

أهمية استخدام تقنية البودكاست في إثراء محتوى المواقع الإلكترونية للمؤسسات الإعلامية

دراسة تحليلية لعينة من البودكاست الإعلامي

د. وداد هارون أحمد محمد أرباب*

المخلص:

هدفت الدراسة الى 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 إستمارة تحليل المحتوى للعينة المكونة من (52) مفردة ممثلة للمجتمع البحثي المكون من عدد أربعة بودكاست إعلامي شمل: (بودكاست حوارات الخليج)، (بودكاست بي بي سي عربية)، (العربية بودكاست)، (بودكاست البيان).

واظهرت نتائج الدراسة مدى اهتمام مواقع المؤسسات الإعلامية المدروسة 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 تم تناولها هي (الثقافة والأدب والفنون) في المرتبة الأولى بنسبة (23%). وأن الأحاديث والحوارات الإعلامية حصلت على نسبة (31%) كأبرز القوالب الاتصالية المستخدمة. وأشارت النتائج أن البودكاست الإعلامي حصل على المرتبة الأولى وبنسبة (21%) تلاه البودكاست الاجتماعي والبودكاست الثقافي وبنسبة مشتركة بلغت (19%)، وأن التغطية المحلية لموضوعات البودكاست حققت نسبة مرتفعة بلغت (54%)، فيما حققت الأهداف الإعلامية لموضوعات البودكاست على نسبة عالية بلغت (27%). وأشارت النتائج الى أن البودكاست المدروس اعتمد على التفاعل مع جمهوره بنسبة كبيرة على مواقع التواصل الاجتماعي بلغت (31%). ولقد حصلت خدمة (تحديد الفترة الزمنية وتوقيت البودكاست) على نسبة (35%). وبينت النتائج مدى استفادة البودكاست عينة الدراسة من تطبيقات الوسائط المتعددة والمتاحة عبر صفحاته، والتي جاءت كالتالي: (الصوت مقرونا بالموسيقى والمؤثرات والنص) بنسبة (100%)، (توظيف الصور كخلفية للبودكاست) على نسبة بلغت (54%)، (الرسوم كادوات تشغيل وتنقل) بنسبة (37%)، (يستخدم النص كعنوان للبودكاست) على نسبة (56%).

الكلمات المفتاحية: تقنية البودكاست، البودكاست الإعلامي، المواقع الإعلامية، المؤسسات الإعلامية

* الأستاذ المساعد بكلية الاتصال – الجامعة القاسمية – لشارقة

The Importance of Using Podcast Technology in Enriching Content of Websites of Media Organisations (An analytical study of a sample of media podcasts)

Abstract

This study aims to highlight the importance of podcast technology in enriching content of websites of media organisations. This study is a descriptive study in which the researcher used the content analysis method as a research tool to collect data by employing a content analysis form for a sample consisting of 52 categories representing the study population comprising four media podcasts including (Gulf Dialogues Podcast), (BBC Arabic Podcast), (Al Arabiya podcast) and (Al Bayan podcast). The study results have shown to what extent the websites of the studied media organisations in using podcast as a new technical medium specializing in spreading media content through podcast. The study has indicated that the volume of topics which were treated amounting to (25%) for each site. Among the most important issues which were tackled are (culture, literature and arts) which came first with 23%. The media conversations and dialogues got (31%) as the most prominent communicative templates used. The results have indicated that the media podcast has come first with 21% followed by cultural and social podcasts with a joint percentage of 19%. The local coverage of the podcast topics have achieved a high percentage of 54%, while the media objectives of the podcast topics have achieved a high percentage of 27%. The results have also demonstrated that the studied podcasts relied on interaction with the public on social media sites got a big percentage with 31%. The service (determining the time framework and timing of podcast) got 35%. The results have shown to what extent the study sample podcast has benefited from the various multimedia applications available through its pages, which have come as follows: (sound coupled with music, effects and text) with 100%, (employing images as background for podcasts) with 54%, (drawings as operation and surfing tools) with 37% and (using text as a podcast title) with 56%.

Key words: podcast technology, Podcast media, media sites, media organisations.

المقدمة:

شهدت المجتمعات الإنسانية المعاصرة تطورات متسارعة في الجوانب التكنولوجية والعلمية والإقتصادية وكافة الجوانب الحياتية، ولاسيما التطورات الهائلة في تقنيات الاتصال ووسائل الإعلام المختلفة. ويعتبر الإنترنت من أحدث التقنيات الاتصالية التي استطاعت أن تحدث طفرة كبيرة في المفاهيم المكانية والزمانية لوسائل الاتصال وتطبيقاتها المختلفة (1). ولقد ساهم ذلك في تطور وازدياد الوسائط الرقمية والاستفادة منها كتقنيات حديثة يمكن الاستفادة من مزاياها المتعددة وتوظيفها في خدمة مجالات الإعلام الرقمي المختلفة. وتُعد تقنية البودكاست من أبرز الوسائل الرقمية الجديدة التي استطاعت أن تحقق تفاعل بين أوساط الجمهور المستخدم.

ولقد بدأ الاهتمام بتقنية البودكاست في المؤسسات الإعلامية وعلى تعدد أشكالها وأنواعها كتقنية جديدة أثبتت فاعليتها في تحسين المضامين الإعلامية والإلكترونية خلال استخدام تطبيقات الوسائط المتعددة المتمثلة في الملفات الصوتية والمرئية والنصوص الصوتية والتي تزيد من جاذبية وثراء المحتوى الإعلامي وتعزيز العملية الاتصالية بين جمهور المواقع الإعلامية وطبيعة المضمون الذي يقدم عبر البودكاست الإعلامي المنشور عبر صفحاتها.

وتميزت منصات البودكاست بتقديم محتوى صوتي متعدد الخصائص والمزايا الإعلامية، كما يهتم بتغطية مجالات مختلفة على سبيل المثال المجالات الثقافية والاجتماعية والدينية والوثائقية والإقتصادية وغيرها.

ولقد شهد البودكاست الإعلامي تطوراً كبيراً في عالم الإعلام الرقمي وذلك من خلال تقديم محتوى متنوع يُلبّي احتياجات الجمهور، وإمكانية الاستماع الى هذه المادة في الوقت المناسب، وتتيح هذه التقنية للجمهور الاستماع الفردي المتحرر عبر الهواتف النقالة واختيار مايرغب متابعته من المضامين الإعلامية. وقد لجأت المنصات الإعلامية المعروفة ووسائل الإعلام والصحافة وشركات الإنتاج الإعلامي والترويجي وبمختلف مجالاتها وخاصة في السنوات الخمس الأخيرة الى إنشاء بودكاست خاص بها عبر مواقعها الإلكترونية، وهذا الأمر أدى الى زيادة عدد جمهورها من كل الفئات العمرية (2).

ومن هذا المنطلق جاءت الدراسة الحالية لتسلط الضوء على مدى اهتمام المؤسسات الإعلامية وفي إطار التحول الرقمي المتسارع حيث استطاعت أن تحتضن عبر مواقعها الصحفية مثل هذه النوعية التقنيات الاتصالية الجديدة. وبالتالي جاء موضوع الدراسة لبيحث عن أهمية استخدام تقنية البودكاست في إثراء محتوى المواقع الإلكترونية للمؤسسات الإعلامية ، ومن خلال تحليل عينة من البودكاست المشور عبر بعض المواقع الإعلامية و التي تم اختيار أربعة منها كعينة للدراسة شملت: (بودكاست حوارات الخليج) ، (بودكاست بي بي سي عربية)، (العربية بودكاست)، (بودكاست البيان).

مشكلة الدراسة:

البودكاست تقنية رقمية جديدة تسمح للمستخدم بالحصول على برامج وموضوعات إعلامية مسموعة او مرئية وتبث عبر شبكة الإنترنت وهذه البرامج الإعلامية يستطيع المستخدم عندئذ أن يسمعها أو يشاهدها والبودكاستينغ كتقنية رقمية صوتية أصبحت حالياً أحد أبرز وسائل الإعلام الإلكتروني استخداماً ومتابعة من زوار هذه المواقع.(3) ومن أبرز مزايا تقنية البودكاست إمكانية توفره للفرد العادي الذي يستطيع أن ينشأ بودكاست خاص به ويستطيع أن يقدم المحتوى الي يرغب فيه، وهذا اصبح يشكل تحدياً كبيراً من حيث نوعية المضامين ومدى الإلتزام المهني والأخلاقي كما هو متاح في العديد من الوسائل الإعلامية. ولقد انتبعت المؤسسات الإعلامية الى أهمية هذه التقنية مؤخراً وما تتميز به من السرعة وصول المحتوى وانتشاره وسهولة استخدامه وتواله أدى الى اهتمام المؤسسات الإعلامية بتقنية البودكاست كوسيلة رقمية جديدة وسارعت في انشاء صفحات متخصصة عبر مواقعها لبوكاست يتبع لهذه المؤسسات ويحمل مضامين تعبر عنها وتحت مسمى محدد، واستطاعت أن تقدم من خلاله موضوعات ثقافية وأدبية وصحية وفنية وخدمات إعلامية متعددة. ومن هذا المنطلق انبثقت فكرة الدراسة لدى الباحثة في المحاولة لتسليط الضوء على ماهية البودكاست الإعلامي؟ والأهداف التي يسعى لتحقيقها؟ ونوعية المحتوى الذي يقدم وغيره؟ وتبلورت مشكلة الدراسة في سؤال رئيس يتمحور في: **كيف استطاعت مواقع المؤسسات الإعلامية أن توظف تقنية البودكاست عبر صفحاتها الإلكترونية ومدى فاعليتها في إثراء محتواها الإعلامي.**

الأهمية:

تتلخص أهمية الدراسة الحالية في الآتي:

الإهمية النظرية:

- تتضح أهمية هذه الدراسة من خلال اختيارها لموضوع يتعلق بتقنية البودكاست الإعلامي وكأحدث التقنيات الاتصالية في مجال الإعلام الرقمي وتوظيفها كعنصر داعم للمضامين الإعلامية في المواقع الإعلامية والصحفية.
- تساهم هذه الدراسة في ارتياد آفاق جديدة في مجال تكنولوجيا الاتصال والإعلام الرقمي.
- نسبة لجدة وحادثة هذه الدراسة وندرة الدراسات الاعلامية العربية والأجنبية التي عالجت هذا الموضوع أدت الى تفرد هذه الدراسة ويمكن أن تمثل خطة استرشادية للباحثين والإعلاميين في التوسع ومعالجة هذه التقنية الجديدة.

الأهمية التطبيقية:

- تستطيع المواقع الإعلامية أن تحقق فكرة الإندماجية وتكاملية الوسائط من خلال محتوى البودكاست المنشور عبر صفحات هذه المواقع وبالتالي يصبح توظيف الصوت الرقمي في دعم محتوى الموقع الصحفي أمراً واقعاً ويسهل استخدامه عبر الشبكة بعد أن كان نادراً جداً أن يوظف في هذه المواقع، وأن تتم الاستفادة من إمكاناته التقنية في هذه المواقع.
- فتح مجالات مهنية جديدة للإعلاميين والمتخصصين وطلبة كليات الإعلام في أن تتاح لهم مساحة للنشر المحتوى الصوتي المسموع الذي كان محصوراً على القنوات الإذاعية وأن يقدم عبر قوالب رقمية جديدة ونشره عبر منصات اجتماعية وإعلامية متعددة.

الأهداف:

1. الوقوف على حجم مضامين البودكاست الإعلامي التي تم تناولها من خلال المواقع الإعلامية موضوع الدراسة.
2. التعرف على القضايا والموضوعات التي تم معالجتها عبر البودكاست الإعلامي المنشور عبر المواقع الإعلامية المدروسة.
3. تسليط الضوء على الفنون الصحفية والإعلامية التي تم استخدامها في البودكاست الإعلامي المنشور عبر المواقع الإعلامية موضوع الدراسة.
4. التعرف على نوعية الأهداف الإعلامية التي وظفتها المواقع الإعلامية المدروسة في محتوى البودكاست الإعلامي المنشور عبر صفحاتها الإلكترونية.
5. التعرف على نوعية المصادر الإعلامية التي اعتمدت عليها المواقع الإعلامية المدروسة في أعداد محتوى البودكاست المنشور عبر صفحاتها الإلكترونية.
6. الوقوف على أهم المجالات التي تم تغطيتها من خلال محتوى البودكاست الإعلامي بالمواقع الإعلامية المدروسة.
7. التعرف على المعايير والقيم الإعلامية التي تم اعتمدها عليها المواقع الإعلامية المدروسة في أعداد المحتوى البودكاست الإعلامي المنشور عبر صفحاتها.
8. إبراز نوعية الأدوات التفاعلية والخدمات الاتصالية التي وظفتها المواقع الإعلامية المدروسة في البودكاست الإعلامي المنشور عبر صفحاتها.
9. التعرف على نوعية اللغات متعددة ومتنوعة في طرح محتوى البودكاست الإعلامي المنشور عبر المواقع الإعلامية موضوع الدراسة.
10. التعرف على الاتجاهات الإعلامية للموضوعات والقضايا المنشور في البودكاست الإعلامي بالمواقع الإعلامية موضوع الدراسة.
11. الوقوف على أهم المميزات والخصائص الإعلامية التي توفرت في محتوى البودكاست الإعلامي المنشور عبر المواقع الإعلامية.

12. إبراز عناصر الوسائط المتعددة المضمنة عبر محتوى البودكاست الإعلامي المنشور عبر المواقع الإعلامية موضوع البحث.

الدراسات السابقة:

دراسة مؤمن الخوادة، (2022)، (4) بعنوان، القضايا الإعلامية في البودكاست الأردني: برنامج حرر إنموذجاً، تتبلور أهمية هذه الدراسة في تناولها لموضوع يتسم بالحدائثة والندرة، وتهدف في إطارها العام الى معالجة المضامين والموضوعات التي يتم تناولها من خلال بودكاست حرر، وتحليل الاستمالات والأطر الإعلامية المستخدمة والمصادر التي يتم استخدامها. ولقد استخدمت هذه الدراسة المنهج الوصفي التحليلي عبر استخدام أداة تحليل المضمون والتي تم تصميم استمارة تحليل مضمون مكونة من ثماني فئات رئيسية، وعيّنته بحثية اشتملت على (10) حلقات من بودكاست حرر تم اختيارها وفقاً لطريقة المسح الشامل. ومن أبرز نتائج هذه الدراسة: ان بودكاست حرر اعتمد في إطاره العام على معالجة القضايا الإعلامية، واعتمد على المعالجة التحليلية بنسبة بلغت (80%) تلتها في المركز الثاني المعالجة التقريرية، واستخدمت البودكاست موضوع الدراسة قالب الحوار بنسبة كبيرة، واعتمد على الشخصيات التي لها صلة بالموضوع كمصدر للمعلومات بنسبة (100%). وأوصت الدراسة بأن يتم توجيه الوسائل الإعلامية والاهتمام بالبودكاست بعيداً عن المعالجة التقليدية.

دراسة بوزيد فائزة (2020) (5)، آليات الخطاب الديني المتجدد عبر تطبيقات العالم الرقمي: دراسة في محتوى بودكاسترات الدعاة الجدد: على الفاييس بوك نموذجا، برزت إشكالية الدراسة تساؤل رئيس عن طبيعة الخطاب الديني الذي يقدمه الدعاة الجدد عبر وسائل الإعلام الرقمي، وماهية أدواته التقنية والوظيفية المستخدمة في الدعوة؟. وهدفت هذه الدراسة لمعرفة الآليات الحديثة للخطاب الديني الذي يقدم من خلال الدعاة الجدد عبر تطبيقات وسائل الاعلام الرقمي الإجتماعي وذلك بالاعتماد على بودكاست الدعاة، وقياس درجة تفاعل الجمهور ومدى تأثيره بالمحتوى الديني الإلكتروني. واطهرت نتائج البحث أن الدعاة الجدد هم الأكثر اعتماداً في تقديم الخطاب الديني على الصورة الشبابية المعاصرة سواء بالنسبة للمظهر العام للداعية أو القالب الذي يقدم به المحتوى الديني سواء الديكور أو القالب الإلكتروني الأكثر استخداماً بين مختلف فئات المجتمع ومختلف مستوياتهم. وأكدت النتائج ان البودكاست يعد أحد وأكثر الوسائل تداولاً بين مستخدمي الشبكات الإجتماعية كما يمثل الأداة الفعالة لنقل الخطاب الديني.

دراسة جوزي لويس واخرون (2020) (6)، عنوان الدراسة: ظهور المدونات الصوتية (البودكاست) في الصحافة: دراسة في استراتيجيات الترويج وفرص الأعمال في أمريكا اللاتينية، سعت الدراسة لتحليل محتوى عينة البودكاست التي أنتجتها ثلاثة عشر منصة إعلامية ناشئة وفي ثمانية من المناطق المسجلة في دليل المواطنين الرقميين، وذلك من خلال عمل دراسة حالة لهذا المحتوى الصوتي وذلك بغرض

التعرف على كيفية استخدام الأدوات الرقمية في تقديم هذا المحتوى. يعتبر هذا البحث من البحوث النوعية التي استخدم من خلالها مجموعة متنوعة من الأساليب ، مثل المقابلات والدراسات الاستقصائية عبر الإنترنت لمنشئي البث الصوتي ، فضلاً عن جمع وتحليل البيانات . وتوصلت الدراسة لعدد من النتائج ابرزها: أن البودكاست لا يزال يتوسع وينتشر وباعتباره احد الوسائط التقنية الجديدة التي يمكن الاستفادة من الإمكانيات السردية والنمط الصوتي المتاحة لهذه الوسيلة لتلبية احتياجات الجمهور المستهدفة..

دراسة داين إنداسراي (2020)⁽⁷⁾، بعنوان: استخدام البودكاست في تدريس طلبة اللغة الإنجليزية، هدفت الدراسة الى تقديم تقنية البودكاست كأداة لتطوير المهارات اللغوية بجانب كونها أداة لديها القدرة على تحفيز الطلاب على تعلم اللغة الإنجليزي. واعتمدت هذه الدراسة على عينة مكونة من 20 مقالة نُشرت في الفترة ما بين 2010-2020 لمعرفة تأثير استخدام البودكاست في تدريس اللغة الإنجليزية لطلاب اللغة الإنجليزية كلغة أجنبية. وتوصلت الدراسة لعدد من النتائج اهمها: أن البودكاست يمكن أن يزيد من المهارات والقدرات اللغوية لدى الطلبة ، وخاصة مهارة الاستماع. كما أن البودكاست يمكن أن يحفز الطلبة في تعلم اللغة الانجليزية. وأشارت النتائج ان البودكاست يمكن أن يصبح خياراً محتملاً لدعم لتعلم اللغة الإنجليزية ويسمح للمدرسين بدمج التكنولوجيا في التدريس. واوصت الدراسة بأن على المدرسين الأهتمام باستخدام البودكاست كأداة تكنولوجية مثيرة لأهتمام الطلبة المتعلمين ولدعم تعلم اللغة للطلبة الإندونيسيين.

دراسة لزهرة بوجفجوف (2018)⁽⁸⁾، الإعلام الإلكتروني والقضايا الاجتماعية في الجزائر تقنية البودكاست الفكاهي أنموذجاً، هدفت الدراسة لمعرفة أسس معالجة القضايا الاجتماعية في الجزائر باستخدام فيديوهات في برامج البودكاست ومنشورة على تطبيق اليوتيوب، وذلك بهدف معرفة اتجاهات الشباب الهواة نحو مختلف القضايا المتناولة وكذا أهم الأساليب المستخدمة لإقناع المستخدمين. واعتمدت الدراسة على المنهج المسحي وعبر استمارة تحليل المحتوى على العينة العشوائية المنتظمة تتكون من عشرة أعداد من فيديوهات المدون الجزائري «انس تينا» باستخدام الأسلوب القصدي. ومن اهم نتائج البحث أن القضايا التي تم تناولها في الفيديوهات المدروسة هي قضية اختطاف الأطفال، التعليم في الجزائر، والمرأة ، وأشارت النتائج أن المدون الجزائري «انس تينا» قد ركز على ابراز الجوانب السلبية للقضايا وذلك بهدف توجيه الرأي العام و ابراز الظواهر المتجذرة في المجتمع.

دراسة بن يحي عبد الرؤوف(2017)⁽⁹⁾، بعنوان: تأثير اليوتيوب من خلال برامج البودكاست على الطلبة الجامعيين(دراسة على عينة من طلبة الماجستير، قسم الإعلام والاتصال لجامعة قاصدي مرياح)، وتسعى الدراسة الحالية لإبراز تأثير اليوتيوب من

خلال برامج البودكاست ومدى وتناولها لقضايا الطلبة الجامعيين، وتنتمي هذه الدراسة الى نوعية الدراسات الوصفية، ولقد تم الاعتماد على أداة الاستبيان لجمع البيانات من الباحثين على عينة من متابعي برامج البودكاست على اليوتيوب في جامعة قاصدي مرباح ورقلة. وتم تصميم استمارة الاستبيان وتقسيمها لعدد من المحاور. وظهرت نتائج الدراسة أن النسبة الأكبر من عينة الدراسة تقضي أقل من ساعتين في متابعة برامج البودكاست عن طريق اليوتيوب، وبينت النتائج ان غالبيتهم يفضلون استخدام جهاز هاتف ذكي في متابعة برامج البودكاست، وإن طلبة الجامعة يتابعون هذه البرامج بدافع التسلية والمتعة وحب الاطلاع. وأشارت النتائج أن برامج البودكاست تعكس بالفعل واقع القضايا المعاشة، وبالتالي فهي تعمل على تغيير أفكار افراد العينة حول المجتمع.

دراسة احمد ساطور(2012)⁽¹⁰⁾، بعنوان: دور البودكاست كوسيط إعلاني متحرك جديد، سعت الدراسة الى توضيح أهمية تأثير البودكاست في الاعلانات المتحركة وتسلط الضوء على فاعليته كوسيلة إعلانية إلكترونية جديدة، وتعد هذه الدراسة من نوعية الدراسات الوصفية، التي وظفت المنهج الوصفي لتحليل تكنولوجيا البودكاست، وإعلان البودكاست المتحرك. وتوصلت الدراسة لعدد من النتائج ابرزها أن اعلان البودكاست يعد اداة متحركة وفعالة في الوصول الى الجمهور وخاصة الجمهور الذي يعتمد على التقنيات الرقمية، ويمكن توظيف الاعلانات داخل البودكاست بأشكال عديدة ومتنوعة سواء كان بودكاست مرئي أو مسموع أو مقروء أو صوتي ويمكن أن يوظف كاعلان كامل او اشرطة وفواصل اعلانية. واوصت الدراسة بأن البودكاست المتحرك في العالم العربي يحتاج الى زيادة في الترويج وتوسعة القاعدة الجماهيرية، كما اقترحت طرح مقررات جديدة في كليات الاعلام والعلاقات العامة لتدريس الوسائط الرقمية وابرزها اعلان البودكاست المتحرك.

التعليق على الدراسات السابقة:

- توافقت الدراسة الحالية مع الدراسات السابقة في معالجة موضوع البحث الذي تناول تقنية البودكاست وتوظيفها في مجالات معينة أبرزها الجوانب التعليمية كدراسة (داين 2020)، (يحي 2017)، والجوانب الإعلامية على سبيل المثال الدراسة الحالية ودراسة (بوجفجوف 2018)، (جوزي وآخرون 2020)، (مؤمن الخوالدة2022).
- تفردت الدراسة الحالية لأنها استطاعت أن تسلط الضوء على أهمية استخدام تقنية البودكاست في إثراء محتوى المواقع الإلكترونية للمؤسسات الإعلامية، وذلك من خلال تحليل محتوى البودكاست الإعلامي الذي ينشر عبر المواقع الإعلامية والصحفية. وهذه الدراسة تعد من الموضوعات النادرة من حيث المعالجة البحثية في مجال الإعلام الرقمي.

- استفادت الباحثة من الدراسات السابقة في استطلاع واقع المشكلة البحثية وتحديدها، وتحديد أهداف البحث الخاصة باستخدام تقنية البودكاست في الوسائط الرقمية، كما أفادت الباحثة في صياغة التساؤلات البحثية وتحديد المنهج وأدوات جمع البيانات الملائمة لطبيعة الدراسة.

المصطلحات والمفاهيم:

تقنية البودكاست (التدوين الصوتي) :

- مفهوم تقنية البودكاست يوصف في قاموس أكسفورد بأنه تسجيل صوتي رقمي أو برامج سمعية يتم رفعها على الشبكة العنكبوتية ومن ثم تحميلها على الأجهزة الإلكترونية الشخصية الصوتية.(11)
- وتقنية البودكاست تعرف بأنها: ملف صوتي رقمي يتاح على الشبكة العنكبوتية ويمكن تحميله على الحاسوب الشخصي أو الهاتف النقال، وفي الغالب تتم اتاحته كسلسلة أو في نسق رقمي، ويمكن للجمهور المستخدم متابعته تلقائياً بمجرد تفعيل خدمة الاشتراك.(12)
- وتقنية البودكاست تعني عند الباحثة هي البودكاست الذي خصصت له مواقع المؤسسات الإعلامية مساحة للنشر عبر صفحاتها، ومن خلال أيقونة دالة للصفحة ومدرجة في الموقع تحمل مسمى معين يطلقه الموقع للخدمة الصوتية الإعلامية التي يقدمها لجمهوره من خلاله وعبر شبكة الإنترنت.

البودكاست الإعلامي:

- عبارة عن وسيط رقمي جديد يقدم محتوى صوتي مدعم بالمؤثرات الصوتية والموسيقى والنصوص الصوتية المكتوبة، ويتم نشره عبر صفحات المواقع الإعلامية التابعة لمؤسسات أو هيئات أو شركات لديها أنشطة إعلامية. ويقدم محتوى رقمي إعلامي يعالج موضوعات وقضايا إعلامية وثقافية وإجتماعية ويقدمها وفقاً لقوالب الفنون الصحفية المعروفة، ويراعي في محتواه المعايير المهنية والأخلاقية.
- وحصرت الباحثة البودكاست الإعلامي عينة الدراسة في أربعة تدوينات صوتية منشورة عبر المواقع الإعلامية المختارة كمجتمع للدراسة، وهي: (بودكاست حوارات الخليج)، (بودكاست بي بي سي عربية)، (العربية بودكاست)، (بودكاست البيان).

المواقع الإعلامية:

هي مواقع إعلامية إنشأت على الشبكة العنكبوتية كمشروع إعلامي متكامل، يتميز بتكاملية نقل المعلومة ونشرها عبر مساحات عالمية شاسعة و في ثوانٍ معدودة وإتاحة الفرصة لأفراد المجتمع للتعبير عن رأيهم ومن خلال وسائل التفاعلية المتاحة، ولديها

سياسات إعلامية ومعايير وقواعد مهنية تراعي القيم الاجتماعية والأخلاقية، ومنها مواقع الصحف الإلكترونية والمواقع الإخبارية مواقع المحطات التلفزيونية والإذاعية، مواقع وكالات الأنباء. (13)

المؤسسات الإعلامية:

هي الهيئات والمؤسسات الإعلامية والصحفية المقيدة قانونياً لممارسة العمل الإعلامي، ولقد حددتها الباحثة في هذه الدراسة أربع مؤسسات ذات أنشطة إعلامية متعددة مرئية ومسموعة ومقروءة وباعتبارها المجتمع البحثي للدراسة التحليلية وهي: مؤسسة دار الخليج للطباعة والنشر الإماراتية، هيئة البي بي سي العربية البريطانية، مؤسسة صحيفة البيان الإماراتية، مؤسسة العربية السعودية.

موقع المؤسسة الإعلامية:

حددها الباحثة في المواقع الإلكترونية لوسائل الإعلام والتابعة للمؤسسات الإعلامية (صحفية، تلفزيونية، إذاعية، إلكترونية) التي تم اختيارها كمجتمع بحثي للدراسة التحليلية.

التساؤلات:

تهدف الدراسة الحالية للإجابة على سؤال رئيس هو: كيف استطاعت المواقع الإلكترونية للمؤسسات الإعلامية المدروسة أن توظف تقنية البودكاست في محتواها الصوتي المنشور عبر صفحاتها الإلكترونية؟ وينبثق من هذا السؤال عدد من الأسئلة الفرعية نحددها في التالي:

1. ما حجم مضامين البودكاست الإعلامي التي تم تناولها من خلال المواقع الإلكترونية عينة الدراسة؟
2. ما الموضوعات والقضايا التي تم معالجتها عبر البودكاست الإعلامي المنشور عبر المواقع الإعلامية موضوع الدراسة؟
3. ما الفنون الصحفية والإعلامية التي تم استخدامها في البودكاست الإعلامي المنشور عبر المواقع الإلكترونية الإعلامية موضوع الدراسة؟
4. ما نوعية الأهداف الإعلامية التي وظفتها المواقع الإعلامية المدروسة في محتوى البودكاست الإعلامي المنشور عبر صفحاتها الإلكترونية؟
5. ما نوعية المصادر الإعلامية التي اعتمدت عليها المواقع الإعلامية المدروسة في أعداد محتوى البودكاست الإعلامي المنشور عبر صفحاتها الإلكترونية؟
6. ما المجالات التي تم تغطيتها من خلال محتوى البودكاست الإعلامي بالمواقع الإعلامية عينة الدراسة؟
7. ما المعايير والقيم الإعلامية التي تم اعتمدها عليها المواقع الإعلامية المدروسة في أعداد المحتوى البودكاست الإعلامي المنشور عبر صفحاتها؟

8. ما عدد ونوع الأدوات التفاعلية والخدمات الاتصالية التي وظفتها المواقع الإعلامية المدرسة في البودكاست الإعلامي المنشور عبر صفحاتها؟
9. هل استخدمت المواقع المدروسة لغات متعددة ومتنوعة في طرح محتوى البودكاست الإعلامي المنشور عبر المواقع الإعلامية موضوع الدراسة؟
10. ما الاتجاهات الإعلامية للموضوعات والقضايا المنشور في البودكاست الإعلامي بالمواقع الإعلامية موضوع الدراسة؟
11. ما المميزات الإعلامية التي توفرت في محتوى البودكاست الإعلامي المنشور عبر المواقع الإلكترونية الإعلامية؟
12. ما الوسائط المتعددة المضمنة عبر محتوى البودكاست الإعلامي المنشور عبر المواقع الإعلامية موضوع البحث؟

الإطار المعرفي للدراسة:

تقنية البودكاست المفهوم والأنواع والأهمية الإعلامية:

يعد البودكاست الإعلامي من ضمن المواقع الإجتماعية التي توفر لجمهورها مساحة للبت شبه الصوتي والسمع بصري عبر الشبكة ويكون مباشرا أو مسجلا، ويتم إنتاج محتواه الإعلامي إما ذاتيا، أو يتم عن طريق التسجيل أو إعادة إنتاج مواد تم اعدادها من قبل. وعلى سبيل المثال موقع (Streamiz للبت المسجل والوثائقيات وموقع Justin المباشر والآني، اما البث الشبكي غير المباشر والمتمثل في مواد تتضمن المضامين السمعية والبصرية والتي أنتجت أو اعيد انتاجها أو نشرها مثال (Youtub)، أو (Delymotions).⁽¹⁵⁾

والبودكاست من التقنيات التي ظهرت في أواخر العام 2004 ومع ظهور الجيل الثاني من تقنيات الويب التي تعتمد على النصية الفائقة والملتمديا، ويتم استخدام برامج وتطبيقات متعددة لخدمة البودكاست على سبيل المثال تطبيق ((podcasts APP) المستخدم في الآيباد والآيفون . وتطبيق sticher المستخدم في أجهزة الأندرويد⁽¹⁶⁾

أهمية توظيف البودكاست في المواقع الإعلامية

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

- خاصية اندماجية الوسائط المتعددة التي توفرها المواقع الإلكترونية أدت الى ثراء المحتوى الإعلامي وتنوعه وسهولة تدواله ونشره.
- التلقائية في التعامل مع المتلقي والقرب منه وتلبية احتياجاته بعيدا عن الأساليب التقليدية.

- إتاحة الفرص والمساحة للجمهور للتفاعل والمشاركة الإبداعية والفنية والإدبية للتدوينات الصوتية الخاصة بهم عبر الموقع وفق الضوابط والمعايير المهنية الأمر الذي أدى إلى زيادة عدد زوار الموقع والمشاركين كذلك.
- البودكاست الإعلامي نموذج واقعي وعملي وتطبيقي لصحافة المواطن المنشورة عبر مواقع المؤسسات الإعلامية.
- يتيح البودكاست خدمات متعددة للجمهوره المتابع ومن أبرزها خدمة (RSS) التي تساعد على التنبيه عن الأشعارات بجود محتوى جديد.
- يتيح خاصية الإنتقائية للمحتوى المفضل للجمهور بالإضافة لكونه غير مكلف وقليل التكلفة المادية لانه يعد وينشر عبر الويب.
- تقديم محتوى إعلامي متعدد الأشكال والقوالب الإعلامية كالأخبار والحوارات والتقارير وغيرها، وينشر عبر وسيط صوتي سهل وجاذب للإنتباه ويبث عبر الشبكة.
- توفره عبر تطبيقات ووسائط رقميه متعددة بالإضافة إلى استرجاعه والاحتفاظ بالمحتوى واستخدامه بطرق فردية ووقتما يشاء المستخدم.

الإطار المنهجي للدراسة:

نوعية الدراسة:

تصنف هذه الدراسة من ضمن الدراسات الوصفية التي توصف وتعرض بالبحث والتقصي موضوع البودكاست الإعلامي كتقنية حديثة ومتجددة تعالج قضايا اجتماعية وأدبية وإعلامية وصحية وغيرها، وعبر مضامينها المنشورة عبر صفحات المواقع الإعلامية التي تم اختيارها عينة للدراسة.

المنهج المستخدم:

في إطار سعي الباحثة لتحقيق الأهداف المرجوة من الدراسة الحالية والوصول إلى اجابات مقنعة لتساؤلات الدراسة اعتمدت الباحثة على المنهج الوصفي التحليلي لعينة من محتوى البودكاست المنشور عبر صفحات المواقع الإعلامية الإلكترونية وفاعليته في إثراء المضامين والموضوعات المطروحة من خلالها.

أدوات الدراسة:

وظفت الباحثة أسلوب تحليل المضمون كأداة لجمع البيانات الكمية والكيفية لمحتوى البودكاست الإعلامي المنشور عبر المواقع الإعلامية المدروسة، واختارته الباحثة كونه أسلوب وأداة بحثية تناسب طبيعة الدراسة وكذلك قدرته الرصدية لكافة الجوانب الشكلية والفنية والبنائية للمواقع المدروسة وودقتها وبعدها عن التكهفات.

مجتمع الدراسة وعينة:

مجتمع الدراسة:

نسبة لحدثة هذه الدراسة وندرة المواقع التي مازالت قاصرة عن توظيف البودكاست عبر صفحاتها، وعليه قامت الباحثة بدراسة استطلاعية واسعة وفقاً لها حددت المجتمع البحثي في التالي:

1/ **بودكاست صحيفة الخليج**: يحمل اسم (بودكاست حوارات الخليج)، وينشر محتواه الصوتي عبر الموقع الإعلامي الإلكتروني الرسمي لصحيفة الخليج الصادرة في دولة الإمارات العربية المتحدة-إمارة الشارقة.

2/ **بودكاست البي بي سي العربية نت**: تنشر مضامين هذا البودكاست عبر الموقع الإعلامي الإلكتروني الرسمي لمؤسسة (بي بي سي) البريطانية، ويحمل اسم ((بودكاست بي بي سي عربية)).

3/ **بودكاست العربية نت**: يحمل اسم (العربية بودكاست)، ويصدر عن الموقع الرسمي للموقع الإعلامي الإلكتروني الرسمي لمؤسسة العربية.

4/ **بودكاست البيان**: يقدم هذا البودكاست مادة صحفية وأدبية ومعلوماتية متنوعة، ويصدر عن الموقع الإلكتروني لصحيفة البيان الصادرة في دولة الإمارات العربية المتحدة.

عينة الدراسة:

اختارت الباحثة أسلوب العينة العشوائية المنتظمة لإجراء الدراسة التحليلية لمحتوى البودكاست الإعلامي المنشور على الصفحات الإلكترونية للمواقع الإعلامية المختارة عينة للدراسة، وتم تحديد (13) مفردة لكل بودكاست و البالغ عددها أربعة وهي (بودكاست حوارات الخليج، بودكاست بي بي سي عربية، العربية بودكاست، بودكاست البيان). وبالتالي كان إجمالي العينة التحليلية المختارة بلغ (52) مفردة بواقع (13) مفردة لكل بودكاست تم اختياره كعينة تحليلية للدراسة.

الصدق والثبات

الصدق: للتأكد من مصداقية الإستمارة قامت الباحثة بدراسة متعمقة ومستفيضة للدراسات السابقة في هذا المجال رغم محدودية هذه النوعية من الدراسات، كما قامت الباحثة بأعداد وصياغة محاور استمارة التحليل وقياس مدى دقتها وجودتها وذلك من خلال طرحها للندراس مع عدد من الأكاديميين والمتخصصين الذين استفادت الباحثة من هذه المقترحات وتم اعتماد الدراسة بشكلها النهائي واخضاعها للدراسة التطبيقية للبحث الحالي.

النتائج: للتحقق من ثبات الاستمارة لجأت الباحثة الى أسلوب إعادة تطبيق الإستمارة على عينة بحثية محددة بهدف الوقوف على مدى التوافق في نتائج التحليل والتعرف على الإتساق الداخلي لمحاوور ومدى توافقها مع نتائج تحليل محتوى البودكاست الإعلامي التي تم الحصول عليها.

وحدات التحليل والقياس:

وحدات التحليل: استفادت الباحثة من هذه الوحدة لأنها تعتمد على أسلوب العد والقياس للمحتوى المطلوب دراسته، ووظفت في تحديد وحدات ومحاوور استمارة تحليل محتوى البودكاست الإعلامي عينة الدراسة،

وحدات القياس:

اعتمدت عليها الباحثة بهدف الحصول على نتائج منطقية ودقيقة وواقعية عن استخدام تقنية البودكاست في إثراء المحتوى بالمواقع الإعلامية مدعمة بأسلوب التكرار والعد والقياس.

المعالجة الإحصائية

للحصول على نتائج بحثية دقيقة استخدمت الباحثة اساليب احصائية ابرزها برنامج الحزم الاحصائية (SPSS) الذي يتميز بدقته في الحصول على نتائج منطقية، بالإضافة الى استخدام عدد من الاختبارات مثل اختبار (كا2) لقياس مدى الاستقلالية بين المتغيرات، وكذلك أسلوب التكرارات والأوزان النسبية ومعامل ارتباط بيرسون.

نتائج الدراسة التحليلية

السؤال الأول: ما حجم مضامين وموضوعات البودكاست الإعلامي التي تم تناولها من خلال المواقع الإعلامية عينة الدراسة؟

الجدول رقم (1) يوضح حجم مضامين وموضوعات البودكاست التي تم تناولها من خلال المواقع الإعلامية الإلكترونية عينة الدراسة

بودكاست المواقع الإعلامية	التكرارات	النسبة المئوية
بودكاست الخليج	13	25%
بودكاست البي بي سي عربي	13	25%
بودكاست البيان	13	25%
بودكاست العربية	13	25%
الإجمالي	52	100%

تشير نتائج الجدول رقم (1) الى حجم المضامين والموضوعات التي تناولها البودكاست الإعلامي الذي قدمته المواقع الإعلامية كوسيط تقني جديد لنشر المحتوى الصوتي عبر محتواها الصحفي. وبينت النتائج الجدول ان جميع المواقع المدروسة وظفت هذه التقنية

الجديدة بنسب متساوية بلغت (25%) وعدد تكرارات (13) مفردة لكل موقع، واستطاعت جميع المواقع المدروسة أن تخصص أيقونة منفردة وصفحة خاصة للبودكاست عبر صفحات موقعها، وتحمل مسميات محددة في كل موقع وهي: (بودكاست حوارات الخليج)، بودكاست بي بي سي عربية، العربية بودكاست، بودكاست البيان).

السؤال الثاني: ما الموضوعات والقضايا التي تم معالجتها عبر البودكاست الإعلامي المنشور عبر المواقع الإعلامية موضوع الدراسة؟

1/ أنواع الموضوعات والقضايا التي تمت معالجتها عبر البودكاست المنشور عبر المواقع الإعلامية عينة الدراسة.

جدول رقم (2) يوضح أنواع الموضوعات والقضايا التي تم معالجتها عبر البودكاست المنشور عبر المواقع الإعلامية المدروسة.

الموضوعات والقضايا	بودكاست الخليج		بودكاست البي بي سي عربية		بودكاست البيان		بودكاست العربية		الإجمالي	
	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك
موضوعات وظواهر إجتماعية	0%	0	8%	1	15%	2	15%	2	10%	5
قضايا الثقافة والأدب والفنون	23%	3	15%	2	31%	4	23%	3	23%	12
القضايا التعليمية والتربوية	8%	1	8%	1	8%	1	8%	1	8%	4
قضايا المرأة والطفل والأسرة	15%	2	8%	1	15%	2	8%	1	12%	6
القضايا الدولية والسياسية	0%	0	0%	0	8%	1	8%	1	4%	2
الرياضية الهوايات والالعاب	0%	0	15%	2	8%	1	8%	1	8%	4
الخواطر والتأمل والطموحات المستقبلية	8%	1	0%	0	0%	0	0%	0	2%	1
موضوعات المال والاعمال والتجارة	8%	1	0%	0	0%	0	8%	1	4%	2
التطور التقني والتكنولوجي	23%	3	8%	1	8%	1	8%	1	12%	6
الموضوعات الصحية	8%	1	31%	4	8%	1	15%	2	15%	8
أخرى	8%	1	8%	1	0%	0	0%	0	4%	2
الاجمالي	100%	13	100%	13	100%	13	100%	13	100%	52

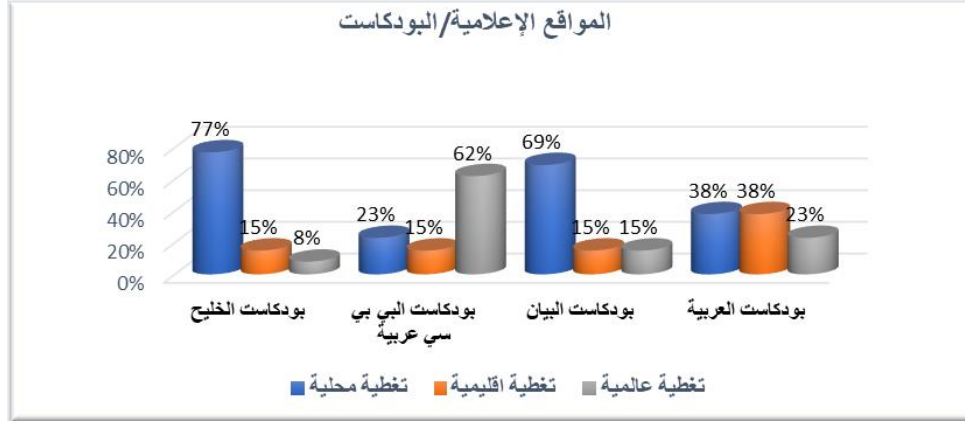
توضح نتائج الجدول رقم (2) ابرز وأهم أنواع الموضوعات والقضايا التي تم معالجتها عبر البودكاست الإعلامي المنشور عبر المواقع الإعلامية المدروسة، وأشارت نتائج الجدول أن البودكاست الإعلامي موضوع الدراسة تفرد في طرح موضوعات وقضايا لم تعطى اولوية في الكثير من الوسائل التقليدية بل ووضعها في قالب صوتي ساهم أكثر

في انتشارها، وبين الجدول أن قضايا الثقافة والأدب والفنون حصلت على المرتبة الأولى بنسبة بلغت (23%) ، تلتها في المرتبة الثانية الموضوعات الصحية وبنسبة (15%)، وجاءت في المرتبة الثالثة (قضايا المرأة والطفل والأسرة) و (التطور التقني والتكنولوجي) بنسبة مشتركة بلغت (12%). ولم يغفل بودكاست الدراسة تنوع الموضوعات وطرحها جميعا بنسب متباينة وجاءت كالتالي: (القضايا التعليمية والتربوية) (8%)، (الرياضية والهوايات والألعاب) (8%)، (القضايا الدولية والسياسية) (4%)، (موضوعات المال والأعمال والتجارة) (4%).

2/ نطاق التغطية الجغرافية للموضوعات والقضايا التي تم معالجتها عبر البودكاست الإعلامي المنشور عبر المواقع الإعلامية عينة الدراسة.

جدول رقم (3) يوضح نطاق التغطية الجغرافية للموضوعات والقضايا التي تم معالجتها عبر البودكاست الإعلامي المنشور في مواقع الدراسة.

نطاق التغطية	بودكاست الخليج		بودكاست البي بي سي عربية		بودكاست البيان		بودكاست العربية		الإجمالي
	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
تغطية محلية	77%	10	23%	3	69%	9	38%	5	52%
تغطية اقليمية	15%	2	15%	2	15%	2	38%	5	21%
تغطية عالمية	8%	1	62%	8	15%	2	23%	3	27%
الاجمالي	100%	13	100%	13	100%	13	100%	13	100%



الرسم البياني (1)

أظهرت نتائج الجدول رقم (3) والرسم البياني أعلاه نطاق التغطية الجغرافية للموضوعات والقضايا التي تم معالجتها عبر البودكاست الإعلامي المنشور في مواقع الدراسة. وأوضحت النتائج أن اغلب البودكاست عينة الدراسة اهتمت بطرح موضوعاتها في نطاق محلي تهتم الجمهور الداخلي للمنطقة الحاضنة للموقع الإلكتروني، وحصلت فئة (تغطية محلية) على نسبة بلغت (52%) حاصلة على صدارة القائمة

ومحققة المرتبة الأولى، وجاء الاهتمام بالموضوعات العالمية في المرتبة الثانية ولقد حصلت فئة (تغطية عالمية) على نسبة (27%)، جاءت (تغطية اقليمية) في المرتبة الثالثة والأخيرة وبنسبة بلغت (21%). وترى الباحثة هذا التنوع في تغطية الموضوعات على الإطار المحلي والاقليمي والعالمي يؤكد مدى انتشار هذه التقنية الجديدة ومدى الاقبال عليها في نشر المحتوى الإعلامي.

السؤال الثالث: ما الفنون الاتصالية التي تم استخدامها في البودكاست الإعلامي المنشور عبر المواقع الإلكترونية الإعلامية موضوع الدراسة؟

جدول رقم (4) يوضح الفنون الاتصالية التي تم استخدامها في البودكاست الإعلامي المنشور عبر المواقع الإلكترونية الإعلامية المدروسة.

الإجمالي	بودكاست العربية		بودكاست البيان		بودكاست البي بي سي عربية		بودكاست الخليج		البودكاست الإعلامي الاتصالية	
	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك		
%31	16	%15	2	%15	2	%31	4	%62	8	الأحاديث والحوارات الإعلامية
%17	9	%31	4	%15	2	%15	2	%8	1	اخبار وتقارير
%12	6	%15	2	%0	0	%15	2	%15	2	مواد رأي ومقترحات
%8	4	%8	1	%0	0	%15	2	%8	1	التحقيقات والمشكلات الاجتماعية
%15	8	%15	2	%38	5	%8	1	%0	0	الفنون السردية والأدبية
%10	5	%8	1	%15	2	%8	1	%8	1	دراسات وبحوث وقراءة الكتب
%8	4	%8	1	%15	2	%8	1	%0	0	أخرى
%100	52	%100	13	%100	13	%100	13	%100	13	الإجمالي

اختبار مربع كاي Chi-Squire Test			
القيمة الاحتمالية	درجات الحرية	القيمة المحسوبة	اختبار مربع كاي اجمالي الحالات
.245	18	21.711 ^a	
		52	

يوضح الجدول رقم (4) الفنون الاتصالية التي تم استخدامها في البودكاست الإعلامي المنشور عبر المواقع الإلكترونية الإعلامية المدروسة، وبين الجدول أن البودكاست الذي ينشر عبر المواقع الإعلامية يهتم بعرض اغلب الموضوعات وفق قوالب صحفية معروفة لذلك حصلت فئة (الأحاديث والحوارات الإعلامية) على أعلى نسبة بلغت (31%) محققة المرتبة الأولى. وجاءت في المرتبة الثانية (أخبار وتقارير) وبنسبة (17%)، وحصلت (الفنون السردية والأدبية) على المرتبة الثالثة وبنسبة بلغت (15%) تليها (مواد رأي والمقترحات) بنسبة (12%)، ثم (دراسات وبحوث وقراءة الكتب) على نسبة (10%)، يليها في ذيل القائمة (التحقيقات والمشكلات الاجتماعية) (أخرى)

بنسبة بلغت (8%) . وهذه النتائج تبين أن البودكاست الإعلامي موضوع الدراسة وازن بين الفنون الإعلامية والتي حققت نسبة مرتفعة من حيث تغطية الأحداث ونقل الإخبار وإجراء الحوارات مع شخصيات عامة ومتخصصة أبرزها (بودكاست حوارات الخليج) الذي خصصه الموقع لهذا الفن، كما استطاعت عينة الدراسة ان تبرز الفنون الأدبية السردية والقصصية التي تميزت بها اغلب المدونات الصوتية على الشبكة.

السؤال الرابع: ما نوعية الأهداف الإعلامية التي وظفتها المواقع الإعلامية المدروسة في محتوى البودكاست الإعلامي المنشور عبر صفحاتها الإلكترونية؟
جدول رقم (5) يبين نوعية الأهداف الإعلامية التي وظفتها عينة الدراسة في محتوى البودكاست الإعلامي المنشور عبر صفحاتها الإلكترونية.

الاجمالي	بودكاست العربية		بودكاست البيان		بودكاست البي بي سي عربية		بودكاست الخليج		البودكاست الإعلامي
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	
4	31%	4	23%	3	23%	3	31%	4	الأهداف الإعلامية
3	23%	2	23%	3	23%	3	23%	3	هدف إعلامي
1	8%	1	15%	2	15%	2	8%	1	هدف تنقيفي
2	15%	2	8%	1	8%	3	15%	2	هدف إرشادي توجيهي
0	0%	1	0%	0	0%	0	0%	0	هدف توعوي
2	15%	2	15%	2	8%	1	15%	2	هدف تسويقي
0	0%	1	8%	1	8%	1	0%	0	هدف تربوي تعليمي
1	8%	0	8%	1	0%	0	8%	1	هدف ترفيهي
13	100%	13	100%	13	100%	13	100%	13	أخرى
52	100%	13	100%	13	100%	13	100%	13	الاجمالي

اختبار مربع كاي Chi-Square Test			
القيمة المحسوبة	درجات الحرية	القيمة الاحتمالية	
8.654 ^a	21	.992	اختبار مربع كاي
52			اجمالي الحالات

الجدول رقم (5) يوضح نوعية الأهداف الإعلامية التي وظفتها المواقع الإعلامية المدروسة في محتوى البودكاست الصحفي المنشور عبر صفحاتها الإلكترونية، وأشارت نتائج الجدول أن الأهداف الإعلامية التي طرحت من خلال محتوى البودكاست المدروس كانت في صدارة قائمة الأهداف وحققت المرتبة الأولى وبنسبة بلغت (27%)، تليها في المرتبة الثانية (الهدف التنقيفي) بنسبة بلغت (21%)، وجاءت الأهداف التوعوية في المرتبة الثالثة بنسبة (15%) تليها الأهداف التربوية التعليمية بنسبة (13%) ثم (الإرشادية والتوجيهية) بنسبة بلغت (12%) . وجاءت الأهداف الترفيهية وأخرى والتسويقية بنسب متباينة بلغت (6%، 4%، 2%) على التوالي. ومن خلال عرض نتائج الجدول أعلاه يتضح أن البودكاست الإعلامي المنشور عبر المواقع الصحفية استطاع أن يحقق الأهداف الإعلامية من خلال المحتوى الإخباري والتقارير

والحوارات والتحقيقات وغيرها وبالتالي حقق الهدف المرجو من هذه المواقع، كما استطاع يحقق كل الأهداف التي طرحت في الجدول أعلاه وعبر المحتوى المنشور وبنسب متباينة.

السؤال الخامس: ما طبيعة المجالات التي تم تغطيتها من خلال محتوى البودكاست الإعلامي بالمواقع الإعلامية عينة الدراسة؟

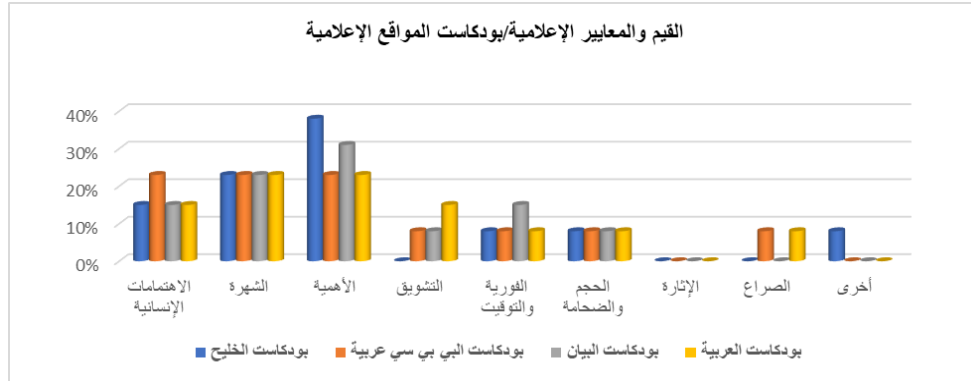
جدول رقم (6) يبين طبيعة المجالات التي تم تغطيتها من خلال محتوى البودكاست الإعلامي بالمواقع المدروسة.

الإجمالي	بودكاست العربية		بودكاست البيان		بودكاست البي بي سي عربية		بودكاست الخليج		البودكاست الإعلامي	
	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	طبيعة مجال البودكاست	
6%	3	15%	2	0%	0	8%	1	0%	0	بودكاست اقتصادي
19%	10	15%	2	23%	3	23%	3	15%	2	بودكاست اجتماعي
8%	4	8%	1	8%	1	8%	1	8%	1	بودكاست تعليمي
21%	11	23%	3	15%	2	23%	3	23%	3	بودكاست إعلامي
10%	5	8%	1	8%	1	8%	1	15%	2	بودكاست عام
19%	10	15%	2	23%	3	15%	2	23%	3	بودكاست ثقافي
6%	3	8%	1	8%	1	8%	1	0%	0	بودكاست سياسي
10%	5	8%	1	8%	1	8%	1	15%	2	بودكاست علمي
0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	بودكاست ديني
2%	1	0%	0	8%	1	0%	0	0%	0	أخرى
100%	52	100%	13	100%	13	100%	13	100%	13	الإجمالي

تبين نتائج الجدول رقم (6) طبيعة مجالات الموضوعات والمضامين التي تم تناولها خلال محتوى البودكاست الإعلامي المنشور بالمواقع الإعلامية موضوع الدراسة، واطهر الجدول أن البودكاست الإعلامي اي الذي ركز على المجالات الإعلامية المختلفة في صدارة والقائمة وبنسبة (21%)، وجاء البودكاست الاجتماعي، البودكاست الثقافي في المرتبة الثانية وبنسبة مشتركة بلغت (19%)، تليها في المرتبة الثالثة البودكاست العام، والبودكاست العلمي بنسبة مشتركة بلغت (10%)، وجاءت بقية المجالات التي تم تناولها بنسب متباينة ومتقاربة جاءت كالتالي: (بودكاست تعليمي) (8%)، بودكاست اقتصادي (6%)، بودكاست سياسي (6%)، ويتضح من نتائج الجدول أعلاه أن المحتوى المنشور عبر البودكاست الإعلامي عينة الدراسة عالجت مجالات عديدة ومتنوعة، ولكن اظهرت النتائج أن بروز المجالات الإعلامية والاجتماعية والثقافية في موضوعات العينة، وأن طبيعة المعالجة عبر المواقع المدروسة بينت أن هنالك تدوينات صوتية خاصة للاخبار وأخرى للموضوعات الاجتماعية والحياتية، وتدوينات لطرح الكتب الصوتية كما يظهر في بودكاست البيان ومن خلال عرض في تجربة كتاب (قصتي) الصوتي.

السؤال السادس: ما المعايير والقيم الإعلامية التي تم اعتمدها عليها المواقع الإعلامية المدروسة في اعداد محتوى البودكاست الإعلامي المنشور عبر صفحاتها؟ جدول رقم (7) يوضح المعايير والقيم الإعلامية التي تم اعتمدها عليها عينة الدراسة في اعداد محتوى البودكاست الإعلامي المنشور عبر صفحاتها.

القيم الإعلامية والمعايير	بودكاست المواقع الإعلامية		بودكاست الخليج		بودكاست البي بي سي عربية		بودكاست البيان		بودكاست العربية		الإجمالي
	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
الاهتمامات الإنسانية	15%	2	23%	3	23%	3	15%	2	15%	2	17%
الشهرة	23%	3	23%	3	23%	3	23%	3	23%	3	23%
الأهمية	38%	5	31%	4	23%	3	31%	4	23%	3	29%
التشويق	0%	0	8%	1	8%	1	8%	1	15%	2	8%
التوقيت مع الحدث	8%	1	8%	1	8%	1	15%	2	8%	1	10%
العدد والضخامة	8%	1	8%	1	8%	1	8%	1	8%	1	8%
الإثارة	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%
الصراع	0%	0	8%	1	8%	1	0%	0	8%	1	4%
أخرى	8%	1	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	2%
الإجمالي	100%	13	100%	13	100%	13	100%	13	100%	13	100%



الرسم البياني (2)

يشير الجدول رقم (7) والرسم البياني أعلاه الى أبرز المعايير والقيم الإعلامية التي تم اعتمدها عليها المواقع الإعلامية في إعداد محتوى البودكاست الصحفي المنشور عبر صفحاتها، وظهرت النتائج أن معيار الأهمية تصدر قائمة القيم الإعلامية وحصل على نسبة (29) وهذا يؤكد مدى جدية مواقع الدراسة في الاستفادة من تقنية البودكاست في طرح موضوعات وقضايا جادة وذات أهمية لجمهورها. وجاءت قيمة الشهرة في المرتبة الثانية وبنسبة (23%) ولاحظت الباحثة أن شخصيات ومصادر محتوى البودكاست المدروس من فئة المشاهير وفي كل المجالات. وحصلت بقية القيم الإعلامية على اهتمام البودكاست الإعلامي والمطروحة عبر موضوعاته المختلفة، وجاءت متباعدة من حيث النسب التي حصلت عليها وهي كالتالي: الاهتمامات الإنسانية (17%)،

التوقيت مع الحدث (10%)، (الضخامة والعدد) (8%)، (التشويق) (8%)، الصراع (4%). وظهرت نتائج الجدول أن الباحثة لم تعثر على محتوى مثير في عينة الدراسة لذلك لم تحصل الإثارة على أي تكرار في جميع المواقع، وهذا يؤكد مدى التزام المحتوى المنشور عبر بودكاست الداسة بالمعايير والقيم الإعلامية المعروفة.

السؤال السابع: ما نوعية الوسائل والأدوات التفاعلية والخدمات والاتصالية التي وظفتها المواقع الإعلامية المدرسة في البودكاست الإعلامي المنشور عبر صفحاتها؟

1/ الوسائل التفاعلية التي المستخدمة في بودكاست المواقع المدروسة.

جدول رقم (8) يوضح نوعية الوسائل التفاعلية التي وظفتها المواقع الإعلامية المدرسة في البودكاست الإعلامي المنشور عبر صفحاتها.

البودكاست الإعلامي	بودكاست الخليج		بودكاست البي بي سي عربية		بودكاست البيان		بودكاست العربية		الإجمالي	
	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك		
مساهمة المتلقي ومشاركة المحتوى	31%	4	0%	0	23%	3	31%	4	21%	11
التعليقات والردود	15%	2	8%	1	15%	2	23%	3	15%	8
البريد الإلكتروني	23%	3	15%	2	15%	2	15%	2	17%	9
تفاعل عبر مواقع التواصل الإجتماعي	31%	4	31%	4	31%	4	31%	4	31%	16
أخرى	0%	0	15%	2	15%	2	0%	0	8%	4
الإجمالي	100%	13	100%	13	100%	13	100%	13	100%	52

اختبار مربع كاي Chi-Square Test			
القيمة المحسوبة	درجات الحرية	القيمة الاحتمالية	اختبار مربع كاي اجمالي الحالات
9.056 ^a	12	.698	
52			

يبين الجدول رقم (8) أنواع الوسائل التفاعلية التي وظفتها البودكاست الصحفي المنشور عبر صفحات المواقع الإعلامية، ويبين الجدول أن بودكاست الدراسة اعتمدت على التفاعل مع جمهورها عبر مواقع التواصل الاجتماعي (فيس بوك، تويتر، وغيره) بنسبة كبيرة بلغت (31%) متصدرة قائمة وسائل التفاعل مع جمهور البودكاست. وفي المرتبة الثانية جاءت مساهمة المتلقي ومشاركة المحتوى ونشره بنسبة بلغت (21%)، يليها البريد الإلكتروني كوسيلة متاحة للتواصل مع الجمهور بنسبة (17%) محققا المرتبة الثالثة. وحصلت الفئة الخاصة في إتاحة الفرصة للتعليقات والردود بنسبة (15%) تليها أخرى المتمثلة في أدوات تفاعلية لم تطرح في الجدول أعلاه وحصلت على نسبة (8%). ومن خلال عرض هذه النتائج تبين أن البودكاست الإعلامي استطاع أن يستفيد من تقنيات الشبكة المتاحة عبر المواقع ووظفها لخدمة المحتوى والتواصل مع جمهوره عبر أدوات تفاعلية متعددة ومختلفة.

2/ الخدمات الاتصالية التي توفرها المواقع الإعلامية المدرسة في البودكاست الإعلامي المنشور عبر صفحاتها.

جدول رقم (9) نوعية الخدمات الاتصالية التي اتاحتها المواقع الإعلامية المدرسة في البودكاست الإعلامي المنشور عبر صفحاتها.

الخدمة المتاحة	بودكاست الخليج		بودكاست البي بي سي عربية		بودكاست البيان		بودكاست العربية		الإجمالي	
	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك
خدمة تحديث البودكاست في الموقع	31%	4	46%	6	31%	4	62%	8	42%	22
فترات متقاربة	31%	4	46%	6	31%	4	62%	8	42%	22
فترات متباعدة	62%	8	38%	5	54%	7	31%	4	46%	24
فترات متباعدة جدا	8%	1	15%	2	15%	2	8%	1	12%	6
الإجمالي	100%	13	100%	13	100%	13	100%	13	100%	52
خدمات اتصالية أخرى										
خدمة تحميل ومشاركة محتوى البودكاست	23%	3	0%	0	23%	3	23%	3	17%	9
خدمة توفير محتوى البودكاست عبر تطبيقات متعددة	31%	4	31%	4	23%	3	23%	3	27%	14
إظهار خدمة الفترة الزمنية وتوقيت البودكاست	31%	4	38%	5	38%	5	31%	4	35%	18
إتاحة المساحة للتعليق والردود السريعة	15%	2	15%	2	15%	2	23%	3	17%	9
أخرى	0%	0	15%	2	0%	0	0%	0	4%	2
الإجمالي	100%	13	100%	13	100%	13	100%	13	100%	52

توضح نتائج الجدول رقم (9) نوعية الخدمات الاتصالية التي اتاحت عبر البودكاست المنشور في صفحات المواقع الإعلامية المدرسة، وبينت نتائج الجدول تفاصيل الخدمات المطروحة في الجدول أعلاه كالتالي:

1/ خدمة تحديث البودكاست مواقع الدراسة.

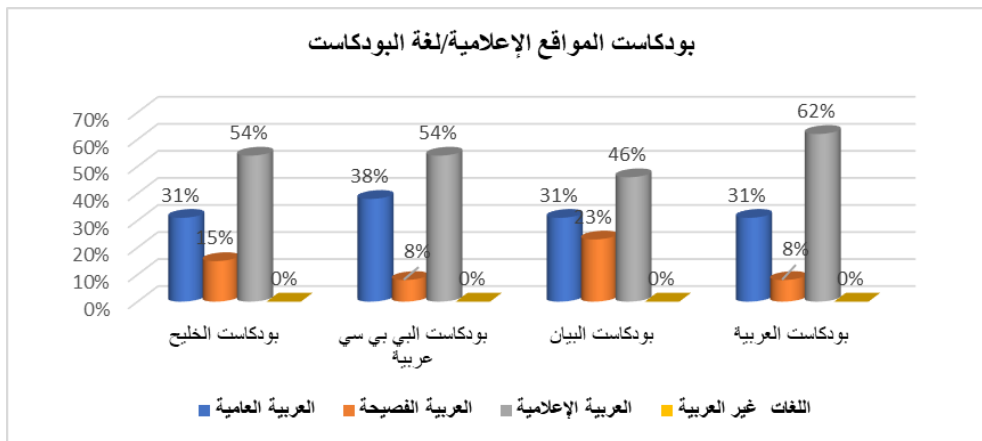
بينت نتائج الجدول اعلاه خدمة التحديث التي قدمت في صفحات عينة الدراسة ومدى الاهتمام بهذه الخدمة وباعتبار البودكاست تقنية جديدة في الساحة الإعلامية الإلكترونية. ولقد اظهرت النتائج أن (فترات التحديث متباعدة) حققت نسبة كبيرة بلغت (46%)، وتبين ذلك للباحثة من خلال الدراسة التحليلية ان المحتوى الذي يقدم عبر البودكاست عينة الدراسة قليل جدا وفترات تحديثه متباعدة في اغلب عينة الدراسة، وجاءت في المرتبة الثانية فئة (فترات متقاربة) بنسبة (42%) وفي المرتبة الثالثة جاءت الفئة (فترات متباعدة جدا) وبنسبة بلغت (12%). وهذه النتائج تؤكد أن عينة الدراسة تباينت في التحديث المستمر للمحتواها، لذلك نجد بعضها يحدث بعض موضوعاته بشكل متقارب، بينما توجد فترات متباعدة ومتباعدة جدا للتحديث.

2/ خدمات اتصالية أخرى:

أشارت نتائج الجدول اعلاه أن الموقع اتاح خدمات للبوكاست الإعلامي موضوع الدراسة للاستفادة منها في إعداد ونشر وتصفح محتوى البودكاست، ولقد حصلت خدمة (الفترة الزمنية وتوقيت البودكاست) المدرجة مع أغلب موضوعات البودكاست في المرتبة الأولى وبنسبة بلغت (35%)، وجاءت خدمة (توفير محتوى البودكاست عبر تطبيقات متعددة) في المرتبة الثانية وبنسبة (27%) واثاحت هذه الخدمة أن ينشر البودكاست عبر تطبيقات متنوعة.. وحصلت خدمة (تحميل ومشاركة محتوى البودكاست) وخدمة (إتاحة المساحة للتعليق والردود السريعة) على نسبة مشتركة بلغت (17%). بينما جاءت الخدمات الأخرى التي لم تضمن في الجدول في ذيل القائمة ولقد حصلت على نسبة (4%)

السؤال الثامن: هل استخدمت المواقع المدروسة لغات متعددة ومتنوعة في طرح محتوى البودكاست الإعلامي المنشور عبر المواقع الإعلامية موضوع الدراسة؟
جدول رقم (10) يبين نوعية اللغات المستخدمة في عرض محتوى البودكاست المنشور عبر المواقع الإعلامية عينة الدراسة.

اللغة البودكاست	بودكاست الخليج		بودكاست البي بي سي عربية		بودكاست البيان		بودكاست العربية		الإجمالي
	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
العربية العامية	31%	4	38%	5	31%	4	31%	4	33%
العربية الفصحى	15%	2	8%	1	23%	3	8%	1	13%
العربية الإعلامية	54%	7	54%	7	46%	6	62%	8	54%
اللغات غير العربية	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%
الاجمالي	100%	13	100%	13	100%	13	100%	13	100%



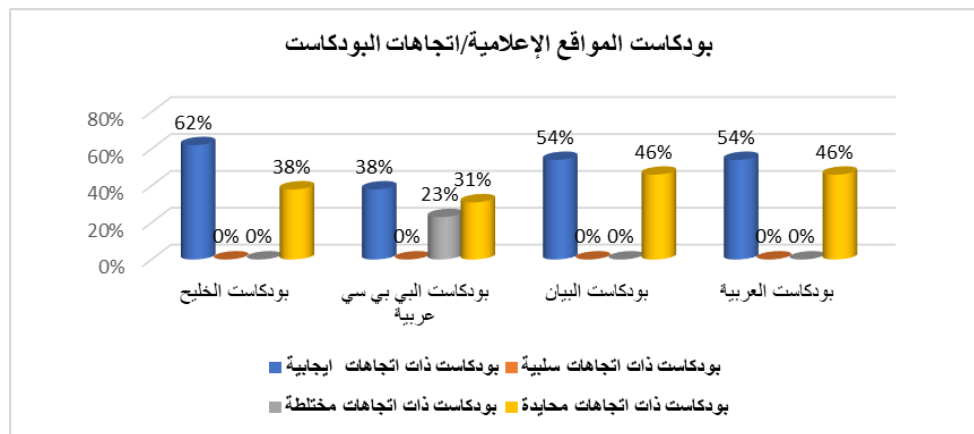
الرسم البياني (3)

يوضح الجدول رقم (10) والرسم البياني اعلاه نوعية اللغات التي استخدمت في عرض محتوى البودكاست موضوع الدراسة، وكشفت بيانات الجدول أن اللغة العربية الإعلامية كانت من أكثر اللغات استخداما على الموقع وحصلت على نسبة (54%)، تليها في المرتبة الثانية اللغة (العربية العامية) وبنسبة (33%)، وحصلت اللغة (العربية الفصحى) على نسبة (13%). هذه النتائج تؤكد أن عينة الدراسة نوعت في اللغات المستخدمة في عرض محتواها الى الجمهور المستخدم، ولكن تظل الأولوية للمضامين المقدمة باللغة العربية الإعلامية مما يشير الى غلبة المعالجة الإعلامية لموضوعات الدراسة.

السؤال التاسع: ما الإتجاهات الإعلامية للموضوعات والقضايا المنشور في البودكاست الإعلامي بالمواقع الإعلامية موضوع الدراسة؟

جدول رقم (11) يوضح الإتجاهات الإعلامية للموضوعات والقضايا المنشور في البودكاست للمواقع الإعلامية المدروسة.

الإجمالي	بودكاست العربية		بودكاست البيان		بودكاست البي بي سي عربية		بودكاست الخليج		البودكاست الإعلامي اتجاهات البودكاست	
	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك		
%52	27	%54	7	%54	7	%38	5	%62	8	بودكاست ذات اتجاهات ايجابية
%0	0	%0	0	%0	0	%0	0	%0	0	بودكاست ذات اتجاهات سلبية
%6	3	%0	0	%0	0	%23	3	%0	0	بودكاست ذات اتجاهات مختلطة
%40	21	%46	6	%46	6	%31	4	%38	5	بودكاست ذات اتجاهات محايدة
%100	52	%100	13	%100	13	%100	13	%100	13	الاجمالي



الرسم البياني (4)

يبرز الجدول (11) والرسم البياني أعلاه الإتجاهات الإعلامية التي تضمنت في المضامين والموضوعات المنشورة في البودكاست الإعلامي موضوع الدراسة، وأوضحت نتائج الجدول أن غالبية المضامين التي قدمت كانت من فئة (بودكاست ذات اتجاهات إيجابية) والتي حصلت على المركز الأول وبنسبة بلغت (52)، وجاءت الفئة من نوعية (بودكاست ذات إتجاهات محايدة) في المرتبة الثانية وبنسبة بلغت (40%)، أما (بودكاست ذات إتجاهات مختلطة) حصل على أقل نسبة بلغت (6%)، فيما لم يحقق المحتوى الذي يحمل إتجاهات سلبية أي تكرارات وحصل (0). وهذا مؤشر يدل على مدى المسؤولية والمهنية في طرح موضوعات البودكاست الإعلامي عبر المواقع الصحفية المدروسة.

السؤال العاشر: ما المميزات الإعلامية التي توفرت في محتوى البودكاست الإعلامي المنشور عبر المواقع الإلكترونية الإعلامية؟

جدول رقم (12) يوضح ما المميزات الإعلامية التي توفرت في محتوى البودكاست الصحفي المنشور عبر المواقع الإلكترونية الإعلامية.

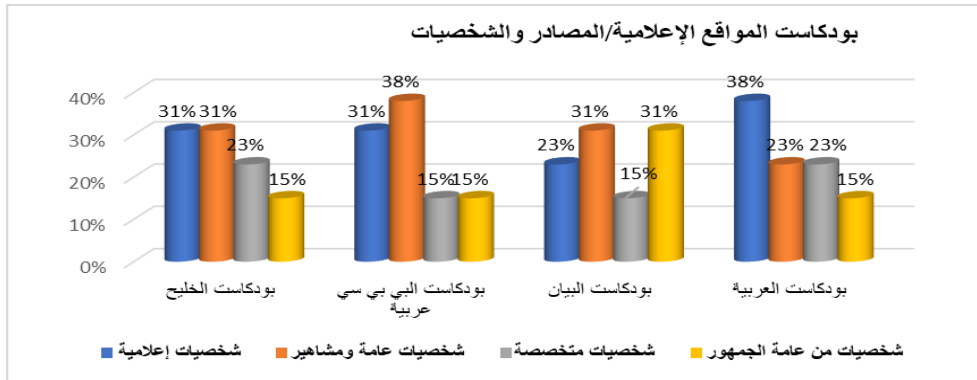
الإجمالي	بودكاست العربية		بودكاست البيان		بودكاست البي بي سي عربية		بودكاست الخليج		البودكاست الإعلامي مميزات البودكاست
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	
18	35%	5	31%	4	38%	5	31%	4	تنوع محتوى البودكاست
10	19%	2	23%	3	15%	2	23%	3	توفير روابط تشعبية كافية
12	23%	3	23%	3	23%	3	23%	3	إظهار الفترة الزمنية للبودكاست
12	23%	3	23%	3	23%	3	23%	3	الالتزام بالضوابط الاجتماعية والمعايير المهنية.
52	100%	13	100%	13	100%	13	100%	13	الإجمالي

يشير الجدول (12) الى اهم الخصائص والمزايا الإعلامية التي توفرت في محتوى البودكاست المنشور عبر المواقع الإلكترونية الإعلامية المدروسة، وكانت ابرز هذه الخصائص فئة (تنوع محتوى البودكاست) التي جاءت في المرتبة الأولى وبنسبة بلغت (35%) وهذه النسبة تتوافق مع طبيعة المحتوى المتنوع والذي يعالج القضايا الاجتماعية والصحية والثقافية والأدبية وغيرها، وجاءت الفئات (الالتزام بالضوابط الاجتماعية والمعايير المهنية)، (إظهار الفترة الزمنية للبودكاست) في المرتبة الثانية وبنسبة (23%). وحصلت خاصية (توفير روابط تشعبية كافية) على المرتبة الثالثة وبنسبة (19%) ونسبة لمحدوية المحتوى المكتوب في صفحات البودكاست والاعتماد على النص الصوت أدى ان تكون الروابط والوصلات المستخدمة محدودة ولكن كافية من حيث طبيعة الصفحة الخاصة بالبودكاست.

السؤال الحادي عشر: ما المصادر والشخصيات التي اعتمدت عليها المواقع المدروسة في إعداد محتوى البودكاست المنشور من خلال الصفحات الإلكترونية للموقع.

جدول رقم (13) يبين ما المصادر والشخصيات التي اعتمدت عليها المواقع المدروسة في إعداد محتوى البودكاست المنشور من خلال الصفحات الإلكترونية للموقع.

الإجمالي	بودكاست العربية		بودكاست البيان		بودكاست البي بي سي عربية		بودكاست الخليج		البودكاست الإعلامي المصادر والشخصيات	
	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك		
%31	16	%38	5	%23	3	%31	4	%31	4	شخصيات إعلامية
%31	16	%23	3	%31	4	%38	5	%31	4	شخصيات عامة ومشاهير
%19	10	%23	3	%15	2	%15	2	%23	3	شخصيات متخصصة
%19	10	%15	2	%31	4	%15	2	%15	2	شخصيات من عامة الجمهور
%100	52	%100	13	%100	13	%100	13	%100	13	الإجمالي



الرسم البياني (5)

يشير الجدول (13) والرسم البياني أعلاه أهم المصادر والشخصيات التي اعتمد عليها البودكاست الإعلامي موضوع الدراسة في إعداد محتواه المنشور من خلال صفحات المواقع الإلكترونية. وأكدت بيانات الجدول أن فئة (شخصيات إعلامية) وفئة (شخصيات عامة ومشاهير) تساوت من حيث اعتماد البودكاست عليها في تقديم وإعداد وجمع المحتوى الذي يقدم من خلاله، وجاءت في المرتبة الأولى بنسبة بلغت (31%). وايضا من الشخصيات والمصادر التي اهتم بها البودكاست الإعلامي المختار عينة للدراسة هي من فئة (شخصيات متخصصة) و(شخصيات من عامة الجمهور) والتي حصلت على المركز الثاني وبنسبة مشتركة بلغت (19%). وهذه النتائج تؤكد الثقة والمصداقية في الموضوعات التي يتم تناولها عبر البودكاست الإعلامي عينة الدراسة

ومن خلال المصادر الحقيقية التي يعتمد عليها من كبار الكتاب والصحفيين والشعراء والرواة وأشهر مقدمي البرامج على سبيل المثال نجد (حوارات بودكاست الخليج) والذي تقدمه الإعلامية الإماراتية صفية الشحي. وكذلك أبرز مقدمي البرامج في قناة العربية والبي بي سي العربية لديهم محتوى يقدم في البودكاست المنشور عبر مواقع مؤسساتهم الإعلامية.

ثاني عشر: ما نوعية الوسائط المتعددة المضمنة عبر محتوى البودكاست الصحفي المنشور عبر المواقع الإعلامية موضوع الدراسة؟

1/ استخدام الصور في البودكاست الإعلامي المنشور عبر المواقع الإعلامية موضوع الدراسة.

جدول رقم (14) يبين استخدام الصور في البودكاست الإعلامي المنشور عبر مواقع الدراسة.

البيودكاست الإعلامي		بودكاست الخليج		بودكاست البي بي سي عربية		بودكاست البيان		بودكاست العربية		الإجمالي
الصور		%		%		%		%		ك
الصور في البودكاست		13	100%	4	31%	5	38%	6	46%	28
تستخدم كخلفية للبودكاست		0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0
تستخدم لأغراض أخرى لاتستخدم		0	0%	9	69%	8	62%	7	54%	24
المجموع		13	100%	13	100%	13	100%	13	100%	52

الجدول (14) يوضح استخدام الصورة في البودكاست الإعلامي المنشور عبر مواقع الدراسة. وأشارت بيانات الجدول أن البودكاست الإعلامي موضوع الدراسة لم يغفل استخدام الصور عبر صفحاته بالرغم من اعتماده على الصوت كعنصر أساسي، ووفقاً لذلك حصلت الفئة (تستخدم الصور كخلفية للبودكاست) على نسبة بلغت (54%) متصدرة قائمة استخدام الصور، تليها (لايستخدم الصور) في المرتبة الثانية وبنسبة بلغت (46%) وهذه تتفق مع ملاحظة الباحثة أن بعض البودكاست المدروس لا يستخدم الصور مطلقاً على صفحاته ويستبدلها باستخدام الرسوم. أما الفئة (تستخدم الصور لأغراض أخرى) لم تحقق أي تكرارات في عينة الدراسة لأن محدودية صفحة البودكاست لاتسمح بتعدد خيارات استخدام الصورة عبر صفحاته.

2/ استخدام الصوت في البودكاست الإعلامي المنشور عبر المواقع الإعلامية موضوع الدراسة.

جدول رقم (15) يبين استخدام الصوت في البودكاست الإعلامي المنشور عبر مواقع الدراسة.

الإجمالي		بودكاست العربية		بودكاست البيان		بودكاست البي بي سي عربية		بودكاست الخليج		البودكاست الإعلامي
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	الصوت
										الصوت في البودكاست
100%	52	100%	13	100%	13	100%	13	100%	13	تعليق صوتي مع موسيقى ومؤثرات ونص
0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	موسيقى مع تعليق صوتي فقط
0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	تعليق صوتي منفرد فقط
0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	أخرى
100%	52	100%	13	100%	13	100%	13	100%	13	المجموع

يظهر الجدول (15) أهمية استخدام الصوت في البودكاست الإعلامي المنشور عبر مواقع الدراسة وكيفية الاستفادة منه في إعداد المحتوى. وبينت نتائج الجدول أن عينة الدراسة استطاعت أن تستفيد من إدماج عناصر الصوت في إعداد محتوى تديين صوتي متكامل لذا جاءت الفئة (تعليق صوتي مع موسيقى ومؤثرات ونص) في صدارة المجموعة ومحقة نسبة (100%) وذلك لأن كل البودكاست عينة الدراسة استطاعت أن تدمج الصوت مع الموسيقى والمؤثرات الصوتية بالإضافة الى النص، ويهدف إنتاج محتوى صوتي يشبع احتياجات الجمهور المستخدم. اما استخدام الفئات الأخرى لم تحصل على تكرارات لأنها لم تحافظ على إدماج عناصر البودكاست في منتج واحد علي سبيل المثال الصوت المنفرد، أو الموسيقى مع مؤثرات دون اكتمال العناصر الأخرى.

3/ استخدام الرسوم في البودكاست الإعلامي المنشور عبر المواقع الإعلامية موضوع الدراسة.

جدول رقم (16) يبين استخدام الرسوم في البودكاست الإعلامي المنشور عبر مواقع الدراسة.

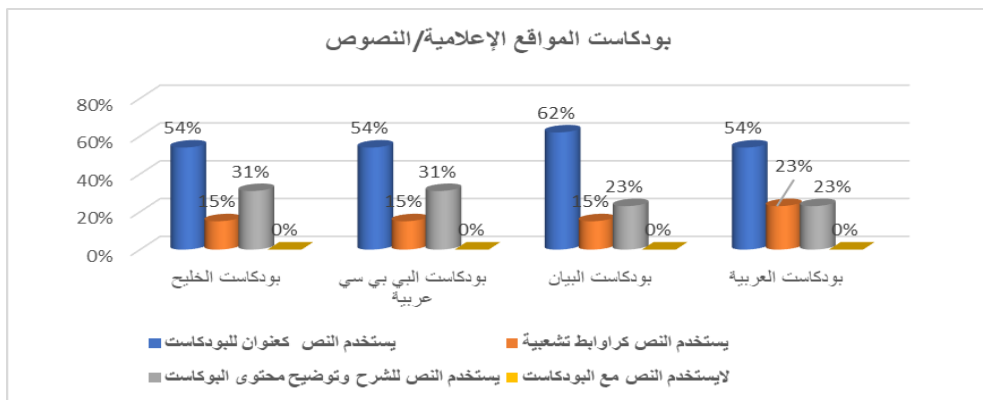
الإجمالي		بودكاست العربية		بودكاست البيان		بودكاست البي بي سي عربية		بودكاست الخليج		البودكاست الإعلامي
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	الرسوم
										الرسوم في البودكاست
33%	17	31%	4	62%	8	38%	5	0%	0	تستخدم الرسوم كخلفية للبودكاست
31%	16	38%	5	15%	2	23%	3	46%	6	تستخدم الرسوم في الروابط والأيقونات والأزرار الخاصة بالبودكاست
37%	19	31%	4	23%	3	38%	5	54%	7	تستخدم كادوات تشغيل وتنقل
0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	لايستخدم الرسوم
100%	52	100%	13	100%	13	100%	13	100%	13	المجموع

يشير الجدول (16) الى أهمية توظيف الرسوم في البودكاست الإعلامي المنشور عبر مواقع الدراسة. ووضحت بيانات الجدول أن عينة الدراسة استطاعت أن تستفيد من الرسوم في مهام ووظائف متعددة لذا جاءت الفئة (استخدام الرسوم كادوات تشغيل وتنقل) في المرتبة الأولى بنسبة بلغت (37%)، وفي المرتبة الثانية حصلت الفئة (تستخدم الرسوم كخلفية للبودكاست) على نسبة بلغت (33%)، أما توظيف الرسوم في الروابط والأيقونات والأزرار الخاصة بالبودكاست حصلت على المرتبة الثالثة ونسبة (31%). وبينت النتائج أن فئة (لايستخدم الرسوم) لم تحصل على أي تكرار وهذا يؤكد أن الرسوم عنصر مهم في البودكاست ويمكن الاستفادة في إعداد وونشر وتصفح المضامين الإعلامية.

4/ استخدام النص في البودكاست الإعلامي المنشور عبر المواقع الإعلامية موضوع الدراسة.

جدول رقم (17) يبين استخدام النصوص في البودكاست الإعلامي المنشور عبر مواقع الدراسة.

النصوص	بودكاست الخلیج		بودكاست البي بي سي عربية		بودكاست البيان		بودكاست العربية		الإجمالي	
	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك
النص في البودكاست										
يستخدم النص كعنوان للبودكاست	54%	7	54%	7	62%	8	54%	7	56%	29
يستخدم النص كروابط تشعبية	15%	2	15%	2	15%	2	23%	3	17%	9
يستخدم النص للشرح وتوضيح محتوى البودكاست	31%	4	31%	4	23%	3	23%	3	27%	14
لايستخدم النص مع البودكاست	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0
المجموع	100%	13	100%	13	100%	13	100%	13	100%	52



الرسم البياني (6)

يوضح الجدول (17) كيفية توظيف النصوص في البودكاست الإعلامي المنشور عبر مواقع الدراسة ومدى الاستفادة منها في المحتوى الصوتي، وبينت النتائج ان عينة الدراسة استفادت من النصوص في عدد من المهام وحقت نسب متباينة في هذا الجانب، قد حصلت الفئة (يستخدم النص كعنوان للبودكاست) في المرتبة الأولى وبنسبة بلغت (56%)، وجاءت (يستخدم النص للشرح وتوضيح محتوى البوكاست) في المرتبة الثانية وبنسبة بلغت (27%) وتشير هذه النسبة الى أن أغلب البودكاست المدروسة لاستخدم نصوص طويلة وتفسيرية في محتواها وإنما تعتمد عليها كعنوان في العديد منها سوى (بودكاست الخليج) الذي اعتمد على النص الصوتي بالإضافة الى النص المكتوب التفسيري المصاحب لهذا للبودكاست. وحصلت الفئة (يستخدم النص كروابط تشعبية) على نسب أقل لمحدوية استخدام الروابط في صفحات البودكاست وجاءت في المرتبة الثالثة وبنسبة بلغت (17%)

ثانيا: مناقشة نتائج الدراسة التحليلية:

خلصت الدراسة التحليلية لمحتوى البودكاست الإعلامي المنشور عبر المواقع الإلكترونية، وفي إطار السعي للإجابة على التساؤلات البحثية المطروحة، وتحقيقاً للاهداف المرجوة للدراسة الى عدد من النتائج نحدد أبرزها في التالي:

1. اظهرت نتائج الدراسة مدى اهتمام المواقع الإعلامية المدروسة بتوظيف البودكاست كوسيط تقني جديد يتخصص في نشر المحتوى الصوتي عبر شبكة الإنترنت، وأن حجم الموضوعات التي تم تناولها في عينة الدراسة وخلال الفترة المحددة للدراسة التحليلية بلغت (25%) لكل موقع. وترى الباحثة حجم المحتوى المستخدم ملائماً ومتوافقاً مع ظهور التقنية الجديدة واستخدامها خاصة وأن الاستخدام مازال محدود في مواقع المؤسسات الإعلامية وحيانا لا يوجد في العديد منها.
2. اظهرت النتائج أن المواقع المدروسة استطاعت أن تخصص أيقونة منفردة وصفحة خاصة للبودكاست عبر صفحات موقعها، وتحمل مسميات محددة في كل موقع وهي: (بودكاست حوارات الخليج)، (بودكاست بي بي سي عربية)، (العربية بودكاست)، (بودكاست البيان).
3. أشارت نتائج الدراسة أن البودكاست الإعلامي موضوع الدارسة تفرد في طرح موضوعات وقضايا لم تعطى أولوية في الكثير من الوسائل التقليدية بل ووضعها في قالب صوتي مندمج الوسائط المتعددة من حيث الموسيقى والنص الصوتي والمؤثرات المصاحبة وغيره، مما أدى الى جاذبية هذا موضوعات والمساهمة في انتشارها. وبينت النتائج أن قضايا الثقافة والأدب والفنون حصلت على المرتبة الأولى بنسبة بلغت (23%).
4. كشفت النتائج ان استخدام البودكاست كتقنية جديدة حققت انتشار واسع واقبال من جمهور الموقع على مختلف الفئات، وتأكد ذلك من خلال النطاق الجغرافي للتغطية

- لموضوعات البودكاست التي حققت نسب متباينة تصدرتها التغطية المحلية لمحتوى المنطقة الحاضنة لموقع الدراسة التي حصلت على نسبة بلغت (54%)، وجاء الاهتمام بالموضوعات العالمية في المرتبة الثانية بنسبة بلغت (27%)، أما التغطية الإقليمية حصلت المرتبة الثالثة وبنسبة بلغت (21%).
5. أبرزت نتائج الدراسة مدى اهتمام البودكاست الإعلامي المنشور عبر مواقع الدراسة بالفنون والقوالب الاتصالية المختلفة والمعروفة ومن بينها الأحاديث والحوارات الإعلامية التي حصلت نسبة بلغت (31%) محققة المرتبة الأولى ومن أبرزها (بودكاست الخليج) التابع للموقع الرسمي لمؤسسة صحيفة الخليج و الذي خصص هذا الفن لطرح ومعالجة موضوعاته الصحفية. وجاءت في المرتبة الثانية فئة (أخبار وتقارير) والتي ركز عليها العديد من عينة الدراسة مثل (بودكاست البي بي سي) (بودكاست العربية) وبنسبة (17%)، وحصلت (الفنون السردية والأدبية) على المرتبة الثالثة وبنسبة بلغت (15%) ولقد تفرّد في هذا الجانب بودكاست البيان الذي خصص يقونة لعرض سلسلة من الكتب أهمها سلسلة الكتاب الصوتي "قصتي"، وكذلك البي بي سي العربية اعطت أهمية كبيرة للفنون الأدبية والسردية والتي من خلالها استطاع البودكاست ان ينافس المؤسسات الصحفية الكبيرة والمختصة في هذا الشأن.
6. اظهرت النتائج مدى اتفاق الأهداف التي تسعى المواقع المدروسة نحو توظيف البودكاست في توصيل المحتوى الإعلامي عبر تقنية الصوت، والمهام والوظائف الإعلامية المرجو تحقيقها، ووفقا لذلك اظهرت النتائج أن الأهداف الإعلامية حصلت على المرتبة الأولى وبنسبة بلغت (27%)، تليها في المرتبة الثانية (الهدف التنقيفي) بنسبة بلغت (21%)، وفي في المرتبة الثالثة الأهداف التوعوية بنسبة (15%).
7. اوضحت النتائج هنالك مجالات متعددة وجدت اهتمام وتغطية عبر المضامين الإعلامية المنشورة في صفحات البودكاست عينة الدراسة، منها المجالات الإعلامية والاجتماعية والثقافية وغيرها، وان طبيعة المعالجة التحليلية بينت أن هنالك بودكاست يهتم فقط بالمادة الإخبارية وأخرى تعالج المجالات الاجتماعية والحياتية، وبودكاست اخر في المجالات الفنية أو الادبية وغيره ، وعلية فقد جاء أن البودكاست الإعلامي في صدارة المجموعة وبنسبة بلغت (21%)، تلاه البودكاست الاجتماعي والبودكاست الثقافي في المرتبة الثانية ولقد حصل على نسبة مشتركة بلغت (19%)، وفي المرتبة الثالثة البودكاست العام، والبودكاست العلمي ولقد حصل على نسبة مشتركة بلغت (10%).
8. أشارت نتائج الدراسة أن المواقع الإعلامية حاولت أن تقدم معايير وقيم إعلامية تضبط إنتاج ونشر المحتوى الصوتي الذي يقدم عبر البودكاست الإعلامي عينة الدراسة، ونتيجة لهذه المحاولة اتضح أن هنالك معايير كثيرة مضمنة في هذا المحتوى كميّار الأهمية مثلا والذي تصدر قائمة القيم الإعلامية وحصل على

- نسبة (29%) حيث ظهر جليا في هذا المعيار من خلال الموضوعات الجادة والهامة والتي تشغل الرأي العام واحتياجاته. وتلاها معيار الشهرة في المرتبة الثانية وبنسبة (23%) وهذه النسبة تؤكد أن المواقع اعطت أهمية للشخصيات ومصادر محتوى البودكاست من فئة المشاهير والمتخصصين والفئات المعروفة للتأكد من موثوقية محتواها وتحقيق نسبة متابعة أعلى.
9. بينت النتائج أن البودكاست الإعلامي المنشور عبر صفحات المواقع المدروسة اتاح عبر صفحاته عدداً من أدوات التفاعل مع الجمهور المستخدم مستفيداً من التقنيات الاتصالية للشبكة العنكبونية رغم حداثة تجربته كتقنية إعلامية حديثة، وقد اعتمد البودكاست المدروس على التفاعل مع جمهوره عبر مواقع التواصل الإجتماعي (فيس بوك، تويتر، وغيره) بنسبة كبيرة بلغت (31%). تليها مساهمة المتلقي ومشاركة المحتوى ونشره عبر البودكاست وبنسبة بلغت (21%)، وفي المرتبة الثالثة جاء الاعتماد على البريد الإلكتروني كوسيلة متاحة للتواصل مع الجمهور بنسبة (17%).
10. كما بينت النتائج أن البودكاست الإعلامي عينة الدراسة وفر عبر صفحاته خدمات اتصالية عديدة تساعد الجمهور في التعامل مع المحتوى الصوتي وتصفحه بسهولة. وقد حققت خدمة تحديد الفترة الزمنية وتوقيت البودكاست المطروح عبر صفحته على نسبة بلغت بلغت (35%)، تليها خدمة (توفير محتوى البودكاست عبر تطبيقات متعددة) في المرتبة الثانية وبنسبة (27%).
11. كشف النتائج أن البودكاست الإعلامي موضوع الدراسة قد وفر عدد من المميزات الخصائص عبر المحتوى الذي يقدم من خلاله، وكان ابرزها خاصية (تنوع محتوى البودكاست) التي التي حصلت على نسبة (35%) محققة المرتبة الأولى، وتؤكد هذه النتيجة مدى التوافق مع طبيعة المحتوى المتنوع الذي يتناول قضايا مختلفة منها الاجتماعية والثقافية والفنية وغيرها، تلتها في المرتبة الثانية خاصية (الإلتزام بالضوابط الاجتماعية والمعايير المهنية) وخاصية (إظهار الفترة الزمنية للبودكاست) بنسبة مشتركة بلغت (23%). وفي المرتبة الثالثة جاءت خاصية (توفير روابط تشعبية كافية) وبنسبة (19%).
12. أشارت النتائج أن المواقع الإعلامية المدروسة اعتمدت على مصادر اغلبها معروفة من فئة المشاهير والمتخصصين في مجالات متعددة، لذلك حصلت فئة (شخصيات إعلامية) و (الشخصيات عامة والمشاهير) كمصادر وشخصيات محتوى البودكاست لديها على نسبة مشتركة بلغت (31%) في المرتبة الأولى. وجاء اعتماد عينة الدراسة على (شخصيات متخصصة) (شخصيات من عامة الجمهور) وبنسبة مشتركة بلغت (19%) محققة المركز الثاني من قائمة المصادر.

13. بينت النتائج أن مدى استفادة البودكاست المنشور عبر مواقع المؤسسات الإعلامية من تطبيقات الوسائط المتعددة التي توفرها شبكة الانترنت والمتاحة عبر صفحات المواقع الإلكترونية. ووفقا لذلك جاءت الافادة من هذه التقنيات كالتالي:
- أن البودكاست الإعلامي موضوع الدراسة لم يجهل توظيف الصورة الصحفية عبر صفحاته بالرغم من اعتماده على الصوت كعنصر أساسي، ولقد جاء في المرتبة الأولى (تستخدم الصور كخلفية للبودكاست) على نسبة بلغت (54%). فيما (لايستخدم الصور) في المرتبة الثانية وبنسبة بلغت (46%) لأن بعض البودكاست لا يستخدم الصور كخلفية وانما الرسوم و احيانا تصاميم جرافكية اخرى وغيره.
 - اوضحت النتائج أن البودكاست الإعلامي استطاع أن يستفيد من الصوت كأحد العناصر الأساسية في الوسائط المتعددة بالرغم من أهمال العديد من التقنيات الجديدة لهذه الخاصية، إلا أن البودكاست استخدمه بكل اشكاله وأنواعه وأبرزها استخدام عنصر (الصوت مقرونا مع موسيقى ومؤثرات ونص) في إعداد محتوى صوتي متكامل والذي حقق نسبة (100%) متصدرا قائمة توظيف الصوت في عينة الدراسة.
 - اكدت النتائج أهمية توظيف الرسوم في البودكاست الإعلامي عينة الدراسة ومدى الاستفادة منها عبر صفحاته. ولقد جاءت الفئة (استخدام الرسوم كادوات تشغيل وتنقل) في المرتبة الأولى بنسبة بلغت (37%)، تلتها في المرتبة الثانية (توظيف الرسوم كخلفية للبودكاست) بنسبة (33%).
 - أشارت النتائج الى أهمية النص كعنصر مصاحب للنص الصوتي المنشور عبر البودكاست الإعلامي عينة الدراسة، واستطاعت أن توظفه بمختلف أشكاله واستخداماته الوظيفية وكان أبرزها (يستخدم النص كعنوان للبودكاست) وبنسبة بلغت (56%) في المرتبة الأولى، تليها (يستخدم النص للشرح وتوضيح محتوى البودكاست) في المرتبة الثانية وبنسبة بلغت (27%).

مقترحات الدراسة

اقترحت الباحثة التالي:

- تشجيع المؤسسات الإعلامية على تبني تقنية البودكاست وكوسيلة اتصالية رقمية حديثة، والسعى الى إدراجها ضمن الخدمات الاتصالية المتعددة والجديدة (المدونات، وسائل التواصل الاجتماعي، وغيره) والتي تقدمها مواقع المؤسسات الإعلامية (صحف، رايو، محطات تلفزيونية، وكالات أنباء، مواقع افتراضية...الخ) عبر صفحاتها الإلكترونية.
- عمل دورات وورش تدريبية مكثفة للعاملين في المواقع الإعلامية عن كيفية إنشاء البودكاست، وكيفية صناعة المحتوى الجاذب والهادف لهذه النوعية من الوسائل

- الرقمية الجديدة التي التقت مع الوسائل المسموعة القديمة في خاصية إنكفاء خيال الجمهور عبر حاسة السمع ، بالرغم من الإختلاف في الأدوات والأوعية الناقله.
- التوسع في عمل الأبحاث الإعلامية المتخصصة في تقنية البودكاست كنمط اتصالي جديد يجب تسليط الضوء على ماهيته وأهميته ووظائفه وكيفية الإستفادة منه مستقبلا في كافة الوسائل الإعلامية.
- التفات كليات الإعلام والاتصال وعبر المناهج الدراسية التي تقدمها الى التقنيات المتجددة وكيفية ملاحظتها وإداراجها ضمن مقرراتها الدراسية،ولاسيما تقنية البودكاست التي تفردت المواقع في استخدامها في السرد القصصي المسموع للفنون الصحفية والأدبية وغيره ، وبالتالي يجب تعريف الطلبة بتطبيقاته واستخداماته وكيفية الاستفادة منه في توصيل محتواهم الذي ينتج من خلالهم.

هوامش الدراسة:

1. عودة الشمالية، محمود عزت، واخرون، *الصحافة الإلكترونية الرقمية* (عمان: دار الإصدار العلمي، 2015)، ص ص 9-13.
2. حسين الشريف، *مبادرات البودكاست في العالم العربي*، مؤسسة مهارات، لبنان، 2020، ص 20- <https://maharatfoundation.org/media/2109/podcast-study-ar.pdf>
3. الزهرة بوجفجوف، الإعلام الإلكتروني والقضايا الاجتماعية في الجزائر تقنية البودكاست الفكاوي أنموذجا، *مجلة الباحث الإعلامي*، مج 10، ع 42، كلية الإعلام، جامعة بغداد، 2018، ص 42
4. مؤمن محمد سلامة الخوالدة، القضايا الإعلامية في البودكاست الأردني: برنامج حرر إنموذجا، *رسالة ماجستير*، جامعة اليرموك، كلية الإعلام، الأردن، 2022، ص ص 1-67.
5. بوزيد فائزة، آليات الخطاب الديني المتجدد عبر تطبيقات العالم الرقمي: دراسة في محتوى بودكاسترات الدعاة الجدد: على الفايس بوك نموذجا، *مجلة الخطاب والتواصل*، العدد السابع، جوان، الجزائر، 2020، ص ص 211-228.
6. José Luis Rojas-Torrijo, Francisco Javier Caro-González 2 and José Antonio González-Alba.(2020). The Emergence of Native Podcasts in Journalism: Editorial Strategies and Business Opportunities in Latin America. *Media and Communication*. Vol.8 (2), 159-170
7. Dyan Indahsari. (2020). Using podcast for EFL students in *language learning*. *Journal of English Educators Society*. Vol.5 (2), 103-108.
8. الزهرة بوجفجوف، الإعلام الإلكتروني والقضايا الاجتماعية في الجزائر تقنية البودكاست الفكاوي أنموذجا، *مرجع سابق*، ص ص 135-146
9. بن يحي عبد الرؤوف، تأثير اليوتيوب من خلال برامج البودكاست على الطلبة الجامعيين (دراسة على عينة من طلبة الماجستير، قسم الإعلام والاتصال لجامعة قاصدي مرياح)، *رسالة ماجستير*، كلية العلوم الإنسانية، جامعة قاصدي مرياح، الجزائر، 2017، ص ص 1-67.
10. احمد مختار متولي ساطور، تفعيل دور البودكاست كوسيط إعلاني متحرك جديد، *مجلة علوم وفنون-دراسات وبحوث*، جامعة حلوان، مج 24، ع 2، 2012، ص ص 33-15
11. عباس مصطفى صادق، *الإعلام الجديد، المفاهيم والوسائل والتطبيقات*، (عمان: دار الشروق للنشر والتوزيع، 2008) ص 225.
12. رقية بوسنان، ديناميكية البودكاست في العملية التعليمية، *مجلة دراسات إنسانية وإجتماعية*، جامعة وهران 02، ع 10، جوان 2019، ص 108
13. محمود حسن اسماعيل، هناك السيد محمد على، دور المواقع الإلكترونية في إدراك القائم بالاتصال بالإعلام المدرسي لمناخ حرية الرأي وتأثيره على أدائه المهني، *المجلة العلمية لكلية التربية النوعية*، العدد الخامس يناير 2016 (الجزء الأول)، ص 229.
14. عيوب محمد أمين، الويب 2.8 وتحول عناصر العملية، *المجلة الجزائرية للأبحاث والدراسات*، العدد (1) المجلد (1)، ص إعلامية، ص 143، ص 2017.

15. امل خطاب، السلوك الاتصالي للشباب المصري وعلاقته بالتقنيات التكنولوجية المتطور (اليودكاست انموذجا) دراسة في استخدام الشباب المصري لتقنية اليودكاست والاشباعات المحففة والتأثيرات السلوكية المتوقعة، *مجلة كلية الآداب*، العدد السابع والأربعون، جامعة بنها، مصر، 2017، ص120.