

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.

■ مساعدا ورئيس 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

أ.م.د / إبراهيم بسيوني - الأستاذ المساعد بقسم الصحافة والنشر بالكلية.

■ سكرتير التحرير: 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.

■ التدقيق اللغوي: 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 السادس والسبعون - الجزء الثالث - ربيع الثاني ١٤٤٧هـ - أكتوبر ٢٠٢٥م

● رقم الإيداع بدار الكتب المصرية: ٦٥٥٥

● الترقيم الدولي للنسخة الإلكترونية: ٢٦٨٢ - ٢٩٢ X

● الترقيم الدولي للنسخة الورقية: ٩٢٩٧ - ١١١٠

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 عبدالله (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.

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
وأخر 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
وتحتفظ 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.

محتويات العدد

- ١٦٠٧ ■ تقييم الجمهور المصري لتجربة توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في منصات المشاهدة المدفوعة أ.م.د/ ولاء إبراهيم عبد الحميد حسان
- ١٦٩٥ ■ المقارنات الاجتماعية للمراهقين مستخدمى تطبيق الإنستجرام وعلاقتها بالتمرد النفسي والتطلعات المادية لديهم أ.م.د/ إنجي حلمي محمود إبراهيم
- ١٧٨٩ ■ إدراك المراهقين للتزييف العميق في الإعلانات الرقمية وعلاقته بسلوكهم الشرائي: دراسة في إطار مدخل التربية الإعلانية أ.م.د/ هاني نادي عبد المقصود محمود
- ١٨٧٧ ■ انعكاسات تعرض طلبة الجامعة للبودكاست الصحفي وعلاقته بإدراكهم للقضايا المجتمعية في ضوء نظرية ثراء الوسيلة أ.م.د/ زينهم حسن علي
- ١٩٥٥ ■ اعتماد الشباب الجامعي على تطبيقات الذكاء الاصطناعي مصدرًا للمعرفة الدينية.. دراسة ميدانية د/ هيثم شعبان السيد العباسي
- ١٠٣٥ ■ الفيديوهات المنتجة بتقنيات الذكاء الاصطناعي «التزييف العميق» عبر وسائل التواصل الاجتماعي وتأثيراتها الاجتماعية وانعكاساتها على الأمن القومي (دراسة تحليلية ميدانية) أ.م.د/ ابتسام مرسى محمد د/ محمد مهني البحراوي

- ٢١١٣

التماس الجمهور المصري للمعلومات عبر المواقع الإلكترونية الإخبارية

حول الحرب الإسرائيلية الإيرانية يونيو ٢٠٢٥م واتجاهاتهم نحوها

د/ فوزية جمال عبد التواب إمام

(دراسة ميدانية)

- ٢٢١٩

اتجاهات خطاب الصحف العربية والأجنبية نحو الحرب الإسرائيلية

على قطاع غزة في الفترة من ٧ أكتوبر ٢٠٢٣ حتى مايو ٢٠٢٤ - دراسة

د/ هالة أحمد الحسيني متولي

تحليلية مقارنة

- ٢٣٠٩

توظيف فن الخداع البصري في الإعلانات الرقمية عبر وسائل التواصل

د/ روان محمد محمود علي

الاجتماعي: دراسة تحليلية

- ٢٤٢٧

الجوانب العملية لتطبيق الذكاء الاصطناعي في عمل المتخصصين في

الإعلام والاتصال بدولة فلسطين: دراسة تطبيقية

قصي إبراهيم محمد حسين، د/ إيهاب أحمد رؤوف عوايص

تقييم «مجلة البحوث الإعلامية» لآخر ست سنوات

						
م	القطاع	اسم المجلة	اسم الجهة / الجامعة	ISSN-P	ISSN-O	نقاط المجلة السنة
1	الدراسات الإعلامية	مجلة البحوث الإعلامية	جامعة الأزهر	1110-9297	2682-292X	2025 7
2	الدراسات الإعلامية	مجلة البحوث الإعلامية	جامعة الأزهر	1110-9297	2682-292X	2024 7
3	الدراسات الإعلامية	مجلة البحوث الإعلامية	جامعة الأزهر	1110-9297	2682-292X	2023 7
4	الدراسات الإعلامية	مجلة البحوث الإعلامية	جامعة الأزهر	1110-9297	2682-292X	2022 7
5	الدراسات الإعلامية	مجلة البحوث الإعلامية	جامعة الأزهر	1110-9297	2682-292X	2021 7
6	الدراسات الإعلامية	مجلة البحوث الإعلامية	جامعة الأزهر	1110-9297	2682-292X	2020 7

«مجلة البحوث الإعلامية» الأولى عربياً وفقاً لمعامل «أرسيف»



Arab Citation & Impact Factor
Arab Online Database

معامل التأثير والاستشهادات المرجعية العربي
قاعدة البيانات العربية الرقمية



التاريخ: 2025/10/19

الرقم: L25/0003 ARCIF

سعادة أ. د. رئيس تحرير مجلة البحوث الإعلامية المحترم
جامعة الأزهر، كلية الإعلام، القاهرة، مصر
تحية طيبة وبعد،،،

يسر معامل التأثير والاستشهادات المرجعية للمجلات العلمية العربية (أرسيف - ARCIF)، أحد مبادرات قاعدة بيانات "معرفّة" للإنتاج والمحتوى العلمي، إعلامكم بأنه قد أطلق التقرير السنوي العاشر للمجلات للعام 2025.

يخضع معامل التأثير "Arcif" لإشراف "مجلس الإشراف والتنسيق" الذي يتكون من ممثلين لعدة جهات عربية ودولية: (مكتب اليونيسكو الإقليمي للتربية في الدول العربية ببيروت، لجنة الأمم المتحدة لغرب آسيا (الإسكوا)، مكتبة الاسكندرية، قاعدة بيانات معرفة). بالإضافة للجنة علمية من خبراء وأكاديميين ذوي سمعة علمية رائدة من عدة دول عربية وبريطانيا.

ومن الجدير بالذكر بأن معامل "أرسيف Arcif" قام بالعمل على فحص ودراسة بيانات ما يقارب (5500) عنوان مجلة عربية علمية أو بحثية في مختلف التخصصات، والصادرة عن أكثر من (1500) هيئة علمية أو بحثية في العالم العربي. ونجح منها (1272) مجلة علمية فقط لتكون معتمدة ضمن المعايير العالمية لمعامل "أرسيف Arcif" في تقرير عام 2025.

ويسرنا تهنئكم وإعلامكم بأن مجلة البحوث الإعلامية الصادرة عن جامعة الأزهر، كلية الإعلام، القاهرة، مصر، قد نجحت في تحقيق معايير اعتماد معامل "أرسيف Arcif" المتوافقة مع المعايير العالمية، والتي يبلغ عددها (32) معياراً، وللاطلاع على هذه المعايير يمكنكم الدخول إلى الرابط التالي:

<http://e-marefa.net/arcif/criteria>

وكان معامل التأثير "أرسيف" العام لمجلات لسنة 2025 (2.723). ونهنتكم بحصول المجلة على:

- **المرتبة الثالثة** عربياً من مجموع إجمالي المجلات في معامل "أرسيف Arcif" العام، و البالغ عددها (1272).
- **المرتبة الأولى** في تخصص الإعلام و الاتصال من إجمالي عدد المجلات (33) على المستوى العربي، مع العلم أن متوسط معامل "أرسيف" لهذا التخصص كان (0.76). كما صُنفت مجلتكم في هذا التخصص ضمن الفئة (Q1) وهي الفئة الأعلى .

راجين العلم أن حصول أي مجلة على مرتبة ضمن الأعلى (10) مجلات في تقرير معامل "أرسيف" لعام 2025 في أي تخصص، لا يعني حصول المجلة بشكل تلقائي على تصنيف مرتفع كتصنيف فئة Q1 أو Q2، حيث يرتبط ذلك بإجمالي قيمة النقاط التي حصلت عليها من **المعايير الخمسة المعتمدة لتصنيف مجلات تقرير "أرسيف" (للعام 2025) إلى فئات في مختلف التخصصات**، ويمكن الاطلاع على هذه المعايير الخمسة من خلال الدخول إلى الرابط: <http://e-marefa.net/arcif>

وبإمكانكم الإعلان عن هذه النتيجة سواء على موقعكم الإلكتروني، أو على مواقع التواصل الاجتماعي، وكذلك الإشارة في النسخة الورقية لمجلتكم إلى معامل "أرسيف Arcif" الخاص بمجلتكم.

ختاماً، نرجو في حال رغبتكم الحصول على شهادة رسمية إلكترونية خاصة بنجاحكم في معامل "أرسيف"، التواصل معنا مشكورين.

وتفضلوا بقبول فائق الاحترام والتقدير

أ.د. سامي الخزندار

رئيس مبادرة معامل التأثير

"أرسيف Arcif"



**انعكاساتُ تعرُّض طلبة الجامعة للبودكاست الصحفيّ
وعلاقته بإدراكهم للقضايا المجتمعية في ضوءِ نظرية ثراء الوسيلة**

- **The Implications of University Students' Exposure to Journalistic Podcasts and Its Relationship to Their Awareness of Societal Issues in Light of Media Richness Theory**

● أ.م.د/ زينهم حسن علي

أستاذ الصحافة المساعد بقسم الإعلام التربوي- كلية التربية النوعية-
جامعة المنيا

Email: zenhomhassan100@gmail.com

ملخص الدراسة

هدفت الدراسة إلى التعرف على العلاقة بين تعرُّض طلبة الجامعة للبودكاست الصحفي وإدراكهم للقضايا المجتمعية، وهي دراسة وصفية جرى تطبيقها باستخدام منهج المسح على عينة عشوائية من طلبة الجامعة قوامها (620) طالباً وطالبة، بواقع (209) طالباً بجامعة المنيا، و(206) طالباً بجامعة أسوان، و(205) طالباً بجامعة المنوفية، وتمثلت أدوات الدراسة في صحيفة استقصاء متضمنة ثلاثة مقاييس، هي: (مقياس دوافع التعرُّض للبودكاست الصحفي، وعناصر الجذب للبودكاست الصحفي، ومقياس الإدراك للقضايا المجتمعية)، وتوصل الباحث إلى مجموعة من النتائج، أهمها ما يلي: إن نسبة (62.9%) من عينة الدراسة يتابعون البودكاست الصحفي (أحياناً) في الترتيب الأول، وتصدَّرت مواقع التواصل الاجتماعي الوسائل التي يستخدمها طلبة الجامعة عينة الدراسة لمتابعة البودكاست الصحفي بالترتيب الأول بنسبة (64%)، وتصدَّرت عبارة (تقديم موضوعات مختلفة ومتنوعة) قائمة أسباب ودوافع متابعة المبحوثين للبودكاست الصحفي في الترتيب الأول، فيما جاءت عبارة (لهروب من المشكلات التي أواجهها) في الترتيب الأخير، وأن أهم المواقع الصحفية التي يتابع من خلالها المبحوثون القضايا المجتمعية تمثلت في (اليوم السابع) في الترتيب الأول بنسبة (52.4%)، بينما جاء في الترتيب الأخير (الوطن) بنسبة (18.1%)، وأن نسبة (60.3%) من عينة الدراسة يعتمدون على البودكاست الصحفي كمصدر للمعلومات والقضايا المجتمعية بدرجة (متوسطة) في الترتيب الأول، وأن متوسط درجات إدراك طلبة الجامعة عينة الدراسة للقضايا المجتمعية جاءت مرتفعة بنسبة (2.41%).

الكلمات المفتاحية: البودكاست الصحفي- طلبة الجامعات المصرية- نظرية ثراء الوسيلة.

Abstract

The study aimed to identify the relationship between university students' exposure to journalistic podcasts and their awareness of societal issues. It is a descriptive study that was applied using the survey method on a random sample of university students consisting of (620) male and female students, with (209) male and female students at Minya University, (206) male and female students at Aswan University, and (205) male and female students at Menoufia University. The study tools were represented by a survey sheet that included three scales, which are: (a scale of motives for exposure to journalistic podcasts, elements of attraction to journalistic podcasts, and a scale of awareness of societal issues). The researcher reached a set of results, the most important of which are the following: (62.9%) of the study sample follow journalistic podcasts (sometimes) in first place, and social networking sites topped the means used by university students in the study sample to follow journalistic podcasts in first place with a percentage of (64%), and the phrase (presenting different and advanced topics) topped the list of reasons and motives for the respondents to follow journalistic podcasts in first place, while the phrase (to escape from the problems I face) came in last place, and the most important journalistic sites through which the respondents follow societal issues were represented by (Youm7) in first place with a percentage of (52.4%), while in last place (Al-Watan) with a percentage of (18.1%), and that (60.3%) of the study sample rely on journalistic podcasts as a source of information and societal issues with a degree of (medium) in first place, The average scores of the study sample university students' awareness of societal issues were high at (2.41%).

Key words: Journalism Podcast - Egyptian University Students - Media Richness Theory

في العصر الرقمي الحالي، أصبحت الوسائط الإعلامية تؤدي دوراً حيوياً في تشكيل وعي الأفراد وتصوراتهم حول القضايا المجتمعية المختلفة والمهمة، ومن بين هذه الوسائط ظهر البودكاست منافساً قوياً كأداة إعلامية مؤثرة تجمع بين السهولة والمرونة في الاستخدام والانتشار؛ مما يجعله خياراً شائعاً وسهلاً الاستخدام بين الشباب بصفة عامة، وطلبة الجامعات بصفة خاصة، على اعتبار أنهم من الفئات القادرة على التعامل مع التكنولوجيا الحديثة بسهولة مطلقة.

وقد أصبحت هذه الوسيلة الاتصالية مجالاً إعلامياً متنوعاً وثرياً نحو المحتوى المتعمق المتجاوز لعملية السرد للتجارب اليومية إلى التقديم المتكامل والشامل للقضايا المجتمعية المهمة، بدءاً من ظهورها ومروراً بتأثيراتها، وحتى النتائج والتصورات المستقبلية المقبلة، حيث يعد البودكاست نفسه منصةً إعلامية جديدة للقصص المتعمق والقائم على تحري الدقة والتثبت في التعامل مع المعلومات والآراء المختلفة، وتعكس أنماط المحتوى المتعددة إمكانيةً كبيرةً لأن تتجاوز هذه التقنية الأطر التقليدية لوسائل الإعلام، نحو جذب الجمهور من جهة، وإعادة الاعتبار لقيمة المحتوى الإعلامي الرقمي من جهة أخرى⁽¹⁾.

ويعتبر البودكاست الصحفي نموذجاً جديداً من أشكال الصحافة الرقمية الحديثة؛ حيث يجمع بين العمق في الطرح والمرونة في تناول؛ مما يساهم في تعميق فهم الجمهور للقضايا المجتمعية المختلفة والمهمة، وإدراكهم لها، وتكوين آرائهم واتجاهاتهم نحوها، وفي هذا السياق تسعى الدراسة الحالية إلى التعرف على العلاقة بين تعرض طلبة الجامعة لهذا النوع من المحتوى وإدراكهم لمختلف القضايا المجتمعية، خاصةً في ظل ما تشهده المجتمعات من تحديات معقدة تتطلب فهماً واعياً وتحليلاً ونقداً.

مشكلة الدراسة:

يشهد العصر الرقمي تنامياً متزايداً وملحوظاً في استخدام بعض الوسائط الإعلامية الجديدة كوسائل لنقل المعلومات والأخبار للجمهور، ويعد البودكاست الصحفي أحد أهم هذه الوسائط التي اكتسبت اهتماماً متزايداً لدى فئة طلبة الجامعات؛ نظراً لما توفره من مرونة كبيرة في الوصول إلى المحتوى وثراء في الأسلوب والتقديم.

كما يمكن أن يؤدي البودكاست الصحفي دوراً مهماً في تعزيز الوعي بالقضايا المجتمعية المهمة والمختلفة، والتي تواجه الأفراد بالمجتمع؛ وذلك من خلال تقديمه لبعض التحليلات والنقاشات المتعمقة لهذه القضايا من قبل مقدمي البودكاست الصحفي كمصدر إعلامي حديث، كما يسهم في إثراء الحوار المجتمعي عبر طرح موضوعات متنوعة تشمل القضايا العامة والقضايا ذات الطابع المجتمعي، إلى جانب اقتراح حلول محتملة لبعض هذه القضايا، ومن هذا المنطلق تبرز الحاجة إلى استقصاء مدى تأثير البودكاست الصحفي كوسيلة إعلامية معاصرة على إدراك طلبة الجامعات لمختلف القضايا المجتمعية، وذلك استناداً إلى نظرية ثراء الوسيلة، التي تفترض أن الوسائل الأكثر ثراءً في نقل المعلومات والتفاعلات تُعد أكثر قدرة على إحداث التأثير في الجمهور.

وبناءً على ما سبق تحاول الدراسة التحقق من العلاقة بين تعرض طلبة الجامعة للبودكاست الصحفي وإدراكهم للقضايا المجتمعية، وتحديد العوامل التي قد تؤثر على هذه العلاقة، ويمكن صياغة مشكلة الدراسة في التساؤل الرئيس التالي: **ما العلاقة بين تعرض طلبة الجامعة للبودكاست الصحفي وإدراكهم للقضايا المجتمعية في ضوء نظرية ثراء الوسيلة؟**

أهمية الدراسة:

تتبع أهمية الدراسة من جانبين، وهما: الأهمية النظرية والأهمية التطبيقية، على النحو التالي:

الأهمية النظرية:

1- الأهمية الكبيرة التي حظيت بها تقنية البودكاست وبرامجه، كأحدث التقنيات الاتصالية في مجال الإعلام الرقمي، خاصة بعد تطور الشكل والمحتوى لهذه البرامج الصوتية، وعناصر الجذب لتلك البرامج.

2- الكشف عن طبيعة إدراك طلبة الجامعة للقضايا المجتمعية ومستوياته المختلفة.

3- الفئة العمرية والتعليمية التي تتناولها الدراسة، وهي فئة طلبة الجامعة، حيث إنها من أكثر الفئات تعرضاً للبودكاست الصحفي ومضامينه المختلفة؛ وبالتالي معرفتهم بالقضايا المجتمعية المحيطة بهم وإدراكهم لها.

4- الوقوف على طبيعة الارتباط بين متابعة طلبة الجامعة للبودكاست الصحفي وإدراكهم للقضايا المجتمعية.

5- يمكن أن تسهم هذه الدراسة في إثراء الدراسات الإعلامية التي تتناول موضوع البودكاست الصحفي.
الأهمية التطبيقية:

تتجلى الأهمية التطبيقية لهذا الدراسة في تقديم مؤشرات يمكن أن يستفيد منها القائمون على المؤسسات الإعلامية والأكاديمية في تطوير المحتوى الصحفي الموجه لطلبة الجامعات، ولا سيما عبر البودكاست باعتباره وسيلة إعلامية جاذبة وقريبة من اهتمامات هذه الفئة، كما يمكن أن تسهم نتائج الدراسة في وضع استراتيجيات إعلامية أكثر فاعلية في تعزيز وعي الشباب بالقضايا المجتمعية؛ من خلال اختيار الوسائل والرسائل الأكثر ثراءً وكفاءة في نقل المعلومات، وبذلك يمدُّ البحثُ صنَّاعَ المحتوى، والباحثين في مجالات الإعلام والتربية، بأطر عملية تساعد في تصميم برامج إعلامية وتثقيفية تراعي طبيعة خصائص الوسيلة وتأثيرها على إدراك المتلقين.

أهداف الدراسة:

تسعى الدراسة لتحقيق هدف رئيس، وهو معرفة العلاقة بين تعرض طلبة الجامعات للبودكاست الصحفي وإدراكهم للقضايا المجتمعية، ويتفرع من هذا الهدف مجموعة الأهداف الفرعية التالية:

- 1- معرفة درجة متابعة طلبة الجامعة عينة الدراسة للبودكاست الصحفي.
- 2- التعرف على الوسائل التي تستخدمها عينة الدراسة لمتابعة البودكاست الصحفي.
- 3- رصد الطرق التي تعرف طلبة الجامعة عينة الدراسة على البودكاست الصحفي من خلالها.
- 4- الكشف عن أسباب ودوافع متابعة طلبة الجامعة عينة الدراسة للبودكاست الصحفي.

- 5- تحليل وتفسير عوامل الجذب للمحتوى الخاص للبودكاست الصحفي من وجهة نظر طلبة الجامعة عينة الدراسة.
 - 6- التعرف على أهم المواقع الصحفية التي يتابع من خلالها المبحوثون عينة الدراسة القضايا المجتمعية.
 - 7- رصد درجة ثقة طلبة الجامعة عينة الدراسة في البودكاست الصحفي كمصدر للمعلومات عن القضايا المجتمعية.
 - 8- الكشف عن دور البودكاست الصحفي في عرض وتحليل القضايا المجتمعية من وجهة نظر المبحوثين عينة الدراسة.
 - 9- التعرف على اهتمام البودكاست الصحفي بالقضايا المجتمعية من وجهة نظر المبحوثين عينة الدراسة.
 - 10- معرفة درجة تفاعل طلبة الجامعة عينة الدراسة مع البودكاست الصحفي وأشكال هذا التفاعل.
 - 11- تحليل وتفسير أسلوب تناول وعرض القضايا المجتمعية في البودكاست الصحفي من وجهة نظر المبحوثين عينة الدراسة.
 - 12- الكشف عن مستوى إدراك المبحوثين عينة الدراسة للقضايا المجتمعية في ضوء تعرضهم للبودكاست الصحفي.
- تساؤلات الدراسة:** تسعى الدراسة الحالية للإجابة عن الأسئلة التالية:
- تسعى الدراسة الحالية للإجابة عن التساؤل الرئيس، وهو ما العلاقة بين تعرض طلبة الجامعات البودكاست الصحفي وإدراكهم للقضايا المجتمعية، ويتفرع من هذا التساؤل مجموعة الأسئلة الفرعية التالية:
- 1- ما درجة متابعة طلبة الجامعة عينة الدراسة للبودكاست الصحفي؟
 - 2- ما الوسائل التي تستخدمها عينة الدراسة لمتابعة البودكاست الصحفي؟
 - 3- ما الطرق التي تعرف طلبة الجامعة عينة الدراسة على البودكاست الصحفي من خلالها؟
 - 4- ما أسباب ودوافع متابعة طلبة الجامعة عينة الدراسة للبودكاست الصحفي؟

- 5- ما عوامل الجذب للمحتوى الخاص للبودكاست الصحفي من وجهة نظر طلبة الجامعة عينة الدراسة؟
- 6- ما أهم المواقع الصحفية التي يتابع من خلالها المبحوثون عينة الدراسة القضايا المجتمعية؟
- 7- ما درجة ثقة طلبة الجامعة عينة الدراسة في البودكاست الصحفي كمصدر للمعلومات عن القضايا المجتمعية؟
- 8- ما دور البودكاست الصحفي في عرض وتحليل القضايا المجتمعية من وجهة نظر المبحوثين عينة الدراسة؟
- 9- ما درجة اهتمام البودكاست الصحفي بالقضايا المجتمعية من وجهة نظر المبحوثين عينة الدراسة؟
- 10- ما درجة تفاعل طلبة الجامعة عينة الدراسة مع البودكاست الصحفي وأشكال هذا التفاعل؟
- 11- ما أسلوب تناول وعرض القضايا المجتمعية في البودكاست الصحفي من وجهة نظر المبحوثين عينة الدراسة؟
- 12- ما مستوى إدراك المبحوثين عينة الدراسة للقضايا المجتمعية في ضوء تعرضهم للبودكاست الصحفي؟

فروض الدراسة: تسعى هذه الدراسة للتحقق من صحة الفروض التالية:

- 1- توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين معدل تعرض طلبة الجامعة للبودكاست الصحفي وإدراكهم للقضايا المجتمعية.
- 2- توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين معدل تعرض طلبة الجامعة للبودكاست الصحفي ودوافع متابعتهم له.
- 3- توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين معدل تعرض طلبة الجامعة للبودكاست الصحفي ودرجة تفاعلهم معها.
- 4- توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين معدل تعرض طلبة الجامعة للبودكاست الصحفي ودرجة ثقتهم في المعلومات التي يقدمونها.

- 5- توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين معدل تعرّض طلبة الجامعة للبودكاست الصحفي ودرجة اعتمادهم عليه كمصدر للمعلومات والقضايا المجتمعية.
- 6- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين طلبة الجامعة عينة الدراسة في مستوى تعرّضهم للبودكاست الصحفي وفق متغيرات (النوع، ومحل الإقامة، والجامعة).
- 7- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين طلبة الجامعة عينة الدراسة في مستوى إدراكهم للقضايا المجتمعية وفق متغيرات (النوع، ومحل الإقامة، والجامعة).
- نوع الدراسة ومنهجها: تندرج هذه الدراسة ضمن إطار البحوث الوصفية، وتستخدم منهج المسح الميداني لعينة عشوائية من طلبة الجامعة.
- مجتمع الدراسة وعينتها: يتكون مجتمع الدراسة من جميع الطلاب بالجامعات الحكومية المصرية، أما عينة الدراسة: فقد تمثلت في عينة عشوائية من طلبة الجامعة موزعة على جامعات (المنيا وأسوان والمنوفية) قوامها (620) مفردة، بواقع (209) مفردات لجامعة المنيا، و(206) مفردات لجامعة أسوان، و(205) مفردات لجامعة المنوفية، ويوضح جدول (1) توصيف هذه العينة حسب النوع ومحل الإقامة والجامعة.

جدول (1)

الخصائص الديموجرافية لعينة الدراسة

النسبة	التكرار	الفئة	توصيف عينة الدراسة
50.5%	313	ذكر	النوع
49.5%	307	أنثى	
100%	620	الإجمالي	
48.9%	303	ريف	محل الإقامة
51.1%	317	حضر	
100%	620	الإجمالي	
33.7%	209	المنيا	الجامعة
33.2%	206	أسوان	
33.1%	205	المنوفية	
100%	620	الإجمالي	

يتضح من بيانات الجدول السابق: أن عينة الدراسة الميدانية شملت جميع المتغيرات التي تمَّ في ضوءها جمع البيانات؛ حيث جاءت نسبة (الذكور) في الترتيب الأول بواقع (50.5%)، ثم (الإناث) في الترتيب الثاني بنسبة (49.5%) وذلك حسب متغير النوع، وفيما يتعلق بمتغير محل الإقامة جاء الأفراد من سكان (الحضر) في الترتيب الأول بنسبة (51.1%)، فيما جاء سكان (الريف) في الترتيب الثاني بنسبة (48.9%)، أما عن متغير (الجامعة) ففي الترتيب الأول جاء أفراد عينة الدراسة من جامعة (المنيا) بنسبة (33.7%)، ثم جامعة (أسوان) في الترتيب الثاني بنسبة (33.2%)، وأخيراً جامعة (المنوفية) بنسبة (33.1%).

مبررات اختيار عينة الدراسة: يرجع اختيار عينة الدراسة لعدة أسباب، منها: تعتبر فئة طلبة الجامعة من أكثر الفئات استخداماً للتكنولوجيا الحديثة بكافة أشكالها، بما فيها الإعلام الرقمي، وتطبيقات مواقع التواصل الاجتماعي، والمواقع الصحفية، كما أنها من أنسب الفئات للتطبيق؛ نظراً لتوافر التجانس الفكري والعمرى والمعرفي لديهم، بالإضافة إلى أن هذه المرحلة مرحلة مهمة لدى طلبة الجامعة، بحيث يستطيعون تكوين آرائهم ووعيهم واتجاهاتهم، وإدراكهم للعديد من القضايا المجتمعية التي تحيط بهم.

أدوات الدراسة:

أ- صحيفة الاستقصاء:

قام الباحث بتصميم صحيفة الاستقصاء كأداة لجمع البيانات الخاصة من طلبة الجامعة، وقد راعى الباحث في الأسئلة التسلسل المنطقي والوضوح في صياغة الأسئلة، مع التركيز على الأسئلة المغلقة؛ لتسهيل عملية جمع المعلومات من المبحوثين، بالإضافة إلى تسهيل مهمة الطلاب المبحوثين في الإجابة عن الأسئلة، وتمَّ عرض الاستبانة ومقياس الإدراك على مجموعة من المحكِّمين المتخصصين في الإعلام التربوي والصحة النفسية

وعلم النفس، وتمّ تطبيق الاستبانة والمقياس على Google Drive على طلبة الجامعة عينة الدراسة^(*).

ب- مقياس الإدراك:

بعد اطلاع الباحث على الكثير من المقاييس التي تناولت الإدراك التي تمّ إعدادها، مثل: دراسة (حسن عمران حسن، ميسرة حمدي شاكر، 2024)⁽²⁾، ودراسة (مرفت عبد الحميد الصفتي، 2025)⁽³⁾، ودراسة (يخى بنت عبد الرحمن البسيمي، 2025)⁽⁴⁾، ودراسة (شاكر حميد رشيد، 2024)⁽⁵⁾، قام بإعداد مقياس يتكون من (18) عبارة يقيس إدراك طلبة الجامعة للقضايا المجتمعية في ضوء تعرضهم للبودكاست الصحفي، وكانت أبعاد المقياس كالتالي:

- 1- (البعد المعرفي)، ويشمل العبارات (1، 2، 3، 4، 5، 6، 7، 8).
- 2- (البعد الوجداني)، ويشمل العبارات (9، 10، 11، 12).
- 3- (البعد السلوكي)، ويشمل العبارات (13، 14، 15، 16، 17، 18).

وكان ثلاثياً، وطريقة تصحيحه كالتالي:

نوع العبارة	موافق	محايد	معارض
الإيجابية	ثلاث درجات	درجتان	درجة واحدة
السلبية	درجة واحدة	درجتان	ثلاث درجات

حدود الدراسة:

1- الحدود الموضوعية: تركز الدراسة على البودكاست الصحفي والقضايا المجتمعية.

(*) أ. د / أسماء محمد عبد الحميد، أستاذ علم النفس التربوي- كلية التربية- جامعة المنيا.

أ. د / أحمد عبد الكافي عبد الفتاح، أستاذ الصحافة بقسم الإعلام التربوي- كلية التربية النوعية- جامعة المنيا.

أ. د / حسام زكي، أستاذ الصحة النفسية- ووكيل كلية التربية لشؤون الدراسات العليا والبحوث- جامعة المنيا.

أ. م. د / وائل صلاح نجيب، أستاذ الإذاعة والتلفزيون المساعد ورئيس قسم الإعلام التربوي سابقاً- كلية التربية النوعية- جامعة المنيا.

أ. م. د / إيمان عاشور سيد، أستاذ الإذاعة والتلفزيون المساعد بقسم الإعلام التربوي- كلية التربية النوعية- جامعة المنيا.

أ. م. د / حسام فايز عبد الحي، أستاذ الصحافة المساعد بقسم الإعلام التربوي- كلية التربية النوعية- جامعة المنيا.

أ. م. د / أحمد سمير، أستاذ الصحة النفسية المساعد- قسم الصحة النفسية- كلية التربية- جامعة المنيا.

2- الحدود الزمانية: تم تطبيق الدراسة الميدانية في الفترة من 2025/3/1 وحتى 2025/4/30

3- الحدود المكانية: تم تطبيق الدراسة داخل جامعات (المنيا وأسوان والمنوفية) من خلال تطبيق جوجل درايف (استبانة إلكترونية).

4- الحدود البشرية: تم تطبيق الدراسة على عينة عشوائية من طلاب جامعات المنيا وأسوان والمنوفية.

متغيرات الدراسة:

المتغيرات المستقلة: البودكاست الصحفي.

المتغيرات التابعة: إدراك طلبة الجامعة للقضايا المجتمعية.

المتغيرات الوسيطة: النوع (ذكور وإناث)، ومحل الإقامة (الحضر والريف)، والجامعة (المنيا، وأسوان، والمنوفية).

الصدق والثبات لأداة الدراسة:

إجراءات ثبات الاستبانة: قام الباحث بحساب ثبات الاستبانة بالتطبيق على عينة تقنين من خارج العينة الأساسية قوامها (40) مبحوثاً، وباستخدام معادلة ألفا كرونباخ فجاء الثبات مساوياً (0.957)؛ وهي درجة تؤكد تمتع الاستبانة بدرجة ثبات مناسبة.

الصدق الذاتي: تم حساب الصدق الذاتي كمؤشر لصدق الاستبانة وذلك بحساب الجذر التربيعي لمعامل الثبات، وقد جاء مساوياً (0.978)؛ مما يدل على تمتع الاستبانة بدرجة عالية من الصدق.

المعاملات الإحصائية المستخدمة في الدراسة:

باستخدام برنامج (الحزم الإحصائية للعلوم الاجتماعية Spss) من خلال اللجوء

إلى المعاملات الإحصائية التالية:

- معامل ألفا كرونباخ لحساب الثبات.
- الجذر التربيعي لحساب الصدق.
- المتوسط الحسابي.
- الانحراف المعياري.

- التكرارات والنسب المئوية.
- معامل ارتباط بيرسون.
- اختبار (ت) لدلالة الفروق T.Test.
- تحليل التباين أحادي الاتجاه one way Anova.

التعريفات الإجرائية للدراسة:

البودكاست الصحفي:

هي (تقنية) أو برامج صوتية مسجلة تُبث من خلال المواقع الصحفية المختلفة، ويمكن للمستمعين تحميلها أو تشغيلها مباشرة من خلال تطبيقات ومواقع التواصل الاجتماعي وشبكات الحداثة.

القضايا المجتمعية:

مجموعة من التحديات أو المشكلات التي تؤثر على أفراد المجتمع أو الفئات الاجتماعية، وتتطلب استجابة مجتمعية، أو حكومية، أو فردية، لتحسين الأوضاع أو حل هذه المشكلات.

طلبة الجامعة:

يقصد بهم الطلاب من الفئة العمرية (18:24) سنة من الذين يدرسون بالجامعات المصرية لمرحلة البكالوريوس بجامعات (المنيا وأسوان والمنوفية).

الدراسات السابقة:

سعى الباحث إلى استقراء التراث العلمي المرتبط بموضوع الدراسة لينطلق من آخر ما أمكنه التوصل إليه من دراسات؛ للإفادة من هذه الدراسات، ومناهجها، وأدواتها، وطرق اختيار عيناتها في موضوع الدراسة، وفيما يلي عرض لأهم وأحدث هذه الدراسات:

حاولت دراسة (Mónika Andok, 2025)⁽⁶⁾ معرفة كيفية ظهور البودكاست كوسيلة متميزة تجمع بين الخصائص التقليدية للراديو والتقنيات الرقمية الحديثة، وذلك باستخدام بولتر وجروسن للإصلاح النظري، وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج، من أهمها: أن البداية الحقيقية للبودكاست من خلال تقنية الملفات الصوتية والامتداد الصوتي، ومع الانتشار المتزايد لمشغلات الموسيقى المحمولة بدأ البث الصوتي يكتسب شعبية بين المستمعين منذ عام 2004، وشكل البث الصوتي شكلاً من أشكال الوسائط،

وفي عام 2013 كان هناك حوالي 250000 بودكاست فريد بإجمالي ثمانية ملايين حلقة بأكثر من 100 لغة، وهذا يعني أن 1 من كل 5 من مستخدمي الإنترنت يستمعون إلى البودكاست في الولايات المتحدة الأمريكية.

وقام (Kim Fox,et al,2025)⁽⁷⁾ بإجراء دراسة على الصحفيين المختصين بالنشاط الرياضي ممن يستخدمون البودكاست، وأكد الصحفيون في المقابلات المقننة أن البودكاست ساعد في انتشار البث الخاصة بتغطية المباريات والأحداث المهمة، مثل الأولمبياد وغيرها؛ مما شجع المشاركين من الأبطال على عرض قصص إنجازاتهم وفوزهم من خلال بث صوتي خاص بهم، وساعد ذلك على تزايد أعداد المتابعين على صفحاتهم وحقق شهرة أكبر للصحف التي استعانت بمقاطعهم الصوتية؛ مما زاد من حجم الإعلانات على مواقع الصحف الإلكترونية، وزاد من مستخدمي هذه البرامج، وأكدت الدراسة أن هذه البرامج قد حققت شهرة كبيرة للصحف التي اعتمدت عليها.

واستكشفت دراسة (Viljami Vaarala,2025)⁽⁸⁾ المناقشات الصحفية حول هوية الصحافة التقليدية كعمل ومؤسسة موجهة نحو الحقيقة في ستة بودكاست فنلندية تُنشر بشكل مستقل خارج وسائل الإعلام التقليدية على اليوتيوب، وتمَّ تحديد هذا الخطاب الصحفي للحقيقة من خلال نمذجة الموضوع في (229) حلقة بودكاست، وتمَّ فحص (119) منها باستخدام تحليل الخطاب النوعي، وأظهرت نتائج الدراسة أن السلطة المعرفية للصحافة التقليدية يتمَّ تحديدها من خلال ثلاثة مواضيع مترابطة، ويتم من خلالها التعبير عن الصحافة التقليدية كممارسة ومؤسسة معادية للواقعية، وفي المقابل يتم تأطير البودكاست على اليوتيوب كمنصة لتقديم حديث متوازن وصحيح وغير مقطوع يحقق المثل المعرفية للصحافة، وتشير النتائج إلى الحاجة الماسة إلى أن يتبنَّى الصحفيون التقليديون والممارسون في البودكاست فهماً أكثر دقة وسياًقاً للمعرفة والحقيقة الصحفية المنظمة بواسطة الفلسفات الواقعية.

وكشفت دراسة (Sofia Theodosiadou,2025)⁽⁹⁾ عن العلاقة بين محو الأمية الإعلامية والبودكاست، والمكاسب التعليمية المحتملة من صنع البودكاست لطلاب التعليم ما قبل المدرسة، وبالنظر إلى فوائد هذا المشروع الصفّي كدراسة حالة وحيدة في

كلية تعليم ما قبل المدرسة بجامعة أرسطو في سالونيك خلال الفصل الدراسي الربيعي لعام 2021، وبالأستناد إلى الأدلة من مجموعتي تركيز أجريتا في القسم في الفصل الدراسي الشتوي لعام 2022، وأظهرت نتائج الدراسة أن المشاركة في عملية إنتاج الوسائط الإعلامية لها دور إيجابي للحفاظ على التوازن بين دور المعلم ودور الصحفي. وتناولت دراسة (Juana Savall Ceres,et al,2025)⁽¹⁰⁾ تصورات أعضاء

هيئة التدريس نحو أهمية البودكاست كأداة تعليمية، ودمجهم لها في ممارساتهم التدريسية والتحديات التي تواجه، باستخدام استبانة مخصصة لذلك، طبقت على عينة قوامها (224) محاضراً جامعياً من مؤسستين- واحدة في المكسيك والأخرى في إسبانيا، وكشفت نتائج الدراسة أن المحاضرين يقدرّون بشدة إمكانات التعلّم الخاصة به، وخاصة كأدوات تكميلية خارج الفصل الدراسي، كما أظهرت النتائج الأهمية المتصورة للبودكاست في تعزيز الابتكار في التدريس الجامعي، مع تسليط الضوء على عوائق رئيسة، منها ضيق الوقت ومحدودية الدعم المؤسسي.

واستكشفت دراسة (Tim Groot Kormelin,et al,2025)⁽¹¹⁾ كيفية دمج أفراد المجتمع لبودكاست الأخبار في روتينهم اليومي، وطلبت الدراسة من (60) مشاركاً الاستماع إلى بودكاست أخبار يومي لمدة تصل إلى أربعة أسابيع، وأُجريت معهم مقابلات بعد ذلك، وأشارت نتائج الدراسة إلى وجود صلة قوية إلى حدٍّ ما بين بودكاست الأخبار وسياقات الاستخدام المحددة، وأن تعدد المهام مع بودكاست الأخبار يجعل كلاً من المهام واستهلاك الأخبار أقل ملأً، ويجعل المشاركين يشعرون بأنهم فعالون، ويحول الممارسات الممتعة بالفعل إلى لحظات من الاسترخاء (الإثراء)، ويجعل المشاركين يصلون إلى توازن ذهني بين التشّيت.

وركزت دراسة (Vera Katzenberger,et al,2025)⁽¹²⁾ على البودكاست الصحفي، ومعرفة تصوراتهم ودوافعهم ومعايير الجودة المتعلقة بأدوارهم في البودكاست، واستندت إلى نتائج استطلاع رأي إلكتروني شمل (378) صحفي بودكاست من ألمانيا والنمسا وسويسرا، وأظهرت نتائج الدراسة أن صحفيي البودكاست يُنشّون وينتجون ويُقدّمون محتوى صحفياً، مثل الأخبار أو القصص الخلفية، على شكل حلقات صوتية،

ويعتبرون أنفسهم مُعلِّمين ومُسلِّين في الوقت نفسه، فهم يستخدمون الحرية الإبداعية للبودكاست للتفاعل بعمق مع جمهورهم وتحقيق مستويات عالية من ولاء المستمعين، مع أن الربح المادي ليس دافعهم الرئيس، إلا أنهم ابتكروا نماذج جديدة للإيرادات، فهم ملتزمون بجودة محتواهم، ويركزون على سهولة فهم المعلومات ودقتها.

وسعت دراسة (أحمد بن عبد العزيز، 2025)⁽¹³⁾ لبيان أثر فاعلية البودكاست الإذاعي في بناء الوعي الثقافي لدى الشباب السعودي، وشملت إطاراً مفاهيمياً تضمن أهم المصطلحات، وهي: برامج البودكاست، والوعي الثقافي، واعتمدت على المنهج المسحي الوصفي، وجاءت العينة من الشباب السعودي من (18-35) سنة من مختلف المستويات الاقتصادية والاجتماعية والتعليمية بواقع (400) مفردة، و(206) من الذكور، و(194) من الإناث، وتمثلت أداة جمع البيانات في تصميم استمارة استبانة، وأشارت نتائج الدراسة إلى وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين كثافة متابعة عينة الدراسة لبرامج البودكاست الثقافية ودوافع متابعة القضايا الثقافية المختلفة في البودكاست المتخصصة في ذلك، وأوصت الدراسة بضرورة تفعيل المؤسسات الثقافية لدور تطبيق البودكاست في عمليات التعليم والتثقيف واكتساب المهارات اللغوية وغيره، بما يعين في رفع مهارات الفئات المجتمعية المختلفة، وخاصة جمهور الشباب.

وحاولت دراسة (عبد الوهاب بوخنوقة، وآخرين، 2025)⁽¹⁴⁾ إلى التعرف على البودكاست العماني من خلال تحليل خصائص محتواه، ومتطلبات إنتاجه، والأشكال الفنية والأساليب المستخدمة فيه، ودور الإعلان في تحقيق استدامته، والتحديات التي تواجه هذه الصناعة، واعتمدت الدراسة على مجموعة مختارة ومدرسة من (28) حلقة من (7) عروض (بودكاست) محلية، اعتمدت الدراسة على أداة تحليل المحتوى، بالإضافة إلى أداة المقابلة شبه الموجهة مع منتجي برامج (البودكاست) السبعة؛ وتوصلت نتائج الدراسة إلى أن القضايا الرئيسية التي تم تناولها في حلقات (البودكاست) في العينة التي تم فحصها هي قضايا عامة ذات طبيعة اجتماعية، وأن البودكاست يؤدي وظيفة تعليمية، وأن معظم الشخصيات التي تم استضافتها في البرامج الحوارية كانت من المتخصصين من الرجال، واعتمدت نماذج الحلقات بشكل أساسي على الموسيقى كشكل من أشكال

دعم المحتوى، وبرز ظهور نماذج الكلام والحوار المباشر كنماذج لغوية مستخدمة في نماذج الحلقات.

وهدفت دراسة (عمرو محمد محمود، 2025)⁽¹⁵⁾ إلى رصد دوافع تعرض الجمهور لمضامين البودكاست بالمنطقة العربية، وأنماط تفاعله معها، ورؤيتهم بشأن عناصر ثراء البودكاست، وانعكاس ذلك على رؤية الجمهور لمستقبل الإذاعات التقليدية بالمنطقة العربية في ظل التطورات التكنولوجية المتلاحقة في المجال الإعلامي، واستخدم الباحث المنهج المسحي، وتكونت عينة الدراسة من (400) مفردة من مستمعي البودكاست بالمنطقة العربية، وتوصلت نتائج الدراسة إلى وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين إدراك الجمهور للشراء الإعلامي للبودكاست، وتقييمه لالتزام صناعه بالمعايير المهنية، ووجود فروق ذات دلالة إحصائية بين المبحوثين لمتغيرات (السن، النوع، كثافة التعرض للبودكاست) في مستويات إدراكهم لشراء البودكاست كوسيلة إعلامية.

وهدفت دراسة (وائل صلاح نجيب، 2025)⁽¹⁶⁾ إلى التعرف على طبيعة العلاقة بين درجة متابعة القائم بالاتصال في إذاعة وقناة شمال الصعيد لبرامج البودكاست، وتنمية مهارات الاتصال لديهم، ورصد أبرز برامج البودكاست التي تتابعها عينة الدراسة، وذلك عبر الدراسة الوصفية التي استخدم من خلالها منهج المسح الإعلامي الشامل، لعينة من القائمين بالاتصال قوامها (78) من إذاعة وقناة شمال الصعيد، طبق عليهم استبانة، بالإضافة إلى إجراء مقابلة مقننة مع (6) آخرين، وأظهرت نتائج الدراسة وجود علاقة ارتباطية طردية ذات دلالة إحصائية بين تعرض القائم بالاتصال في إذاعة وتلفزيون شمال الصعيد لبرامج البودكاست وتنمية مهارات الاتصال، كما ثبت وجود علاقة ارتباطية طردية ذات دلالة إحصائية بين تعرض القائم بالاتصال في إذاعة وتلفزيون شمال الصعيد لبرامج البودكاست ودرجة تقييمه لفوائد هذه البرامج.

وهدفت دراسة (Ni Kadek Ananda Kumara Shinta, et al, 2024)⁽¹⁷⁾ إلى تطوير مهارات التحدث من خلال استخدام البودكاست في التدريس واتباع نموذج لعب الأدوار، واستخدمت الدراسة المنهج شبه التجريبي بالاعتماد على عينة قوامها (٢٥) طالباً من طلاب الصف الخامس الابتدائي، وتعتبر الدراسة من الدراسات النوعية

والكمية باستخدام المداخلات والمقترحات من الخبراء، وتمثلت أدوات الدراسة في الاستبانة والملاحظة، واستخدم الباحثون نموذج ADDIE، وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج، أهمها: أن وسائل التدريس القائمة على البودكاست حصلت على مؤشرات عالية جداً، حيث حصلت وسائل التدريس القائمة على البودكاست على مؤشرات عالية الصلاحية للمواد بإجمالي (0,9219) وكانت ملائمة الوسائط (0,9423).

وقامت دراسة (Schutz, C.E, 2024)⁽¹⁸⁾ بتحليل محتوى (11) بودكاست على مواقع الصحف الإلكترونية، لمعرفة دور البرامج في نشر وتحليل الأخبار الخاصة بالموضوعات الاجتماعية والسياسية في كوريا الجنوبية، ووجدت الدراسة أن لهذه البرامج تأثيراً قوياً وفعالاً في تشكيل الاتجاهات الخاصة بالموضوعات السياسية مقارنة بغيرها من الموضوعات الاجتماعية والقانونية، كما اعتمدت على مقابلة مع (10) صحفيين محترفين، وأكدوا أن البودكاست توفر فرصة لإعادة تقييم معايير وممارسات الصحافة في كوريا الجنوبية، كما أنها أكدت على أهمية البودكاست واعتبارها جزءاً أساسياً من أخبار المواطنين والتحليل السياسي لجميع الموضوعات الهامة.

وحددت دراسة (Matěj Skalický, 2024)⁽¹⁹⁾ أربع ركائز للثقة في استهلاك بودكاستات الأخبار، هي الثقة في الصوت، والثقة في الشخص، والثقة في ممارسات الصوت، والثقة في الفريق التحريري والناشر، وجمعت بيانات الدراسة من خمس مجموعات نقاشية ضمت (30) مستمعاً لبودكاستات أخبار تشيكية، وناقشت نتائج الدراسة الجدول حول استخدام الروابط شبه الاجتماعية في البودكاستات وإمكانياتها في إعادة بناء الثقة في الإعلام عموماً.

وحاولت دراسة (أسماء سعيد حسين، 2024)⁽²⁰⁾ الكشف عن إدراك أعضاء هيئة التدريس في تخصص المكتبات والمعلومات نحو استخدام تقنية البودكاست، من خلال التعرف على تطبيقات وتطورات وسائل التواصل الاجتماعي في المكتبات، ودراسة المدونات، ومدى إفادة أعضاء هيئة التدريس منها، وإلقاء الضوء على تقنية (RSS) ومدى أهميتها وربطها بالمدونات والبودكاست، والكشف عن تقنية البودكاست، ومدى استخدام أعضاء هيئة التدريس له، وتقييم خدماته في جميع مراحل تطورها على سبيل

المثال مرحلة الاستخدام، ومرحلة الإنتاج، ومرحلة النشر، ومرحلة التسويق وقياس نجاح البودكاست، واعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي، وتوصلت نتائج الدراسة إلى أن أعضاء هيئة التدريس يملكون مدونات، والمحتوى الذي يقدمونه من خلالها هو المحاضرات العلمية، كما أن أعضاء هيئة التدريس لديهم معرفة بتقنية (RSS)، وعدم استخدام البودكاست يرجع إلى ضعف الخبرة، وعدم الوعي بأهميته.

وكشفت دراسة (آمال محمد سعدي عبد الرحمن، 2024)⁽²¹⁾ عن القيمة الإعلانية لإعلانات البودكاست، من خلال التعرف على مدى توافر عناصر القيمة الإعلانية وفقاً لنموذج دوكونف (المعلوماتية مصداقية، الترفيه التفاعلية الإزعاج في إعلانات البودكاست، ومدى قبول الجمهور لهذه الإعلانات وإدراكهم نحوها، من خلال دراسة ميدانية لعينة عشوائية متاحة من الطلاب الجامعي الحكومي والخاص، يبلغ قوامها (400) مفردة، وتوصلت نتائج الدراسة إلى اختلاف مستويات عناصر القيمة الإعلانية لإعلانات البودكاست، حيث جاء الإزعاج والمعلوماتية التفاعلية بمستوى مرتفع، ويشير ذلك إلى الاتجاه السلبي لعنصر الإزعاج كقيمة إعلانية، والاتجاه الإيجابي لعنصر المعلوماتية والتفاعلية كقيمة إعلانية، بينما جاء عنصر المصداقية والترفيه بمستوى متوسط.

وقامت دراسة (إيمان محمود أحمد، 2024)⁽²²⁾ برصد وتحليل أولويات القضايا التي تعكسها ملفات البودكاست على اليوتيوب، وذلك من خلال تحليل القضايا التي تتناولها حلقات البودكاست عينة الدراسة، وقد تم إجراء الدراسة على عينة من حلقات البودكاست الرائجة على اليوتيوب، وهي الحلقات الأكثر مشاهدة وتفاعل وجودة على اليوتيوب، وذلك لمدة ستة أشهر بالأسبوع الصناعي بداية من أول يناير 2024 وحتى آخر يونيو 2024، وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج، أهمها: أن القضايا السياسية جاءت في المرتبة الأولى من حيث مضمون حلقات البودكاست عينة الدراسة، يليها المضمون الرياضي في المرتبة الثانية، ثم التنمية البشرية وتطوير الذات، يليها قضايا الدجل والشعوذة، ثم المضمون الاجتماعي، كما جاءت التوعية في المرتبة الأولى من حيث الهدف من مضمون حلقات البودكاست، ثم الشرح والتفسير، كما جاء اتجاه معالجة

حلقات البودكاست للقضايا (سلبية) في المرتبة الأولى، وجاء الأسلوب النقدي الساخر في المرتبة الأولى من حيث أساليب معالجة القضايا في حلقات البودكاست عينة الدراسة، يليه الأسلوب التفسيري.

وهدفت دراسة (زياد تيسير إبراهيم، 2024)⁽²³⁾ إلى التعرف على التأثيرات المعرفية والوجدانية والسلوكية لتفاعل الشباب الأردني مع تقنية البودكاست بما يقدمه من محتوى مسموع متنوع الموضوعات والأفكار وما يترتب عليه من تنوع أشكال التفاعل مع المحتوى الرقمي الصوتي، واعتمدت الدراسة على كلٍّ من نظريتي البيئة الإعلامية، وكذلك نظرية التفاعلية الرمزية، وتمَّ سحب عينة متاحة من الشباب الأردني بلغ حجمها (400) مفردة، والتي تتفاعل مع تطبيق البودكاست الصوتي، وتوصلت نتائج الدراسة إلى أن نسبة (50%) من الشباب الأردني تهتم بالاستماع للتطبيق بشكلٍ دائمٍ في مقابل نسبة (32%) من عينة الدراسة تستمع أحياناً للمحتوى الصوتي للتطبيق ونسبة (18%) يتم الاستماع له بشكلٍ نادرٍ، وجاء نسبة (32.3%) من عينة الدراسة تستمتع له يومياً أي أن الاستماع له يكون مرتفعاً طوال أيام الأسبوع، ويتم الاعتماد عليه في تمضية الوقت على مدار اليوم، كما أكدت عينة الدراسة على الاستماع للمحتوى الصوتي عبر البودكاست أثناء تصفح المواقع الإلكترونية العامة والمتخصصة ومواقع التواصل الاجتماعي بوزن (85.7 درجة) وذلك في المقدمة.

وقامت دراسة (عبد الله بن سعيد الأسفري، 2024)⁽²⁴⁾ بتحليل المتطلبات المهارية والتقنية التي يحتاجها طلاب أقسام الإنتاج المرئي والمسموع في المملكة العربية السعودية لإنتاج البودكاست، وكشف الصعوبات والتحديات التي يواجهونها في هذا المجال، ويمكن أن تساعد نتائج هذه الدراسة في تحديد الاحتياجات التدريبية والتعليمية للطلاب في هذا المجال وتحسين برامج التدريب والتعليم في صناعة البودكاست وتطوير مهاراتهم وقدراتهم وتحسين جودة صناعة البودكاست؛ مما يسهم في تحسين الإنتاج الإعلامي والثقافي والترفيهي في المملكة، ووجود فروق ذات دلالة إحصائية في مهارات البودكاست وفقاً للمعرفة المسبقة لمفهوم البودكاست، ووفقاً لمتغير النوع، ووفقاً لمتغير الجامعة، ووفقاً لمتغير التخصص.

وسعت دراسة (نسمة عبد الله محمد مطاوع، 2024)⁽²⁵⁾ إلى رصد السلوك الاتصالي للشباب في استخدام تقنية البودكاست، وذلك في إطار نموذجي قبول التكنولوجيا TAM والتأثيرات المستخدمة، وتنتمي الدراسة إلى نوعية الدراسات الوصفية، واعتمدت الباحثة على منهج المسح بالتطبيق على عينة قوامها (500) مفردة من الشباب المصري من الجنسين من مستخدمي البودكاست الإخبارية والعامة، وتوصلت نتائج الدراسة إلى أنه على الرغم من أن المستمعين يتفوقون على أن البث الصوتي هو شكل من أشكال الصحافة، وطريقة للبقاء على الاطلاع بالأخبار والأحداث الجارية، ومصدر قيم للمعلومات، فإنهم أكثر تشككاً في صحفي البودكاست عند مقارنتهم بصحفي مصادر الأخبار التقليدية للمعلومات، كما أشارت النتائج تحقق التأثيرات الاتصالات المختلفة لاستخدام الشباب للبودكاست بدرجة مرتفعة.

وحاولت دراسة (هبة محمد شفيق، 2024)⁽²⁶⁾ رصد إدراك الجمهور المصري نحو مصداقية البودكاست الصحفي كمصدر للمعلومات والأخبار، وتنتمي الدراسة إلى الدراسات الاستطلاعية، واستخدمت الباحثة أداة التحليل الكيفي لعناصر المصداقية، وصحيفة استقصاء، وشملت العينة التحليلية باتباع أسلوب الحصر الشامل إجمالي (862) حلقة، بواقع المصري اليوم بعدد (30) حلقة، والعربية بودكاست بعدد (500) حلقة، وسكاي نيوز بالعربية بعدد (332) وتمثلت عينة الدراسة الميدانية في عينة عمدية من الجمهور المصري قوامها (255) مبحوثاً في المرحلة العمرية (18 عاماً حتى 58 عاماً فأكثر)، وتوصلت نتائج الدراسة إلى أن غالبية المبحوثين يثقون في البودكاست الإخباري (بدرجة متوسطة) بنسبة (64.7٪)، وأن اليوتيوب جاء في الترتيب الأول من بين التطبيقات التي يستخدمها الجمهور للاستماع إلى البودكاست، يليه «جوجل بودكاست Google Podcasts»، وجاء بودكاست العربية، وبودكاست المصري اليوم، وبودكاست سكاي نيوز العربية، في مقدمة البودكاست الإخباري التي يتابعها الجمهور عينة الدراسة.

وسعت دراسة (ولاء إبراهيم عبد الحميد، 2024)⁽²⁷⁾ إلى رصد وتحليل البودكاست الصحفي للمحتوى الوثائقي؛ وذلك لرصد مدى تأثير شكل المادة الوثائقية

المقدمة عبر البودكاست ومدتها بخصائص الإعلام الرقمي بشكل عام، والبودكاست بشكل خاص بطريقة تجعلها تختلف عن المادة الوثائقية التقليدية، وقامت الباحثة بالتحليل الكمي والكيفي لثلاثة برامج بودكاست وهم (لحظة) تابع للجزيرة القطرية، وبداية الحكاية تابع لسكاي نيوز، و(وثائقيات (D3) تابع لقناة رؤيا الأردنية بأسلوب الحصر الشامل لمدة عام من 2022/7/12 - 2023/7/12، واعتمدت الدراسة على نظريتي البنائية الوظيفية والثراء الإعلامي، وتوصلت نتائج الدراسة إلى أن المحتوى الوثائقي قد أخذ شكل السرد القصصي، وهو ما يتفق مع طبيعة البودكاست في خلق أشكال جديدة لتقديم المحتوى الإذاعي يغلب عليها جو من الود والانسجام بين المضيف والمستمع، وكذلك مدة المحتوى الوثائقي أصبحت قصيرة تتماشى مع إيقاع الحياة السريع، ولا تخلو المادة المقدمة من المعززات الصوتية أيضاً تتخللها معززات لفظية، كذلك سيطرة المجالات التاريخية والعسكرية على المضمون يليها الرياضية والاقتصادية.

واستكفت دراسة (Lewis Tennant, 2023) ⁽²⁸⁾ عبر المقابلات المتعمقة مع منتجي البودكاست بنيوزلندا، دوافع إنتاج المحتوى الصوتي، ومدى التزامهم بالمعايير الأخلاقية، حيث أظهر المشاركون التزامهم بالمبادئ الصحفية وفق اجتياحات جمهورهم، بشكل ذاتي غير مسترشدين أو ملزمين بمسؤوليات النشر أو التحرير الصحفي الرسمي، وعلى الرغم من دفاع المشاركين عن استقلال البودكاست، إلا أنهم يرون وضع عدد من الإرشادات المهنية والأخلاقية لإنتاج البودكاست.

وهدفت دراسة (Abdel Fattah, Ahmad Taufik, 2023) ⁽²⁹⁾ إلى التحقق من تحسين التحدث من خلال استخدام البث الصوتي كطريقة تدريس، بالإضافة إلى التركيز على كيفية تعزيز البث الصوتي للتحدث باللغة الانجليزية، واستخدمت الدراسة المنهج شبه التجريبي، بالتطبيق على عينة قوامها (40) طالباً جامعياً من السنوات الدراسية الأولى مقسمين إلى مجموعتين (مجموعة ضابطة (20) مفردة ومجموعة تجريبية (20) مفردة، وتوصلت الدراسة إلى نتائج، أهمها: أن مهارة التحدث الوصفي لدى الطلاب تحسنت باستمرار طول فترة الاستماع إلى البودكاست، كما أشارت النتائج أن الطلاب يتأثرون بشكل إيجابي باستخدام نهج التدريس القائم على تكنولوجيا البث الصوتي.

وبحثت دراسة (Yoonmo Sang , et al, 2023)⁽³⁰⁾ استخدامات وتأثيرات البودكاست الإخباري على المشاركة السياسية عبر الإنترنت وخارجها، استناداً إلى مسح عالمي لمستهلكي الأخبار من (38) دولة، وبينت النتائج أن المشاركة السياسية، سواء عبر الإنترنت أو خارجها، تتأثر بشكل مباشر باستخدام البودكاست الإخباري، وقد أدى النقاش عبر الإنترنت حول الأخبار إلى وساطة العلاقة بين استخدام البودكاست الإخباري وكلّ من المشاركة السياسية عبر الإنترنت وخارجها، علاوة على ذلك، وجدت الدراسة أن الأشخاص الذين يعيشون في دول ذات مستويات منخفضة من حرية الصحافة يميلون إلى استخدام البودكاست الإخباري أكثر، وأن مستوى حرية الصحافة كان له تأثير مباشر على المشاركة السياسية عبر الإنترنت وخارجها عبر مختلف الدول.

وكشفت دراسة (Clay Martin Craig,et al,2023)⁽³¹⁾ عن دوافع استماع الطلاب الجامعيين للبودكاست، ومواقفهم وسلوكياتهم، وأشارت نتائج الدراسة إلى وجود ثلاثة دوافع لاستخدام البودكاست (الترفيه والهروب من المشكلات والحصول على المعلومات)، وكشفت نتائج الدراسة أيضاً عن عدم وجود فروق بين الجنسين في الاستماع للبودكاست، لكن الدافع اختلف حسب نوع البث الصوتي، وكان الترفيه مؤشراً قوياً على الاستماع، والهروب من الواقع تنبؤاً بالمواقف الإيجابية تجاه البودكاست.

وكشفت دراسة (Elisa Shearer,et al,2023)⁽³²⁾ عن مشاركات المجموعات الكبيرة في البودكاست، يرجع إلى الترفيه والتعليم، في حين أشار عدد قليل من أفراد العينة إلى الاستماع للبودكاست بحثاً عن الأخبار، وأن نسبة (29%) من عينة الدراسة تستمع للأحداث الجارية عبر البودكاست، وكان ذلك سبباً رئيساً في متابعة التطبيق، كما أشار ثلثا عينة الدراسة إلى أن الأخبار المنشورة عبر البودكاست كانت دقيقة.

وهدف دراسة (إسماعيل محمد إبراهيم، 2023)⁽³³⁾ إلى رصد وتفسير ومعرفة دوافع استخدام طلبة الجامعة للمحتوى الرقمي المذاع عبر البودكاست وتأثيره على أنماط تعرضهم واستماعهم للراديو التقليدي ومتابعة برامجه عبر الأثير، وكذلك معرفة معدلات وطبيعة تعرض طلبة الجامعة عينة الدراسة للمحتوى الرقمي عبر البودكاست، والتعرف على الإشباع المتحققة للشباب الجامعي من خلال متابعته لما يبث عبر

البودكاست، ومعرفة أهم العناصر التي تجذب طلبة الجامعة لمتابعة ملفات البودكاست، وتمّ جمع بيانات الدراسة من خلال استبانة تمّ تطبيقها على عينة قوامها (٤٠٠) مفردة من طلبة الجامعة المصري من جامعات (حكومية، خاصة) على اختلاف خصائصهم الديموجرافية، وانتهت الدراسة إلى عدد من النتائج من أهمها، ارتفاع نسبة من يتابع البودكاست ومحتواه الرقمي (دائماً) حيث جاءت في الترتيب الأول بنسبة (40%) يليهم من يتابعون (أحياناً) في الترتيب الثاني بنسبة (36.5%)، وفي الترتيب الثالث من يتابعون (نادراً) بنسبة (23.5%)، وجاءت أهم أسباب متابعة العينة للبودكاست أكثر من الراديو التقليدي، (أستطيع تحميل الحلقات وحفظها) بنسبة بلغت (67.5%)، بينما جاء أهم أسباب متابعة العينة للراديو (السرعة والفورية في نقل الأحداث) بنسبة بلغت (59.5%).

وقامت دراسة (إنجي لطفى عبد العزيز، 2023) ⁽³⁴⁾ برصد واقع المؤسسات الصحفية لتطبيق البودكاست في نشر المحتوى الصحفي، واعتمدت الباحثة على منهج المسح الوصفي، واستخدمت دليل المقابلة المقننة، وطُبق على عينة عمدية بإجمالي (20) مفردة، بواقع (7 مفردات) في بودكاست مصراوي، و(6 مفردات) في بودكاست كونسلتو، و(4 مفردات) في بودكاست المصري اليوم، و(3 مفردات) في بودكاست الفنار للإعلام، وأشارت نتائج الدراسة إلى أن أكثر من نصف الدراسة، ممثلة في بودكاست (كونسلتو) و(المصري اليوم) و(الفنار للإعلام) وأكدت على أن القالب الحواري كان الأكثر استخداماً، بينما أكدت عينة (مصراوي) على أن القالب السردى الوثائقي جاء الأكثر استخداماً، واختلفت أساليب توظيف البودكاست في العمل الصحفي بالمؤسسات الصحفية محل الدراسة.

وهدف دراسة (أمنية كلفاح، 2023) ⁽³⁵⁾ إلى تسليط الضوء على المضامين الإعلامية العربية في البيئة الرقمية عبر المدونات الصوتية البودكاست، عينة الدراسة في جميع حلقات برنامج (البعد الآخر) خلال الفترة ما بين 2023/1/1 و 2023/7/1 تتوزع على ستة أشهر؛ حيث يبث البرنامج حلقة كلّ أسبوع لتكون عدد الحلقات (13 حلقة)، واعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي، وتمثلت أدوات الدراسة في أداة تحليل المضمون بشقيها الكمي والكيفي، وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج، أهمها: تحوز القضايا السياسية

العالمية والإقليمية النصيب الأكبر من المواضيع التي تتم معالجتها في حلقات برنامج "البعد الآخر" بنسبة (48.16%)، وأن المستويات اللغوية المعتمدة في الحلقات هي اللغة العربية الفصحى بنسبة (56.52%) مقابل (43.47%) للغة الإنجليزية.

وحلّلت دراسة (رؤيات حلمي، يوستينا يوسف، 2023) ⁽³⁶⁾ البودكاست الصحفي المقدم من المواقع الإخبارية العربية (العربية سكاي نيوز- العربية)، التي تتناول القضايا البيئية؛ وذلك لتوضيح دلائلها وآلية تقديمها وعرضها لنشر مفهوم الوعي البيئي، وتنتمي هذه الدراسة إلى حقل الدراسات الوصفية، واعتمدت الدراسة على أداة تحليل المضمون، وأسلوب الحصر الشامل في تحليل البودكاست محل الدراسة خلال الفترة من مارس 2023 إلى نصف مايو 2023 لعينة عمدية شملت كافة البرامج الخاصة بقضايا التنمية المستدامة، وتوصلت الدراسة إلى نتائج، أهمها: أن التقرير الخبري هو الأكثر استخداماً في مواقع القنوات الإخبارية محل الدراسة بنسبة (41.85%)، وجاء الخبر في الترتيب المتوسط بنسبة (31.52%)، وجاء الحوار في الترتيب الأخير بنسبة (41.85%)، وأن المحتوى الإيجابي المقدم من خلال البودكاست عن قضايا التنمية المستدامة هو الأكثر استخداماً بنسبة (51.19%)، بينما جاء المحتوى السلبي في الترتيب الأقل استخداماً بنسبة (48.81%).

وقامت دراسة (منال معيض، 2023) ⁽³⁷⁾ بالتعرف على المضامين الإخبارية التي يتناولها البودكاست السعودي بودكاست الفجر نموذجاً، ومعرفة القوالب الفنية المستخدمة في طرح المضامين وأنماطها التفاعلية، واعتمدت الدراسة على المنهج المسحي باستخدام تحليل المضامين الإخبارية، واختارت الباحثة عينة قوامها (61) حلقة من حلقات بودكاست (الفجر)، وخرجت الباحثة بمجموعة من المؤشرات التي تخص المضامين الإخبارية في البودكاست السعودي (بودكاست الفجر) أنموذجاً، حيث توصلت نتائج الدراسة إلى أن المضامين الاقتصادية تصدرت قائمة المضامين الإخبارية المطروحة في بودكاست الفجر، واعتمد البودكاست على وسائل الإعلام والمنتديات والمواقع كمصادر لتغطيتها الإخبارية، وكشفت نتائج الدراسة أيضاً عن اعتماد بودكاست الفجر على اللغة

العامة في طرح المضامين الإخبارية، كونها لغة بسيطة وسهلة الوصول لها من قبل الجمهور، إضافة إلى أنها اللغة التي تعزز الهوية المحلية في المملكة العربية السعودية. وهدفت دراسة (منى هاشم وأمنية أحمد عبد الرحمن، 2023) ⁽³⁸⁾ إلى التعرف على المعالجة الإعلامية للبودكاست الصحفي بالمواقع الإخبارية العربية، وتمثلت عينة الدراسة التحليلية في اختيار عينة عمدية شملت تحليل (4 حلقات) في موقع المصري اليوم حلقتين من بودكاست (صفحتين في كتاب)، حلقة من بودكاست (قصة في غنوة)، وحلقة من بودكاست "ذات"، أما بالنسبة لموقع العربية سكاي نيوز فقد تنوعت حلقات البودكاست بين إخباري، وتعليمي، واجتماعي، وتجارب حياتية، واقتصادية، وتكنولوجية.. وغيرها وبلغ عددها (716 حلقة) بودكاست، واستخدمت الدراسة أسلوب المسح الشامل في تحليل البودكاست الصحفي خلال الفترة من 2022/12/1 وحتى 2022/1/1، كما تمثلت عينة الدراسة الميدانية من (400) مفردة من الجمهور المصري العام في بعض المحافظات بالريف والحضر بصورة عشوائية بأسلوب التوزيع المتساوي بين المحافظات في المرحلة العمرية من (18-60 عاماً) في الفترة ما بين 2022/6/15 وحتى 2022/10/15، وتوصلت نتائج الدراسة إلى أن المضمون بموقع مصر اليوم يتراوح بين ثقافي بنسبة (50٪)، وفني بنسبة (50٪)، بينما بودكاست العربية سكاي نيوز جاءت الموضوعات الإخبارية في المرتبة الأولى بنسبة (22.5٪) وكان معظمها نشرات إخبارية ثم الموضوعات البيئية بنسبة (12.6٪)، وفي المرتبة الأخيرة جاءت الموضوعات الصحية بنسبة (1.7٪).

وحاولت دراسة (وداد هارون أحمد، 2023) ⁽³⁹⁾ إبراز أهمية استخدام تقنية البودكاست في إثراء محتوى المواقع الإلكترونية للمؤسسات الإعلامية وتدرج هذه الدراسة ضمن الدراسات الوصفية، التي وظفت الباحثة من خلالها أسلوب تحليل المضمون كأداة بحثية لجمع البيانات، وباستخدام استمارة تحليل المحتوى للعينة المكونة من (52) مفردة ممثلة للمجتمع البحثي المكون من عدد أربعة بودكاست إعلامي شمل: (بودكاست حوارات الخليج)، و(بودكاست بي بي سي عربية)، و(العربية بودكاست)، و(بودكاست البيان)، وأظهرت نتائج الدراسة مدى اهتمام مواقع المؤسسات الإعلامية

المدرسة بتوظيف البودكاست كوسيط تقني جديد يتخصص في نشر المحتوى الإعلامي عبر التدوين الصوتي، وبينت أن حجم الموضوعات التي تمت معالجتها بلغت (25%) لكل موقع، ومن أهم القضايا التي تمّ تناولها هي (الثقافة والأدب والفنون) في المرتبة الأولى بنسبة (23%). وأن الأحاديث والحوارات الإعلامية حصلت على نسبة (31%) كأبرز القوالب الاتصالية المستخدمة، كما أشارت النتائج إلى أن البودكاست الإعلامي حصل على المرتبة الأولى بنسبة (21%) تلاه البودكاست الاجتماعي والبودكاست الثقافي بنسبة مشتركة بلغت (19%)، وأن التغطية المحلية لموضوعات البودكاست حققت نسبة مرتفعة بلغت (54%)، فيما حققت الأهداف الإعلامية لموضوعات البودكاست نسبة عالية بلغت (27%).

وقامت دراسة (ياسمين أحمد على، 2023)⁽⁴⁰⁾ بالتعرف على أطر معالجة قضايا الشباب في بودكاست (مطب العشرين)، إلى جانب تقييم مدى التزام القائمين بالاتصال بمعايير المسؤولية الاجتماعية، بشقيها المهني والاجتماعي، واعتمدت الدراسة الحالية على منهج تحليل المضمون الكمي الكيفي، حيث تمّ اختيار بودكاست (مطب العشرين) بناء على دراسة استطلاعية، ومن ثمّ التحليل للموسم الأول من السلسلة، وتمّ تصميم استمارة تحليل المضمون للاعتماد عليها في كل من التحليل الكمي والكيفي، وتوصلت نتائج الدراسة إلى أنه تم التركيز على القضايا الإنسانية والمجتمعية في المرتبة الأولى، وكانت الموضوعات متنوعة ووثيقة الصلة بمرحلة الشباب.

وسعت دراسة (ماجد بن فهد الشيباني، 2022)⁽⁴¹⁾ إلى التعرف على دوافع استخدام الجمهور السعودي لراديو الإنترنت (البودكاست) وقياس الإشباع المتحققة منه؛ ومن ثم دراسة تأثيراته والتعريف بأبرز العوامل المؤثرة في انتقاء المحتوى، فاستندت الدراسة على المنهج الوصفي بطريقة المسح الإعلامي من خلال جمع وتحليل بيانات (220) استبانة وزعت على عينة من متابعي بودكاست (ثمانية) في المملكة العربية السعودية، وأظهرت نتائج الدراسة أن الدوافع النفعية للتعرّض تفوّقت على الدوافع الطقوسية، وكشفت الدراسة عن أبرز دوافع التعرض للبودكاست والتي تمثلت في تتبع الحلقات التعليمية، ومتابعة الأحداث والاشتراك في المحطات الوطنية، واكتساب القدرة على التفكير

والابتكار، والتعليق والمشاركة في الموضوعات، ثم جاءت دوافع، مثل: تزجية أوقات الفراغ، العادة والاستخدام اليومي للإنترنت، ودافع الإشباع النفسي ضد العزلة أو الوحدة؛ بنسب أقل، وكشفت نتائج الدراسة أن الموضوعات التعليمية والاجتماعية احتلت المرتبة الأولى في ترتيب أولويات التعرض.

وكشفت دراسة (معز على السرينى، 2022)⁽⁴²⁾ عن دوافع استخدام النخبة الإعلامية لموقع البودكاست والإشباع المتحققة منه، وتُعدُّ هذه الدراسة من البحوث الوصفية واعتمد الباحث على المنهج الوصفي، واقتضت منهجية الدراسة استخدام منهج المسح بالعينة لـ (157) مفردة؛ وذلك عن طريق إعداد استمارة استبانة إلكترونية وتوزيعها على مجتمع الدراسة الذي يتكون من أساتذة كليات الإعلام والعاملين بوسائل الإعلام المختلفة على مستوى الدولة الليبية، وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج، أبرزها: أن النخبة الإعلامية تستخدم تطبيقات البودكاست بدرجة متوسطة- ولا سيما التي تعرض مضامين متنوعة-، حيث تلبي احتياجاتهم في الحصول على الأخبار وتعلُّم خبرات جديدة. وقامت دراسة (مؤمن محمد سلامة، 2022)⁽⁴³⁾ بتحليل برنامج بودكاست (حرر)، والتعرف على المضامين التي يتناولها البرنامج والاستمالات والأطر الإعلامية المستخدمة، والمصادر التي يعتمد عليها، وتصنف ضمن البحوث الوصفية، واعتمد الباحث على منهج الوصفي التحليلي باستخدام أداة تحليل المضمون، وبالاعتماد على وحدة الموضوع لتحقيق أهداف الدراسة التي احتوت على (8) فئات رئيسية، وتكوَّنَت عينة الدراسة من (10) حلقات تمَّ اختيارها بطريقة الحصر الشامل للموسم الأول، وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج، أبرزها: اعتمد بودكاست حرر على الإطار العام في تناوله للقضايا الإعلامية، وركز البرنامج على الأهداف التوعوية في تناوله للقضايا الإعلامية، واستخدم البرنامج المعالجة التحليلية بنسبة (80%)، تلتها المعالجة التقريرية، كما اعتمد البرنامج على اللغة العامية بنسبة (90%)، وأظهرت النتائج أن البرنامج استخدم في معظم حلقاته قالب الحوار، واعتمد على الشخصيات ذات الصلة بالموضوع بشكل أساسي كمصدر للمعلومات بنسبة (100%)، واحتلت المضامين الثقافية المرتبة الأولى بنسبة (30%)، تلاها الموضوعات الاجتماعية، والسياسية، والتعليمية.

وحاولت دراسة (نهى بشير أحمد، 2022)⁽⁴⁴⁾ الكشف عن فاعلية تقنية البودكاست في تدريس وحدتين بمقرر المواد السمعية البصرية على التحصيل الدراسي والاتجاه نحو المقرر، لدى عينة الدراسة من طلاب الفرقة الثالثة بقسم المكتبات والمعلومات بكلية الآداب جامعة بنها، في ثلاثة من مستويات التعلّم المعرفي وفقاً لتصنيف بلوم (التذكر، الفهم، التطبيق)، ولتحقيق أهداف الدراسة تمّ إنتاج وتصميم بودكاست في وحدتي الدراسة، واختبار تحصيلي في ذات وحدتي الدراسة، ومقياس اتجاه نحو مقرر المواد السمعية البصرية، حيث تمّ الاعتماد في ذلك على المنهج التجريبي الذي تمّ تطبيقه على عينة الدراسة والمكوّنة من (٦٤) طالباً وطالبة، والتي تمّ تقسيمها إلى مجموعتين متساويتين، الأولى: المجموعة الضابطة (درست باستخدام المحاضرة في شكلها التقليدي)، والثانية مجموعة تجريبية (درست باستخدام تقنية البودكاست) مع القياس القبلي والبعدي، للكشف عن أثر المتغير المستقل (تقنية البودكاست) على المتغير التابع (التحصيل الدراسي والاتجاه نحو المقرر)، وكشفت نتائج الدراسة عن وجود فروق ذات دلالة إحصائية لصالح التطبيق البعدي لاستخدام تقنية البودكاست في تنمية التحصيل الدراسي، والاتجاه نحو المقرر.

وهدف دراسة (يارا ناصر صابر، 2022)⁽⁴⁵⁾ إلى التعرف إلى عادات وأنماط تعرّض الإعلاميين الأردنيين للبودكاست ودوافع تعرّضهم له، وتُعدّ هذه الدراسة من البحوث الوصفية التي اعتمدت على منهج المسح، وتمثلت عينة الدراسة في (217) مفردة، كما اعتمدت الدراسة على أداة المقابلة على عينة قوامها (6) مفردات من الإعلاميين الأردنيين المنتجين للبودكاست، وتوصلت نتائج الدراسة إلى أن أبرز أنواع البودكاست التي يتابعها الإعلاميون هي بودكاست المقابلات بنسبة (2.37٪)، ثم البودكاست الحوارية بنسبة (2.35٪)، والتي تتناول القضايا الاجتماعية بالمرتبة الأولى بنسبة (2.47٪) تلاها القضايا السياسية بنسبة (2.45٪)، وأن أبرز الدوافع لاستخدام البودكاست هي أنه يساعد على فهم الواقع بنسبة (2.53٪)، واستغلال وقت الفراغ، والتقرب إلى صوت وقضايا المجتمع بنسبة (2.40٪).

وحددت نتائج دراسة (Kelsey Whipple et al, 2022)⁽⁴⁶⁾ أن جمهور البودكاست يرون أنه مصدر مهم لاطلاعهم على الأحداث الجارية، ومصدر قيم للمعلومات، وأكثر إثارة وتشويق من الأخبار التقليدية، كما أن مقياس التفاعل مع البودكاست هو الاستماع بدلاً من المشاركة، أو التنزيل، أو الاشتراك، أو مقياس الاستهلاك، أو المشاركة الإضافية المحتملة.

كما هدفت دراسة (Rebecca Coates Nee, Arthur D. Santana, 2021)⁽⁴⁷⁾ إلى تحليل استخدام أدوات السرد القصصي المتعلقة بالصوت وتطور الشخصية وتحديد المشهد والحوار في حلقات البودكاست الإخبارية المتعلقة بفيروس كورونا في الولايات المتحدة، وتمثل مجتمع الدراسة في حلقات البودكاست الإخبارية في المؤسسات الإخبارية، واشتملت العينة الخاصة بالدراسة على (40) حلقة بودكاست إخبارية من (11) مؤسسة إخبارية أمريكية ودولية، وتم استخدام المنهج الكمي والنوعي، وتم تحليل محتوى العروض الخاصة بالبودكاست حول فيروس كورونا، وتوصلت نتائج الدراسة إلى تنوع درجة التحرير والإنتاج بشكل كبير بين حلقات البودكاست الإخبارية، ووجود تحول عام بشكل كبير في البودكاست الإخبارية عن العادات الصحفية المتعلقة بالموضوعية، ويقوم الجمهور والصحفيون في بعض الأحيان بأدوار الشخصيات في حلقات البودكاست الإخبارية، وتساعد العناصر السردية في التركيز على السرد القصصي للمحتوى.

وحاولت دراسة (Quintino, Cleisyane Lopes, 2021)⁽⁴⁸⁾ التعرف على استخدامات ومعاني استهلاك البودكاست الصحفي بين الطلاب الشباب في جامعة برازيليا، من خلال فهم الاستخدامات التي يستخدمها طلاب الجامعة للبودكاست الصحفي، وما هي المعاني التي يتم إدخالها في الحياة الاجتماعية لطلاب الجامعة، واستخدمت الدراسة المنهج المختلط الذي يجمع بين الأساليب الكمية والنوعية للحصول على فهم أوسع للظاهرة، واستخدمت الدراسة أداة الاستبانة لجمع البيانات، بالإضافة إلى أسلوب المقابلات، وكانت عينة الدراسة عشوائية من طلاب الجامعة عددهم (765) طالباً وطالبة، وتوصلت نتائج الدراسة إلى أن استهلاك الطلاب للبودكاست زاد خلال فترة جائحة كوفيد-19 بسبب الحاجة إلى فهم ما كان يحدث في البلاد نتيجة لهذه

الأزمة الصحية، بالإضافة إلى وجود فروق بين آراء عينة الدراسة لصالح استخدام البودكاست الصحفي داخل المنزل، كما أن الإناث أكثر استهلاكاً للبودكاست الصحفي من الذكور.

تعقيب عام على الدراسات السابقة:

يتضح من استعراض الدراسات السابقة مجموعة من الملاحظات والاستنتاجات، نجملها على النحو التالي:

- ❖ لم تتطرق الدراسات السابقة إلى الربط بين التعرض البودكاست الصحفي وإدراك طلبة الجامعة للقضايا المجتمعية مباشرة.
- ❖ كان المنهج الوصفي والمسحي هو المنهج الغالب والمستخدم من قبل معظم الدراسات السابقة.
- ❖ أكدت نتائج بعض الدراسات السابقة أن نسب مشاهدة والاستماع للبودكاست الصحفي في تزايد مستمر.
- ❖ ركزت معظم الدراسات السابقة على عينة النخبة الإعلامية وطلبة الجامعة.
- ❖ أكدت نتائج كثير من الدراسات السابقة الخاصة بالبودكاست، أنه أداة جيدة لمناقشة القضايا المختلفة وتحليلها.
- ❖ اعتمدت معظم الدراسات السابقة على الاستبانة وتحليل المضمون كأداة لجمع البيانات.
- ❖ أكدت نتائج بعض من الدراسات السابقة أن القضايا السياسية العالمية والإقليمية حازت على النصيب الأكبر من المواضيع التي تم تناولها ومعالجتها ببرامج البودكاست.
- ❖ أكدت نتائج بعض من الدراسات السابقة، أن تقنية البودكاست تسهم في نشر الوعي بأشكاله المختلفة لدى أفراد المجتمع.
- ❖ أكدت نتائج بعض من الدراسات السابقة، أن تقنية البودكاست حققت شهرة كبيرة للصحف التي اعتمدت عليها.

أوجه الاستفادة من الدراسات السابقة:

❖ ساعدت الدراسات السابقة في جعل الباحث على دراية بما وصل إليه العلماء في مجال الدراسة، ومن ثم الإسهام في تحديد ما يمكن أن تضيفه الدراسة الحالية إلى التراث الأكاديمي.

❖ تحديد وبلورة مشكلة الدراسة، ووضع وبناء تساؤلاتها وفروضها بشكلٍ علميٍّ يحقق أهداف الدراسة.

❖ اختيار المنهج المناسب لتناول موضوع الدراسة، وعيناتها.

❖ تحديد الأساليب الإحصائية المناسبة للدراسة.

❖ الاستفادة من النتائج التي انتهت إليها الدراسات السابقة، ومحاولة الربط بينها وبين هذه الدراسة، والتعرف على أوجه الاتفاق والاختلاف بينها.

❖ تحديد الإطار النظري المناسب للدراسة.

❖ صياغة الأهداف وتحديد المتغيرات الخاصة بالدراسة، والتحقق من مدى أهمية هذه الدراسة.

الإطار النظري للدراسة:

نظرية ثراء الوسيلة الإعلامية: Media richness theory

تعتبر نظرية الثراء الإعلامي إحدى أهم النظريات البارزة والشائع استخدامها في تفسير العلاقة التفاعلية بين الجمهور ووسائل الإعلام المختلفة؛ سواء فيما يتعلق بالتعرض لوسيلة بعينها دون أخرى، والتفاعل مع وسيلة بعينها، لما تتسم به هذه الوسيلة من خصائص مميزة عن غيرها، تجعل الجمهور يستشعر ما يطلق عليه مصطلح الثراء⁽⁴⁹⁾.

ويعُدُّ كلُّ من روبرت لينجل Robert H. Engel و"ريتشارد دافت Richard L. Daft أول من قدَّمَا النظرية عام ١٩٨٦؛ إذ ربطا بين الثراء وفهم الرسالة الاتصالية، فكلمًا استطاعت الوسيلة توضيح غموض الرسالة وتغيير الفهم، كلما أصبحت أكثر ثراءً⁽⁵⁰⁾.

وتُعدُّ هذه النظرية امتداداً فكرياً لنظرية الاستخدامات والإشباع، إلا أنها تعتبر أكثر عمقاً في تفسير ارتباط الجمهور بالوسائل الإعلامية؛ لأنها لا تتوقف عند حدود

توصيف دوافع تعرض الجمهور للوسيلة والإشباعات المتحققة منها، بل تذهب لمنظور فلسفي أعمق وأقوى يزاوج بين الوسيلة وإمكانياتها التقنية والفنية، وخصائصها التي تتمتع بها مقارنة بالوسائل الإعلامية الأخرى، وارتباط الجمهور بها على نحو يدعم ما يطلق عليه (ولاء الجمهور للوسيلة) ⁽⁵¹⁾.

وتعتمد النظرية على عدد من الفروض، وهي:

- يستخدم الجمهور وسائل الإعلام الأكثر ثراء عندما يكون مستوى الغموض أعلى لتخفيض درجة عدم الفهم.

- تختلف وسائل الإعلام في درجة ثرائها، والتي ترتبط بمدى تلبيتها لمتطلبات وطبيعة الموقف Active الاتصالي ⁽⁵²⁾.

ويمكن القول إن نظرية ثراء الوسيلة، قد جمعت في إطارها بين مميزات الوسيلة وهدف المستخدم والموقف الاتصالي، حيث يرتبط نشاط وقرار وفاعلية المستخدم بعناصر الجذب والتصميم، ومدى توافر الوسائط المتعددة، فقد تطورت طبيعة مستخدم مواقع التواصل الاجتماعي لتأخذ أشكالاً متعددة من الأدوار الاتصالية، فهناك المستخدم المتلقي (Consumer Media) وهو مستخدم حر يستهلك وينتقي بفاعلية المضامين الاتصالية في ضوء احتياجاته واهتماماته، أما المستخدم المتواصل (Communicated) فذلك الذي يتساوى مع المتصل في القيام بنفس الدور حيث يبادر بنقل المعلومة، كما أصبح هناك المستخدم المنتج (Producer User) الذي لديه القدرة على التواصل الفعال، وبناء المحتوى لتحقيق أهدافه الخاصة ⁽⁵³⁾.

كما تتكون العناصر الأساسية لنظرية ثراء الوسيلة من عدة عناصر، هي: فورية ردود الفعل للجمهور، والإشارات، فكلما زاد عدد الإشارات المرئية والصوتية، والحسية، زاد ثراء الوسيلة الإعلامية، بالإضافة إلى الثراء اللغوي، فكلما زاد تنوع الكلمات والرموز كانت الوسيلة أكثر ثراء، وأخيراً التركيز الشخصي، كلما زاد البعد الإنساني من خلال الشعور بالقرب العاطفي، وتقديم المحتوى الشخصي، كانت وسائل الإعلام أكثر ثراء ⁽⁵⁴⁾.

وتكمن أهمية نظرية ثراء الوسيلة في مجال الإعلام الرقمي والصحافة المعاصرة في أنها تساعد على اختيار الوسيلة الأنسب للتواصل وفقاً لطبيعة المهمة ومستوى الغموض

أو التعقيد فيها؛ فالوسائل (الغنية) مثل: المقابلات وجهاً لوجه، أو البودكاست المرئي تُعتبر أكثر ملاءمة لنقل الرسائل المعقدة أو ذات البعد العاطفي، بينما الوسائل (الأقل ثراءً) مثل: النصوص المكتوبة تناسب المهام الروتينية، وقد أكدت بعض الدراسات الحديثة على استمرار فاعلية النظرية في البيئة الرقمية الجديدة، حيث أظهرت بعض الأبحاث أن اختيار الوسيلة الغنية يحسن من جودة التفاعل الرقمي، ويزيد من إدراك المصادقية والوضوح لدى المتلقي⁽⁵⁵⁾.

مدى إفادة الدراسة الحالية من نظرية ثراء الوسيلة الإعلامية:

تستفيد الدراسة الراهنة من نظرية ثراء الوسيلة الإعلامية من حيث أهميتها والخصائص التي تتمتع بها، واعتماد معظم الوسائل الإعلامية الحديثة عليها، بما فيها مواقع التواصل الاجتماعي، والمواقع الإخبارية، والمدونات الصوتية (البودكاست)، والمهمة في توصيل المعلومات للجمهور؛ مما شكّل دافعاً قوياً لدى الباحث لاختبار هذه النظرية والاستناد على فروضها وتوظيفها، بالتطبيق على البودكاست الصحفي كوسيلة إعلامية جديدة يعتمد عليها الجمهور، لمتابعة المحتوى الرقمي عبر المواقع الصحفية، كما أن هذه النظرية تلأئم طبيعة هذه الدراسة، باعتبارها تركز على عناصر الثراء والجذب في الوسيلة الإعلامية (البودكاست الصحفي) وربطها بدوافع التعرض، مع تلك الوسيلة، وإدراك القضايا المجتمعية التي تناقشها والتفاعل معها.

الإطار المعرفي للدراسة:

البودكاست:

شهد البودكاست الإعلامي تطوراً كبيراً في مجال الإعلام الرقمي؛ وذلك من خلال تقديم محتوى مناسب ومتنوع يلبي احتياجات الجمهور المختلفة، وإمكانية الاستماع إلى هذا المحتوى في الوقت المناسب، وتتيح هذه التقنية الاستماع الفردي المتحرر عبر الهواتف الذكية والنقالة، واختيار ما يرغب متابعته من المضامين الإعلامية، وقد لجأت المنصات الإعلامية المعروفة بوسائل الإعلام والصحافة، وشركات الإنتاج الإعلامي والترويجي بمختلف مجالاتها، وخاصة في الخمس سنوات الأخيرة إلى إنشاء بودكاست خاص بها عبر مواقعها الإلكترونية، وهذا الأمر أدى إلى زيادة عدد جمهورها من كل الفئات العمرية⁽⁵⁶⁾.

أ- مفهوم البودكاست:

البودكاست هو عبارة عن ملفات صوتية يتم إنتاجها وتسجيلها وإتاحتها رقمياً للاستماع إليها مباشرة على الإنترنت، أو تحميلها للاستماع لها في أي وقت وفي أي مكان حسب الرغبة، وأيضاً هو خدمة صوتية يمكن اعتبارها برنامجاً صوتياً إذاعياً تنتجه المؤسسات أو الأفراد، وي طرح مواضيع مختلفة، منها السياسية والاجتماعية وغيرها، ويبث من خلال تطبيقات مختلفة ومتنوعة عبر الإنترنت⁽⁵⁷⁾، ويعرف البودكاست بالتدوين الصوتي، أو مجموعة من الأعمال والممارسات المختلفة التي تغطي الصحافة، والدراما، والكوميديا، والنقد، والتعليم⁽⁵⁸⁾، وله مسميات متعددة على غرار البث الصوتي، أو البث الجيبي للتدوين الصوتي⁽⁵⁹⁾، كما يعرف أيضاً بأنه أداة تساعد وسائل الإعلام المختلفة مع التكيف مع المجال الرقمي، من خلال إبراز الصوت لتوسيع تأثيرها الصحفي في المجال الصوتي⁽⁶⁰⁾.

ب- مزايا البودكاست:

يتميز البودكاست بالعديد من المزايا، وهي كما يلي:

- 1- ثبات جودة الصوت بغض النظر عن كفاءة الأجهزة.
- 3- عدم المعرفة بعلوم الصوتيات المعقدة عند إعداد وإنتاج الصوت.
- 3- إمكانية نقله من وسيط إلى آخر مع الاحتفاظ بجودته دون تشويه.
- 4- إمكانية الوصول إلى أي جزء من الصوت بسهولة، دون المرور بالجزء السابق وبدون عناء.
- 5- إمكانية استخدامه من قبل أي شخص يمتلك موهبة كونه لا يقتصر على وسائل الإعلام.
- 6- يمكن للمتابع أن يستمع إلى حلقات البرنامج في أي وقت⁽⁶¹⁾.

ولقد سعى صانعو محتوى البودكاست إلى إظهار العديد من مزايا البودكاست التي يتمتع بها الجمهور، يمكن تلخيصها فيما يلي:

- 1- يساعد البودكاست على استغلال وقت المستخدم.

2- لا يحتاج مستخدم البودكاست إلى الإنترنت للاستماع إلى الحلقات المسجلة عبر البودكاست، فهو برنامج يسمح له باستخدامه عن طريق تحميل الحلقات التي يريد الاستماع إليها دون الاتصال بالإنترنت.

3- قد يضطر المستخدم في الوسائل التقليدية لسماع برامج لا يرغب في محتواها، بينما عن طريق البودكاست يمكنه التحكم في اختياره وفي الوقت الذي يريده.

4- السهولة في الاستخدام، حيث يمكن أن يتجه مستخدم البودكاست إلى سماعات هاتفه ويستمتع إليه في أي وقت.

5- تُملئ الوسائل التقليدية على المستخدم ما يجب أن يسمع وفي الوقت الذي يحدده، وبذلك قد تفوته بعض الحلقات، بينما البودكاست يمنح المستخدم ميزة التحكم في الاستخدام⁽⁶²⁾.

ج- أنواع البرامج المستخدمة في البودكاست:

1- بودكاست المقابلة، ويتم فيه استضافة ضيوف معينين في الحلقة والتحدث عنهم.

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

5- بودكاست الطاولة المستديرة، ويتم فيه استضافة مجموعة من الأشخاص، بواسطة مقدم البودكاست، لمناقشة مواضيع مختلفة، مع بعضهم البعض.

6- بودكاست المونولوج، ويتم فيه استضافة شخص خبير في مجال معين، ويبدأ بالتحدث عن مجاله.

7- بودكاست رواية القصص، وهو من أكثر أنواع البودكاست مشاهدة في العالم، ويتم فيه مناقشة قصص مثيرة ومعبرة⁽⁶³⁾.

8- البودكاست الإخباري، ويتم فيه سرد مجموعة من الأخبار بواسطة مؤسسات إخبارية مشهورة.

9- البودكاست المباشر، ويعتمد على مقدم البرنامج، ويتم فيه شرح قضية أو موضوع، أو يقدم تفاصيل لموضوع معين، أو قضية معينة⁽⁶⁴⁾.

8- بودكاست البرامج الوثائقية⁽⁶⁵⁾.

9- بودكاست الصحافة الاستقصائية السردية⁽⁶⁶⁾.

د- خصائص المحتوى الاتصالي للبودكاست:

يعتبر المحتوى الإعلامي المقدم في أي وسيلة إعلامية هو العامل الأهم في نجاح الوسيلة الإعلامية ويعتبر البودكاست وسيلة إعلامية جديدة ذات محتوى مختلف تخضع للعديد من الاعتبارات والخصائص، والتي منها:

1- يساعد البودكاست الجمهور في الحصول على المعلومات والأخبار وزيادة الوعي بالقضايا المحيطة.

2- يمثل البودكاست اليوم تجربة معرفية خفيفة تستحوذ على اهتمام المستمع، والجمهور ويبحث دائماً عما يرضيه من المحتوى المتوافق مع تطلعاته وميوله ورغباته.

3- المحتوى الرقمي الجيد سيجد مساحته من الانتشار والتداول والتفاعل، بينما ينفر الجمهور سريعاً من المحتوى الأقل أهمية.

4- يشكل العنصر المعرفي في تجربة البودكاست أساساً للمحتوى، فهو متصل بقاعدة الجمهور.

5- يعكس البودكاست بصورته المتعمقة والآخذة نحو معيارية المحتوى، ويقدم نفسه على أنه منتج مخصص لمن يطلبه من الجمهور.

6- جودة المحتوى وقدرته على التأثير.

7- يتيح التعبير عن الرأي بحرية حول الأحداث الجارية، وإمكانية متابعته على أكثر من جهاز استقبال يناسب ذوق وحاجة المتلقي وإمكانياته⁽⁶⁷⁾.

هـ- أسباب استخدام البودكاست في المواقع والمؤسسات الصحفية:

أطلقت العديد من المؤسسات الإعلامية الصحفية برامجها عبر تطبيق البودكاست، يعود لعدة أسباب:

- تراجع الإعلام التقليدي، والاتجاه إلى مواقع التواصل الاجتماعي، والمحتوى الرقمي المرئي والصوتي.

- تقديم خدمات إخبارية وقصصية، وقضايا وموضوعات تلمس اهتمامات مستعميها.

- زيادة الدخل من الناحية الاقتصادية.

- البث عبر منصات مفتوحة، ولا يتطلب تكاليف إنتاج كبيرة، خاصة أن البودكاست يكون فرصة مهمة للصحفيين والمنتجين، والأفراد والمنظمات غير الربحية وغيرها.
- استخدام المؤسسات الصحفية لزيادة عدد المتابعين.
- سهولة التحميل أو الاستماع في أي وقت بالتزامن مع أي نشاط آخر يقومون به (68).
- يتيح البودكاست خدمات متعددة للجمهور المتابع له، أبرزها خدمة (RSS) والتي تساعد على التنبيه عن الإشعارات بوجود محتوى جديد.
- تقديم محتوى إعلامي متعدد الأشكال والقوالب الإعلامية، كالأخبار، والحوارات، والتقارير، ونشره عبر وسيط صوتي سهل وجاذب للانتباه، ويبث عبر شبكة الإنترنت.
- خاصية اندماجية الوسائط المتعددة التي توفرها المواقع الإلكترونية، أدت إلى ثراء المحتوى الإعلامي، وتنوعه، وسهولة تداوله، ونشره.
- التلقائية في التعامل مع المتلقي، بالإضافة إلى القرب منه، وتلبية احتياجاته بعيداً عن الأساليب التقليدية (69).

النتائج العامة للدراسة الميدانية:

جدول (2)

درجة متابعة المبحوثين للبودكاست الصحفي

الترتيب	النسبة %	التكرار	درجة المتابعة
2	23.5	146	دائماً
1	62.9	390	أحياناً
3	13.6	84	نادراً
	100%	620	الإجمالي

يتضح من بيانات الجدول السابق: أن نسبة (62.9%) من عينة الدراسة يتابعون البودكاست الصحفي (أحياناً) في الترتيب الأول، ثم من يتابعونها (دائماً) بنسبة (23.5%)، ثم نادراً بنسبة (13.6%).

وتشير النتائج السابقة إلى معدلات متابعة متنوعة ومتباينة من قبل عينة الدراسة للبودكاست الصحفي، حيث كانت النسبة الأكبر لمتابعة هذه البرامج أحياناً، ثم المتابعة دائماً من قبل نسبة أقل، وفي الأخير من يتابعونها نادراً، وهذا التنوع قد يرجع لاختلاف درجة ووقت المتابعة من قبل عينة البحث.

ويمكن للباحث تفسير هذه النتيجة، بأن سرعة رفع الملفات الصوتية أو البث الصوتي، أو ما يطلق عليه البودكاست الصحفي، كما أنها تمتاز بالبساطة في عرض المحتوى واختصار الوقت؛ من خلال شرح وتبسيط الموضوعات، بمعنى أنها تهدف إلى الاستحواذ على انتباه المستمعين، كما أنها تخاطب المستمعين الذين لا يستكملون المواد المذاعة أو التفاصيل الكثيرة للموضوع، فإن هذه البرامج تتناسب مع اهتماماتهم، وأيضاً حسب أوقات فراغهم، بالإضافة إلى إمكانية الاحتفاظ بها وتنزيلها وسماعها أكثر مرة.

وتتفق هذه النتيجة مع نتائج دراسة (العابد السيد علي، 2017) والتي أشارت إلى أن عينة الدراسة يتابعون البودكاست (أحياناً) في الترتيب الأول بنسبة (57.6%)⁽⁷⁰⁾ ودراسة (وائل صلاح نجيب، 2025)⁽⁷¹⁾، والتي أظهرت أن نسبة (56.4%) من عينة الدراسة يتابعون برامج البودكاست (أحياناً) في الترتيب الأول، وتختلف هذه النتيجة مع نتائج دراسة (إسماعيل محمد إبراهيم، 2023)، والتي بينت أن عينة الدراسة من الباحثين يتابعون البودكاست بصفة دائمة في الترتيب الأول بنسبة (40%)⁽⁷²⁾.

جدول (3)

مدة الاستماع للبودكاست الصحفي من قبل عينة الدراسة

الترتيب	النسبة %	التكرار	مدة الاستماع
3	11.3	70	أقل من ساعة يومياً
2	27.6	171	من ساعة لأقل من ثلاث ساعات يومياً
1	61.1	379	ثلاث ساعات فأكثر يومياً.
	100%	620	الإجمالي

يتضح من بيانات الجدول السابق: أن نسبة (61.1%) من عينة الدراسة يستمعون (ثلاث ساعات فأكثر يومياً) في الترتيب الأول، ثم من يستمعون (من ساعة لأقل من ثلاث ساعات يومياً) بنسبة (27.6%) في الترتيب الثاني، وفي الترتيب الأخير من يستمعون (أقل من ساعة يومياً) بنسبة (11.3%).

ويمكن للباحث تفسير ذلك، بأن البودكاست الصحفي من البرامج المستحدثة والمختصرة، والتي تعتمد على شرح وتبسيط المعلومات والقضايا المجتمعية المختلفة وشرح الموضوعات والقضايا المهمة، وذلك يدل على أن الجمهور يبحث عن المختصر والذي يشرح جميع الموضوعات والأحداث، وأن الاعتماد على هذه البرامج قد أصبح من

ضروريات الحياة، وأيضاً تنوع الموضوعات جعل هناك فرصة كبيرة أمام العينة للمتابعة على مدار مدة زمنية طويلة، وتختلف هذه المدة بناء على طبيعة الموضوعات وأهميتها. وتتفق هذه النتيجة مع نتائج دراسة (أحمد بن عبد العزيز بن سويدان، 2024) ⁽⁷³⁾، والتي أشارت إلى أن نسبة الاستماع لبرامج البودكاست كانت أكثر من ساعة يومياً.

جدول (4)

الوسائل التي تستخدمها عينة الدراسة لمتابعة البودكاست الصحفي

الترتيب	النسبة %	التكرار	الوسائل
2	32.4	201	المواقع الصحفية الإلكترونية
4	16.1	100	القنوات الفضائية
1	64	397	مواقع التواصل الاجتماعي
3	16.4	102	مواقع الصحف الإلكترونية
5	15.8	98	الصفحات المتخصصة
6	12.4	77	الإذاعة

(*) بإمكان المبحوث اختيار أكثر من بديل (ن=620)

يتضح من بيانات الجدول السابق: أن الوسائل التي تستخدمها عينة الدراسة لمتابعة البودكاست الصحفي تمثلت في (مواقع التواصل الاجتماعي) في الترتيب الأول بنسبة (64%)، ثم (المواقع الصحفية الإلكترونية) في الترتيب الثاني بنسبة (32.4%)، بينما في الترتيب الأخير (الإذاعة) بنسبة (12.4%).

ويرى الباحث بناء على ما سبق أن مواقع التواصل الاجتماعي أو الشبكات الاجتماعية، مظهرٌ من مظاهر الإعلام الجديد التي أصبحت مصدراً رئيساً لجمع وتحليل وانتقاء المعلومات وإعادة نشرها بين المستخدمين، حيث أصبحت العديد من الوسائل الإعلامية التقليدية تعتمد على مستجدات هذه الوسائط، وتزود منها بمعلومات دقيقة وذات مصداقية مباشرة من قلب الأحداث، وعن طريق المواطن الذي أصبح المراسل الموهبة للعديد من الوسائل الإعلامية، وهذا ما يجعلها من أكثر الوسائل التي يعتمد عليها في المتابعة خاصة كل ما هو مستحدث من برامج وخلافه، وهذا ما جعل مواقع التواصل الاجتماعي ساحة لنقل الأخبار وتبادل الخبرات والمعلومات، كما يمكن اعتبارها وسيطاً أساسياً في انتشار البودكاست الصحفي عبر الصفحات المختلفة، كما أن معظم الفضائيات تحولت إلى منصات إلكترونية أو مواقع على الشبكات؛ مما يساعد

على إتاحة محتواها طوال الوقت، وفي أي زمان عبر الشبكات الاجتماعية المختلفة والمتعددة.

وتتفق هذه النتيجة مع نتيجة دراسة (وائل صلاح نجيب، 2025) والتي بينت أن أهم الوسائل التي تتابع عينة البحث من خلالها برامج البودكاست تمثلت في (مواقع التواصل الاجتماعي) في الترتيب الأول بنسبة (76.9%)⁽⁷⁴⁾.

جدول (5)

كيفية تعرف المبحوثين على البودكاست الصحفي

الترتيب	النسبة %	التكرار	البدايل
1	54.2	336	من خلال الفيديوهات الرائجة لهم على موقع الفيس بوك.
2	42.4	263	اليوتيوب.
3	23.4	145	نشر أحد الأصدقاء لهذه البرامج على صفحته.
9	8.9	55	الإعلانات الممولة
4	16.9	105	متابعتي لبعض المواقع الصحفية.
6	14.3	89	وجود هذه البرامج على صفحات المؤثرين والمشاهير.
5	15.9	99	أثناء بحثي في محركات البحث عن أحد الموضوعات والقضايا.
8	13.5	84	البحث الذاتي.
7	14.3	89	الأصدقاء.
10	5.2	32	الأسرة والأهل.

(*) بإمكان المبحوث اختيار أكثر من بديل (ن=620)

يتضح من بيانات الجدول السابق: أن كيفية تعرف المبحوثين على البودكاست الصحفي تمثلت في (من خلال الفيديوهات الرائجة لهم على موقع الفيس بوك) في الترتيب الأول بنسبة (54.2%)، ثم (اليوتيوب) في الترتيب الثاني بنسبة (42.4%)، بينما في الترتيب الأخير (الأسرة والأهل) بنسبة (5.2%).

ويمكن أن يرجع ذلك إلى أن المبحوثين دائماً ما يبحثون عن الرائج أو الأكثر مشاهدة، وبطبيعة تداول هذه الفيديوهات فإن الفيديوهات التي تستحوذ على الانتباه هي تلك التي يتبادلها رواد مواقع التواصل الاجتماعي، فيما بينهم وتؤثر على الرأي العام وتجعل منها قضية عامة، هكذا فإن هناك موضوعات وفيديوهات تفرض على مواقع التواصل الاجتماعي، وبالتالي تساعد مواقع التواصل الاجتماعي واليوتيوب في نشر العديد من الفيديوهات، والتي تجعل هذه الفيديوهات في أولويات المشاهدة والمتابعة، بينما لا تعتمد العينة على الأسرة والأصدقاء في متابعة هذه الفيديوهات؛ لأن اقتراحات الموضوعات تأتي من خلال مواقع التواصل الاجتماعي، بحكم طبيعتها وخصائصها في الانتشار

والسرعة والتفاعلية والجماهيرية، فكلُّ هذه الخصائص جعلت منها الوسيلة الأولى في كشف الموضوعات والترويج لها أياً كان طبيعة المحتوى أو الفيديو.

جدول (6)

أسباب ودوافع متابعة المبحوثين للبودكاست الصحفى

العيينة الكلية							العبارات
درجة الموافقة	الترتيب	الانحراف المعياري	المتوسط	التكرار			
				معارض	محايد	موافق	
مرتفعة	1	0.55	2.63	20	187	413	تقديم موضوعات مختلفة ومتطورة.
مرتفعة	5	0.58	2.51	28	246	346	تعتمد على الموضوعات العصرية والأنية.
مرتفعة	9	0.64	2.47	51	229	340	المشاركة والتعليق على الأحداث والموضوعات المختلفة.
مرتفعة	6	0.65	2.50	53	201	366	محاربة العزلة والوحدة والاستماع إلى موضوعات مفيدة وجديدة
مرتفعة	11	0.66	2.44	60	225	335	لشغل أوقات فراغى والتخلص من الشعور بالملل.
مرتفعة	14	0.65	2.34	62	283	275	تعتمد على تحليل الأخبار والقضايا الصعبة.
مرتفعة	13	0.68	2.39	70	241	309	تشرح الموضوعات المعقدة والحريئة.
مرتفعة	12	0.62	2.44	41	265	314	التعبير عن الرأي بحرية في الأحداث والقضايا المجتمعية.
مرتفعة	10	0.67	2.46	63	209	348	لأنها تواكب التطورات التكنولوجية الحديثة.
مرتفعة	4	0.60	2.53	35	222	363	تلخص الأحداث بما يتناسب مع وقتى.
مرتفعة	3	0.63	2.53	46	198	376	تزيد قدرتى على وعى وإدراك القضايا من حولى.
مرتفعة	2	0.62	2.53	41	208	371	لتطوير ذاتى وتوسيع معتقداتى واكتساب القدرة على التفكير والابتكار.
متوسطة	15	0.74	2.31	103	222	295	للهروب من المشكلات التى أواجهها.
مرتفعة	7	0.63	2.50	45	219	356	تساعدنى تقنية البودكاست بالحصول على معلومات حول القضايا المختلفة.
مرتفعة	8	0.62	2.48	42	241	337	تشعرنى البودكاست بحقيق الذات.
مرتفعة		0.63	2.47	المتوسط والانحراف المعياري العام			

يتضح من بيانات الجدول السابق: أن المتوسطات الحسابية لأسباب ودوافع متابعة المبحوثين للبودكاست الصحفي تراوحت ما بين (2.63: 2.31)، حيث جاءت عبارة (تقديم موضوعات مختلفة ومتطورة) في الترتيب الأول، فيما جاءت عبارة (للهروب من المشكلات التي أواجهها) في الترتيب الأخير.

ويمكن تفسير نتائج الجدول السابق في ضوء عدة نقاط:

أولاً- الدرجة الإجمالية لعبارات أسباب ودوافع متابعة المبحوثين للبودكاست الصحفي قُدرت بنحو (2.47%)، وهي درجة كبيرة، وتعكس مستوى تعرض كبير لدى عموم عينة الدراسة.

ثانياً- بنظرة سريعة على هذه العبارات سنجد أن معظم العبارات حصلت على درجة موافقة على مضمونها في خانة (موافق)؛ وذلك لحاجة أفراد عينة الدراسة القوية للتعرض للبودكاست الصحفي.

وباعتبار أن البودكاست الصحفي من البرامج التي أحدثتها الثورات الرقمية والتكنولوجية، وأيضاً ساعد على انتشارها تطبيقات الذكاء الاصطناعي، وفي الأساس كانت من أجل التغطية الإخبارية لبعض الموضوعات في القنوات الإخبارية والمواقع الإلكترونية وتميزها في الاعتماد على التدوين الصوتي؛ فهي تجذب المشاعر وتستحوذ على العقول من خلال ما تعرضه من تبسيط لأهم الأحداث والموضوعات، وخاصة تلك التي تتناول موضوعات الرأي العام، وأحداث الساعة، أو الأحداث العالمية، وبالتالي أكدوا على أهمية البودكاست الصحفي في توسيع مدارك العينة، وتزويد اهتماماتهم المجتمعية في مجالات متعددة وفق ما تعرضه من موضوعات وقضايا تهمهم، ونظراً لأنها تتناول موضوعات مهمة؛ فهي لها دور كبير في إدراك القضايا ومعرفتها لدى طلبة الجامعة، وبالتالي فقد أصبحت كلُّ المواقع الإخبارية في الوقت الحالي تعتمد على البودكاست الصحفي في الترويج لبعض الموضوعات والأحداث، وشرح الأحداث والموضوعات الصعبة وتبسيطها وتفسيرها، ومن خلال برامج البودكاست الصحفي، وبناءً على ما سبق يمكن اعتبار البودكاست الصحفي جزءاً من الإعلام التفاعلي.

وتختلف هذه النتيجة مع نتائج دراسات كلٍّ من (Chou,et al,2022)⁽⁷⁵⁾ والتي بينت أن أبرز دوافع متابعة البودكاست هي الحصول على الترفيه بنسبة (21.1٪)، ونتائج دراسة (chan-Olmsted, S, & Wang 2022)⁽⁷⁶⁾ حيث تمثلت أهم دوافع متابعة البودكاست في الترفيه وسهولة الحصول على المعلومات، ودراسة (LaorT,2022)⁽⁷⁷⁾، والتي بينت أن دوافع تعرض عينة الدراسة للبودكاست كان لتلبية احتياجاتهم من الترفيه، ودراسة (Clay Martin Craig,et al,2023)⁽⁷⁸⁾، والتي أشارت إلى الترفيه والهروب من المشكلات والحصول على المعلومات، جاء في مقدمة دوافع استماع الطلاب الجامعيين للبودكاست، ودراسة (Elisa Shearer,et al,2023)⁽⁷⁹⁾، والتي أظهرت أن مشاركات المجموعات الكبيرة في البودكاست، يرجع إلى الترفيه والتعليم، ودراسة (وائل صلاح نجيب، 2025)⁽⁸⁰⁾ والتي أوضحت أن أسباب متابعة عينة الدراسة لبرامج البودكاست تمثلت في (لأنها تحتوي على معلومات شائعة) في الترتيب الأول بنسبة (48.7٪).

جدول (7)

عناصر الجذب للبودكاست الصحفي من وجهة نظر المبحوثين

العينة الكلية							العبارات
درجة الموافقة	الترتيب	الانحراف المعياري	المتوسط	التكرار			
				معارض	محايد	موافق	
مرتفعة	1	0.56	2.58	20	220	380	يتميز المحتوى الرقمي في البودكاست بقرينه من هموم وقضايا المواطن
مرتفعة	7	0.57	2.49	23	273	324	يتمتع مقدموها بمهارات اتصال جيدة.
مرتفعة	9	0.66	2.48	59	206	355	تُقدّم بأسلوب مختصر وموجز.
مرتفعة	15	0.66	2.36	65	269	286	تعرض المواد والقضايا التي لا تتاح في الإعلام المقروء.
مرتفعة	16	0.62	2.35	49	302	269	استخدامها موسيقى وتأثيرات سمعية محببة.
مرتفعة	4	0.64	2.53	51	191	378	يمكنني الاستماع للبودكاست الصحفي في أي مكان.
مرتفعة	5	0.63	2.50	44	219	357	محتوى البودكاست عادة واضح ومفهوم بأسلوب جذاب ومثير.
مرتفعة	2	0.60	2.58	37	187	396	يمكنني الوصول للبودكاست بسهولة.
مرتفعة	8	0.62	2.48	40	240	340	استخدام لغة ثرية ومتنوعة.
مرتفعة	3	0.58	2.55	29	221	370	تتسم البودكاست الصحفية بالتحديث المستمر.
مرتفعة	14	0.65	2.42	56	245	319	تتميز المعلومات المقدمة بالشمولية والوضوح.
مرتفعة	11	0.63	2.46	45	247	328	تعتمد على الأساليب الإقناعية.
مرتفعة	12	0.66	2.45	60	221	339	المدة الزمنية للبرامج لا تشعرني بالملل.
مرتفعة	6	0.60	2.50	25	238	347	لدى مقدميها قدرة على السرد المبسط.
مرتفعة	10	0.65	2.46	53	230	337	أكثر واقعية في عرض القضايا.
مرتفعة	13	0.67	2.43	63	229	328	لأنها تعتمد على الإحصاءات والأرقام.
مرتفعة		0.62	2.48	المتوسط والانحراف المعياري العام			

يتضح من بيانات الجدول السابق: أن المتوسطات الحسابية لعناصر البودكاست الصحفي من وجهة نظر المبحوثين تراوحت ما بين (2.31: 2.58)، حيث جاءت عبارة (يتميز المحتوى الرقمي في البودكاست بقرينه من هموم وقضايا المواطن) في الترتيب

الأول، فيما جاءت عبارة (استخدامها موسيقى وتأثيرات سمعية محببة) في الترتيب الأخير.

وعكست درجة المتوسط الإجمالي والمقدرب (2.48) توافر عناصر الجذب

للبودكاست الصحفي بدرجة مرتفعة من وجهة نظر المبحوثين.

ويمكن تفسير نتائج الجدول السابق أن البودكاست الصحفي قائم على تبسيط وشرح الموضوعات الاقتصادية والمشروعات التنموية، وهذا ما يجعله الأكثر قرباً من الجمهور ويعتمدون عليها بشكل يومي لمعرفة ما يحدث في المجتمع من قضايا وموضوعات، كما أنه يعتمد على الأنوية والحدثة، فهي تهتم بالتحديث والتطوير المستمر لكل ما ينشر من أخبار وقضايا ومعلومات تخص المجتمع، وأن نتيجة السبق الإخباري بين مواقع وقنوات الإعلام جعل من هذه البرامج مصادر لمعرفة الموضوعات المختلفة، وتعتبرها القنوات من القوالب الإعلامية التي يعتمد عليها في تقديم موضوعات معينة؛ ولأنها تشمل كل المجالات التعليمية، والاقتصادية، والدينية، والاجتماعية، والقانونية، فهي في المقابل تلبي اهتمامات الجمهور بكافة فئاته، وبكل مستوياته؛ لأن هذه الموضوعات جزء أساسي من تطور الحياة حول الفرد وتساعد في اتخاذ قراراته وتحقيق ما يتمناه أو يسعى إلى تحقيقه في حاضره ومستقبله، وهذه البرامج تُعد وسيلة للتوعية والتوجيه والإرشاد.

وتختلف هذه النتيجة مع نتيجة دراسة (أحمد بن عبد العزيز بن سويدان، 2024) ⁽⁸¹⁾، والتي أظهرت أن أهم عناصر الجذب لمحتوى البودكاست كانت (سهولة الاستماع لبرامج البودكاست في أي وقت وأي مكان)، ونتيجة دراسة (منى هاشم، أمنية عد الرحمن، 2023)، حيث جاء في الترتيب الأول لعناصر الجذب بالنسبة لعينة الدراسة استخدام الفيديو في العرض لبرامج البودكاست بنسبة (95.5%) ⁽⁸²⁾.

جدول (8)

أهم المواقع الصحفية التي يتابع من خلالها المبحوثون القضايا المجتمعية

الترتيب	النسبة %	التكرار	المواقع الصحفية
1	52.4	325	اليوم السابع
6	11.3	70	الدستور
5	18.1	112	الوطن
4	35.2	218	الجمهورية
2	40.2	249	المصري اليوم
3	35.5	220	الأخبار

(*) بإمكان المبحوث اختيار أكثر من بديل (ن=620)

يتضح من بيانات الجدول السابق: أن أهم المواقع الصحفية التي يتابع من خلالها المبحوثون القضايا المجتمعية تمثلت في (اليوم السابع) في الترتيب الأول بنسبة (52.4%)، ثم (المصري اليوم) في الترتيب الثاني بنسبة (40.2%)، بينما في الترتيب الأخير (الوطن) بنسبة (18.1%).

ومما سبق يرى الباحث أن أهم المواقع الصحفية التي يتابع من خلالها القضايا المجتمعية (اليوم السابع)، حيث يُعد الأكثر اعتماداً بالنسبة للمبحوثين؛ نظراً لاهتمامه بتغطية الأحداث المجتمعية، ويهتم بتقديم الأحداث أولاً بأول، ويرجع هذا أيضاً إلى اختلاف التفضيلات والانتماءات الخاصة بالجمهور من المبحوثين؛ لأن طبيعة الاهتمامات والرغبات تفرض على المبحوث المتابعة والاعتماد على موقع دون الآخر، أو التركيز على حدث أكثر تفصيلاً في موقع دون موقع، وهذا يرجع إلى اختلاف ترتيب المواقع، فجاء من وجهة نظر العينة في الترتيب الثاني موقع (المصري اليوم)، ثم في الترتيب الثالث (الأخبار)، ويرجع ذلك إلى اختلاف السياسة التحريرية لكل موقع من هذه المواقع، والاهتمام بطبيعة الموضوعات وتفصيلاته، وهذا ما يجعل موقع في ترتيب يسبق ترتيباً آخر.

جدول (9)

درجة اعتماد المبحوثين على البودكاست الصحفي كمصدر للمعلومات والقضايا المجتمعية

الترتيب	النسبة %	التكرار	درجة الاعتماد
3	11,3	70	أعتمد عليها بدرجة كبيرة
1	60,3	374	أعتمد عليها بدرجة متوسطة
2	28,4	176	أعتمد عليها بدرجة ضعيفة
	%100	620	الإجمالي

يتضح من بيانات الجدول السابق: أن نسبة (60,3%) من عينة الدراسة يعتمدون على البودكاست الصحفي كمصدر للمعلومات والقضايا المجتمعية بدرجة (متوسطة) في الترتيب الأول، ثم من يعتمدون عليها بدرجة (ضعيفة) بنسبة (28,4%)، ثم بدرجة (كبيرة) بنسبة (11,3%).

وتشير نتائج الجدول السابق إلى أن درجة الاعتماد على البودكاست الصحفي جاءت بدرجة متوسطة في الترتيب الأول؛ نظراً لتعدد المصادر التي تعرض القضايا والموضوعات وانتشارها والتسابق بينهما، جعل اعتماد المبحوث بشكل متوسط؛ لأنه ليس المصدر الوحيد، لأن المصادر المعلوماتية متعددة ومتنوعة، وبالتالي فإنها ليس المصدر الوحيد لجمع المعلومات، وهذا يتوافق مع الثورة المعلوماتية والتكنولوجية، أيضاً تعتبر المصادر مهمة أو غير ضرورية من منظور المبحوث، ولا يدل ذلك على أهمية المحتوى ذاته، فالمحتوى قد يتوافر في أكثر من موقع وأكثر من قناة، ولكن لا يتم الاعتماد عليها بنفس الدرجة، ومن هنا يوجد تفاوت كبير بين المصادر المعلوماتية وتوافر كم المعلومات الهائل التي توفره وسائل الإعلام الجديد والمواقع الصحفية الإلكترونية والمطبوعة، والتنافس مستقبلاً سوف يكون مستحيلاً؛ نظراً لاعتماد الجمهور على الأحداث والأكثر تطوراً والأدق في نشر المعلومات.

جدول (10)

درجة ثقة المبحوثين في البودكاست الصحفي كمصدر للمعلومات عن القضايا المجتمعية

الترتيب	النسبة %	التكرار	درجة الثقة
2	21.5	133	أثق فيها بدرجة كبيرة
1	65.1	404	أثق فيها بدرجة متوسطة
3	13.4	83	أثق فيها بدرجة ضعيفة
	100%	620	الإجمالي

يتضح من بيانات الجدول السابق: أن نسبة (65.1%) من عينة الدراسة يثقون في البودكاست الصحفي كمصدر للمعلومات عن القضايا المجتمعية بدرجة (متوسطة) في الترتيب الأول، ثم من يثقون فيها بدرجة (كبيرة) بنسبة (21.5%)، ثم بدرجة (ضعيفة) بنسبة (13.4%).

ومما سبق يتضح أن هذه النتائج طبيعية، وبما أنها ليست المصدر الوحيد للحصول على المعلومات والاعتماد عليها، وهناك مصادر متعددة ومتنوعة ولها درجة أهمية لدى المبحوثين، فإن درجة الثقة في هذه البرامج تكون متوسطة، فلا توجد ثقة مطلقة في أي مصدر معلوماتي؛ وذلك لأن الأخبار تنشر في العديد من المواقع، ولكن ليست بنفس الكيفية ولا نفس المساحة والأهمية، وبالتالي فإن درجة الثقة تختلف وفق أهمية المعلومات بالنسبة للمبحوثين، وبهذا تعتبر البودكاست الصحفي كمصدر للمعلومات الحديثة ووعاء لتناقل المعرفة والخبرة من المواقع إلى الجمهور، ولكن هي تحتاج إلى تدقيق؛ لأن هناك بعض المعلومات التي تحتاج من المبحوث التأكد منها والبحث عنها في أكثر من موقع وأكثر من مصدر.

وتتفق هذه النتيجة مع نتيجة دراسة (Kelsey Whipple, et al, 2023)⁽⁸³⁾ والتي بينت أن مستمعي البودكاست يثقون بالبودكاست بدرجة متوسطة.

جدول (11)

دور البودكاست الصحفي في عرض وتحليل القضايا المجتمعية من وجهة نظر المبحوثين

الترتيب	النسبة %	التكرار	البدائل
2	42.1	261	لها دور كبير
1	49.4	306	لها دور بسيط
3	8.5	53	لها دور ضعيف
	100%	620	الإجمالي

يتضح من بيانات الجدول السابق: أن نسبة (49.4%) من عينة الدراسة يرون بأن للبودكاست الصحفي دوراً (بسيطاً) في عرض وتحليل القضايا المجتمعية، ثم من يرون بأن لها دوراً (كبيراً) بنسبة (42.1%)، وأخيراً من يرون بأن لها دوراً (ضعيفاً) بنسبة (8.5%).

وذلك يرجع إلى تعددية المصادر، بالإضافة إلى أن صناع البودكاست الصحفي قد يكونون غير متخصصين في المجال الذي يتحدثون عنه؛ لذا يرى الباحث أن البودكاست الصحفي بحاجة إلى دراسة علمية، حتي تصبح أكثر تأثير في أفكار الجمهور وتوجهاتهم، كما أن لها دوراً في تحليل وعرض القضايا المجتمعية، فلا بد أن تكون البرامج ذات تأثير أقوى، وهذا يعتمد على قدرتها على عرض المضمون وشرحه، وطبيعة الموضوع الذي يتم طرحه من قبل القائمين على برامج البودكاست، ولا بد من تفعيل هذه البرامج في طرح الموضوعات والقضايا المجتمعية؛ وذلك من خلال ما يتم عرضه وتحليله في المواقع الإخبارية والقنوات المتخصصة ومواقع التواصل الاجتماعي، وهذا يجعلها أكثر تأثير، وبالتالي يصبح دورها في تحليل الموضوعات والقضايا مؤثراً وفعالاً.

جدول (12)

درجة اهتمام البودكاست الصحفي بالقضايا المجتمعية الآتية من وجهة نظر المبحوثين

العينة الكلية									القضية
درجة الاهتمام	الانحراف المعياري	المتوسط	التكرار						
			درجة ضعيفة جدا	درجة ضعيفة	درجة متوسطة	درجة كبيرة	درجة كبيرة جدا		
كبيرة	2	1.05	3.80	15	46	190	167	202	ارتفاع أسعار السلع الاستهلاكية.
كبيرة	7	0.96	3.64	12	49	216	216	127	تغيير مناهج الثانوية العامة.
كبيرة	1	1.02	3.84	13	46	167	198	196	الأزمات الاقتصادية
كبيرة	12	1.08	3.46	24	91	201	186	118	الضرائب العقارية.
كبيرة	9	1.01	3.62	6	76	218	169	151	المشروعات القومية.
كبيرة	8	1.07	3.63	20	55	222	159	164	قضايا القتل والسرقة.
كبيرة	3	0.99	3.76	7	50	202	188	173	بعض التعديلات الخاصة بالمنظومة التعليمية.
كبيرة	10	1.03	3.58	17	69	204	198	132	التغيرات المناخية.
كبيرة	5	0.97	3.71	9	45	218	194	154	قضية تهجير الفلسطينيين.
كبيرة	11	1.05	3.48	21	84	203	198	114	مشكلات التعدي على الأراضي الزراعية.
كبيرة	6	1.09	3.70	14	77	172	174	183	الفتاوى والأحكام الدينية.
كبيرة	4	1.05	3.76	26	38	168	217	171	القضايا التنموية.
كبيرة		1.03	3.66	المتوسط والانحراف العام					

يتضح من بيانات الجدول السابق: أن المتوسطات الحسابية لدرجة اهتمام البودكاست الصحفي بالقضايا المجتمعية من وجهة نظر المبحوثين تراوحت ما بين (3.46: 3.84)، حيث جاءت (الأزمات الاقتصادية) في الترتيب الأول، فيما جاءت (مشكلات التعدي على الأراضي الزراعية) في الترتيب الأخير.

وعكست قيمة المتوسط الإجمالي والمقرب (3.66) درجة اهتمام كبيرة من البودكاست الصحفي بالقضايا المجتمعية الآتية من وجهة نظر المبحوثين. ويشير ذلك إلى أن المبحوثين يدركون وجود حضور ملحوظ لهذه القضايا في محتوى البودكاست، وإن كان بدرجات متفاوتة.

وقد احتلت (الأزمات الاقتصادية) المرتبة الأولى، وهو ما يعكس طبيعة الاهتمام المتزايد بهذه القضية لارتباطها المباشر بحياة الأفراد واستقرار المجتمع، إضافة إلى كونها

محوراً دائماً للنقاش العام والإعلامي، بينما جاءت مشكلات التعدي على الأراضي الزراعية في المرتبة الأخيرة، وهو ما قد يُفسَّر بكونها قضية محلية-متخصصة لا تحظى بنفس القدر من التداول الإعلامي أو الاهتمام الجماهيري مقارنة بالقضايا الاقتصادية ذات الطابع الأوسع.

وتختلف هذه النتيجة مع نتيجة دراسة (أمنية كلفاح، 2023) ⁽⁸⁴⁾ والتي أظهرت استحواذ القضايا السياسية العالمية والإقليمية على النصيب الأكبر من المواضيع التي تتم معالجتها في حلقات برنامج (البعد الآخر) بنسبة (48.16%).

كما تختلف هذه النتيجة مع نتيجة دراسة (إسماعيل إبراهيم محمد، 2023) ⁽⁸⁵⁾، والتي بينت أن موضوعات المجتمع والثقافة العامة جاءت على رأس الموضوعات التي يفضل عينة الدراسة متابعتها ببرامج البودكاست، ودراسة (منال معيض، 2023) ⁽⁸⁶⁾ والتي أشارت إلى أن المضامين الاقتصادية جاءت على رأس الموضوعات التي يتابعها أفراد عينة الدراسة لبرامج البودكاست.

جدول (13)

مدى تفاعل المبحوثين مع البودكاست الصحفي

الترتيب	النسبة %	التكرار	مدى التفاعل
3	16.5	102	دائماً
1	65	403	أحياناً
2	18.5	115	نادراً
	%100	620	الإجمالي

يتضح من بيانات الجدول السابق: أن نسبة (65%) من عينة الدراسة يتفاعلون (أحياناً) مع البودكاست الصحفي، ثم من يتفاعلون معها (نادراً) بنسبة (18.5%)، وأخيراً من يتفاعلون معها (دائماً) بنسبة (16.5%)،

ويمكن للباحث تفسير ذلك، بأن درجة التفاعل ترتبط بدرجة الاهتمام، فكلما كان الموضوع حيويًا وأكثر حداثة، كلما اهتم به المبحوثون، واهتموا بالبحث عن تفاصيل خاصة به، كما يرى الباحث أيضاً أن التفاعل يعتمد على كثافة المتابعة والمساحة الزمنية لعرض المضمون وأهمية القضية التي تم إدراجها بالبودكاست الصحفي بالنسبة للجمهور، وبالنسبة للوسيلة التي تعتمد عليه هذه الوسيلة، فلا يتفاعل المبحوث مع كل الموضوعات

بنفس الدرجة، بل بالاعتماد على توجهاتهم واهتماماتهم المعرفية والوجدانية والسلوكية، والتي تنظم تفاعلهم مع الأحداث والمشاركة في طرح بعض الموضوعات والاهتمام بها، أو تركها وعدم البحث عن تفاصيلها.

جدول (14)

أنماط تفاعل المبحوثين مع مضمون البودكاست الصحفي المفضل متابعتها بالمواقع الصحفية

العينة الكلية							أنماط التفاعل
درجة التفاعل	الترتيب	الانحراف المعياري	المتوسط	التكرار			
				نادرا	أحيانا	دائما	
كبيرة	1	0.56	2.43	32	285	303	الاكتفاء بالمشاهدة.
متوسطة	2	0.64	2.18	80	345	195	الإعجاب.
متوسطة	4	0.71	2.06	140	301	179	التعليق على المحتوى وإبداء رأي.
متوسطة	5	0.74	2.04	157	276	187	مشاركة المحتوى على صفحتي الشخصية.
متوسطة	3	0.71	2.12	126	290	204	تحميل المحتوى وحفظه.
متوسطة		0.67	2.16	المتوسط والانحراف المعياري العام			

يتضح من بيانات الجدول السابق: أن المتوسطات الحسابية لأنماط تفاعل المبحوثين مع مضمون البودكاست الصحفي المفضل متابعتها بالمواقع الصحفية تراوحت ما بين (2.04: 2.43)، حيث جاءت عبارة (الاكتفاء بالمشاهدة) في الترتيب الأول، فيما جاءت عبارة (مشاركة المحتوى على صفحتي الشخصية) في الترتيب الأخير.

وبناء على نتائج الجدول السابق تختلف أنماط التفاعل من مبحوث إلى آخر بناء على ميوله وطريقة تعامله مع مواقع التواصل الاجتماعي وبرامج البودكاست، كما أن التفاعل يعتمد على مدى اهتمام المشاهد للبرنامج، فالمعلومة التي يشعر أنها مميزة أو مختلفة، فدائماً يتفاعل معها ويبحث عن مشاركين آخرين للترويج عن المقطع الذي يشاهده، كما يرى الباحث أنه عندما يرى المبحوث أقرانه ينشرون هذه المقاطع على صفحاتهم الشخصية فيتشجع ويشارك نفس المحتوى؛ إذاً فأنماط التفاعل تختلف باختلاف سلوكيات مستخدمي هذه المواقع وكثافة التواصل والتعرض لها، وعند التعلّق بالمحتوى يقوم بتحميله والاحتفاظ به لمتابعته أكثر من مرة أو الرجوع له أكثر من مرة، للفحص والتدقيق في محتواه أو معرفة المزيد عن هذا المحتوى والاطلاع على تفاصيل أدق.

وتختلف هذه النتيجة مع نتيجة دراسة (إسماعيل محمد إبراهيم، 2023) (87) والتي أوضحت أن التعليق على الموضوعات المهمة جاء على رأس قائمة أنماط التفاعل مع ملفات وبرامج البودكاست.

جدول (15)

مدى كفاية البودكاست الصحفي لتشكيل إدراك عينة البحث نحو قضايا المجتمع

الترتيب	النسبة %	التكرار	البدايل
1	62.3	386	كافية بدرجة كبيرة
2	37.7	234	كافية بدرجة متوسطة
-	0	0	كافية بدرجة ضعيفة
	100%	620	الإجمالي

يتضح من بيانات الجدول السابق: أن نسبة (62.3%) من عينة الدراسة يرون أن البودكاست الصحفي تقوم بتشكيل إدراكهم نحو قضايا المجتمع بدرجة (كبيرة)، ثم من يرونها كافية بدرجة (متوسطة) بنسبة (37.7%).

وتدل نتائج الجدول السابق على أن إنتاج ونشر برامج البودكاست الصحفي كافية لتشكيل إدراك عينة الدراسة نحو قضايا المجتمع ولها دور كبير جداً، بمعنى أنها تقدم معلومات دقيقة للموضوعات التي تتناولها، كما أنها تغطي مجالات متعددة من مجالات الحياة كالصحة، والتعليم، والاقتصاد.. وغيرها من القضايا التنموية، وبذلك يمكن القول بأن البودكاست الصحفي قد تحدث طفرة في الإعلام ووسائله المختلفة، كما أنها تُعد طفرة أيضاً في تحديث الصوت وإعادة استخدامه بشكل أكثر دقة ووعياً؛ ولهذا يمكن اعتبار أن البودكاست هو مستقبل مثلما كان الإعلام الجديد مستقبلاً من قبل، ويمكن أن يدل نجاح التجربة على توجه معظم وسائل الإعلام إلى وجود جزء رئيس من إعلامها معتمدة على البودكاست الصحفي لتواكب احتياجات الجمهور واهتماماته وتوجهاته الإعلامية.

جدول (16)

أسلوب تناول وعرض القضايا المجتمعية في البودكاست الصحفي من وجهة نظر المبحوثين

الترتيب	النسبة %	التكرار	أسلوب العرض
2	32.9	204	أسلوب نقدي ساخر
3	14.3	89	أسلوب تفسيري
1	41	254	أسلوب تقريرى
4	11.8	73	أكثر من أسلوب
	100%	620	الإجمالى

يتضح من بيانات الجدول السابق: أن نسبة (41%) من عينة الدراسة يرون أن أسلوب تناول وعرض القضايا المجتمعية في البودكاست الصحفي (أسلوب تقريرى)، ثم من يرونه (أسلوباً نقدياً ساخرًا) بنسبة (32.2%)، ثم (أسلوب تفسيري) بنسبة (14.3%)، ثم (أكثر من أسلوب) بنسبة (11.8%).

ويرى الباحث أن الهدف الرئيس من البودكاست الصحفي هو الشرح والتبسيط والتفسير، فيعتمد معظمه على أسلوب تقريرى، والبعض الآخر يقدم في أسلوب نقدي ساخر إذا كانت موضوعات اجتماعية أو ترفيهية؛ إذًا فاختلاف الأسلوب باختلاف الهدف من البرنامج وطبيعة الموضوع الذي يناقشه البرنامج، كما يرى الباحث أن طبيعة وظائف البودكاست تحتم على القائمين عليه استخدام أسلوب معين يتناسب مع وظيفته وهدفه. وتتفق هذه النتيجة مع نتيجة دراسة (إيمان محمود محمد، 2024) ⁽⁸⁸⁾ والتي أشارت إلى أن الأسلوب النقدي والساخر جاء بالمرتبة الأولى بنسبة (30.5%) بالنسبة لأساليب معالجة القضايا في حلقات برامج البودكاست.

جدول (17)

التكرار والمتوسطات الحسابية والانحراف المعياري لإدراك المبحوثين للقضايا المجتمعية في ضوء التعرض للبودكاست الصحفي

العينة الكلية				التكرار			العبارات
درجة الموافقة	الترتيب	الانحراف المعياري	المتوسط	معارض	محايد	موافق	
مرتفعة	1	0.58	2.54	28	228	364	أصبحت أكثر وعياً بالقضايا المجتمعية بعد سماعي لبرامج البودكاست.
متوسطة	8	0.62	2.32	50	323	247	أصبح لى رأي خاص عن القضايا المجتمعية.

العينة الكلية						العبارات	
درجة الموافقة	الترتيب	الانحراف المعياري	المتوسط	التكرار			
				معارض	محايد		موافق
مرتفعة	7	0.64	2.36	56	286	278	يعد البودكاست مصدر ثقة ومهم عن القضايا المجتمعية.
مرتفعة	5	0.66	2.39	61	256	303	أفضل متابعة الأحداث والقضايا المجتمعية من خلال برامج البودكاست.
مرتفعة	6	0.65	2.38	58	267	295	تجعلني متابعة البودكاست الصحفي في اطلاع دائم بالأحداث والقضايا المجتمعية من حولى.
مرتفعة	4	0.64	2.40	51	272	297	أسهمت البودكاست الصحفية في تغيير أفكار عن القضايا المجتمعية.
مرتفعة	2	0.67	2.45	63	217	340	يقدم البودكاست معلومات إضافية وجديدة عن القضايا المجتمعية.
مرتفعة	3	0.63	2.42	46	266	308	أدركت التحديات التي تواجه الدولة في مواجهة القضايا المجتمعية.
مرتفعة	3	0.63	2.40	البعد المعرفي			
مرتفعة	1	0.65	2.49	54	211	355	تعزيز الشعور بالسعادة والإيجابية عند التفاعل مع القضايا المجتمعية، حتى لو بالرأي.
مرتفعة	3	0.66	2.37	62	264	294	تغيرت بعض المعتقدات لدي نحو القضايا المجتمعية التي يتم متابعتها عبر برامج البودكاست.
مرتفعة	2	0.62	2.46	40	253	327	أصبحت أكثر استعدادا لتقبل واحترام آراء الآخرين عند مناقشة القضايا المجتمعية.
مرتفعة	4	0.69	2.34	80	250	290	غير راض عن أداء الحكومة في مناقشة القضايا المجتمعية بعد مناقشتها ببرامج البودكاست.
مرتفعة	2	0.65	2.41	البعد الوجداني			
متوسطة	6	0.71	2.27	96	262	262	أصبحت أعلق على الموضوعات والقضايا المهمة.
مرتفعة	5	0.63	2.39	48	280	292	تحفزني على المشاركة في النقاشات العامة حول القضايا المهمة.
مرتفعة	4	0.64	2.43	49	255	316	توجيه الناس نحو الحلول الممكنة للقضايا المجتمعية.
مرتفعة	3	0.66	2.47	56	217	347	يرتبط البودكاست الصحفي بالواقع المعيش والقضايا المجتمعية.
مرتفعة	2	0.61	2.48	37	246	337	يقدم حلولاً مبتكرة وواقعية وفعالية للقضايا المجتمعية.
مرتفعة	1	0.61	2.49	38	238	344	يساعدني البودكاست في تكوين وجهة نظر موضوعية عن القضايا المجتمعية.
مرتفعة	1	0.64	2.42	البعد السلوكي			
مرتفعة		0.64	2.41	المتوسط والانحراف المعياري العام			

يتضح من بيانات الجدول السابق: أن المتوسطات الحسابية لإدراك المبحوثين للقضايا المجتمعية في ضوء التعرض البودكاست الصحفي تراوحت ما بين (2.54: 2.27)، حيث جاءت عبارة (أصبحت أكثر وعياً بالقضايا المجتمعية بعد سماعي لبرامج البودكاست) في الترتيب الأول، فيما جاءت عبارة (أصبحت أعلق على الموضوعات والقضايا المهمة) في الترتيب الأخير.

وعكس المتوسط الإجمالي والمقدر ب (2.41) وجود درجة إدراك إيجابية من قبل عموم العينة نحو القضايا المجتمعية في ضوء تعرضهم للبودكاست الصحفي ويمكن تفسير نتائج الجدول السابق في ضوء عدة نقاط:

أولاً- الدرجة الإجمالية لمقياس إدراك المبحوثين نحو القضايا المجتمعية قُدرت بنحو (2.41٪)، وهي بدرجة مرتفعة، وتعكس مستوى مرتفع نحو تقييم إدراك إيجابية من قبل عموم العينة نحو القضايا المجتمعية في ضوء تعرضهم للبودكاست الصحفي.

ثانياً- بملاحظة متوسطات أبعاد ومحاور إدراك المبحوثين نحو القضايا المجتمعية (البعد المعرفي، والبعد الوجداني، والبعد السلوكي) سنجد جميعها جاءت بدرجة مرتفعة، وجاءت نسبة الموافقة على العبارات الإيجابية فيه أكثر من السلبية.

ثالثاً- بنظرة سريعة على عبارات المقياس سنجد أن أكثر العبارات التي حصلت على درجة موافقة على مضمونها في خانة (موافق) هي عبارات إيجابية بالأساس، وتعكس النظرة الإيجابية وزيادة الوعي نحو القضايا المجتمعية، مثل عبارات: (أصبحت أكثر وعياً بالقضايا المجتمعية بعد سماعي لبرامج البودكاست)، و(تعزيز الشعور بالسعادة والإيجابية عند التفاعل مع القضايا المجتمعية، حتى لو بالرأي)، وهذه العبارات حظيت بدرجات موافقة كبيرة من قبل طلبة الجامعة عينة الدراسة.

وفي ضوء هذه الملاحظات السابقة يمكن القول بأن طلبة الجامعة أصبحوا أكثر وعياً وفهماً للقضايا المجتمعية المحيطة بهم، بعد سماعهم للبودكاست الصحفي، والتي تتناول هذه المشكلات والقضايا، ومعرفة آثارها الإيجابية والسلبية، كما أنهم يبحثون عن حلول لهذه القضايا والمشكلات.

كما يلاحظ مما سبق عرضه أن المعرفة هي أساس تكوين الإدراك والاتجاه، حيث تتشكل المعرفة من عدة مصادر، ومن ضمن هذه المصادر البودكاست؛ نظراً لانتشارها

على المواقع المختلفة، وأيضاً اختلاف طبيعة هذه البرامج عن البرامج الحوارية والمباشرة، فهناك اختلاف في التكوين وطريقة العمل والاعداد وغيرها؛ لذا أصبح الإقبال على البودكاست الصحفي أكثر لقصر المساحة الزمنية التي تقدم فيها، وأيضاً اعتمادها على المعلومة السريعة واستخدامها الأساليب المشوقة في عرض الموضوعات، والاعتماد في أحيان كثيرة على الحس الفكاهي والترفيهي، وأيضاً التركيز على أحداث تهم الجمهور وبالأخص طلبة الجامعة: مثل المشروعات الصغيرة والأفكار الريادية والإبداعية، وهذا يتوافق مع إدراك الشباب وأفكارهم؛ لذا يبنون سلوكهم من خلال الاتجاه الإيجابي والسلبي بناء على خبراته وما تم رصده من معلومات من خلال برامج البودكاست الصحفي.

نتائج اختبار فروض الدراسة الميدانية:

التحقق من الفرض الأول:

- توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين معدل تعرض طلبة الجامعة للبودكاست الصحفي وإدراكهم للقضايا المجتمعية.

جدول (18)

معاملات الارتباط بين معدل تعرض طلبة الجامعة للبودكاست الصحفي وإدراكهم للقضايا المجتمعية

إدراكهم للقضايا المجتمعية			المتغيرات
نوع الدلالة	مستوى الدلالة	قيمة ر	
دال إحصائياً	0.01	0.18**	معدل تعرض طلبة الجامعة للبودكاست الصحفي

يتبين من بيانات الجدول السابق:

تحقق الفرض، حيث ثبت وجود علاقة ارتباطية طردية ذات دلالة إحصائية بين معدل تعرض طلبة الجامعة للبودكاست الصحفي وإدراكهم للقضايا المجتمعية؛ بمعنى أنه كلما زاد معدل التعرض للبودكاست الصحفي، كلما زاد إدراك عينة الدراسة للقضايا المجتمعية.

وبذلك يتم قبول هذا الفرض بشكل كلي، ويمكن تفسيره بأن المعلومات التي يتم طرحها بهذه البرامج كافية لتشكيل إدراك الشباب، وتؤدي دوراً كبيراً في تنمية أفكارهم الخاصة بالقضايا المجتمعية، وتتناول معلومات خاصة بقضايا مجتمعية لها الأهمية في التناول والشرح والتفسير، ويرى الباحث أن نجاح البودكاست الصحفي يعتمد بشكل كبير في تناول الواقع الاجتماعي

وشرحه وتفسيره والاستدلال عليه من خلال المعلومات المؤكدة والأحداث الواقعية، وهذا ما يميز هذه برامج البودكاست الصحفي دون غيرها من البرامج الأخرى.

التحقق من الفرض الثاني:

- توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين معدل تعرض طلبية الجامعة للبودكاست الصحفي ودوافع متابعتهم له.

جدول (19)

معاملات الارتباط بين معدل تعرض طلبية الجامعة للبودكاست الصحفي ودوافع متابعتهم له

دوافع متابعتهم له			المتغيرات
نوع الدلالة	مستوى الدلالة	قيمة ر	
دال إحصائياً	0.01	0.23**	معدل تعرض طلبية الجامعة للبودكاست الصحفي

يتبين من بيانات الجدول السابق:

تحقق الفرض، حيث ثبت وجود علاقة ارتباطية طردية ذات دلالة إحصائية بين معدل تعرض طلبية الجامعة للبودكاست الصحفي ودوافع متابعتهم له، بمعنى أنه كلما زاد معدل التعرض للبودكاست الصحفي، كلما أدى إلى زيادة دوافع متابعتهم له.

وبذلك يتم قبول هذا الفرض بشكل كلي، ويمكن تفسيره بأن الدوافع ترتبط بكثافة التعرض والمتابعة، وأن الدوافع تختلف باختلاف المضمون الذي يتابعه المبحوث، فكلما تعددت الموضوعات التي يتعرف عليها، كلما اختلفت الدوافع التي يركز عليها المبحوث، فالدافع للترفيه يقلل من المتابعة أو كثافة التعرض، بينما البحث عن معلومة معينة يجعل المبحوث أكثر اهتماماً وتقصيلاً وبحثاً، وهنا يختلف الدافع بناء على درجة المتابعة، وتختلف الوظيفة من مجرد تعريف إلى تثقيف وتوجيه وتوير.

وتتفق هذه النتيجة مع نتيجة دراسة (أحمد بن عبد العزيز بن سويدان، 2024) (89) والتي أظهرت وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين معدل متابعة عينة الدراسة لبرامج البودكاست ودوافع متابعتهم للقضايا المختلفة ببرامج البودكاست.

التحقق من الفرض الثالث:

- توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين معدل تعرض طلبة الجامعة للبودكاست الصحفي ودرجة تفاعلهم معها.

جدول (20)

معاملات الارتباط بين معدل تعرض طلبة الجامعة للبودكاست الصحفي ودرجة التفاعل معها

درجة التفاعل معها			المتغيرات
نوع الدلالة	مستوى الدلالة	قيمة ر	
دال إحصائيا	0.01	0.35**	معدل تعرض طلبة الجامعة للبودكاست الصحفي

يتبين من بيانات الجدول السابق:

تحقق الفرض، حيث ثبت وجود علاقة ارتباطية طردية ذات دلالة إحصائية بين معدل تعرض طلبة الجامعة للبودكاست الصحفي ودرجة تفاعلهم معها، بمعنى أنه كلما زاد معدل تعرض طلبة الجامعة للبودكاست الصحفي، كلما زاد تفاعلهم معها.

ويمكن تفسير ذلك، بأن تعدد الساعات التي يجلس فيها المبحوث لمتابعة البودكاست الصحفي تخلق لديه الفضول بالمشاركة، أو الإعجاب، أو الاحتفاظ بالمحتوى الذي يتابعه؛ لذا فكيف لشخص لا يتابع أن يتفاعل خاصة عندما يتابعون محتوى معيناً بشكل دوري ومنظم، فهذا يجعلهم يميزون بين هذه الأنواع من المحتوى ويفضلون البعض منه ويبحثون عن حلقات مميزة أو مختلفة من هذا البرنامج، وهذا يجعلهم يتطلعون إلى المزيد ومتابعة أكثر من برنامج في وقت واحد والمقارنة والتفضيل بينهم.

التحقق من الفرض الرابع:

- توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين معدل تعرض طلبة الجامعة للبودكاست الصحفي ودرجة ثقتهم في المعلومات التي يقدمونها.

جدول (21)

معاملات الارتباط بين معدل تعرض طلبة الجامعة للبودكاست الصحفي

ودرجة ثقتهم في المعلومات التي يقدمونها

درجة ثقتهم في المعلومات التي يقدمونها			المتغيرات
نوع الدلالة	مستوى الدلالة	قيمة ر	
دال إحصائيا	0.01	0.24**	معدل تعرض طلبة الجامعة للبودكاست الصحفي

يتبين من بيانات الجدول السابق:

تحقق الفرض، حيث ثبت وجود علاقة ارتباطية طردية ذات دلالة إحصائية بين معدل تعرض طلبة الجامعة للبودكاست الصحفي ودرجة ثقتهم في المعلومات التي يقدمونها، بمعنى أنه كلما زاد معدل تعرض طلبة الجامعة للبودكاست الصحفي، كلما زادت درجة ثقتهم في المعلومات التي يقدمونها.

ويمكن تفسير ذلك، أنه كلما زاد اعتماد طلبة الجامعة على البودكاست الصحفي، كلما دل ذلك على ثقتهم في هذه البرامج؛ فالعلاقة طردية، فإذا لم يثق الشباب في هذه النوعية من البرامج فلماذا يتابعونها، ولهذا تزداد المتابعة مع وجود مزيد من الثقة فيما يتم تقديمه في هذا البرنامج، ويرى الباحث أن البودكاست الصحفي يسهم في رفع الوعي لدى طلبة الجامعة في بعض الموضوعات والقضايا، ويمكن استخدامها لزيادة الانتماء والحفاظ على الهوية الثقافية والهوية الوطنية للشباب الجامعي، أيضاً تعتبر وسيط بين الوسيلة والمتابعين من طلبة الجامعة، ويمكن من خلالها نشر العديد من الرسائل لترسيخ القيم والمفاهيم والحفاظ على ثقافة الشباب وانتمائهم.

التحقق من الفرض الخامس:

● توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين معدل تعرض طلبة الجامعة للبودكاست الصحفي ودرجة اعتمادهم عليه كمصدر للمعلومات والقضايا المجتمعية.

جدول (22)

معاملات الارتباط بين معدل تعرض طلبة الجامعة للبودكاست الصحفي ودرجة اعتمادهم عليه كمصدر للمعلومات والقضايا المجتمعية

درجة اعتمادهم عليه كمصدر للمعلومات والقضايا المجتمعية			المتغيرات
نوع الدلالة	مستوى الدلالة	قيمة ر	
دال إحصائياً	0.01	0.35**	معدل تعرض طلبة الجامعة للبودكاست الصحفي

يتضح من بيانات الجدول السابق:

تحقق الفرض، حيث ثبت وجود علاقة ارتباطية طردية ذات دلالة إحصائية بين معدل تعرض طلبة الجامعة للبودكاست الصحفي ودرجة اعتمادهم عليه كمصدر للمعلومات والقضايا المجتمعية، بمعنى أنه كلما زاد معدل تعرض طلبة الجامعة للبودكاست الصحفي، كلما زادت درجة اعتمادهم عليه كمصدر للمعلومات والقضايا المجتمعية.

ويمكن تفسير ذلك، بأن درجة اعتماد الشباب على البودكاست الصحفي يرتبط بدرجة اعتبارها مصدراً للمعلومات، فلن تعتمد عليها كمصدر للمعلومات إلا إذا لم تستقد منها أو تحقق درجة عالية من الإفادة، سواء على الجانب المعرفي أو الوجداني أو السلوكي؛ لذا يرى الباحث أن الاعتماد على هذه البرامج يعتمد على درجة الإشباع التي تحققها لدى المتابع، والتي تلبي احتياجاته المعرفية وتشكل سلوكياته التي تحدد مستقبله، وتبني دائرة معارفه؛ من خلال ما يتم تقديمه من معلومات وتفاصيل خاصة بقضايا مجتمعية مختلفة تهم هذا المبحوث. التحقق من الفرض السادس:

- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين طلبة الجامعة عينة الدراسة في مستوى تعرضهم للبودكاست الصحفي وفق متغيرات (النوع، محل الإقامة، الجامعة).
(أ) الفروق وفق النوع، محل الإقامة:

جدول (23)

دلالة الفروق بين طلبة الجامعة عينة الدراسة في مستوى تعرضهم للبودكاست الصحفي حسب المتغيرات الديموجرافية (النوع، محل الإقامة)

المتغيرات	ذكور		إناث		قيمة (ت)	نوع الدلالة	لصالح
	ع	م	ع	م			
مستوى تعرضهم للبودكاست الصحفي	2.09	0.59	2.10	0.60	0.307-	غير دال	-
	ريف		حضر		قيمة (ت)	نوع الدلالة	لصالح
	ع	م	ع	م			
	2.09	0.59	2.10	0.61	0.174-	غير دال	-

يتضح من بيانات الجدول السابق:

عدم وجود فروق دالة إحصائية بين طلبة الجامعة عينة الدراسة في مستوى تعرضهم للبودكاست الصحفي حسب المتغيرات الديموجرافية (النوع، محل الإقامة).

(ب) الفروق وفق الجامعة:

جدول (24)

تحليل التباين أحادي الاتجاه بين طلبة الجامعة عينة الدراسة في
مستوى تعرضهم للبودكاست الصحفي لديهم حسب متغير (الجامعة)

المتغيرات	مصدر التباين	مجموع المربعات	درجة الحرية	متوسط المربعات	ف	الدلالة
مستوى تعرضهم للبودكاست الصحفي	بين المجموعات	0.069	2	0.035	0.096	غير دال
	داخل المجموعات	223.731	617	0.363		

يتضح من بيانات الجدول السابق:

عدم وجود فروق دالة إحصائية بين طلبة الجامعة عينة الدراسة في مستوى تعرضهم للبودكاست الصحفي لديهم حسب متغير (الجامعة).

ويرى الباحث عدم وجود فروق دالة إحصائية بين طلبة الجامعة عينة الدراسة في مستوى تعرضهم للبودكاست الصحفي بالنسبة للنوع، ومحل الإقامة والجامعة، يرجع إلى انعدام الفوارق بين عينة الدراسة، وانتشار مواقع التواصل الاجتماعي وسهولة استخدامها بين طلبة الجامعة عموماً سواء في الريف أو الحضر، ذكوراً أم إناثاً، والتي تقدم بها البودكاست الصحفي المتنوعة.

التحقق من الفرض السابع:

- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين طلبة الجامعة عينة الدراسة في مستوى إدراكهم للقضايا المجتمعية وفق متغيرات (النوع، محل الإقامة، الجامعة).
- (أ) الفروق وفق النوع، محل الإقامة:

جدول (25)

دلالة الفروق بين طلبة الجامعة عينة الدراسة في مستوى إدراكهم للقضايا المجتمعية حسب المتغيرات الديموجرافية (النوع، محل الإقامة)

المتغيرات	ذكور		إناث		قيمة (ت)	نوع الدلالة	تصالح
	م	ع	م	ع			
مستوى إدراكهم للقضايا المجتمعية	43.95	8.61	43.96	7.99	0.047-	غير دال	-
	ريف		حضر		قيمة (ت)	نوع الدلالة	تصالح
	م	ع	م	ع			
	43.97	8.65	43.95	7.97	0.027	غير دال	-

يتضح من بيانات الجدول السابق:

عدم وجود فروق دالة إحصائية بين طلبة الجامعة عينة الدراسة في مستوى إدراكهم للقضايا المجتمعية حسب المتغيرات الديموجرافية (النوع، محل الإقامة).
(ب) الفروق وفق الجامعة:

جدول (26)

تحليل التباين أحادي الاتجاه بين طلبة الجامعة عينة الدراسة
في مستوى إدراكهم للقضايا المجتمعية لديهم حسب متغير (الجامعة)

المتغيرات	مصدر التباين	مجموع المربعات	درجة الحرية	متوسط المربعات	ف	الدلالة
مستوى إدراكهم للقضايا المجتمعية	بين المجموعات	22,457	2	11,228	0.162	غير دال
	داخل المجموعات	42722.898	617	69,243		

يتضح من بيانات الجدول السابق:

عدم وجود فروق دالة إحصائية بين طلبة الجامعة عينة الدراسة في مستوى إدراكهم للقضايا المجتمعية حسب متغير (الجامعة).

ويمكن تفسير ذلك، بأنه في ظل الغزو المعرفي والتقدم التكنولوجي والتغيير الجذري في وسائل الإعلام والتطورات التي لحقت كل المؤسسات المجتمعية والإعلامية منها والتعليمية، فلا فرق بين الذكور والإناث في مستوى الإدراك، فالجميع يتأثرون بنفس الدرجة وإن كانت البيئة تؤدي دوراً بسيطاً في اختلاف التوجهات من الريف مقارنة بالحضر؛ لأن هناك بعض الاهتمامات لدى الريف تختلف تماماً بالنسبة للحضر، خاصة فيما هو متعلق بمشروعات التنمية المستدامة أو بعض القضايا القومية، ويرى الباحث أن مصادر المعرفة والمعلومات واحدة، ولكن الفرق في طريقة الاعتماد والثقة التي يضعها المبحوث في الوسيلة أو طريقة تلقيه لهذه المعرفة وتشكيلها، كما يرى الباحث أن المكونات البيئية تختلف بناء على درجة الوعي والثقافة والتي تسهم في تشكيلها التشئة وأساليب هذه التشئة والمؤسسات التي تسهم في ترسيخ أسس التشئة السليمة لدى طلبة الجامعة.

وبالنسبة لعدم وجود فروق دالة إحصائية بين طلبة الجامعة عينة الدراسة، يمكن تفسير ذلك بأن طلبة الجامعة على درجة وعي وإدراك كبيرة نحو قضايا المجتمع، وب نفس المستوى العلمي والفكري والثقافي.

النتائج العامة للدراسة:

- إن نسبة (62.9%) من عينة الدراسة يتابعون البودكاست الصحفي (أحياناً) في الترتيب الأول، ثم من يتابعونها (دائماً) بنسبة (23.5%)، ثم (نادراً) بنسبة (13.6%).
- تصدرت مواقع التواصل الاجتماعي الوسائل التي تستخدمها طلبة الجامعة عينة الدراسة لمتابعة البودكاست الصحفي بالترتيب الأول بنسبة (64%)، ثم (المواقع الصحفية الإلكترونية) في الترتيب الثاني بنسبة (32.4%)، بينما في الترتيب الأخير (الإذاعة) بنسبة (12.4%).
- بالنسبة للكيفية التي تعرف المبحوثون على البودكاست الصحفي من خلالها تمثلت في (من خلال الفيديوهاات الرائجة لهم على موقع الفيس بوك) في الترتيب الأول بنسبة (54.2%)، ثم (اليوتيوب) في الترتيب الثاني بنسبة (42.4%)، بينما في الترتيب الأخير (الأسرة والأهل) بنسبة (5.2%).
- تصدرت عبارة (تقديم موضوعات مختلفة ومتطورة) قائمة أسباب ودوافع متابعة المبحوثين للبودكاست الصحفي في الترتيب الأول، فيما جاءت عبارة (للهروب من المشكلات التي أوجهها) في الترتيب الأخير.
- جاءت عبارة (يتميز المحتوى الرقمي في البودكاست بقربه من هموم وقضايا المواطن) على رأس عناصر الجذب للبودكاست الصحفي من وجهة نظر المبحوثين في الترتيب الأول، فيما جاءت عبارة (استخدامها موسيقي وتأثيرات سمعية محببة) في الترتيب الأخير.
- إن أهم المواقع الصحفية التي يتابع من خلالها المبحوثون القضايا المجتمعية تمثلت في (اليوم السابع) في الترتيب الأول بنسبة (52.4%)، ثم (المصري اليوم) في الترتيب الثاني بنسبة (40.2%)، بينما في الترتيب الأخير (الوطن) بنسبة (18.1%).
- إن نسبة (60.3%) من عينة الدراسة يعتمدون على البودكاست الصحفي كمصدر للمعلومات والقضايا المجتمعية بدرجة (متوسطة) في الترتيب الأول، ثم من يعتمدون عليها بدرجة (ضعيفة) بنسبة (28.4%)، ثم بدرجة (كبيرة) بنسبة (11.3%)..

● إن أكثر من نصف أفراد عينة الدراسة يثقون في البودكاست الصحفي كمصدر للمعلومات عن القضايا المجتمعية بدرجة (متوسطة) في الترتيب الأول نسبة (65.1%)، ثم من يثقون فيها بدرجة (كبيرة) بنسبة (21.5%)، ثم بدرجة (ضعيفة) بنسبة (13.4%).

● إن نسبة (49.4%) من عينة الدراسة يرون بأن للبودكاست الصحفي دوراً (بسيطاً) في عرض وتحليل القضايا المجتمعية، ثم من يرون بأن لها دوراً (كبيراً) بنسبة (42.1%)، وأخيراً من يرون بأن لها دوراً (ضعيفاً) بنسبة (8.5%).

● إن المتوسطات الحسابية لدرجة اهتمام البودكاست الصحفي بالقضايا المجتمعية من وجهة نظر المبحوثين تراوحت ما بين (3.84 : 3.46)، حيث جاءت (الأزمات الاقتصادية) في الترتيب الأول، فيما جاءت (مشكلات التعدي على الأراضي الزراعية) في الترتيب الأخير.

● إن نسبة (65%) من عينة الدراسة يتفاعلون (أحياناً) مع البودكاست الصحفي، ثم من يتفاعلون معها (نادراً) بنسبة (18.5%)، وأخيراً من يتفاعلون معها (دائماً) بنسبة (16.5%).

● إن نسبة (62.3%) من عينة الدراسة يرون أن البودكاست الصحفي يقوم بتشكيل إدراكهم نحو قضايا المجتمع بدرجة (كبيرة)، ثم من يرونها كافية بدرجة (متوسطة) بنسبة (37.7%).

● إن نسبة (41%) من عينة الدراسة يرون أن أسلوب تناول وعرض القضايا المجتمعية في البودكاست الصحفي (أسلوب تقريرى)، ثم من يرونه (أسلوباً نقدياً ساخراً) بنسبة (32.2%)، ثم (أسلوب تفسيري) بنسبة (14.3%)، ثم (أكثر من أسلوب) بنسبة (11.8%).

● إن متوسط درجات إدراك طلبة الجامعة عينة الدراسة للقضايا المجتمعية جاءت مرتفعة بنسبة (2.41%)، حيث تعكس مستوى إدراك عالٍ ومرتفع لدى عموم عينة الدراسة، حيث جاءت عبارة (أصبحت أكثر وعياً بالقضايا المجتمعية بعد سماعي لبرامج

البودكاست) في الترتيب الأول، فيما جاءت عبارة (أصبحت أعلق على الموضوعات والقضايا الهامة) في الترتيب الأخير.

● وجود علاقة ارتباطية طردية ذات دلالة إحصائية بين معدل تعرض طلبة الجامعة للبودكاست الصحفي وإدراكهم للقضايا المجتمعية؛ بمعنى أنه كلما زاد معدل التعرض للبودكاست الصحفي، كلما زاد إدراك عينة الدراسة للقضايا المجتمعية.

● وجود علاقة ارتباطية طردية ذات دلالة إحصائية بين معدل تعرض طلبة الجامعة للبودكاست الصحفي ودوافع متابعتهم له، بمعنى أنه كلما زاد معدل التعرض للبودكاست الصحفي، كلما أدى إلى زيادة دوافع متابعتهم له.

● وجود علاقة ارتباطية طردية ذات دلالة إحصائية بين معدل تعرض طلبة الجامعة للبودكاست الصحفي ودرجة تفاعلهم معها، بمعنى أنه كلما زاد معدل تعرض طلبة الجامعة البودكاست الصحفي، كلما زاد تفاعلهم معها.

● وجود علاقة ارتباطية طردية ذات دلالة إحصائية بين معدل تعرض طلبة الجامعة للبودكاست الصحفي ودرجة ثقتهم في المعلومات التي يقدمونها، بمعنى أنه كلما زاد معدل تعرض طلبة الجامعة البودكاست الصحفي، كلما زادت درجة ثقتهم في المعلومات التي يقدمونها.

● وجود علاقة ارتباطية طردية ذات دلالة إحصائية بين معدل تعرض طلبة الجامعة للبودكاست الصحفي ودرجة اعتمادهم عليها كمصدر للمعلومات والقضايا المجتمعية، بمعنى أنه كلما زاد معدل تعرض طلبة الجامعة للبودكاست الصحفي، كلما زادت درجة اعتمادهم عليها كمصدر للمعلومات والقضايا المجتمعية.

● عدم وجود فروق دالة إحصائية بين طلبة الجامعة عينة الدراسة في مستوى تعرضهم للبودكاست الصحفي حسب المتغيرات الديموجرافية (النوع، ومحل الإقامة، والجامعة).

● عدم وجود فروق دالة إحصائية بين طلبة الجامعة عينة الدراسة في مستوى إدراكهم للقضايا المجتمعية حسب المتغيرات الديموجرافية (النوع، ومحل الإقامة، والجامعة).

توصيات الدراسة:

- ضرورة زيادة التعمق في تناول الموضوعات التي تهم المجتمع ببرامج البودكاست، والتركيز على استضافة المسؤولين وقادة الرأي في المجتمع مع مقدمي البودكاست الصحفي.
- تسليط الضوء على المضامين المقدمة بالبودكاست الصحفي التي منها الإيجابي والسلبي.
- اهتمام المواقع الصحفية بمقدمي البودكاست الصحفي وتأهيلهم أكاديمياً وعلمياً.
- توظيف تقنية البودكاست الصحفي في مناقشة بعض القضايا التعليمية المهمة.
- حث المؤسسات الإعلامية والصحفية على الاهتمام بالبودكاست الصحفي، كمنصة إعلامية جديدة لها تأثيرها على الجمهور.
- ما تشيره الدراسة من بحوث مستقبلية:
 - إجراء المزيد من الدراسات حول دور البودكاست الصحفي في معالجة قضايا طلبة الجامعة بصفة خاصة.
 - إجراء المزيد من الدراسات حول تعرض طلبة الجامعة للبودكاست الصحفي والإشباع المتحققة منه.
 - إجراء المزيد من الدراسات حول رضا الجمهور عن البودكاست الصحفي.
 - إجراء المزيد من الدراسات المقارنة بين البودكاست العربية والأجنبية باعتبارها مجالاً جديداً يحتاج إلى المزيد من الدراسات.
 - إجراء المزيد من الدراسات حول تعرض طلبة الجامعة للبودكاست الصحفي وعلاقته بالهوية القومية والثقافية.
 - إجراء المزيد من الدراسات حول تعرض طلبة الجامعة للبودكاست الصحفي وعلاقته بالمرونة المعرفية.
 - إجراء المزيد من الدراسات حول دور مقدمي البودكاست الصحفي في نشر الوعي القانوني والسياسي لدى طلبة الجامعة.
 - إجراء المزيد من الدراسات التحليلية التي تتناول تحليل مضمون المحتوى الذي يقدم ببرامج البودكاست الصحفي.

مراجع الدراسة:

- 1- إيمان محمود محمد أحمد، أولويات القضايا التي تعكسها ملفات البودكاست على اليوتيوب YouTube دراسة تحليلية، **المجلة العلمية لبحوث الإذاعة والتلفزيون**، العدد التاسع والعشرون، الجزء الأول، يوليو- سبتمبر 2024، ص179.
- 2- حسن عمران حسن، مبسرة حمدي شاكر، الخصائص السيكونترية لمقياس الإدراك المعرفي لأطفال اضطراب طيف التوحد، **المجلة العلمية لكلية التربية، جامعة أسيوط**، المجلد40، العدد العاشر، أكتوبر، 2024، ص ص230-253.
- 3- مرفت عبد الحميد الصفتي، بناء وتقنين وحدة مقياس وحدة الإدراك لدى عينة من أعضاء هيئة التدريس بجامعة الأزهر، **مجلة الإرشاد النفسي**، المجلد82، العدد3، أبريل2025، ص ص619-682.
- 4- في بنت عبد الرحمن البسيمي، السرعة الإدراكية وعلاقتها بالقدرة على حل المشكلات لدى طلاب المرحلة الثانوية في محافظة عنيزة، **مجلة العلوم الإنسانية والطبيعية**، المجلد6، العدد5، 2025، ص ص259-284.
- 5- شاكر حميد رشيد، التوتر المترك وعلاقته بالكفاءة الذاتية الأكاديمية لدى طلبة الجامعة، **مجلة العلوم الإنسانية والطبيعية**، المجلد6، العدد6، 2025، ص ص270-286.
- 6-Mónika Andok, Podcast-The Remediation of Radio: A Media Theoretical Framework for Podcast Research, **Journalism and Media**, Volume 6, Issue 1,2025, pp1-14.
- 7-Kim Fox,et al, Advocacy and Activism in Sports Podcasts: Expanding Journalistic Roles, **Media and Communication**, Volume 13, Article,2025, pp1-18.
- 8-Viljami Vaarala, Podcasting the Truth: Challenging Journalistic Knowledge and Building Epistemic Authority in Independent YouTube Podcasts, **Media and Communication**, Volume 13,2025, pp1-19.
- 9- Sofia Theodosiadou, Podcasting and media literacy: a case study of preschool education students as media makers, **Media Practice and Education**, Volume 12,2025, pp1-15.
- 10- Juana Savall Ceres, et al, The podcast as an educational tool: faculty perceptions and challenges in two universities,**Cogent Education**, Volume 12, 2025, Issue 1, pp1-20.
- 11-Tim Groot Kormelin,et al, Anytime, anyplace? The Context-Dependency of News Podcast Use, **Journalism Studies**, Volume26, 2025 -Issue 8, pp962-979.
- 12-Vera Katzenberger et al, The Podcast Revolution? Exploring Journalistic Pioneers Beyond Legacy Media, **Journal. Media** 2025, 6, 20, pp1-15.
- 13- أحمد بن عبد العزيز، فاعلية البودكاست الإذاعي في بناء الوعي الثقافي لدى الشباب السعودي، **المجلة العربية لبحوث الإعلام والاتصال**، جامعة الأهرام الكندية، عدد45، 2025، ص ص101-147.
- 14- عبد الوهاب بوخنوقة وآخرون، البودكاست العماني: دراسة تحليلية لخصائص المحتوى، وآليات الإنتاج وتحديات الاستدامة، **مجلة البحوث والدراسات الإعلامية**، العدد31، 2025، ص ص9-50.
- 15- عمرو محمد محمود عبد الحميد، تفاعل الجمهور مع محتوى البودكاست بالمنصات الرقمية وانعكاسه على مستقبل الإذاعة بالمنطقة العربية، **دراسات، العلوم الإنسانية والاجتماعية**، المجلد52، العدد2، 2025، ص ص158-167.

- 16- وائل صلاح نجيب، تعرض القائم بالاتصال في إذاعة وقناة شمال الصعيد لبرامج البودكاست وعلاقته بتنمية مهارات الاتصال: دراسة حالة في إطار نظرية انتشار المستحدثات والمبتكرات، **مجلة البحوث في مجالات التربية النوعية، كلية التربية النوعية، جامعة المنيا، المجلد 11، العدد 56، 2025، ص ص 1117-1171.**
- 17- Ni Kadek Ananda Kumara Shinta, et al, Podcast-based Teaching Media through the Role-Playing Model to Improve Elementary School Students' Speaking Skills, **Journal Ilmiah Sekolah Dasar**, Volume 8, Number 2, 2024, pp.230-240.
- 18- Schutz, C.E, Citizen, news podcasts and engaging journalism the formation of a counter-public sphere, **Journal of Computer-Mediated Communication**, 19(2), 2024, pp294-307.
- 19-Matěj Skalický, Four Pillars of Building Trust in Czech News Podcasts, **Journal of Radio & Audio Media**, Published online: 11 Sep 2024.
- 20- أسماء سعيد حسين، اتجاهات أعضاء هيئة التدريس في تخصص المكتبات والمعلومات نحو استخدام تقنية البودكاست: دراسة ميدانية، **مجلة كلية الآداب، كلية الآداب، جامعة بنها، ع 61، 3، 2024، ص ص 1-36.**
- 21- أمال محمد سعدي عبد الرحمن، القيمة لإعلانات البودكاست واتجاهات الجمهور نحوها- دراسة ميدانية على عينة من الشباب الجامعي، **المجلة العلمية لبحوث العلاقات العامة والإعلان، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، العدد 29، الجزء الأول، 2024، ص ص 317-363.**
- 22- إيمان محمود أحمد، مرجع سابق، ص ص 177-219.
- 23- زياد تيسير إبراهيم، التأثيرات الاتصالية لدى الشباب الأردني لتفاعله مع التقنيات الرقمية الصوتية: البودكاست أنموذجاً، **المجلة العلمية لدراسات الإعلام الرقمي والرأي العام، كلية الإعلام، جامعة بني سويف، مج 1، ع 2، 2024، ص ص 256-281.**
- 24- عبد الله بن سعيد الأسفري، المتطلبات المهنية والتقنية لصناعة البودكاست لدى طلاب أقسام الإنتاج المرئي والمسموع في المملكة العربية السعودية- دراسة ميدانية، **المجلة الجزائرية لبحوث الإعلام والرأي العام، مج 7، ع 1، 2024، ص ص 193-217.**
- 25- نسمة عبد الله محمد مطاوع، عوامل تقبل الشباب لتقنية البودكاست: دراسة ميدانية في إطار نموذجي قبول التكنولوجيا 'TAM' والإستخدام والتأثيرات، **المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، مج 23، ع 4، 2024، ص ص 295-366.**
- 26- هبة محمد شفيق، مصداقية برامج البودكاست كمصدر للمعلومات والأخبار لدى الجمهور المصري- دراسة تحليلية وميدانية، **مجلة البحوث الإعلامية، كلية الإعلام، جامعة الأزهر، عدد 69، الجزء الثاني، 2024، ص ص 903-1030.**
- 27- ولاء إبراهيم عبد الحميد، توظيف تطبيقات البودكاست كمحتوى سمعي رقمي في إثراء المحتوى الوثائقي- دراسة تحليلية مقارنة بين محتوى البودكاست التابع لقنوات فضائية إخبارية، **المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، مج 23، ع 2، 2024، ص ص 505-574.**
- 28- Lewis Tennant, Podcasting and ethics: Independent podcast production in New Zealand, **Journal of Research into New Media Technologies**, Vol. 29(4), 2023, pp 854-870. ,
- 29- Abdel Fattah, Ahmad Taufik, Podcasts Impacts in Teaching Speaking Skills to Jordanian Efl Undergraduate Students, **International Journal of Education, Psychology and Counseling** 2023, pp.8-50.

- 30- Yoonmo Sang, et al, Media Use and Political Engagement: Cross-Cultural Approaches| News Podcast Use, Press Freedom, and Political Participation: A Cross-National Study of 38 Countries, **International Journal of Communication**, Vol. 17,2023, pp1-26.
- 31- Clay Martin, et al, Podcasting on Purpose: Exploring Motivations for Podcast Use among Young Adults, **International Journal of Listening**, v37 n1,2023, p39-48.
- 32- Elisa Shearer, et al, Podcasts as a Source of News and Information. **Pew Research Center**, April 2023, pp1-15.
- 33- إسماعيل محمد إبراهيم، دوافع استخدام الشباب الجامعي للمحتوى الرقمي عبر تقنية البودكاست وعلاقته بأنماط تعرضهم للراديو التقليدي، **مجلة البحوث والدراسات الإعلامية**، المعهد الدولي العالي للإعلام بالشروق، ع25، 2023، صص197-278.
- 34- إنجي لطفي عبد العزيز، استخدام صحافة البودكاست في غرف الأخبار بالمؤسسات الصحفية في ظل البيئة الرقمية، **المجلة المصرية لبحوث الإعلام**، ج2، ع84، 2023، صص141-181.
- 35- أمنية كلفاح، واقع صناعة المحتوى الإعلامي الرقمي عبر المدونات الصوتية: دراسة تحليلية لبودكاست (البعد الآخر) من العربية بودكاست، **المجلة الدولية للاتصال الاجتماعي**، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة عبد الحميد بن باديس مستغانم- الجزائر، مج10، ع4، 2023، صص183-203.
- 36- رؤيات حلمي، يوستينا يوسف، قضايا التنمية المستدامة في محتوى البودكاست على منصات التواصل الاجتماعي للفتوات الإخبارية- دراسة تحليلية، **مجلة جامعة مصر للدراسات الإنسانية**، مج3، عدد خاص2023، صص993-1023.
- 37- منى هاشم وأمنية أحمد عبد الرحمن، اتجاهات المواقع الإخبارية المصرية والعربية لاستخدام تقنية البودكاست وعلاقتها بتفضيلات الجمهور المصري، **المجلة المصرية لبحوث الاتصال الجماهيري**، كلية الإعلام، جامعة بني سويف، مج5، ع1، 2023، صص736-834.
- 38- منى هاشم وأمنية أحمد عبد الرحمن، اتجاهات المواقع الإخبارية المصرية والعربية لاستخدام تقنية البودكاست وعلاقتها بتفضيلات الجمهور المصري، **مرجع سابق**.
- 39- وداد هارون أحمد محمد، أهمية استخدام تقنية البودكاست في إثراء محتوى المواقع الإلكترونية للمؤسسات الإعلامية- دراسة تحليلية لعينة من البودكاست الإعلامي، **مجلة اتحاد الجامعات العربية لبحوث الإعلام وتكنولوجيا الاتصال**، جامعة القاهرة، جمعية كليات الإعلام العربية، عدد111، 2023، صص1-36.
- 40- ياسمين أحمد علي، أطر معالجة قضايا الشباب في بودكاست (مطب العشرين) في ضوء نظرية المسؤولية الاجتماعية، **المجلة المصرية لبحوث الإعلام**، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، عدد83، 2023، صص213-262.
- 41- ماجد بن فهد الشيباني، دوافع تعرض الجمهور السعودي لإذاعات الإنترنت (البودكاست) والإشباع المتحققة منه: دراسة مسحية لعينة من متابعي بودكاست (ثمانية) في المملكة العربية السعودية، **المجلة المصرية لبحوث الإعلام**، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، عدد79، 2022، صص433-466.
- 42- معز علي السريني، استخدام النخبة الإعلامية لتطبيقات البودكاست والإشباع المتحققة منها: دراسة ميدانية، **مجلة كلية الفنون والإعلام**، جامعة مصراته، عدد14، 2022، صص231-254.
- 43- مؤمن محمد سلامة، تحسين منصور، القضايا الإعلامية في البودكاست الأردني: برنامج (حرر) أنموذجاً، **رسالة ماجستير غير منشورة**، جامعة اليرموك، كلية الإعلام، 2022، صص1-67.

- 44- نهى بشير أحمد، فاعلية استخدام تقنية بث الوسائط (البودكاست) في التعليم على التحصيل الدراسي والاتجاه نحو المقرر لدى طلاب قسم المكتبات والمعلومات بكلية الآداب جامعة بنها في تدريس مقرر المواد السمعية والبصرية: دراسة تجريبية، **مجلة كلية الآداب والعلوم الإنسانية**، جامعة قناة السويس- كلية الآداب والعلوم الإنسانية، عدد43، 2022، ص ص271-330.
- 45- يارا ناصر صابر، استخدام الإعلاميين الأردنيين للبودكاست والإشباعات المتحققة منه، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة اليرموك، كلية الإعلام، 2022، ص ص1-119.
- 46- Kelsey Whipple, et al, Examining Podcast Listeners' Perceptions of the Journalistic Functions of Podcasts, **Electronic News**, Volume 17, Issue 1,2022, pp1-26.
- 47- Rebecca Coates Nee, Arthur D. Santana, Podcasting the pandemic: exploring storytelling formats and shifting journalistic norms in news podcasts related to the Coronavirus. **Journalism Practice**,2021 Vol 16,pp 1-19..
- 48- Quintino, Cleisyane Lopes ,Usos e significados do consumo de podcasts jornalísticos entre jovens estudantes da Universidade de Brasília, (**Mestrado em Comunicação**)-Universidade de Brasília, 2022
<https://repositorio.unb.br/handle/10482/43009>.
- 49- Zhen Wang ,Media Richness and Continuance Intention to Online Learning Platforms: The Mediating Role of Social Presence and the Moderating Role of Need for Cognition, **Frontiers in Psychology**, Volume 13 , 2022,p24.
- 50- Dennis, et al,. Media, tasks, and communication processes: A theory of media synchronicity. **MIS Quarterly**, 32(3),2008, 575–600.
- 51- عمرو محمد محمود عبد الحميد، مرجع سابق، ص162.
- 52- Daft;Lengel. Information richness a new approach to managerial behavior and organizational design. Research in organizational behavior (**Homewood, IL JAI Press**) 6,1986, 191–23
- 53- وهبة حسن مصطفى، الأدوار الاتصالية للمراهقين عبر مواقع التواصل الاجتماعي أثناء جائحة كورونا وعلاقتها بمستوى الفلق لديهم في إطار نظرية التراء الإعلامي، مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط: الجمعية المصرية للعلاقات العامة، العدد318، 2021.
- 54- Daft; Lengel., **op. Cit**.
- 55- Davison, R. M. Interactive or interruptive? Instant messaging at work and its consequences. **Information & Management**, 58(2)2021
- 56- وداد هارون أحمد، مرجع سابق، ص3.
- 57- Berry, Richard..Will the i Pod kill the radio star? **The international Journal of Research into New Media Technologies**.Vol 12, No2,2006, pp143- 162.
- 58- Linares, Dario, Neil Fox, and Richard Berry, eds. **Podcasting: New aural cultures and digital media**. Springer, 2018, p112.

- 59- Nee, Rebecca C. and Arthur D. Santana. "Podcasting the pandemic: exploring storytelling formats and shifting journalistic norms in news podcasts related to the coronavirus. **Journalism Practice** 16.8 2022,1-19 Available at :<https://arpcast.com>.
- 60- Kinkaid, Eden, Kelsey Emard, and Nari Senanayake, The podcast-as-method Critical reflections on using podcasts to produce geographic knowledge. *Geographical Fieldwork in the 21st Century*. **Routledge**, 2019. 78-91.
- 61- أحمد الصاعدي، فاعلية البودكاست في البرامج الحاسوبية لتنمية التحصيل الدراسي لدى طالب المرحلة الثانوية، *المجلة المصرية للدراسات المتخصصة*، جامعة عين شمس كلية التربية النوعية، ع 15، 2017، ص438.
- 62- ما هو فادك بودكاست وكيف تستفيد منه (2021) مسترجع من <https://fadic.net>
- 63- إسماعيل محمد إبراهيم، مرجع سابق، ص ص231-232.
- 64- Avelino Amoedo-Casais et al. Oferta y consumo de pódcast de los medios digitales, **Espejo de Monografías de Comunicación Social**. 2022, ISBN: 978-84-17600-60-0.
- 65- David O. Dowling, et al, Immersive audio storytelling Podcasting and serial documentary in the digital publishing industry. **Journal of radio & audio media**, 26.1, 2019, PP 167-184.
- 66- Mia Lindgren, \Personal narrative journalism and podcasting., **The radio journal-international studies in Broadcast & Audio Media**, 14.1 ,2016, PP3-41.
- 67- سميرة يعقوبي، البودكاست- متطلبات العمل وخصائص المحتوى، دراسة حالة بودكاست الجزيرة، *مركز الجزيرة للإعلام*، 2020، ص13..
- 68- إنجي لطفي، مرجع سابق، ص ص157-158.
- 69- وداد هارون أحمد، مرجع سابق، ص ص11-12.
- 70- العابد السيد علي، تأثير اليوتيوب من خلال برامج البودكاست على الطلبة الجامعيين، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة قاصدي مرباح، الجزائر، 2017.
- 71- وائل صلاح نجيب، مرجع سابق، ص1143.
- 72- إسماعيل محمد إبراهيم، مرجع سابق، ص234.
- 73- أحمد بن عبد العزيز بن سويدان، مرجع سابق، ص118.
- 74- وائل صلاح نجيب، مرجع سابق، ص1144.
- 75- Chou, et al, The Development of a Podcast Motivations Scale for Taiwan. **Journal of Radio Audio Media**,2022, pp 1-21.
- 76-Chan-Olmsted, S., & Wang, R,. Understanding podcast users: Consumption motives and behaviors. **New media motives and** (3),2022, 684-704.
- 77- Laor, T. Radio on demand: New habits of consuming radio content. **Global media and communication**, 18(1),2022, pp 25-48.
- 78- Clay Martin, et al, **op. Cit.**
- 79- Elisa Shearer, et al, **op. Cit.**

- 80- وائل صلاح نجيب، مرجع سابق، ص1145.
- 81- أحمد بن عبد العزيز بن سويدان، مرجع سابق، ص124.
- 81- منى هاشم وأمنية أحمد عبد الرحمن، مرجع سابق، ص790.
- 83- Kelsey Whipple, et al, **op. Cit.**
- 84- أمنية كلفاح، مرجع سابق، ص188.
- 85- إسماعيل محمد إبراهيم، مرجع سابق، ص246.
- 86- منال معيض، مرجع سابق، ص180.
- 87- إسماعيل محمد إبراهيم، مرجع سابق، ص257.
- 88- إيمان محمود محمد، مرجع سابق، ص200.
- 89- أحمد بن عبد العزيز بن سويدان، مرجع سابق، ص143.

References

- Ahmed, E. (2024), 'awlawiaat alqadaya alati taekisuha milafaat albudkast ealaa alyutyub YouTube dirasat tahliliati, almajalat aleilmiat libuhuth al'iidhaeat waltilifizyuni, 29(2).
- Hassan, H. (2024), alkhassayis alsaykumitriat limiqyas al'iidrak almaerifii li'atfal aidtirab tayf altawahudu, almajalat aleilmiat likuliyat altarbiati, jamieat 'Asyut, 10(1).230-253.
- Alsafti, M. (2025). binaa'an watiqnin wahdat miqyas wahdat al'iidrak ladaa eayinat min 'aeda' hayyat altadris bijamieat Al'azhar, majalat al'iirshad alnafsi, 3(4). 619-682.
- Albisimi, F. (2025). alsureat al'iidrakiat waealaqatuha bialqudrat ealaa hali almushkilat ladaa tulaab almarhalat althaanawiat fi muhafazat Unaizah, majalat aleulum al'iinsaniat waltabieati, 5(2). 259-284.
- Rashid, S. (2025), altawatur almudrik waealaqatuh bialkafa'at aldhaatiat al'akadimiat ladaa talabat aljamieati, majalat aleulum al'iinsaniat waltabieati, 6(2).
- 6-Mónika Andok, Podcast-The Remediation of Radio: A Media Theoretical Framework for Podcast Research, **Journalism and Media**, Volume 6, Issue 1,2025, pp1-14.
- 7-Kim Fox,et al, Advocacy and Activism in Sports Podcasts: Expanding Journalistic Roles, **Media and Communication**, Volume 13, Article,2025, pp1-18.
- 8-Viljami Vaarala, Podcasting the Truth: Challenging Journalistic Knowledge and Building Epistemic Authority in Independent YouTube Podcasts, **Media and Communication**, Volume 13,2025, pp1-19.
- 9- Sofia Theodosiadou, **Podcasting and media literacy: a case study of preschool education students as media makers**, Media Practice and Education, **Volume 12,2025, pp1-15.**
- 10-. Juana Savall Ceres, et al, The podcast as an educational tool: faculty perceptions and challenges in two universities,**Cogent Education**, Volume 12, 2025, Issue 1, pp1-20.
- 11-Tim Groot Kormelin,et al, Anytime, anyplace? The Context-Dependency of News Podcast Use, **Journalism Studies**, Volume26, 2025 -Issue 8, pp962-979.
- 12-Vera Katzenberger et al, The Podcast Revolution? Exploring Journalistic Pioneers Beyond Legacy Media, **Journal. Media** 2025, 6, 20, pp1-15.
- Abdul Aziz, A. (2025), faeiliat albudkast al'iidhaeii fi bina' alwaey althaqafii ladaa alshabab alsaeudii, almajalat allearabiati libuhuth al'ielam walaitisali, jamieat Al'ahram alkanadiati, 45(2).
- Boukhnouka, A. (2025), albudkast aleamani: dirasat tahliliat likhasayis almuhtawaa, waliaat al'iintaj watahadiyat alaistidamati, majalat albuuhuth waldirasat al'ielamiati, 31(2).
- Abdel Hamid, A. (2025), tafaaul aljumhur mae muhtawaa albudkast bialminasaat alraqamiat wainekasi ealaa mustaqbal al'iidhaeat bialmintaqat allearabiati, dirasati, aleulum al'iinsaniat walaijtimaeiati, 2(2). 158-167.
- Naguib, W. (2025), taerad alqayim bialaitisal fi 'iidhaeat waqanaat shamal alsaeid libaramij albudkast waealaqatih bitanmiat maharat alaitisali: dirasatan halatan fi 'iitar nazariat aintishar almustahdathat walmubtakarati, majalat albuuhuth fi majalat altarbiati alnaweaiati, kuliyat altarbiat alnaweaiati, jamieat Alminy, 56(2). 1117-1171.

17- Ni Kadek Ananda Kumara Shinta, et al, Podcast-based Teaching Media through the Role-Playing Model to Improve Elementary School Students' Speaking Skills, **Journal Ilmiah Sekolah Dasar**, Volume 8, Number 2, 2024, pp.230-240.

18- Schutz, C.E, Citizen, news podcasts and engaging journalism the formation of a counter-public sphere, **Journal of Computer-Mediated Communication**, 19(2), 2024, pp294-307.

19- Matěj Skalický, Four Pillars of Building Trust in Czech News Podcasts, **Journal of Radio & Audio Media**, Published online: 11 Sep 2024.

- Hussein, A. (2024), aitjahat 'aeda' hayyat altadris fi takhasus almaktabat walmaelumat nahw aistikhdam tiqniat albudkasti: dirasat maydaniatun, majalat kuliyat aladab, kuliyat aladab, jamieat Banha, 61(2).

- Abdul Rahman, A. (2024), alqimat li'ielanat albudkast waitijahat aljumphur nahwaha- dirasat maydaniat ealaa cayinat min alshabab aljamieii, almajalat aleilmiat libuhuth alealaqat aleamat wal'ielani, jamieat Alqahira, kuliyat al'ielami, 29(3). 317-363.

- Ibrahim, Z. (2024). altaathirat alaitisaliat ladaa alshabab al'urduniyi litafaeulih mae altiqliaat alraqamiat alsawtiati: albudkast anmwdhjan, almajalat aleilmiat lidirasat al'ielam alraqmii walraay aleami, kuliyat al'ielami, jamieat Bani Suayf, 2(2). 256-281.

- Al'asfari, A. (2024). almutatalabat almahariat waltaqniat lisinaeat albudkast ladaa tulaab 'aqsam al'iintaj almaryiyi walmasmue fi almamlakat alarabiati alsaeudiati- dirasat maydaniati, almajalat Aljazayiriati libuhuth al'ielam walraay aleama, 1(3). 193-217.

- Mutawiea, N. (2024). eawamil taqbil alshabab litiqliat albudkasti: dirasatan maydaniatan fi 'iitar namudhajay qabul altiknuluja 'TAM" wal'iistikhdam waltaathirati, almajalat Almisriati libuhuth alraay aleama, 4(2).

- Shafiq, H. (2024). misdaqiat baramij albudkast kamasdar lilmaelumat wal'akhbar ladaa aljumphur almisrii- dirasat tahliliati wamaydaniatun, majalat albuhihuth al'ielamiati, kuliyat al'ielami, jamieat Al'azhar, 69(3). 903-1030.

- Abdel Hamid, W. (2024), tawzif tatbiqat albudkast kamuhtawaa sameiin raqamiin fi 'iithra' almuhtawaa alwathayiqi- dirasat tahliliatan muqaranatan bayn muhtawaa albudkast altaabie liqanawat fadayiyat 'iikhbariati, almajalat almisriati libuhuth alraay aleami, jamieat Alqahira, kuliyat al'ielami, 2(3). 505-574.

28- Lewis Tennant, Podcasting and ethics: Independent podcast production in New Zealand, **Journal of Research into New Media Technologies**, Vol. 29(4), 2023, pp 854–870. ,

29- Abdel Fattah, Ahmad Taufik, Podcasts Impacts in Teaching Speaking Skills to Jordanian Efl Undergraduate Students, **International Journal of Education, Psychology and Counseling** 2023, pp.8-50.

30- Yoonmo Sang, et al, Media Use and Political Engagement: Cross-Cultural Approaches| News Podcast Use, Press Freedom, and Political Participation: A Cross-National Study of 38 Countries, **International Journal of Communication**, Vol. 17, 2023, pp1-26.

31- Clay Martin, et al, Podcasting on Purpose: Exploring Motivations for Podcast Use among Young Adults, **International Journal of Listening**, v37 n1, 2023, p39-48.

32- Elisa Shearer, et al, Podcasts as a Source of News and Information. **Pew Research Center**, April 2023, pp1-15.

- Ibrahim, I. (2023). dawafie aistikhdam alshabab aljamieii lilmuhtawaa alraqmii eabr tiqniat albudkast waealaqatih bi'anmat taearudihim lilraadyu altaqlidi, majalat albuqhuth waldirasat al'ielamiati, almaehad aldawalii aleali lil'ielam bi Alshuruq, 25(3). 197-278.

- Abdel Aziz, E. (2023). aistikhdam sahafat albudkast fi ghuraf al'akhbar bialmuasasat alsuhufiat fi zili albiyat alraqamiati, almajalat almisriat libuhuth al'ielami, 84(2). 141-181.

- Kalfah, O. (2023), waqie sinaeat almuhtawaa al'ielamii alraqmii eabr almuhtawanaat alsawtiati: dirasat tahliliat libudkast (albued alakhar) min alarabiati budkasti, almajalat alduwliat lilaitisal alaijtimaeii, kuliyaat aleulum al'iinsaniat walaijtimaeiati, jamieat eabd alhamid bin Badis Mustaghanim- Aljazayar, 4(1).183-203.

- Helmy, R. (2023), qadaya altanmiat almustadamat fi muhtawaa albudkast ealaa minasatat altawasul alaijtimaeii lilqanawat al'ikhbariati- dirasat tahliliati, majalat jamieat Misr lildirasat al'iinsaniati, 3(1). sa993-1023.

- Hashim, M. (2023), aitiqahat almawaqie al'ikhbariat almisriat walearabiati liaistikhdam tiqniat albudkast waealaqatiha bitafdilal aljumuhr almisrii, almajalat almisriat libuhuth alaitisal aljamahirii, kuliyaat al'ielami, jamieat Bani Suayf, 1(3). 736-834.

- Muhamad, W. (2023). 'ahamiyat aistikhdam tiqniat albudkast fi 'iithra' muhtawaa almawaqie al'iiliktruniat lilmuhtawaa al'ielamiati- dirasatan tahliliatan laeayinatan min albudkast al'ielami, majalat aitiqahat aljamieat alarabiati libuhuth al'ielam watiknuluja alaitisali, jamieat Alqahirati, kuliyaat al'ielam alarabiati, 111(4).

- Ali, Y. (2023), 'atur muealajat qadaya alshabab fi budkast (matab aleishrin) fi daw' nazariat almaswuwliat alaijtimaeiati, almajalat almisriat libuhuth al'ielami, kuliyaat al'ielami, jamieat Alqahira, 83(2). 213-262.

- Alshiybani, M. (2022). dawafie taearud aljumuhr alsaeudii li'iidhaeat al'iintirmit (albudkasti) wal'iishbaeat almutahaqiqat minhu: dirasat mushiat lieayinat min mutabiei budkast (thmania) fi almamlakat alarabiati alsaeudiati, almajalat almisriat libuhuth al'ielami, kuliyaat al'ielami, jamieat Alqahira, 79(2). 433-466.

- Alsarinii, M. (2022). astikhdam alnukhbat al'ielamiati litatbiqat albudkast wal'iishbaeat almutahaqiqat minha: dirasat maydaniatin, majalat kuliyaat alfunun wal'ielami, jamieat Misratihi, 14(2). 231-254.

- Salama, M. (2022), alqadaya al'ielamiati fi albudkast al'urduniy: barnamaj (harra) anmwdhjan, risalat majistir ghayr manshuratin, jamieat Alyarmuk, kuliyaat al'ielami, 1-67.

- Ahmed, N. (2022). faeciliat aistikhdam tiqniat bathi alwasayit (albudkasti) fi altaelim ealaa altahsil aldirasii walaitijah nahw almuqarar ladaa tulaab qism almaktabat walmaelumat bikuliyaat aladab jamieat binha fi tadrir muqarar almawadi alsameiat walbasariati: dirasat tajribiatun, majalat kuliyaat aladab waleulum al'iinsaniati, jamieat Kanat alsuways- kuliyaat aladab waleulum al'iinsaniati, 43(2). 271-330.

- Sabir, Y. (2022). astikhdam al'ielamiiyn al'urduniyayn libudkast wal'iishbaeat almutahaqiqat minhu, risalat majistir ghayr manshuratin, jamieat Alyarmuk, kuliyaat al'ielami, 1-119.

- 46- Kelsey Whipple, et al, Examining Podcast Listeners' Perceptions of the Journalistic Functions of Podcasts, **Electronic News**, Volume 17, Issue 1,2022, pp1-26.
- 47- Rebecca Coates Nee, Arthur D. Santana, Podcasting the pandemic: exploring storytelling formats and shifting journalistic norms in news podcasts related to the Coronavirus. **Journalism Practice**,2021 Vol 16,pp 1-19..
- 48- Quintino, Cleisyane Lopes ,Usos e significados do consumo de podcasts jornalísticos entre jovens estudantes da Universidade de Brasília, (**Mestrado em Comunicação**)-Universidade de Brasília, 2022
<https://repositorio.unb.br/handle/10482/43009>.
- 49- Zhen Wang ,Media Richness and Continuance Intention to Online Learning Platforms: The Mediating Role of Social Presence and the Moderating Role of Need for Cognition, **Frontiers in Psychology**, Volume 13 , 2022,p24.
- 50- Dennis, et al, Media, tasks, and communication processes: A theory of media synchronicity. **MIS Quarterly**, 32(3),2008, 575–600.
- 52- Daft;Lengel. Information richness a new approach to managerial behavior and organizational design. Research in organizational behavior (**Homewood, IL JAI Press**) 6,1986, 191–23
- Mustafaa, W. (2021). al'adwar alaitisaliat lilmurahiqin eabr mawaqie altawasul alaijtimaeii 'athna' jayihat kuruna waealaqatiha bimustawaa alfalaq ladayhim fi 'iitar nazariat altara' al'ielami, majalat buhuth alealaqat aleamat Alsharq Al'awsat: aljameiat almisriat lilealaqat aleamati, 318(3).
- 55- Davison, R. M. Interactive or interruptive? Instant messaging at work and its consequences. **Information & Management**, 58(2)2021
- 57- Berry, Richard..Will the i Pod kill the radio star? **The international Journal of Research into New Media Technologies**.Vol 12, No2,2006, pp143- 162.
- 58- Linares, Dario, Neil Fox, and Richard Berry, eds. **Podcasting: New aural cultures and digital media**. Springer, 2018, p112.
- 59- Nee, Rebecca C. and Arthur D. Santana. "Podcasting the pandemic: exploring storytelling formats and shifting journalistic norms in news podcasts related to the coronavirus. **Journalism Practice** 16.8 2022,1-19 Available at <https://arpodcast.com>.
- 60- Kinkaid, Eden, Kelsey Emard, and Nari Senanayake, The podcast-as-method Critical reflections on using podcasts to produce geographic knowledge. Geographical Fieldwork in the 21st Century. **Routledge**, 2019. 78-91.
- Al-Saedi, A. (2017), faeciat albudkast fi albaramij alhasubiat litanmiat altahsil aldirasii ladaa talib almarhalat althaanawiati, almajalat almisriat lildirasat almutakhasisati, jamieat Ain shams kuliyyat altarbiat alnaweiyati, 15(4).
- 64- Avelino Amoedo-Casaset al. Oferta y consumo de pódcast de los medios digitales, **Espejo de Monografías de Comunicación Socialiones**. 2022, ISBN: 978-84-17600-60-0.(

- 65- David O. Dowling, et al, Immersive audio storytelling Podcasting and serial documentary in the digital publishing industry. **Journal of radio & audio media**, 26.1, 2019, PP 167-184.
- 66- Mia Lindgren, \Personal narrative journalism and podcasting., **The radio journal–international studies in Broadcast & Audio Media**, 14.1 ,22016, PP3-41.
- Al-Yaqoubi, S. (2020), albudkasti- mutatalabat aleamal wakhasayis almuhtawaa, dirasat halat budkast aljazaratu, markaz Aljazirat lil'ielami.
- Ali, A. (2017), tathir alyutyub min khilal baramij albudkast ealaa altalabat aljamieiiyn, risalat majistir ghayr manshurtin, kuliyyat aleulum al'iinsaniat walaijtimaeiati, jamieat Kasdi Merbah, Aljazayar.
- 75- Chou, et al, The Development of a Podcast Motivations Scale for Taiwan. **Journal of Radio Audio Media**,2022, pp 1-21.
- 76-Chan-Olmsted, S., & Wang, R,. Understanding podcast users: Consumption motives and behaviors. **New media motives and** (3),2022, 684-704.
- 77- Laor, T. Radio on demand: New habits of consuming radio content. **Global media and communication**, 18(1),2022, pp 25-48.

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

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: Assistant professor 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

Correspondences

- Al-Azhar University- Faculty of Mass Communication.

- Telephone Number: 0225108256

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

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

● Issue 76 October 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.