كما تسعى الدراسة للكشف عن تأثير برامج البودكاست الثقافية في تعزيز ثقافة البحث والمشاركة في النقاشات المجتمعية بين الجمهور، مما يساهم في تطوير الوعي الثقافي والفكري لدى المتابعين.

أهمية الدراسة:

الأهمية العملية: تتمثل أهمية الدراسة العملية في أنها تشكل إضافة جديدة لمجال البحوث والدراسات المتعلقة بالتدوينات الرقمية الصوتية والمرئية، وبالتحديد في دراسة البودكاست بصفته أحد التطبيقات الرقمية الصوتية الحديثة؛ إذ إن هذه الدراسة تتناول تطور خدمات البث الإذاعي الرقمي وتفاعل الجمهور المصري معها، وخاصة في ظل تزايد استخدامه للإنترنت ومواقع التواصل الاجتماعي، ويعكس هذا التحول في الإعلام التقليدي نحو الإعلام الرقمي عبر البودكاست وغيره من منصات المدونات الصوتية تحولاً ملموساً في كيفية وصول المحتوى الثقافي إلى الأفراد، مما يجعل هذه الدراسة تساهم في فهم تطور الوسائل الإعلامية الحديثة وأثرها في الجمهور، كما تسعى الدراسة لفحص دور البودكاست في رفع الوعي الثقافي لدى الجمهور المصري، وتحفيزهم على نشر المحتوى الثقافي والمشاركة المجتمعية، مما يعزز الشعور بالمسؤولية الاجتماعية لدى الأفراد في نشر المعرفة الثقافية والمشاركة الفعالة في نشر الوعي المجتمعي.

الأهمية التطبيقية: أما الأهمية التطبيقية للدراسة فتتمثل في إثرائها للبحوث المتعلقة بتأثير الإعلام الرقمي على الجمهور، لا سيما في ظلّ التحولات الكبيرة التي شهدتها الإعلام في العصر الرقمي، لأن قدرة الشباب على التفاعل السريع والآني مع التكنولوجيا الحديثة تجعل هذه الدراسة فرصة لفحص الأثر المعرفي والوجداني والسلوكي الذي يحدث نتيجة للاستماع إلى البودكاست، وتتطرق الدراسة إلى كيفية تأثير هذا النوع من المحتوى الرقمي في تشكيل مواقف الأفراد وآرائهم تجاه القضايا الثقافية والاجتماعية، وكيف يعزز تفاعلهم مع هذه المنصات الرقمية الصوتية ويدفعهم للمشاركة في النقاشات الثقافية المجتمعية، إضافة إلى ذلك، تساهم الدراسة في تطوير فهم خصائص الجمهور

النشط المتفاعل مع التطبيقات الرقمية الصوتية، مما يوفر قاعدة بيانات مهمة لصانعي المحتوى الإعلامي وصناع السياسات الثقافية في كيفية استغلال هذه الوسائل لتوسيع نطاق التأثير الثقافي وزيادة تفاعل الجمهور مع هذه المنصات.

أهداف الدراسة:

- 1- تحديد مستوى تفاعل الجمهور المصري مع تطبيق البودكاست وبرامجه الثقافية.
- 2- كشف الأسباب التي تدفع الجمهور المصري للتفاعل مع البرامج الثقافية عبر البودكاست.
- 3- تقييم الدور الفعلي للبودكاست في تنمية الوعي الثقافي لدى الجمهور المصري.
- 4- التعرف على طرق تفاعل الجمهور المصري مع برامج البودكاست الثقافية.
- 5- ثقة الجمهور المصري في المحتوى الثقافي المقدم عبر برامج البودكاست الثقافية.
- 6- التأثيرات الاتصالية الناتجة عن تفاعل الجمهور المصري مع البرامج الثقافية في البودكاست.
- 7- تحديد أنواع البودكاست الأكثر فاعلية في تنمية الوعي الثقافي لدى عينة الدراسة.
- 8- اقتراح آليات لتطوير دور البودكاست الإذاعي في تعزيز الوعي الثقافي لدى الجمهور المصري.

تساؤلات الدراسة وفروضها:

- 1- ما مستوى تفاعل الجمهور المصري مع تطبيق البودكاست وبرامجه الثقافية؟
- 2- ما طبيعة المحتوى الذي تفضله عينة الدراسة من برامج البودكاست؟
- 3- ما الأسباب التي تدفع الجمهور المصري للتفاعل مع البرامج الثقافية عبر البودكاست؟
- 4- ما تقييم الدور الفعلي للبودكاست في تنمية الوعي الثقافي لدى الجمهور المصري؟
- 5- ما طرق تفاعل الجمهور المصري مع برامج البودكاست الثقافية؟
- 6- كم درجة ثقة الجمهور المصري في المحتوى الصوتي الثقافي المقدم عبر برامج البودكاست الثقافية؟

7- ما التأثيرات الاتصالية الناتجة عن تفاعل الجمهور المصري مع البرامج الثقافية في البودكاست؟

8- ما أنواع البودكاست الأكثر فاعلية في تنمية الوعي الثقافي؟

9- ما طبيعة المضامين التي تتابعها عينة الدراسة في برامج البودكاست؟

10- ما أشكال تفاعل عينة الدراسة من الجمهور المصري مع برامج البودكاست؟

11- ما دوافع متابعة عينة الدراسة لبرامج البودكاست الثقافية؟

12- ما التأثيرات الاتصالية نتيجة متابعة عينة الدراسة لبرامج البودكاست الثقافية؟

فروض الدراسة:

الفرض الرئيسي الأول: توجد فروق معنوية ذات دلالة إحصائية بين أفراد عينة الدراسة فيما يتعلق بالاهتمام بمتابعة برامج البودكاست على مدار الأسبوع.

الفرض الرئيسي الثاني: توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين كثافة متابعة برامج البودكاست الثقافية ودوافع متابعة القضايا الثقافية في برامج البودكاست.

الفرض الرئيسي الثالث: توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين دوافع متابعة القضايا الثقافية في برامج البودكاست المتخصصة في ذلك وتقييم طريقة معالجة المعلومات الثقافية في برامج البودكاست في تنمية الوعي لدى الجمهور المصري.

الفرض الرئيسي الرابع: توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين ثقة عينة الدراسة في المحتوى الثقافي الذي يقدمه برامج البودكاست والتأثيرات التي تحققت من متابعة المعلومات الثقافية عبر برامج البودكاست.

الإجراءات المنهجية للدراسة:

1- نوع الدراسة: تنتمي هذه الدراسة إلى البحوث الوصفية، التي تهدف إلى تصوير

وتحليل وتقييم خصائص ظاهرة معينة، سواء من الناحية الكمية أو النوعية،

والهدف الرئيسي لهذه البحوث هو جمع معلومات دقيقة حول الظاهرة

المدرسة، بما في ذلك تركيبها وخصائصها والعوامل المؤثرة فيها، وفي سياق هذه

الدراسة، تهدف الباحثة إلى التعرف على تأثير تقنية البودكاست على الجمهور

المصري من الناحية المعرفية والوجدانية والسلوكية في المجال الثقافي، إضافة إلى دراسة دورها في تعزيز الوعي الثقافي، وهو ما يؤدي بدوره إلى زيادة معدلات تفاعل الجمهور معها.

2- منهج الدراسة: اعتمدت الباحثة على منهج المسح الإعلامي، الذي يعد من أبرز المناهج المستخدمة في الدراسات الإعلامية، خاصة في البحوث الوصفية، وهذا المنهج هو الأنسب لطبيعة الدراسة نظراً لقدرته على جمع وتحليل البيانات المتعلقة بتفاعل الجمهور مع برامج اليودكاست الثقافية بطريقة شاملة ودقيقة.

3- مجتمع عينة الدراسة: يتمثل المجتمع البشري في هذه الدراسة في أفراد الجمهور المصري، باختيار عينة عشوائية بلغ قوامها (400) مفردة من أفراد الجمهور من الذكور والإناث لتطبيق الدراسة عليهم، بسحب العينة من خلال استبانة إلكترونية على نماذج جوجل متاحة على الرابط:

<https://2u.pw/bSc12859>

خصائص عينة الدراسة:

جدول (1)

الخصائص الديموغرافية لعينة الدراسة الميدانية

ت	%	ك	البيانات الشخصية	
1	40.25%	161	ذكور	النوع
2	59.75%	239	إناث	
	100%	400	الإجمالي	
3	69%	276	من 18 إلى 35	العمر
2	20.5%	82	من 35 إلى 50	
1	10.5%	42	50 فأكثر	
	100%	400	الإجمالي	
1	23%	92	متوسط	نوع التعليم
2	77%	308	عالي	
	100%	400	الإجمالي	
2	30.5%	122	مرتفع	المستوى الاقتصادي والاجتماعي
3	45.25%	181	متوسط	
1	24.25%	97	منخفض	
	100%	400	الإجمالي	

يظهر الجدول السابق خصائص عينة الدراسة الميدانية من الجمهور المصري، وجاءت نسبة (59.75%) من عينة الدراسة من الإناث، في مقابل نسبة (40.25%) من عينة

الذكور، ما يشير إلى أن الإناث يُظهرن اهتماماً أكبر بالمشاركة أو أنهن أكثر حضوراً في هذه الفئة الدراسية، وجاءت الفئة العمرية الأكبر هي 18 إلى 35 سنة (69%)، يليها 35 إلى 50 سنة (20.5%)، ثم 50 سنة فأكثر (10.5%)، وهو ما يشير إلى أن الغالبية من الشباب، وهم الجمهور الأساسي المستهدف للبودكاست نظراً لطبيعتهم التقنية والانفتاح على وسائل الإعلام الرقمية، هو يؤكد أن برامج البودكاست تحتاج إلى التركيز على موضوعات تتناسب مع اهتمامات الشباب مثل التكنولوجيا، والترفيه، والقضايا الاجتماعية الحديثة. كما جاءت نسبة (77%) من المبحوثين يحملون تعليماً عالياً مقارنةً بالمعلمين تعليماً متوسطاً (23%)، وهو يشير إلى التعليم العالي يعزز الانخراط في وسائل الإعلام التي تقدم محتوى معرفياً وثقافياً، وجاءت نسبة (45.5%) من عينة الدراسة مستواها الاقتصادي متوسط، في مقابل نسبة (30.25%) دخلها الاقتصادي مرتفع ونسبة (24.25%) من عينة الدراسة دخلها الاقتصادي منخفض، وتشير نتائج توزيع المستوى الاقتصادي إلى أن الفئات المتوسطة تشكل الشريحة الأكبر، وهو ما يتطلب تقديم محتوى يناسب اهتماماتها واحتياجاتها الثقافية.

جدول (2)

الإحصاءات الوصفية لتغيرات الدراسة فيما يتعلق بالثبات للمقاييس

المقياس	عدد العبارات	معامل ألفا (معامل الثبات)	الصدق الذاتي	ت
طبيعة القضايا الثقافية التي تحرص عينة الدراسة على متابعتها في برامج البودكاست	7	0.732	85.5%	2
دوافع تعرض عينة الدراسة لبرامج البودكاست والمتعلقة بالثبات الثقافي	12	0.851	92.2%	4
أشكال تفاعل عينة الدراسة في المحتوى الثقافي عبر برامج البودكاست	8	0.802	89.5%	3
أسباب ثقة عينة الدراسة في المحتوى الصوتي الثقافي الذي يقدمه برامج البودكاست	6	0.765	87.4%	1
التأثيرات التي تحققت من متابعة المعلومات الثقافية عبر برنامج البودكاست	18	0.830	91.1%	5

تشير نتائج الجدول السابق إلى ارتفاع قيم معامل ألفا كرونباخ (الثبات) لمقاييس الدراسة، التي تهدف جميعها إلى تقييم تأثير برامج البودكاست الثقافية في بناء وتنمية

الوعي لدى الجمهور المصري، وتميزت جميع المقاييس بارتفاع مستوى الثبات بين عباراتها في تحقيق أهداف القياس، وبلغت القيمة الإجمالية لثبات الاستمارة بكل مقاييسها (89.6%)، مما يعكس قوة المقياس واتساقه، وجاء ترتيب قيم الثبات للمقاييس من الأعلى إلى الأدنى على النحو الآتي:

- جاءت قيمة معامل الثبات لمقياس طبيعة القضايا الثقافية التي تحرص عينة الدراسة على متابعتها في برامج البودكاست بقيمة (0.732).
- جاءت قيمة معامل الثبات لمقياس دوافع تعرض عينة الدراسة لبرامج البودكاست والمتعلقة بالشأن الثقافي بقيمة (0.851).
- جاءت قيمة معامل الثبات لمقياس أشكال تفاعل عينة الدراسة في المحتوى الثقافي عبر برامج البودكاست بقيمة (0.802).
- جاءت قيمة معامل الثبات لمقياس أسباب ثقة عينة الدراسة في المحتوى الصوتي الثقافي الذي يقدمه برامج البودكاست بقيمة (0.765).
- جاءت قيمة معامل الثبات لمقياس التأثيرات التي تحققت من متابعة المعلومات الثقافية عبر برنامج البودكاست بقيمة (0.830).
- أدوات جمع البيانات:
صُممت استبانة إلكترونية موحدة لجمع البيانات من الجمهور المصري بهدف تقييم تأثير البودكاست على حياتهم اليومية والتعليمية، إضافة إلى تأثيراته على سلوكياتهم واهتماماتهم.

- اختبار الصدق والثبات:
تم التحقق من صلاحية الاستبانة لجمع البيانات من خلال إجراء اختبارات الصدق والثبات على النحو الآتي:
- اختبار الصدق: يشير الصدق الظاهري إلى مدى قدرة الأداة على قياس المتغيرات النظرية أو المفاهيم المستهدفة بدقة، وللتأكد من صدق المقياس المستخدم في البحث، عُرضت الاستبانة على مجموعة من الخبراء والمتخصصين في مجالات مناهج البحث والإعلام والإحصاء.
- اختبار الثبات: يقصد بالثبات الوصول إلى نتائج متسقة عند تطبيق الأدوات والأساليب نفسها من قبل الباحثين على المادة العلمية ذاتها، وفي هذا السياق،

سعت الباحثة لتقليل التباين إلى الحد الأدنى من خلال التحكم في العوامل التي قد تؤثر عليه في جميع مراحل البحث، بتطبيق اختبار الثبات على عينة الدراسة بعد تحكيم الاستبانة، وبلغت النتيجة 96.7%، مما يثبت ثبات الاستمارة وصلاحيتها للتطبيق وتعميم النتائج.

التحليل الإحصائي للبيانات:

لتحليل بيانات الدراسة، استخدمت الباحثة برنامج التحليل الإحصائي (SPSS) لتحليل البيانات الميدانية، وتحديد مستوى الدلالة المعتمد في الدراسة الحالية ليشمل جميع اختبارات الفروض والعلاقات الارتباطية ومعاملات الانحدار، وقبول نتائج الاختبارات الإحصائية عند درجة ثقة تبلغ 95% فأكثر، أي عند مستوى معنوية 0.05 أو أقل، وقد اعتمدت الباحثة على الأساليب الإحصائية الآتية:

أولاً: المقاييس الوصفية:

استخدام التكرارات البسيطة والنسب المئوية، المتوسط الحسابي، والانحراف المعياري، الذي يشير إلى مدى تباعد أو تقارب القيم عن المتوسط الحسابي. وحساب الوزن النسبي باستخدام المعادلة الآتية:

$$\text{الوزن النسبي} = \text{الدرجة العظمى لأدنى عبارة} \div \text{المتوسط الحسابي} \times 100$$

ثانياً: الاختبارات الإحصائية:

توظيف اختبار "ت" للمجموعات المستقلة-Independent-Samples T (Test)، وتحليل التباين ذي البعد الواحد (One-way Analysis of Variance - ANOVA)، واستخدام معامل ارتباط بيرسون (Pearson Correlation Coefficient) لقياس قوة العلاقة بين المتغيرات.

أولاً: نتائج الدراسة الميدانية:

جدول (3)

عدد المبحوثين المتابعين لبرامج البودكاست

ت	%	ك	العبارة
2	89.6%	400	نعم
1	10.31%	46	لا
100		446	الإجمالي

تشير نتائج الجدول السابق إلى أن الغالبية العظمى من المبحوثين (89.6%) يهتمون ببرامج البودكاست، ما يعكس شعبيتها الكبيرة كوسيلة إعلامية فعالة تقدم محتوى ثقافياً واجتماعياً وترفيهيًا، وهذه النسبة المرتفعة تشير إلى إقبال الجمهور على هذه الوسيلة الحديثة مقارنة بالوسائل الإعلامية التقليدية، من جهة أخرى، تشير نسبة غير المتابعين (10.31%) إلى فئة صغيرة من العينة التي لا تتابع برامج البودكاست، وقد يكون ذلك نتيجة لقلّة الوعي بتلك البرامج، أو تفضيل وسائل إعلامية أخرى، أو ربما نقص في الاهتمام بالمحتوى الذي تقدمه برامج البودكاست، وقد أكدت دراسة هاشم وعبد الرحمن (2023) ارتفاع معدلات التعرض لبرامج البودكاست.

جدول (4)

معدل متابعة عينة الدراسة لبرامج البودكاست

ت	%	ك	العبارة
1	29.25%	117	دائماً
3	41%	164	أحياناً
2	29.75%	119	نادراً
100%		400	الإجمالي

يكشف الجدول السابق أن نسبة (41%) من عينة الدراسة تتابع برامج البودكاست بشكل غير منتظم، في مقابل نسبة (29.25%) من عينة الدراسة تتابع برامج البودكاست دائماً، وجاءت نسبة (29.75%) من عينة الدراسة تتابع برامج البودكاست نادراً، ونلاحظ من نتائج الجدول أن السلوك المستهدف ليس متكرراً بشكل دائم، إذ تنقسم العينة بشكل

رئيسي بين "أحياناً" و"نادراً"، وقد أكدت دراسة هاشم وعبد الرحمن (2023) على ارتفاع معدلات التعرض لبرامج البودكاست.

جدول (5)

عدد ساعات متابعة عينة الدراسة لبرامج البودكاست

العبارة	ك	%	ت
أقل من ساعة	217	54.25%	1
من ساعة لأقل من ثلاث ساعات	112	28%	2
أكثر من ثلاث ساعات	71	17.75%	3
الإجمالي	400	100%	

تظهر نتائج الجدول السابق أن نسبة (4.25%) من عينة الدراسة تتابع برامج البودكاست أقل من ساعة، في مقابل نسبة (28%) تتابع برامج البودكاست من ساعة لأقل من ثلاث ساعات، وجاءت نسبة (17.75%) من عينة الدراسة تتابع برامج البودكاست أكثر من ثلاث ساعات، ونلاحظ من نتائج الجدول السابق أنه يشير إلى أن معظم المشاركين يقضون وقتاً محدوداً في هذا النشاط، ربما بسبب ضغط الوقت، أو كونه لا يُعدُّ أولوية رئيسية بالنسبة لهم، أو يمكن أن يعكس طبيعة النشاط كونه سريع الإنجاز أو غير متطلب لوقت طويل، وتتفق النتائج السابقة مع ما توصلت إليه دراسات (منى هاشم وأمنية عبد الرحمن، 2023).

جدول (6)

عدد أيام متابعة عينة الدراسة لبرامج البودكاست

العبارة	ك	%	ت
من يوم لأقل من ثلاثة أيام	224	56%	1
من ثلاثة لأقل من ستة أيام	110	27.5%	2
يوميًا	66	16.5%	3
الإجمالي	400	100%	

تظهر نتائج الجدول السابق أن 56% من عينة الدراسة تتابع برامج البودكاست بمعدل من يوم إلى أقل من ثلاثة أيام، بينما 27.5% يتابعونها من ثلاثة إلى أقل من ستة أيام،

و16.5% يخصصون وقتاً يومياً للاستماع إليها، وتشير هذه النتائج إلى أن عينة الدراسة بوجه عام تُظهر اهتماماً بالتفاعل مع المحتوى الذي يقدمه البودكاست، فهناك من يخصص أياماً محددة للاستماع، وهو ما قد يرتبط بمحتوى مفضل لهم، بينما يفضل آخرون الاستماع يومياً، حتى وإن كانت الفترة الزمنية التي يخصصونها قصيرة.

جدول (7)

فترة بداية متابعة عينة الدراسة لبرامج البودكاست

ت	%	ك	العبارة
4	43%	172	منذ أقل من عام
3	36%	144	من عام إلى عامين
2	14.5%	58	من عامين إلى أربعة
1	6.5%	26	أربعة أعوام فأكثر
	100%	400	الإجمالي

تظهر نتائج الجدول السابق أن نسبة "منذ أقل من عام" (43%) من عينة الدراسة تتابع برامج البودكاست، وتمثل هذه الفئة النسبة الأكبر من العينة، مما يشير إلى أن أغلب المبحوثين بدأوا في متابعة برامج البودكاست مؤخراً، في مقابل نسبة (36%) "من عام إلى عامين" وتمثل هذه الفئة ثاني أكبر نسبة، مما يدل على أن كثيراً من المشاركين قد بدأوا متابعة البودكاست منذ فترة تتراوح بين عام وعامين، وجاءت نسبة (14.5%) من عينة الدراسة تتابع برامج البودكاست من عامين إلى أربعة، وهو ما يشير إلى أن هذه الفئة تمثل عدداً أقل من المبحوثين، مما يشير إلى أن نسبة أقل من العينة قد بدأوا في متابعة البودكاست منذ أكثر من عامين، وقد تدل هذه الفئة على الفئة المتخصصة أو المهتمة في مجالات معينة من البودكاست التي تطلب مدة أطول للتفاعل، وجاءت نسبة (6.5%) من أربع أعوام فأكثر و تمثل هذه الفئة أقل نسبة من العينة، مما يعني أن قلة من المشاركين كانوا يتابعون البودكاست منذ أكثر من أربع سنوات، وهو ما يعكس ذلك قلة الفئات التي تعتمد على البودكاست كوسيلة إعلامية رئيسية قبل تطور استخدامه وانتشاره في الآونة الأخيرة، ونلاحظ من النتائج أن الأغلبية من المشاركين بدأوا في متابعة برامج البودكاست

في السنوات الأخيرة (أقل من عام، أو من عام إلى عامين)، مما يشير إلى أن هذه الوسيلة الإعلامية أصبحت شائعة في الفترات الأخيرة، والفئات التي تتابع البودكاست منذ فترات أطول (أكثر من عامين) تمثل نسباً أقل، مما يبرز تحولاً تدريجياً في الاعتماد على البودكاست مصدراً للمحتوى الثقافي والترفيهي.

جدول (8)

نوعية برامج البودكاست المفضلة لدى عينة الدراسة

العبارة	ك	%	ت
ثقافي	241	60.25%	11
اجتماعي	227	56.75%	10
رياضي	196	49%	9
سياسي	148	37%	7
كوميدي	157	39.25%	8
ديني	72	18%	2
اقتصادي	96	24%	4
تعليمي	102	25.5%	6
فني	100	25%	5
علمي	65	16.25%	1
تكنولوجي	84	21%	3
الإجمالي	400		

يوضح الجدول السابق أن نسبة (60.25%) من عينة الدراسة تتابع المحتوى الثقافي عبر برامج البودكاست، مما يشير إلى أن أكثر من نصف المشاركين يفضلون الاستماع إلى برامج البودكاست التي تتناول الموضوعات الثقافية، وهو يعكس هذا التوجه زيادة الاهتمام بالثقافة والفنون والموضوعات الفكرية في المجتمع، مما يعكس رغبة في التثقيف الذاتي والتفاعل مع القضايا الثقافية المحلية والدولية، وجاءت نسبة المحتوى الاجتماعي (56.75%)، وهذا النوع حصل على ثاني أعلى نسبة من التفضيلات، وتشير النسبة إلى أن أغلب الباحثين يهتمون بالموضوعات الاجتماعية، مثل قضايا المجتمع والعلاقات الإنسانية، إضافة أن ذلك يشير إلى اهتمام عميق بالشؤون

الاجتماعية والأحداث اليومية، ويعكس قدرة البودكاست على جذب الجمهور المهتم بالتفاعل مع قضايا المجتمع وتطوراته، وجاءت نسبة المحتوى الرياضي (49%)، مما يعكس ذلك شعبية الرياضة كموضوع مفضل لكثيرين، سواء على الصعيد المحلي أو الدولي، مع تزايد الحضور الإعلامي للرياضة في وسائل الإعلام المختلفة، بينما جاءت نسبة المحتوى السياسي (37%)، ويعكس ذلك اهتماماً متواضعاً ولكن مستمر بالقضايا السياسية، إذ يفضل جزء من العينة متابعة البودكاست الذي يتناول قضايا السياسة المحلية والعالمية، وقد يكون هذا التوجه نتيجة لاهتمام المتابعين بالتطورات السياسية الراهنة، وجاءت نسبة المحتوى الكوميدي (39.25%)، وأظهرت العينة ميلاً معتدلاً لمتابعة البرامج الكوميديّة، وجاءت نسبة المحتوى الديني (18%)، وقد يرجع ذلك إلى تفضيل بعض الأفراد للموضوعات الأخرى على الموضوعات الدينية في وقتهم الترفيهي، على الرغم من أن بعض الأفراد قد يفضلون المحتوى الديني في سياقات معينة، وجاءت نسبة المحتوى الاقتصادي (24%)، ويظهر هذا النوع نسبة معتدلة من التفضيلات، ويعكس رغبة المشاركين في متابعة القضايا الاقتصادية، خاصة في فترات الأزمات الاقتصادية، أو لمتابعة الأخبار الاقتصادية بشكل عام، بينما جاءت نسب المحتوى العلمي والتكنولوجي والتعليمي في المرتبة الأخيرة بنسب متفاوتة، وهو ما يشير إلى أن يكون هذا نتيجة لانخفاض نسبة الاهتمام بالموضوعات العلمية مقارنةً بالأنواع الأخرى، إلا أن ذلك قد يكون مرتبطاً بقلة البرامج العلمية المتوفرة أو صعوبة بعض الموضوعات العلمية، ونلاحظ مما سبق زيادة تفضيلات الجمهور لمحتوى البودكاست المتعلق بالثقافة، والمجتمع، والرياضة، مما يشير إلى أن برامج البودكاست التي تتناول هذه الموضوعات يمكن أن تحظى بشعبية كبيرة، إذ أشارت دراسة مركز السياسات وبحوث العمليات (2021) إلى أن المستخدمين يهتمون بموضوعات متعددة، منها الإخباري والمحتوى الثقافى والاجتماعي، ويفضل المستجيبون العامة أكثر من اللغة الفصحى.

جدول (9)

أسماء برامج البودكاست التي تحرص عينة الدراسة على متابعتها

ت	%	ك	أسماء البرامج
1	18%	72	إية المشكلة
3	24%	96	خمسة بيزنس
8	49%	196	كارت أحمر
4	25.5%	102	دروس أون لاين
4	25.5%	102	علمي جداً
10	62.75%	251	البودكاسترز
2	21%	84	مهارات
9	54.5%	218	غين
7	39.5%	158	مصري كوميدي
11	68%	272	فنجان
6	37%	148	كلام ينور
5	26.75%	107	عقل غير هادئ
400			الإجمالي

يوضح الجدول تفضيلات الباحثين لأسماء برامج البودكاست التي يتابعونها، مع توزيع النسب المئوية لكل برنامج، ويعد برنامج "فنجان" الأكثر متابعة بين الباحثين، إذ أظهر (68%) من المشاركين تفضيلهم لهذا البرنامج، ما يشير إلى شعبية هذا البرنامج بين جمهور البودكاست في مصر، مما قد يدل على نوعية المحتوى المقدم أو أسلوب تقديم البرنامج الذي يتفاعل معه الجمهور بشكل كبير، وجاء في المرتبة الثانية برنامج "البودكاسترز" بنسبة (62.75%)، وهو ما يظهر أن هذا البرنامج يحظى بمتابعة كبيرة أيضاً، وقد يرتبط ذلك بتنوع محتواه أو بالشهرة التي حققها في الأوساط الثقافية والإعلامية، وجاءت نسبة برنامج "كارت أحمر" (49%)، وهذا البرنامج حصل على نسبة عالية من المتابعين، مما يعكس اهتمام الجمهور بمحتواه الرياضي أو الترفيهي، واحتل برنامج "غين" مكانة كبيرة في تفضيلات المشاركين بنسبة (54.5%)، وجاءت نسبة برنامج "كلام ينور" (37%)، وهو ما يشير إلى أن

المحتوى الفكري أو الثقافي لهذا البرنامج يحظى بشعبية، وقد يرتبط ذلك بتقديم موضوعات تثقيفية أو تحفيزية للمستمعين، وجاءت نسبة برنامج "عقل غير هادئ" (26.75%)، ويمكن أن يرتبط هذا البرنامج بموضوعات فلسفية أو نفسية، مما يفسر الاهتمام المتوسط به بين المشاركين، ثم برنامج "خمسة بيزنس" بنسبة (24%)، وهذا البرنامج من البرامج التي تحظى باهتمام بنسبة جيدة، إذ تفضل 24% من العينة متابعتها، وجاءت نسبة برنامج "دروس أون لاين" و"علمي جداً" (25.5%)، ويوضح هذا التوجه اهتماماً بالمحتوى التعليمي والعلمي، وهو ما يعكس رغبة المتابعين في توسيع مداركهم وزيادة معرفتهم في هذه المجالات، وجاءت نسبة برنامج "مصري كوميدى" (39.5%)، ويعكس هذا اهتماماً واضحاً بالمحتوى الكوميدي، وهو ما يشير إلى تفضيل البعض للبرامج التي تقدم ترفيحاً خفيفاً يساهم في تخفيف التوتر اليومي، ثم برنامج "إية المشكلة" بنسبة (18%)، وجاء هذا البرنامج في نهاية قائمة التفضيلات، وقد يشير ذلك إلى محدودية التفاعل مع هذا البرنامج مقارنة بالبرامج الأخرى، وهو ما قد يكون ناتجاً عن عدم تنوع المحتوى أو قلّة الانتشار الإعلامي له، كما أضافت دراسة بوجرارة وعثمان (2021) أن برامج البودكاست على يوتيوب لها دور في نشر المعارف والموضوعات التي تكسب الجمهور خبرات وثقافات متعددة.

جدول (10)

انضمام عينة الدراسة للمجموعات الثقافية المتعلقة ببرامج البودكاست

ت	%	ك	العبرة
1	6.75%	27	منضم لعدد من المجموعات الثقافية المتاحة عبر برامج البودكاست
2	29.75%	119	منضم لمجموعات معينة تناقش محتوى ثقافياً محدداً في برامج البودكاست
3	63.5%	254	منضم لمجموعة واحدة فقط تناقش محتوى واحداً أفضله عبر أحد برامج البودكاست
	100%	400	الإجمالي

تُظهر نتائج الجدول السابق أن هناك تبايناً في عدد المشاركين في المجموعات الثقافية عبر برامج البودكاست، مما يعكس تفضيلات متنوعة بين الأفراد في طريقة تفاعلهم مع المحتوى الثقافي عبر هذه الوسائط: "منضم لمجموعة واحدة فقط" بنسبة (63.5%)، ما

يشير إلى أن غالبية عينة الدراسة تفضل الانضمام لمجموعة ثقافية واحدة تُركز على موضوع أو نوع من المحتوى الذي يفضله المستمعون، وهذه النسبة المرتفعة توضح أن المستمعين يفضلون التخصص والعمق في الموضوعات التي يتابعونها، ما يعكس رغبتهم في الانغماس في محتوى ثقافي محدد دون التشتت بين موضوعات متنوعة، وجاءت نسبة "منضم لمجموعات معينة تناقش محتوى ثقافياً محددًا" (29.75%)، ويشير ذلك إلى أن المشاركين يتابعون محتوى ثقافياً مخصصاً ضمن مجموعات متنوعة، وهو ما يعكس ميولاً للاستفادة من تنوع الموضوعات الثقافية وتوسيع الأفق المعرفي، على الرغم من أن هذه النسبة أقل من فئة المنضمين لمجموعة واحدة فقط، وجاءت نسبة "منضم لعديد من المجموعات الثقافية المتاحة عبر برامج البودكاست" (6.75%) من المشاركين فقط ينضمون لعديد من المجموعات الثقافية المتاحة، وهو ما يشير إلى أن قليلاً من الأفراد يفضلون التعددية في مجموعات البودكاست الثقافية التي يتابعونها، مما قد يعكس عدم رغبتهم في التشتت أو التركيز على نوع معين من المحتوى، ونلاحظ مما سبق التنوع في الاهتمامات الثقافية على الرغم من التوجه الكبير نحو الانضمام لمجموعة واحدة، إلا أن هناك أيضاً نسبة ليست قليلة (29.75%) تفضل التنوع في المجموعات التي تنضم إليها، مما يعكس تنوع الاهتمامات الثقافية بين أفراد عينة الدراسة، وقد هدفت دراسة (كنفاج، 2023) إلى تسليط الضوء على موضوع صناعة المضامين الإعلامية العربية في البيئة الرقمية عبر المدونات الصوتية البودكاست.

جدول (11)

طبيعة المضمون الذي يجذب عينة الدراسة إلى متابعته عبر برامج البودكاست

الوزن النسبي	الانحراف المعياري	المتوسط	غير موافق		إلى حد ما		موافق		العبارة
			%	ك	%	ك	%	ك	
69.0	0.818	2.07	30.3	121	32.8	131	37	148	مناقشات الفعاليات الثقافية والفنية في مصر
72.0	0.832	2.16	27.8	111	28.2	113	44	176	موضوعات تتعلق بالتاريخ والتراث المصري
82.7	0.656	2.48	9	36	34.5	138	56.5	226	برامج تعليمية تقدم محتوى معرفيا في مختلف المجالات
62.3	0.749	1.87	33.5	142	42.3	169	22.3	89	تحليلات ومراجعات للأحداث السياسية والاجتماعية في مصر
73.0	0.807	2.19	24.8	99	31.5	126	43.8	175	قصص نجاح شخصية وتجارب ملهمة من المجتمع المصري
73.0	0.807	2.19	24.8	99	31.5	126	43.8	270	محتوى ترفيهي، مثل الفكاهة والقصص الممتعة
72.3	0.796	2.17	24.8	99	34	136	41.3	165	حوارات مع شخصيات عامة ومتخصصة في مجالات مختلفة

يظهر الجدول السابق مستوى اتفاق أفراد العينة مع محتوى كل نوع من هذه الموضوعات من خلال ثلاث فئات رئيسية (موافق، إلى حد ما، غير موافق)، مع حساب المتوسط والانحراف المعياري لكل نوع من المحتوى، كما يقدم الجدول الوزن النسبي لجاذبية كل موضوع بناءً على تقييمات العينة، مما يتيح فهماً واضحاً لترتيب أولويات الجمهور وتفضيلاتهم عند متابعة برامج البودكاست، وجاءت الموضوعات الأكثر جاذبية على النحو الآتي: البرامج التعليمية، حصلت على أعلى متوسط (2.48) وأعلى وزن نسبي (82.7%)، ويظهر ذلك أن عينة الدراسة تفضل بشدة المحتوى الذي يقدم معرفة متخصصة ومفيدة في مجالات متنوعة، ثم التراث والتاريخ المصري بمتوسط (2.16) ووزن نسبي (72.0%)، يُظهر اهتماماً كبيراً بالموضوعات التي تعزز الهوية الثقافية والوطنية، بينما جاءت الموضوعات الجذابة إلى حد ما كما يلي: قصص النجاح الشخصية، جذبت نسبة كبيرة من العينة بمتوسط (2.19) ووزن نسبي (73.0%)، مما يشير إلى أهمية الجانب الإنساني

والتحفيزي في جذب الانتباه، والمحتوى الترفيهي ويشترك في المتوسط والوزن النسبي نفسه مع قصص النجاح (2.19 و 73.0%)، مما يبرز حب العينة للمحتوى الممتع والخفيف، ثم حوارات مع شخصيات عامة: متوسطة الجاذبية بمتوسط (2.17) ووزن نسبي (72.3%)، بينما جاءت الموضوعات الأقل جاذبية كما يلي: مناقشات الفعاليات الثقافية والفنية: متوسط (2.07) ووزن نسبي (69.0%)، مما يشير إلى أن هذا المحتوى يحتل مرتبة أقل أهمية مقارنةً بالموضوعات الأخرى، وتحليلات سياسية واجتماعية: حصلت على أقل متوسط (1.87) وأدنى وزن نسبي (62.3%)، مما يشير إلى أن هذا النوع من المحتوى أقل جاذبية للعينة، ونلاحظ مما سبق أن البيانات تشير إلى أن العينة تفضل التوازن بين التعليم والترفيه، مع تركيز على القصص التي تعزز القيم الإيجابية.

جدول (12)

دوافع تعرض عينة الدراسة لبرامج البودكاست الثقافية

الوزن النسبي	الانحراف المعياري	المتوسط	غير موافق		إلى حد ما		موافق		العبارة
			%	ك	%	ك	%	ك	
78.0	0.688	2.23	12.5	50	41.046.0	166	46.0	172	تنوع القضايا الثقافية المنشورة عبر برامج البودكاست بالمجالات المختلفة
75.0	0.732	2.25	17.5	70	40.0	184	43.0	168	إمكانية تقديم محتوى مرئي ثقافي لجانب المحتوى الصوتي مما يجعل هناك ثراءً معلوماتياً بصرياً
75.0	0.704	2.25	15.5	62	44.5	162	42.0	160	الاستماع لبرامج البودكاست الصوتية بهدف التسلية وتمضية الوقت
74.0	0.69	2.22	15.0	60	47.5	178	40.0	150	تزيد المعلومات الصوتية على برامج البودكاست من إدراكي للقضايا المصرية الثقافية

الوزن النسبي	الانحراف المعياري	المتوسط	غير موافق		إلى حد ما		موافق		العبرة
			%	ك	%	ك	%	ك	
72.0	0.725	2.18	19.0	76	44.5	190	37.0	146	يتلاءم التطبيق الصوتي الثقافى مع احتياجاتي الثقافية والمعرفية عن بقية التطبيقات الأخرى
72.0	0.732	2.16	20.0	80	44.0	178	36.0	144	استخدام المحتوى الثقافى الصوتي للتداول مع الآخرين وفتح مجالات جديدة للتداول
71.0	0.758	2.13	23.0	92	41.0	176	36.0	144	اتسام برامج البودكاست الصوتية بخاصية الأرشفة الإلكترونية
70.0	0.719	2.1	21.5	86	47.5	164	31.0	124	سهولة إنتاج محتوى ثقافى رقمي صوتي ونشره عليه
70.0	0.701	2.1	20.0	80	50.0	190	30.0	120	متابعة المدونين/ المؤثرين الثقافيين المفضلين لهم عبر برامج البودكاست
68.7	0.74	2.06	24.5	98	45.0	200	30.0	122	متابعة تعليقات الجمهور على المحتوى الثقافى المنشور ببرامج البودكاست والتفاعل معها
67.7	0.745	2.03	26.0	104	45.0	180	29.5	118	تنوع المحتوى المعلوماتي الثقافى الصوتي المقدم عبر برامج البودكاست

يعرض الجداول العوامل التي تدفع عينة الدراسة للاستماع إلى برامج البودكاست الثقافية، ويعتمد التحليل على المتوسط الحسابي، والانحراف المعياري، والوزن النسبي، لفهم درجة تأثير كل دافع على الجمهور.

أولاً: تحليل الدوافع الرئيسية:

تنوع القضايا الثقافية المنشورة عبر برامج البودكاست، وحصلت على متوسط: 2.23، وانحراف معياري: 0.688 ووزن نسبي: 78.0٪، ويظهر هذا الدافع أعلى وزن نسبي، ما يعكس أهمية التنوع في المحتوى الثقافي لجذب الجمهور، والانحراف المعياري المنخفض يشير إلى توافق كبير بين المشاركين تجاه هذا العامل، بينما جاء إمكانية تقديم محتوى مرئي بجانب الصوتي بمتوسط: 2.25 وانحراف معياري: 0.732 ووزن نسبي: 75.0٪، وهو يؤكد أن الجمع بين المحتوى الصوتي والمرئي يثري التجربة الثقافية، والانحراف المعياري يظهر تفاوتاً نسبياً في الآراء، مما قد يرتبط بتفاوت تفضيلات الفئات العمرية أو التقنية، بينما حصل الاستماع للتسليّة وتمضية الوقت على متوسط: 2.25، وانحراف معياري: 0.704، ووزن نسبي: 75.0٪، ويشير الوزن النسبي المرتفع إلى أن الجمهور يستمتع للبودكاست الثقافي وسيلة للترفيه، مما يعكس أهمية تقديم محتوى ثقافي بأسلوب ممتع.

ثانياً: الدوافع ذات الأهمية المتوسطة:

جاءت زيادة الإدراك بالقضايا المصرية الثقافية بمتوسط: 2.22 وانحراف معياري: 0.69 ووزن نسبي: 74.0٪، ويُعد هذا دافعاً رئيسياً؛ إذ يسهم المحتوى الصوتي في توعية الجمهور بالقضايا الثقافية المحلية، والانحراف المعياري المنخفض يشير إلى اتفاق كبير، يليه تلبية الاحتياجات الثقافية والمعرفية فقد بلغ متوسطه 2.18 والوزن النسبي 72.0٪ والانحراف المعياري 0.72، وهو يشير إلى أن المستمعين يجدون تطبيقات البودكاست الصوتية مفيدة لتلبية احتياجاتهم مقارنة بالتطبيقات الأخرى، وجاء للتحاور وفتح مجالات جديدة للنقاش بمتوسط 2.16، ووزن نسبي 72.0٪، وانحراف معياري 0.732.

ويبرز استخدام البودكاست منصة لتحفيز النقاش الثقافي، وهو دافع مهم ولكن متوسط مقارنة بالعوامل الأخرى.

ثالثاً: الدوافع الأقل أهمية:

جاءت خاصية الأرشفة الإلكترونية بمتوسط 2.13 ووزن نسبي 71.0٪، وانحراف معياري 0.758، وتُعد خاصية الأرشفة محفزاً مهماً، لكنها ليست أساسية مثل التنوع

الثقافة أو الجمع بين الصوت والصورة، يليه سهولة إنتاج المحتوى الثقافى الصوتي، وقد حصل على متوسط 2.10 ووزن نسبي 70.0% وانحراف معياري 0.719، ويظهر مما سبق أن السهولة في إنتاج المحتوى ونشره تحفز البعض، لكنها ليست من أبرز الأسباب، وجاء متابعة المدونين والمؤثرين الثقافيين بمتوسط 2.10، ووزن نسبي 70.0%، وانحراف معياري 0.701، ما يشير إلى أن متابعة المؤثرين تأتي في مرتبة متأخرة نسبياً مقارنة بالدوافع الأخرى، ربما بسبب تفضيل المستمعين للموضوعات الثقافية المتنوعة على الشخصيات نفسها، وتتفق نتائج الدراسة الحالية مع دراسة (ماجد بن فهد الشيباني، 2022) بأن الدوافع النفسية تغلب على الدوافع الطقوسية، كما أشارت إلى أن الدوافع النفسية تغلبت على الدوافع الطقوسية، كما أشارت إلى أن من أبرز دوافع التعرض وتتبع الحلقات الثمانية التعليمية كانت متابعة الأحداث والاشتراك في المحطات الوطنية واكتساب القدرة على التفكير والابتكار.

جدول (13)

مستويات المقياس العام لدوافع تعرض عينة الدراسة لبرامج البودكاست الثقافية

ت	%	ك	مجمّل المقياس
3	57.75%	231	مرتفع
2	29%	116	متوسط
1	13.25%	53	منخفض
	100%	400	الإجمالي

تُظهر نتائج الجدول السابق توزيعاً واضحاً لآراء الباحثين في مجمل مقياس التقييم، مع تباين في النسب المئوية بين الفئات المختلفة: فئة "مرتفع" (57.75%) وتمثل النسبة الكبرى من المشاركين، ويشير ذلك إلى أن معظم أفراد عينة الدراسة يرون التقييم العام للمقياس قوياً، مما يدل على رضاهم العام عن موضوع الدراسة أو المقياس المستخدم، وقد يعكس ذلك أيضاً أن الباحثين يشعرون بتأثير ملحوظ من المقياس في المجال الثقافى أو التوعوي، وجاءت نسبة فئة "متوسط" (29%)، فنسبة 29% من المشاركين قيموا المقياس على أنه متوسط، وهذه النسبة تشير إلى أن هناك جزءاً من العينة يرون أن المقياس قد يحتاج إلى تحسين، أو قد لا يكون له التأثير المتوقع بدرجة كبيرة، ولكن لا

يزال ذا قيمة معينة بالنسبة لهم، وجاءت نسبة فئة "منخفض" (13.25%)، وهو يشير إلى أن المشاركين قيّموا المقياس على أنه منخفض، مما يشير إلى أن هذه الفئة لا تشعر بأن المقياس يحقق الأثر المرجو، أو قد يواجهون صعوبة في ارتباطه بالقضايا أو الموضوعات الثقافية المستهدفة.

جدول (14)

تقييم عينة الدراسة لموضوعية مناقشة برامج البودكاست للفاعليات الثقافية في مصر

ت	%	ك	العبارة
2	25.75%	103	ممتازة
3	65.25%	261	جيدة جداً
1	9%	36	جيدة
	100%	400	الإجمالي

تُظهر نتائج الجدول السابق توزيع تقييمات عينة الدراسة للعبارات المعروضة، التي تشير إلى جودة أو مستوى معين لعنصر ما في الدراسة، والتوزيع يوضح آراء الباحثين في الجودة بشكل عام، مع تباين في النسب المئوية بين الفئات المختلفة، وجاءت نسبة جيدة جداً (65.25%)، وهو يشير إلى أن المشاركين قيّموا العنصر المعروض في الدراسة بأنه "جيد جداً"، ويشير هذا إلى أن غالبية الباحثين يرون أن الجودة أو الأداء في هذه الفئة قد استوفى توقعاتهم بشكل جيد جداً، وهذه النسبة تدل على رضا كبير من المشاركين، مما يعكس تقييماً إيجابياً بشكل عام، وجاءت نسبة فئة "ممتازة" (25.75%)، وهو يوضح أن المشاركين قيّموا العنصر بأنه "ممتاز"، على الرغم من أنها نسبة أقل مقارنة بفئة "جيدة جداً"، إلا أن هذه النسبة تشير إلى وجود مجموعة من الباحثين الذين يشعرون بأن العنصر المعروض قد تجاوز توقعاتهم بشكل إيجابي، ويعدونه في مستوى عالٍ من الجودة، وجاءت نسبة فئة "جيدة" (9%)، وتظهر النتائج أن الباحثين قيّموا العنصر بأنه "جيد"، وهي أقل فئة في هذا التوزيع، وتشير هذه النسبة إلى أن هذه الفئة قد تجد أن العنصر قد لا يكون ذا مستوى استثنائي، ولكن يعدونه مقبولاً أو مرضياً بشكل عام.

جدول (15)

تقييم عينة الدراسة لطريقة معالجة المعلومات الثقافية في برامج البودكاست في مصر

ت	%	ك	العبارة
4	35.25%	141	شاملة ومتعمقة
5	57.25%	229	متوازنة وموضوعية
2	2.25%	9	سطحية وغير كافية
3	5%	20	متحيزة وغير موضوعية
1	0.75%	3	غير مناسبة تماماً
100%		400	الإجمالي

الجدول السابق يظهر تقييم عينة الدراسة لطريقة معالجة المعلومات الثقافية في برامج البودكاست في مصر وفقاً لخمسة فئات تمثل مستوى دقة وشمولية تلك المعالجة، وجاءت متوازنة وموضوعية في المرتبة الأولى، وتشكل هذه الفئة النسبة الأكبر (57.25%)، مما يدل على أن الغالبية العظمى من المشاركين يرون أن المعالجة في برامج البودكاست تُقدّم بطريقة متوازنة وموضوعية، مما يشير إلى أن المستمعين يقدرّون الحيادية والموضوعية في البرامج الثقافية، ويشعرون أن المعلومات المقدمة ليست منحازة أو موجهة، مما يعكس مستوى عالياً من الجودة والمصداقية لدى القائمين على تلك البرامج، وجاءت في المرتبة الثانية شاملة ومتعمقة، وهذه الفئة تمثل 35.25% من العينة، مما يدل على أن نسبة كبيرة من المشاركين يرون أن معالجة المعلومات الثقافية تُقدّم بشكل شامل وعميق، ويشير ذلك إلى أن عديداً من برامج البودكاست الثقافية في مصر تقدم محتوى غنياً يعالج الموضوعات الثقافية بطرق متعمقة تشمل كل الجوانب والمجالات ذات الصلة، ما يعزز من مصداقيتها وجودتها في نظر المستمعين، وجاء في المنزلة الثالثة متحيزة وغير موضوعية، وهذه الفئة تمثل 5% من العينة، وهي نسبة غير مرتفعة لكنها تشير إلى وجود بعض البرامج التي قد يعترض المستمعون على تحيزها أو افتقارها للحيادية، وجاءت في المرتبة الرابعة سطحية وغير كافية وقد بلغت نسبتها 2.25%، هذه النسبة الصغيرة تشير إلى أن القليل من المستمعين يشعرون بأن المحتوى الثقافي في بعض برامج البودكاست يفتقر إلى العمق الكافي، أو لا يتناول القضايا

بشكل متكامل، وهو مؤشر على وجود بعض التحديات في تقديم محتوى ثقافي غني، وجاءت في المرتبة الأخيرة غير مناسبة تماماً بنسبة 0.75%، وهذه الفئة تمثل 0.75% فقط من العينة، ما يدل على أن نسبة ضئيلة من المشاركين يجدون أن المعالجة غير مناسبة تماماً، وهو ما يظهر أن القليل من المستمعين يرون أن برامج البودكاست الثقافية لا تلبي احتياجاتهم، أو لا تتناسب مع اهتماماتهم الثقافية، وهذا يشير إلى أن هناك احتمالاً ضئيلاً لوجود فئة غير راضية تماماً.

جدول (16)

تأثير طريقة معالجة المعلومات الثقافية في برامج البودكاست في رفع الوعي

الوزن النسبي	الانحراف المعياري	المتوسط	غير موافق		إلى حد ما		موافق		العبارة
			%	ك	%	ك	%	ك	
78.3	0.678	2.35	11.5	46	41.5	166	47.0	188	تسهم في تعزيز الوعي الثقافي بشكل كبير جداً
75.3	0.71	2.26	15.5	62	43.0	172	41.5	166	تقدم محتوى معرفياً مميزاً يساهم في توسيع المدارك
79.3	0.653	2.38	9.5	38	43.0	172	47.5	190	تلهم الجمهور لاستكشاف موضوعات ثقافية جديدة
75.3	0.681	2.26	13.5	54	47.0	188	39.5	158	تُبرز القضايا الثقافية بأسلوب شائق ومؤثر
73.0	0.711	2.19	17.5	70	46.0	184	36.5	164	تساعد على توصيل معلومات ثقافية بطرق مبتكرة
79.7	0.662	2.39	10.0	40	41.5	166	48.5	194	تسهم في زيادة التفاعل مع القضايا الثقافية
77.7	0.65	2.33	10.0	40	47.0	188	43.0	172	تدعم التوعية بالموروث الثقافي وتقديره

الجدول السابق يعرض تقييم العينة لطريقة معالجة المعلومات الثقافية في برامج البودكاست في مصر وأثرها على رفع الوعي الثقافي، ويتوزع التقييم على عدة عبارات تعكس تأثير البرامج في تعزيز الوعي الثقافي، وتحفيز التفكير والنقاش تجاه الموضوعات الثقافية، وجاء في المرتبة الأولى تسهم في زيادة التفاعل مع القضايا الثقافية، وبلغت نسبة الانحراف المعياري 0.662 والوزن النسبي 79.7%، ويشير هذا التقييم إلى أن برامج البودكاست تساهم بشكل كبير في

زيادة التفاعل مع القضايا الثقافية، والنتائج تظهر أن البودكاست ليس مجرد وسيلة نقل للمعلومات، بل يشجع التفاعل والنقاش في القضايا الثقافية، يليها في المرتبة نفسها تُلهم الجمهور لاستكشاف موضوعات ثقافية جديدة، ووصلت نسبة الانحراف المعياري 0.653 والوزن النسبي 79.3%، وهذه النتيجة تعكس قوة تأثير برامج البودكاست في تحفيز الجمهور لاستكشاف موضوعات ثقافية جديدة.

وجاءت في المرتبة الثانية تسهم في تعزيز الوعي الثقافي بشكل كبير جداً بانحراف معياري 0.678، ووزن نسبي 78.3%، وهذه النتيجة تشير إلى أن نسبة كبيرة من المشاركين (88.5%) يتفوقون على أن برامج البودكاست تسهم بشكل كبير في تعزيز الوعي الثقافي، سواء بشكل مباشر أو غير مباشر، وجاءت في المرتبة الثالثة تدعم التوعية بالموثوث الثقافي وتقديره وبلغت نسبة الانحراف المعياري 0.65 والوزن النسبي 77.7%، وهذه النتيجة تُظهر أن برامج البودكاست تسهم في تعزيز الوعي بالموثوث الثقافي والتقدير له، وهو ما يعكس أهمية هذه البرامج في دعم الهوية الثقافية، وجاء في المرتبة الرابعة نفسها كلٌّ من تبرز القضايا الثقافية بأسلوب شائق ومؤثر وتقدم محتوى معرفياً مميّزاً يسهم في توسيع المدارك، بوزن نسبي 75.3%، وتشير هذه النتيجة إلى أن أغلب المشاركين يجدون أن برامج البودكاست قادرة على معالجة القضايا الثقافية بأسلوب مؤثر وشائق، وجاء في المرتبة الأخيرة ساعد على توصيل معلومات ثقافية بطرق مبتكرة، وبلغت نسبة الانحراف المعياري 0.711 والوزن النسبي 73.0%، ويعكس هذا التقييم قدرة برامج البودكاست على تقديم محتوى ثقافي بطرق مبتكرة، وهو ما يُعزز تأثيرها في تعزيز الوعي الثقافي، والنسبة الإجمالية المؤيدة (82.5%) تشير إلى أن معظم المستجيبين يرون طرق معالجة المعلومات مبتكرة وفعّالة.

جدول (17)

مستوى المقياس العام لتقييم المبحوثين لتأثير طريقة معالجة المعلومات الثقافية في برامج البوداكاست في رفع الوعي

ت	%	ك	مجمَل المقياس
1	8.5%	34	مرتفع
2	44%	176	متوسط
3	47.5%	190	منخفض
	100%	400	الإجمالي

الجدول المعروض يتناول تقييم نتائج مقياس واحد وفقاً لتوزيع النسب المئوية في ثلاث فئات رئيسية هي "مرتفع"، "متوسط"، و"منخفض"، تصف تقييم العينة لعدد من الخصائص، وجاءت فئة النسبة الأكبر من العينة 47.5% ترى أن المقياس منخفض، وهذا يعكس أن معظم المشاركين لا يعدون المعايير المرتبطة بالمقياس محققة لأداء أو تأثير مرتفع، وهذه النسبة تشير إلى عدم الرضا أو التقليل من فاعلية المقياس بشكل عام، بينما جاءت فئة متوسط في المرتبة الثانية بنسبة 44% من العينة قيمت المقياس، وهو ما يمثل غالبية المشاركين تقريباً، وهذا يشير إلى أن المعايير أو العوامل المرتبطة بالمقياس تتسم بمستوى متوسط من الأداء أو التأثير، ويعني أن هذه الفئة تعكس حالة من التوازن أو القبول الجزئي، وجاءت في المرتبة الأخيرة فئة مرتفع بنسبة 8.5%، وهذه النسبة تُظهر أن 8.5% فقط من العينة قيموا المقياس على أنه "مرتفع"، بمعنى آخر، أقلية قليلة جداً ترى أن المعايير أو الفئات المرتبطة بالمقياس تحقق مستوى مرتفعاً من الأداء أو التأثير، وهو ما يتفق مع ما توصلت إليه دراسة (CRAIG, ET. AL, 2023) بخصوص دوافع استماع الطلاب الجامعيين للبوداكاست ومواقفهم وسلوكياتهم، ووجدت هذه الدراسة ثلاثة دوافع لاستخدام البوداكاست: 1. الترفيه، 2. الهروب، 3. المعلومات.

جدول (18)

مستوى ثقة عينة الدراسة في المحتوى المقدم عبر برامج البودكاست

ت	%	ك	العبرة
3	59.57%	239	دائماً
2	31.5%	126	أحياناً
1	8.75%	35	نادراً
100		400	الإجمالي

يعرض الجدول السابق توزيع النسب المئوية لعدد المشاركين في عينة الدراسة تجاه تكرار حدوث ظاهرة أو سلوك معين بناءً على ثلاثة خيارات: دائماً، أحياناً، نادراً، وجاءت دائماً في المرتبة الأولى بنسبة 59.57%، وهذه النسبة تُظهر أن المشاركين يعدون أن الظاهرة أو السلوك المعني يحدث دائماً، ويشير ذلك إلى أن غالبية العينة تشهد حدوث الظاهرة باستمرار أو بتكرار، وجاءت في المرتبة الثانية فئة أحياناً بنسبة 31.5%، وهو يؤكد أن المشاركين أشاروا إلى أن الظاهرة تحدث أحياناً، مما يدل على وجود تكرار جزئي لهذه الظاهرة أو السلوك بين المشاركين، ولكنه ليس دائماً، وجاءت في المركز الأخير نادراً بنسبة 8.75%، وتظهر النتائج أن المشاركين أفادوا بأن الظاهرة تحدث نادراً، وهذه النسبة تُظهر أن قلة من المشاركين فقط لا يشهدون حدوث الظاهرة بانتظام.

جدول (19)

أسباب الثقة في المحتوى الصوتي الثقائي الذي يقدمه برامج البودكاست

الوزن النسبي	الانحراف المعياري	المتوسط	غير موافق		إلى حد ما		موافق		العبرة
			%	ك	%	ك	%	ك	
75.3	0.649	2.26	11.5	46	51.5	206	37.0	148	تقديم محتوى موثق ومعتمد من مصادر موثوقة ومعروفة
78.0	0.705	2.34	13.5	54	38.5	154	48.0	192	استضافة خبراء ومتخصصين في الموضوعات الثقافية
75.0	0.69	2.25	14.5	58	46.5	186	39.0	156	الموضوعات تُعالج بموضوعية وحيادية عالية

الوزن النسبي	الانحراف المعياري	المتوسط	غير موافق		إلى حد ما		موافق		العبرة
			%	ك	%	ك	%	ك	
80.3	0.643	2.41	8.5	34	42.0	168	49.5	198	البرامج تعتمد على أسلوب دقيق ومبنى على البحث العلمي
77.0	0.74	2.31	16.5	66	35.5	142	48.0	192	تفاعل الجمهور مع المحتوى وتقييمه الإيجابي للمعلومات المقدمة
74.7	0.737	2.24	18.0	72	40.0	160	42.0	168	تقديم محتوى حصري ومميز يصعب العثور عليه في وسائل أخرى

يعرض الجدول السابق بيانات تتعلق برأي عينة الدراسة في محتوى برامج البودكاست الثقافية في مجموعة من الجوانب، وجاءت البرامج تعتمد على أسلوب دقيق ومبنى على البحث العلمي في المرتبة الأولى بانحراف معياري 0.643 ووزن نسبي بنسبة 80.3، وهو ما يؤكد أن غالبية الباحثين يرون البرامج تعتمد على أسلوب دقيق ومبنى على البحث العلمي بشكل كامل، بينما جاءت في المركز الثاني استضافة خبراء ومتخصصين في الموضوعات الثقافية بانحراف معياري 0.705 ووزن نسبي 78.0، وهو ما يشير إلى رضا واسع النطاق عن الاختيار الجيد للضيوف في برامج البودكاست، بينما جاء في المركز الثالث تفاعل الجمهور مع المحتوى وتقييمه الإيجابي للمعلومات المقدمة بانحراف معياري 0.74 ووزن نسبي 77.0، ويرى المشاركون أن تفاعل الجمهور إيجابي مع المحتوى، ما يشير إلى نجاح البرامج في جذب التفاعل، وجاء في المرتبة الرابعة بالتساوي كل من تقديم محتوى موثوق ومعتمد من مصادر موثوقة ومعروفة والموضوعات تُعالج بموضوعية وحيادية عالية بوزن نسبي 75.3، وهو يشير إلى أن الباحثين يرون أن الموضوعات تُعالج بموضوعية إلى حد ما، وجاء في المرتبة الأخيرة تقديم محتوى حصري ومميز يصعب العثور عليه في وسائل أخرى بانحراف معياري 0.73 ووزن نسبي 74.7٪، مما يشير إلى أن المشاركين يوافقون على أن المحتوى حصري ومميز، ويوضح أن نسبة جيدة من العينة تجد في المحتوى ميزة فريدة، واتفقت نتائج الدراسة مع ما توصلت إليه

دراسة (هبة محمد 2023)، كما أظهرت نتائج الدراسة الميدانية أن معظم المشاركين يثقون في البودكاست الإخباري "بدرجة متوسطة"، بنسبة بلغت 64.7٪، مما يعكس تأثير هذه البرامج على الجمهور، ولكن بدرجات متفاوتة استناداً إلى مجموعة من العوامل.

جدول (20)

مستويات المقياس العام لأسباب ثقة عينة الدراسة في المحتوى الثقافى المقدم عبر برامج البودكاست

ت	%	ك	مجمّل المقياس
3	53.5	214	مرتفع
2	36.25%	145	متوسط
1	10.25%	41	منخفض
	100%	400	الإجمالي

يعرض الجدول السابق توزيع نسب الثقة التي يضعها المشاركون في المحتوى الثقافى الذي يُقدّم عبر برامج البودكاست، وجاءت فئة مرتفع في المركز الأول، فأكثر من نصف العينة (53.5%) يثقون في المحتوى الثقافى المقدم عبر برامج البودكاست بشكل مرتفع، وهذه النسبة العالية تشير إلى أن القسم الأكبر من المشاركين يعدون المحتوى ذا مصداقية وجودة عالية، مما يعكس أن هذه البرامج تمكنت من بناء سمعة جيدة أو إثبات جودتها لدى جمهورها، وجاءت فئة متوسط في المركز الثاني بنسبة 36.25٪، وهو ما يوضح أن المشاركين يرون أن ثقتهم في المحتوى الثقافى متوسطة، وهذه النسبة تشير إلى أن نحو ثلث العينة ما يزالون غير متأكدين تماماً من مصداقية أو دقة المحتوى المقدم، ويمكن تفسير هذه النتيجة على أنها شريحة من الجمهور التي ترى أن المحتوى قد يكون مفيداً إلى حد ما، ولكن هناك تحفظات أو شكوك بشأن بعض المعلومات المقدمة أو طريقة المعالجة، وربما يتطلب الأمر مزيداً من التوثيق أو التحقق من مصادر المحتوى لرفع الثقة إلى مستويات أعلى، وجاء في المركز الأخير فئة منخفض بنسبة 10.25٪، وهو يشير أن المشاركين لديهم ثقة منخفضة في المحتوى الثقافى المقدم عبر برامج البودكاست، كما تشير هذه النسبة إلى أن أقل من 10٪ من المشاركين يرون أن المحتوى غير موثوق أو يعانون من نقص في الثقة تجاهه.

جدول (21)

أشكال التفاعل مع المحتوى الثقافى عبر برامج البودكاست

الوزن النسبى	الانحراف المعيارى	المتوسط	غير موافق		إلى حد ما		موافق		العبارة
			%	ك	%	ك	%	ك	
92.7	0.475	2.78	2.8	11	16.3	65	81	324	أعبر عن إعجابى بالبودكاست
87.7	0.582	2.63	5.3	21	26.5	106	68.3	273	الاشتراك فى قناة البودكاست
79.0	0.656	2.37	9.8	39	43.3	173	47	188	تحميل المحتوى وحفظه
90.0	0.489	2.7	1.5	6	26.8	107	71.8	287	المشاركة بالمحتوى
74.7	0.729	2.24	17.5	70	41.5	166	41.0	164	كتابة تعليق
67.0	0.715	2.01	25.0	100	49.0	196	26.0	104	الرد على التعليقات
76.7	0.708	2.3	14.5	58	41.0	164	44.5	178	دعوة الأصدقاء للاشتراك فى القناة
61.7	0.825	1.85	42.8	171	29.8	119	27.5	110	إرسال رسالة إلى المدون الصوتى

يعرض الجدول نتائج التفاعل مع برامج البودكاست بناء على مجموعة من السلوكيات المختلفة التي قد يمارسها المستمعون، وجاءت عبارة أعبر عن إعجابى بالبودكاست فى المركز الأول بانحراف معياري 0.475 ووزن نسبي 92.0، و81% من العينة تعبر عن إعجابهم بالبودكاست، ما يعنى أن غالبية المشاركين فى الدراسة يجدون قيمة عالية فى هذه البرامج، والمتوسط المرتفع (2.78)، مما يشير إلى أن الإعجاب بالبودكاست هو سلوك غالب عليه بين المشاركين، مما يعكس رضا كبيراً عن البرامج، وجاء فى المركز الثانى عبارة المشاركة بالمحتوى إذ بلغت نسبة الانحراف المعيارى 0.489 والوزن النسبى 90.0، وهو ما يشير إلى أن معظم المستمعين لديهم رغبة فى مشاركة المحتوى مع الآخرين، وجاءت عبارة الاشتراك فى قناة البودكاست فى المرتبة الثالثة بانحراف معياري 0.582 ووزن نسبي 87.7، وهو ما يشير إلى مشاركة كبيرة فى التفاعل مع هذه البرامج، وجاءت عبارة تحميل المحتوى وحفظه فى المركز الرابع بانحراف معياري 0.656 ووزن نسبي 79.0، وهو يشير إلى أن أكثر من 47% من العينة يحملون المحتوى

ويحفظونه، مما يعكس أهمية المحتوى بالنسبة لهم ورغبتهم في الاحتفاظ به للاستماع في وقت لاحق، وجاءت عبارة دعوة الأصدقاء للاشتراك في القناة بانحراف معياري 0708 ووزن نسبي 76.7، وهو يشير إلى أن 44.5% من المشاركين يدعون أصدقاءهم للاشتراك في القناة، مما يؤكد رغبة جيدة في نقل التوصية بهذه البرامج إلى الآخرين، وجاءت عبارة كتابة تعليق في المركز السادس وصلت نسبة الانحراف المعياري 0.729، ووزن نسبي 74.7، وهو يؤكد أن 41% فقط يكتبون تعليقات، مما يعني أن هذه الفئة أقل تفاعلاً من حيث كتابة تعليقات مقارنة بالسلوكيات الأخرى، وجاءت عبارة الرد على التعليقات في المرتبة قبل الأخيرة، ووصلت نسبتها في الانحراف المعياري 0.715 والوزن النسبي 67.0، وتشير هذه النتيجة إلى أن هذه الفئة تمثل نسبة أقل من التفاعل المباشر مع الآراء والملاحظات، بينما جاءت عبارة إرسال رسالة إلى المدون الصوتي في المركز الأخير بانحراف معياري 0.825 ووزن نسبي 61.7، وهو ما يعكس قوة التفاعل الشخصية مع محتوى البودكاست، ولكن بشكل أقل مقارنة بالسلوكيات الأخرى، وقد أشارت دراسة (2022 MARIN) إلى أن برامج البودكاست يمتلك التفاعلية بين المستمعين والقائمين بالاتصال فيه، مما يزيد من إقبال الجمهور عليه من خلال استخدام أسلوب السرد القصصي الذي يميزه عن غيره.

جدول (22)

مستويات المقياس العام لأشكال التفاعل مع المحتوى الثقافى عبر برامج البودكاست

ت	%	ك	مجمّل المقياس
3	60.75%	243	مرتفع
2	32.25%	129	متوسط
1	7%	28	منخفض
	100%	400	الإجمالي

يعرض الجدول مستويات الثقة لدى عينة الدراسة في المحتوى الثقافى المقدم عبر برامج البودكاست بناءً على تصنيف المقياس إلى ثلاث فئات: مرتفع، متوسط، ومنخفض، وجاءت فئة مرتفع في المستوى الأول بنسبة 60.75%، وهو ما يوضح أن المشاركين يعتبرون ثقتهم في المحتوى الثقافى المقدم عبر برامج البودكاست مرتفعة، ويشير ذلك إلى

أن غالبية العينة تثق بشكل كبير في جودة المعلومات والمحتوى الثقافى المقدم من خلال هذه البرامج، وجاءت فئة متوسط في المركز الثاني بنسبة 32.25%، وهو ما يؤكد أن المشاركين أبدوا مستوى متوسطاً من الثقة في المحتوى الثقافى عبر برامج البودكاست، وهذه النسبة تدل على تفاوت في الرأي بين أفراد العينة، فبعض المشاركين قد يرون أن المحتوى المقدم ليس موثوقاً باستمرار، أو قد يعتقدون أن بعض الموضوعات غير شاملة أو دقيقة، وجاءت فئة منخفض في المركز الأخير بنسبة 7% فقط من المشاركين يعتبرون ثقافتهم منخفضة في المحتوى الثقافى عبر برامج البودكاست، هذه النسبة صغيرة جداً، مما يدل على أن قليلاً جداً من المشاركين يعبرون عن شكوك أو عدم ثقة تامة في هذه الوسيلة الإعلامية، وقد أشارت دراسة (رضا، 2022) إلى أن الوجود الرقمي لمراهقي العينة عبر تطبيقات البودكاست مظهر من مظاهر التفاعلية الرقمية التي تدعم سيكولوجية المستخدم المراهق، وتبرز الاستخدامات التفاعلية للمنصات الرقمية كآلية لتحقيق إشباعات لحاجات عديدة لديهم.

جدول (23)

التأثيرات المتحققة من متابعة المعلومات الثقافية عبر برامج البودكاست

الوزن النسبى	الانحراف المعياري	المتوسط	غير موافق		إلى حد ما		موافق		العبرة
			%	ك	%	ك	%	ك	
83.0	0.617	2.49	6.5	26	38.0	152	55.5	22	زيادة المعرفة بالمفاهيم والموضوعات الثقافية الجديدة
81.0	0.597	2.43	5.5	22	45.5	182	49.0	196	التعرف على التراث والتاريخ الثقافى بأسلوب مبسط
79.7	0.655	2.39	9.5	38	42.0	168	48.5	194	اكتساب معلومات متخصصة في مجالات محددة
79.3	0.614	2.38	7.0	28	48.0	192	45.0	180	تحسين القدرة على تحليل القضايا الثقافية والاجتماعية
78.7	0.701	2.36	13.0	52	38.0	152	49.0	196	تعزيز الوعي بالتحديات الثقافية المعاصرة

78.3	0.662	2.35	10.5	42	44.0	176	45.5	182	اكتشاف موارد ومصادر معرفية جديدة
78.0	0.646	2.34	9.5	38	46.5	186	44.0	176	الإحساس بالفخر بالهوية الثقافية والانتماء
77.3	0.699	2.32	13.5	54	41.0	164	45.5	182	تعزيز التقدير للفنون والموسيقى والتراث الثقافي
77.0	0.622	2.31	8.5	34	51.5	206	4.0	160	تحفيز المشاعر الإيجابية تجاه قضايا ثقافية معينة
76.7	0.686	2.3	13.0	52	44.0	176	43.0	172	الشعور بالارتباط بالمجتمع من خلال الاهتمام المشترك بالقضايا الثقافية
76.7	0.64	2.3	10.0	40	50.5	202	39.5	158	تخفيف التوتر أو الترفيه من خلال الاستماع لمحتوى جذاب
76.7	0.708	2.3	14.5	58	41.0	164	44.5	178	الإلمام لاتخاذ خطوات تجاه تحسين الذات أو المجتمع
76.7	0.647	2.3	10.5	42	49.5	198	40.0	160	تحفيز المشاركة في الفعاليات والأنشطة الثقافية
76.3	0.647	2.29	10.5	42	49.5	198	40.0	160	مشاركة المعلومات الثقافية المكتسبة مع الأصدقاء والعائلة
75.3	0.566	2.26	6.5	26	61.5	246	32.0	128	الانخراط في مناقشات عن الموضوعات الثقافية المطروحة
75.3	0.666	2.26	12.5	50	49.0	196	38.5	154	متابعة برامج إضافية أو الاشتراك في قنوات ثقافية جديدة
75.0	0.67	2.25	13.0	52	49.0	196	38.5	152	تبني ممارسات تدعم القيم الثقافية مثل القراءة أو زيارة المعارض
73.3	0.71	2.2	17.0	68	45.5	182	37.5	150	دعم القضايا الثقافية من خلال الترويج لها أو الإسهام فيها

يظهر الجدول السابق النتائج بناءً على المتوسطات، والانحرافات المعيارية، والأوزان النسبية لعبارات المختلفة، والتركيز على التأثيرات المعرفية، والوجدانية، والسلوكية، إضافة إلى مستوى اتفاق عبارات من الجمهور.

أولاً: التأثيرات المعرفية:

تشمل العبارات التي تسهم في زيادة المعرفة والفهم:

1. زيادة المعرفة بالمفاهيم والموضوعات الثقافية الجديدة، وجاءت المتوسط بقيمة 2.49 ، والانحراف المعياري 0.617، والوزن النسبي 83.0%، ويشير أعلى وزن نسبي إلى دور كبير في تعزيز المعرفة، مع اتفاق شبه جماعي.
2. التعرف على التراث والتاريخ الثقافي بأسلوب مبسط، بمتوسط 2.43، وانحراف معياري 0.597، ووزن نسبي 81.0%، مام يعزز فهم الجمهور للتراث بأسلوب بسيط، مع تشتت منخفض.
3. اكتساب معلومات متخصصة في مجالات محددة، بمتوسط 2.39، وانحراف معياري 0.655، ووزن نسبي 79.7%، ما يُظهر أهمية التخصص في رفع الوعي الثقافي، مع تشتت مقبول.

ثانياً: التأثيرات الوجدانية:

تركز على تعزيز الفخر والانتماء والإحساس العاطفي:

1. الإحساس بالفخر بالهوية الثقافية والانتماء بمتوسط 2.34، وانحراف معياري 0.646 ووزن نسبي 78.0%، ما يعزز مشاعر الانتماء والفخر بالهوية.
2. تحفيز المشاعر الإيجابية تجاه قضايا ثقافية معينة، بمتوسط 2.31، وانحراف معياري 0.622 ، ووزن نسبي 77.0%، ما يحفز استجابة عاطفية إيجابية لقضايا ثقافية محددة.
3. تعزيز التقدير للفنون والموسيقى والتراث الثقافي، بمتوسط 2.32، وانحراف معياري 0.699، ووزن نسبي 77.3%، ما يُظهر دوراً قوياً في تنمية التقدير للفنون رغم وجود بعض التشتت.

ثالثاً: التأثيرات السلوكية:

تعكس الأفعال الناتجة عن التعرض للمحتوى الثقافي:

1. تحفيز المشاركة في الفعاليات والأنشطة الثقافية، بمتوسط 2.30، وانحراف معياري 0.647 ووزن نسبي 76.7٪، ما يعزز المشاركة الفعلية في الأنشطة الثقافية.
 2. الإلمام باتخاذ خطوات تجاه تحسين الذات أو المجتمع، بمتوسط 2.30، وانحراف معياري 0.708 ووزن نسبي 76.7٪، وهو ما يسهم في تحفيز المستمعين على تحسين أنفسهم ومجتمعهم.
 3. مشاركة المعلومات الثقافية المكتسبة مع الأصدقاء والعائلة، بمتوسط 2.29، وانحراف معياري 0.647 ووزن نسبي 76.3٪، ما يشير إلى رغبة قوية في نقل المعرفة.
- التأثيرات المعرفية هي الأكثر أهمية، مما يعكس حاجة الجمهور لاكتساب معلومات جديدة.
- التأثيرات الوجدانية تسهم في تعزيز الانتماء والفخر بالهوية.
- التأثيرات السلوكية تُظهر استجابة إيجابية تجاه المشاركة الفعلية في الأنشطة الثقافية.
- متوسط الانحراف المعياري (حوالي 0.65)، ويشير إلى مستوى تباين مقبول في الإجابات.

جدول (24)

مستوى المقياس العام للتأثيرات المتحققة من متابعة المعلومات الثقافية عبر برامج البودكاست

ت	%	ك	مجمّل المقياس
2	46%	184	مرتفع
3	46.5%	186	متوسط
1	7.5%	30	منخفض
	100%	400	الإجمالي

يعرض الجدول السابق توزيع مستوى التأثير الذي تحقق لدى عينة الدراسة من متابعة المعلومات الثقافية عبر برامج البودكاست، ويتضمن الجدول تصنيفاً للتأثيرات إلى ثلاث فئات رئيسية: مرتفع، ومتوسط، ومنخفض، وقد جاءت فئة متوسط في المركز الأول بنسبة 46٪، ما يشير إلى أن المبحوثين المشاركين أبدوا أن التأثيرات

التي تحققت لديهم متوسطة، وهذه النسبة تشير إلى أن نصف العينة يشعرون بأن البرامج الثقافية عبر البودكاست كانت مفيدة بدرجة ما، ولكن لم تحقق تأثيراً كبيراً بالنسبة لهم، وقد يكون السبب في ذلك هو أن بعض المشاركين قد استفادوا من المعلومات المقدمة، ولكن التأثير كان أقل وضوحاً أو محدوداً. بينما جاءت فئة مرتفع في المركز الثاني ووصلت نسبتها إلى 46٪، ما يشير إلى أن التأثيرات التي تحققت من متابعة المعلومات الثقافية عبر برامج البودكاست مرتفعة، وهذه النسبة تعكس أن نصف العينة تقريباً استفادوا بدرجة كبيرة من متابعة المحتوى الثقافي في البودكاست، ويمكن تفسير ذلك بأن هذه البرامج قد أسهمت بشكل فعال في إثراء معرفتهم الثقافية، وتوسيع مداركهم، وربما أدى إلى زيادة وعيهم بالقضايا الثقافية أو دفعهم للاستكشاف والبحث حول الموضوعات الثقافية، وجاءت فئة منخفض في المركز الأخير ووصلت نسبتها إلى 7.5٪، وهو هذه النسبة الصغيرة تشير إلى أن عدد قليل من المشاركين شعروا بأن المحتوى الثقافي في البودكاست لم يحقق التأثير المطلوب، وقد يكون هذا بسبب أن المحتوى لم يكن جذاباً بما فيه الكفاية، أو ربما لم يحقق الفائدة أو القيمة المضافة التي كانوا يتوقعونها.

جدول (25)

تقييم عينة الدراسة المميزات المرتبطة ببرامج البودكاست

العبارة	ك	%	ت
مفيد	211	52.75%	7
ممتع	113	28.25%	3
مسل	300	75%	8
متميز	145	36.25%	5
سهل التحميل	121	30.25%	4
سهل الاستخدام	121	30.25%	4
يحقق الشهرة	65	16.25%	1
متنوع المجالات	198	49%	6
أفكاره متجددة	78	19.5%	2
الإجمالي	400		

يعرض الجدول السابق تقييم المشاركين لمجموعة من الخصائص المرتبطة بالمحتوى الثقافى عبر برامج البودكاست، مع تحديد تكرار كل خاصية كنسبة مئوية من إجمالي العينة، ويمكن ترتيب العبارات حسب الأهمية بالنسبة للجمهور على النحو الآتى: مسل (75%)، ومفيد (52.75%)، ومتنوع المجالات (49%)، ومتميز (36.25%)، وسهل التحميل وسهل الاستخدام (30.25%)، وممتع (28.25%)، وأفكاره متجددة (19.5%)، ويحقق الشهرة (16.25%)، وتظهر النتائج أن الجوانب الترفيهية والتعليمية هي الأكثر جذباً للجمهور، مع التركيز على تقديم محتوى مسل ومفيد، والتنوع والتميز في الموضوعات الذي يعد عاملاً مهماً للحفاظ على اهتمام المستمعين، لكن هناك فرصة لتعزيز تقديم أفكار متجددة لإبقاء الجمهور متحمساً، بينما جوانب التقنية مثل سهولة التحميل وسهولة الاستخدام ذات أهمية معتدلة، مما يشير إلى أن تحسين تجربة المستخدم قد يعزز من انتشار البرامج، والحوافز الشخصية مثل تحقيق الشهرة أقل أهمية للجمهور، مما يعكس أن البودكاست يُنظر إليه كوسيلة للتعلم أو الترفيه وليس لتحقيق أهداف شخصية بحتة.

جدول (26)

مقترحات عينة الدراسة حول البودكاست ليكون أكثر جذبا للجمهور

العبارة	ك	%
تحسين جودة الصوت والمحتوى لتكون التجربة أكثر احترافية	12	3%
تقديم محتوى متنوع يشمل موضوعات ثقافية، واجتماعية، وترفيهية	25	6.25%
إضافة فقرات تفاعلية مع الجمهور مثل الاستطلاعات أو الأسئلة	19	4.75%
استضافة ضيوف مميزين ومتخصصين في مختلف المجالات الثقافية	42	10.5%
تنويع أساليب العرض (مقاطع صوتية، موسيقى، مؤثرات صوتية)	16	4%
الاهتمام بإنتاج حلقات قصيرة وسهلة الاستماع لتناسب وقت المستمعين	18	4.5%
تقديم محتوى حصري أو موضوعات لا يمكن العثور عليها في وسائل الإعلام الأخرى	21	5.25%
التفاعل مع المتابعين من خلال الرد على التعليقات والملاحظات	16	4%
نشر حلقات متجددة ومنظمة لتعزيز الولاء والمتابعة المستمرة	10	2.5%
توفير محتوى قابل للتحميل للاستماع في أي وقت	60	15%
تعزيز وجود البودكاست على منصات مختلفة لتوسيع الجمهور المستهدف	15	3.75%
دعوة الجمهور للمشاركة بأرائهم واقتراحاتهم حول الموضوعات	22	5.5%
استخدام أساليب قصصية شائق لجذب الاهتمام وزيادة التفاعل	17	4.25%
تضمين مقاطع صوتية من الفعاليات الثقافية الحية لجعل المحتوى أكثر تفاعلية	35	8.75%
تحسين الترويج للبودكاست عبر وسائل التواصل الاجتماعي	72	18%
الإجمالي	400	100%

يوضح الجدول نتائج تحليل مقترحات لتحسين تجربة البودكاست، وتقييم أهمية كل مقترح بناءً على نسبته المئوية من الإجمالي، مما يعكس مستوى تأثيره المتوقع في تحسين

- جودة وتفاعل الجمهور مع البودكاست، والنسب مصنفة حسب الأولوية لتمكين اتخاذ قرارات فعالة، وجاءت على النحو الآتي:
- تحسين الترويج للبودكاست عبر وسائل التواصل الاجتماعي (18%)، وتشير هذه النتيجة إلى أكبر نسبة بين العوامل، مما يعكس أهمية الترويج للوصول إلى جمهور أوسع.
 - توفير محتوى قابل للتحميل للاستماع في أي وقت (15%)، يشير إلى رغبة المستمعين في سهولة الوصول للمحتوى بأي وقت.
 - استضافة ضيوف مميزين ومتخصصين في مختلف المجالات الثقافية (10.5%)، ويشير إلى أن الضيوف المميزون يضيفون قيمة للمحتوى ويزيدون من اهتمام الجمهور.
 - تضمين مقاطع صوتية من الضعاليات الثقافية الحية (8.75%)، ويشير إلى أنه يجعل المحتوى أكثر واقعية وتفاعلاً مع الأحداث الجارية.
 - تقديم محتوى متنوع يشمل موضوعات ثقافية، واجتماعية، وترفيهية (6.25%)، ويشير إلى أن التنوع يجذب شريحة أوسع من الجمهور.
 - دعوة الجمهور للمشاركة بأرائهم واقتراحاتهم في الموضوعات (5.5%)، ويعزز التفاعل ويشعر الجمهور بأهميتهم.
 - تقديم محتوى حصري أو موضوعات لا يمكن العثور عليها في وسائل الإعلام الأخرى (5.25%)، يمنح ميزة تنافسية للبودكاست.
 - إضافة فقرات تفاعلية مع الجمهور مثل الاستطلاعات أو الأسئلة (4.75%)، يعزز التواصل المباشر مع الجمهور.
 - الاهتمام بإنتاج حلقات قصيرة وسهلة الاستماع لتناسب وقت المستمعين (4.5%)، حتى يناسب جمهوراً لديه وقت محدود.
 - استخدام أساليب قصصية شائعة لجذب الاهتمام وزيادة التفاعل (4.25%)، لأن القصة تزيد من تفاعل الجمهور مع المحتوى.
 - تنوع أساليب العرض (مقاطع صوتية، موسيقى، مؤثرات صوتية) (4%)، وذلك لأن التنوع يجعل التجربة أكثر جاذبية.

- التفاعل مع المتابعين من خلال الرد على التعليقات والملاحظات (4%)، يمكن أن يعزز شعور الجمهور بالاهتمام.

- تعزيز وجود البودكاست على منصات مختلفة لتوسيع الجمهور المستهدف (3.75%)، لأن التواجد في عدة منصات يساعد على الوصول لجمهور أكبر.

- تحسين جودة الصوت والمحتوى لتكون التجربة أكثر احترافية (3%)، وذلك يشير إلى أن الجودة تؤثر في تجربة المستمع لكنها لا تأتي في أولويات الجمهور.

ثانيا: نتائج اختبارات الفروض:

الفرض الرئيسي الأول: توجد فروق معنوية ذات دلالة إحصائية بين أفراد عينة الدراسة فيما يتعلق بالاهتمام بمتابعة برامج البودكاست على مدار الأسبوع.

جدول (27)

اختبار الفروق المعنوية لأفراد عينة الدراسة فيما يتعلق بالاهتمام بمتابعة برامج البودكاست على مدار الأسبوع

مؤشرات إحصائية			الاهتمام بمتابعة برامج البودكاست على مدار المتغيرات الديموغرافية الأسبوع	
مستوى المعنوية	درجة الحرية	الاختبار	المتغيرات الديموغرافية	
دال 0.002	398	ت=9.652	ذكر	النوع
			أنثى	
دال 0.007	398	ت=7.325	من 18 إلى أقل من 35	العمر
			من 35 إلى 50	
			50 فأكثر	
دال 0.000	398	ت=13.062	متوسط	نوع التعليم
			عال	
دال 0.000	2 397	ف=11.129	منخفض	المستوى الاقتصادي والاجتماعي
			متوسط	
			مرتفع	
			الإجمالي	

يكشف الجدول السابق عن وجود فروق معنوية بين أفراد عينة الدراسة من حيث اهتمامهم بمتابعة برامج البودكاست على مدار الأسبوع، باستخدام اختبارات إحصائية

لقياس الفروق بناءً على المتغيرات الآتية: النوع، والعمر، ونوع التعليم، والمستوى الاقتصادي الاجتماعي، باستخدام اختبارات لقياس الفروق وفقاً للنوع والعمر ونوع التعليم، واختبار ف لقياس الفروق وفقاً للمستوى الاقتصادي الاجتماعي.

فيما يتعلق بالنوع، أظهرت النتائج أن قيمة اختبارات بلغت 9.652 عند درجة حرية 398 ومستوى معنوية 0.002، وهو ما يشير إلى وجود فروق معنوية دالة بين الذكور والإناث في الاهتمام بمتابعة برامج البودكاست. أما بالنسبة لنوع التعليم، فقد بلغت قيمة اختبارات 13.062 عند درجة حرية 398 ومستوى معنوية 0.000، مما يدل على وجود فروق معنوية دالة بين الأفراد ذوي التعليم العالي والتعليم المتوسط في هذا السياق.

وبالنسبة للفئة العمرية، أظهرت النتائج أن قيمة اختبارات بلغت 7.325 عند درجة حرية 398 ومستوى معنوية 0.007، مما يشير إلى وجود فروق معنوية دالة بين الفئة العمرية من 18 إلى أقل من 35 عاماً والفئات العمرية الأخرى (من 35 إلى أقل من 50 عاماً، ومن 50 عاماً فأكثر) فيما يتعلق بالاهتمام بمتابعة برامج البودكاست.

أما فيما يخص المستوى الاقتصادي الاجتماعي، فقد بلغت قيمة اختبار ف 11129 عند درجات حرية 2 و397 ومستوى معنوية 0.000، وهو ما يشير إلى وجود فروق معنوية دالة بين الأفراد ذوي المستويات الاقتصادية الاجتماعية المنخفضة والمتوسطة والمرتفعة في هذا الشأن.

بناءً على ذلك، يُمكن قبول الفرضية الكلية التي تفيد بوجود فروق معنوية بين أفراد عينة الدراسة من حيث اهتمامهم بمتابعة برامج البودكاست على مدار الأسبوع وفقاً للمتغيرات الديموجرافية (النوع، والفئة العمرية، ونوع التعليم، والمستوى الاقتصادي الاجتماعي).

الفرض الرئيسي الثانى: توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين كثافة متابعة برامج البودكاست الثقافية ودوافع متابعة القضايا الثقافية في برامج البودكاست المتخصصة في ذلك.

جدول (28)

قيمة معامل الارتباط بين كثافة متابعة برامج البودكاست الثقافية ودوافع متابعة القضايا الثقافية المختلفة في برامج البودكاست المتخصصة في ذلك

الدلالة	مستوى المعنوية	معامل ارتباط بيرسون	كثافة متابعة برامج البودكاست الثقافية ودوافع متابعة القضايا الثقافية المختلفة في برامج البودكاست المتخصصة في ذلك
دال	0.000	0.427	

يكشف الجدول السابق عن وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين كثافة متابعة عينة الدراسة للبرامج البودكاست الثقافية ودوافع متابعة القضايا الثقافية في البرامج المتخصصة في ذلك، إذ أظهرت نتائج تحليل معامل ارتباط بيرسون قيمة قدرها (0.427) عند مستوى معنوية (0.000)، وهو مستوى معنوية دال، مما يشير إلى وجود علاقة ارتباطية متوسطة القوة بين المتغيرين، وهذه النتيجة توضح أن هناك علاقة إحصائية ذات دلالة بين كثافة متابعة البرامج البودكاست الثقافية ودوافع متابعة القضايا الثقافية في البرامج المتخصصة.

بناءً على ذلك، يُمكن قبول الفرضية القائلة بأنه كلما زادت كثافة متابعة عينة الدراسة للبرامج البودكاست الثقافية، زادت دوافعهم لمتابعة القضايا الثقافية المختلفة في البرامج البودكاست المتخصصة في هذا المجال.

الفرض الرئيسى الثالث: توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين دوافع متابعة القضايا الثقافية في برامج البودكاست المتخصصة في ذلك وتقييم طريقة معالجة المعلومات الثقافية في برامج البودكاست في تنمية الوعي لدى الجمهور المصري.

جدول (29)

قيمة معامل الارتباط بين دوافع متابعة القضايا الثقافية المختلفة في برامج البودكاست المتخصصة في ذلك وتقييم طريقة معالجة المعلومات الثقافية في برامج البودكاست في تنمية الوعي الثقافي لدى الجمهور المصري

الدلالة	مستوى المعنوية	معامل ارتباط بيرسون	دوافع متابعة القضايا الثقافية المختلفة في برامج البودكاست القضايا الثقافية المختلفة في برامج البودكاست المتخصصة في ذلك والتقييم الإيجابي لأسلوب معالجة المعلومات الثقافية في برامج البودكاست في رفع الوعي الثقافي
دال	0.000	0.517	

يكشف الجدول السابق عن وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين دوافع متابعة عينة الدراسة للقضايا الثقافية في برامج البودكاست المتخصصة والتقييم لأسلوب معالجة المعلومات الثقافية في هذه البرامج في سياق رفع الوعي الثقافي؛ إذ أظهرت نتائج تحليل معامل ارتباط بيرسون قيمة قدرها (0.517) عند مستوى معنوية (0.000)، وهو مستوى معنوية دال، مما يشير إلى وجود علاقة ارتباطية متوسطة القوة بين المتغيرين.

وهذه النتيجة توضح أنه كلما زادت دوافع عينة الدراسة لمتابعة القضايا الثقافية المختلفة في برامج البودكاست المتخصصة، زاد التقييم الإيجابي من قبلهم لأسلوب معالجة المعلومات الثقافية في تلك البرامج، مما يسهم في رفع الوعي الثقافي. وبناءً على ذلك، يمكن قبول الفرضية القائلة بأنه كلما ارتفع مستوى دوافع متابعة القضايا الثقافية في البرامج البودكاست، ارتفع التقييم الإيجابي لأسلوب معالجة المعلومات الثقافية في هذه البرامج.

الفرض الرئيسي الرابع: توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين ثقة عينة الدراسة في المحتوى الصوتي الثقافى الذي يقدمه برامج البودكاست والتأثيرات التي تحققت من متابعة المعلومات الثقافية عبر برامج البودكاست.

جدول (30)

قيمة معامل الارتباط بين ثقة عينة الدراسة في المحتوى الثقافى الذي تقدمه برامج البودكاست والتأثيرات التي تحققت من متابعة المعلومات الثقافية عبر برامج البودكاست

الدلالة	مستوى المعنوية	معامل ارتباط بيرسون	ثقة عينة الدراسة في المحتوى الصوتي الثقافى الذي يقدمه برامج البودكاست والتأثيرات التي تحققت من متابعة المعلومات الثقافية عبر برامج البودكاست
دال	0.000	0.736	

يكشف الجدول السابق عن وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين ثقة عينة الدراسة في المحتوى الثقافى الصوتي الذي تقدمه برامج البودكاست وتحقق التأثيرات الناتجة عن متابعة المعلومات الثقافية عبر هذه البرامج؛ إذ أظهرت نتائج تحليل معامل ارتباط بيرسون قيمة قدرها (0.736) عند مستوى معنوية (0.000)، وهو مستوى معنوية دال، مما يشير إلى وجود علاقة ارتباطية قوية بين المتغيرين.

وتشير هذه النتيجة إلى أن زيادة ثقة عينة الدراسة في المحتوى الثقافى الصوتي الذي تقدمه برامج البودكاست ترتبط بشكل إيجابي مع زيادة تحقق التأثيرات المترتبة على متابعة المعلومات الثقافية عبر هذه البرامج. بناءً على ذلك، يُمكن قبول الفرضية القائلة بأنه كلما ارتفعت ثقة عينة الدراسة في المحتوى الثقافى الصوتي لبرامج البودكاست، زاد تحقق التأثيرات الناتجة عن متابعة هذه البرامج.

مناقشة أهم نتائج الدراسة:

خصائص العينة:

تشير النتائج إلى أن غالبية العينة المدروسة من الإناث بنسبة 59.75%، مما يعكس اهتماماً بارزاً لديهم بمتابعة برامج البودكاست، ربما بسبب ملاءمة هذا النوع من المحتوى لاهتماماتهم الثقافية والمعرفية، كما أن 69% من المشاركين تتراوح أعمارهم بين 18

و35 عاماً، وهو ما يعكس انفتاح الشباب المصري على الوسائط الرقمية واستخدامها بفاعلية في حياتهم اليومية، إضافة إلى ذلك، يحمل 77٪ من المشاركين مؤهلاً تعليمياً عالياً، مما يبرز ارتباط التعليم العالي بالاهتمام بالمحتوى الثقافي، أما المستوى الاقتصادي، فتمثل الفئة المتوسطة 45.5٪ من العينة، مما يشير إلى أن هذه الفئة ترى في البودكاست وسيلة ملائمة وغير مكلفة للحصول على محتوى تعليمي وترفيهي.

أنماط المتابعة:

أظهرت الدراسة أن 89.6٪ من المشاركين يتابعون برامج البودكاست، مما يعكس انتشاراً واسعاً لهذه الوسيلة الإعلامية بين الجمهور المصري. ومع ذلك، فإن نمط المتابعة غير المنتظم هو الأكثر شيوعاً بنسبة 41٪، بينما 54.25٪ من المشاركين يخصصون أقل من ساعة يومياً للاستماع، وهذا النمط يشير إلى أن الجمهور يتعامل مع البودكاست كوسيلة استماع سريعة ومحدودة الوقت، مما يتطلب تقديم محتوى قصير وجذاب يناسب طبيعة استخدامهم.

الموضوعات المفضلة:

تعد الموضوعات الثقافية الأكثر جذباً بنسبة 60.25٪، مما يبرز اهتمام الجمهور المصري بالمحتوى الذي يعزز معرفتهم الثقافية، يليها الموضوعات الاجتماعية والرياضية، مما يعكس تنوع اهتمامات المستمعين، كما أن برامج مثل "فنجان" و"البودكاسترز" تحظى بشعبية كبيرة بفضل جودة محتواها وتنوعه، وهو ما يبرز أهمية التركيز على تقديم محتوى متميز لجذب جمهور واسع.

التفاعل والثقة:

أظهرت الدراسة مستويات مرتفعة من الثقة في محتوى البودكاست، إذ بلغت نسبة 53.5٪، وهذه الثقة تعود إلى دقة المحتوى واستضافة خبراء متخصصين، مما يجعل البودكاست وسيلة إعلامية موثوقة. أما التفاعل فقد كان إيجابياً بشكل كبير، فقد أعرب 92.7٪ من المشاركين عن إعجابهم بالمحتوى، و71.8٪ شاركوا الحلقات مع الآخرين، مما يعكس دور الجمهور في نشر المحتوى والإسهام في توسيع انتشاره.

التأثيرات المحققة:

أبرزت النتائج أن 83% من المشاركين أشاروا إلى دور البودكاست في تعزيز المعرفة الثقافية، مما يبرز قيمته كأداة تعليمية غير رسمية، كما أكد 78% تأثيره الإيجابي لتعزيز الهوية والانتماء الثقافي، وهو أمر مهم في ظل التحديات الثقافية المعاصرة، ومع ذلك، صنّف حوالي نصف المشاركين التأثير العام للبودكاست على أنه متوسط، مما يشير إلى وجود فجوة بين توقعات الجمهور وما يقدمه المحتوى حالياً.

المقترحات:

تضمنت أبرز مقترحات تحسين الترويج لبرامج البودكاست عبر وسائل التواصل الاجتماعي بنسبة 18%، مما يعكس أهمية الوصول إلى الجمهور من خلال المنصات التي يستخدمونها يومياً، كما طالب المشاركون بتحسين جودة الصوت وتقديم محتوى حصري، إضافة إلى استضافة ضيوف مميزين في مختلف المجالات الثقافية، وهذه الاقتراحات تهدف إلى تعزيز تجربة الاستماع وزيادة جاذبية المحتوى.

الخلاصة النتائج:

تعكس الدراسة شعبية كبيرة لبرامج البودكاست الثقافية بين الشباب المتعلم في مصر، مع تأثير إيجابي على المعرفة والهوية الثقافية، ومع ذلك، فإن تحسين جودة المحتوى، والترويج الفعال، وتنوع الموضوعات، تمثل فرصاً لتعزيز التجربة وجذب جمهور أوسع. وفيما يلي التوصيات العلمية التي يمكن استخلاصها من الدراسة لتعزيز فاعلية برامج البودكاست الثقافية وزيادة تأثيرها على الجمهور:

توصي الدراسة بضرورة تنوع وتحسين المحتوى الثقافي المقدم في برامج البودكاست، وذلك من خلال تناول موضوعات شاملة تغطي الجوانب المعرفية، والتاريخية، والاجتماعية، والترفيهية، مع التركيز على إنتاج حلقات حصرية ومتميزة لجذب جمهور أوسع وتعزيز التفاعل، كما توصي بضرورة تعزيز التفاعل مع الجمهور، من خلال إضافة فقرات تفاعلية، مثل الاستطلاعات والردود على التعليقات، وتشجيع الجمهور على تقديم آرائهم واقتراحاتهم تجاه الموضوعات المطروحة، مما يساهم في بناء علاقة مستدامة بين صناع المحتوى والمستمعين، وفيما يتعلق بالترويج، تشدد الدراسة على أهمية تطوير استراتيجيات الترويج والتوسع عبر تعزيز الحضور على وسائل التواصل الاجتماعي

وتنوع المنصات التي تُعرض عليها الحلقات، لضمان الوصول إلى جمهور أوسع، كذلك، فإن رفع جودة التجربة الصوتية والتقنية يمثل أولوية، من خلال تحسين جودة الصوت والإنتاج الفني وتوفير خيارات تحميل مريحة تضمن تجربة استماع سلسلة وممتعة.

وتؤكد الدراسة ضرورة استضافة خبراء ومتخصصين في مجالات ثقافية متنوعة لزيادة مصداقية البرامج وتقديم محتوى موثوق وذو قيمة عالية، مما يثري التجربة الثقافية للمستمعين. كما توصي بضرورة التركيز على التأثير المعرفي والوجداني عبر تعزيز الفخر بالهوية الثقافية وتحفيز التفاعل الإيجابي مع القضايا الثقافية المهمة، إضافة إلى ذلك، تُوصي بضرورة إشراك الجمهور في تطوير المحتوى من خلال دعوة المستمعين لتقديم اقتراحاتهم وأفكارهم بشأن الموضوعات وأساليب العرض المستقبلية، مما يسهم في خلق بيئة نقاش فعّالة ومستدامة. أخيراً، تشير التوصيات إلى أهمية التحديث المنتظم للمحتوى عبر نشر حلقات جديدة بشكل دوري للحفاظ على ولاء الجمهور وتعزيز المتابعة المستمرة، مما يضمن بقاء البودكاست وسيلة مؤثرة تجمع بين الترفيه والمعرفة والتفاعل الثقافي.

قائمة المراجع

- 1 - هبة محمد شفيق، مصداقية برامج البودكاست كمصدر للمعلومات والأخبار لدى الجمهور المصري: دراسة تحليلية وميدانية. مجلة البحوث الإعلامية، كلية الإعلام، جامعة الأزهر، المجلد 69، العدد 2، يناير 2024، ص 903-1030.
- 2- منى هاشم وأمنية عبد الرحمن (2023). "تحليل برامج البودكاست في المواقع الإخبارية العربية: تأثيرها على الجمهور وطرق عرضها وتقديمها". المجلة المصرية لبحوث الاتصال الجماهيري، المجلد 5، العدد 1، يناير 2023، ص 736-834.
- 3 - ماجد بن فهد الشيباني، "دوافع استخدام الجمهور السعودي للبودكاست: دراسة تأثيراته وأبرز العوامل المؤثرة في انتقاء المحتوى". دورية الدراسات الإعلامية، جامعة الملك سعود، المجلد 79، العدد 79، إبريل 2022، ص 433-466.
- 3 - بوخلفة وبولوداني، "تأثير التدوين بالفيديو على تشكيل الرأي العام السياسي في الجزائر: دراسة تحليلية عبر البودكاست الفكاهي". مجلة الإعلام الجديد، جامعة الجزائر، المجلد 17، العدد 3، نوفمبر 2022، ص 136-155.
- 4-Marin, C. "The Role of Influencers in Podcast Production and Their Impact on Audiences". *Journal of Media Studies*, Vol. 45, No. 2, 2022, pp. 112-129.
- 5 - Ryston, B. "The Impact of Narrative Style in Podcasting on Audiences in Africa". *African Communication Review*, Vol. 10, No. 4, 2021, pp. 223-240.

- 6- Radjagukguk, H., & Berizik, A. "The Impact of Music Mixing in Podcasts: Enhancing Audience Engagement". *Podcasting Journal*, Vol. 17, No. 1, 2020, pp. 98-110.
- 7- النابلسي، أريج (2021). "تأثير مشاهدة مسلسلات البودكاست على ترسيخ القيم الاجتماعية لدى اليافعين". رسالة ماجستير منشورة، جامعة الشرق الأوسط، كلية الإعلام، قسم الصحافة، 2021، ص 96-1.
- 8 - مؤمن الخوالدة. "دور البودكاست في معالجة القضايا الاجتماعية: تحليل برنامج 'حرر'". مجلة الإعلام والمجتمع، *مجلة علوم الإنسان والمجتمع*، جامعة محمد خيضر بسكرة - كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، المجلد 10، العدد 4، 2022، ص 645 - 663.
- 9 - ياسمين أحمد علي حسن. "البودكاست الموجه للشباب: القضايا الاجتماعية والإنسانية". *المجلة المصرية لبحوث الإعلام*، جامعة القاهرة، المجلد 83، العدد 83، الجزء الثاني، أبريل 2023، ص 262-213.
- 10- أمينة كنفاج. "مضامين البودكاست في قناة 'العربية': تحليل برنامج 'البعد الآخر'". دورية الإعلام الدولي، مجلة اتحاد الجامعات العربية لبحوث الإعلام وتكنولوجيا الاتصال، المجلد 11، العدد 11، الجزء الثالث، يوليو 2023، ص 167-189.
- 11- Olmsted, R., & Wang, J. "Motivations for Podcast Use: Entertainment, Information, and Relationship Building". *Journal of Digital Media Studies*, Vol. 33, No. 2, 2022, pp. 156-169.
- 12 -Ebadat, M. "Feminist Podcasts: A Tool for Digital Activism". *Journal of Gender and Media Studies*, Vol. 14, No. 3, 2022, pp. 202-215.
- 13 - Bajaj, R., & Singh, P. "From Entertainment to Education: How Podcasts Became a Primary Source of Content During the Pandemic". *Global Media Review*, Vol. 18, No. 1, 2022, pp. 45-60.
- 14- Tomyuk, S., & Avdeeva, N. "The Economics of Podcasting: Impact on the Media Industry". *Media Economics Journal*, Vol. 22, No. 3, 2022, pp. 176-189.
- 15 - محمد أحمد. "دور البودكاست في نشر الثقافات المختلفة وتأثيراته على التفاعل الاجتماعي". *مجلة الدراسات الإعلامية*، المجلد 12، العدد 3، 2022، ص. 60-45.
- 16 - رائد خالد. "دوافع استخدام البودكاست وتأثيره على الوعي الثقافي". *مجلة التواصل الإعلامي*، المجلد 34، العدد 1، 2017، ص. 89-76.
- 17- Vishwanath Anand. "Social Exchange and Media Engagement: A Study of Podcasting's Impact on Cultural Awareness". *International Journal of Communication*, Vol. 8, 2014, pp. 1225-1240.
- 18 - فؤاد الداغر. "البودكاست وأثره في نشر ثقافة الديمقراطية والسلام". *مجلة دراسات الإعلام*، المجلد 40، العدد 4، 2011، ص. 234-219.
- 19- Kristine Laura. "Uses and Gratifications in the Digital Age: Exploring the Impact of Podcasting on Audience Behavior". *Journal of Media Studies*, Vol. 12, No. 2, 2011, pp. 85-98.
- 20- حسن عبد العاطي. "توظيف الأجهزة النقالة الذكية واللوحية في التعلم الإلكتروني". *مجلة جيل العلوم الإنسانية والاجتماعية*، العدد 9، 2015، ص. 179-167.
- 21 - Stephen Mark, et al. "The Active Audience: Understanding Audience Behavior and Media Use". *Media Studies Quarterly*, Vol. 18, No. 3, 2002, pp. 30-48.
- 22 - Kevin David. "Audience Expectations and Media Content Selection: A Study of Uses and Gratifications in the Internet Age". *Communication Theory*, Vol. 13, No. 4, 2003, pp. 321-338.

- 23- سعيد عبود. "دوافع الاستخدام وتأثيرات وسائل الإعلام: دراسة تحليلية في السياق العربي". *مجلة الإعلام العربي*، المجلد 15، العدد 2، 2004، ص. 59-72.
- 24- فوزي خطاب. "التقنيات الإعلامية الحديثة وأثرها في تقديم البرامج الثقافية". *مجلة الدراسات الإعلامية*، المجلد 19، العدد 4، 2007، ص. 131-144.
- 25 - عادل مكاوي. "التفاعل الإعلامي وتأثيراته على الجمهور: دراسة مقارنة بين وسائل الإعلام التقليدية والجديدة". *مجلة العلوم الإنسانية*، المجلد 33، العدد 1، 2009، ص. 160-174.
- 27 - Karimi Amir, et al. "The Role of Internet and Digital Platforms in Cultural Awareness among Arab Audiences". *International Journal of Media and Communication*, Vol. 7, No. 2, 2014, pp. 121-133.
- 28 - رشاد عبد الحميد. "الإعلام الرقمي: التفاعل والاتصال عبر الإنترنت". *مجلة البحوث الإعلامية*، العدد 22، المجلد 3، 2010، ص. 89-104.
- 29- بيتر هاورن، وآخرون. "البودكاست: وسيلة إعلامية جديدة في عصر التقنية الرقمية". *مجلة دراسات الإعلام الرقمي*، العدد 1، 2013، ص. 48-62.
- 30 - هاشم عبد الرحمن. "البودكاست في العصر الرقمي: التطورات والاتجاهات الحديثة". *مجلة الدراسات الإعلامية الرقمية*، العدد 1، 2023، ص. 24-37.
- 31 - فوزي الفار. "تقنيات الإعلام الرقمي وتأثيراتها على الإعلام التقليدي". *مجلة الدراسات الإعلامية*، المجلد 19، العدد 4، 2012، ص. 131-144.
- 32 فوزي خطاب. "التقنيات الإعلامية الحديثة وأثرها في تقديم البرامج الثقافية". *مجلة الدراسات الإعلامية*، المجلد 19، العدد 4، 2007، ص. 131-144.
- 33 - الرويلي حمد، واليحي فاطمة. "الوعي الثقافي: نظرة شاملة". *مجلة التربية والعلوم الاجتماعية*، المجلد 14، العدد 2، 2017، ص. 103-115.
- 34 - العميري سعيد. "الوعي الثقافي وتفسير الرسائل الإعلامية في البرامج الصوتية". *مجلة الأبحاث الثقافية*، العدد 1، 2011، ص. 78-91.

References

- Shafiq, H. (2024). misdaqiat baramij albudkast kamasdar lilmaelumat wal'akhbar ladaa aljumphur almisrii: dirasat tahliliat wamaydaniatun. majalat albuqhuth al'ieliamiati, kuliyat Al'ieliama, jamieat Al'azhar, 2(3). 903-1030.
- Hashim, M. (2023). "tahlil baramij albudkast fi almawaqie al'iikhbariat alearabiati: tathiruha ealaa aljumphur waturuq eardiha wataqdimiha". almajalat almisriat libuqhuth alaitisal aljamahiri, 1(2). 736-834.
- Alshiybani, M. (2022). "dawafie aistikhdam aljumphur alsaeudii lilbudkasti: dirasat tathiratih wa'abraz aleawamil almuathirat fi aintiqa' almuhtawaa. "dawriat aldirasat al'ieliamiati, jamieat almalik Saeud, 79(2).
- Bouledani, B. (2022), "tathir altadwin bialfidyu ealaa tashkil alraay aleami alsiyasii fi aljazayir: dirasat tahliliatan eabr albudkast alfikahi". majalat al'ieliama aljadidi, jamieat Aljazayar. 3(1)
- 4-Marin, C. "The Role of Influencers in Podcast Production and Their Impact on Audiences". *Journal of Media Studies*, Vol. 45, No. 2, 2022, pp. 112-129.
- 5 - Ryston, B. "The Impact of Narrative Style in Podcasting on Audiences in Africa". *African Communication Review*, Vol. 10, No. 4, 2021, pp. 223-240.
- 6- Radjaguguk, H., & Berizik, A. "The Impact of Music Mixing in Podcasts: Enhancing Audience Engagement". *Podcasting Journal*, Vol. 17, No. 1, 2020, pp. 98-110.
- Al-Nabulsi, Arej. (2021). "tathir mushahadat musalsalat albudkast ealaa tarsikh alqiam alaijtimaeiat ladaa alyafiein". risalat majistir manshurat, jamieat Alsharq alawisat, kuliyat al'ieliama, qism alsahafati.
- Alkhawalida, m. (2022). "dur albudkast fi muealajat alqadaya alaijtimaeiati: tahlil barnamaj 'harra". majalat al'ieliama walmujtamaei, majalat eulum al'iinsan walmujtamae , jamieat muhammad khaydar bisikrat - kuliyat aleulum al'iinsaniat walaijtimaeiati, 4(1). 645 - 663.
- Hasan, Y. (2023). "albudkast almuajah lilshababi: alqadaya alaijtimaeiat wal'iinsaniatu". almajalat almisriat libuqhuth al'ieliama, jamieat Alqahira, 83(1). 13-262.
- kanifahi, A. (2023). "madamin albudkast fi qanaa 'alearabiati': tahlil barnamaj 'albuad alakhar". dawriat al'ieliama alduwali, majalat aitihad aljamieat alearabiati libuqhuth al'ieliama watiknuluja alaitisal, 11(2). 189-167.
- 11- Olmsted, R., & Wang, J. "Motivations for Podcast Use: Entertainment, Information, and Relationship Building". *Journal of Digital Media Studies*, Vol. 33, No. 2, 2022, pp. 156-169.
- 12 -Ebadat, M. "Feminist Podcasts: A Tool for Digital Activism". *Journal of Gender and Media Studies*, Vol. 14, No. 3, 2022, pp. 202-215.
- 13 - Bajaj, R., & Singh, P. "From Entertainment to Education: How Podcasts Became a Primary Source of Content During the Pandemic". *Global Media Review*, Vol. 18, No. 1, 2022, pp. 45-60.

- 14- Tomyuk, S., & Avdeeva, N. "The Economics of Podcasting: Impact on the Media Industry". *Media Economics Journal*, Vol. 22, No. 3, 2022, pp. 176-189.
- Muhammad, Ahmad. (2022). "dur albudkast fi nashr althaqafat almukhtalifat watathiratih ealaa altafaeul alaijtimaeii". majalat aldirasat al'ielamiati, 3(1). 45-60.
- Raed, Khaled. (2017). "dawafie astikhdam albudkast watathiruh ealaa alwaey althaqafii". majalat altawasul al'ielamii, 1(3). 76-89.
- 17- Vishwanath Anand. "Social Exchange and Media Engagement: A Study of Podcasting's Impact on Cultural Awareness". *International Journal of Communication*, Vol. 8, 2014, pp. 1225-1240.
- Fouad, Al-Dagher. (2011). "albudkast wa'atharuh fi nashr thaqafat aldiymuqratiat walsalama". majalat dirasat al'ielami, 4(6). 219-234.
- 19- Kristine Laura. "Uses and Gratifications in the Digital Age: Exploring the Impact of Podcasting on Audience Behavior". *Journal of Media Studies*, Vol. 12, No. 2, 2011, pp. 85-98.
- Hassan, Abdel-Ati. (2015). "tawzif al'ajhizatalnaqaalat aldhakiat wallawhiat fi altaealum al'iiliktrunii". majalat jil aleulum al'iinsaniat walaijtimaeiati, 9(3). 167-179.
- 21 -Stephen Mark, et al. "The Active Audience: Understanding Audience Behavior and Media Use". *Media Studies Quarterly*, Vol. 18, No. 3, 2002, pp. 30-48.
- 22 Kevin David. "Audience Expectations and Media Content Selection: A Study of Uses and Gratifications in the Internet Age". *Communication Theory*, Vol. 13, No. 4, 2003, pp. 321-338.
- Saeed, Aboud. (2004). "dawafie alaistikhdam watathirat wasayil al'ielama: dirasat tahliyat fi alsiyaq allearabii". majalat al'ielam allearabii, 2(1). 59-72.
- Adel, Makkawi. (2009). "altafaeul al'ielamii watathiratih ealaa aljumhuri: dirasat muqaranat bayn wasayil al'ielam altaqlidiat waljadidati". majalat aleulum al'iinsaniati, 1(3). 160-174.
- 27 - Karimi Amir, et al. "The Role of Internet and Digital Platforms in Cultural Awareness among Arab Audiences". *International Journal of Media and Communication*, Vol. 7, No. 2, 2014, pp. 121-133.
- Rashad, Abdel Hamid. (2010). "al'ielam alraqamii: altafaeul walaitisal eabr al'iintirnta". majalat albuuth al'ielamiati, 22(3),
- Peter, Haron. (2013). "albudkasti: wasilat 'ielamiat jadidat fi easr altaqniat alraqamiati". majalat dirasat al'ielam alraqamii, 1(4).
- Hashem, Abdel Rahman. (2023). "albudkast fi aleasr alraqami: altatawurat walaiitjahat alhadithatu". majalat aldirasat al'ielamiat alraqamiati, 2(4).
- 31 – fawzi, alfari. (2012). "tiqniaat al'ielam alraqmii watathiratuha ealaa al'ielam altaqliduu". majalat aldirasat al'ielamiati, 4(5).
- . "tiqniaat al'ielam alraqmii watathiratuha ealaa al'ielam altaqliduu". majalat aldirasat al'ielamiati, almujaalad 19, aleedad 4, 2012, si. 131-144.

- Fawzi, Khattab. (2007). "al-tiqniaat al'ielamiat alhadithat wa'atharuha fi taqdim albaramiy althaqafiati". majalat aldirasat al'ielamiati, 4(2). 131-144..
- Al-Ruwaili, Hamad, and Al-Yahya Fatima. (2017). "alwaey althaqafii: nazrat shamilatun". majalat altarbiat waleulum aliajtimaeiati, 2(1).
- Al-Amiri, Saeed. (2011). "alwaey althaqafii watafsir alrasayil al'ielamiat fi albaramiy alsawtiati". majalat al'abhath althaqafiati, 1(3).

Journal of Mass Communication Research «J M C R»

A scientific journal issued by Al-Azhar University, Faculty of Mass Communication

Chairman: Prof. Salama Daoud President of Al-Azhar University

Editor-in-chief: Prof. Reda Abdelwaged Amin

Dean of Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

Deputy Editor-in-chief: Dr. Sameh Abdel Ghani

Vice Dean, Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

Assistants Editor in Chief:

Prof. Mahmoud Abdelaty

- Professor of Radio, Television, Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

Prof. Fahd Al-Askar

- Media professor at Imam Mohammad Ibn Saud Islamic University
(Kingdom of Saudi Arabia)

Prof. Abdullah Al-Kindi

- Professor of Journalism at Sultan Qaboos University (Sultanate of Oman)

Prof. Jalaluddin Sheikh Ziyada

- Media professor at Islamic University of Omdurman (Sudan)

Managing Editor: Prof. Arafa Amer

- Professor of Radio, Television, Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

Editorial Secretaries:

Dr. Ibrahim Bassyouni: Lecturer at Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

Dr. Mustafa Abdel-Hay: Lecturer at Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

Dr. Ahmed Abdo: Lecturer at Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

Dr. Mohammed Kamel: Lecturer at Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

Arabic Language Editors : Dr. Gamal Abogabal, Omar Ghonem, Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

- Al-Azhar University- Faculty of Mass Communication.

- Telephone Number: 0225108256

- Our website: <http://jsb.journals.ekb.eg>

- E-mail: mediajournal2020@azhar.edu.eg

Correspondences

● Issue 73 January 2025 - part 3

● Deposit - registration number at Darelkotob almasrya /6555

● International Standard Book Number "Electronic Edition" 2682- 292X

● International Standard Book Number «Paper Edition»9297- 1110

Rules of Publishing

● Our Journal Publishes Researches, Studies, Book Reviews, Reports, and Translations according to these rules:

- Publication is subject to approval by two specialized referees.
- The Journal accepts only original work; it shouldn't be previously published before in a refereed scientific journal or a scientific conference.
- The length of submitted papers shouldn't be less than 5000 words and shouldn't exceed 10000 words. In the case of excess the researcher should pay the cost of publishing.
- Research Title whether main or major, shouldn't exceed 20 words.
- Submitted papers should be accompanied by two abstracts in Arabic and English. Abstract shouldn't exceed 250 words.
- Authors should provide our journal with 3 copies of their papers together with the computer diskette. The Name of the author and the title of his paper should be written on a separate page. Footnotes and references should be numbered and included in the end of the text.
- Manuscripts which are accepted for publication are not returned to authors. It is a condition of publication in the journal the authors assign copyrights to the journal. It is prohibited to republish any material included in the journal without prior written permission from the editor.
- Papers are published according to the priority of their acceptance.
- Manuscripts which are not accepted for publication are returned to authors.