

العلاقة بين التعرض للبودكاست ومستوى وعي المرأة المصرية بالقضايا المجتمعية

د/إيمان حلمي علي سلامة

مدرس الإذاعة والتلفزيون - كلية الآداب - جامعة كفر الشيخ

ملخص الدراسة:

تسعى هذه الدراسة إلى رصد معدل تعرض المرأة المصرية للبودكاست، وأهم القضايا المجتمعية التي تتابعها عبره، ومدى تأثير هذا التعرض على مستوى وعيها بالقضايا المجتمعية، وكذلك التعرف على مدى اعتماد المرأة المصرية على البودكاست كمصدر للمعلومات عن القضايا المجتمعية والتأثيرات المعرفية والوجدانية والسلوكية الناتجة عن هذا الاعتماد .

اعتمدت الدراسة في إطارها النظري وفي بناء فروضها على نظرية الاعتماد على وسائل الاعلام ونظرية ثراء الوسيلة ، لذا اعتمدت الدراسة على منهج المسح الإعلامي، وتم جمع بيانات الدراسة من خلال استمارة استبيان تم تطبيقها على عينة عمدية من متابعي البودكاست قوامها ٤٠٩ مفردة من جمهور المرأة المصرية من الفئات العمرية ما بين ١٨ عاماً حتى ٥٠ عاماً فأكثر.



كشفت نتائج الدراسة أن معدل التعرض للبودكاست جاء "متوسطاً"، وأن أكثر المضامين التي يفضل أفراد العينة متابعتها عبر البودكاست هي المضامين " الدينية " يليها المضامين " الاجتماعية " ثم " الثقافية " ، وجاء من أبرز دوافع متابعة البودكاست لدى أفراد العينة في الترتيب الأول دافع "تزويد المستمعين بمعلومات جديدة تساعد على فهم المجتمع"، وهو ما يدل على أهمية البودكاست كمصدر للمعلومات في إكساب المعرفة للجمهور وبشكل سريع وفي متناول اليد يتناسب مع طبيعة العصر الحالي.

كما أوضحت النتائج أن الاعتماد على البودكاست كمصدر للمعلومات عن القضايا المجتمعية جاء بدرجة متوسطة في المرتبة الأولى، وأن أهم إذاعات البودكاست التي يتابع أفراد العينة من خلالها القضايا المجتمعية "بودكاست الدحيح" ، يليه "بودكاست فنجان" ، يليه "بودكاست وعي" ، يليه " بودكاست ذات مصر "، كما جاءت أبرز القضايا المجتمعية التي تتعرض لها أفراد العينة عبر البودكاست هي " التسامح الديني" يليها "تعويم الجنية" يليها "توفر الرعاية الصحية" و" الصحة النفسية" و"كثافة الفصول المدرسية"، وأثبتت نتائج الفروض وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين معدل تعرض أفراد العينة للبودكاست ومستوى الوعي بالقضايا المجتمعية.

الكلمات المفتاحية: المرأة المصرية – البودكاست – القضايا المجتمعية .



The Correlation between Egyptian Women's Exposure to Podcasts and their Awarenesses of Societal Issuee

Dr. Eman Helmy Ali Salama

Abstract

This study sought to assess the exposure rate of Egyptian women to podcasts and the most significant societal issues that they follow through these podcasts as well as the impact of this content on their level of awareness of societal issues. It also endeavored to explore the extent to which Egyptian women depend on podcasts as sources of information about societal issues and the cognitive, emotional and behavioral effects resulting from their dependency.

The study relied on the theory of Media Dependency and the theory of Media Richness in constructing its theoretical framework and hypotheses. Following the media survey approach, the study data were collected through a questionnaire form that was applied to an intentional sample of 409 Egyptian women podcast followers that belong to different age groups, from 18 years to 50 years or more.

The results of the study revealed that the exposure rate to podcasts was “average,” and that the most privileged content that the respondents preferred to follow was “religious,” followed by “social,” and then “cultural”. Further, “providing listeners with new information that helps understand society” comes in the first place as the principal motivation for following podcasts among participants, which indicates the importance of podcasting as a source of information in providing knowledge to the public in a quick and accessible manner that falls in line the nature of the current era.



The results also showed that reliance on radio podcasts as a source of information about societal issues came in first place to a moderate degree, and that the most important podcast through which the respondents follow societal issues is “Al-Daheh Podcast,” followed by “Finjan Podcast,” followed by “Waii Podcast”, followed by “Zatmasr Podcast”. Moreover, the most crucial societal issues that the participants are exposed to through these podcasts are ordered as following: “religious tolerance,” “floating the pound,” “availability of health care,” “Mental health,” and “class density”. Lastly, the results of the hypotheses demonstrated that there is a statistically significant correlation between the rate of exposure of sample members to podcast radio and the level of awareness of societal issues.

Keywords: Egyptian women - podcasts - societal issues.

المقدمة:

في عالمنا الرقّمي الحالي أحدثت الثورة الهائلة التي عرفتها تكنولوجيا الإعلام والاتصال تحولات عميقة في المجتمعات المعاصرة على عدة أصعدة، ووفرت للبشرية موارد معرفية ومعلوماتية لم تتوفر لها من قبل، كما فتحت المجال أمام وسائل الإعلام بمختلف أنواعها لتصل إلى شرائح واسعة من المتلقين عبر العالم، حيث تكاثرت وسائل الإعلام وتنوعت مضامينها وأنتجت العديد من الوسائل الإعلامية الحديثة والتي جاء من أبرزها وسيلة جديدة اجتاحت المشهد الرقمي وهي البودكاست. وبالرغم من المنافسة الشرسة بين الوسائل الإعلامية المختلفة، إلا أنّ البودكاست بأسلوب إنتاجي وإبداعي جديد قد تمكن من جذب شريحة عريضة من المتابعين لا تقل عن جماهير الوسائل الإعلامية الأخرى.

ويعد البودكاست وسيلة من وسائل الإعلام الرقمي المستخدم على مستوى العالم، فهو نوع من التذوين الصوتي يتضمن برامج إذاعية تُبث عبر الإنترنت، ويمكن تحميلها والاستماع إليها في أي وقت، ويتكون من سلسلة من الحلقات المسجلة صوتياً أو مرئياً، ويعد وسيلة رقمية تتيح للأفراد أو المؤسسات إنشاء المحتوى الصوتي وتوزيعه ومشاركته عبر الإنترنت ليستمعه الناس من جميع أنحاء العالم.

ويشبه البث الصوتي (البودكاست) في جوهره البث الإذاعي التقليدي، ولكن مع اختلاف رئيسي، فهو يُوقَّر إمكانية الاستماع في أي وقت وفي أي مكان يُريده المُستمعون. بدلاً من الاستماع إلى البث المباشر في وقتٍ مُحدّد، كما يتيح البودكاست للمستمعين الاشتراك في برامجهم المُفضّلة وتلقّي الحلقات الجديدة تلقائياً عند إصدارها، وقد ساهمت هذه المرونة في الارتفاع السريع للبودكاست كوسيلة مُفضّلة عند كثير من الناس.

بدأ البودكاست عالمياً لأول مرة في أواخر عام ٢٠٠٤ م، ولكن بداية ظهوره في مصر والوطن العربي كانت أواخر عام ٢٠٠٨ م، وبحسب تقرير موقع البودكاست العربي والذي جاء فيه أنه في أواخر عام ٢٠١٦ م حصل انفجار في محتوى البودكاست



العربي ، وشهدت الساحة نمو هائل في البرامج الإذاعية العربية التي تستخدم البودكاست، وشهد تقدم سريع خلال الثلاثة أعوام الأخيرة ، حيث ذكر تقرير أكاديمية مهارات حول مبادرات البودكاست في الوطن العربي وصول عدد برامج البودكاست النشطة في العالم العربي إلى ٤١٣ برنامج في الشهور الثلاثة الأخيرة من عام ٢٠٢٢م، ويعد يوم ٧ يوليو من كل عام يوماً عالمياً للبودكاست العربي.

ومع التطور الكبير الذي شهدته صناعة البودكاست في الأعوام الماضية فقد أسهم بشكل كبير في تحسين جودة المحتوى الذي يتم تقديمه وأصبحت هذه الوسيلة الإعلامية الحديثة مجالاً ثرياً للتقديم المتكامل للقضايا بدءاً من ظهورها ومروراً بتأثيراتها، مما جذب أنظار المتابعين إليها لاهتمامها بجميع جوانب الحياة وتقديمها كمية كبيرة من المعلومات القيمة، حيث يُغطّي البودكاست عادةً مجموعة واسعة من المواضيع، بما في ذلك الأخبار والسياسة والاقتصاد والدين والكميديا والتكنولوجيا، وسرد القصص والتنمية البشرية وغير ذلك الكثير، حيث يُتيح هذا التنوع للمستمعين العثور على المحتوى الذي يتوافق مع اهتماماتهم وتفضيلاتهم المُحدّدة. سواء كان شخص ما يريد البقاء على اطلاع، أو تعلم شيء جديد، أو مُجرّد الترفيه، فمن المحتمل أن يكون هناك بودكاست متاح له.

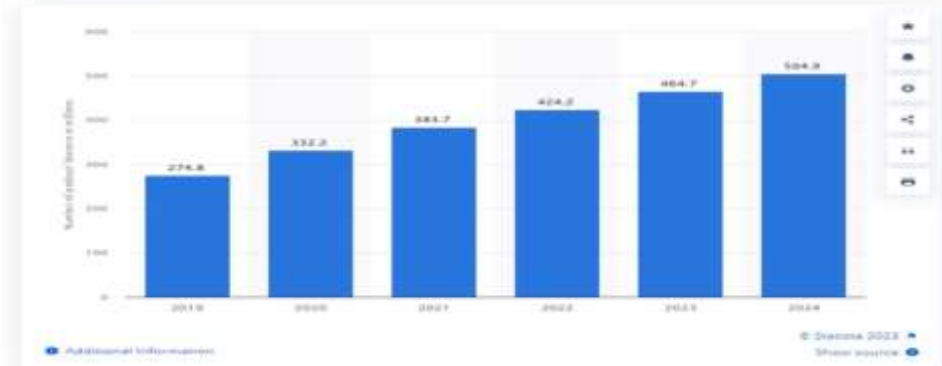
ومع تطور وسائل الإعلام ، وسهولة وصولها لكل فئات المجتمع تزايد دورها في النوعية بالقضايا المجتمعية المهمة في حياة الجماهير وخاصة المرأة ولأهمية هذه الفئة في المجتمع دعت اللجنة الدولية لدراسة مشكلات الاتصال (لجنة ماكبرايد) إلى ضرورة توجيه الاهتمام إلى الاحتياجات الإعلامية للمرأة وأن تتاح لها الفرصة للانتفاع بوسائل الإعلام، هذا التوجه الذي انتشر في العالم وتبنته المنظمات النسائية والرأي العام انما هو انعكاس للإدراك العام لأهمية دور المرأة بوصفها فاعلاً أساسياً في التنمية ، ومن هنا تأتي هذه الدراسة التي تسعى إلي التعرف على العلاقة بين التعرض للبودكاست ومستوى الوعي بالقضايا المجتمعية لدي المرأة المصرية.

مشكلة الدراسة :

من الملاحظ انتشار البودكاست في جميع أنحاء العالم، بما في ذلك المنطقة العربية، وذلك بفضل سهولة الاستماع إليه في أي مكان أثناء التحرك والتنقل، دون إعاقة للمستهلك عن أداء مهامه اليومية. بالإضافة إلى ذلك، يتميز البودكاست بتنوع المواضيع التي يتناولها، مما يجعله مناسباً لمختلف الأنواع (١) .

ومع ازدهار صناعة البودكاست؛ إذ كشف تقرير حديث نشرته مؤسسة Demand Sage المتخصصة في الخدمات والاستشارات في مجال تكنولوجيا المعلومات والذي جاء فيه أن عدد مستمعي البودكاست بلغ في العام ٢٠٢٤ م نحو ٥٠٤.٩ مليون مع ما يقارب ٥ ملايين بودكاست و ٧٠ مليون حلقة بودكاست نُشرت عالمياً (٢) .

Number of podcast listeners worldwide from 2019 to 2024
(in millions)



شكل رقم (١) يوضح عدد مستمعي البودكاست عالمياً على مدار السنوات (٣)

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



وعلى الرغم من انتشار استخدام البودكاست، والنمو المطرد في هذه الصناعة، إلا أن هناك نقص لافت في عدد الدراسات، والتقارير، والمقالات، والأبحاث المتخصصة في هذا الموضوع على مستوى العالم العربي كما جاء في التقرير التابع للمكتب الإعلامي لحكومة دبي^(٤).

و لتحديد أكثر للمشكلة البحثية، أجرت الباحثة دراسة استطلاعية أشارت نتائجها أن معظم أفراد العينة يتابعون البودكاست من خلال عدة تطبيقات مختلفة، كما أنهم يتابعون العديد من القضايا المجتمعية عبر البودكاست مثل القضايا الدينية والاقتصادية والاجتماعية والتعليمية والسياسية.

وفي إطار ما سبق، وفي ظل ما يشهده العالم من تحولات وتقدم هائل في شتى مجالات المعرفة والتكنولوجيا التي مكنت الجماهير من خلق وسائل إعلام جديدة خاصة بهم تهدف إلى تلبية احتياجاتهم من الوصول إلى المعلومات ومتابعة الأحداث والقضايا، وقد تزامن مع ذلك اهتمام دولي بالمرأة وتلبية احتياجاتها من المعرفة^(٥).

ومع تطور البودكاست والذي تحول لأداة لتشكيل الاتجاهات والوعي بمختلف القضايا السياسية والاقتصادية والاجتماعية والدينية وغيرها، فهو وسيط اتصالي تميزه الحركة والألوان والحيوية والنقاء الصوتي، وإتاحة المتابعة في الوقت الذي يحدده الجمهور في قوالب وأشكال جذابة^(٦).

وبناءً على ذلك، فإن مشكلة الدراسة الحالية تتبلور في رصد كثافة تعرض المرأة المصرية للبودكاست وأهم دوافع هذا التعرض ومدى اعتماد المرأة المصرية على البودكاست كمصدر للمعلومات عن القضايا المجتمعية وذلك للتعرف على العلاقة بين هذا التعرض للبودكاست ومدى تأثيره على مستوى وعي المرأة المصرية بالقضايا المجتمعية .

الدراسات السابقة:

تركز الدراسات السابقة على :-

المحور الأول : الدراسات التي تناولت البودكاست بشكل عام:

هدفت دراسة إيمان محمود (٢٠٢٤م)^(٧) إلى رصد وتحليل أولويات القضايا التي تعكسها ملفات البودكاست على اليوتيوب، والهدف من المضمون واتجاه معالجة القضايا ومسارات البرهنة ومصادر المعلومات، وذلك في إطار دراسة تحليلية على عينة من حلقات البودكاست الرائجة على اليوتيوب قوامها ٤١٢ حلقة وذلك لمدة ستة أشهر بالأسبوع الصناعي في الفترة من (أول يناير ٢٠٢٤ وحتى آخر يونيو ٢٠٢٤م)، وتوصلت الدراسة إلى أنه جاءت "القضايا السياسية" في المرتبة الأولى من حيث مضمون حلقات البودكاست عينة الدراسة، كما جاءت "التوعية" في المرتبة الأولى من حيث الهدف من مضمون حلقات البودكاست، وجاء اتجاه معالجة حلقات البودكاست للقضايا "سلبية" في المرتبة الأولى، أما عن مسارات البرهنة فقد جاءت المسارات "غير المنطقية" في المرتبة الأولى حيث تم استخدام مؤثرات عاطفية كالتشبيه والنقد والسخرية والمبالغة والتخويف والتهويل.

وبحثت دراسة (Kavya E K & Diya Viswanath)(2024)^(٨) في كيفية تحول البودكاست إلى قوة قوية في إعادة تشكيل كيفية نشر المعلومات واستهلاكها، حيث سعت إلى دراسة سلوكيات المستمعين، ومقاييس المشاركة، ودور البث الصوتي في بناء المجتمع، حيث تساهم هذه الدراسة في تقديم رؤى دقيقة حول التأثير المحدد للبث الصوتي على أنماط الاتصال، اعتمدت الدراسة على إجراء استطلاع إلكتروني على عينة عمدية قوامها ١٠٠ مبحوث من مستهلكي البودكاست من سن ١٨ عاماً فأكثر، أوضحت النتائج أن البودكاست قد غير بشكل كبير الطريقة التي يستهلك بها الناس وسائل الإعلام ويتفاعلون معها. فقد عزز البث الصوتي شكلاً أكثر فعالية للاستماع، مما يسمح بمناقشات أطول وأكثر عمقاً حول مواضيع مختلفة، وبالتالي زيادة مشاركة



المستمعين. وعلاوة على ذلك، فقد وفر منصة للأصوات التي كانت غير ممثلة في السابق، وبالتالي تنويع المشهد الإعلامي وتقديم مجموعة أوسع من وجهات النظر للجمهور. كما لوحظ طمس حدود الإتصال التقليدية، حيث يسمح البث الصوتي بإتصالات أكثر مباشرة وتفاعلية بين منشئي المحتوى وجمهورهم، مما يؤدي إلى بيئة إعلامية أكثر مشاركة.

بينما خللت دراسة (Nawal Abdel Razaq & Noha Mellor (2024) (٩) أنماط استهلاك البودكاست بين الشباب في دولة الإمارات العربية المتحدة، وتستكشف دوافع وتفاعل الشباب الإماراتي مع هذا البودكاست، والإشباع المتحققة بما في ذلك الترفيه، وإكتساب المعلومات، والتفاعل المجتمعي، تم إجراء مسح بتطبيق استطلاع شمل ٤٠٠ مبحوث من الشباب الجامعي الإماراتي الذين تتراوح أعمارهم بين ١٨ و ٣٠ عاماً، تشير النتائج إلى أن ٤١.٣% من المبحوثين يستمعون للبودكاست حسب الظروف، وأشار ٥٧.٧% من أفراد العينة إلى أن اختيارهم للبودكاست يتأثر بطبيعة المحتوى المعلوماتي المتاح، حيث أفاد معظم أفراد العينة أن الدافع الأساسي لتنزيل البث الصوتي والتفاعل معه هو الترفيه، وتخفيف الضغوط والتحديات اليومية و ثراء المحتوى المعلوماتي الصوتي عبر منصات البث الصوتي المختلفة. كما تم تسليط الضوء على فرص التعلم والقدرة على متابعة مؤثرين محددين كأسباب مهمة للتفاعل مع البث الصوتي، كما لاقى دمج العناصر المرئية مع المحتوى الصوتي صدى جيداً، وكذلك ميزة متابعة تعليقات الجمهور المتعلقة بالمعلومات المقدمة على منصات البث الصوتي، وعلاوة على ذلك، كانت مرونة وسهولة الوصول إلى البث الصوتي من العوامل الحاسمة التي استوعبت أسلوب حياتهم وتفضيلاتهم. وهذا يعكس الأهمية المتزايدة للبث الصوتي كوسيلة متعددة الاستخدامات وسهلة الوصول للترفيه والتطوير الشخصي بين الشباب.

علاوة على ذلك، حددت دراسة صفاء قديري و مختار جلولي (٢٠٢٤م) (١٠) مدى فعالية البودكاست الصحي في تكوين الوعي الصحي لدى مستمعيه وهذا من خلال

دراسة الاهتمامات والتفضيلات لمستمعي البودكاست الصحي من جهة، و من جهة أخرى معرفة مدى مساهمته في نشر المعارف الصحية، وتكوين المشاعر والاتجاهات الصحية، وفي إكتساب مستمعيه السلوكيات الصحية، اعتمدت الدراسة على المنهج المسحي حيث تم تطبيق الإستبيان الإلكتروني على عينة عرضية قوامها ١٠٠ مفردة من مستمعي البودكاست الصحي. جاءت أهم النتائج كالآتي: أظهرت الدراسة أن مستمعي البودكاست الصحي يهتمون بسماع المواضيع المتعلقة بالأمراض أسبابها وطرق علاجها كذلك بالمواضيع المتعلقة بالوقاية والإسعافات الأولية، وأن نسبة ٦٢% من المبحوثين يثقون في المعلومات الصحية التي يقدمها البودكاست الصحي وأن هناك بعض التغييرات على مستوى المعرفة وفهم المواضيع الصحية وهذا بعد الاستماع للبودكاست الصحي، كذلك شعور مستمعي البودكاست الصحي بالمسؤولية نحو صحتهم وصحة مجتمعهم بعد استماعهم للبودكاست الصحي، كما أنه يساعد على تثبيط بعض العادات الصحية غير السليمة لدى مستمعيه.

وهدفت دراسة هبة محمد (٢٠٢٤م)^(١١) التعرف على مدى مصداقية برامج البودكاست كمصدر للمعلومات والأخبار لدى الجمهور المصري، وتحليل عناصر مصداقية برامج البودكاست ودراسة العوامل المؤثرة فيها. واعتمدت الدراسة على النموذج البنائي للمصداقية، وإطار تحليل مصداقية البودكاست (PodCred) ، حيث تم إجراء دراسة تحليلية على عينة قوامها ٨٦٢ حلقة من (المصري اليوم بودكاست) و(العربية بودكاست) و (سكاي نيوز بالعربية بودكاست)، كما تم إجراء دراسة ميدانية على عينة عمدية قوامها ٢٥٥ مبحوث من الجمهور المصري من مستخدمي البودكاست والذي تتراوح أعمارهم من ١٨ عاماً حتى ٥٨ عاماً فأكثر، وأوضحت نتائج الدراسة التحليلية إلتزام برامج البودكاست، عينة الدراسة، بأغلب العوامل التي من شأنها تحقيق مكونات المصداقية التي شملت؛ الدقة والشمول والحالية، والفورية والواقعية والموضوعية والتوازن والصدق والأهمية والتفاعلية، وتوصلت نتائج الدراسة الميدانية إلى أن غالبية المبحوثين يثقون في البودكاست الإخباري «بدرجة متوسطة» بنسبة (٦٤.٧ %) وأن أهم أسباب ثقتهم في محتوى البودكاست هو



تقديم تغطية فورية للأحداث الحالية بنسبة ٢٣.٢% ، وأن يوتيوب جاء في الترتيب الأول من بين التطبيقات التي يستخدمها الجمهور للاستماع إلى البودكاست، يليه (جوجل بودكاست (Google Podcasts) و (سبوتيفاي) Spotify ، و (آبل بودكاست) Apple Podcasts و (ساوندكلاود) Sound Cloud ، وجاء بودكاست العربية، و بودكاست المصري اليوم، و بودكاست سكاى نيوز العربية، في مقدمة البودكاست الإخباري التي يتابعها الجمهور عينة الدراسة، وفيما يتعلق بمؤشرات مصداقية البودكاست، أظهرت النتائج أن مؤشر «الدقة» جاء في المرتبة الأولى ضمن مؤشرات مصداقية البودكاست، أما بالنسبة لعناصر المصداقية في البودكاست الإخباري، فجاءت «التفاعلية» في الترتيب الأول، يليها «الأهمية» يليها «الفورية»، كما أثبتت النتائج أيضاً وجود علاقة دالة إحصائياً بين درجة ثقة الجمهور في برامج البودكاست ومستوى الاعتماد على البودكاست كمصدر للمعلومات والأخبار.

كما سعت دراسة (Annisa Eka Syafrina) (٢٠٢٣) إلى تحديد كيفية استخدام بودكاست حبيب جعفر كوسيلة للمعلومات الإسلامية بين المجتمع، اعتمدت الباحثة على المنهج الوصفي النوعي حيث تم إجراء مقابلات متعمقة واستخدمت نظرية الاستخدامات والإشباع كإطار نظري للدراسة، أشارت نتائج الدراسة إلى أن الجمهور يقوم باستخدام البودكاست كل يوم تقريباً وعلى نطاق واسع وذلك للاستماع إلى الأخبار وتبادل المعرفة الدينية، ومن أبرز دوافع المبحوثين للتعرض للبودكاست هو الترفيه ومتابعة الأخبار والمعلومات، كما أكدت النتائج أن المبحوثين نادراً ما يستمعون للراديو التقليدي وأن البودكاست يتميز عنه بأنه يمكن الاستماع إليه بدون انترنت وفي الوقت الذي يريده أفراد العينة، وبالإضافة إلى ذلك فإن هناك جوانب سلبية وإيجابية لاستخدام البودكاست فالتأثير السلبي جاء من كون البودكاست يعتمد بشكل كبير على الصوت مما يجعل المستمعون يشعرون بالملل قليلاً، أما التأثير الإيجابي هو الشعور بأن البودكاست مفيد لفهم المزيد عن التعليم والرياضة والاقتصاد والمجتمع، وأظهرت

النتائج أيضاً أن حبيب جعفر مقدم البودكاست يتمتع بثقافة وقدرة على تبسيط وتوصيل المعلومات مما يجعله عاملاً أساسياً في متابعة حلقات البودكاست.

وهدفت دراسة أمينة كلفاح (٢٠٢٣م)^(١٣) إلى رصد وتحليل مضمون برنامج البودكاست لقناة العربية وتحديدًا برنامج "البعد الآخر" وذلك للتعرف على سمات المضمون الإعلامي العربي الرقمي وكيف يتم صناعته، وتحديدًا تقنية البودكاست التي تسعى لعرض المحتوى بشكل مختلف اعتمادًا على الإمكانيات الكبيرة التي تقدمها التكنولوجيا، قامت الباحثة بإجراء دراسة تحليلية على عينة قوامها ١٣ حلقة من برنامج "البعد الآخر" في الفترة ما بين (٢٠٢٣/١/١ حتى ٢٠٢٣/٧/١ م)، وقد أكدت النتائج أن القضايا السياسية العالمية والإقليمية تحوز على النصيب الأكبر من المواضيع التي تتم معالجتها في حلقات برنامج "البعد الآخر" بنسبة ٤٨.١% يليها بقية القضايا بنسب متقاربة، وأن عينة الدراسة يطغى عليها قائلين رئيسيين هما القالب الحوار والقالب السرد بنسب متساوية ٥٠% ويستخدم فيها بشكل رئيسي اللغة العربية الفصحى، كما أثبتت النتائج أن الإطار الجغرافي للقضايا المطروحة بالحلقات عينة الدراسة تمثل في الولايات المتحدة الأمريكية وروسيا في المقدمة.

بينما رصدت دراسة إسماعيل محمد (٢٠٢٣م)^(١٤) دوافع استخدام الشباب الجامعي للمحتوى الرقمي المذاع عبر البودكاست وتأثيره على أنماط تعرضهم واستماعهم للراديو التقليدي ومتابعة برامج عبر الأثير والاشباعات المتحققة من هذا التعرض، حيث تم إجراء دراسة ميدانية من خلال تطبيق استمارة الاستبيان على عينة قوامها ٤٠٠ مبحوث من الشباب الجامعي المصري من الجامعات الحكومية والخاصة، كشفت النتائج ارتفاع نسبة من يتابع البودكاست ومحتواه الرقمي "دائمًا" حيث جاءت في الترتيب الأول بنسبة ٤٠% في مقابل من يتابع الراديو التقليدي بصورة غير منتظمة "أحيانًا" حيث جاءت في الترتيب الأول بنسبة ٤٩.٥%، وأكدت النتائج أن من أهم أسباب متابعة المبحوثين للبودكاست أكثر من الراديو التقليدي جاء "أستطيع تحميل الحلقات وحفظها" بنسبة ٦٧.٥%، بينما جاء أهم أسباب متابعة المبحوثين للراديو



"السرعة والفورية في نقل الأحداث" بنسبة ٥٩.٥% ، وأثبتت النتائج أن من أهم دوافع استخدام المبحوثين للبودكاست هو "الخروج من نمطية الإذاعة التقليدية" و "سهولة الاستخدام والاستماع بدون انترنت"، بينما جاءت أهم الاشباع المتحققة للمبحوثين من استخدام البودكاست "تزيد من قدرتي على النقاش مع الآخرين في مختلف الأحداث" ، وأشارت النتائج إلى وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين كثافة تعرض المبحوثين للبودكاست ودوافع هذا التعرض، كما أثبتت النتائج عدم وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائية بين معدلات متابعة الشباب الجامعي عينة الدراسة للمحتوى الرقمي عبر البودكاست ومدى متابعتهم للراديو التقليدي.

كما سعت دراسة رؤيات حلمي ويوستينا يوسف (٢٠٢٣م)^(١٥) إلى تحليل برامج البودكاست المقدمة عبر المواقع الإخبارية العربية (العربية سكاى نيوز - العربية) والتي تتناول القضايا البيئية وذلك لتوضيح دلالتها وآلية تقديمها وعرضها لنشر مفهوم الوعي البيئي ومدى تأثيرها على الجمهور، استخدمت الباحثتان أسلوب الحصر الشامل في تحليل برامج البودكاست بمواقع (العربية سكاى نيوز - العربية) وذلك خلال الفترة من (مارس ٢٠٢٣ إلى نصف مايو ٢٠٢٣م) عينة عمدية شملت تحليل كافة البرامج الخاصة بقضايا البيئة المستدامة على الموقعين عينة الدراسة، أشارت النتائج إلى أن أكثر الأشكال الخبرية استخداما لعرض القضايا الخاصة بالبيئة المستدامة شكل التقرير كما أوضحت نتائج الدراسة أن المحتوى الإيجابي المقدم من خلال البودكاست عن قضايا البيئة المستدامة هو الأكثر استخداماً بنسبة ٥١.٩% ، فقد جاء موقع العربية سكاى نيوز في الترتيب الأول بنسبة ٥٤.٥% وموقع العربية بنسبة ٤٧.٥% ، وأثبتت النتائج أن متوسط تعليقات الجمهور على محتوى البودكاست المقدم عن قضايا البيئة المستدامة كان الأكثر في الفئة (من ١٠ آلاف فأكثر) بنحو ٢٨.٧%.

وحددت دراسة شهنده علي ماضي (٢٠٢٣م)^(١٦) العوامل المؤثرة على استخدام الشباب المصري للمدونات الصوتية (البودكاست) في إطار النظرية الموحدة لقبول واستخدام التكنولوجيا والتعرف على أنماط استخدامهم لها، وذلك عن طريق الجمع بين

المنهج الوصفي بطريقة المسح بتطبيق استمارة استبيان على عينة قوامها ٣٠٠ مبحوث من الشباب المصري الذي تتراوح أعمارهم من ١٨ إلى ٣٥ عاماً من مستخدمي البودكاست وكذلك استخدام المنهج الكيفي عن طريق إجراء مقابلات متعمقة مع ١٠ خبراء في مجال الإذاعة والبودكاست، توصلت نتائج الدراسة أن لمتغير توقع الأداء والتأثير الاجتماعي تأثيراً على النية السلوكية للشباب المصري والتي تؤثر بدورها على الاستخدام الفعلي للبودكاست، كما أوضحت النتائج أن للعوامل التقنية الميسرة والنية السلوكية تأثيراً ضعيفاً على استخدام عينة الدراسة للبودكاست، وتبين أيضاً من خلال النتائج اختلاف الشباب المصري عينة الدراسة في تفضيلاتهم لمضامين البودكاست باختلاف مستواهم التعليمي وتفوق الدوافع النفعية لهم على الدوافع الطقوسية عند تعرضهم للمدونات الصوتية.

بينما حلت دراسة (2023) Mia Lindgren & Britta Jorgensen^(١٧) مجموعة من برامج البودكاست الصحية ، حيث أظهرت أزمة فيروس كورونا أهمية المعلومات الصحية الموثوق بها والتي يمكن الوصول إليها ، حيث أظهرت النتائج أن المؤسسات الإخبارية قدمت البث الصوتي لإبقاء جماهيرها على إطلاع بشكل متزايد ، وأن البودكاست وسيلة وثيقة الصلة لدراسة تهديد عالمي للصحة العامة بسبب قدرته على إشراك المستمعين ، وأوضحت النتائج أن الصحافة البناءة والبودكاست يتميزان بتجارب حية للمصادر ، فالصحافة البناءة تركز على تمكين الجمهور كصحافة موجهة نحو الحلول مثل البودكاست الذي اتضح من خلال إنتاج سلسلة بودكاست حول مقاومة مضادات الميكروبات ، والقدرة على سرد القصص الحفية المعقدة ، وأثبتت النتائج أن البث الصوتي يمكن أن يضع الأفراد المتأثرين بمقاومة مضادات الميكروبات بوصفهم مصادر للمعلومات.

وسعت دراسة منى هاشم و وأمنية عبد الرحمن (٢٠٢٣م)^(١٨) إلى تحليل برامج البودكاست المقدمة في المواقع الإخبارية العربية (المصري اليوم – العربية سكاى نيوز) والتي تتناول القضايا والموضوعات المختلفة للتعرف على مدى تأثيرها على



الجمهور وتوضيح دلالتها وآلية تقديمها وعرضها وذلك خلال الفترة من (٢٠٢٢/١/١ حتى ٢٠٢٢/١٢/١ م) وذلك باستخدام أسلوب الحصر الشامل . وكذلك إجراء دراسة ميدانية على عينة قوامها ٤٠٠ مبحوث من الجمهور المصري من مستخدمي تقنية البودكاست الاخبارية ومواقع التواصل الاجتماعي في الريف والحضر وذلك للتعرف على تفضيلات الجمهور لهذه المنصات الرقمية الجديدة والدوافع الحقيقية وراء استخدامه لها والتأثيرات المترتبة على ذلك، وأثبتت النتائج وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين معدل التعرض للبودكاست الاخبارية وبين الموضوعات المفضلة للجمهور ، أبرزت نتائج الدراسة أن اهتمام موقع المصري اليوم ببرامج البودكاست أقل من العربية سكاى نيوز، بينما تساوت الموضوعات الثقافية والفنية بالنسبة لبرامج بودكاست المصري اليوم ، و تنوعت برامج البودكاست بموقع العربية سكاى نيوز على التوالي بين إخباري بيئي رياضي إجتماعي سياسي ثقافي فني تعليمي وصحي؛ ويرجع ذلك إلى اهتمام موقع العربية سكاى نيوز بالبودكاست كمنصة رقمية جديدة. كما أشارت الدراسة الميدانية إلى ارتفاع معدلات التعرض لتقنية البودكاست لدي عينة الدراسة، وتفاوت الدوافع الطقوسية والنفعية لدي أفراد العينة في استخدام بودكاست المواقع الإخبارية.

واستهدفت دراسة (Sylvia Chan-Olmsted & Rang Wang (2023) (١٩) عمل فحص شامل لمستخدمي البودكاست في الولايات المتحدة الأمريكية من منظور الدوافع والاستخدام، كما تستكشف التفاعل بين دوافع التعرض للبودكاست واستهلاك الوسائط الصوتية الأخرى، استخدمت هذه الدراسة استطلاعاً وطنياً عبر الانترنت لجمع البيانات والتي تم إجرائها على عينة قوامها ٢٠٠٠ مستخدم منتظم للبودكاست، أظهرت النتائج أن الترفيه والمعلومات وتفوق المنصة الصوتية كانت أهم الدوافع لاستهلاك البودكاست، كما وجد أن الدوافع تؤثر على سلوكيات الاستماع، وكشفت النتائج أن البودكاست هو وسيلة مميزة ذات خصائص فريدة بديلاً عن الراديو العادي والراديو عبر الانترنت والموسيقى المتدفقة، وأن مستخدمو البودكاست الذين تحركهم دافع

التفاعل الاجتماعي أكثر عرضة لاستخدام الوسائط الصوتية الأخرى التناظرية أو الرقمية بشكل متكرر.

بينما أبرزت دراسة وداد هارون (٢٠٢٣م) (٢٠) أهمية استخدام تقنية البودكاست في إثراء محتوى المواقع الإلكترونية للمؤسسات الإعلامية، قامت الباحثة بإجراء دراسة تحليلية على عينة عشوائية منتظمة قوامها ٥٢ مفردة ممثلة للمجتمع البحثي المكون من عدد أربعة بودكاست إعلامي شمل (بودكاست حوارات الخليج) ، (بودكاست بي بي سي عربية) ، (العربية بودكاست) ، (بودكاست البيان) ، وأكدت نتائج الدراسة أن البودكاست الإعلامي حصل على المرتبة الأولى بنسبة ٢١% ، يليه البودكاست الاجتماعي والبودكاست الثقافي بنسب متماثلة بلغت ١٩% ، وأن التغطية المحلية لموضوعات البودكاست حققت نسبة مرتفعة بلغت ٥٤% ، فيما حققت الأهداف الإعلامية لموضوعات البودكاست على نسبة كبيرة بلغت ٢٧% ، كما أظهرت نتائج الدراسة اهتمام مواقع المؤسسات الإعلامية المدروسة بتوظيف البودكاست كوسيط تقني جديد لنشر المحتوى الإعلامي عبر التدوين الصوتي، وأشارت النتائج إلى أن حجم الموضوعات المعالجة بلغ ٢٥% لكل موقع، كما جاءت القضايا المتعلقة بالثقافة والأدب والفنون في المرتبة الأولى بنسبة ٢٣% ، بالإضافة إلى ذلك، حصلت الأحاديث والحوار الإعلامي على نسبة ٣١% كأبرز القوالب الاتصالية المستخدمة، بينت النتائج مدى استفادة عينة الدراسة من تطبيقات الوسائط المتعددة المتاحة عبر صفحات البودكاست، حيث جاءت النسب كالتالي: الصوت مقرّوناً بالموسيقى والمؤثرات والنص بنسبة ١٠٠% ، توظيف الصور كخلفية للبودكاست بنسبة ٥٤% ، استخدام الرسوم كأدوات تشغيل وتنقل بنسبة ٣٧% ، استخدام النص كعنوان للبودكاست بنسبة ٥٦% .

كما هدفت دراسة (Yoon Y. Cho,et,al,(2023) (٢١) التعرف على دوافع استخدام المستمعين في كوريا الجنوبية لبرامج البودكاست الإخبارية وعلاقتها بمشاركاتهم السياسية مع أخذ المناقشة السياسية كمتغير وسيط ، أثبتت النتائج عن خمسة دوافع لدى الباحثين هم : الدعم الاجتماعي ، الملاءمة ، سهولة الحصول على المعلومات



السياسية ، الاستخدام المعتاد ، التدفق غير الرسمي ، وكشفت الدراسة عن أن مستوى الإشباع المطلوب لبودكاست الأخبار السياسية يختلف باختلاف التوجهات السياسية للمستمعين ، كما أكدت النتائج أن دوافع الدعم الاجتماعي والاستخدام المعتاد والاستخدام البديل تميل إلى التأثير في المناقشات السياسية مع الآخرين ، سواء على شبكة الانترنت أو خارجها ، ويمكن لهذه العملية أن تشجعهم على المشاركة السياسية أيضاً.

وأوضحت دراسة (Kelsey Whipple ,et.al, (2022^(٢٢) مدى ثقة المستمعين في البودكاست كمصدر للأخبار وكيفية تقييمهم لمزاياه الصحفية، تم إجراء دراسة ميدانية على عينة قوامها ٥٢٩ مبحوث بالولايات المتحدة الأمريكية، وأظهرت النتائج أن عينة الدراسة ترى أن البودكاست مصدر لإطلاعهم على الأحداث الجارية ومصدر قيم للمعلومات وأكثر إثارة من الأخبار التقليدية ، وعلى الرغم من ذلك أثبتت النتائج أن عينة الدراسة من مستمعي البودكاست يثقون بالبودكاست بدرجة أقل من معظم مصادر المعلومات الأخرى، باستثناء الأخبار عبر الإنترنت والبرامج الإخبارية الساخرة، كما أوضحت النتائج أن مقياس التفاعل مع البودكاست هو الاستماع بدلاً من المشاركة أو التنزيل أو الاشتراك أو مقياس الاستهلاك أو المشاركة الإضافية المحتملة.

هذا وقد كشفت دراسة (Peter English,et.al,(2022^(٢٣) عن تصورات جمهور برنامج (الكلمة الأخيرة) وهو بودكاست عالمي يركز على لعبة الكريكت ، حول استهلاك الأخبار ومشاركة وسائل الإعلام ، من خلال استطلاع آراء ٣٣٣ مستمع للبودكاست الرياضي (الكلمة الأخيرة) والذي نال استحسان النقاد بسبب محتواه وشكله، ويستضيفه اثنان من كتاب الكريكت، المقيمين في أستراليا والمملكة المتحدة، أكدت نتائج الدراسة إلى أن جمهور البودكاست الرياضي أبدى إعجاباً بالتغييرات التي حدثت في إنتاج المحتوى الرياضي والبيئة الإعلامية الرقمية المتغيرة ، وأوضح أفراد العينة أن تلك البرامج تمتاز بقدرة كبير من الثقة في المعلومات المقدمة ، كما أنها تتيح مجال أكبر للتفاعل مع المستخدمين.

Stephanie J. Tobin & Rosanna E. Guadagno (2022) دراسة

(Guadagno (2022) (٢٤) دوافع الاستماع إلى البودكاست والنتائج النفسية المترتبة على هذا الاستماع وذلك من خلال سؤال لماذا يستمع الناس إلى البودكاست ؟ حيث تم تطبيق منهج المسح وذلك بإجراء دراسة ميدانية بتطبيق استمارة استبيان إلكتروني على عينة قوامها ٣٠٦ مفردة من الذكور والإناث من مستمعي البودكاست من بلدان مختلفة (المملكة المتحدة ، أمريكا ، البرتغال ، بولندا ، كندا ، المكسيك ، اليونان) ، توصلت نتائج الدراسة أن ٧٨.٤% من أفراد العينة يستمعون إلى البودكاست بانتظام وأن الرجال كانوا أكثر عرضة للاستماع إلى البودكاست إلى النساء بنسبة ٨٤% للذكور مقابل نسبة ٧٣% للإناث وأن معظم المشاركين يستمعون إلى البودكاست عبر الهواتف الذكية أثناء قيامهم بأنشطة أخرى في المنزل، وجاء من أهم دوافع الاستماع للبودكاست هو دافع الحصول على المعلومات، وأثبتت النتائج أن أكثر المضامين المفضلة لدى المبحوثين في البودكاست هي الكوميديا بنسبة ٤٨% ، يليها الألعاب والهوايات بنسبة ٣٤% ، يليها المجتمع والثقافة بنسبة ٢٣% ، يليها الموسيقى والأخبار والسياسة بنسبة ٢٣% ، وأكدت النتائج أن المستمعين يمكنهم التفاعل بشكل مباشر مع مضيفي البودكاست وزملائهم المستمعين من خلال منصات التواصل الاجتماعي وتكوين علاقات اجتماعية أكثر واقعية من التي توفرها الأشكال الأخرى لوسائل الترفيه، وأكدت نتائج الدراسة أن الانفتاح على التجربة، والفضول القائم على الاهتمام، والحاجة إلى الإدراك جاءت كأهم دوافع الإستماع إلى البودكاست ، كما أظهرت النتائج أن الأشخاص الذين استمعوا إلى البودكاست لديهم احتياجات معلوماتية أعلى، واحتياجات انتماء أقل من أولئك الذين لم يستمعوا إلى البودكاست ، مما يشير إلى أن الاحتياجات المعلوماتية بدلاً من الاحتياجات الاجتماعية أو العاطفية قد تكون دوافع أكثر أهمية للاستماع إلى البودكاست وأوضحت النتائج أن المشاركين الأكبر سنًا كانوا يستمعون للبودكاست لسنوات أكثر.



و هدفت دراسة ماجد الشيباني (٢٠٢٢م) (٢٥) إلى التعرف على دوافع استخدام الجمهور السعودي لراديو الإنترنت (البودكاست) وقياس الإشباع المتحققة منه، فاستندت الدراسة على المنهج الوصفي باستخدام المسح الإعلامي من خلال تطبيق استمارة الاستبيان على ٢٢٠ مبحوث من متابعي بودكاست (ثمانية) في المملكة العربية السعودية. أظهرت النتائج أنَّ الدوافع النفعية للتعرض تغلبت على الدوافع الطقوسية، وجاء من أبرز دوافع التعرض للبودكاست والتي تمثلت في : متابعة الحلقات التعليمية، متابعة الأحداث والاشترك في المحطات الوطنية، اكتساب القدرة على التفكير والابتكار، التعليق والمشاركة في الموضوعات، ثم جاءت دوافع مثل قضاء 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 بنسبة ٦٧% و ٦٣%، وأثبتت النتائج وجود علاقة دالة إحصائياً بين مستوى التعرض للبودكاست وبين دوافع تعرض المبحوثين إلى المحتوى المعروض، كما أوضحت الدراسة وجود ارتباط دال بين متغير مستوى التعرض وبين الإشباع المتحققة لدى المبحوثين ؛ والتي قد تزداد بزيادة مستوى التعرض، وتوضح النتائج تنوع هذه الإشباعات؛ فمن حيث المضمون: التعريف بالأحداث ومتابعتها وزيادة الإدراك والوعي بها، اكتساب المعارف والعلوم من خلال ما يُبث من حلقات تعليمية، تعلم مهارات التفكير، وإشباع حاجة المعلومات لدى الجمهور وتلبية اهتماماته. بينما تمثلت إشباع الوسيلة في تعريف المستخدمين بمتابعين في مثل سنهم وميولهم، والإشباع النفسي ضد العزلة بمتابعة البرامج الترفيهية، وإعادة نشر حلقات البودكاست، مما يثبت أهميته الاتصالية في المجتمع السعودي.

بينما كشفت دراسة معز علي و عمران جمعة (٢٠٢٢م) (٢٦) عن استخدام النخبة الإعلامية لتطبيقات البودكاست والإشباع المتحققة منه و مدى مواكبة النخبة الإعلامية للتطور التكنولوجي واستخدامها لتطبيقات البودكاست، اعتمدت الدراسة على منهج المسح الإعلامي حيث تم إجراء دراسة ميدانية وذلك بتطبيق استمارة استبيان

الالكترونية على عينة قوامها ١٥٧ مبحوث من مستخدمي البودكاست من أساتذة كليات الإعلام والعاملين بوسائل الإعلام المختلفة على مستوى الدولة الليبية، وتوصلت النتائج إلى أن النخبة الإعلامية تستخدم تطبيقات البودكاست بدرجة متوسطة ولا سيما التي تعرض مضامين متنوعة حيث جاء في مقدمة دوافع تعرض المبحوثين للبودكاست هو الحصول على الاخبار بنسبة ١٩.١% ، وتعلم خبرات جديدة من الآخرين بنسبة ١٧.٢%، وأوضحت النتائج أن تطبيقات البودكاست تلبي احتياجات واهتمامات مجتمع البحث بشكل كبير، وأن أبرز صعوبة يواجهها النخبة أثناء استخدامهم لتطبيقات البودكاست هو الكم المهول من المعلومات.

كما حددت دراسة **Nicky Stephani, Maya Rachmawaty, Reni**

(Dyanasari (2021) ^(٢٧) الدوافع الكامنة وراء تفضيل الشباب الحضري للمدونات الصوتية وذلك في إطار نظرية الاستخدامات والاشباعات ، حيث تم تطبيق استمارة استبيان على عينة قوامها ٣٥٠ مبحوث تتراوح أعمارهم من ١٨-٢٤ عاماً من مستخدمي البودكاست من طلاب الجامعات في أندونيسيا، وتوصلت النتائج إلى أن أهم دوافع استماع المبحوثين إلى البودكاست هو : التعليم والترفيه ورواية القصص الاجتماعية ، وأوضحت نتائج الدراسة استخدام المبحوثين لمواقع التواصل الاجتماعي لمناقشة محتوى البودكاست مع أصدقائهم ولترشيح البودكاست للآخرين، كما أكدت النتائج اتجاه الشباب الحضري الإيجابي نحو تقنية البودكاست ودور هذه التقنية في زيادة قدرة المبحوثين في الحصول على المعلومات التي يريدونها وتسهيل احتياجاتهم للتعلم، والتفاعل مع الآخرين في التعليم عبر الانترنت، وتكوين علاقات شخصية من خلال البودكاست.

علاوة على ذلك ، أشارت دراسة **(Vilceanu ,et.al,(2021)** ^(٢٨) إلى أن ثلثي

أفراد العينة والتي تتكون من ٢٩٣ مبحوث يستمعون إلي سنة برامج أو أكثر من إذاعات البودكاست خلال الأسبوع الواحد، وأن الموضوعات المفضلة بالبودكاست لدى عينة الدراسة هي المحتوى الكوميدي بنسبة ٩٠.٨% يليه المحتوى الاجتماعي بنسبة



٧١.٧% بينما جاء المحتوى الرياضي في ترتيب متأخر بنسبة ١١% من تفضيلات أفراد العينة ويرجع ذلك بسبب زيادة عدد الإناث في عينة الدراسة التي تم الوصول لها عن طريق كرة الثلج، وهو ما يؤكد تأثير النوع على تفضيلات محتوى حلقات البودكاست، كما توصلت النتائج إلى أنه بالنسبة لدوافع المبحوثين للاستماع للبودكاست في الولايات المتحدة الأمريكية جاء الترفيه في الترتيب الأول بنسبة ٩٦.٢% ، يليه التعرف على معلومات جديدة من خلال البودكاست بنسبة ٧١% ، يليه الاسترخاء بنسبة ٦٤.٨%.

وسعت دراسة (Samuel-Azran,et.al,(2019)^(٢٩) التعرف على التركيبة الاجتماعية والديموغرافية لمستمعي البودكاست في إسرائيل واستخداماتهم والإشباع الذي يتم تحقيقه من خلال الاستماع إلى البودكاست ومن خلال تطبيق استبيان إلكتروني على ٩٦٠ من مستمعي البودكاست وإجراء مقابلات متابعة فردية مع ١٠٠ مبحوث، توصلت نتائج الدراسة إلى أن مستمعي البودكاست من المبحوثين هم في الغالب من الذكور من ذوي الدخل المرتفع، تحت سن ٤٥ عامًا، حاصلون على تعليم عالٍ ويعمل نصفهم تقريباً في قطاع التكنولوجيا المتقدمة، كما أوضحت النتائج أن المبحوثين يستمعون إلى البودكاست لعدة أسباب منها: لتعلم أشياء جديدة وإخبار الآخرين بمعرفتهم الجديدة؛ لأن المحتوى أكثر عمقاً من الوسائط التقليدية ، ولأن إذاعات البودكاست مسلية. كما ذكر البعض الاستماع إلى البودكاست كهواية، وأشار حوالي ٨٠% من المبحوثين إلى أنهم يختارون برامج البودكاست الجديدة بناءً على توصيات من صديق أو فرد من العائلة. وبشكل عام، كانت التركيبة السكانية للمشاركين متوافقة مع أبحاث أخرى، حيث كان لدى الأغلبية درجة البكالوريوس أو أعلى وعملوا في وظائف مكتفية.

المحور الثاني : الدراسات التي تناولت تعرض المرأة لوسائل الإعلام المختلفة:

استهدفت دراسة أحمد عثمان (٢٠٢٤م)^(٣٠) التعرف على كثافة تعرض المرأة المصرية للدراما التي تعالج قضاياها الاجتماعية عبر المنصات الرقمية على شبكة الإنترنت والعلاقة بين مستوى هذا التعرض ومستوى تقويم الذات لديها، استخدم الباحث منهج المسح في مستوييه الوصفي والتحليلي حيث تم إجراء دراسة ميدانية على عينة عمدية متاحة قوامها ٤٠٠ مفردة من جمهور المرأة المصرية ممن يشاهدن الدراما التي تعالج قضاياها الاجتماعية عبر المنصات الرقمية، أشارت نتائج الدراسة إلى أن كثافة تعرض المرأة المصرية عينة الدراسة للدراما التي تعالج قضاياها الاجتماعية عبر المنصات الرقمية على شبكة الإنترنت جاءت متوسطة أو منخفضة الكثافة لدى الغالبية العظمى من مفردات العينة، و أكدت النتائج أنه فيما يتعلق بمستوى إدراك المرأة المصرية لواقعية مضمون الدراما أنه جاء مرتفعاً أو متوسطاً لدى الغالبية العظمى من مفردات العينة، وفيما يتعلق بمستوى تفاعل المرأة المصرية عند التعرض للدراما على المنصات الرقمية فقد جاء ضعيفاً أو متوسطاً لدى غالبية مفردات العينة، كما جاء مستوى تقويم الذات لدى المرأة المصرية متوسطاً أو قوياً لدى الغالبية العظمى من مفردات العينة.

بينما سعت دراسة بسنت صفي الدين (٢٠٢٤م)^(٣١) إلى التعرف على درجة حرص المرأة المصرية على متابعة المحتوى الدرامي الذي يبث عبر المنصات الرقمية ومدى تأثيره على هويتها الاجتماعية، حيث تم إجراء دراسة ميدانية بتطبيق استمارة استبيان إلكترونية على عينة قوامها ٢٠٠ مفردة من النساء المصريات في محافظة بني سويف، وأظهرت نتائج الدراسة أن مستوى مشاهدة الدراما على المنصات الرقمية التلفزيونية مرتفع مساءً، كما أنها تقدم محتوى درامي مختلف يتسم بالجرأة والحرية في المعالجة الدرامية بشكل يختلف عن ما تقدمه القنوات التلفزيونية التقليدية ، كما أوضحت الدراسة أن للمنصات الرقمية قدرة في التأثير على الهوية المجتمعية للمرأة المصرية.



كما أوضحت دراسة (2024) (Maria Rae and Kirsten Diprose) (٣٢) كيفية قيام السيدات الريفيات منتجي البودكاست في استراليا ببناء الاتصال الرقمي والاجتماعي ومدى إدراكهم لفوائد وتحديات البودكاست كوسيلة رقمية حديثة، تم إجراء مقابلات شبه منظمة علي تسع سيدات ريفيات من منتجي البودكاست في استراليا وأجريت المقابلات عبر مؤتمرات عبر الويب في بداية عام ٢٠٢٣ م، وأثبتت النتائج أن البودكاست قد ساعد المبحوثات على الترويج لأعمالهن، وتكوين شبكات مهنية، وكسب المال، ومشاركة القصص الريفية وبناء علاقات مع المجتمعات كما قامت المبحوثات باستخدام المدونات الصوتية لإنشاء مساحات خاصة بهن للقضايا التي يجدنها مهمة ولكن لا يتم تمثيلها بواسطة وسائل الإعلام التقليدية ، وهن يحققن مكاسب اقتصادية من كسب لقمة العيش من خلال إنتاج المدونات الصوتية أو الترويج لأعمالهن الخاصة. وبهذه الطريقة، فإنهن يعززن مصالحهن التجارية، وبناء شبكات اجتماعية واستخدام الوسائط الرقمية للدفاع عن القضايا ووفقاً للسيدات الريفيات عينة الدراسة فإن البودكاست هو وسيلة مهمة للاتصال الرقمي في المناطق الريفية حيث يمكن تنزيلها في المنزل، والاستماع إليها في أي مكان، وتحتوي على محتوى ذي صلة وتبني الثقة والعلاقات مع المضيف والضيوف. ومع ذلك، فإن البنية التحتية التقنية بمعنى أن الإنترنت غير المستقر، وتغطية الهاتف المحمول الضعيفة، ونقص مهارات التحرير ومعدات الصوت الباهظة الثمن يمكن أن تعرض هذه الفوائد للخطر. وقد أظهرت هذه الدراسة أيضاً أن رأس المال الاقتصادي مهم أيضاً للمنتجين المستقلين إلى جانب الفوائد الأخرى للبودكاست، وقد حقق البعض كليهما. لذلك، فإن هذه الدراسة تؤكد أنه يمكن تصور هؤلاء المنتجين من السيدات بوصفهم رواد أعمال في المناطق الريفية يهدفون إلى المساهمة في الاتصال الرقمي والاجتماعي في المناطق الريفية.

كذلك سعت دراسة علا عبد القوي (٢٠٢٤م) (٣٣) إلى تحديد مدى كثافة تعرض المرأة المصرية للقنوات الدينية عبر اليوتيوب ودور هذه القنوات في التثقيف الديني للمرأة المصرية، اعتمدت الباحثة على منهج المسح الإعلامي حيث قامت بتطبيق استمارة

استبيان على عينة عمدية قوامها ٤٠٠ امرأة مصرية تتراوح أعمارهن بين ١٨ ل ٥٠ فأكثر من محافظات القاهرة والجيزة والقليوبية في الفترة من ٣٠ مايو إلى ٣٠ سبتمبر ٢٠٢٣م، أكدت النتائج أن نسبة ٤٥.٢% من عينة الدراسة يتابعون القنوات الدينية عبر اليوتيوب (دائماً) ونسبة ٣٨.٥% يتابعونها (أحياناً) ، كما أثبتت النتائج زيادة نسبة الدوافع النفعية مقارنة بالدوافع الطقوسية، وارتفاع نسبة التفاعل مع المحتوى الديني المقدم عبر قنوات اليوتيوب الدينية، كما تصدرت التأثيرات المعرفية قائمة التأثيرات التي تحدثها متابعة المرأة لقنوات اليوتيوب الدينية تليها التأثيرات السلوكية، وأظهرت النتائج وجود علاقة ارتباطية بين معدل اعتماد المرأة المصرية على قنوات اليوتيوب الدينية ومستوى التنشيط الديني لديهم .

وهدف دراسة (Bei Ju ,et.al,(2023)^(٣٤) التعرف علي أنماط وأثر استخدام السيدات العاملات المهاجرات ذوات المهارات المنخفضة لوسائل التواصل الاجتماعي للتعامل مع التحديات التي فرضها الوباء أثناء جائحة كوفيد-١٩ في مدينة ماكاو بالصين، حيث تم إجراء مقابلات شخصية شبه منظمة علي عينة قوامها ١٤ مفردة من السيدات العاملات من سن ٢٠ ل ٥٠ عام في الفترة من (أغسطس ٢٠٢٠ حتي نوفمبر ٢٠٢١م)، أثبتت نتائج الدراسة ارتفاع استخدام المبحوثات لوسائل التواصل الاجتماعي حيث تم استخدام العديد من تطبيقات وسائل التواصل الاجتماعي القائمة على الهاتف المحمول (على سبيل المثال، WeChat و Douyin و YouTube) لتناسب احتياجاتهن الخاصة أثناء الجائحة وذلك لتخفيف التوتر والقلق والوصول إلي المعلومات المحدثة المتعلقة بكوفيد-١٩، واعتبرت المبحوثات من المهاجرات من العمالة منخفضة المهارة أن وسائل التواصل الاجتماعي أداة تمكين أساسية وفعالة في حياتهن المضطربة، ولكن أكدت النتائج أن استخدام وسائل التواصل الاجتماعي لم يخفف العبء الاقتصادي علي العاملات المهاجرات من النساء وأن استخدام هذه المواقع بشكل إدماني يزيد من شدة التوتر ، وأشارت النتائج إلي استخدام المبحوثات لوسائل التواصل الاجتماعي بنشاط للحصول على الدعم المجتمعي الذي لا يمكن توفيره إلا من قبل



العائلة والأصدقاء، واستخدامها أيضاً كأداة لمراقبة الصحة للسيطرة على الوباء واعتبارها تقنية لإدارة المخاطر.

بينما كشفت دراسة **هناء عكاشة (٢٠٢٣م) (٣٥)** عن العلاقة بين تعرض المرأة المصرية للإعلانات النسائية للمؤثرين على مواقع التواصل الاجتماعي وتشكيل الهوية الاجتماعية لديهن، واعتمدت الدراسة على المنهج المسحي حيث تم إجراء دراسة ميدانية باستخدام صحيفة الاستقصاء على عينة عمدية متاحة قوامها ٤٠٠ مفردة من من المرأة المصرية المتابعة للإعلانات النسائية على مواقع التواصل الاجتماعي في الفترة من (٢٠٢٣/٣/١) حتى (٢٠٢٣/٣/٣١ م)، أكدت نتائج الدراسة أن من أهم أسباب متابعة المبحوثات للإعلانات النسائية (أنها) تعرض منتجات تهم المرأة (والتي جاءت بالترتيب الأول بوزن نسبي (٨٩.٥٧) وعن طريقة تأثير الإعلانات النسائية للمؤثرين على مواقع التواصل الاجتماعي على الاتجاهات، جاء بأنها تساعد على (خلق اتجاهات جديدة) في الترتيب الأول بنسبة ٤٦% ، وفي الترتيب الثاني جاء بأنها تساعد في) تدعيم الاتجاهات الإيجابية (بنسبة ٤٠.٢٥%، وأخيراً جاء بأنها تساعد على) تغيير الاتجاهات السلبية) بنسبة ١٣.٧٥% ، كما أثبتت النتائج وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين كثافة تعرض المرأة المصرية عينة الدراسة للإعلانات النسائية للمؤثرين على مواقع التواصل الاجتماعي والهوية الاجتماعية لديهن (الاعتزاز والفخر الاجتماعي - الانتماء الاجتماعي - الالتزام الاجتماعي - الذات الاجتماعية)..

كما رصدت دراسة **هند السيد (٢٠٢٣م) (٣٦)** استخدامات المرأة لغرف الدردشة والإشباع المتحققة لديها، و دوافع استخدام المرأة لغرف الدردشة، والكشف عن سلبيات وإيجابيات غرف الدردشة، تم استخدام منهج المسح الإعلامي حيث تم إجراء دراسة ميدانية على عينة عمدية متاحة قوامها ٤٠٠ مفردة من المبحوثات مستخدمات غرف الدردشة من محافظة القاهرة في الفترة من؛ (مارس ٢٠٢٢ إلى فبراير ٢٠٢٣ م)، وأشارت الدراسة إلى نتائج أبرزها أن نسبة ٥٥.٧% من المبحوثات عينة الدراسة يستخدمن غرف الدردشة دائماً، كما توصلت نتائج الدراسة إلى مجيء دافع "الحصول

على معلومات حول الموضوعات والقضايا الحياتية" في الصدارة بوزن نسبي بلغ ٩٠% ، كما أكدت النتائج أن نسبة ٦٩% من المبحوثات يفضلن دخول غرف الدردشة العامة، وتوصلت النتائج أيضاً إلى مجيء "أوهام المرأة بالحب وإبتزازهم مادياً وعاطفياً" في صدارة السلبيات الناتجة عن استخدام المرأة لغرف الدردشة بوزن نسبي بلغ ٨٨.٢% ، بينما جاءت "منصة للتنفيس والترويح عن النفس" في صدارة الايجابيات الناتجة عن استخدام المرأة لغرف الدردشة بوزن نسبي بلغ ٨٩.٩% ، على حين جاء "زودتني بمعلومات عن الموضوعات والقضايا التي تهمني" في صدارة الاشباعات المتحققة من استخدام المرأة لغرف الدردشة بوزن نسبي بلغ ٨٨.٧%.

وهدفت دراسة إيمان ماهر (٢٠٢٢م) ^(٣٧) إلى رصد ومعرفة أثر تعرض المرأة المصرية للكوميكس علي مواقع التواصل الاجتماعي بالأخص الفيس بوك علي واقعها الأسري والتعرف علي مدى إدراكها لمضمون الكوميكس وتفاعلها معه والآثار التي حدثت في محيط أسرتها وتعاملها مع الواقع الأسري لها وقد تم التطبيق في ضوء نظرية التفاعلية الرمزية ونظرية الاستخدامات والتأثيرات، حيث تم إجراء دراسة ميدانية على عينة قوامها ٤٠٠ مفردة من المرأة المصرية، وأوضحت نتائج الدراسة الميدانية أن كثافة تعرض المرأة المصرية للكوميكس علي مواقع التواصل الاجتماعي كانت متوسطة وأن لديهم مستوى انتباه وإدراك لواقعية المضمون وتفاعل يتراوح بين متوسط وضعيف لدي النسبة الأكبر لأفراد العينة، كما أكدت النتائج وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين كثافة تعرض المرأة المصرية للكوميكس وطبيعة الواقع الأسري لها، وأوضحت نتائج الدراسة الميدانية وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين مستوى تفاعل المرأة المصرية مع الكوميكس وطبيعة الواقع الأسري لها.

كما سعت دراسة (Kim Fox & Yasmeen Ebada 2022) ^(٣٨) التعرف على كيفية استخدام المدونات الصوتيات المصريات للبودكاست وكيف تشكلت هويتهم النسوية وكيف يحصلون على معرفتهم النسوية، اعتمدت الدراسة على مقابلات متعمقة مع المدونات من أفراد العينة وتحليل خطاب لمضمون البودكاست محل الدراسة، أكدت



النتائج أن الهوية النسوية للمدونات الصوتيات المصريات محل الدراسة تجسدت بمعرفة غربية وذات أصول إفريقية، كما أشارت النتائج إلى أن إدراك المبحوثات الكبير للنسوية المصرية قد تحصلن عليها من خلال الجامعة والعمل، وأن إنتاج البودكاست بمعرفة وخلفية نسوية هي آلية تمكين لصانعي المحتوى الصوتي.

علاوة على ذلك ، استكشفت دراسة (٣٩) Philippa A. Shaw,et.al, (2022)

الآليات التي تتواصل من خلالها النساء مع المعلومات الصحية المقدمة من خلال القصص الصوتية عبر البودكاست وبحث كيفية ارتباط النساء بالبحث الصوتي بودكاست "انقطاع الطمث: غير مكتوم"، والذي قدم معلومات عن انقطاع الطمث في شكل سرد قصصي، حيث تم إجراء مقابلات شخصية شبه منظمة علي عينة متنوعة قوامها ٣٠ امرأة تتراوح أعمارهن بين ٤٠ و ٦٠ عامًا بالولايات المتحدة الأمريكية بعد الاستماع إلى البث الصوتي. غطت المقابلات آراء المشاركات وتصوراتهن للقصص المقدمة. كما تم تحليل النصوص موضوعيًا، أكدت نتائج الدراسة أنه تم تحديد (الأصالة والقدرة على التواصل) كآليتين رئيسيتين ارتبطت من خلالهما المبحوثات بالقصص الصوتية، بما يتفق مع نظرية السرد التي وضعها فيشر، كما أثبتت النتائج في الدراسة الحالية أن ارتباط المبحوثات بالبودكاست يعتمد على مدى ما وجدوه من أن محتوى القصص وخصائص رواة القصص ذات صلة وتمثيل لظروفهم. لذلك، أثرت الهوية الشخصية والثقافة على الطريقة التي تم بها تفسير القصص والتفاعل معها، بما يتفق مع نظرية السرد، وأشارت النتائج أيضاً إلى أن سلسلة البث الصوتي المستخدمة لتوصيل المعلومات الصحية حول انقطاع الطمث لاقت استحساناً إيجابياً، وكانت آلياتها متوافقة مع نظرية السرد لفيلشر و ارتبطت النساء بعمق بالمحتوى بسبب قوة الصوت، وشكل السرد، وإدراج رواة القصص الذين كانوا خبراء بالخبرة ، هذا وقد يؤدي زيادة تنوع رواة القصص ومحتوى القصة في البث الصوتي الصحي المستقبلي إلى تحسين مشاركة الجمهور.

وسعت دراسة زينب عبد العظيم (٢٠٢٢م)^(٤٠) إلى التعرف على استخدام المرأة الصعيدية لتطبيق التيك توك وأهم اسباب ودوافع استخدامها لهذا التطبيق والإشباع المتحققة منه، تم استخدام منهج المسح الإعلامي بتطبيق استمارة استبيان علي عينة عشوائية قوامها ٥٠٠ مفردة من المرأة الصعيدية بمحافظات "المنيا وسوهاج وأسوان"، أظهرت النتائج تغلب الدوافع النفعية على الدوافع الطقوسية بينما جاء في مقدمة الدوافع النفعية لاستخدام تطبيق التيك توك عبارة (التعرف على الثقافات الأخرى) بينما جاء في مقدمة الدوافع الطقوسية عبارة (للتسلية وقضاء وقت الفراغ)، كما جاءت أبرز الإشباع المتحققة للمرأة الصعيدية على الترتيب كالتالي (الثقافية - الصحية- الإخبارية - الإقتصادية - الإجتماعية - الدينية - السياسية - الترفيهية- أسرية- ذاتية) ، وتوصلت نتائج الدراسة إلى وجود علاقة ارتباطية طردية ذات دلالة إحصائية بين استخدام المرأة الصعيدية لتطبيق التيك توك والإشباع المتحققة منه .

بينما استهدفت دراسة هبة معوض (٢٠٢٢م)^(٤١) معرفة اتجاهات المبحوثات حول انعكاسات تعرضهن لقنوات اليوتيوب المتخصصة على النسق القيمي لديهن، تم إجراء دراسة ميدانية بتطبيق استمارة الاستبيان على عينة عشوائية قوامها ٢٥٠ مفردة من الفتيات من سن (١٨-٣٠ عاماً) ، أوضحت النتائج أنه جاءت أهم المضامين التي تقدمها قنوات اليوتيوب المتخصصة وتفضل المبحوثات متابعتها هي "الحوادث والجرائم" فقد جاءت في مقدمة المضامين وذلك بالترتيب الأول، وفي الترتيب الثاني جاءت "المضامين الدينية"، يليها بالترتيب الثالث "الأزياء والموضة"، بينما جاءت استجابات المبحوثات حول درجة الاهتمام بالموضوعات المقدمة عبر فيديوهات اليوتيوب بالقنوات المتخصصة للمرأة، بالترتيب الأول "الموضوعات الصحية للمرأة"، يليها بالترتيب الثاني "شؤون الموضة والأزياء والأناقة"، وجاءت "مواقف ترفيهية" بالترتيب الثالث، وأكدت النتائج وجود علاقة ارتباطية إيجابية بين تعرض الفتاة المصرية لقنوات اليوتيوب المتخصصة وتأثيرها على أبعاد النسق القيمي لديها، بينما أثبتت النتائج عدم وجود

فروق ذات دلالة إحصائية بين وظيفة المبحوثات (طالبة موظفة - حكومية موظفة قطاع خاص) وبين تأثير فيديوهات اليوتيوب المتخصصة على أبعاد النسق القيمي لديهن.

كما سعت دراسة إسراء سامي (٢٠٢١م)^(٤٢) التعرف على علاقة المرأة الريفية العاملة بمواقع التواصل الاجتماعي وذلك بالتطبيق على مواقع الفيسبوك والواتساب وتويتر واليوتيوب والانستغرام وتحديد علاقة المرأة الريفية بهما ونوعية المحتوى التي تتعرض له ودوافع استخدامها لمواقع التواصل الاجتماعي، حيث تم تطبيق استمارة استبيان على عينة قوامها ٤٠٠ مبحوثة من العاملات الريفيات اللاتي تستخدمن مواقع التواصل الاجتماعي من محافظتي الشرقية والمنيا، وأكدت نتائج الدراسة أن من أهم دوافع استخدام المبحوثات لمواقع التواصل الاجتماعي هو لغرض التواصل مع الأصدقاء والترفيه، وأن المرأة الريفية العاملة تلجأ لمواقع التواصل الاجتماعي لإشباع رغبتها بالحصول على معلومات تفيدها ولأجل التسوق والعمل، كما أظهرت النتائج أن علاقة المرأة الريفية بأسرتها تأثرت باستخدام مواقع التواصل الاجتماعي من ناحية إيجابية بأنها جعلت التواصل سهلاً مع أفراد الأسرة المقيمين بعيداً وبالتالي تقوية العلاقات معهم، ومن ناحية سلبية أن حضور المبحوثات في التجمعات العائلية بدأ يقل بسبب استخدامهن لمواقع التواصل الاجتماعي.

و استهدفت دراسة^(٤٣) Fakhar Shahzad ,et.al,(2021) التعرف على أثر استخدام النساء رائدات الأعمال في باكستان لوسائل التواصل الاجتماعي في وقت متأخر من الليل في إحداث ضغوط نفسية (انتهاك الخصوصية والضغط التكنولوجي) لهن مما يؤثر على نتائجهن السلوكية (المشاركة المعرفية)، اعتمدت الدراسة علي منهج المسح باستخدام استطلاع رأي عبر الإنترنت حيث تم تطبيق استمارة استبيان علي عينة عشوائية قوامها ٢٢٥ سيدة رائدة أعمال من قطاع الشركات الصغيرة والمتوسطة الحجم في باكستان في الفترة من (ديسمبر ٢٠١٩ حتي فبراير ٢٠٢٠م)، أثبتت النتائج أن استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في وقت متأخر من الليل يقلل من المشاركة المعرفية لرائدات الأعمال من خلال زيادة مستويات الإجهاد التكنولوجي وانتهاك

الخصوصية، كما أشارت النتائج إلي وجود علاقة ذات دلالة إحصائية عند (٠.٠٠٤) وتشير هذه القيم إلى أن الضغوط النفسية (انتهاك الخصوصية والضغوط التكنولوجية) يتوسطان بشكل كبير وسلبى في العلاقة بين استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في وقت متأخر من الليل والمشاركة المعرفية لرائدات الأعمال في باكستان.

بينما أوضحت دراسة (J.Sedlacek 2020) (٤٤) أثر التعرض لمحتوى اليوتيوب على تشكيل القيم المجتمعية للفتيات، اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي ذو التصميم النوعي، وتم تطبيق استمارة استبيان على عينة عمدية تتكون من ٥٢ فتاة في مرحلة المراهقة (ما بين ١٢-١٥ عاماً) من جمهورية التشيك، تم اختيارهن بناءً على التعرض المكثف لقنوات اليوتيوب، كما أجريت دراسة تحليلية على عينة عمدية قوامها ١١ قناة يوتيوب تقدم محتوى مخصصاً للفتيات المراهقات، حيث تم اختيارها بناءً على عدد المشاركين والتفاعل مع محتواها. وأسفرت النتائج عن مستويات مرتفعة من تأثير القيم لدى الفتيات نتيجة لمشاهدة محتوى قنوات اليوتيوب، حيث كانت أكثر القيم تأثراً هي القيم الاجتماعية، تلتها القيم السلوكية ثم الثقافية. بالإضافة إلى ذلك، كانت العوامل الوسيطة في تأثير محتوى قنوات اليوتيوب تشمل التفاعلية، مصدر التأثير، وجاذبية المحتوى.

وهدفت دراسة أميرة محمد محمود (٢٠١٨م) (٤٥) رصد استخدامات المرأة المصرية للشبكات الاجتماعية والشبكات المتحركة من ذلك وكذلك التعرف على عادات وأنماط استخدام المرأة المصرية لهذه الشبكات، تم استخدام منهج المسح الإعلامي بتطبيق استمارة استبيان على عينة حصرية غير احتمالية قوامها ٤٤٤ مفردة من طالبات وموظفات وربات البيوت بمحافظة القاهرة والجيزة، أكدت نتائج الدراسة أن النسبة الأكبر من المبحوثات تفضل الفيسبوك في المرتبة الأولى يليها الانستجرام وتويتر يليها اليوتيوب، كما أشارت النتائج أن النسبة الأكبر من المبحوثات يستقن بشكل كبير من الشبكات الاجتماعية في تحقيق المهام الخاصة بالعمل بشكل سريع ومنظم بجانب الاستفادة في زيادة المعارف في مجالات التخصص العلمية والعملية ومتابعة الأخبار



المحلية والعالمية بشكل عام وأخبار وأوضاع المرأة بشكل خاص، كما أن النسبة الأكبر من المبحوثات لهم صدى مرتفع نحو الدوافع النفسية والطقوسية للتعرض للشبكات الاجتماعية.

التعليق على الدراسات السابقة:

من خلال استعراض الدراسات السابقة التي قسمت على محورين يتضح ما يلي:

١- من حيث الموضوعات والأهداف :

- من الاستعراض السابق نجد أن معظم الدراسات العربية والأجنبية الخاصة بالبودكاست تنوعت موضوعاتها ما بين تحليل محتوى البودكاست ، ودراسة أنماط استهلاك ودوافع تعرض المبحوثين للبودكاست والاشباع المتحققة لديهم من هذا التعرض ، وكذلك رصد مدى مصداقية برامج البودكاست كمصدر للمعلومات والأخبار وقياس مدى ثقة الجمهور فيها و العوامل المؤثرة على استخدام المبحوثين للبودكاست وأهميته كوسيلة إعلامية جديدة بالنسبة إليهم ، ودوره في إثراء محتوى المواقع الإلكترونية للمؤسسات الإعلامية.
- كما ركزت معظم الدراسات العربية التي تناولت تعرض المرأة للوسائل الإعلامية المختلفة على تعرضها للمحتوى الدرامي واليوتيوب ومواقع التواصل الاجتماعي مثل الفيسبوك والتيك توك ولم تتناول تعرضها للتطبيقات التكنولوجية الحديثة مثل البودكاست وغيرها .
- بينما ركزت الدراسات الأجنبية التي تناولت علاقة المرأة بالبودكاست على استخدام المرأة للبودكاست كوسيلة للترويج لأعمالهن وكمصدر للمعلومات الصحية الخاصة بهن ، بينما لم تتعمق في تأثير البودكاست كوسيلة إعلامية حديثة تؤثر على وعي المرأة.

■ وبناءً على ما سبق اتضح للباحثة قيام العديد من الدراسات بتحليل محتوى البودكاست وأهم القضايا التي تذاغ عبره ولم تقم بقياس العلاقة بين مدي التعرض للبودكاست ومستوى وعي أفراد العينة بهذه القضايا المعروضة ، وعلى الرغم من تأكيد معظم الدراسات السابقة على أهمية البودكاست كوسيط إعلامي جديد وأنه في انتشار مستمر مما زاد من أهميته كمصدر للمعلومات لدى معظم فئات الجمهور، إلا أنها لم تتناول تأثيره على وعي الجماهير وخاصة المرأة كفئة نوعية مهمة في المجتمع، وهو ما قامت به الدراسة الحالية بدراسة مدي تأثير التعرض للبودكاست على مستوى وعي المرأة المصرية بالقضايا المجتمعية ، وعلى هذا تعد الدراسة الحالية في إطار الدراسات الأخرى دراسة استكمالية للتراث العلمي لسد الفجوة العلمية في الدراسات التي تتناول البودكاست بشكل عام والوعي بالقضايا المجتمعية بشكل خاص.

٢- من حيث المداخل والأطر النظرية :

رغزت أغلب الدراسات السابقة في إطارها النظري على نظرية الاستخدامات والإشباع لدراسة استخدامات المتلقين ودوافع التلقي والإشباع المتحققة منها، كما استخدمت بعض الدراسات السابقة نموذج تقبل التكنولوجيا ونظرية ثراء الوسيلة الإعلامية واعتمدت دراستين فقط على نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام ، واعتمدت معظم الدراسات التحليلية على نظرية ترتيب الأولويات ونظرية الأطر والنموذج البنائي للمصادقية ، وبناءً على ما سبق اعتمدت هذه الدراسة على نظرية ثراء الوسيلة الإعلامية ونظرية الاعتماد على وسائل الإعلام لمعرفة التأثيرات الناتجة عن اعتماد الأفراد على الوسائل الإعلامية كالتأثيرات المعرفية والوجدانية والسلوكية ومعرفة أيضاً مدى ثراء البودكاست كوسيلة إعلامية جديدة.



٣- من حيث المنهج:

اعتمدت أغلب الدراسات السابقة على منهج المسح بشقيه التحليلي أو الميداني توافقاً مع طبيعة الدراسات الإعلامية والتي تعد في أغلبها دراسات وصفية، وبناءً عليه اعتمدت الدراسة الحالية على منهج المسح توافقاً مع أهداف الدراسة وتساؤلاتها.

٤- من حيث العينة:

تنوعت العينات التي اعتمدت عليها الدراسات السابقة ما بين عينات عشوائية وعمدية ومتاحة ، وتمثلت العينات البشرية التي تم تطبيق الدراسات عليها ، حيث تم تطبيق معظم الدراسات الخاصة بالبودكاست على الجمهور العام والشباب والنخبة وقامت قلة من الدراسات الأجنبية بدراسة تعرض المرأة للبودكاست ولكنها لم تتطرق إليه كوسيلة مؤثرة على وعي المرأة ، بينما لم تتطرق الدراسات العربية لعلاقة المرأة كجمهور متخصص بإذاعات البودكاست ، كما اعتمدت بعض الدراسات السابقة على تحليل عينة من برامج البودكاست المختلفة بحسب متطلبات كل دراسة، ومن هنا اعتمدت الدراسة الحالية على عينة عمدية من جمهور المرأة المصرية من الفئات العمرية ما بين ١٨ عاماً حتى ٥٠ عاماً فأكثر.

٥- من حيث أدوات جمع البيانات:

تنوعت الأدوات المستخدمة لجمع البيانات في الدراسات السابقة التي تناولت التعرض للبودكاست بصفة عامة وتعرض المرأة لوسائل الإعلام المختلفة بصفة خاصة ، فبعض الدراسات استخدمت أداة صحيفة الاستبيان، كما استخدمت دراسات أخرى المقابلة والاستبيان كأدوات لجمع البيانات، والبعض الآخر من الدراسات استخدم تحليل المضمون للمحتوى المقدم عبر البودكاست، واعتمدت الدراسة الحالية على الاستبيان باعتباره من أنسب الأدوات لجمع البيانات، حيث تم استخدام استمارة الاستبيان على العينة البشرية المستخدمة في الدراسة.

أوجه الاستفادة من الدراسات السابقة:

- جاءت الدراسات متنوعة من حيث الهدف والأهمية والعينة والأدوات المستخدمة مما أفاد الباحثة في فهم أبعاد المشكلة البحثية وتحديدًا، وصياغة فروضها وتساؤلاتها بشكل دقيق.
- استفادت الباحثة من الدراسات السابقة في تحديد الإطار النظري المناسب لطبيعة الدراسة الحالية وفي تحديد حجم العينة وطريقة سحبها وأداة جمع البيانات والمتغيرات الديموغرافية التي قد تؤثر في نتائج الدراسة.
- أفاد التنوع في الدراسات السابقة في تفسير نتائج الدراسة الميدانية الحالية ومقارنة نتائجها مع ما تم التوصل إليه من نتائج الدراسات السابقة، وإضافة أبعاد أخرى لشرح نتائج الدراسة الحالية.

الإطار النظري للدراسة:

تعتمد الدراسة على نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام ونظرية ثراء الوسيلة

أولاً: نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام: "Media Dependency"

يفترض المدخل الذي قدمه كل من ديفلير وبول روكيتش عام ١٩٧٦ م بأن اعتماد الفرد على المعلومات المقدمة من خلال وسائل إعلامية محددة يتم لتحقيق أهداف محددة؛ لذا يُعد من أحد المداخل التي تشكل علاقة الجمهور مع وسائل الإعلام، حيث تُعد درجة اعتماد أفراد الجمهور على وسائل الإعلام هي الأساس لفهم تأثير الرسائل الإعلامية على المعتقدات والمعارف والشعور والسلوك، وتؤكد النظرية أنه كلما زاد اعتماد الجمهور على وسائل الإعلام كلما زاد استخدامه لها كلما زادت أهميتها بالنسبة له وتأثيرها عليه^(٤٦).



وتقوم هذه النظرية على أنه في المجتمع الحديث أعضاء من الجمهور يعتمدون على وسائل الإعلام في تكوين وعيهم ومعارفهم واتجاهاتهم نحو ما يحدث في مجتمعاتهم، ومن ثم يكون لوسائل الإعلام تأثيراً كبيراً على الأفراد، ومن منظور المجتمع الكبير كلما زاد اعتماد الناس على وسائل الإعلام، كلما أصبح لها دوراً محورياً في المجتمع، فأحد الاستنتاجات المترتبة على هذه النظرية هي أن الأفراد الأكثر اعتماداً على وسائل الإعلام يكونوا أكثر استعداداً للتأثر بها في تنمية وعيهم وتغيير معتقداتهم وسلوكياتهم^(٤٧).

الفروض الرئيسية التي تقوم عليها نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام:

يتمثل الفرض الرئيسي لنظرية الاعتماد في قيام الفرد بالاعتماد على وسائل الإعلام لإشباع احتياجاته من خلال استخدام الوسيلة، وكلما لعبت الوسيلة دوراً مهماً في حياة الأشخاص زاد تأثيرها وأصبح دورها أكثر أهمية ومركزية، وبذلك تنشأ العلاقة بين شدة الاعتماد ودرجة تأثير الوسيلة لدى الأشخاص، وكلما زادت المجتمعات تعقيداً ازداد الاعتماد على وسائل الإعلام^(٤٨).

كما تقوم النظرية على عدد من الفروض الفرعية تتمثل كالآتي:

- ١- وجود علاقة اعتماد متبادلة بين الجمهور ووسائل الإعلام والمجتمع، وهي التي تحدد مباشرة كثير من التأثيرات التي تحدثها وسائل الإعلام في الجمهور والمجتمع^(٤٩).
- ٢- كلما زادت درجة عدم استقرار النظام الاجتماعي، زاد اعتماد الجمهور على وسائل الإعلام في الحصول على المعلومات، وبهذا تؤثر درجة استقرار المجتمع وتوازنه على زيادة أو قلة درجة الاعتماد على وسائل الإعلام^(٥٠).
- ٣- تزداد درجة الاعتماد على وسائل الإعلام في حالة قلة القنوات البديلة للمعلومات، أما في حالة وجود مصادر معلومات بديلة سيقبل اعتماد الجمهور على وسائل الإعلام^(٥١).

٤- تؤثر طبيعة الاختلافات بين قطاعات الجمهور الذي يختلف مستويات اهتمامه بالقضايا المختلفة حسب مستوى تعليمه ودرجة وعيه، على الاختلاف في درجة الاعتماد على وسائل الإعلام^(٥٢).

٥- كلما زادت الحاجة إلى المعلومات كلما زادت درجة اعتماد الجمهور على وسائل الإعلام واستخدامه لها كلما زادت أهميتها بالنسبة له وتأثيرها عليه^(٥٣).

آثار الاعتماد على وسائل الإعلام :

وفقا لمفهوم نموذج الاعتماد على وسائل الإعلام يوجد علاقة تأثيرية متبادلة فيما بين الإعلام و المجتمع والجمهور ينشأ عن هذه التفاعلات مجموعة من التأثيرات متمثلة في التأثير المعرفي cognitive و الوجداني affective و السلوكي behavior^(٥٤) ، وهي كالاتي:

- التأثيرات المعرفية: Cognitive Effect

تتميز التأثيرات المعرفية عن تلك التأثيرات التي تؤثر على السلوك بشكل صريح وواضح، وتتمثل في مجالات عديدة، هي: تجاوز مشكلة الغموض الناتجة عن تناقض المعلومات التي يتعرض لها الفرد أو نقصها أو عدم قدرتها على تقديم التفسيرات الممكنة للظاهرة، كما أن هناك تأثيرات معرفية في تشكيل الاتجاهات، وفي تحديد وترتيب أولويات اهتمام المتلقين بالنسبة للموضوعات أو الأفكار التي تنشرها وسائل الإعلام، بالإضافة إلى التأثير على نظم معتقدات الأفراد عن طريق زيادتها، وكذلك قيمه^(٥٥).

- التأثيرات الوجدانية: Affective Effect

هي تلك العمليات الوجدانية التي تشير للفئات المختلفة من المشاعر والعواطف والمكونات الأساسية من الحب والكراهية وغيرها، ويظهر هذا التأثير عندما تقدم معلومات معينة من خلال الرسائل الإعلامية تؤثر على مشاعر الأفراد واستجاباتهم،



ومن أمثلة هذه التأثيرات : الفتور العاطفي، والقلق والخوف والتأثيرات الأخلاقية والمعنوية أو تحقيق الدعم المعنوي والاعتراب^(٥٦).

- التأثيرات السلوكية: Behavioral Effect

حصر ميلفن ديفلير وركيتش الآثار السلوكية لاعتماد الفرد على وسائل الإعلام في سلوكين أساسين هما: التنشيط والخمول، فالتنشيط يعني قيام الفرد بعمل ما نتيجة التعرض للوسيلة الإعلامية وهو المنتج النهائي لربط الآثار المعرفية والوجدانية، والخمول يعني عدم النشاط وتجنب القيام بالفعل، وقد يحدث ذلك نتيجة لتغطية إعلامية مبالغ فيها تدفع الفرد إلى عدم المشاركة نتيجة الملل^(٥٧).

وقد أوضحت روكيتش ١٩٩٨ الآثار المترتبة على نمو وسائل الإعلام الرقمية وتوقعت تأثيراتها على وسائل الإعلام التقليدية وبالتالي زيادة اعتمادية الأفراد عليها ، ولذا فقد ازدادت في الأعوام الأخيرة أهمية البحوث التي تسعى لدراسة مدى الاعتماد على وسائل الإعلام الرقمية في الحصول على المعلومات وتأثير ذلك على الأفراد^(٥٨).

أهداف اعتماد الجمهور على وسائل الإعلام^(٥٩) :

يعتمد الجمهور على وسائل الإعلام لتحقيق الأهداف الآتية :

(١) الفهم ويشمل فهم العالم الاجتماعي من حولنا والمعاني السائدة فيه والتعلم والحصول على خبرات متعددة، مما يساعد على التعرف على أشياء عن العالم أو البيئة المحيطة وتفسيرها.

(٢) التوجيه : عن طريق توجيه الانسان لاتخاذ القرارات المناسبة، وذلك تقوم به وسائل الإعلام من خلال تقديم تفسيرات للأفراد.

(٣) التسلية : وتشمل الاسترخاء والجلوس في عزلة والتسلية الاجتماعية مثل الصحة الاجتماعية كوسيلة للهروب من مشكلات الحياة اليومية.

في الواقع ، فإن اعتماد الأفراد على المؤسسة الإعلامية في المجتمعات الحديثة يفوق أي اعتماد آخر على أية مؤسسة أخرى، فهي التي تمدهم بالمعرفة والمعلومات والأخبار بكافة أشكالها وأنواعها، محلياً وخارجياً، وهي التي تعمل على توجيه سلوكهم وتيسير تفاعلهم الاجتماعي، ويرى (جان بودريارد) أن وسائل الاعلام والاتصال عملت على إدخال تغييرات جوهرية وإحداث تحولات جذرية غير مسبوقة في حياة الناس بسبب التطور المذهل الذي طرأ على صناعة الاتصال الجماهيري^(٦٠) .

كما يؤكد (بودريارد) على دور وسائل الاعلام والاتصال الالكترونية الحديثة وأهميتها في المجتمعات المعاصرة ، ليقول بأن هذه الوسائل باتت تتغلغل في كل منحنى من مناحي حياتنا اليومية، وتهيمن على أفكارنا وقيمنا وعالمنا كله^(٦١) .

تطبيق نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام في الدراسة الحالية: تصنف الدراسة الحالية من دراسات التأثير والتي تشرح دور البودكاست كوسيلة إعلامية رقمية في التأثير على مستوي وعي المرأة المصرية بالقضايا المجتمعية، وتعد نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام من أنسب النظريات التي تقيس التأثيرات المختلفة لوسائل الإعلام وذلك لأنها تفيد الباحثة في :

١- معرفة مدى اعتماد المرأة المصرية على البودكاست كمصدر للمعلومات عن القضايا المجتمعية مما يؤثر على مستوى وعيها بهذه القضايا وفقاً للفرضية الرئيسية لهذه النظرية التي تقوم على أنه كلما زاد اعتماد الأفراد على وسائل الإعلام كلما أصبحت ذات دوراً أهم في حياته ومن ثم يكون لها تأثيراً كبيراً عليه .

٢- معرفة التأثيرات المعرفية والوجدانية والسلوكية الناتجة عن اعتماد المرأة المصرية على البودكاست كمصدر للمعلومات عن القضايا المجتمعية.

ووظفت الباحثة هذه النظرية لأنها تناسب المشكلة البحثية، وأهدافها، وتسأولاتها، وذلك لأنها من أحدث نظريات التأثير المعتدل بين وسائل الإعلام والجمهور والمجتمع



ككل، لكونها نظرية شاملة تقدم رؤية تكاملية، وقد أضافت النظرية مفهوم التأثير المتبادل بين المجتمع ووسائل الإعلام فهي تعكس الميل السائد في العلوم الاجتماعية الحديثة التي تنظر للحياة كمنظومة مركبة من العناصر المتفاعلة وليست نماذج منفصلة عن الأسباب والنتائج ، كما اعتمدت الباحثة على افتراضاتها في صياغة فروض الدراسة وفي تفسير ما توصلت إليه من نتائج .

ومن خلال ما سبق عرضه يمكن توظيف هذه النظرية في البحث موضع الدراسة لكونه يتفق مع أهداف الدراسة، حيث تتفق الأهداف التي تسعى الدراسة إلى تحقيقها مع أحد الاستنتاجات المترتبة على هذه النظرية وهي أن الأفراد الأكثر اعتماداً على وسائل الإعلام يكونوا أكثر استعداداً بالتأثر في تغيير معتقداتهم وسلوكياتهم، وبالتالي التأثير على وعيهم، وهو ما تسعى الدراسة إلى الكشف عنه من حيث التعرف على مدى اعتماد المرأة المصرية على البودكاست كمصدر للمعلومات ودور البودكاست في تشكيل وعي المرأة بالقضايا المجتمعية من حيث التأثير على معارفها وإدراكها بالقضايا المجتمعية المختلفة وتحفيزها على تبني سلوكيات محددة نحو هذه القضايا.

ثانياً: نظرية ثراء الوسيلة "Media Richness Theory":

عرف Daft & Lengel نظرية ثراء وسائل الإعلام أنها القدرة على تسهيل الفهم المشترك خلال فترة زمنية محددة بمعنى أن وسائل الاتصال التي يمكنها التغلب على الأطر المرجعية المختلفة أو توضيح الأمور الغامضة لتغيير الفهم خلال فترة زمنية مناسبة تعتبر وسائل اتصال ثرية. بينما وسائل الاتصال التي تتطلب وقتاً طويلاً لتمكين أطراف العملية الاتصالية من الفهم ولا تستطيع التغلب على وجهات النظر المختلفة تعتبر منخفضة الثراء وهذا يعني أن ثراء الوسيلة يشير إلى قدرتها على تسهيل الفهم والمعاني المشتركة^(٦٢) ، بل إن هذا الثراء له مفهومان ثراء الوسيلة المرتبط بقدرتها على معالجة المعلومات وثراء المعلومات الذي يشير إلى قدرة الرسالة على تغيير الفهم في فترة زمنية معينة^(٦٣) .

وتستخدم نظرية ثراء وسائل الإعلام Media Richness Theory لدراسة معايير الاختيار بين الوسائل الإعلامية والتكنولوجية وفقاً لدرجة ثرائها المعلوماتي، وتوضح أن فعالية الاتصال تعتمد على القدر الذي نستخدم به الوسيلة، وتفترض هذه النظرية أن الوسائل الإعلامية لديها القدرة على حل الغموض الذي يواجه الجمهور وأن الوسيلة الإعلامية التي توفر رجوع الصدى هي الأكثر ثراءً حيث تصف نظرية ثراء الوسيلة كيف يمكن لوسائل الاتصال أن تحمل المعلومة الواضحة أو الرمزية من خلال رسالة بعينها من مرسل محدد وتختلف وسائل الاتصال في ثرائها من حيث قدرتها على نقل المعلومة الكافية، وتقليل أو إزالة الغموض في الرسالة الإعلامية^(٦٤) .

وتنص نظرية ثراء الوسيلة على أن جميع قنوات الاتصال تمتلك خصائص معينة تجعلهم أقل أو أكثر ثراءً ، وأحد أهم أهداف اختيار وسيلة اتصال هي تقليل غموض الرسالة إذا كانت الرسالة غير واضحة وغامضة، وبالتالي تكون أكثر صعوبة على مستقبل الرسالة لفك شفرتها، فكلما كانت الرسالة غامضة كلما زادت الحاجة إلى الإشارات والمعطيات اللازمة لفهمها^(٦٥) .

ولذلك يمكن اعتبار وسائل الإعلام بدون وسائل التواصل الاجتماعي عبر الإنترنت غير مواكبة، محدودة وغير مناسبة للتفاعل المجتمعي، خاصة بعد ظهور وانتشار التطبيقات المرئية والمسموعة، وبالتالي فإن الوسيلة الإعلامية التي تعتمد على التطبيقات والروابط المرئية والمسموعة عبر الإنترنت تحقق تفاعلاً مجتمعياً أكبر^(٦٦) .

فروض نظرية ثراء الوسيلة^(٦٧) :

الفرض الأول : أن وسائل الإعلام تمتلك قدراً كبيراً من المعلومات، فضلاً عن تنوع المضامين المقدمة لتلك المعلومات ، وبالتالي تستطيع وسائل الإعلام التغلب على الغموض والالتباس لدى الأفراد، في حال تعرضهم لتلك الوسائل.

الفرض الثاني : الأشخاص دائماً في حاجة إلى الكشف عن الغموض والالتباس من خلال العملية الاتصالية، ولذلك فإنهم يستخدمون وسائل اتصالية معينة دون غيرها.

معايير نظرية ثراء الوسيلة^(٦٨):

هناك أربعة معايير أساسية لترتيب ثراء الوسيلة الإعلامية، مرتبة من الأعلى إلى الأقل من حيث درجة الثراء الإعلامي، لتتبع قدرة هذه الوسيلة الإعلامية على إزالة الغموض الذي يلحق بالمؤسسات وهي:

أولاً: سرعة رد الفعل أو رجع الصدى السريع المباشر ، **ثانياً:** قدرة الوسيلة على نقل الإشارات المختلفة مثل لغة الجسم ونغمة الصوت وتغيير درجة الصوت باستخدام التقنيات التكنولوجية الحديثة مثل الوسائط المتعددة ، **ثالثاً:** التركيز الشخصي على الوسيلة ، **رابعاً:** استخدام اللغة الطبيعية.

ووفقاً لهذه المعايير فإن البودكاست ينطوي على الكثير من عوامل الثراء من حيث إمكانيةه على فورية رجع الصدى وسهولته، ومن حيث تعدد الأشكال الإعلامية التي يمكن من خلالها توصيل الرسالة الاتصالية من المصدر إلى المتلقي^(٦٩) .

المتغيرات المؤثرة في نظرية ثراء الوسيلة^(٧٠) :

أشار العديد من العلماء أن هناك العديد من المتغيرات المؤثرة في ثراء وسائل الإعلام والتي ترتبط بشكل أو بآخر بعناصر العملية الاتصالية ويعد نموذج (Kilsoosuh 1999) أحد النماذج المهمة التي أوضحت المتغيرات التي تتوقف عليها المهمة الاتصالية:

١- التفاعل الذي تحدته وسائل الإعلام المختلفة يتوقف على مدى ملائمة الوسيلة المستخدمة للوظيفة التي تقوم بها.

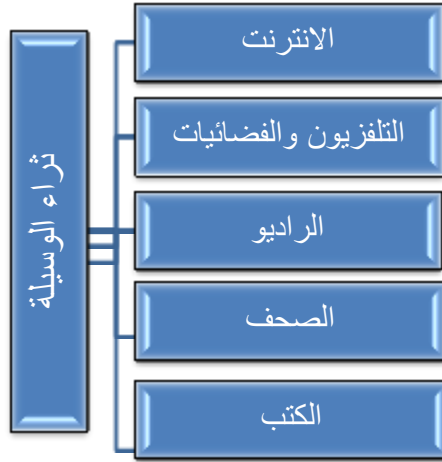
٢- يتوقف الأداء الوظيفي لوسائل الإعلام على عاملين أساسيين :

- جودة القرار التي يقصد بها تمتع الوسيلة الإعلامية التي تم اختيارها لأداء وظيفة ما والتي تكفل لها تحقيق الجودة الناتجة عن الاختيار.
- توقيت القرار وهو اختيار الوسيلة المناسبة في التوقيت المناسب لاستخدامها.

- ٣- تتوقف معايير اختيار الوسيلة الإعلامية على درجة ثرائها معلوماتياً.
- ٤- يظهر نجاح وسائل الاتصال المختلفة في أداء مهمتها الوظيفية من خلال الرضا عن العملية الاتصالية.
- ٥- تتوقف فاعلية وسائل الإعلام على عدد من العوامل منها العقلانية والقدرة على التفاعل

• وقد أضاف الباحثون متغيرات مستحدثة في إطار تطبيق نظرية ثراء الوسيلة الإعلامية في مجالات متنوعة منها : سهولة الوصول للوسيلة، سرعة الوصول للوسيلة، الثقة في الوسيلة الاتصالية، الخبرة السابقة بالوسيط، التكلفة المالية، وهذا التطوير في النظرية يرجع للتغيرات والتطوير الحادث في وسائل الإعلام^(٧١).

ورتب MOKE وسائل الاعلام وفقا لدرجة ثرائها من الأعلى للأقل في الشكل التالي^(٧٢):



شكل (٢)

يوضح ترتيب MOKE لدرجة ثراء الوسائل الجماهيرية

تطبيق نظرية ثراء الوسيلة في الدراسة الحالية:

ترتكز الفكرة الرئيسية للنظرية أن درجة ثراء وسائل الإعلام تتحدد وفقاً لقدرتها على تيسير عملية الفهم للمتلقي ومن حيث قدرتها على نقل رجوع الصدى الفوري ونقل الإيماءات المتعددة وغيرها، وتساعد نظرية ثراء الوسيلة في قياس التفاعل من قبل عينة الدراسة المتمثلة في المرأة المصرية مع البودكاست كمصدر للمعلومات التي تحتاج إليها حول القضايا المجتمعية، حيث يتمكن الجمهور من الاختيار والتفرقة بين الوسائل الإعلامية على أساس درجة ثرائها .

حيث تذهب نظرية ثراء وسائل الإعلام إلى أن اكتساب المعلومات يتأثر بالتوافق بين قدرات الوسيلة والمحتوى المقدم بها ووسائل الإعلام الأكثر ثراءً (مثل تلك التي لديها القدرة على نقل الصوت والصورة والفيديو، أو القدرة على الاتصال ثنائي الاتجاه) تكون أفضل مقارنة بوسائل الإعلام الأقل ثراءً^(٧٣) ،

وفي ضوء نظرية ثراء الوسيلة، يمكن تفسير أهم عوامل الثراء التي يحتاج إليها أفراد العينة والتي ستساعدها على تشكيل وعيها نحو القضايا المجتمعية بالبودكاست:

- أ- ثراء الوسيلة والذي سيؤدي إلى إزالة الغموض والالتباس من خلال توضيح كافة المعلومات المتعلقة بالقضايا المجتمعية .
- ب- إتاحة رجوع الصدى والذي يمكننا من معرفة رد فعل المتابعين من خلال تعليقاتهم على المعلومات المقدمة عن القضايا المجتمعية بحلقات البودكاست .
- ت- استخدام لغة طبيعية واضحة في عملية الاتصال حول القضايا المجتمعية والتي تجعل الجمهور يشعر بالثقة والارتياح للمعلومات المقدمة له حول القضايا المجتمعية.

ث- استخدام محتوى يجذب المتابعين وبالتالي يؤثر في وعيهم بالقضايا المجتمعية. ولذلك ووفقاً لمعايير نظرية الثراء فإن البودكاست ينطوي على الكثير من عوامل الثراء من حيث إمكانيته على رجوع الصدى وسهولة استخدامه وامتلاكه قدراتاً كبيراً من



المعلومات فضلاً عن تنوع المضمون المقدم من خلاله ومن ثم يستطيع البودكاست التغلب على الغموض والشك الذي ينتاب الكثير من الأفراد عند التعرض له كما أنه يتميز بسرعة رد الفعل وقدرته على نقل الإشارات المختلفة باستخدام تقنيات تكنولوجية حديثة والتركيز الشخصي على الوسيلة واستخدام اللغة الطبيعية، مما يساعد أفراد العينة على فهم أكثر للرسائل المقدمة عبر البودكاست ويزيد من تفاعلهم معها مما يؤدي إلى زيادة تأثيرها على اتجاهاتهم ومعتقداتهم ووعيهم.

وبالتالي استندت هذه الدراسة على هذه النظرية لاهتمامها بالسلوكيات الفردية المتعلقة بالتلقي وانتقاء المضامين المعروضة بما يتوافق مع ميول ورغبات مستخدمي البودكاست ومعرفة كيفية اختيارهم للرسالة بالاعتماد على عوامل ثراء الوسيلة التي يتمتع بها البودكاست، كما تمكن الجمهور من الاختيار والتفرقة بين الرسائل المقدمة على أساس درجة ثرائها في تحقيق أكبر قدر من التفاعل بين الوسيلة والجمهور.

أهمية الدراسة:

تنقسم أهمية الدراسة إلى:

أهمية نظرية تتمثل في :

- ١- تسليط الضوء على أهمية البودكاست كأحد التطبيقات الحديثة لوسائل الإعلام الجديد وتأثيرها على الأفراد.
- ٢- انتشار البودكاست في الوطن العربي ومصر بشكل كبير في مقابل قلة عدد الدراسات التي تناولت البودكاست وأهمية تأثيره على مستوى وعي الأفراد، برغم ما أكدته الإحصائيات من اتساع دائرة انتشاره وازدياد أهميته وتأثيره على الجمهور.



٣- تتبع أهمية الدراسة من أهمية الفئة التي يتم تطبيق الدراسة عليها وهي المرأة المصرية والتي حظيت باهتمام وسائل الإعلام الجديد حيث تعد وفقاً للعديد من الدراسات من أكثر الفئات تعرضاً لهذه الوسائل واستخداماً لها.

أهمية تطبيقية تتمثل في :

- ١- تقدم الدراسة للقائمين على صناعة البودكاست مؤشرات عن كثافة تعرض المرأة المصرية للبودكاست ودوافع تعرضها وأهم الموضوعات والقضايا التي تفضل متابعتها عبر هذه الإذاعات ، مما يساعدهم على تطوير هذه الإذاعات بما يتماشى مع رغبات المستخدمين واحتياجاتهم ويسهم في تطوير المحتوى الخاص بهم .
- ٢- توفير قاعدة معلومات علمية دقيقة وحديثة عن سمات وخصائص المرأة المصرية التي تتعرض لإذاعات البودكاست.
- ٣- تساعد الباحثين والأكاديميين في الحصول على المعلومات والدراسات التي تبحث في العلاقة بين تعرض المرأة للبودكاست وأثر هذا التعرض على وعيها بالقضايا المجتمعية، بالإضافة لتقديمها إطاراً مرجعياً ومعلوماتياً للأحداث .

أهداف الدراسة:

- ١- قياس معدلات تعرض المرأة المصرية عينة الدراسة للبودكاست.
- ٢- تحديد نوعية المضمون التي تفضل المرأة المصرية عينة الدراسة متابعتها عبر البودكاست.
- ٣- الكشف عن أهم التطبيقات والمنصات المفضلة لدى المرأة المصرية عينة الدراسة لمتابعة البودكاست عبرها.
- ٤- التعرف على الأنشطة التي تقوم بها المرأة المصرية عينة الدراسة أثناء استماعها للبودكاست.

- ٥- إبراز أهم المصادر الإعلامية التي تتابع المرأة المصرية عينة الدراسة من خلالها القضايا المجتمعية.
- ٦- الكشف عن أهم دوافع تعرض المرأة المصرية عينة الدراسة للبودكاست .
- ٧- تحديد مدى اعتماد المرأة المصرية عينة الدراسة على البودكاست كمصدر رئيسي للمعلومات المتعلقة بالقضايا المجتمعية، وتقييم تأثير هذا الاعتماد على مواقفها وآرائها .
- ٨- التعرف على مدى ثقة المرأة المصرية عينة الدراسة في البودكاست كمصدر للمعلومات عن القضايا المجتمعية.
- ٩- دراسة مدى اهتمام المرأة المصرية عينة الدراسة بالقضايا المجتمعية التي يتم تناولها في البودكاست، وتحليل أنماط تفاعلها مع هذه القضايا.
- ١٠- تحديد مدى ثراء البودكاست الذي تتابع المرأة المصرية عينة الدراسة من خلاله القضايا المجتمعية.
- ١١- رصد أهم إذاعات البودكاست التي تتابع المرأة المصرية عينة الدراسة من خلالها القضايا المجتمعية
- ١٢- تحديد أهم القضايا المجتمعية التي تتعرض لها المرأة المصرية عينة الدراسة عبر البودكاست.
- ١٣- تحديد مستوى الوعي بالقضايا المجتمعية الناتج عن تعرض المرأة المصرية عينة الدراسة للبودكاست، من خلال قياس مدى معرفتها بالقضايا المجتمعية التي يتم تناولها في البودكاست ومدى قدرتها على ربط هذه القضايا بالواقع الذي تعيش فيه.

تساؤلات الدراسة:

- ١- ما معدل تعرض المرأة المصرية عينة الدراسة للبودكاست؟
- ٢- ما نوعية المضمون التي تفضل المرأة المصرية عينة الدراسة متابعته عبر البودكاست؟
- ٣- ما أهم التطبيقات والمنصات المفضلة لدى المرأة المصرية عينة الدراسة لمتابعة البودكاست عبرها؟
- ٤- ما الأنشطة التي تقوم بها المرأة المصرية عينة الدراسة أثناء استماعها للبودكاست؟
- ٥- ما أهم المصادر الإعلامية التي تتابع المرأة المصرية عينة الدراسة من خلالها القضايا المجتمعية؟
- ٦- ما دوافع تعرض المرأة المصرية عينة الدراسة للبودكاست؟
- ٧- ما مدى اعتماد المرأة المصرية عينة الدراسة على البودكاست كمصدر للمعلومات عن القضايا المجتمعية، والتأثيرات الناتجة عن هذا الاعتماد؟
- ٨- ما مدى ثقة المرأة المصرية عينة الدراسة في البودكاست كمصدر للمعلومات عن القضايا المجتمعية؟
- ٩- ما مدى اهتمام المرأة المصرية عينة الدراسة بالقضايا المجتمعية التي يتم تناولها في البودكاست، وأنماط تفاعلها مع هذه القضايا؟
- ١٠- ما مدى ثراء البودكاست الذي تتابعه المرأة المصرية عينة الدراسة كوسيلة إعلامية في تناول القضايا المجتمعية؟
- ١١- ما أهم إذاعات البودكاست التي تتابع المرأة المصرية عينة الدراسة من خلالها القضايا المجتمعية؟

١٢- ما أهم القضايا المجتمعية التي تتعرض لها المرأة المصرية عينة الدراسة عبر البودكاست؟

١٣- ما مستوي الوعي بالقضايا المجتمعية الناتج عن تعرض المرأة المصرية عينة الدراسة للبودكاست؟

فروض الدراسة:

الفرض الأول: توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين معدل تعرض أفراد العينة للبودكاست ومستوي الوعي لديهم بالقضايا المجتمعية.

الفرض الثاني: توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين دوافع تعرض أفراد العينة للبودكاست ومستوي الوعي لديهم بالقضايا المجتمعية.

الفرض الثالث: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات أفراد العينة على مقياس الوعي بالقضايا المجتمعية نتيجة تعرضهم للبودكاست وفقا للمتغيرات الديموغرافية (السن/ المستوى التعليمي /المستوي الاقتصادي الاجتماعي).

الفرض الرابع: توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين مدى اعتماد أفراد العينة على البودكاست كمصدر للمعلومات عن القضايا المجتمعية.

- ومستوى وعيهم بالقضايا المجتمعية.
- وتوفر معايير ثراء الوسيلة (البودكاست)
- ومستوى ثقتهم في البودكاست كمصدر للمعلومات عن القضايا المجتمعية

الفرض الخامس: توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين مدى اعتماد أفراد العينة على البودكاست كمصدر للمعلومات عن القضايا المجتمعية والتأثيرات الناتجة عن هذا الاعتماد (المعرفية، الوجدانية، السلوكية).



نوع الدراسة: -

تعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية التي تستهدف دراسة ظاهرة معينة وتوصيفها ومعرفة كافة جوانبها ، وتصوير وتحليل وتقويم خصائص معينة أو موقف معين يغلب عليه صفة التحديد، أو دراسة الحقائق الراهنة المتعلقة بطبيعة ظاهرة أو موقف أو مجموعة من الناس أو الأحداث، وذلك بهدف الحصول على معلومات كافية ودقيقة عنها^(٧٤)، حيث تهدف هذه الدراسة إلى توفير البيانات والمعلومات حول معدل تعرض المرأة المصرية للبودكاست ومدى اعتمادها عليه كمصدر للمعلومات عن القضايا المجتمعية وتأثير ذلك على وعيها بالقضايا المجتمعية.

منهج الدراسة: -

اعتمدت الدراسة الحالية منهج المسح " Survey Method " والذي يعد المنهج الرئيسي لدراسة جمهور وسائل الإعلام في إطاره الوصفي أو التحليلي، ويسمح هذا المنهج بالتعرف على درجة وقوة العلاقات بين متغيرات الدراسة ومستويات التأثير بين هذه المتغيرات^(٧٥)، وهو المنهج الذي يتخطى عملية وصف السمات أو الخصائص إلى محاولة تفسير السلوك وعلاقتها بالخصائص أو السمات^(٧٦)، ويستهدف منهج المسح تسجيل وتحليل وتفسير كيفية تأثير التعرض للبودكاست على وعي المرأة المصرية بالقضايا المجتمعية، ونظراً لصعوبة إجراء مسح شامل على جميع مفردات المجتمع الأصلي فإن الدراسة ستعتمد على منهج المسح بالعينة^(٧٧).

مجتمع الدراسة: -

المجتمع هو مجموعة من الصفات المشتركة معاً في سمة أساسية، أو في بعض الخصائص المشتركة، ومن هنا يمكننا القول إن جميع المفردات التي تشترك في هذه الخصائص تمثل مجتمعاً معيناً^(٧٨) ، وفي الدراسة الحالية يتمثل مجتمع الدراسة الميدانية في جمهور المرأة المصرية من الفئات العمرية ما بين ١٨ عاماً حتى ٥٠ عاماً فأكثر.

عينة الدراسة:

تمثلت عينة الدراسة في عينة عمدية قوامها (٤٠٩) مفردة من جمهور المرأة المصرية اللاتي يتابعن البودكاست ويتعرضن للمحتوى المقدم عبره في الفترة ما بين ٢٠٢٤/٩/١٥ حتى ٢٠٢٤/١٠/١٥ ، وكان توصيف عينة الدراسة كما يلي:

جدول رقم (١)

توزيع العينة وفقاً لخصائصها الديموغرافية

المتغيرات	الفئات	التكرار	النسبة
العمر	من ١٨ إلى أقل من ٢٥	٢٧٣	٦٦.٧
	من ٢٥ إلى أقل من ٣٥	٦٢	١٥.٢
	من ٣٥ إلى أقل من ٥٠	٧١	١٧.٤
	من ٥٠ فأكثر	٣	٠.٧
	الإجمالي	٤٠٩	١٠٠
المستوى التعليمي	متوسط	١٠	٢.٤
	جامعي	٣١٠	٧٥.٨
	دراسات عليا	٨٩	٢١.٨
	الإجمالي	٤٠٩	١٠٠
المستوى الاقتصادي الاجتماعي	منخفض	٧٠	١٧.١
	متوسط	٢٣٠	٥٧.٤
	مرتفع	١٠٤	٢٥.٤
	الإجمالي	٤٠٩	١٠٠

أدوات جمع بيانات الدراسة: -

١- استمارة الاستبيان: اعتمدت الدراسة في جمع البيانات على استمارة الاستبيان الإلكتروني ، وذلك لكون استمارة الاستبيان بشكل عام تتيح جمع بيانات واقعية عن الأفراد ومستوى وعيهم واتجاهاتهم نحو القضايا المختلفة والموضوعات بطريقة مقننة وموحدة قياسياً، وهي من أكثر الأدوات شيوعاً في جمع البيانات الميدانية من



المبوحثين^(٧٩)، ولذلك اعتمدت الدراسة على استمارة الاستبيان الالكتروني عبر Google Form كأداة لجمع البيانات بوصفها أداة بحثية مناسبة لجمع البيانات المتعلقة بمدى تعرض المرأة المصرية للبودكاست وتأثير هذا التعرض على مستوى وعيها بالقضايا المجتمعية ، وقد حرصت الباحثة في تصميم استمارة الاستبيان على تحقيق كافة أهداف الدراسة، والإجابة عن تساؤلاتها، والتحقق من فروضها.

اختبار الصدق والثبات:

١- اختبار الصدق:

- صدق الأداة من الخطوات المهمة التي تسعى إلى التأكد من أن الأداة تقيس ما يفترض معرفته من المبحوثين للوصول إلى نتائج دقيقة حيال الظاهرة المدروسة، ويقصد به اختبار قدرة الوسيلة على قياس ما تسعى الدراسة إلى قياسه، بحيث تتطابق المعلومات التي تم جمعها بواسطة الوسيلة مع الحقائق الموضوعية^(٨٠) ، وبناء على ذلك قامت الباحثة للتحقق من صدق أداة البحث بعرض الاستمارة على مجموعة من الأساتذة المحكمين^(٨١) من الخبراء المتخصصين في موضوع الدراسة لتقرير مدى صلاحيتها لتحقيق أهداف الدراسة والإجابة على تساؤلاتها واختبار فروضها ، وقامت الباحثة بعمل التعديلات المطلوبة على الاستمارة وفقاً للمقترحات التي قدمها السادة محكمو الاستمارة لتصبح صالحة للقياس .

٢- اختبار الثبات:

- الثبات معناه أن تكرار تطبيق الإستبيان على نفس وحدة التحليل يؤدي إلى التوصل لنفس النتيجة بصرف النظر عن الباحث الذي يقوم بتطبيق تلك الأداة، وقد اعتمدت الباحثة على أسلوب تطبيق الإستمارة ثم إعادة تطبيقها مرة أخرى Test-Re-Test حيث تم اجراء اختبار قبلي على عينة قوامها ١٠% من إجمالي عينة الدراسة الأصلية أي (٤١ مفردة) للتأكد من مدى وضوح الأسئلة

وسهولة فهمها وبناءً عليه تم تعديل بعض المقاييس والبدائل والأسئلة لتسهيل الفهم والاستجابة ثم قامت الباحثة بإجراء إعادة تطبيق الاستمارة بعد فترة زمنية مدتها أسبوعين على ١٠% من عينة الدراسة ، وكانت قيمة معامل الثبات ٩٣% وهو ما يشير إلى صلاحية الاستمارة للتطبيق الميداني.

- كما تم حساب معامل الثبات (ألفا كرونباخ "Cronbach's Alpha") لاختبار ثبات مقاييس جميع المتغيرات باستمارة الاستبيان وبلغت نسبة الاتفاق ومعاملات الارتباط (٨٨%) وهي نسبة مرتفعة تؤكد صلاحية الاستمارة ومدى قابليتها للتطبيق.

التعريفات الإجرائية لمصطلحات الدراسة :

- ١- **إذاعات البودكاست :** عبارة عن ملفات صوتية أو مرئية يتم إنتاجها وتسجيلها وإتاحتها رقمياً للاستماع إليها مباشرة على الانترنت أو تحميلها للاستماع لها في أي وقت وفي أي مكان حسب الرغبة^(٨٢) .
- التعريف الإجرائي :** هي عبارة عن تقنية إعلامية جديدة تسمح للأفراد (المدونيين الصوتيين) سواء كانوا هواة أو محترفين أو مؤسسات أو أي جهة رسمية أو غير رسمية بإنتاج سلسلة دورية من الحلقات التي تذاع عبر الانترنت من خلال العديد من المنصات بصورة يومية أو أسبوعية أو شهرية و تبت صوتياً أو مرئياً و تتحدث عن مجال أو موضوع أو قضية معينة، ويمكن تحميلها والاستماع إليها في أي وقت.
- ٢- **القضية المجتمعية :** هي المشكلة التي تواجه مجموعة كبيرة من الأفراد داخل المجتمع ويكون لها تأثير سلبي على الأفراد وعلى المجتمع ككل من جميع جوانبه سواء كانت على الجانب الاجتماعي أو الثقافي والتعليمي والديني أو السياسي أو الجانب الاقتصادي^(٨٣) .

التعريف الإجرائي : هي مجموعة القضايا السياسية والاقتصادية والاجتماعية والدينية والتعليمية والصحية التي تواجه الأفراد داخل المجتمع وتدخل دائرة اهتماماتهم بسبب تأثيرها المباشر علي حياتهم ونمط معيشتهم.

المعالجة الإحصائية للبيانات

بعد الانتهاء من جمع بيانات الدراسة الميدانية، تم ترميز البيانات وإدخالها إلي الحاسب الآلي، ثم معالجتها وتحليلها واستخراج النتائج الإحصائية باستخدام برنامج " الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية: تم اللجوء إلي المعاملات والاختبارات الإحصائية التالية في تحليل بيانات الدراسة:

- معامل ألفا كرونباخ لحساب الثبات
 - التكرارات البسيطة والنسب المئوية.
 - المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية.
 - اختبار كاي ٢ (Chi Square Test) لدراسة الدلالة الإحصائية للعلاقة بين متغيرين من المتغيرات الاسمية (Nominal)
 - معامل ارتباط بيرسون (Pearson Correlation Coefficient) لدراسة شدة واتجاه العلاقة الارتباطية بين متغيرين من مستوى المسافة أو النسبة.
 - تحليل التباين ذو البعد الواحد (Oneway Analysis of Variance) المعروف اختصاراً باسم ANOVA لدراسة الدلالة الإحصائية للفروق بين المتوسطات الحسابية لأكثر من مجموعتين من المبحوثين في أحد المتغيرات من نوع المسافة أو النسبة (Interval Or Ratio) .
- وقد تم قبول نتائج الاختبارات الإحصائية عند درجة ثقة (٩٥%) فأكثر ، أي عند مستوى معنوية (٠.٠٥) فأقل .

نتائج الدراسة

أولاً: نتائج الدراسة الميدانية :

١. مدى متابعة أفراد العينة للبودكاست:

جدول رقم (٢)

مدى متابعة أفراد العينة للبودكاست

النسبة	التكرار	مدى المتابعة
١٦.١%	٦٦	دائماً
٦٢.١%	٢٥٤	أحياناً
٢١.٨%	٨٩	نادراً
١٠٠%	٤٠٩	الإجمالي

يشير الجدول إلى أن أغلبية أفراد العينة يتابعون البودكاست بصورة غير منتظمة، حيث بلغت نسبة من يتابعونه "أحياناً" النسبة الأعلى بـ ٦٢.١%. هذا يشير إلى أن البودكاست يعد وسيلة إعلامية جاذبة بالنسبة لشريحة كبيرة من العينة، لكن ارتباطهم به ليس دائماً أو منتظماً، مما يعكس ربما اعتمادهم عليه كوسيلة مكملة للحصول على المعلومات أو الترفيه باعتبارها وسيطاً رقمياً جديداً يواكب التطورات التكنولوجية الحديثة. أما نسبة من يتابعون البودكاست "دائماً"، والتي تبلغ ١٦.١%، فنُظهِر وجود شريحة محدودة من الجمهور تتمتع باهتمام مستمر ومكثف بهذا النوع من المحتوى، ما قد يدل على أنهم يجدون فيه محتوى يلبي اهتماماتهم الشخصية أو المهنية بانتظام. من ناحية أخرى، فإن نسبة من يتابعون البودكاست "نادراً"، والذين يمثلون ٢١.٨%، تعكس وجود شريحة من العينة إما غير مهتمة تماماً بالمحتوى المُقدم عبر هذه الوسيلة أو ربما يفضلون وسائل إعلامية أخرى. وبالتالي، تعكس النتائج تفاوتاً في أنماط الاستهلاك الإعلامي للبودكاست بين أفراد العينة، وهو ما قد يرتبط بعوامل مثل العمر، الاهتمامات، أو توفر البدائل الإعلامية الأخرى.



وتتفق هذه النتيجة مع دراسة العابد السيد (٢٠١٧م) ^(٨٤) ، ودراسة أمل خطاب (٢٠١٧م) ^(٨٥) والتي أشارت نتائجهما الى الارتفاع النسبي لمعدل التعرض لتقنية البودكاست حيث جاء في الترتيب الأول نسبة ٥٧.٦% ، ونسبة ٧١.٨% من أفراد العينة يتعرضون (أحياناً) للبودكاست ، بينما تختلف هذه النتيجة مع دراسة إسماعيل البسيوني (٢٠٢٣م) ، ودراسة منى هاشم وأمنية عبدالرحمن (٢٠٢٣م) ^(٨٦) والتي أثبتت نتائجهما أن متابعة المبحوثين للمحتوى الرقمي عبر البودكاست جاء بصفة منتظمة (دائماً) في الترتيب الأول بنسب ٤٠% ، و ٦٤%.

٢. الفترة الزمنية لمتابعة أفراد العينة للبودكاست:

جدول رقم (٣)

الفترة الزمنية لمتابعة أفراد العينة للبودكاست

النسبة	التكرار	الفترة الزمنية
٥٣.١%	٢١٧	أقل من عامين
٣٣.٥%	١٣٧	من عام إلى أقل من ثلاث أعوام
١٣.٤%	٥٥	من ثلاث أعوام فأكثر
١٠.٠%	٤٠٩	الإجمالي

توضح بيانات الجدول أن غالبية أفراد العينة (٥٣.١%) يتابعون البودكاست منذ فترة زمنية قصيرة نسبياً، تقل عن عامين. يُشير ذلك إلى أن البودكاست يُعد وسيلة إعلامية حديثة نسبياً بالنسبة لشريحة كبيرة من العينة، وربما يعكس هذا النمو المتزايد لشعبية البودكاست في الآونة الأخيرة كوسيلة إعلامية مفضلة. حيث أثبتت الإحصائيات التقدم والانتشار السريع للبودكاست في مصر والوطن العربي خلال الثلاثة أعوام الأخيرة ^(٨٧) ، أما النسبة التي تتراوح فترة متابعتهم بين عام إلى أقل من ثلاث أعوام، والتي بلغت ٣٣.٥%، فنُظهر أن هناك شريحة متوسطة الحجم بدأت التعرف على البودكاست قبل فترة زمنية معتدلة واستمرت في متابعتة. في المقابل، تُعد نسبة من يتابعون البودكاست منذ فترة طويلة (ثلاثة أعوام فأكثر) الأقل، حيث تمثل ١٣.٤% فقط

من العينة. قد يدل ذلك على أن البودكاست، على الرغم من نموه السريع، لا يزال وسيلة جديدة نسبياً بالنسبة للجمهور العام، أو أنه كان غير معروف على نطاق واسع في الفترات السابقة.

وتتفق هذه النتيجة مع دراسة معز السريتي و عمران جمعة (٢٠٢٢م)^(٨٨) والتي جاء فيها في الترتيب الأول بنسبة ٢٧.٤% من المبحوثين يستخدمون البودكاست من سنة إلى أقل من سنتين ، وبالتالي، تعكس النتائج حداثة عهد الجمهور بمتابعة البودكاست كوسيلة إعلامية، مما قد يشير إلى إمكانيات كبيرة للنمو والتوسع في المستقبل، خاصة مع زيادة الوعي بهذه الوسيلة الإعلامية وتنوع محتواها .

وتختلف هذه النتيجة مع دراسة دراسة شهنده علي ماضي (٢٠٢٣م)^(٨٩) وجاء فيها أن النسبة الأكبر من العينة بواقع ٤٦.٤% بدأت في استخدام البودكاست منذ عام إلى أقل من ٣ أعوام.

٣. متوسط عدد ساعات استماع أفراد العينة للبودكاست:

جدول رقم (٤)

متوسط عدد ساعات استماع أفراد العينة للبودكاست

عدد الساعات	التكرار	النسبة
أقل من ساعة	٢٦٥	٦٤.٨%
من ساعة إلى ثلاث ساعات	١٢٥	٣٠.٦%
من ثلاث ساعات فأكثر	١٩	٤.٦%
الإجمالي	٤٠٩	١٠٠%

تُظهر بيانات الجدول أن غالبية أفراد العينة (٦٤.٨%) يستمعون إلى البودكاست لفترات قصيرة نسبياً، تقل عن ساعة واحدة في المتوسط. يشير ذلك إلى أن معظم المستمعين ربما يُفضلون المحتوى القصير أو يستهلكون البودكاست بشكل غير مكثف، ما قد يتماشى مع أنماط الحياة الحديثة التي تتسم بالسرعة وقلة الوقت المتاح،



وتختلف هذه النتيجة مع دراسة معز السريتي و عمران جمعة (٢٠٢٢م)^(٩٠) والتي جاء فيها أن نسبة من يستخدمون البودكاست لمدة أقل من ساعة واحدة في الترتيب الثاني بنسبة ٢٤.٨% بينما من يستخدمونه لمدة زمنية تتراوح من ساعة إلى ساعتين جاءوا في الترتيب الأول بنسبة ٣٠.٦%. أما نسبة من يستمعون للبودكاست لمدة تتراوح بين ساعة إلى ثلاث ساعات، والتي بلغت ٣٠.٦%، فتدل على وجود شريحة معتدلة من المستمعين الذين يخصصون وقتاً أطول نسبياً لاستهلاك هذا النوع من المحتوى، ربما لأنهم يجدون فيه فائدة تعليمية أو ترفيهية تتطلب وقتاً أكبر، واختلفت هذه النتيجة مع دراسة ماجد الشيباني (٢٠٢٢م)^(٩١) والتي جاء بها أن مدة تعرض المبحوثين للبودكاست عادة تزيد من ساعة إلى ثلاث ساعات يومياً في الترتيب الأول بنسبة ٤٧%.

في المقابل، فإن نسبة من يستمعون للبودكاست لفترات طويلة (ثلاث ساعات فأكثر) هي الأقل، حيث تمثل ٤.٦% فقط. قد يُعزى ذلك إلى محدودية الاهتمام أو الوقت لدى الجمهور أو طبيعة المحتوى المتاح الذي قد لا يتطلب وقتاً ممتداً، واختلفت هذه النتيجة مع دراسة نوال رضا (٢٠٢٢م)^(٩٢) والتي جاء فيها أن النسبة الأكبر من عينة الدراسة يتابعون البودكاست لمدة تتجاوز الثلاث ساعات يومياً.

وتشير هذه النتائج إلى أن الاستهلاك المتوسط للبودكاست بين أفراد العينة يميل إلى أن يكون قصيراً، مما قد يعكس أهمية إنتاج محتوى موجز ومركز يلانم احتياجات الجمهور المستهدف ويناسب أنماط استهلاكهم.

٤ . نوعية المضمون الذي تفضل أفراد العينة متابعته عبر البودكاست:

جدول رقم (٥)

نوعية المضمون الذي تفضل أفراد العينة متابعته عبر البودكاست

النسبة	التكرار	نوعية المضمون
٤١.٣	١٦٩	ثقافي
١٣.٩	٥٧	رياضي
٣٢.٨	١٣٤	كوميدي
١٠.٥	٤٣	إخباري
٤٤.٣	١٨١	اجتماعي
١٠.٥	٤٣	سياسي
٢٤.٤	١٠٠	تاريخي ووثائقي
١٨.٦	٧٦	علمي وتكنولوجي
٧.١	٢٩	اقتصادي
٦١.٦	٢٥٢	ديني
٢١.٣	٨٧	فني
٣٠.٨	١٢٦	تعليمي
٢٠.٠	٨٢	طبي
٧.٣	٣٠	أخرى
٤٠٩		الإجمالي

تشير بيانات الجدول إلى تفضيلات متنوعة في نوعية المضامين التي يتابعها أفراد العينة عبر البودكاست، مع وجود تركيز على مواضيع معينة تتمتع بشعبية أكبر مقارنة بغيرها: المضامين الدينية جاءت في المرتبة الأولى، حيث يفضلها ٦١.٦% من أفراد العينة، مما يعكس اهتماماً كبيراً بهذا النوع من المحتوى، سواء للتوجيه الروحي أو التثقيف الديني وقد يرجع هذا إلى طبيعة المرأة المصرية وسعيها الدائم لفهم أمور مجتمعها من منظور ديني كما لاحظت الباحثة عن سعي المرأة المصرية الدائم في السؤال عن الأمور الدينية بمواقع التواصل الاجتماعي وبالبرامج المختلفة في وسائل الإعلام المتعددة مما قد يفسر توجهها إلى المضمون الديني وتفضيلها له كما عكستها النتائج، وتتفق هذه النتيجة مع دراسة شهنده علي ماضي (٢٠٢٣م)^(٩٣) والتي جاء



فيها أن المحتوى الديني عبر البودكاست قد نال الاهتمام الأكبر لدى المبحوثين عينة الدراسة بنسبة ٥٣.٧%. والمضامين الاجتماعية حلت في المرتبة الثانية بنسبة ٤٤.٣%، مما يشير إلى اهتمام الأفراد بمناقشة القضايا والتحديات الاجتماعية التي تمس حياتهم اليومية كما جاء في دراسة أمل خطاب (٢٠١٧م)^(٩٤) أن من أهم أنواع البودكاست التي يهتم أفراد العينة بمتابعتها هو البودكاست الذي يتناول القضايا والمشكلات الاجتماعية وي طرحها للنقاش ويقدم حلول وبدائل لها وذلك بنسبة تفضيل تصل إلى ١٥.٣٣%. والمضامين الثقافية جاءت في المرتبة الثالثة بنسبة ٤١.٣%، مما يعكس اهتماماً بتوسيع المدارك واكتساب المعرفة في مجالات متنوعة. وتتفق هذه النتيجة مع ما جاء في دراسة و داد هارون (٢٠٢٣)^(٩٥) والتي جاء فيها البودكاست الاجتماعي والثقافي في المرتبة الثانية بنسبة ١٩% كأكثر المجالات التي يتم تغطيتها من خلال محتوى البودكاست الإعلامي.

كما جاء في بيانات الجدول أن المضامين الكوميديية استحوذت على نسبة ٣٢.٨%، مما يعكس رغبة الجمهور في محتوى ترفيهي يساعد على الترويح عن النفس. والمضامين التعليمية بلغت نسبة متابعتها ٣٠.٨%، ما يدل على أن شريحة كبيرة من الجمهور ترى في البودكاست وسيلة مفيدة للتعلم واكتساب المهارات. وجاءت المضامين الأخرى مثل التاريخية (٢٤.٤%)، الفنية (٢١.٣%)، والطبية (٢٠.٠%) في مرتبة متوسطة، مما يشير إلى وجود شريحة مهتمة بهذه المجالات ولكن بشكل أقل نسبياً. والمضامين الأقل تفضيلاً شملت الاقتصادية (٧.١%)، الإخبارية والسياسية (١٠.٥% لكل منهما)، مما قد يعكس تفضيل الجمهور لوسائل أخرى للحصول على هذه الأنواع من المعلومات. وبشكل عام، تُظهر النتائج أن اهتمامات الجمهور تتوزع بين التوجهات الدينية، الاجتماعية، الثقافية، والترفيهية، مما يعكس تنوعاً في تفضيلات المحتوى وأهمية توفير مضامين تلبي هذه الاهتمامات المختلفة لتعزيز جاذبية البودكاست لدى فئات متنوعة.

وتختلف هذه النتيجة مع دراسة Stephanie J. Tobin & Rosanna E. Guadagno (2022) ^(٩٦) ودراسة خديجة بوخلفة وسهام بولوداني (٢٠٢٢م) ^(٩٧) حيث جاء المحتوى الكوميدي في إذاعات البودكاست في الترتيب الأول كأكثر المضامين التي تفضل أفراد العينة متابعتها بنسبة ٣٨% ، وبنسبة ٦١% على الترتيب.

كما تختلف هذه النتيجة مع دراسة منى هاشم وأمنية عبدالرحمن (٢٠٢٣م) ^(٩٨) والتي جاء بها الموضوعات الفنية في الترتيب الأول بنسبة ٤٨.٥% بالنسبة للموضوعات التي يفضل أفراد العينة متابعتها عبر البودكاست ، واختلفت أيضاً مع دراسة إسماعيل البسيوني (٢٠٢٣م) ^(٩٩) والتي جاء المحتوى المفضل لأفراد العينة بها عند متابعتهم للبودكاست هو مجتمع وثقافة عامة في الترتيب الأول بنسبة ٤١.٨% ، يليه في الترتيب الثاني رياضة بنسبة ٣٩.٣% بينما جاء المحتوى الديني في الترتيب الرابع بنسبة ٣٣.٣% .

وقد يرجع اختلاف هذه النتيجة مع نتائج الدراسات السابقة حيث تنوعت الموضوعات المفضلة للجمهور واختلفت باختلاف البيئة المتواجد بها المبحوثين وكذلك باختلاف المتغيرات الديموغرافية الخاصة بالعينة.

٥. المنصات والتطبيقات المفضلة لدى أفراد العينة لمتابعة البودكاست عبرها:

جدول رقم (٦)

المنصات والتطبيقات المفضلة لدى أفراد العينة لمتابعة البودكاست عبرها

النسبة	التكرار	المنصات
٣١.١	١٢٧	Sound Cloud
١٨.١	٧٤	Spotify
٣٢	١٣١	Google Podcast
١٢.٥	٥١	Apple Podcast
٧٤.٣	٣٠٤	YouTube
٧.٣	٣٠	أخرى
٤٠٩		الإجمالي



تشير بيانات الجدول إلى أن YouTube هو المنصة الأكثر تفضيلاً لمتابعة البودكاست، حيث يستخدمه ٧٤.٣% من أفراد العينة. يعكس ذلك الشعبية الواسعة ليووتيوب كمنصة متعددة الاستخدامات وسهولة الوصول إليها، بالإضافة إلى تفضيل الجمهور للمحتوى الذي يمكن أن يكون مصحوباً بعناصر مرئية. وتأتي منصة Google Podcast في المرتبة الثانية بنسبة ٣٢%، وقد يرجع ذلك إلى سهولة استخدامه وانتشاره الواسع حيث إنه تطبيق مخصص لناشري ملفات البودكاست تم تطويره بواسطة جوجل ويعد من أكبر وأضخم التطبيقات التي تستضيف منصات البودكاست العربية والأجنبية في العالم . ومنصة Sound Cloud احتلت المرتبة الثالثة بنسبة ٣١.١%، مما يدل على وجود شريحة من المستمعين يفضلونها لمتابعة المحتوى الصوتي بسبب تاريخها الطويل في تقديم الصوتيات بشكل عام. أما Spotify فقد جاءت بنسبة ١٨.١%، وهو ما يعكس اعتماداً معتدلاً عليها مقارنة بالمنصات الأخرى كمنصة مخصصة للموسيقى والبودكاست، بينما كانت نسبة استخدام Apple Podcast أقل نسبياً (١٢.٥%)، ربما بسبب ارتباطها بالمستخدمين الذين يمتلكون أجهزة Apple فقط، والتي تشتهر بارتفاع أسعارها الكبير مقارنة بأسعار الأجهزة الأخرى مما يجعل اقتنائها أمر غير متاح للغالبية الكبرى من الأشخاص . أخيراً، تفضيل المنصات الأخرى (٧.٣%) يشير إلى وجود جمهور يستخدم منصات بديلة، ربما بسبب تفضيلات شخصية أو ميزات محددة تقدمها هذه المنصات. وبالتالي، تظهر النتائج أن YouTube يسيطر بشكل واضح على تفضيلات الجمهور، مع وجود منافسة من Google Podcast و SoundCloud هذا التنوع في تفضيلات المنصات يبرز أهمية توفير المحتوى البودكاستي على منصات متعددة لتوسيع قاعدة الجمهور.

وتتفق هذه النتيجة مع دراسة هبه شفيق(٢٠٢٤م)^(١٠٠) والتي جاء فيها YouTube في مقدمة التطبيقات التي يستخدمها الجمهور عينة الدراسة في الاستماع للبودكاست بنسبة ٢٦.٢% ، و Google Podcast في الترتيب الثاني بنسبة ٢٠% ، بينما تختلف هذه النتيجة مع دراسة إسماعيل البسيوني (٢٠٢٣م)^(١٠١) والتي جاء فيها

الدراسة والتي تستخدم من خلالها المحتوى الرقمي المقدم عبر تقنية البودكاست في الترتيب الأول بنسب متساوية ٤٨.٨%.

٦. الأنشطة التي تقوم بها أفراد العينة أثناء الاستماع للبودكاست:

جدول رقم (٧)

الأنشطة التي تقوم بها أفراد العينة أثناء الاستماع للبودكاست

النسبة	التكرار	الأنشطة
٣٣.٥	١٣٧	أتصفح مواقع التواصل الاجتماعي
٣٧.٤	١٥٣	لا أقوم بأي نشاط وأنفرغ لاستماع
٤٥.٥	١٨٦	أقوم بمهامي اليومية أثناء الاستماع
٨.٨	٣٦	أقوم بالردشة والحوار مع الأهل والأصدقاء
١٧.١	٧٠	استمع أثناء العمل والاستذكار
١١	٤٥	أبحث عن المعلومات والأخبار أثناء الاستماع
٢٣.٧	٩٧	أقود سيارة أو في المواصلات العامة
٣.٤	١٤	أخرى
٤٠.٩		الإجمالي

تشير بيانات الجدول إلى أن أفراد العينة يمارسون أنشطة متنوعة أثناء استماعهم للبودكاست، مما يعكس الطابع المرن لهذه الوسيلة الإعلامية وإمكانية دمجها بسهولة في أنماط الحياة اليومية. وبعد الاستماع أثناء القيام بالمهام اليومية هو النشاط الأكثر شيوعاً بنسبة ٤٥.٥%، واتفقت هذه النتيجة مع دراسة منية إسحاق (٢٠٢٣م) (١٠٢) والتي جاءت فيها عبارة (أمارس مهامي اليومية المعتادة) أثناء الاستماع للبودكاست في الصدارة بوزن نسبي (٨٤.٧) ، وتعكس تلك النتائج سهولة استخدام البودكاست كوسيلة إعلامية لا تحتاج لجهد للتعرض لها و تفضيل الجمهور لاستهلاك البودكاست كخلفية صوتية أثناء أداء الأعمال الروتينية، مثل الأعمال المنزلية أو المشي وغيرها.



كما جاء الاستماع المخصص (التفرغ) في المرتبة الثانية بنسبة ٣٧.٤% . يشير هذا إلى أن شريحة كبيرة من المستمعين يعتبرون البودكاست تجربة مركزية تتطلب انتباهًا كاملاً، مما يدل على تقديرهم لجودة المحتوى. واستخدام وسائل التواصل الاجتماعي أثناء الاستماع بلغت نسبته ٣٣.٥% . يعكس ذلك طبيعة الوسائط المتعددة للجمهور، حيث يدمجون أكثر من وسيلة في الوقت ذاته. ثم الاستماع أثناء القيادة أو في المواصلات العامة حقق نسبة ٢٣.٧%، مما يشير إلى أن البودكاست وسيلة مثالية للاستفادة من الوقت أثناء التنقل. والاستماع أثناء العمل أو الدراسة جاء بنسبة ١٧.١% . يعكس ذلك تفضيل البعض لهذه الوسيلة كخلفية تساعد على التركيز أو التسلية أثناء فترات العمل أو الاستذكار. والأنشطة الأقل شيوعاً شملت: البحث عن المعلومات أثناء الاستماع (١١%)، وهو ما يعكس سعي البعض للاستفادة المباشرة من المحتوى البودكاستي. والردشة مع الأهل والأصدقاء أثناء الاستماع (٨.٨%)، مما يشير إلى أنه في بعض الأحيان يكون الاستماع غير مركز. والأنشطة الأخرى بلغت ٣.٤% ..

وتختلف هذه النتيجة مع دراسة إسماعيل البسيوني (٢٠٢٣م) (١٠٣) والتي أشارت نتائجها إلى أن (تصفح مواقع التواصل الاجتماعي) جاء في الترتيب الأول بنسبة ٣٥.٥% ، وفي الترتيب الثاني (البحث عن بعض المعلومات والأخبار) بنسبة ٣٠.٥% كأهم الأنشطة التي يمارسها أفراد العينة أثناء الاستماع للبودكاست ، كما اختلفت هذه النتيجة مع دراسة منى هاشم وأمنية عبد الرحمن (٢٠٢٣م) (١٠٤) والتي حاز فيها وقت التنقلات وأوقات السفر والمواصلات على أعلى نسبة ٣٣.٨% لوقت التعرض لإذاعات البودكاست .

وتُظهر النتائج أن البودكاست وسيلة مرنة تتيح للجمهور دمجها مع أنشطتهم اليومية المختلفة، سواء بشكل مخصص أو أثناء تعدد المهام. هذا التنوع في أنماط الاستخدام يشير إلى أهمية تقديم محتوى يلئم البيئات المختلفة التي يُستهلك فيها

البودكاست، مع التركيز على جعل المحتوى سهل الاستماع وقابل للاستيعاب في ظل الانشغال بأنشطة أخرى.

٧. أهم المصادر الإعلامية التي تتابع أفراد العينة من خلالها القضايا المجتمعية:

جدول رقم (٨)

أهم المصادر الإعلامية التي تتابع أفراد العينة من خلالها القضايا المجتمعية

النسبة	التكرار	المصادر
٧٨.٥	٣٢١	Facebook
٧٠.٤	٢٨٨	البودكاست
٦١.٤	٢٥١	TikTok
٥٦.٢	٢٣٠	القنوات الفضائية
٥٢.٣	٢١٤	YouTube
٤٩.٩	٢٠٤	Instagram
٦.٨	٢٨	الصحف والمجلات
٦.١	٢٥	الراديو
١٠٠.٠	٤٠٩	الإجمالي

تشير بيانات الجدول إلى تباين المصادر الإعلامية التي يعتمد عليها أفراد العينة لمتابعة القضايا المجتمعية، مع تفوق واضح لوسائل الإعلام الرقمي والاجتماعي على المصادر التقليدية. حيث تصدر Facebook القائمة بنسبة ٧٨.٥%. يُظهر ذلك الاعتماد الكبير على هذه المنصة لمتابعة القضايا المجتمعية، نظراً لشعبيتها وانتشارها الواسع، بالإضافة إلى قدرتها على توفير محتوى متنوع وسريع التحديث، وتتفق هذه النتيجة مع دراسة سمر عبد الحليم ورباب عبد المنعم (٢٠٢٣م) (١٠٥) ودراسة وليد محمد الهادي (٢٠٢٣م) (١٠٦) والتي جاء فيها موقع Facebook هو الأعلى استخداماً من بين مواقع التواصل الاجتماعي التي تتعرض لها المرأة المصرية في الترتيب الأول على الترتيب وذلك بنسبة ٣٧.٦% ومتوسط حسابي (٧٣٤.٢)، و البودكاست حلت في المرتبة الثانية بنسبة ٧٠.٤%. يعكس هذا دور البودكاست كوسيلة

إعلامية جاذبة، وفي تطور متزايد وتوفر محتوى معمقاً ومتنوعاً يناقش القضايا المجتمعية بشكل يناسب احتياجات الجمهور. و TikTok جاء في المرتبة الثالثة بنسبة ٦١.٤%. يُظهر ذلك أن هذه المنصة، المعروفة بمحتواها القصير والترفيهي، أصبحت مصدراً متزايد الأهمية لمتابعة القضايا المجتمعية، خصوصاً بين الفئات العمرية الشابة. والقنوات الفضائية بنسبة ٥٦.٢% ما زالت تحتفظ بجمهور كبير، مما يشير إلى استمرار دورها كأحد المصادر التقليدية الموثوقة، رغم التراجع مقارنة بالمنصات الرقمية. ومنصة YouTube بنسبة ٥٢.٣%، يعكس ذلك شعبيته كمنصة تقدم محتوى متنوعاً ومتاحاً للجميع، يتراوح بين مقاطع فيديو توضيحية وبرامج طويلة تناقش القضايا المجتمعية. ومنصة Instagram بنسبة ٤٩.٩% يُظهر أنه أداة فعالة لجذب الجمهور لمتابعة القضايا المجتمعية، خاصة مع تزايد استخدامه للقصص والمحتوى البصري الجذاب. والمصادر الأقل استخداماً تشمل الصحف والمجلات (٦.٨%) والراديو (٦.١%). يعكس ذلك تراجع الاعتماد على الوسائل الإعلامية التقليدية مقارنة بالمنصات الرقمية والاجتماعية.

وتتفق هذه النتيجة مع ما جاء في دراسة أمل خطاب (٢٠١٧م) (١٠٧) من تصدر الانترنت لقائمة أكثر الوسائل الاعلامية الأكثر استخداما لدي عينة الدراسة بنسبة ٥٦%.

وُظهر النتائج أن وسائل الإعلام الرقمي والاجتماعي هي المصادر الرئيسية لمتابعة القضايا المجتمعية، مما يعكس التحولات الكبيرة في أنماط استهلاك المعلومات لدى الجمهور. ومع ذلك، لا تزال القنوات الفضائية تحتفظ بمكانة مهمة، بينما تتراجع الوسائل التقليدية الأخرى مثل الصحف والراديو. بناءً على ذلك، من المهم تكثيف الجهود لتقديم محتوى مجتمعي على المنصات الرقمية، مع الحفاظ على الجودة والمصداقية لجذب جمهور متنوع.

٨. دوافع تعرض أفراد العينة للبودكاست :

جدول رقم (٩)

دوافع تعرض أفراد العينة للبودكاست

النسبة	التكرار	الأنشطة
٤٣.٣	١٧٧	لأنها تزودني بمعلومات جديدة تساعدني على فهم المجتمع من حولي
٣٨.٩	١٥٩	التسلية وقضاء وقت الفراغ
٣٧.٩	١٥٥	لأنها تناقش قضايا وموضوعات أهتم بها
٣٦.٩	١٥١	أسلوب مقدم البودكاست يجذبني
٣٣.٣	١٣٦	إمكانية الاستماع أو مشاهدة حلقة البودكاست في أي وقت وأي مكان
٣٠.٣	١٢٤	تساعدني في تكوين رأي حول الموضوعات والقضايا المطروحة
٢٥.٩	١٠٦	يوفر البودكاست محتوى متنوع وجذاب يساعدني على الاسترخاء
١٨.١	٧٤	بسبب موضوعية محتواها وصدقها في عرض الأحداث والقضايا من زوايا متعددة
١٥.٦	٦٤	استطيع الاستفادة من تعليقات المتابعين على ما يتم تقديمه من معلومات عن القضايا المختلفة
١٣.٩	٥٧	لأن متابعتها أصبحت عادة يومية بالنسبة لي
٢.٤	١٠	أخري
٤٠.٩		الإجمالي

تشير بيانات الجدول إلى تنوع دوافع تعرض أفراد العينة للبودكاست ، مما يعكس التعددية الوظيفية لهذه الوسيلة الإعلامية، تصدر دافع "تزويد المستمعين بمعلومات جديدة تساعد على فهم المجتمع" قائمة دوافع الاستماع بنسبة (٤٣.٣%)، مما يشير إلى أن البودكاست يُعد مصدرًا أساسيًا للمعرفة بين أفراد العينة، خاصة مع سهولة الوصول وسرعة التفاعل مع المحتوى، وهو ما يتماشى مع طبيعة الحياة الرقمية الحديثة، بينما جاء دافع التسلية وقضاء وقت الفراغ في المرتبة الثانية بنسبة ٣٨.٩%. يعكس ذلك أن البودكاست يُستخدم أيضًا كوسيلة ترفيهية بجانب كونه مصدرًا للمعلومات، ولعل هذا يتفق مع ما جاء في دراسة (Sylvia Chan-Olmsted & Rang Wang (2023) والتي أظهرت نتائجها أن الترفيه والمعلومات كانت أهم دوافع تعرض أفراد العينة للبودكاست .

وجاءت مناقشة قضايا وموضوعات ذات اهتمام شخصي بنسبة ٣٧.٩%، حيث يشير هذا إلى أن محتوى البودكاست الموجه يلعب دورًا مهمًا في جذب جمهور مهتم



بموضوعات محددة وأنه كلما كانت القضايا قريبة من اهتمامات الجمهور الشخصية زادت رغبته في متابعة الوسيلة التي تعرضها. وأسلوب مقدم البودكاست الجذاب بنسبة ٣٦.٩%، مما يدل على تأثير طريقة تقديم المحتوى وشخصية المقدم في جذب الجمهور حيث تعكس أسلوب وجاذبية مقدم المحتوى دوراً مهماً في جذب الجمهور لمتابعة برنامجه. وإمكانية الاستماع في أي وقت وأي مكان بنسبة ٣٣.٣%. يؤكد هذا الدافع مرونة البودكاست كوسيلة يمكن استهلاكها بسهولة في مختلف الظروف. وتكوين رأي حول القضايا حصل هذا الدافع على نسبة ٣٠.٣%، مما يشير إلى أن الجمهور يعتمد على البودكاست لفهم وتحليل القضايا المطروحة. والمحتوى المتنوع والجذاب بنسبة ٢٥.٩%، مما يعكس جاذبية البودكاست لتلبية احتياجات مختلفة، بما في ذلك الاسترخاء. وتُظهر النتائج أن الدوافع الرئيسية للاعتماد على البودكاست تتراوح بين المعرفة، الترفيه، والراحة، مع التركيز على تقديم محتوى ذي صلة ومرن. لذلك، يُنصح مقدمو البودكاست بمراعاة تنوع احتياجات الجمهور، بما في ذلك توفير محتوى عالي الجودة، جذاب، وصادق، مع التركيز على الأساليب الإبداعية لجذب المستمعين.

اتفقت هذه النتيجة مع دراسة حددت دراسة Stephanie J. Tobin & Rosanna E. Guadagno (2022) (١٠٩) والتي جاء فيها أن من أهم دوافع الاستماع للبودكاست هو دافع الحصول على المعلومات كما اتفقت هذه النتيجة أيضاً مع دراسة أمل خطاب (٢٠١٧م) (١١٠) والتي جاء فيها دافع التزود بالمعلومات في مقدمة دوافع التعرض للبودكاست بوزن نسبي (٤٧٢.٤).

كما اختلفت هذه النتيجة مع دراسة Annisa Eka Syafrina (2023) (١١١) والتي جاء فيها أن من أبرز دوافع المبحوثين للتعرض للبودكاست هو الترفيه ومتابعة الأخبار، كما اختلفت أيضاً مع دراسة العابد السيد على (٢٠١٧م) (١١٢) والتي جاء فيها في الترتيب الأول من دوافع استخدام العينة للبودكاست هو التسلية والمتعة بنسبة ٥٠.٨%.

٩. درجة اعتماد أفراد العينة على البودكاست كمصدر للمعلومات عن القضايا المجتمعية:

جدول رقم (١٠)

درجة اعتماد أفراد العينة على البودكاست كمصدر للمعلومات عن القضايا المجتمعية

النسبة	التكرار	درجة اعتماد
١١.٥	٤٧	اعتمد بدرجة كبيرة
٥٥.٧	٢٢٨	اعتمد بدرجة متوسطة
٣٢.٨	١٣٤	اعتمد بدرجة منخفضة
١٠٠	٤٠٩	الإجمالي

تشير بيانات الجدول إلى أن أغلب أفراد العينة يعتمدون على البودكاست كمصدر للمعلومات عن القضايا المجتمعية، ولكن بدرجات متفاوتة. فجاء الاعتماد بدرجة متوسطة في المرتبة الأولى بنسبة ٥٥.٧%. يُظهر ذلك أن غالبية الجمهور يعدون البودكاست مصدراً ذا قيمة معتدلة، ربما كوسيلة داعمة إلى جانب مصادر أخرى وقد يرجع هذا إلى حداثة البودكاست كوسيلة إعلامية بحاجة للمزيد من تطوير محتواها وزيادة انتشارها بين مختلف الفئات. والاعتماد بدرجة منخفضة بلغت نسبته ٣٢.٨%. يشير ذلك إلى وجود شريحة كبيرة ترى أن البودكاست ليس المصدر الأساسي للمعلومات المجتمعية، ربما بسبب عدم توافر المحتوى المناسب أو الاعتماد على مصادر أخرى أكثر سرعة أو شمولية. والاعتماد بدرجة كبيرة جاءت بنسبة ١١.٥% فقط، مما يشير إلى أن الاعتماد الكامل على البودكاست كمصدر رئيسي للمعلومات عن القضايا المجتمعية لا يزال محدوداً. وتُظهر النتائج أن البودكاست يلعب دوراً مهماً كمصدر للمعلومات عن القضايا المجتمعية، ولكننا غالباً ما نستخدم كمصدر مكمل إلى جانب مصادر أخرى. قد يكون هذا مرتبطاً بطبيعة محتوى البودكاست، الذي يميل إلى التعمق والتخصص، مما يجعله أكثر جاذبية لفئات معينة من الجمهور. لتعزيز هذا الدور، يُنصح بتقديم محتوى أكثر تنوعاً وشمولية يغطي مختلف القضايا المجتمعية ويُلبي احتياجات الجمهور المتنوعة.

وتختلف هذه النتيجة مع دراسة منية إسحاق (٢٠٢٣م) (١١٣) والتي كشفت نتائجها عن ارتفاع مستويات الاعتماد على البودكاست كمصدر للمعلومات ، فجاء مستوى الاعتماد " مرتفع" في المقدمة لدى أكثر من نصف العينة بنسبة بلغت ٦٩.٣% ، ثم "متوسط" في الترتيب الثاني بنسبة بلغت ٢٨.٢%.

١٠. تأثيرات اعتماد أفراد العينة على البودكاست كمصدر للمعلومات للقضايا المجتمعية:

أ) التأثيرات المعرفية لاعتماد أفراد العينة على البودكاست كمصدر للمعلومات للقضايا المجتمعية:

جدول رقم (١١)

التأثيرات المعرفية لاعتماد أفراد العينة على البودكاست كمصدر للمعلومات للقضايا المجتمعية

الوزن النسبي	الانحراف المعياري	المتوسط المرجح	التأثيرات المعرفية				
			موافق	محايد	غير موافق		
٨٦.٧	٠.٥٤٢	٢.٦٠١	٢٥٧	١٤١	١١	ك	تكسبني معرفة تمكنني من تشكيل اتجاهاتي نحو القضايا المجتمعية
			٦٢.٨٠%	٣٤.٥٠%	٢.٧٠%	%	
٨١.٠	٠.٥٩٩	٢.٤٣٠	١٩٩	١٨٧	٢٣	ك	اعتمد عليها في معرفة آراء الخبراء والمتخصصين تجاه القضايا المجتمعية
			٤٨.٧٠%	٤٥.٧٠%	٥.٦٠%	%	
٨٦.٠	٠.٥٩٨	٢.٥٧٩	٢٦٠	١٢٦	٢٣	ك	جعلتني أكثر وعياً بالقضايا المجتمعية المختلفة
			٦٣.٦٠%	٣٠.٨٠%	٥.٦٠%	%	
٨٧.٠	٠.٥٤١	٢.٦٠٩	٢٦٠	١٣٨	١١	ك	تزودني بكم كبير من المعلومات الحديثة التي تساعدني على الإلمام بالجوانب المختلفة
			٦٣.٦٠%	٣٣.٧٠%	٢.٧٠%	%	
٤٠٩			إجمالي العينة				

تشير نتائج الجدول إلى ترتيب التأثيرات المعرفية لاعتماد أفراد العينة على البودكاست كمصدر للمعلومات عن القضايا المجتمعية وفقاً للأوزان النسبية، مما يبرز الأولويات والوظائف التي يقدرها الأفراد عند استخدامهم لهذه الوسيلة الإعلامية. فجاءت "تزودني بكم كبير من المعلومات الحديثة التي تساعدني على الإلمام بالجوانب المختلفة للقضايا المجتمعية" في المرتبة الأولى بوزن نسبي ٨٧.٠%، مما يدل على أهمية البودكاست كوسيلة إعلامية حديثة تقدم معلومات متنوعة ومستحدثة بشأن القضايا المجتمعية المختلفة وهو ما اتفق مع ما جاء في الجدول رقم (٩) من الدراسة الحالية والتي حصل فيها دافع تزويد المستمعين بمعلومات جديدة تساعد على فهم المجتمع على النسبة الأعلى (٤٣.٣%) من بين دوافع تعرض أفراد العينة للبودكاست، ثم جاءت "تكسبني معرفة تمكنني من تشكيل اتجاهاتي نحو القضايا المجتمعية" في المرتبة الثانية بوزن نسبي ٨٦.٧%، وهذا ما أكدته دراسة منية إسحاق (٢٠٢٣) (١١٤) والتي جاء بها من بين التأثيرات المعرفية التي تحققت لدى المبحوثين من متابعة البودكاست كمصدر للمعلومات عبارة (تكسبني معرفة تمكنني من تشكيل اتجاهاتي نحو الأحداث الجارية والموضوعات المختلفة) في الترتيب الثاني وبوزن نسبي (٨٤.٣). وفي المرتبة الثالثة جاءت "جعلتني أكثر وعياً بالقضايا المجتمعية المختلفة" بوزن نسبي ٨٦.٠%، وهذا ما يتفق مع دراسة أمل خطاب (٢٠١٧م) (١١٥) والتي جاء بها عبارة (جعلتني أكثر وعياً بالقضايا والأحداث في مجتمعي) في الترتيب الثالث بمتوسط حسابي (١.١٨) من بين التأثيرات المعرفية الناتجة عن تعرض المبحوثين للبودكاست بينما جاءت "اعتمد عليها في معرفة آراء الخبراء والمتخصصين تجاه القضايا المجتمعية" في المرتبة الرابعة والأخيرة بوزن نسبي ٨١.٠%.

وتختلف هذه النتيجة بصفة عامة مع دراسة منى هاشم وأمنية عبد الرحمن (٢٠٢٣م) (١١٦) والتي جاء بها أن من ناحية التأثيرات المعرفية حازت أعلى نسبة تأثير (لاكتساب الوعي بالقضايا المختلفة) بنسبة ٦٨.٨%.

وبصفة عامة تعكس هذه النتيجة إدراك أفراد العينة لأهمية البودكاست كمصدر معرفي يزودهم بمعلومات محدثة وشاملة عن القضايا المجتمعية، مما يسهم في تكوين وعيهم وتشكيل اتجاهاتهم، وهذا ما أكدته دراسة شهنده علي ماضي (٢٠٢٣م)^(١١٧) والتي جاءت بها عبارة (أتعرف من خلال البودكاست على معلومات جديدة في المجال الذي اهتم به) في الترتيب الأول وبوزن نسبي (٨٦.٥%)

كما توضح النتيجة تفضيلهم للمعلومات الموضوعية والمتنوعة التي تعزز فهمهم للقضايا المطروحة، مع اهتمام أقل نسبياً بالآراء المتخصصة التي قد تكون متاحة من مصادر أخرى.

(ب) التأثيرات الوجدانية لاعتماد أفراد العينة على البودكاست كمصدر للمعلومات للقضايا المجتمعية:

جدول رقم (١٢)

التأثيرات الوجدانية لاعتماد أفراد العينة على البودكاست كمصدر للمعلومات للقضايا المجتمعية

الوزن النسبي	الانحراف المعياري	المتوسط المرجح	التأثيرات الوجدانية			ك	%
			موافق	محايد	غير موافق		
٧٩.١	٠.٦١٨	٢.٣٧٤	١٨٣	١٩٦	٣٠	ك	تغيرت بعض معتقداتي نحو بعض القضايا المجتمعية
			٤٤.٧٠	٤٧.٩٠	٧.٣٠	%	
٧٩.١	٠.٦٣٧	٢.٣٧٤	١٨٨	١٨٦	٣٥	ك	تغيير اتجاهاتي السلبية نحو بعض القضايا المجتمعية
			٤٦.٠٠	٤٥.٥٠	٨.٦٠	%	
٨٥.٤	٠.٥٩٥	٢.٥٦٢	٢٥٢	١٣٥	٢٢	ك	أشعر بالتميز لتنوع وحدائث معلوماتي عن القضايا المجتمعية بين أقراني
			٦١.٦٠	٣٣.٠٠	٥.٤٠	%	
٨٥.٦	٠.٥٦٥	٢.٥٦٧	٢٤٧	١٤٧	١٥	ك	جعلني البودكاست أفكر بشكل أكثر إيجابية نحو بعض القضايا المجتمعية
			٦٠.٤٠	٣٥.٩٠	٣.٧٠	%	
٤٠٩			إجمالي العينة				

تشير نتائج الجدول إلى ترتيب التأثيرات الوجدانية لاعتماد أفراد العينة على البودكاست كمصدر للمعلومات عن القضايا المجتمعية وفقاً للأوزان النسبية، مما يوضح الأثر العاطفي والنفسي الذي تتركه هذه الوسيلة الإعلامية على الأفراد. فقد جاءت "جعلني البودكاست أفكر بشكل أكثر إيجابية نحو بعض القضايا المجتمعية" في المرتبة الأولى بوزن نسبي ٨٥.٦٪، ونسبة متقاربة للغاية جاءت " أشعر بالتميز لتنوع وحداثة معلوماتي عن القضايا المجتمعية بين أقراني " في المرتبة الثانية بوزن نسبي ٨٥.٤٪. وفي المرتبة الثالثة، جاءت "تغيرت بعض معتقداتي نحو بعض القضايا المجتمعية" و**"تغيير اتجاهاتي السلبية نحو بعض القضايا المجتمعية"*** بنفس الوزن النسبي ٧٩.١٪.

وتعكس هذه النتائج تأثيراً وجدانياً إيجابياً للبودكاست على أفراد العينة، حيث تسهم بشكل كبير في تعزيز التفكير الإيجابي نحو القضايا المجتمعية وتوفير شعور بالتميز. هذا قد يعود إلى طبيعة المحتوى الجذاب والقدرة على تخصيص وقت الاستماع بما يناسب الاحتياجات العاطفية والنفسية للأفراد. بالإضافة إلى ذلك، يبدو أن البودكاست يلعب دوراً في تعديل بعض المعتقدات والاتجاهات السلبية نحو القضايا المجتمعية، مما يعكس قوة تأثير هذا النوع من الإعلام في إعادة تشكيل القيم والاتجاهات لدى الجمهور.

وتختلف هذه النتيجة مع دراسة منية إسحاق (٢٠٢٣م) (١١٨) والتي جاء بها " تغيرت بعض معتقداتي نحو بعض القضايا بناء على متابعتي للبودكاست" في الصدارة بوزن نسبي (٨٩.٧) يليها " تغيير اتجاهاتي السلبية نحو بعض القضايا" في الترتيب الثاني بوزن نسبي (٨٦.٧) ، بالنسبة للتأثيرات الوجدانية التي تحققت لدى المبحوثين من متابعة البودكاست كمصدر للمعلومات.

كما اختلفت هذه النتيجة مع دراسة منى هاشم وأمنية عبد الرحمن (٢٠٢٣م) (١١٩) والتي جاء بها (الشعور بالتميز والفخر بالعلم والمعرفة بين الأفراد) كترتيب أول بنسبة ٤٤٪ بالنسبة للتأثيرات الوجدانية الناتجة عن متابعة البودكاست.

ت) التأثيرات السلوكية لاعتماد أفراد العينة على البودكاست كمصدر للمعلومات للقضايا المجتمعية:

جدول رقم (١٣)

التأثيرات السلوكية لاعتماد أفراد العينة على البودكاست كمصدر للمعلومات للقضايا المجتمعية

الوزن النسبي	الانحراف المعياري	المتوسط المرجح	التأثيرات السلوكية				
			موافق	محايد	غير موافق		
٧٧.٨	٠.٦٧٧	٢.٣٣٣	١٨٤	١٧٧	٤٨	ك	أنقش معلومات القضايا المجتمعية عبر البودكاست مع الآخرين بحرية
			٤٥.٠٠	٤٣.٣٠	١١.٧٠	%	
٧٨.٢	٠.٦٣٩	٢.٣٤٥	١٧٨	١٩٤	٣٧	ك	أحدث مضمون البودكاست عن القضايا المجتمعية تغييراً في بعض سلوكياتي
			٤٣.٥٠	٤٧.٤٠	٩.٠٠	%	
٨٣.٥	٠.٦٣١	٢.٥٠٤	٢٣٦	١٤٣	٣٠	ك	ساعدني البودكاست على الاسهام في توعية محيطي من الأهل والأصدقاء بمعلومات حديثة عن القضايا المجتمعية
			٥٧.٧٠	٣٥.٠٠	٧.٣٠	%	
٧٨.٢	٠.٦٦١	٢.٣٤٥	١٨٤	١٨٢	٤٣	ك	أتفاعل مع متابعين لديهم نفس ميولي واهتماماتي نحو هذه القضايا عبر البودكاست
			٤٥.٠٠	٤٤.٥٠	١٠.٥٠	%	
٤٠٩			إجمالي العينة				

تشير نتائج الجدول إلى ترتيب التأثيرات السلوكية لاعتماد أفراد العينة على البودكاست كمصدر للمعلومات عن القضايا المجتمعية وفقاً للأوزان النسبية، مما يعكس السلوكيات والتفاعلات التي تترتب على استخدام البودكاست. فقد جاءت "ساعدني البودكاست على الإسهام في توعية محيطي من الأهل والأصدقاء بمعلومات حديثة عن القضايا المجتمعية" في المرتبة الأولى بوزن نسبي ٨٣.٥%، مما يدل على المعلومات المتنوعة التي يقدمها البودكاست والتي تساعد الأفراد في قيامهم بنشر الوعي للأفراد من حولهم، وجاءت "أحدث مضمون البودكاست عن القضايا المجتمعية تغييراً في بعض سلوكياتي" و "أتفاعل مع متابعين لديهم نفس ميولي واهتماماتي نحو هذه القضايا عبر

البودكاست" في المرتبة الثانية بنفس الوزن النسبي ٧٨.٢%. ثم جاءت "أناقش معلومات القضايا المجتمعية عبر البودكاست مع الآخرين بحرية" في المرتبة الثالثة بوزن نسبي ٧٧.٨%.

وتشير هذه النتيجة إلى أن اعتماد أفراد العينة على البودكاست لا يقتصر على التأثيرات المعرفية والوجدانية فقط، بل يتعداها إلى التأثيرات السلوكية، حيث يسهم البودكاست في تغيير سلوكياتهم وزيادة تفاعلهم مع محيطهم. يشير ذلك إلى أن هؤلاء الأفراد يتخذون خطوة نشطة في نقل المعلومات المجتمعية التي يستمعون إليها من خلال البودكاست إلى الآخرين، وهو ما يساهم في توعية المجتمع. كما يعكس ذلك تعزيز التواصل بين الأفراد ذوي الاهتمامات المشتركة وتحفيز المناقشات حول القضايا المجتمعية.

وتختلف هذه النتيجة مع دراسة منية إسحاق (٢٠٢٣م) (١٢٠) والتي جاء بها "أناقش معلومات البودكاست مع الآخرين" في الصدارة بوزن نسبي (٨٣.٧) بالنسبة للتأثيرات السلوكية التي تحققت لدى المبحوثين من متابعة البودكاست كمصدر للمعلومات، بينما جاء في دراسة أمل خطاب (٢٠١٧م) (١٢١) تأثير (الاسهام في نقل بعض تجارب النجاح لاصدقائي المقربين) في مقدمة التأثيرات السلوكية بمتوسط حسابي (٢.٢١).

١١. درجة ثقة أفراد العينة في البودكاست كمصدر للمعلومات عن القضايا المجتمعية:

جدول رقم (١٤)

درجة ثقة أفراد العينة في البودكاست كمصدر للمعلومات عن القضايا المجتمعية

النسبة	التكرار	درجة الثقة
٩.٠	٣٧	أثق بدرجة منخفضة
٥٨.٧	٢٤٠	أثق بدرجة متوسطة
٣٢.٣	١٣٢	أثق بدرجة كبيرة
١٠٠.٠	٤٠٩	الإجمالي



في هذا الجدول، يتم استعراض درجة ثقة أفراد العينة في البودكاست كمصدر للمعلومات حول القضايا المجتمعية. حيث تشير النسبة الكبيرة (٥٨.٧%) من الأفراد الذين يثقون بدرجة متوسطة في البودكاست إلى أن البودكاست يعد مصدراً موثقاً جزئياً للمعلومات المجتمعية، ولكنه قد لا يكون الخيار الأول أو الأكثر اعتمادية مقارنة بمصادر أخرى. يمكن أن يكون هناك عامل من الشك أو القلق لدى جزء من الأفراد حول مصداقية المحتوى الذي يتم تقديمه عبر البودكاست، وقد ترجع هذه النتيجة إلى أن العديد من البودكاست يقوم بانتاجه أفراد بدون وجود مؤسسة رسمية ترعى محتواه كما أكدت دراسة إسماعيل البسيوني (٢٠٢٣م) (١٢٢) والتي جاء فيها أن عدم وجود رقابة على المحتوى المقدم في الترتيب الأول كأبرز سلبيات البودكاست بمتوسط حسابي (٢.٥٠)، مما يفسر وجود نسبة معتبرة (٩.٠%) من الأفراد الذين يثقون بدرجة منخفضة. ولكن هذا أيضاً قد يعطي قدراً من الحرية في مناقشة القضايا المجتمعية المختلفة لا تتاح لأي وسيلة إعلامية أخرى ولهذا، تظل هناك نسبة معقولة (٣٢.٣%) من الأفراد الذين يثقون بدرجة كبيرة في البودكاست كمصدر للمعلومات، ما يشير إلى فئة من المستمعين الذين يفضلون هذه المنصة ويعونها موثوقة بشكل كبير بفضل قدر الحرية المتاحة لها والتي تميزها عن العديد من الوسائل الإعلامية الأخرى. وقد يكون من المفيد متابعة هذا التوجه وتحليل العوامل المؤثرة في درجة الثقة، مثل جودة المحتوى، المصداقية للمذيعين أو الضيوف، أو نوعية القضايا المجتمعية التي يتم تناولها.

واتفقت هذه النتيجة مع دراسة هبه شفيق (٢٠٢٤م) (١٢٣) والتي أظهرت نتائجها أن غالبية المبحوثين يثقون في المعلومات والأخبار التي تبثها برامج البودكاست (بدرجة متوسطة) بنسبة ٦٦.٧%، كما اتفقت مع دراسة Kelsey (١٢٤) (Whipple & Others (2022) والتي أثبتت نتائجها أن عينة الدراسة من مستمعي البودكاست يثقون بالبودكاست بدرجة أقل من معظم مصادر المعلومات الأخرى.

بينما اختلفت هذه النتيجة مع دراسة منية إسحاق (٢٠٢٣م) (١٢٥) والتي كشفت نتائجها عن ارتفاع مستويات الثقة في المعلومات التي يقدمها البودكاست ، فكانت " مرتفعه" بنسبة بلغت ٦٧.٣ % ، ثم متوسطة بنسبة بلغت ٢٤.٢ %.

١٢ . درجة اهتمام أفراد العينة بالقضايا المجتمعية التي يطرحها البودكاست:

جدول رقم (١٥)

درجة اهتمام أفراد العينة بالقضايا المجتمعية التي تطرحها إذاعات البودكاست

النسبة	التكرار	درجة الاهتمام
٩.٨	٤٠	أهتتم بدرجة منخفضة
٤٩.٩	٢٠٤	أهتتم بدرجة متوسطة
٤٠.٣	١٦٥	أهتتم بدرجة كبيرة
١٠٠.٠	٤٠٩	الإجمالي

في هذا الجدول، يتم عرض درجة اهتمام أفراد العينة بالقضايا المجتمعية التي يطرحها البودكاست. حيث تشير النسبة الأكبر من أفراد العينة (٤٩.٩%) أنهم يهتمون (بدرجة متوسطة) بالقضايا المجتمعية التي يطرحها البودكاست، بينما نسبة (٤٠.٣%) من أفراد العينة يهتمون (بدرجة كبيرة) بالقضايا المجتمعية التي يطرحها البودكاست، وهي نسب متقاربة تدل على ارتفاع نسبة اهتمام أفراد العينة مما يعطي مؤشر بأنه على الرغم من أن البودكاست وسيلة إعلامية حديثه إلا أنه نجح في تكوين جمهور يهتم بمتابعة القضايا التي يطرحها كما أن البودكاست يعد منصة معتدلة في جذب الاهتمام حول القضايا المجتمعية وقد يرجع ذلك للمميزات التي يتمتع بها البودكاست من تنوع محتواه وتوفره بأقل التكاليف وسهولة التعرض له في أي وقت وأي مكان. بينما تشير النسبة الأقل (٩.٨%) التي تهتم بدرجة منخفضة إلى أن بعض الأفراد لا يجدون البودكاست مصدراً جذاباً أو مؤثراً في تسليط الضوء على القضايا المجتمعية، ربما بسبب تفضيلات أخرى للمصادر الإعلامية أو بسبب عدم اهتمامهم بالقضايا التي يتم طرحها. قد يعكس هذا أيضاً أن البودكاست أصبح منصة متزايدة التأثير في تقديم



محتوى اجتماعي، لكن لا يزال بحاجة إلى المزيد من الجهود لجذب أكبر عدد من المهتمين والفاعلين في هذا المجال.

١٣. نمط تفاعل أفراد العينة مع القضايا المجتمعية التي يطرحها البودكاست:

جدول رقم (١٦)

نمط تفاعل أفراد العينة مع القضايا المجتمعية التي يطرحها البودكاست

النسبة	التكرار	نمط التفاعل
١٤.٩٠	٦١	أقوم بالتعليق
٥٤.٠٠	٢٢١	أقوم بعمل إعجاب
٢٤.٩٠	١٠٢	أقوم بمشاركة المحتوى
٣.٩٠	١٦	أقوم بالتواصل مع صانعي المحتوى
٢٦.٧٠	١٠٩	أقوم بتحميل المحتوى وحفظه
٢٢.٧٠	٩٣	أقوم بدعوة الأصدقاء للمتابعة
٤.٤٠	١٨	أقوم بالرد على تعليقات المتابعين
٣٨.٩	١٥٩	أقوم بعمل اشتراك ومتابعة لصفحة البودكاست
١٩.١٠	٧٨	لا أتفاعل مع المحتوى المقدم
٠.٧٠	٣	أخرى
٤٠.٩		الإجمالي

يظهر من خلال هذا الجدول أن نمط التفاعل مع القضايا المجتمعية التي يطرحها البودكاست يتفاوت بشكل كبير بين أفراد العينة. أغلب التفاعلات تركزت في عملية "عمل إعجاب" التي سجلت أعلى نسبة (٥٤%)، مما يشير إلى أن المستمعين يميلون إلى إظهار إعجابهم بالمحتوى دون التفاعل بشكل أعمق ولعل هذا يؤكد ما جاء في نتائج الدراسة الحالية في الجدول رقم (٧) بقيام معظم أفراد العينة بالمهام اليومية أثناء استماعهم للبودكاست مما لا يعطي فرصة للأفراد للتفاعل مع محتوى البودكاست بشكل أعمق، وهذا ما أكدته دراسة خديجة بوخلفة وسهام بولوداني (٢٠٢٢م) (١٢٦) والتي جاء فيها النسبة الأكبر من المبحوثين يتفاعلون مع البودكاست بوضع إعجاب بنسبة ٤١%. والملاحظة الأكثر لفتاً هي أن نسبة الذين يقومون بعمل "اشتراك ومتابعة لصفحة البودكاست" (٣٨.٩٠%) جاءت في الترتيب الثاني والتي تشير إلى وجود ولاء

نسبي لبعض محطات البودكاست، والذي يدل على المحتوى المتنوع والمهم والذي يمس اهتمامات الجمهور الذي يقدمه البودكاست مما يشجع المتابعين لعمل اشتراك وذلك للتعرض للمزيد من المحتوى المقدم عبر البودكاست مما يفتح الباب لتطوير استراتيجيات تفاعل أكثر عمقاً مع هذه الفئة من الجمهور.

كما أن "مشاركة المحتوى" كانت أيضاً من الأنماط الشائعة (٢٤.٩٠%)، مما يعكس رغبة بعض الأفراد في نشر القضايا المجتمعية التي تم طرحها لتوسيع دائرة الاهتمام. من ناحية أخرى، أظهرت النتائج أن التفاعل عبر "التعليق" و"التواصل مع صانع المحتوى" كان أقل بشكل ملحوظ (١٤.٩٠% و ٣.٩٠% على التوالي)، مما قد يدل على أن قلة من الأفراد يشاركون بشكل شخصي أو يتواصلون مع صانع المحتوى. بالإضافة إلى ذلك، أظهرت النتائج أن (١٩.١٠%) من العينة لا تتفاعل مع المحتوى المقدم، وهو مؤشر على وجود نسبة معتبرة من المستمعين الذين يفضلون الاستماع فقط دون التفاعل.

اتفقت هذه النتيجة مع دراسة هبة شفيق (٢٠٢٤م)^(١٢٧) ودراسة منية إسحاق (٢٠٢٣م)^(١٢٨) والتي جاء فيهما (الإعجاب بالمنشور) في مقدمة طرق تفاعل أفراد العينة مع محتوى البودكاست في الترتيب الأول بنسبة ٧٢.٥% ، وبوزن نسبي (٩٢.٧) على الترتيب، وفي الترتيب الثاني متابعة Follow لقنوات البودكاست بنسبة ٦٦.٦% ، وبوزن نسبي (٩٠) على الترتيب .

كما اتفقت مع دراسة ماجد الشيباني (٢٠٢٢م)^(١٢٩) حيث جاء الإعجاب وتساوى معها الاشتراك في صفحات البودكاست بوزن نسبي (٧٥.٦).

بينما اختلفت هذه النتيجة مع دراسة إسماعيل البسيوني (٢٠٢٣م)^(١٣٠) والتي جاء فيها كيفية تفاعل العينة مع ملفات البودكاست في الترتيب الأول (أعلق على الموضوعات المهمة) بنسبة ٥٩.٣% ، وفي الترتيب الثاني (أقوم بالإعجاب على الملفات) بنسبة ٤٣.٦%، واختلفت أيضاً هذه النتيجة مع دراسة منى هاشم وأمنية



عبد الرحمن (٢٠٢٣م) (١٣١) والتي جاء فيها طريقة التفاعل مع ملفات البودكاست حيث حاز مشاركة ملفات البودكاست علي مواقع التواصل علي أعلى نسبة في طريقة التفاعل بنسبة ٩١% ، يليها القيام بتحميل البودكاست وتعديله ونشره علي الصفحات الخاصة بالبحوث بنسبة ٨٣.٨%.

١٤ . استجابات أفراد العينة حول الخصائص التي يتسم بها البودكاست كمصدر للمعلومات عن القضايا المجتمعية (ثراء الوسيلة) :

جدول رقم (١٧)

استجابات أفراد العينة حول خصائص التي يتسم بها البودكاست كمصدر للمعلومات عن القضايا المجتمعية (ثراء الوسيلة)

الوزن النسبي	الانحراف المعياري	المتوسط المرجح	عبارات المقياس				
			موافق	محايد	غير موافق		
٩٢.٣	٠.٤٥٥	٢.٧٧٠	٣٢١	٨٢	٦	ك	سهولة الوصول والاستخدام للبودكاست
			٧٨.٥%	٢٠.٠%	١.٥%	%	
٨٩.٦	٠.٤٩٤	٢.٦٨٩	٢٨٨	١١٥	٦	ك	استخدام اللغة الطبيعية بدرجة نقاء صوت عالية في البودكاست
			٧٠.٤%	٢٨.١%	١.٥%	%	
٨٢.٣	٠.٥٩٨	٢.٤٦٩	٢١٤	١٧٣	٢٢	ك	جانبية المادة المرئية والإضاءة والابهار في المادة
			٥٢.٣%	٤٢.٣%	٥.٤%	%	
٧٩.٦	٠.٧١٣	٢.٣٨٩	٢١٤	١٤٠	٥٥	ك	إمكانية متابعة المحتوى دون الاتصال بالانترنت
			٥٢.٣%	٣٤.٢%	١٣.٤%	%	
٨٦.١	٠.٥٥٠	٢.٥٨٤	٢٥١	١٤٦	١٢	ك	وضوح المحتوى وتنوع المعلومات والموضوعات والرموز مما يزيل الغموض
			٦١.٤%	٣٥.٧%	٢.٩%	%	
٧٨.١	٠.٧٣٤	٢.٣٤٢	٢٠٤	١٤١	٦٤	ك	استخدام الموسيقى والمؤثرات السمعية المصاحبة بطريقة تجذب الانتباه
			٤٩.٩%	٣٤.٥%	١٥.٦%	%	
٨٣.١	٠.٦٢٣	٢.٤٩٤	٢٣٠	١٥١	٢٨	ك	جانبية النصوص المصاحبة للعرض
			٥٦.٢%	٣٦.٩%	٦.٨%	%	
٨٤.٠	٠.٦١١	٢.٥٢١	٢٣٨	١٤٦	٢٥	ك	استخدام الفيديو والألوان ووسائل الإيضاح في العرض لبرامج البودكاست
			٥٨.٢%	٣٥.٧%	٦.١%	%	
٨٦.١	٠.٥٨٠	٢.٥٨٤	٢٥٨	١٣٢	١٩	ك	تنوع مستوى الصوت بما يناسب المادة
			٦٣.١%	٣٢.٣%	٤.٦%	%	
٤٠٩			إجمالي العينة				

تشير نتائج الجدول إلى استجابات أفراد العينة حول الخصائص التي يتسم بها البودكاست كمصدر للمعلومات عن القضايا المجتمعية، وفقاً للأوزان النسبية، مما يبرز أولويات واهتمامات الأفراد فيما يتعلق بخصائص البودكاست. جاءت "سهولة الوصول والاستخدام للبودكاست" في المرتبة الأولى بوزن نسبي ٩٢.٣% مما يدل على رغبة أفراد العينة في وسيلة إعلامية تزودهم بالمعلومات والأخبار والترفيه وفي نفس الوقت لا تتطلب جهد في استخدامها والوصول إليها ولعل هذا يرجع إلى ما فرضته علينا متطلبات الحياة الحديثة في العصر التكنولوجي الحالي والذي يطلق عليه عصر السرعة ومع تعدد الوسائل الإعلامية في هذا العصر زادت رغبة الأفراد في سهولة الوصول لهذه الوسائل وإتاحة استخدامها بأبسط شكل ممكن، تليها "استخدام اللغة الطبيعية بدرجة نقاء صوت عالية في البودكاست" بنسبة ٨٩.٦% وهذا ما أكدته دراسة إسماعيل البسيوني (٢٠٢٣م) (١٣٢) والتي جاء بها أن من أهم عناصر الجذب في البودكاست بالنسبة لأفراد العينة هو (درجة نقاء الصوت العالية في تسجيلات البودكاست) في الترتيب الثاني بنسبة ٥٩.٨%، كما جاء "وضوح المحتوى وتنوع المعلومات والموضوعات والرموز مما يزيل الغموض" بنسبة ٨٦.١%، بالتساوي مع "تنوع مستوى الصوت بما يناسب المادة" أيضاً بنسبة ٨٦.١% فالبودكاست محتوى رقمي يتم تقديمه في كافة مناحي الحياة وكافة الموضوعات والقضايا والذي بدوره يلبي كثيراً من اهتمامات الجمهور وتطلعاته، وفي المرتبة الخامسة جاءت "استخدام الفيديو والألوان ووسائل الإيضاح في العرض لبرامج البودكاست" بنسبة ٨٤.٠%. وقد يرجع هذا إلى أنها عوامل تجذب انتباه أفراد العينة إلى المحتوى المقدم، فالبودكاست لم يكتفي فقط بكونه تدوين صوتي ولكنه تميز بإضافة الجانب المرئي وعوامل الجذب المتوفرة في الوسائل الإعلامية المرئية مما جعله وسيلة إعلامية متطورة وسريعة الانتشار بين الجمهور كما أكدت العديد من الدراسات.

وتشير هذه النتيجة بصفة عامة إلى أن أفراد العينة يفضلون خصائص تتعلق بسهولة الوصول والاستخدام وجودة الصوت كأولويات عند الاستماع إلى البودكاست،



مما يدل على أهمية تجربة المستخدم السهلة والمريحة. كما تعكس هذه النتيجة اهتمامهم بالوضوح والتنوع في المحتوى الصوتي والبصري، مما يساعد على تعزيز الفهم الكامل للقضايا المجتمعية.

واختلفت هذه النتيجة مع دراسة منى هاشم وأمنية عبد الرحمن (٢٠٢٣م) (١٣٣) والتي جاء بها أن من أبرز الجوانب الفنية والعناصر الجاذبة لمتابعة البودكاست هو استخدام الفيديو في العرض لبرامج البودكاست) في الترتيب الأول بنسبة ٩٥.٥%، بينما اختلفت هذه النتيجة أيضاً مع دراسة ماجد الشيباني (٢٠٢٢م) (١٣٤) والتي حاز فيها استخدام الفيديو في عرض البودكاست علي أعلى نسبة تفضيل لدي الجمهور بوزن نسبي (٨٦.٢).

١٥. أهم إذاعات البودكاست التي تتابع أفراد العينة من خلالها القضايا المجتمعية:

جدول رقم (١٨)

أهم إذاعات البودكاست التي تتابع أفراد العينة من خلالها القضايا المجتمعية

النسبة	التكرار	أهم الإذاعات
٧٠.٤	٢٨٨	بودكاست الدحيح
٧.٨	٣٢	بودكاست كفاية بقي
٤٥.٧	١٨٧	بودكاست فنجان
٧.١	٢٩	بودكاست إحاطة
١٢	٤٩	بودكاست الحل إيه
٦.٨	٢٨	بودكاست بعد أمس
٤٠.٣	١٦٥	بودكاست ذات مصر
٨.٣	٣٤	بودكاست ليه وإزاي
٩.٣	٣٨	بودكاست أم القصص
٣.٩	١٦	بودكاست أزرق
٥.٩	٢٤	بودكاست القاهرة في المنفى
٦.٦	٢٧	بودكاست اشترى منى
١١.٧	٤٨	بودكاست يستحق الانتباه
٤٢.٣	١٧٣	بودكاست وعي
٧.١	٢٩	بودكاست بصير
١٠.٥	٤٣	بودكاست المال الحلال
١٩.٦	٨٠	بودكاست مش لوحك
٦.٤	٢٦	أخرى
	٤٠٩	الإجمالي

تشير نتائج الجدول إلى ترتيب أهم إذاعات البودكاست التي تتابعها أفراد العينة من خلالها القضايا المجتمعية وفقاً للتكرار والنسبة المئوية. فقد جاءت "بودكاست الدحيح" في المرتبة الأولى بنسبة ٧٠.٤% وقد ترجع هذه النتيجة إلى أنه بودكاست تثقيفي تعليمي ترفيهي يقدم محتوى علمي وتاريخي ومعرفي بطرقه مبسطة ويقدمه صانع المحتوى المعروف أحمد الغدور مما يدل على رغبة أفراد العينة في تحصيل المعرفة والمعلومات بأبسط طريقة ممكنة ، يليه "بودكاست فنجان" في المرتبة الثانية بنسبة ٤٥.٧% وهو بودكاست للمدون الصوتي عبد الرحمن أبو صالح ويتميز بتقديمه لموضوعات اجتماعية متنوعة ومهمة وهو ما يتفق مع نتائج الجدول رقم (٥) في الدراسة الحالية والذي جاء به أن المضامين الاجتماعية حلت في المرتبة الثانية بالنسبة لنوعية المضمون الذي تفضل أفراد العينة متابعته عبر إذاعات البودكاست ، وفي المرتبة الثالثة جاء "بودكاست وعي" بنسبة ٤٢.٣% وهو بودكاست ديني يقدمه صانع المحتوى أحمد عامر وحازم الصديق وشريف علي مما يعكس تفضيل أفراد العينة لمتابعة الموضوعات الدينية كما جاء في الجدول رقم (٥) في الدراسة الحالية والذي جاء به المضامين الدينية كأكثر المضامين التي يفضل أفراد العينة متابعتها عبر إذاعات البودكاست، وبنسبة متقاربة جاء في المرتبة الرابعة "بودكاست ذات مصر" بنسبة ٤٠.٣%، وهو من أبرز إذاعات البودكاست التي تعرض قضايا المجتمع المصري في الوقت الحالي ويتميز بالطرح الجري للموضوعات وتقديم معلومات مفصلة عن القضايا بمشاركة ضيوف الحلقات مما يدل على اهتمام أفراد العينة بمتابعة هذه القضايا ، يليه "بودكاست مش لوحك" بنسبة ١٩.٦%.

وتشير النتائج إلى أن "بودكاست الدحيح" يعد الأكثر شهرة واستخداماً بين أفراد العينة عند متابعة القضايا المجتمعية، يليه "بودكاست فنجان" ، يليه بودكاست "وعي" ، مما يعكس تفضيل الأفراد للمحتوى الذي يقدم بأسلوب شيق، فني، ومعرفي، ومع مقدم محتوى مشهور لدى الجمهور وذو مصداقية وجاذبية في تقديم المعلومات مما يعزز تفاعلهم مع القضايا المجتمعية. بينما تشير نسب أخرى إلى تنوع اهتمامات



الأفراد بالعديد من الإذاعات، مما يدل على تنوع الأذواق والموضوعات التي تهتم المستمعين.

وتختلف هذه النتيجة مع دراسة شهنده علي ماضي (٢٠٢٣م) (١٣٥) والتي جاء بها أن بودكاست "وعي" جاء في مقدمة إذاعات البودكاست التي يفضل المبحوثين متابعتها بنسبة ٢٣.٣% ، بينما جاء بودكاست "فنجان" في الترتيب الثاني بنسبة ١٦.٦%.

١٦. أهم القضايا المجتمعية التي تتعرض لها أفراد العينة عبر البودكاست:

جدول رقم (١٩)

أهم القضايا المجتمعية التي تتعرض لها أفراد العينة عبر البودكاست

النسبة	التكرار	أهم القضايا
٣٠.٣	١٢٤	سد النهضة
٤٧.٢	١٩٣	التفكك الاسري
٣٨.٦	١٥٨	المشاركة السياسية
٤١.١	١٦٨	الادمان
٤٦.٢	١٨٩	فتح معبر رفح
٣٨.٩	١٥٩	البطالة
٢٣.٣	١٣٦	الهجرة غير الشرعية
٦٣.٨	٢٦١	التسامح الديني
٣٧.٤	١٥٣	الفتنة الطائفية
٤٣.٠	١٧٦	تجديد الخطاب الديني
٣٢.٣	١٣٢	ارتفاع الاسعار
٦٣.١	٢٥٨	تعويم الجنيه
٥٥.٣	٢٢٦	كثافة الفصول المدرسية
٣٦.٩	١٥١	تطوير المناهج الدراسية
٥٥.٥	٢٢٧	توفر الرعاية الصحية
٥١.١	٢٠٩	نقص الأدوية
٣٣.٣	١٣٦	مشكلات التعليم الجامعي
٥٥.٥	٢٢٧	الصحة النفسية
٢.٩	١٢	أخرى
٤٠.٩		الإجمالي

تشير نتائج الجدول إلى ترتيب أهم القضايا المجتمعية التي تتعرض لها أفراد العينة عبر البودكاست وفقاً للتكرار والنسبة المئوية. فقد جاءت قضية "التسامح الديني" في الترتيب الأول بنسبة ٦٣.٨%، مما يؤكد ما جاء في الجدول رقم (٥) من الدراسة الحالية بأن الموضوعات الدينية جاءت في مقدمة الموضوعات في الترتيب الأول بالنسبة للموضوعات التي يفضل أفراد العينة متابعتها، وما جاء في الجدول رقم (١٨) من الدراسة الحالية بأن بودكاست "وعي" وهو بودكاست ديني من أكثر ثلاث إذاعات يتابعها أفراد العينة، كما تبرز أيضاً أهمية الحلقات التي تتناول التسامح الديني كأحد المواضيع المهمة في النقاشات المجتمعية.

كما جاءت قضية "تعويم الجنيه" بنسب متقاربة للغاية ٦٣.١% في الترتيب الثاني وتعكس هذه النتيجة أن البودكاست يعرض واقع المجتمع الحالي والذي يمثل نبض الشارع المصري حيث إن هذه القضية من أهم القضايا المطروحة حالياً في جميع وسائل الإعلام نظراً لأهميتها الشديدة والتي تمس حياة الأفراد بشكل مباشر ، تليها قضايا "توفر الرعاية الصحية" و " الصحة النفسية" في الترتيب الثالث بنسب متساوية ٥٥.٥%، ترجع هذه النتيجة إلى أهمية القضايا الصحية في حياة المواطنين ويرجع الفضل في ذلك إلى التوجه الرسمي للدولة في دعم التأمين الصحي والحملات القومية للتوعية ضد الأمراض والكشف المبكر عنها كما جاء في دراسة داليا عثمان (٢٠١٩) (١٣٦) أن حملات التوعية ضد الأمراض والكشف المبكر جاءت في الترتيب الثالث بالنسبة لأهم المضامين التي تجذب أفراد عينة الدراسة عند متابعة وسائل الإعلام الرقمي، كما أن الصحة النفسية لها دور كبير في الاستقرار العقلي والنفسي للفرد.

وبنسبة متقاربة للغاية جاءت قضية "كثافة الفصول المدرسية" في الترتيب الرابع بنسبة ٥٥.٣%، وقد يرجع هذا إلى محاولة الحكومة لحلها وإيجاد بدائل بجعل الدوام الدراسي ينقسم لفترات لتخفيف الضغط على الفصول الدراسية ، وفي الترتيب



الخامس جاءت قضية "نقص الأدوية" بنسبة ٥١.١%، وهي قضية ظهرت مؤخراً في المجتمع المصري نظراً لضعف عملية الاستيراد الناتج عن رفع سعر الدولار وتعويم الجنية وبالتالي نجدها جزء لا يتجزأ من المشاكل التي تواجه المجتمع المصري بسبب قضية تعويم الجنية ، كما جاءت قضية " التفكك الأسري " في الترتيب السادس بنسبة ٤٧.٢%، وقد يرجع هذا إلى أنها من أهم القضايا الاجتماعية التي تواجه المجتمع المصري فالأسرة هي نواة المجتمع وأساسه ويجب تناول المشاكل وطرح الحلول التي تواجه تفككها وذلك من خلال وسائل الإعلام الحديثة وخاصة البودكاست والذي لوحظ زيادة انتشاره وتوجه الأفراد للاستماع إليه في الوقت الحالي.

أوضحت النتائج أن التسامح الديني وتعويم الجنيه والصحة النفسية كانت من أكثر القضايا متابعة، حيث يعكس ذلك اهتمام أفراد العينة بالقضايا التي تمس القيم الاجتماعية والوضع الاقتصادي والصحة العامة. كما يُظهر هذا التفاعل مع القضايا المجتمعية أهمية البودكاست كوسيلة لنشر الوعي وربط أفراد العينة بمستجدات الأحداث .

وبالتالي تشير نتائج الجدول السابق إلى أن القضايا الدينية والاقتصادية والتعليمية والصحية والاجتماعية هي الأكثر تداولاً واهتماماً بين أفراد العينة في التعرض لها عبر البودكاست. كما تعكس هذه النتائج اهتمام الأفراد بالقضايا التي تمس حياتهم اليومية بشكل مباشر، مثل أهمية التسامح الديني في التعاملات اليومية فيما بينهم، والتأثيرات الاقتصادية التي ترتبط بتعويم الجنيه أو التحديات في النظام التعليمي والرعاية الصحية التي تتوفر لهم.

١٧. استجابات أفراد العينة حول مستوى الوعي بالقضايا المجتمعية المقدمة عبر

البودكاست

(أ) استجابات أفراد العينة حول مستوى الوعي بالقضايا السياسية المقدمة عبر البودكاست:

جدول رقم (٢٠)

استجابات أفراد العينة حول مستوى الوعي بالقضايا السياسية المقدمة عبر البودكاست

الوزن النسبي	الانحراف المعياري	المتوسط المرجح	موافق	محايد	غير موافق	عبارات المقياس	
						ك	%
٨٢.٦	٠.٦٣٤	٢.٤٧٩	٢٢٧	١٥١	٣١	ك	يساهم البودكاست في اكتسابي لمعرفة جيدة حول القضايا السياسية المهمة في مصر
			%٥٥.٥	%٣٦.٩	%٧.٦	%	
٧٢.٥	٠.٦٧٨	٢.١٧٦	١٣٦	٢٠٩	٦٤	ك	أتابع الأخبار السياسية بالبودكاست وأهتم بما يحدث على الساحة السياسية المحلية
			%٣٣.٣	%٥١.١	%١٥.٦	%	
٧٦.٤	٠.٦٩٧	٢.٢٩١	١٧٦	١٧٦	٥٧	ك	يعمل البودكاست على زيادة ادراكي لتأثير القرارات السياسية على المجتمع المصري بشكل عام
			%٤٣.٠	%٤٣.٠	%١٣.٩	%	
٧٤.٨	٠.٦٨٥	٢.٢٤٤	١٥٨	١٩٣	٥٨	ك	أصبح لدي وعي بأهمية المشاركة السياسية مثل التصويت في الانتخابات بسبب متابعتي للبودكاست
			%٣٨.٦	%٤٧.٢	%١٤.٢	%	
٧٥.٦	٠.٦٩٤	٢.٢٦٩	١٦٨	١٨٣	٥٨	ك	يبرز البودكاست التحديات السياسية الرئيسية التي تواجه مصر حاليًا مما يمكنني من تحديدها مثل قضية سد النهضة
			%٤١.١	%٤٤.٧	%١٤.٢	%	
٧٤.٧	٠.٦٩٤	٢.٢٤٠	١٥٩	١٨٩	٦١	ك	أتابع تحليل الأحداث السياسية بالبودكاست وأفهم الآراء السياسية المختلفة
			%٣٨.٩	%٤٦.٢	%١٤.٩	%	
٤.٠٩			إجمالي العينة				

تشير نتائج الجدول إلى استجابات أفراد العينة حول مستوى الوعي بالقضايا السياسية المقدمة عبر البودكاست، وفقًا للأوزان النسبية، مما يعكس مدى تأثير هذه الوسيلة في توعية الأفراد بالقضايا السياسية. فجاءت "يساهم البودكاست في اكتسابي لمعرفة جيدة حول القضايا السياسية المهمة في مصر" في الترتيب الأول بوزن نسبي ٨٢.٦%، وتليها "يعمل البودكاست على زيادة إدراكي لتأثير القرارات السياسية على



المجتمع المصري بشكل عام" في الترتيب الثاني بوزن نسبي ٧٦.٤%، ثم "يبرز البودكاست التحديات السياسية الرئيسية التي تواجه مصر حالياً مما يمكنني من تحديدها مثل قضية سد النهضة" في الترتيب الثالث بوزن نسبي ٧٥.٦%. وفي الترتيب الرابع جاءت "أصبح لدي وعي بأهمية المشاركة السياسية مثل التصويت في الانتخابات بسبب متابعتي للبودكاست" بوزن نسبي ٧٤.٨%، بينما جاءت "أتابع تحليل الأحداث السياسية بالبودكاست وأفهم الآراء السياسية المختلفة" في الترتيب الخامس بوزن نسبي ٧٤.٧%، وأخيراً "أتابع الأخبار السياسية بالبودكاست وأهتم بما يحدث على الساحة السياسية المحلية" في الترتيب السادس بوزن نسبي ٧٢.٥%..

وتتفق هذه النتيجة مع دراسة (Mycola Yeromin (2021)^(١٣٧) والتي أشارت إلى تأثير البودكاست على الوعي السياسي لدى الجمهور وذلك لأنه بيئة جديدة ومفتوحة ومرنة وديناميكية للمعلومات وتتيح للمستمعين تبني معلومات معرفية جديدة.

كما تتفق هذه النتيجة مع دراسة عبد الرزاق غزال ووفاء بورحلي (٢٠٢١م)^(١٣٨) والتي أكدت فيها نسبة ٦٥.٧% من المبحوثين أن تعرضهم للبودكاست قد ساهم في تنمية وعيهم السياسي وتشكيل اتجاهاتهم وقراراتهم بشأن القضايا السياسية.

وتشير هذه النتيجة إلى أن أفراد العينة يدركون تأثير البودكاست بشكل كبير في توسيع معرفتهم بالقضايا السياسية المهمة في مصر وفي الوطن العربي وزيادة فهمهم للتحديات السياسية الراهنة، مثل قضية سد النهضة وغيرها، بالإضافة إلى تعزيز الوعي بالمشاركة السياسية وأهمية التصويت في الانتخابات، كما أن للبودكاست دور كبير في زيادة معلوماتهم السياسية والتي يقدمها بشكل مبسط تمكن كل الأفراد بمختلف مستوياتهم العمرية والاجتماعية والاقتصادية من فهمها واستيعابها.

وهذا ما أكدته دراسة إيمان محمود (٢٠٢٤م)^(١٣٩) والتي جاءت فيها القضايا السياسية في المرتبة الأولى من حيث مضمون حلقات البودكاست بنسبة ٢٤.٨%، ودراسة أمينة كلفاح (٢٠٢٣)^(١٤٠) والتي توضح تركيز إذاعات البودكاست عينة الدراسة بالقضايا السياسية بنسبة ٤٨.١%، ودراسة عبير جواد (٢٠١٨م)^(١٤١) التي توصلت إلى تركيز البودكاست على الموضوعات السياسية.

ث) استجابات أفراد العينة حول مستوى الوعي بالقضايا الاجتماعية المقدمة عبر البودكاست:

جدول رقم (٢١)

استجابات أفراد العينة حول مستوى الوعي بالقضايا الاجتماعية المقدمة عبر البودكاست

الوزن النسبي	الانحراف المعياري	المتوسط المرجح	عبارات المقياس				
			موافق	محايد	غير موافق		
٨٧.٠	٠.٥٤٥	٢.٦٠٩	٢٦١	١٣٦	١٢	ك	يزودني البودكاست بالمعرفة الكافية حول القضايا الاجتماعية التي تؤثر على المجتمع المصري
			٦٣.٨ %	٣٣.٣ %	٢.٩ %	%	
٨٢.٠	٠.٦٤٥	٢.٤٦٠	٢٢٢	١٥٣	٣٤	ك	أتابع الأخبار والموضوعات التي تتناول القضايا الاجتماعية مثل الأمان والفقر بالبودكاست
			٥٤.٣ %	٣٧.٤ %	٨.٣ %	%	
٨٢.٢	٠.٦٥٣	٢.٤٦٥	٢٢٦	١٤٧	٣٦	ك	يمكنني البودكاست من فهم تأثير التغيرات الاجتماعية مثل الهجرة على المجتمع المصري
			٥٥.٣ %	٣٥.٩ %	٨.٨ %	%	
٨٣.١	٠.٦١٩	٢.٤٩٤	٢٢٩	١٥٣	٢٧	ك	ينمي البودكاست وعي بأهمية التكاتف المجتمعي لحل المشكلات الاجتماعية في مصر
			٥٦.٠ %	٣٧.٤ %	٦.٦ %	%	
٧٩.١	٠.٦٧٨	٢.٣٧٢	١٩٨	١٦٥	٤٦	ك	أشارك في النقاشات و أتابع محتويات تتعلق بحقوق المرأة والطفل في المجتمع المصري عبر البودكاست
			٤٨.٤ %	٤٠.٣ %	١١.٢ %	%	
٨٣.٠	٠.٦١٥	٢.٤٩١	٢٢٧	١٥٦	٢٦	ك	يمكنني البودكاست من التعرف على حلول بديلة للقضايا الاجتماعية الرئيسية التي تواجه المجتمع المصري حاليًا مثل التفكك الأسري
			٥٥.٥ %	٣٨.١ %	٦.٤ %	%	
٤٠.٩			إجمالي العينة				

تشير نتائج الجدول إلى استجابات أفراد العينة حول مستوى الوعي بالقضايا الاجتماعية المقدمة عبر البودكاست. "يزودني البودكاست بالمعرفة الكافية حول القضايا الاجتماعية التي تؤثر على المجتمع المصري" كانت الإجابة الأكثر موافقة من قبل الأفراد، وحازت على الترتيب الأول بوزن نسبي (٨٧.٠%)، مما يدل على أن الأفراد يشعرون بأن البودكاست يساهم بشكل كبير في توسيع معرفتهم بالقضايا الاجتماعية. وفي الترتيب الثاني والثالث جاءت عبارتي "ينمي البودكاست وعي



بأهمية التكتاف المجتمعي لحل المشكلات الاجتماعية في مصر" و " يمكنني البودكاست من التعرف على حلول بديلة للقضايا الاجتماعية الرئيسية التي تواجه المجتمع المصري حاليًا مثل التفكك الأسري" بوزن نسبي متقارب للغاية (٨٣.١%) و(٨٣%) على الترتيب، مما يعكس تأثير البودكاست على وعي أفراد العينة بالقضايا المجتمعية وتسلطها الضوء على أهمية التعاون من أجل وجود حلول لهذه القضايا المهمة التي تواجه المجتمع.

وجاءت عبارة "يمكنني البودكاست من فهم تأثير التغيرات الاجتماعية مثل الهجرة على المجتمع المصري" في الترتيب الرابع بوزن نسبي (٨٢.٢%) ، و"أتابع الأخبار والموضوعات التي تتناول القضايا الاجتماعية مثل الإدمان والفقر بالبودكاست" في الترتيب الخامس بوزن نسبي (٨٢%)، مما يعكس اهتمامًا ملحوظًا بالقضايا الاجتماعية مثل الفقر والإدمان عبر هذه الوسيلة.. بينما جاءت "أشارك في النقاشات و أتابع محتويات تتعلق بحقوق المرأة والطفل في المجتمع المصري عبر البودكاست" في الترتيب السادس بوزن نسبي (٧٩.١%).

وتعكس هذه النتيجة اهتمام الأفراد بالبودكاست كمصدر مهم للمعلومات المتعلقة بقضايا اجتماعية متنوعة مثل الإدمان، التفكك الأسري، الهجرة، حقوق المرأة والطفل، والفقر، ومع زيادة المعلومات والموضوعات المتعلقة بهذه القضايا زاد الوعي بالقضايا الاجتماعية المؤثرة في المجتمع المصري ، وذلك لأن زيادة تركيز عرض قضايا معينة يضعها في بؤرة الاهتمام بالنسبة للمتلقي وبالتالي يؤثر على اتجاهه نحوها.

وتؤكد هذه النتيجة ما جاء في دراسة (2017) Park Chang^(١٤٢) والتي توصلت إلى أن البودكاست يركز على القضايا الاجتماعية، ودراسة ياسمين أحمد(٢٠٢٣م)^(١٤٣) والتي توصلت إلى أن القضايا المجتمعية جاءت في المرتبة الأولى من حيث نوعية القضايا التي يتناولها البودكاست.

ج) استجابات أفراد العينة حول مستوى الوعي بالقضايا الدينية المقدمة عبر البودكاست:

جدول رقم (٢٢)

استجابات أفراد العينة حول مستوى الوعي بالقضايا الدينية المقدمة عبر البودكاست

الوزن النسبي	الانحراف المعياري	المتوسط المرجح	عبارات المقياس				
			موافق	محايد	غير موافق		
٨٩.٤	٠.٥٤٤	٢.٦٨٢	٢٩٥	٩٨	١٦	ك	يبرز البودكاست القضايا الدينية المعاصرة التي تهم المجتمع المصري مما يعزز من معرفتي بها
			٧٢.١ %	٢٤.٠ %	٣.٩ %	%	
٨٧.٦	٠.٥٥٠	٢.٦٢٨	٢٧١	١٢٤	١٤	ك	يساهم البودكاست في زيادة متابعتي للبرامج والمحتويات التي تناقش الموضوعات الدينية والاجتماعية من منظور إسلامي
			٦٦.٣ %	٣٠.٣ %	٣.٤ %	%	
٨٧.٢	٠.٥٩١	٢.٦١٦	٢٧٥	١١١	٢٣	ك	يعمل البودكاست على زيادة فهمي لتأثير القيم الدينية على السلوك الاجتماعي والعلاقات بين الأفراد في المجتمع
			٦٧.٢ %	٢٧.١ %	٥.٦ %	%	
٨٦.٥	٠.٥٩٥	٢.٥٩٤	٢٦٦	١٢٠	٢٣	ك	ينمي البودكاست من وعيي بأهمية التسامح الديني والتعايش بين الأديان المختلفة في مصر
			٦٥.٠ %	٢٩.٣ %	٥.٦ %	%	
٨١.٢	٠.٦٦٥	٢.٤٣٥	٢١٨	١٥١	٤٠	ك	أشارك في النقاشات و أتابع موضوعات تتعلق بدور الدين في حل المشكلات المجتمعية عبر البودكاست
			٥٣.٣ %	٣٦.٩ %	٩.٨ %	%	
٨٣.٣	٠.٦١٩	٢.٤٩٩	٢٣١	١٥١	٢٧	ك	يمكنني البودكاست من تحديد القضايا الدينية المثيرة للجدل مثل الفتنة الطائفية وتأثيرها على العلاقات المجتمعية
			٥٦.٥ %	٣٦.٩ %	٦.٦ %	%	
٤.٩			إجمالي العينة				

تشير نتائج الجدول إلى استجابات أفراد العينة حول مستوى الوعي بالقضايا الدينية المقدمة عبر البودكاست، حيث جاءت عبارة "يبرز البودكاست القضايا الدينية المعاصرة التي تهم المجتمع المصري مما يعزز من معرفتي بها" في الترتيب الأول و حصلت على أعلى نسبة موافقة بوزن نسبي (٨٩.٤ %)، مما يعكس أن البودكاست يعد مصدراً رئيسياً في تعزيز الوعي بالقضايا الدينية المعاصرة. وجاءت "يساهم البودكاست في زيادة متابعتي للبرامج والمحتويات التي تناقش الموضوعات الدينية



والاجتماعية من منظور إسلامي" في الترتيب الثاني بوزن نسبي (٨٧.٦%) ، مما يشير إلى اهتمام الأفراد بالمحتويات التي تجمع بين الدين والمجتمع في البودكاست وذلك لأن الدين جزء لا ينفصل من نسيج المجتمع وبدونه تنهار المجتمعات. كما جاءت "يعمل البودكاست على زيادة فهمي لتأثير القيم الدينية على السلوك الاجتماعي والعلاقات بين الأفراد في المجتمع" في الترتيب الثالث بوزن نسبي (٨٧.٢%) ، مما يظهر دور البودكاست في تحسين فهم الأفراد لتأثير الدين على سلوكيات المجتمع. بينما جاءت "ينمي البودكاست من وعيي بأهمية التسامح الديني والتعايش بين الأديان المختلفة في مصر" في الترتيب الرابع بوزن نسبي (٨٦.٥%) ، مما يعكس دوراً هاماً للبودكاست في نشر القيم المتعلقة بالتسامح والتعايش الديني فالمجتمع المصري بأكمله أخوة في نسيج الوطن الواحد مما يعزز من دور وسائل الإعلام بصفة عامة و البودكاست بصفة خاصة في تعزيز قيم التسامح الديني والوحدة الوطنية بين الأفراد في المجتمع الواحد على اختلاف أديانهم، وجاءت "يمكنني البودكاست من تحديد القضايا الدينية المثيرة للجدل مثل الفتنة الطائفية وتأثيرها على العلاقات المجتمعية" في الترتيب الخامس بوزن نسبي (٨٣.٣%) ، مما يظهر اهتمام الأفراد بالقضايا الدينية التي تؤثر على المجتمع بشكل عام و"أشارك في النقاشات و أتابع موضوعات تتعلق بدور الدين في حل المشكلات المجتمعية عبر البودكاست" جاءت في الترتيب السادس بوزن نسبي (٨١.٢%) ، مما يشير إلى تفاعل الأفراد مع المواضيع التي تجمع بين الدين وحل المشكلات الاجتماعية..

ومع تقارب الأوزان النسبية الخاصة بعبارات الوعي بالقضايا الدينية، تشير هذه النتيجة إلى أن البودكاست يلعب دوراً مهماً في زيادة الوعي بالقضايا الدينية المعاصرة وتعزيز الفهم حول تأثير القيم الدينية على المجتمع، بالإضافة إلى دعم قيم التسامح والتعايش بين الأديان.

كما تعكس هذه النتائج كيفية تأثير البودكاست في تعزيز المعرفة بالقضايا الدينية المعاصرة وموضوعات الدين بشكل عام كما جاء في الجدول رقم (٥) من الدراسة

الحالية بأن الموضوعات الدينية من أهم الموضوعات التي يفضل أفراد العينة متابعتها عبر إذاعات البودكاست وهذا ما أكده الجدول رقم (١٨) بالدراسة الحالية أيضاً حيث جاء بودكاست "وعي" من أكثر إذاعات البودكاست التي تتابعها أفراد العينة وهو بودكاست ديني يقدم العديد من الموضوعات الدينية المختلفة في المناحي الحياتية المتعددة ويناقش العديد من القضايا الدينية بشكل مبسط وحقيقي وتمعق.

ح) استجابات أفراد العينة حول مستوى الوعي بالقضايا الاقتصادية المقدمة عبر البودكاست:

جدول رقم (٢٣)

استجابات أفراد العينة حول مستوى الوعي بالقضايا الاقتصادية المقدمة عبر البودكاست

الوزن النسبي	الانحراف المعياري	المتوسط المرجح	موافق	محايد	غير موافق	عبارات المقياس
٨١.٧	٠.٦٢١	٢.٤٥٠	٢١٢	١٦٩	٢٨	ك يساهم البودكاست في زيادة معرفتي حول القضايا الاقتصادية التي تؤثر على الاقتصاد المصري
			٥١.٨ %	٤١.٣ %	٦.٨ %	%
٧٨.٢	٠.٦٥٨	٢.٣٤٥	١٨٣	١٨٤	٤٢	ك أتابع الأخبار والمحتويات التي تناقش التضخم، البطالة، وأسعار السلع عبر البودكاست
			٤٤.٧ %	٤٥.٠ %	١٠.٣ %	%
٧٩.٣	٠.٦٤٦	٢.٣٧٩	١٩٢	١٨٠	٣٧	ك يمكنني البودكاست من فهم تأثير السياسات الاقتصادية على حياتي اليومية ومستوى المعيشة في مصر
			٤٦.٩ %	٤٤.٠ %	٩.٠ %	%
٧٨.٦	٠.٦٤٢	٢.٣٥٩	١٨٤	١٨٨	٣٧	ك ينمي البودكاست وعيي بأهمية المشروعات الصغيرة والمتوسطة في تعزيز الاقتصاد المصري
			٤٥.٠ %	٤٦.٠ %	٩.٠ %	%
٧٥.٦	٠.٦٩٧	٢.٢٦٩	١٦٩	١٨١	٥٩	ك أشارك في النقاشات و أتابع موضوعات تتعلق بالاستثمار والفرص الاقتصادية المتاحة عبر البودكاست
			٤١.٣ %	٤٤.٣ %	١٤.٤ %	%
٧٨.٥	٠.٦٧٤	٢.٣٥٥	١٩١	١٧٢	٤٦	ك يعمل البودكاست على زيادة معرفتي بحلول للتحديات الاقتصادية الرئيسية التي تواجه مصر في الوقت الحالي
			٤٦.٧ %	٤٢.١ %	١١.٢ %	%
٤٠٩			إجمالي العينة			



تشير نتائج استجابات أفراد العينة حول مستوى الوعي بالقضايا الاقتصادية المقدمة عبر البودكاست إلى دور البودكاست في تعزيز المعرفة بالقضايا الاقتصادية المهمة وتطوير الفهم حول تأثيرها على الأفراد والمجتمع. حيث جاءت عبارة "يساهم البودكاست في زيادة معرفتي حول القضايا الاقتصادية التي تؤثر على الاقتصاد المصري" في الترتيب الأول بوزن نسبي قدره ٨١.٧%، مما يعكس تأثيراً إيجابياً للبودكاست في زيادة الوعي بالقضايا الاقتصادية المؤثرة في الاقتصاد المصري. وجاءت عبارة "يمكنني البودكاست من فهم تأثير السياسات الاقتصادية على حياتي اليومية ومستوى المعيشة في مصر" في الترتيب الثاني بوزن نسبي ٧٩.٣%، مما يشير إلى أن البودكاست يساهم في توعية الأفراد بتأثير السياسات الاقتصادية على حياتهم اليومية، بينما جاءت عبارتي "ينمي البودكاست وعيي بأهمية المشروعات الصغيرة والمتوسطة في تعزيز الاقتصاد المصري" و"أتابع الأخبار والمحتويات التي تناقش التضخم، البطالة، وأسعار السلع عبر البودكاست" في الترتيب الثالث والرابع بأوزان نسبية ٧٨.٦% و ٧٨.٢% على التوالي مما يدل على اهتمام الأفراد بمواكبة الأخبار والمحتوى الاقتصادي عبر البودكاست عن القضايا التي تمص حياتهم بشكل شخصي، كما أنها تساهم في تعزيز الفهم حول أهمية المشاريع الصغيرة والمتوسطة. بينما جاءت عبارة "يعمل البودكاست على زيادة معرفتي بحلول للتحديات الاقتصادية الرئيسية التي تواجه مصر في الوقت الحالي" في الترتيب الخامس بوزن نسبي قدره ٧٨.٥%، مما يظهر دور البودكاست في تعزيز الوعي بالتحديات الاقتصادية ومحاولة إيجاد حلول بديلة لمواجهتها.

وجاءت عبارة "أشارك في النقاشات و أتابع موضوعات تتعلق بالاستثمار والفرص الاقتصادية المتاحة عبر البودكاست" في الترتيب السادس بوزن نسبي قدره ٧٥.٦%، مما يشير إلى تفاعل الأفراد مع المواضيع المتعلقة بالاستثمار والفرص الاقتصادية.

وتعكس هذه النتائج أن البودكاست يعد مصدراً مهماً في زيادة الوعي بالقضايا الاقتصادية، مثل التضخم، البطالة، السياسات الاقتصادية، والمشروعات الصغيرة، مما يعزز فهم الأفراد لكيفية تأثير هذه القضايا على حياتهم والمجتمع بشكل عام، وهذا ما أكدته نتائج الجدول رقم (١٩) من الدراسة الحالية والذي جاء به أن قضية تعويم الجنية من أهم القضايا المجتمعية التي تتعرض لها أفراد العينة في إذاعات البودكاست، مما يدل أن الأفراد لديهم رغبة دائمة بالتعرض للقضايا التي تؤثر في حياتهم اليومية، فالقضايا الاقتصادية من أهم وأكثر القضايا التي يرغب الفرد في معرفة معلومات عنها نظراً لأنها تمس حياته بشكل شخصي وتتعلق بقراراته الحياتية.

(خ) استجابات أفراد العينة حول مستوى الوعي بالقضايا الصحية المقدمة عبر البودكاست:

جدول رقم (٢٤)

استجابات أفراد العينة حول مستوى الوعي بالقضايا الصحية المقدمة عبر البودكاست

الوزن النسبي	الانحراف المعياري	المتوسط المرجح	عبارات المقياس			
			موافق	محايد	غير موافق	
٨٥.٨	٠.٥٧٧	٢.٥٧٥	٢٥٣	١٣٨	١٨	ك يساهم البودكاست في زيادة معرفتي بالقضايا الصحية الرئيسية التي تواجه المجتمع المصري
			٦١.٩ %	٣٣.٧ %	%٤.٤	%
٨٢.٣	٠.٦٠٦	٢.٤٦٩	٢١٦	١٦٩	٢٤	ك أتابع الأخبار التي تتناول حملات الكشف المبكر عن الأمراض والبرامج الصحية الحكومية عبر البودكاست
			٥٢.٨ %	٤١.٣ %	%٥.٩	%
٨٣.٤	٠.٦١١	٢.٥٠١	٢٣٠	١٥٤	٢٥	ك يعزز البودكاست من ادراكي لتأثير العادات الصحية على جودة الحياة والوقاية من الأمراض المزمنة
			٥٦.٢ %	٣٧.٧ %	%٦.١	%
٨٣.٦	٠.٦٠٧	٢.٥٠٩	٢٣٢	١٥٣	٢٤	ك يعمل البودكاست على زيادة وعيي بأهمية الصحة النفسية ودورها في تعزيز حياة أفضل للأفراد.
			٥٦.٧ %	٣٧.٤ %	%٥.٩	%
٧٩.٧	٠.٦٥٢	٢.٣٩١	١٩٨	١٧٣	٣٨	ك أشارك في النقاشات أو أتابع محتويات تتعلق بالرعاية الصحية المتاحة في مصر عبر البودكاست
			٤٨.٤ %	٤٢.٣ %	%٩.٣	%
٨١.٨	٠.٦١٧	٢.٤٥٥	٢١٣	١٦٩	٢٧	ك يمكنني البودكاست من التعرف على حلول للتحديات الصحية الكبرى مثل انتشار الأمراض والأوبئة في مصر.
			٥٢.١ %	٤١.٣ %	%٦.٦	%
٤٠٩			إجمالي العينة			



يتضح من بيانات الجدول السابق أن عبارة "يساهم البودكاست في زيادة معرفتي بالقضايا الصحية الرئيسية التي تواجه المجتمع المصري" جاءت في الترتيب الأول بوزن نسبي ٨٥.٨%، مما يدل على تأثير إيجابي للبودكاست في زيادة الوعي وتقديم العديد من المعلومات الخاصة بالقضايا الصحية الرئيسية التي تؤثر في المجتمع المصري. وجاءت عبارة "يعمل البودكاست على زيادة وعي بأهمية الصحة النفسية ودورها في تعزيز حياة أفضل للأفراد" في الترتيب الثاني بوزن نسبي ٨٣.٦%، مما يشير إلى أن البودكاست يساهم في نشر الوعي بأهمية الصحة النفسية في الحياة اليومية وبسبب الضغوطات التي فرضتها علينا الحياة الحديثة قامت العديد من وسائل الإعلام الحديثة وخاصة البودكاست بتخصيص العديد من الحلقات لموضوعات الصحة النفسية ومشاكلها ومحاولة إيجاد حلول لها لما لهذه المشكلات من تأثير في صحة الإنسان النفسية والعقلية.

وجاءت بوزن نسبي متقارب للغاية عبارة "يعزز البودكاست من إدراكي لتأثير العادات الصحية على جودة الحياة والوقاية من الأمراض المزمنة" في الترتيب الثالث ٨٣.٤%، مما يعكس دور البودكاست في تعزيز الوعي حول أهمية العادات الصحية الصحيحة في تحسين جودة الحياة للأفراد.

وفي الترتيب الرابع جاءت عبارة "أتابع الأخبار التي تتناول حملات الكشف المبكر عن الأمراض والبرامج الصحية الحكومية عبر البودكاست" بوزن نسبي ٨٢.٣%، مما يعكس اهتمام الأفراد بمواكبة الأخبار المتعلقة بالصحة والحملات التي تنظمها الحكومة للكشف المبكر عن الأمراض بهدف الحفاظ على صحة المواطنين، بينما جاءت عبارة "يمكنني البودكاست من التعرف على حلول للتحديات الصحية الكبرى مثل انتشار الأمراض والأوبئة في مصر" في الترتيب الخامس بوزن نسبي ٨١.٨%، مما يدل على دور البودكاست في محاولة إيجاد حلول للتحديات الصحية التي يواجهها المجتمع وذلك بعرض الآراء العلمية من المتخصصين بشأن مواجهة تلك التحديات، و"أشارك في النقاشات أو أتابع محتويات تتعلق بالرعاية الصحية المتاحة

في مصر عبر البودكاست" جاءت في الترتيب السادس بوزن نسبي ٧٩.٧%، مما يعكس اهتمام الأفراد بالاطلاع على موضوعات الرعاية الصحية في مصر والتي تمس حياتهم بشكل خاص

تشير نتائج استجابات أفراد العينة حول مستوى الوعي بالقضايا الصحية المقدمة عبر البودكاست إلى دور كبير للبودكاست في تعزيز المعرفة بالقضايا الصحية الرئيسية والوعي بأهمية الوقاية والعادات الصحية السليمة وهذا ما أكدته نتائج الجدول رقم (١٩) في الدراسة الحالية والذي جاء به "توفر الرعاية الصحية" و" الصحة النفسية" في مقدمة القضايا التي يفضل أفراد العينة متابعتها عبر البودكاست بنسبة ٥٥.٥%، فالبودكاست يلعب دوراً مهماً في تعزيز الوعي بالقضايا الصحية في المجتمع المصري، مثل الوقاية من الأمراض ، والتحديات الصحية الكبرى، وأساليب الحياة الصحية والتغذية السليمة وحملات الكشف المبكر عن الأمراض مثل حملة الكشف عن فيروس سي والحملات الموجهة للمرأة بشكل خاص " حملة الكشف عن سرطان الثدي" و "حملة صحة الست المصرية"، وعمليات التجميل كما لاحظت الباحثة قيام البودكاست بتخصيص العديد من الحلقات لمشكلات الصحة النفسية وكيفية إيجاد حلول لها مما يدل على أهميتها مما يعزز من فهم الأفراد لتأثير هذه القضايا على حياتهم اليومية.

واتفقت هذه النتيجة مع دراسة دراسة صفاء قديري و مختار جلولي (٢٠٢٤م)^(١٤٤) والتي أوضحت أن الاستماع للبودكاست الصحي يساعد أفراد العينة على تبني المواقف الصحية تجاه القضايا والمشاكل الصحية المعاشة.

وهذا ما أكدته دراسة داليا عثمان (٢٠١٩م)^(١٤٥) والتي جاء فيها اهتمام المرأة المصرية عينة الدراسة بمتابعة الموضوعات والقضايا الصحية من خلال وسائل الإعلام الرقمي. وكما جاء في دراسة وداد هارون (٢٠٢٣م)^(١٤٦) أن من أبرز القضايا التي تم معالجتها عبر البودكاست عينة الدراسة هي القضايا الصحية في الترتيب الثاني .

(د) استجابات أفراد العينة حول مستوي الوعي بالقضايا التعليمية المقدمة عبر البودكاست:

جدول رقم (٢٥)

استجابات أفراد العينة حول مستوي الوعي بالقضايا التعليمية المقدمة عبر البودكاست

عبارات المقياس		غير موافق	محايد	موافق	المتوسط المرجح	الانحراف المعياري	الوزن النسبي
ك	يعزز البودكاست من معرفتي بالتحديات التي تواجه النظام التعليمي في مصر	١٧	١٤١	٢٥١	٢.٥٧٢	٠.٥٧٣	٨٥.٧
		%٤.٢	٣٤.٥ %	٦١.٤ %			
ك	أتابع التطورات في المناهج والبرامج التعليمية في المدارس والجامعات عبر البودكاست	٣٨	١٨٥	١٨٦	٢.٣٦٢	٠.٦٤٦	٧٨.٧
		%٩.٣	٤٥.٢ %	٤٥.٥ %			
ك	يمكنني البودكاست من فهم تأثير جودة التعليم على التنمية المجتمعية والمستقبل المهني للشباب	٣١	١٥٦	٢٢٢	٢.٤٦٧	٠.٦٣٤	٨٢.٢
		%٧.٦	٣٨.١ %	٥٤.٣ %			
ك	ينمي البودكاست ووعي بأهمية التعليم الفني والتدريب المهني في دعم سوق العمل المصري	٣٣	١٦٢	٢١٤	٢.٤٤٣	٠.٦٤٠	٨١.٤
		%٨.١	٣٩.٦ %	٥٢.٣ %			
ك	أتابع النقاشات حول تحسين البيئة التعليمية وتطوير أساليب التدريس في مصر عبر البودكاست	٤٤	١٥٩	٢٠٦	٢.٣٩٦	٠.٦٧٥	٧٩.٩
		%١٠.٨	٣٨.٩ %	٥٠.٤ %			
ك	يمكنني البودكاست من تحديد القضايا التعليمية الرئيسية التي تحتاج إلى إصلاح وتطوير في مصر	٢٩	١٥٩	٢٢١	٢.٤٦٩	٠.٦٢٦	٨٢.٣
		%٧.١	٣٨.٩ %	٥٤.٠ %			
إجمالي العينة		٤٠٩					

يتضح من بيانات الجدول السابق أن عبارة " يعزز البودكاست من معرفتي بالتحديات التي تواجه النظام التعليمي في مصر " جاءت في الترتيب الأول بوزن نسبي ٨٥.٧ %، مما يعكس دور البودكاست في زيادة الوعي بالتحديات التي يواجهها النظام التعليمي في مصر. وجاءت عبارتي " يمكنني البودكاست من تحديد القضايا التعليمية الرئيسية التي تحتاج إلى إصلاح وتطوير في مصر " و " يمكنني البودكاست من فهم

تأثير جودة التعليم على التنمية المجتمعية والمستقبل المهني للشباب " في الترتيب الثاني والثالث بوزن نسبي متقارب للغاية ٨٢.٣% و ٨٢.٢% على التوالي، والذي يعكس أهمية البودكاست في مساعدة أفراد العينة على تحديد القضايا التعليمية الرئيسية التي تواجه المجتمع المصري من محاولات تطوير التعليم المستمرة وتطوير المناهج وغيرها. بينما جاءت عبارة "ينمي البودكاست وعي بأهمية التعليم الفني والتدريب المهني في دعم سوق العمل المصري" في الترتيب الرابع بوزن نسبي ٨١.٤%، مما يدل على أهمية التعليم الفني والتدريب المهني في تلبية احتياجات سوق العمل في مصر. كما جاءت عبارة "أتابع النقاشات حول تحسين البيئة التعليمية وتطوير أساليب التدريس في مصر عبر البودكاست" في الترتيب الخامس بوزن نسبي ٧٩.٩%، مما يعكس اهتمام الأفراد بتحسين البيئة التعليمية وطرق التدريس، وفي الترتيب السادس جاءت عبارة "أتابع التطورات في المناهج والبرامج التعليمية في المدارس والجامعات عبر البودكاست" بوزن نسبي ٧٨.٧%، مما يشير إلى اهتمام الأفراد بمواكبة الأخبار المتعلقة بالتطورات في المناهج والبرامج التعليمية..

تشير نتائج استجابات أفراد العينة حول مستوى الوعي بالقضايا التعليمية المقدمة عبر البودكاست إلى أن البودكاست يساهم بشكل ملحوظ في تعزيز الوعي بالتحديات التعليمية في مصر وأهمية تطوير النظام التعليمي لتلبية احتياجات المجتمع كما أنه يركز على الموضوعات التعليمية وهذا ما أكدته دراسة ياسمين أحمد (٢٠٢٣م) (١٤٧) والتي جاء بها القضايا التعليمية في مركز متقدم بالنسبة لمجموع القضايا التي يتناولها البودكاست عينة الدراسة، هذا وقد جاءت قضية " كثافة الفصول المدرسية " وقضية " تطوير المناهج الدراسية " في الجدول رقم (١٩) من الدراسة الحالية كأبرز القضايا التي يتابعها أفراد العينة عبر إذاعات البودكاست لما لهذه القضايا من تأثير في مستوى فهم الطلاب للمناهج الدراسية، فالبودكاست تلعب دوراً مهماً في تعزيز الوعي بالقضايا التعليمية، مثل التحديات التي يواجهها النظام التعليمي، أهمية التعليم الفني، وتطوير المناهج وأساليب التدريس، وكثافة الفصول



المدرسية ومشكلات التعليم الجامعي مما يساهم في نشر الوعي حول أهمية تحسين التعليم في مصر بما يتناسب مع احتياجات المجتمع وسوق العمل. فالمجتمعات يقاس تطورها بمدى تقدم المنظومة التعليمية بها وهذا ما تسعى إليه الحكومة المصرية باستمرار من دعم العملية التعليمية والعمل على تطوير المناهج وتحفيز الطلاب بما يتواءم مع التطور التكنولوجي في المجتمعات المتقدمة.

ثانياً- نتائج اختبار الفروض:

الفرض الأول: توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين معدل تعرض أفراد العينة للبودكاست ومستوى الوعي لديهم بالقضايا المجتمعية.

جدول رقم (٢٦)

العلاقة الارتباطية بين معدل تعرض أفراد العينة للبودكاست ومستوى الوعي بالقضايا المجتمعية

الإجمالي	مستوى الوعي بالقضايا المجتمعية			مستوى تعرض أفراد العينة لإذاعات البودكاست	
	مرتفع	متوسط	منخفض		
١٧٨	١١٣	٥٢	١٣	ك	مستوى تعرض منخفض
%٤٣.٥٠	%٣٤.٩٠	%٧٤.٣٠	٨٦.٧٠ %	%	
٢١٢	١٩٤	١٦	٢	ك	مستوى تعرض متوسط
%٥١.٨٠	%٥٩.٩٠	%٢٢.٩٠	١٣.٣٠ %	%	
١٩	١٧	٢	٠	ك	مستوى تعرض عالي
%٤.٦٠	%٥.٢٠	%٢.٩٠	%٠.٠٠	%	
٤٠٩	٣٢٤	٧٠	١٥	ك	الإجمالي
١٠٠.٠	١٠٠.٠	١٠٠.٠	١٠٠.٠	%	
قيمة $\chi^2 = ٤٨.٣٠٦$ درجة الحرية = ٤ مستوى المعنوية = ٠.٠٠١ الدلالة = ٠.٠٠١ معامل التوافق = ٠.٣٢٥					

يتضح من بيانات الجدول السابق وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين معدل تعرض أفراد العينة للبودكاست ومستوي الوعي لديهم بالقضايا المجتمعية، حيث بلغت قيمة كا^٢ (٤٨.٣٠٦) عند درجة حرية = (٤)، وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوي معنوية (٠.٠٠١)، حيث بلغت قيمة معامل التوافق (٠.٣٢٥)

• **وبذلك ثبت صحة الفرض الأول** وهذا يعني أنه كلما زاد معدل تعرض أفراد العينة للبودكاست ارتفع مستوي الوعي بالقضايا المجتمعية ، مما يعكس أهمية البودكاست كوسيلة إعلامية حديثة في تطور مستمر و انتشار متزايد في مصر والعالم العربي ، وهذا ما تؤكدته دراسة حسين الشريف (٢٠٢٢م)^(١٤٨) والتي أظهرت أن البودكاست يلتزم بعرض قضايا المجتمع ويعالج مواضيع تتميز بأهميتها وتستجيب لاهتمامات فئات كبيرة من الناس ، كما أنه في بعض المرات يطرح قضايا محظورة على الإعلام في داخل بعض الدول بالنظر إلى الرقابة التي تمارسها أنظمة عربية على أعلامها.

مما يدعم فرضية البحث الرئيسية ويوضح دور البودكاست كوسيلة رقمية جديدة في تعزيز الوعي المجتمعي، خاصة في سياقات ذات تحديات اجتماعية واقتصادية ، وهذا ما أكدته دراسة (Nawal Abdel Razaq & Noha Mellor 2024)^(١٤٩) والتي أثبتت نتائجها أن البث الصوتي برز كوسيلة أساسية لنشر المعلومات حول القضايا المجتمعية بين المبحوثين.

الفرض الثاني: توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين دوافع تعرض أفراد العينة للبودكاست ومستوي الوعي لديهم بالقضايا المجتمعية.

جدول (٢٧)

دوافع تعرض أفراد العينة للبودكاست ومستوي الوعي بالقضايا المجتمعية.

مستوي الوعي بالقضايا المجتمعية			الدوافع
الدلالة	المعنوية	معامل الارتباط	
٠.٠٥	٠.٠١١	٠.٢٤١	الطوقسية
٠.٠٥	٠.٠٤١	٠.٢١١	النفعية



يتضح من بيانات الجدول السابق وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين دوافع تعرض أفراد العينة للبودكاست ومستوي الوعي لديهم بالقضايا المجتمعية، حيث أثبتت النتائج :

- وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين الدوافع الطقوسية لتعرض أفراد العينة للبودكاست ومستوي الوعي لديهم بالقضايا المجتمعية، حيث بلغت قيم معامل الارتباط (٠.٢٤١)، وهي قيمة دالة عند مستوي دلالة ٠.٠٥ .
- وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين الدوافع النفعية لتعرض أفراد العينة للبودكاست ومستوي الوعي لديهم بالقضايا المجتمعية، حيث بلغت قيم معامل الارتباط (٠.٢١١)، وهي قيمة دالة عند مستوي دلالة ٠.٠٥ .
- **وبذلك ثبت صحة الفرض الثاني** ، وهذا يعني أنه كلما زادت دوافع تعرض افراد العينة الطقوسية والنفعية للبودكاست ارتفع مستوي الوعي بالقضايا المجتمعية، ففي ظل الانتشار المتزايد للبودكاست في الآونة الأخيرة زادت الدوافع الخاصة بالتعرض لها وأصبحت مصدر معلوماتي مكمل لمصادر المعلومات الأخرى المتاحة للأفراد، كما جاء في الجدول رقم (٩) من الدراسة الحالية حيث حصل دافع تزويد المستمعين بمعلومات جديدة تساعد على فهم المجتمع على النسبة الأعلى (٤٣.٣%) ، والتسلية وقضاء وقت الفراغ جاء في المرتبة الثانية بنسبة ٣٨.٩% ، وهو ما يبرز دوافع الأفراد النفعية والطقوسية التي تتخذ البودكاست كوسيلة إعلامية ذات أهمية في تزويدهم بالمعلومات الجديدة حول مجتمعهم كما أنها وسيلة ترفيهية تساعدهم على الاسترخاء وقضاء وقت ممتع.

الفرض الثالث: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات أفراد العينة على مقياس الوعي بالقضايا المجتمعية نتيجة تعرضهم للبودكاست وفقاً للمتغيرات الديموغرافية (السن/ المستوى التعليمي /المستوى الاقتصادي الاجتماعي).

جدول رقم (٢٨)

الفروق بين متوسطات درجات أفراد العينة على مقياس الوعي بالقضايا المجتمعية نتيجة تعرضهم للبودكاست وفقاً للمتغيرات الديموغرافية (السن/ المستوى التعليمي /المستوى الاقتصادي الاجتماعي)

المتغيرات	مصادر التباين	درجات الحرية	مجموع المربعات	متوسط المربعات	قيمة F	مستوى المعنوية
السن	بين المجموعات	٢.٥١١	٣	٠.٨٣٧	٣.٢٩	٠.٠٢١
	داخل المجموعات	١٠٣.٠٣٩	٤٠٥	٠.٢٥٤		
	المجموع	١٠٥.٥٥	٤٠٨			
المستوى التعليمي	بين المجموعات	٠.٤٠٢	٢	٠.٢٠١	٠.٧٧٧	٠.٤٦
	داخل المجموعات	١٠٥.١٤٨	٤٠٦	٠.٢٥٩		
	المجموع	١٠٥.٥٥	٤٠٨			
المستوى الاقتصادي الاجتماعي	بين المجموعات	١.٤٥٥	٢	٠.٧٢٨	٢.٨٣٨	٠.٠٦
	داخل المجموعات	١٠٤.٠٩٥	٤٠٦	٠.٢٥٦		
	المجموع	١٠٥.٥٥	٤٠٨			

يتضح من بيانات الجدول السابق ما يلي:

- عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات أفراد العينة على مقياس الوعي بالقضايا المجتمعية نتيجة تعرضهم للبودكاست وفقاً للمتغيرات الديموغرافية (المستوى التعليمي /المستوى الاقتصادي الاجتماعي)، حيث بلغت قيم (ف) قيمة غير دالة إحصائياً عند مستوى دلالة ٠.٠٥ .
- وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات أفراد العينة على مقياس الوعي بالقضايا المجتمعية نتيجة تعرضهم للبودكاست وفقاً لمتغير السن حيث توجد فروق لصالح الأكبر سناً، حيث بلغت قيم ف (٣.٢٩٠)، وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى دلالة ٠.٠٥ .



• **وبالتالي ثبت صحة الفرض الثالث جزئياً** حيث أنه توجد فروق لصالح الأكبر سناً من أفراد العينة في مستوى الوعي بالقضايا المجتمعية ، بمعنى أن مستوى الوعي بالقضايا المجتمعية يزيد لدى أفراد العينة الأكبر سناً وقد يرجع هذا إلى مستوى نضج الأكبر سناً وارتفاع درجة اهتمامهم بالقضايا التي تمس مجتمعهم وحياتهم الشخصية مما يجعلهم يبحثون عن مصادر مختلفة للمعلومات عنها كما أن لديهم القدرة على تحليل المعلومات والموضوعات والاستفادة منها مما يرفع من نسبة وعيهم بالقضايا المجتمعية نتيجة لتعرضهم للبودكاست التي تقدم معلومات متنوعة من مصادر مختلفة .

بينما قد يرجع عدم وجود فروق على مقياس الوعي بالقضايا المجتمعية نتيجة تعرض أفراد العينة للبودكاست وفقاً للمتغيرات الديموغرافية (المستوى التعليمي /المستوى الاقتصادي الاجتماعي) إلى طبيعة القضايا المجتمعية نفسها ، والتي تؤثر على كل الفئات باختلاف مستوياتهم التعليمية والاقتصادية والاجتماعية ويكون لديهم وعي بها بمجرد تعرضهم للوسيلة الإعلامية التي تعرضها نظراً لأنها تمس الأفراد وتؤثر على جميع شرائح المجتمع^(١٥٠).

الفرض الرابع: توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين مدى اعتماد أفراد العينة على البودكاست كمصدر للمعلومات عن القضايا المجتمعية.

- ومستوى وعيهم بالقضايا المجتمعية.
- وتوفر معايير ثراء الوسيلة (البودكاست)
- ومستوى ثقتهم في البودكاست كمصدر للمعلومات عن القضايا المجتمعية

جدول رقم (٢٩)

معامل الارتباط بين مدى اعتماد أفراد العينة على البودكاست كمصدر للمعلومات عن القضايا المجتمعية ومتغيرات (مستوى الوعي بالقضايا المجتمعية، وتوفر معايير ثراء الوسيلة (البودكاست)، ومستوى الثقة في البودكاست كمصدر للمعلومات عن القضايا المجتمعية)

مدى اعتماد أفراد العينة على البودكاست كمصدر للمعلومات عن القضايا المجتمعية			المتغيرات
معامل الارتباط	المعنوية	الدلالة	
٠.٢٤٢	٠.٠٠١	٠.٠٠١	مستوى الوعي بالقضايا المجتمعية
٠.٢٠٢	٠.٠٠١	٠.٠٠١	معايير ثراء الوسيلة (البودكاست)
٠.٤٠٠	٠.٠٠١	٠.٠٠١	مستوى الثقة في البودكاست كمصدر للمعلومات عن القضايا المجتمعية

يتضح من بيانات الجدول السابق وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين مدى اعتماد أفراد العينة على البودكاست كمصدر للمعلومات عن القضايا المجتمعية وبعض المتغيرات وفقاً للتالي:

- وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين مدى اعتماد أفراد العينة على البودكاست كمصدر للمعلومات عن القضايا المجتمعية ومستوى وعيهم بهذه القضايا، حيث بلغت قيم معامل الارتباط (٠.٢٤٢)، وهي قيمة دالة عند مستوي دلالة ٠.٠٠١.
- وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين مدى اعتماد أفراد العينة على البودكاست كمصدر للمعلومات عن القضايا المجتمعية ومعايير ثراء الوسيلة (البودكاست)، حيث بلغت قيم معامل الارتباط (٠.٢٠٢)، وهي قيمة دالة عند مستوي دلالة ٠.٠٠١.
- وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين مدى اعتماد أفراد العينة على البودكاست كمصدر للمعلومات عن القضايا المجتمعية ومستوى الثقة في



البودكاست كمصدر للمعلومات عن القضايا المجتمعية، حيث بلغت قيم معامل الارتباط (٠.٤٠٠)، وهي قيمة دالة عند مستوي دلالة ٠.٠٠١.

● **وبذلك ثبت صحة الفرض الرابع** حيث عكست النتائج ما يلي :

- أنه كلما زاد اعتماد أفراد العينة على البودكاست كمصدر للمعلومات عن القضايا المجتمعية ارتفع مستوى وعيهم بهذه القضايا، مما يؤكد على الفرض الرئيسي لنظرية الاعتماد على وسائل الاعلام وهي النظرية التي تم استخدامها في الدراسة الحالية بأنه كلما زاد اعتماد الفرد على وسائل الاعلام التي تقدم معلومات مهمة للفرد وتلبي لديه حاجات أكثر كلما كان لهذه الوسائل الإعلامية تأثير قوي وزاد من أهمية الدور الذي تؤديه تلك الوسائل في حياة الفرد والمجتمع ككل^(١٥١) ، ومن هنا كان للاعتماد على اذاعات البودكاست كمصدر للمعلومات عن القضايا المجتمعية دور كبير بالنسبة لأفراد العينة في التأثير على مستوى وعيهم بهذه القضايا.

- أن الأفراد يعتمدون على الوسائل التي تتميز بعدد من الخصائص التي تلبي احتياجاتهم (ثراء الوسيلة) والتي تعني كم المعلومات الذي تستطيع وسيلة الاتصال نقله في وقت بعينه وكلما زادت الوسيلة ثراء كلما كانت أكثر فاعلية في توصيل المعلومة^(١٥٢) وبالتالي يزيد الاعتماد عليها كمصدر للمعلومات، فالثراء الإعلامي هو قدرة الوسيلة على استخدام لغات متنوعة وإشارات متعددة ورجع صدى سريع و البودكاست بمقاييس الثراء الإعلامي تعد وسيلة نموذجية للتعليم ونشر المعلومات وذلك لسهولة وسرعة الوصول لها كما أكدته نتائج الجدول رقم (١٧) من الدراسة الحالية والذي يوضح استجابات أفراد العينة حول الخصائص التي يتسم بها البودكاست، وأيضاً لإمكانية التفاعل عن طريق مشاركة المحتوى وإبداء الآراء والتعليق كما أكدته نتائج الجدول رقم (١٦) من الدراسة الحالية وبالتالي تستطيع هذه الوسيلة التغلب على الغموض والشك

الذي ينتاب الأفراد عند التعرض لها وتصبح وسيلة يمكن الاعتماد عليها كمصدر للمعلومات عن القضايا المجتمعية.

- كما توضح العديد من الدراسات السابقة أنه كلما زاد اعتماد الفرد على وسيلة إعلامية معينة كلما ارتفع مستوى ثقته في المحتوى التي تقدمه كما جاء في دراسة جيلان شرف (٢٠٢١) (١٥٣) أنه توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين اعتماد المبحوثات عينة الدراسة على مواقع التواصل الاجتماعي والثقة في مضامين مواقع التواصل الاجتماعي الخاصة بتمكين المرأة، وبالتالي وكما أوضحت نتائج الدراسة الحالية أنه كلما ارتفع معدل اعتماد أفراد العينة على إذاعات البودكاست كمصدر للمعلومات كلما ارتفع مستوى ثقة أفراد العينة في هذه الإذاعات بسبب تفرداها ببعض الأخبار والأحداث والمعلومات كما أنها تقدم تغطية فورية للأحداث الحالية، كما تهتم بتناول تفاصيل الأحداث والموضوعات وتقدم معالجة عميقة وهذا ما أكدته دراسة هبه شفيق (٢٠٢٤) (١٥٤) والتي جاء بها أيضاً أنه توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين درجة ثقة الجمهور المصري في برامج البودكاست ومستوى اعتمادهم عليها كمصدر للمعلومات والأخبار.

الفرض الخامس : توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين مدى اعتماد أفراد العينة على البودكاست كمصدر للمعلومات عن القضايا المجتمعية والتأثيرات الناتجة عن هذا الاعتماد (المعرفية، الوجدانية، السلوكية).

جدول رقم (٣٠)

معامل الارتباط بين مدى اعتماد أفراد العينة على البودكاست كمصدر للمعلومات عن القضايا المجتمعية والتأثيرات الناتجة عن هذا الاعتماد (المعرفية، الوجدانية، السلوكية)

مدى اعتماد أفراد العينة على البودكاست كمصدر للمعلومات عن القضايا المجتمعية			التأثيرات
الدلالة	المعنوية	معامل الارتباط	
٠.٠٠١	٠.٠٠١	٠.٢٦٥	المعرفية
٠.٠٠١	٠.٠٠١	٠.٢٧٣	الوجدانية
٠.٠٠١	٠.٠٠١	٠.٢٨٣	السلوكية

يتضح من بيانات الجدول السابق وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين مدى اعتماد أفراد العينة على البودكاست كمصدر للمعلومات عن القضايا المجتمعية والتأثيرات الناتجة عن هذا الاعتماد (المعرفية، الوجدانية، السلوكية) وفق التالي:

— وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين مدى اعتماد أفراد العينة على البودكاست كمصدر للمعلومات عن القضايا المجتمعية والتأثيرات المعرفية، حيث بلغت قيم معامل الارتباط (٠.٢٦٥)، وهي قيمة دالة عند مستوي دلالة ٠.٠٠١.

— وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين مدى اعتماد أفراد العينة على البودكاست كمصدر للمعلومات عن القضايا المجتمعية والتأثيرات الوجدانية، حيث بلغت قيم معامل الارتباط (٠.٢٧٣)، وهي قيمة دالة عند مستوي دلالة ٠.٠٠١.

— وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين مدى اعتماد أفراد العينة على البودكاست كمصدر للمعلومات عن القضايا المجتمعية والتأثيرات السلوكية، حيث بلغت قيم معامل الارتباط (٠.٢٨٣)، وهي قيمة دالة عند مستوي دلالة ٠.٠٠١.

● **وبذلك ثبت صحة الفرض الخامس ، وتعكس هذه النتائج أنه كلما زاد الاعتماد على إذاعات البودكاست كمصدر للمعلومات عن القضايا المجتمعية كلما زادت التأثيرات الناتجة عن هذا الاعتماد (المعرفية، الوجدانية، السلوكية) ، وهذا ما تؤكد نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام بأن كلما زاد درجة اعتماد الأفراد على وسيلة إعلامية يؤدي إلى زيادة التأثيرات الناتجة عن هذا الاعتماد^(١٥٥) ، وتتفق هذه النتيجة مع دراسة منية إسحاق (٢٠٢٣)^(١٥٦) والتي أثبتت نتائجها وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين معدل اعتماد المبحوثين على البودكاست والتأثيرات (المعرفية، الوجدانية، السلوكية) المتحققة لديهم من متابعتها.**

الخاتمة وأهم النتائج :

يعد البودكاست من أحدث الوسائل الإعلامية التي أفرزتها التكنولوجيا الحديثة، فهو وسيلة إعلامية يتزايد متابعيها عاماً تلو الآخر، ولهذا جاءت هذه الدراسة لمحاولة الكشف عن مدى تأثير هذه الوسيلة في الوعي الخاص بفئة مهمة من فئات المجتمع وهي فئة المرأة المصرية وخاصة وعيها بالقضايا المجتمعية التي تتعايش معها وفي محيطها وتتأثر بها ومدى اعتماد المرأة المصرية عليها كمصدر للمعلومات والتأثيرات الناتجة عن هذا الاعتماد.

كشفت نتائج الدراسة أن أغلبية أفراد العينة يتابعون البودكاست بصورة غير منتظمة، حيث بلغت نسبة من يتابعونها "أحياناً" النسبة الأعلى بـ ٦٢.١% ، وأن غالبية أفراد العينة (٦٤.٨%) يستمعون إلى البودكاست لفترات قصيرة نسبياً، تقل عن ساعة واحدة في المتوسط ، مما يدل على مستوى تعرض متوسط للبودكاست وقد يرجع هذا إلى كثرة البدائل المتاحة فالعصر التكنولوجي الحالي والتي يتعرض لها الفرد باستمرار، كما أشارت النتائج أن غالبية أفراد العينة (٥٣.١%) يتابعون البودكاست منذ فترة زمنية قصيرة نسبياً، تقل عن عامين .

أوضحت النتائج أن المضامين الدينية والاجتماعية والثقافية جاءت في مقدمة المضامين الذي تفضل أفراد العينة متابعتها عبر البودكاست ، وأن YouTube و Google Podcast هي المنصات الأكثر تفضيلاً لمتابعة البودكاست بالنسبة لأفراد العينة .

وأشارت النتائج إلى أن أفراد العينة يمارسون أنشطة متنوعة أثناء استماعهم للبودكاست، مما يعكس الطابع المرن لهذه الوسيلة الإعلامية وإمكانية دمجها بسهولة في أنماط الحياة اليومية، حيث جاء "الاستماع أثناء القيام بالمهام اليومية" هو النشاط الأكثر شيوعاً بنسبة ٤٥.٥% ، كما أوضحت أيضاً تفوق وسائل الإعلام الرقمي كمصادر



للمعلومات عن القضايا المجتمعية حيث تصدر Facebook القائمة بنسبة ٧٨.٥% ،
تلاه البودكاست في المرتبة الثانية بنسبة ٧٠.٤%.

أبرزت النتائج دافع " تزويد المستمعين بمعلومات جديدة تساعد على فهم المجتمع " كأهم دوافع تعرض أفراد العينة للبودكاست وهو ما يدل على أهمية البودكاست كمصدر للمعلومات، ولكن برغم ذلك نجد أن اعتماد أفراد العينة على البودكاست كمصدر للمعلومات جاء بدرجات متفاوتة، فجاء الاعتماد بدرجة متوسطة في المرتبة الأولى بنسبة ٥٥.٧%، وقد يرجع ذلك لتزاحم المعلومات من حولهم من مختلف وسائل الإعلام التقليدية والحديثة وحتى مواقع التواصل الاجتماعي، كما نجد من خلال النتائج تحقق عدد من التأثيرات المعرفية والوجدانية والسلوكية لدى أفراد العينة الناتجة عن اعتمادهم على البودكاست كمصدر للمعلومات عن القضايا المجتمعية.

أظهرت النتائج أن معدل ثقة أفراد العينة في البودكاست كمصدر للمعلومات عن القضايا المجتمعية جاء متوسطاً، كما جاءت نسب من يهتمون بدرجة متوسطة وكبيرة بالقضايا المجتمعية التي يطرحها البودكاست متقاربة للغاية مما يدل على أهمية القضايا التي يطرحها البودكاست والتي جاء من أهمها بالنسبة لأفراد العينة قضايا " التسامح الديني" يليها "تعويم الجنية" يليها "توفر الرعاية الصحية" و " الصحة النفسية" و"كثافة الفصول المدرسية" وهي من القضايا المجتمعية المهمة التي تمس الأفراد بشكل مباشر وتؤثر عليهم .

جاء من أهم إذاعات البودكاست التي يتابع أفراد العينة من خلالها القضايا المجتمعية "بودكاست الدحيح" ، يليه "بودكاست فنجان" يليه "بودكاست وعي" ، كما جاء "عمل إعجاب" و عمل "اشترك ومتابعة لصفحة البودكاست" في مقدمة أنماط تفاعل أفراد العينة مع القضايا المجتمعية التي تطرحها إذاعات البودكاست، وتحددت أهم الخصائص التي يتسم بها البودكاست كمصدر للمعلومات في "سهولة الوصول والاستخدام للبودكاست" في المرتبة الأولى بوزن نسبي ٩٢.٣%.

أثبتت النتائج تقارب معظم عبارات مقياس الوعي بالقضايا المجتمعية في الأوزان النسبية وفي نسب التأييد والموافقة ، فبالنسبة للوعي بالقضايا السياسية جاءت عبارة "يساهم البودكاست في اكتسابي لمعرفة جيدة حول القضايا السياسية المهمة في مصر" في المرتبة الأولى بوزن نسبي ٨٢.٦% ، و بالنسبة للوعي بالقضايا الاجتماعية جاءت عبارة "يزودني البودكاست بالمعرفة الكافية حول القضايا الاجتماعية التي تؤثر على المجتمع المصري" كانت الإجابة الأكثر موافقة من قبل الأفراد، في الترتيب الأول بوزن نسبي (٨٧.٠%) ، وبالنسبة للوعي بالقضايا الدينية جاءت عبارة "يبرز البودكاست القضايا الدينية المعاصرة التي تهتم المجتمع المصري مما يعزز من معرفتي بها" في الترتيب الأول بوزن نسبي (٨٩.٤ %) ، وبالنسبة للوعي بالقضايا الاقتصادية جاءت عبارة "يساهم البودكاست في زيادة معرفتي حول القضايا الاقتصادية التي تؤثر على الاقتصاد المصري" في الترتيب الأول بوزن نسبي قدره ٨١.٧% ، وبالنسبة للوعي بالقضايا التعليمية جاءت عبارة " يعزز البودكاست من معرفتي بالتحديات التي تواجه النظام التعليمي في مصر" جاءت في الترتيب الأول بوزن نسبي ٨٥.٧% ، وبالنسبة للوعي بالقضايا الصحية جاءت عبارة "يساهم البودكاست في زيادة معرفتي بالقضايا الصحية الرئيسية التي تواجه المجتمع المصري" جاءت في الترتيب الأول بوزن نسبي ٨٥.٨% ، وتدلل هذه النتيجة على تأثير التعرض للبودكاست على مستوى وعي أفراد العينة بالقضايا المجتمعية وهذا ما أثبتته الفروض حيث أوضحت النتائج وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين معدل تعرض أفراد العينة للبودكاست ومستوي الوعي بالقضايا المجتمعية.

توصيات الدراسة :

- ١- إجراء العديد من المقابلات المتعمقة مع المدونين الصوتيين بإذاعات البودكاست وخبراء الإعلام الرقمي في الوطن العربي للحصول على مؤشرات للوضع الحالي والمستقبلي لإنتاج البودكاست في مصر والوطن العربي.
- ٢- الاهتمام بالمحتوى الرقمي المتخصص للبودكاست وتوظيفه في الخدمة المجتمعية ومعالجة القضايا، وذلك بزيادة التعمق في عرض الموضوعات التي تهم المجتمع بالتركيز على استضافة المسؤولين والخبراء في المجالات المتعددة.
- ٣- الاستفادة من هذه التقنية في المؤسسات الإعلامية المختلفة وإدراجها ضمن الخدمات الاتصالية المتعددة والجديدة، نظراً لتطورها وانتشارها المتزايد على الساحة العالمية والعربية، حيث إن مستمعي هذه الوسيلة في تزايد مستمر عام تلو الآخر مما يعزز من تأثيرها على الأفراد كوسيلة إعلامية حديثة.
- ٤- تكريس المزيد من الدراسات حول تطوير المحتوى الرقمي للبودكاست ومساحة التعبير المفتوحة له حيث لا يخضع لنفس القواعد والقوانين المهنية لوسائل الإعلام الأخرى.
- ٥- الاهتمام بتقديم دورات تدريبية مكثفة وورش عمل للعاملين في القطاع الإعلامي وذلك في مجال صناعة محتوى البودكاست وكيفية صناعة المحتوى الجاذب والهادف، والاستفادة من مواهب ومهارات صناع المحتوى من المدونين الصوتيين للبودكاست والتركيز على تأهيلهم أكاديمياً.

مراجع الدراسة:

- ^١ - شاهين ، أحمد.(٢٠٢٢). أثر استخدام تقنية البودكاست في تدريس مقرر التكشيف والاستخلاص على التحصيل الدراسي: دراسة تجريبية على طالبات قسم المكتبات والمعلومات بكلية الآداب جامعة طنطا ، **المجلة العلمية للمكتبات والوثائق والمعلومات** ، جامعة القاهرة : كلية الآداب ، قسم المكتبات والوثائق وتقنية المعلومات ، المجلد الرابع ، العدد التاسع ، ص٩٥.
- ^٢ - Singh, Shubham.(2024). **Podcast Statistics (2024) → Active Listeners & Trends**.Available at :
<https://www.demandsage.com/podcast-statistics/> Accessed on 11/12/2024.
- ^٣ - المرجع السابق نفسه .
- ^٤ - حال صناعة البودكاست في العالم العربي ، تقرير ٢٠٢٣-١ ، نادي دبي للصحافة ، المكتب الإعلامي لحكومة دبي ، يوليو ٢٠٢٣ . متاح علي:
<https://dpc.org.ae/-/media/63b802bfefb5421586228987952474cd.ashx>
Accessed on 1/12/2023.
- ^٥ - مختار ، أميرة .(٢٠٢٢). علاقة صحافة المواطن بمدى الوعي بحقوق المرأة ومناهضة العنف المجتمعي تجاهها ، رسالة ماجستير غير منشورة ، جامعة المنصورة ، كلية الآداب ، قسم الإعلام .
- ^٦ - حلمي ، رؤيات و يوسف ، يوستينا.(٢٠٢٣). قضايا التنمية المستدامة في محتوى البودكاست على منصات التواصل الاجتماعي للقنوات الإخبارية : دراسة تحليلية ، **مجلة جامعة مصر للدراسات الإنسانية** ، جامعة مصر للعلوم والتكنولوجيا: مجلد ٣ ، ص ٩٩٦ .
- ^٧ - محمد ، إيمان محمود .(٢٠٢٤). أولويات القضايا التي تعكسها ملفات البودكاست على اليوتيوب You Tube:دراسة تحليلية ، **المجلة العلمية لبحوث الإذاعة والتلفزيون** ، جامعة القاهرة : كلية الإعلام ، قسم الإذاعة والتلفزيون ، العدد التاسع والعشرون ، الجزء الأول ، ص ص ١٧٧-٢١٩ .



⁸ - E K, Kavya & Viswanath, Diya.(2024) . The Rise Of Podcasting And Its Influence On Communication Patterns , **International Journal Of Novel Research And Development** ,Vol.9,No.1, pp235-239.

⁹ - Abdel Razaq, Nawal & Mellor, Noha.(2024). Exploring uses and gratifications of podcasts among young arab audiences, **Social Sciences & Humanities Open** , Vol.10. Available At :

<https://doi.org/10.1016/j.ssaho.2024.101176> Accessed on 30/12/2024.

¹⁰ - قديري ، صفاء و جلولي ، مختار.(٢٠٢٤).فاعلية البودكاست الصحي في تكوين الوعي الصحي لدى مستمعيه ، **مجلة الاعلام والمجتمع**، الجزائر :جامعة الشهيد حمه لخضر ، المجلد ٨ ، العدد ٢ ، ص ص ٣٠٤-٣٢٣.

¹¹ - شفيق ، هبه محمد .(٢٠٢٤).مصداقية برامج البودكاست كمصدر للمعلومات والأخبار لدى الجمهور المصري: دراسة تحليلية وميدانية ، **مجلة البحوث الإعلامية** ، جامعة الأزهر : كلية الإعلام ، العدد التاسع والستون ، الجزء الثاني ، ص ص ٩٠٣-١٠٣٠ .

¹² - Syafrina , Annisa Eka.(2023). Using Habib Jafar Podcast As Islamic Information Media, **Dawatuna: Journal of Communication and Islamic Broadcasting**, VOL.3, NO.1,P P 217-229.Available At :

<https://journal.laaroiba.ac.id/index.php/dawatuna/article/view/2400>
Accessed on 30/6/2024.

¹³ - كلفاح ، أمينة .(٢٠٢٣). واقع صناعة المحتوى الإعلامي العربي الرقمي عبر المدونات الصوتية: دراسة تحليلية لبودكاست "البعد الآخر" من العربية بودكاست ، **المجلة الدولية للاتصال الاجتماعي** ، الجزائر :جامعة عبد الحميد بن باديس مستغانم، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية ،مخبر الدراسات الإعلامية والاتصالية ،مجلد ١٠ ، العدد ٤ ، ص ص ١٨٣-٢٠٢ .

¹⁴ - البسيوني ، إسماعيل محمد .(٢٠٢٣).دوافع استخدام الشباب الجامعي للمحتوى الرقمي عبر تقنية البودكاست وعلاقته بأنماط تعرضهم للراديو التقليدي ، **مجلة البحوث والدراسات الإعلامية** ، القاهرة : المعهد الدولي العالي للإعلام بالشروق ، العدد الخامس والعشرون ، ص ص ١٩٧-٢٧٨ .

¹⁵ - حلي ، رؤيات و يوسف ، يوستينا.مرجع سابق .

¹⁶ - ماضي ، شهده علي .(٢٠٢٣).العوامل المؤثرة على استخدام الشباب المصري للمدونات الصوتية (البودكاست) ، رسالة ماجستير غير منشورة ، جامعة القاهرة : كلية الإعلام ، قسم الإذاعة والتلفزيون.



- ¹⁷ -Lindgren, Mia & Jorgensen, Britta.(2023). Podcasting and constructive journalism in health stories about antimicrobial resistance (AMR), **Media International Australia**, Vol. 187, No. (1), pp.73–87.
- ^{١٨} - هاشم ، منى و عبد الرحمن ، أمنية .(٢٠٢٣). اتجاهات المواقع الاخبارية المصرية والعربية لاستخدام تقنية البودكاست وعلاقتها بتفضيلات الجمهور المصري ، **المجلة المصرية لبحوث الاتصال الجماهيري** ، جامعة بني سويف : كلية الإعلام ، مجلد ٥ ، العدد ١ ، ص ص ٧٣٦-٨٣٤.
- ¹⁹ - Olmsted, Sylvia Chan & Wang, Rang.(2023). Understanding Podcast Users:Consumption Motives and Behaviors , **New Media&Society**,USA, Vol.24, No.3, p p 684-704.
- ^{٢٠} - أحمد ، وداد هارون .(٢٠٢٣).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 ، العدد ١١ ، ص ص ١-٣٦.
- ²¹ - Yoon Y, Cho, Ahran, Park,and Jinho, Choi.(2023). Motives for using news podcasts and political participation intention in South Korea: The mediating effect of political discussion, **Media International Australia**, Vol. 187, No. (1), pp. 39–56.
- ²² - Whipple, Kelsey , Ashe, Ivy, and Chacón,Lourdes M. Cueva .(2022). Examining Podcast Listeners' Perceptions of the Journalistic Functions of Podcasts" , **Electronic News: :Broadcast and Mobile Journalism**, USA, Vol.17, No.1,pp40-66. **Available At :**
<https://journals.sagepub.com/doi/full/10.1177/19312431221137650>
Accessed on : 25/3/2024
- ²³ - English, Peter , Burgess, Jacqueline, and Jones , Christian.(2022). The Final Word on sports podcasts: Audience perceptions of media engagement and news consumption, **Media International Australia** , Vol. 187, No. (1), pp.8–20.
- ²⁴ - Tobin, Stephanie J. & Guadagno ,Rosanna E.(2022). Why people listen: Motivations and outcomes of podcast listening , **PLoS ONE** , VOI 17, NO.4, Available At: <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0265806>
Accessed on 25/3/2024



- ٢٥ - الشيباني ، ماجد فهد .(٢٠٢٢). دوافع تعرّض الجمهور السعودي لإذاعات الإنترنت (البودكاست) والإشباع المتحققة منه دراسة مسحية لعينة من متابعي بودكاست (ثمانية) في المملكة العربية السعودية ، **المجلة المصرية لبحوث الإعلام** ، جامعة القاهرة : كلية الإعلام ، العدد ٧٩ ، ص ص ٤٣٣-٤٦٦ .
- ٢٦ - السريتي ، معز علي و ديهوم ، عمران جمعة.(٢٠٢٢). استخدام النخبة الإعلامية لتطبيقات البودكاست والإشباع المتحققة منها ، **مجلة كلية الفنون والإعلام** ، ليبيا : جامعة مصراته ، كلية الفنون والإعلام ، العدد الرابع عشر، ص ص ٢٣١ – ٢٥٤ .
- 27 - Stephani, Nicky, Rachmawaty, Maya ,and Dyanasari , Reni.(2021). Why We Like Podcasts: A Review of Urban Youth's Motivations for Using Podcasts, **MediaTor**, Vol (14), No (1), P P 99-112.Available At: <https://eprints.upi.ac.id/id/eprint/5126/1/Why%20We%20Like%20Podcasts%20A%20Review%20of%20Urban%20Youth%E2%80%99s%20Motivations%20for.pdf> Accessed on : 28/3/2024.
- 28 - Vilceanu,O., Johnson ,K.and Burns,A.(2021).Consumer Perceptions of Podcast Advertising : Theater of the Mind and Story Selling , Georgia Southern University , **The Association of Marketing Theory and Practice Proceedings (AMTP)**. Available At: https://digitalcommons.georgiasouthern.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1030&context=amtp-proceedings_2021 Accessed on 28/3/2024
- 29 - Samuel-Azran, T., Laor, T. and Tal, D.(2019). Who listens to podcasts, and why?: the Israeli case, **Online Information Review**, Vol. 43 No. 4,2019, pp. 482-495. Available At : <https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/OIR-04-2017-0119/full/pdf?title=who-listens-to-podcasts-and-why-the-israeli-case> Accessed on 30/3/2024
- ٣٠ - عثمان ، أحمد أحمد .(٢٠٢٤).تعرض المرأة المصرية للدراما التي تعالج قضاياها الاجتماعية عبر المنصات الرقمية وعلاقته بتقويم الذات لديها ، **مجلة البحوث الإعلامية** ، جامعة الأزهر: كلية الإعلام ، العدد الحادي والسبعون ، الجزء الأول ، ص ص ٨٨-١٠٠ .
- ٣١ - صفي الدين ، بسنت.(٢٠٢٤). استخدام المرأة للمحتوى الدرامي بالمنصات الرقمية وتأثيره على الهوية الاجتماعية ، **المجلة العلمية لبحوث المرأة والإعلام والمجتمع** ، جامعة بني سويف : كلية الإعلام ، العدد الأول ، ص ص ٧٩ - ١١٦ .



- 32 - Rae, Maria, & Diprose , Kirsten.(2024). Bush Podpreneurs: How Rural Women Podcast Producers Are Building Digital and Social Connectivity, **JOURNAL OF RADIO & AUDIO MEDIA**, Available at: <https://doi.org/10.1080/19376529.2024.2328690> Accessed on 23/2/2024
- 33 - عامر ، علا عبد القوي .(٢٠٢٤). دور القنوات الدينية عبر اليوتيوب في التثقيف الديني للمرأة المصرية :دراسة مسحية ، **المجلة العلمية لبحوث الإذاعة والتلفزيون** ، جامعة القاهرة : كلية الإعلام ، قسم الإذاعة والتلفزيون ، العدد الثامن والعشرون ، ص ص ٥٩ - ٩٧ .
- 34 - Bei, Ju, Hai, Min Dai , and Todd L. Sandel.(2023). Resilience and (Dis)empowerment: Use of Social Media Among Female Mainland Low-Skilled Workers in Macao During the COVID-19 Pandemic, **SAGE Open**, p p 1-12. Available At: <https://doi.org/10.1177/21582440231160480> Accessed on 23/2/2024
- 35 - عكاشة ، هناء .(٢٠٢٣). العلاقة بين تعرض المرأة المصرية للإعلانات النسائية للمؤثرين على مواقع التواصل الاجتماعي وعلاقتها بتشكيل الهوية الاجتماعية لديهن ، **المجلة العلمية لبحوث العلاقات العامة والإعلان**، جامعة القاهرة ، كلية الإعلام ، قسم العلاقات العامة والإعلان ، العدد السادس والعشرون ، الجزء الثاني ، ص ص ١٤١ - ٢٠٨ .
- 36 - حجازي ، هند السيد.(٢٠٢٣). استخدامات المرأة لغرف الدردشة والإشباع المتحققة منها ، **المجلة العلمية لبحوث الإذاعة والتلفزيون** ، جامعة القاهرة : كلية الإعلام ، قسم الإذاعة والتلفزيون ، العدد السادس والعشرون ، الجزء السادس ، ص ص ٢٠٧ - ٢٦٨ .
- 37 - محمد ، إيمان ماهر .(٢٠٢٢). دوافع تعرض المرأة المصرية للكوميكس على مواقع التواصل الاجتماعي ، **المجلة العلمية لبحوث الإذاعة والتلفزيون** ، جامعة القاهرة : كلية الإعلام ، قسم الإذاعة والتلفزيون ، العدد الرابع والعشرون ، الجزء الثاني ، ص ص ٦٥٧ - ٦٧٥ .
- 38 - Fox, Kim &Ebada, Yasmeen.(2022). Egyptian female podcasters: shaping feminist identities, **Learning, Media and Technology**, Vol. 47, No.1, p p53-64, Available At: https://fount.aucegypt.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=4596&context=faculty_journal_articles Accessed on 27/2/2024
- 39 - Shaw, Philippa A. ,et.al.(2022). You're more engaged when you're listening to somebody tell their story: A qualitative exploration into the mechanisms of the podcast 'menopause: unmuted' for communicating health information ، **Patient Education and Counseling**, Volume 105, Issue 12, p p 3494-3500. Available At: <https://doi.org/10.1016/j.pec.2022.09.003> Accessed on 24/3/2024.

- ٤٠ - عبد الواحد ، زينب عبد العظيم.(٢٠٢٢). استخدام المرأة الصعيدية لتطبيق التيك توك والإشباع المتحققة منه ، **المجلة العلمية لبحوث الإذاعة والتلفزيون** ، جامعة القاهرة : كلية الإعلام ، قسم الإذاعة والتلفزيون ، العدد الرابع والعشرون ، الجزء الثاني ، ص ص ٥٦٠-٥١٥ .
- ٤١ - حنفي ، هبه معوض .(٢٠٢٢). تعرض الفتاة المصرية لقنوات اليوتيوب المتخصصة وانعكاسها على النسق القيمي لديها ، **المجلة العلمية لبحوث الإذاعة والتلفزيون** ، جامعة القاهرة : كلية الإعلام ، قسم الإذاعة والتلفزيون ، العدد الثالث والعشرين ، ص ص ٣٨٥-٣١٧ .
- ٤٢ - فهمي ، إسراء سامي .(٢٠٢١). استخدام الريفيات العاملات لمواقع التواصل الاجتماعي وأثره على العلاقات الأسرية ، **مجلة البحوث الإعلامية** ، جامعة الأزهر: كلية الإعلام ، العدد الثامن والخمسون ، الجزء الرابع، ص ص ١٩٤٢-١٩٩٢ .
- 43 - Shahzad, Fakhar ,et.al.(2021). Late-Night Use of Social Media and Cognitive Engagement of Female Entrepreneurs: A Stressor–Strain–Outcome Perspective, **SAGE Open**, P P 1–12. Available At: <https://doi.org/10.1177/21582440211037652> Accessed on 21/5/2024
- 44 - J.Sedlacek .(2020). The Rise of Youtube: Impact of Exposure to Youtube Content on Society Values Formation for Girls, **MA Thesis**, UK : Charles University .
- ٤٥ - محمود ، أميرة محمد.(٢٠١٨). استخدامات المرأة المصرية للشبكات الاجتماعية على الإنترنت والإشباع المتحققة منها ، رسالة ماجستير غير منشورة ، جامعة القاهرة : كلية الإعلام ، قسم الإذاعة والتلفزيون .
- 46 - Baran ,Stanely J. & Davis, Dennis K. (2011). **Mass Communication Theory**, USA: McGraw, P.324.
- 47 - Wright,Charles R.(1986). **Mass Communication: A Sociological Prespective**, 3rd ed , New York: Random House, P.26.
- 48 - DeFleur ,Melvin L & Ball-Rokeach, Sandra. (1989). **Theories of Mass Communication**, 5th ed, New York: Longman, p. 246.
- ٤٩ - مكاوي ، حسن عماد و السيد ،ليلي حسين . (٢٠٠٣).الاتصال ونظرياته المعاصرة ، القاهرة : الدار المصرية اللبنانية ، ص ٢٣٧ .



- 50 - Loges, William E.(1994). Canaries in the Coal Mine: Perception of Threat and System Dependency Relation, **Communication Research**, Vol.21, No 1, p11.
- ٥١ - الطرابيشي، ميرفت و السيد ، عبدالعزيز.(٢٠٠٦). **نظريات الاتصال** ، القاهرة : دار النهضة العربية ، ص١٣٦.
- 52 - Watson, James.(2008). **Media Communication: An Introduction to Theory and Process**, 3rd ed, USA: Palgrave Macmillan,PP. 77-80.
- 53 - Black, Jay & Bryant, Jennings.(1997). **Introduction to Media Communication**, 5th ed, USA:McGraw-Hill, p. 11.
- 54 - McQuil, Dennis.(2009). **Mass Communication Theory**,6th ed, USA: Sage Publishers,pp.255-257.
- 55 - Morton,Thomas A,et al.(2001). Communication & Health Beliefs, Mass & Interpersonal Influences on Perceptions of risk to self & others, **Communication Research**, vol.28,Issue 5, p 603.
- ٥٦ - حسن ، همت (٢٠١٠). **دراسات في نظريات الإعلام** ، القاهرة: مصر العربية للنشر والتوزيع ، ص٢٥٠.
- 57 - Mcdonald , Danial.(1993). Investing Assumption Of Media Dependency Research , **Communication Research** , Vol.10, P 515.
- 58 - Ball-Rokeach, Sandra.(1998). A theory of Media Power and A theory of Media Use: Different stories, questions, and ways of thinking, **Mass Communication Society**.
- ٥٩ - محمد، ابتسام محمود .(٢٠١٦).العلاقة بين تعرض المرأة المصرية للقنوات الفضائية ومستوى الوعي بمشروع قناة السويس الجديدة ، **المجلة العلمية لبحوث الإذاعة والتلفزيون** ، جامعة القاهرة : كلية الإعلام ، قسم الإذاعة والتلفزيون ، العدد الثامن ، ص٢٨٣.
- 60 - Giddens, Anthony .(1999). **Runaway World: How Globalization is Reshaping our lives** , London: Profile Books, p10.
- 61 - Thompson, John B.(1995). **The Media and Modernity: A Social Theory of the Media**, Oxford: Polity Press, p23.



- ⁶² - Dennis ,Alan R. &Kinney ,Susan Y.(1998). Testing Media Richness Theory in the New Media: The Effects of Cues, Feedback and Task Equivocality, **Information Systems Research**, Vol.9., No.3.p34.
- ⁶³ - Otondo ,Robert F., et al.(2008). The Complexity Of Richness: Media Richness: Media, Massage, And Communication Outcomes, **Information & Management**, Vol. 45, No. 1, p.21. available at: https://libres.uncg.edu/ir/uncg/f/P_Palvia_Complexity_2008.pdf
Accessed on 30/5/2024.
- ⁶⁴ - Yue, Zoe Zhiying.(2014). Which will you choose, E. Mail or we chat?, Media Richness, social presence, self –esteem and media preference among Chinese young people”, **MA**, School of journalism &communication, Chinese University of Hong Kong.
- ⁶⁵ - Kuyath,Stephen.J &Winter,Susan.J.(2006). Distance Education Communications: The social presence and media richness of instant messaging, **Journal of A asynchronous Learning**, Vol.(10), p.p.67:81
- ⁶⁶ - Yun, Haejung, Choi, Chris Seo Yun, and Lee, Choong C.(2009). Testing the Task-Media Fit: The Effects of Task Equivocality on Social Presence of Mobile Video-Mediated Communication , **AMCIS 2009Proceedings**, p.2, Available at: <http://aisel.aisnet.org/cgi/viewcontent.cgi?article=1633&context=amcis2009> Accessed on 15/6/2024.
- ⁶⁷ - Schmitz, Joseph,& Fulk, Janet.(1991). Organizational Colleagues, Media Richness, And Electronic Mail, **A test of the Social Influence Model of Technology Use Communication Research**, Vol. (18), No(4), p.488. Available at: <http://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/009365091018004003#articleCitationDownloadContainer> Accessed on 30/5/2024
- ⁶⁸ - Suh,Kil Soo.(1999). Impact of communication medium on task performance and satisfaction :an examination of media richness theory, **Information & Management**, Vol. 35,No. 5, pp.295-312. Available at: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0378720698000974#> Accessed on 28/5/2024

- ٦٩ - حلمي ، رؤيات و يوسف ، يوستينا، مرجع سابق ، ص١٠١٠.
- 70 - Gilman ,Stuart, & Turner, Jeanine, W.(2001). Media Richness and Social Information Processing : Rationale for Multifocal Continuing Medical Education Activities, **Journal of Continuing Education in The Health Professions**, vol.21, No.3,p.135. Available at: http://journals.lww.com/jcehp/Citation/2001/21030/Media_richness_and_social_information_processing_2.aspx accessed on 16/5/2024.
- ٧١ - عبد الكريم ، لمياء سليمان.(٢٠٢٢). تأثير استخدامات وسائل التواصل الاجتماعي على علاقة الجمهور بالإذاعة والتلفزيون في ضوء نظريتي التفاعلية و ثراء الوسيلة ، رسالة دكتوراه غير منشورة ، جامعة القاهرة: كلية الإعلام ، قسم الإذاعة والتلفزيون ، ص٦٦.
- ٧٢ - عبد الراضي ، هند .(٢٠٢٣). دور القنوات التلفزيونية المصرية العامة والخاصة في تشكيل وعي الجمهور نحو المشروعات القومية ، رسالة ماجستير غير منشورة ، جامعة القاهرة : كلية الإعلام ، قسم الإذاعة والتلفزيون ، ص٢٤.
- 73 - Badger, Jessica M.,et al.(2014). Media Richness and Information Acquisition in internet recruitment, **Journal of Managerial Phycology**,Vol.29, No.7.
- ٧٤ - حسين ،سمير محمد . (١٩٩٥). دراسات في مناهج البحث العلمي "بحوث الإعلام" ، ط٢، القاهرة: عالم الكتب ، ص١٣١.
- ٧٥ - عبد الحميد ، محمد.(١٩٩٧). البحث العلمي في الدراسات الإعلامية ، القاهرة : عالم الكتب ، ص ص١٥٨-١٥٩.
- ٧٦ - عبد الحميد ، محمد.(١٩٩٣). دراسة الجمهور في بحوث الإعلام ، القاهرة : عالم الكتب ، ص١٣١.
- 77 - Ruane , Janet.(2005). **Essentials of Research Methods** , (U.S.A : Blackwell Publishing , p.43.
- ٧٨ - إسماعيل ، محمود.(٢٠١١). مناهج البحث الإعلامي ، القاهرة : دار الفكر العربي ، ص١٣٩.
- ٧٩ - ليزورس ،بوب ماتيويز ترجمة الجوهري ، محمد.(٢٠١٦). الدليل العلمي لمناهج البحث في العلوم الاجتماعية ، القاهرة : دار الكتب المصرية ، المركز القومي للترجمة ، ص ١٢٣.

⁸⁰ - Ishii,Kumi, Lyons,Mary Madison,and Carr. Sabrina. A.(2019). Revisiting media richness Theory for today and Future ,**Human Behavior andEmerging Technologies** ,Vol1 ,Issue.2,p.131.

^{٨١} - قامت الباحثة بعرض استمارة الاستبيان على السادة المحكمين الآتى أسماؤهم مرتبين أبجدياً وفق الدرجة العلمية:

- أ.د صالح العراقي أستاذ الإذاعة والتلفزيون بكلية التربية النوعية جامعة الزقازيق
 - أ.د محمد عبدالبدیع أستاذ الاعلام بكلية الآداب جامعة بنها
 - أ.د محمد غريب أستاذ الإذاعة والتلفزيون ووكيل كلية الآداب جامعة الزقازيق
 - أ.د ممدوح مكايي أستاذ الإذاعة والتلفزيون بكلية الإعلام – جامعة بني سويف
 - أ.د هيثم جودة أستاذ الأعلام المساعد بكلية التربية النوعية جامعة الزقازيق
- ⁸² - Nugroho, D. A., & Anwar, W. Y. C. (2022).Strategy to empower Pancasila values through podcast media as digital citizens innovation, **Jurnal Civics: Media Kajian Kewarganegaraan**,Vol.19, No.2, p35.

^{٨٢} - زين الدين ، علي ، وآخرون .(٢٠٢١). القضايا المجتمعية في فن الفيديو ، **مجلة التربية النوعية** ، جامعة بورسعيد : كلية التربية النوعية ، المجلد ١٤ ، العدد الرابع عشر ، ص ٤٥.

^{٨٤} - علي ، العابد السيد .(٢٠١٧). تأثير اليوتيوب من خلال برامج البودكاست على الطلبة الجامعيين ، **رسالة ماجستير غير منشورة** ، الجزائر : جامعة قاصدي مرباح ، كلية العلوم الانسانية والاجتماعية ، قسم علوم الاعلام والاتصال ، ص ٣٢.

^{٨٥} - خطاب ، أمل محمد .(٢٠١٧). السلوك الاتصالي للشباب المصري في علاقته بالتقنيات التكنولوجية المتطورة "البودكاست نموذجا": دراسة في استخدام الشباب المصري لتقنية البودكاست والإشباع المتحققة والتأثيرات السلوكية المتوقعة ، **مجلة كلية الآداب**، جامعة بنها: كلية الآداب ، الجزء ٤ ، العدد ٤٧، ص ١٤٢.

^{٨٦} - هاشم ، منى و عبد الرحمن ، أمنية، **مرجع سابق** ، ص ٨٠١.

^{٨٧} - البسيوني ، إسماعيل محمد، **مرجع سابق** ، ص ٢٠١.

^{٨٨} - السريتي ، معز علي و جمعة ، عمران، **مرجع سابق** ، ص ٢٤٥.

^{٨٩} - ماضي ، شهذه علي، **مرجع سابق** ، ص ١٠٤.

- ٩٠ - السريتي ، معز على و جمعة ، عمران، مرجع سابق ، ص٢٤٦ .
- ٩١ - الشيباني ، ماجد فهد، مرجع سابق ، ص٤٤٨ .
- ٩٢ - رضا ، نوال .(٢٠٢٢). الاستخدامات التفاعلية لتطبيقات الميديا الجديدة في الحياة اليومية للمراهقين الجزائريين : تطبيقات البودكاست أنموذجاً ، **مجلة العلوم الاجتماعية والانسانية** ، الجزائر : جامعة باتنة ، المجلد ٢٣ ، العدد ١ .
- ٩٣ - ماضي ، شهذه علي ، مرجع سابق ، ص ١١١ .
- ٩٤ - خطاب ، أمل محمد ، مرجع سابق ، ص ١٤٣ .
- ٩٥ - أحمد ، و داد هارون ، مرجع سابق ، ص ١٩ .
- ٩٦ - Tobin, Stephanie J. & Guadagno ,Rosanna E, **Op.Cit** , p19 .
- ٩٧ - بوخلفة ، خديجة و بولوداني ، سهام .(٢٠٢٢). البودكاست الفكاهي وتشكيل الرأي العام في الجزائر: دراسة ميدانية لعينة من الطلبة بكلية العلوم الانسانية والاجتماعية ، **مجلة الرسالة للدراسات الإعلامية** ، الجزائر : جامعة عنابة ، المجلد السادس ، العدد الثاني ، ص ٥٣١ .
- ٩٨ - هاشم ، منى و عبد الرحمن ، أمنية، مرجع سابق ، ص ٨٠٥ .
- ٩٩ - البسيوني ، إسماعيل محمد، مرجع سابق ، ص ٢٤٦ .
- ١٠٠ - شفيق ، هبه محمد ، مرجع سابق ، ص ٩٧٧ .
- ١٠١ - البسيوني ، إسماعيل محمد ، مرجع سابق ، ص ٢٤٥ .
- ١٠٢ - إبراهيم ، منيه إسحاق .(٢٠٢٣). اعتماد الشباب الجامعي المصري على البودكاست وتأثيراته عليهم : دراسة مسحية في ضوء نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام ، **المجلة المصرية لبحوث الإعلام** ، جامعة القاهرة : كلية الاعلام ، أعمال المؤتمر العلمي الدولي الرابع والعشرين لكلية الإعلام ، العدد ٨ ، ج ٢ ، ص ١٠٣٦ .
- ١٠٣ - البسيوني ، إسماعيل محمد، مرجع سابق ، ص ٢٣٨ .
- ١٠٤ - هاشم ، منى و عبد الرحمن ، أمنية، مرجع سابق ، ص ٨٠٢ .
- ١٠٥ - عبد الحليم ، سمر و عبد المنعم ، رباب.(٢٠٢٣). دور مواقع التواصل الاجتماعي في تمكين المرأة ومدى انعكاسه على هويتها الثقافية ، **مجلة البحوث الاعلامية** ، جامعة الأزهر: كلية الإعلام ، العدد ٦٦ ، الجزء الأول ، ص ٣٥٠ .
- ١٠٦ - الهادي ، وليد محمد .(٢٠٢٣). المقارنات الاجتماعية على مواقع التواصل الاجتماعي: تأثير استخدام المرأة المصرية لمواقع التواصل الاجتماعي على صورتها نحو جسدها وتقديرها لذاتها ، **المجلة المصرية لبحوث الاعلام** ، جامعة القاهرة: كلية الاعلام ، العدد ٨٤ ، ص ١٣٢ .



- ١٠٧ - خطاب ، أمل محمد ، مرجع سابق ، ص ١٤٠ .
- 108 - Olmsted, Sylvia Chan & Wang, Rang, **Op.Cit**, p691.
- 109 - Tobin, Stephanie J. & Guadagno ,Rosanna E, **Op.Cit**, p21.
- ١١٠ - خطاب ، أمل محمد ، مرجع سابق ، ص ١٥٤ .
- 111 - Syafrina , Annisa Eka, **Op.Cit**, p221.
- ١١٢ - على ، العابد السيد، مرجع سابق ، ص ٣٤ .
- ١١٣ - إبراهيم ، منية إسحاق، مرجع سابق ، ص ١٠٤٠ .
- ١١٤ - نفس المرجع السابق ، ص ١٠٤٥ .
- ١١٥ - خطاب ، أمل محمد ، مرجع سابق ، ص ١٦٣ .
- ١١٦ - هاشم ، منى و عبد الرحمن ، أمنية، مرجع سابق ، ص ٨١١ .
- ١١٧ - ماضي ، شهاده علي ، مرجع سابق ، ص ١٢٢ .
- ١١٨ - إبراهيم ، منية إسحاق، مرجع سابق ، ص ١٠٤٥ .
- ١١٩ - هاشم ، منى و عبد الرحمن ، أمنية، مرجع سابق ، ص ٨١١ .
- ١٢٠ - إبراهيم ، منية إسحاق، مرجع سابق ، ص ١٠٤٦ .
- ١٢١ - خطاب ، أمل محمد ، مرجع سابق ، ص ١٦٢ .
- ١٢٢ - البسيوني ، إسماعيل محمد ، مرجع سابق ، ص ٢٥٩ .
- ١٢٣ - شفيق ، هبه محمد ، مرجع سابق ، ص ٩٨٠ .
- ١٢٤ - Whipple, Kelsey, et al, **Op.Cit**.
- ١٢٥ - إبراهيم ، منية إسحاق ، مرجع سابق ، ص ١٠٤١ .
- ١٢٦ - بوخلفة ، خديجة و بولوداني ، سهام .(٢٠٢٢). التدوين بالفيديو وتشكيل الرأي العام السياسي الجزائري ، مجلة تنمية الموارد البشرية ، الجزائر : جامعة محمد لمين دباغين سطيف ، وحدة بحث تنمية الموارد البشرية ، المجلد ١٧ ، العدد ٣ ، ص ١٤٢ .
- ١٢٧ - شفيق ، هبه محمد ، مرجع سابق ، ص ٩٧٩ .
- ١٢٨ - إبراهيم ، منية إسحاق، مرجع سابق ، ص ١٠٤٣ .
- ١٢٩ - الشيباني ، ماجد فهد ، مرجع سابق ، ص ٤٥٢ .

- ١٣٠ - البسيوني ، إسماعيل محمد، مرجع سابق ، ص٢٥٧.
- ١٣١ - هاشم ، منى و عبد الرحمن ، أمنية، مرجع سابق ، ص٨٠٧.
- ١٣٢ - البسيوني ، إسماعيل محمد، مرجع سابق ، ص٢٥٣.
- ١٣٣ - هاشم ، منى و عبد الرحمن ، أمنية، مرجع سابق ، ص٨٠٧.
- ١٣٤ - الشيباني ، ماجد فهد، مرجع سابق ، ص٤٥٥.
- ١٣٥ - ماضي ، شهنده علي ، مرجع سابق ، ص١١٤.
- ١٣٦ - إبراهيم ، داليا عثمان .(٢٠١٩). اتجاهات المرأة المصرية نحو استخدام الإعلام الرقمي في المجال الصحي ، **المجلة المصرية لبحوث الرأي العام** ، جامعة القاهرة : كلية الإعلام ، المجلد ١٨ ، العدد الثالث ، ص٤٤٣.
- 137 - Yeromin, Mykola.(2021). Unexpected Crossroads of International Political Communication: Influence and Insights of Universal Codes of Media as Exemplified by Podcasts, **Comics and New Media**, Vol.9, ,pp 263-274, Available At :<https://www.researchgate.net/publication/357745335>. Accessed on 20/11/2024.
- ١٣٨ - غزال ، عبد الرزاق و بورحلي ، وفاء.(٢٠٢١). البودكاست الاجتماعي بين تنمية المسؤولية وخلق الوعي المجتمعي : دراسة وصفية على عينة من مستخدمي تدوينات المضامين الصوتية والمرئية في الجزائر ، **مجلة علوم الانسان والمجتمع**، الجزائر : جامعة محمد خيضر ، كلية العلوم الانسانية والاجتماعية ، المجلد ١٠ ، العدد ٤ ، ص٦٥٨.
- ١٣٩ - محمود ، إيمان محمد ، مرجع سابق ، ص١٩٦.
- ١٤٠ - كلفاح ، أمينة ، مرجع سابق ، ص١٩٤.
- ١٤١ - جواد ، عبير .(٢٠١٨). معالجة الواقع السياسي في الجزائر عبر البودكاست ، **رسالة ماجستير غير منشورة** ، الجزائر : جامعة العربي بن مهيدي أم البواقي ، كلية العلوم الانسانية ، ص١٢٣.
- 142 - Sup, Park Chang.(2017). Citizen News Podcasts and Journalistic Role Conceptions in the United States and South Korea, **Journalism Practice**, Vol.11, No.9, p 1158.
- ١٤٣ - حسن ، ياسمين أحمد.(٢٠٢٣). أطر معالجة قضايا الشباب في بودكاست مطب العشرين في ضوء نظرية المسؤولية الاجتماعية ، **المجلة المصرية لبحوث الإعلام** ، جامعة القاهرة : كلية الاعلام ، العدد ٢٣ ، الجزء الثاني ، ص ٢١٣.



- ^{١٤٤} - قديري ، صفاء و جلولي ، مختار ، مرجع سابق ، ص ٣٢٢ .
- ^{١٤٥} - إبراهيم ، داليا عثمان ، مرجع سابق ، ص ٤٤٢ .
- ^{١٤٦} - أحمد ، وداد هارون ، مرجع سابق ، ص ١٦ .
- ^{١٤٧} - حسن ، ياسمين أحمد ، مرجع سابق ، ص ٢٣٢ .
- ^{١٤٨} - الشريف ، حسين . (٢٠٢٢) . **مبادرات البودكاست في العالم العربي** ، مؤسسة مهارات ، ص ٣٨ ، متاح على :
- <https://maharatfoundation.org/media/2109/podcast-study-ar.pdf>
Accessed on 25/11/2024.
- ¹⁴⁹ - Abdel Razaq, Nawal & Mellor, Noha, **Op.Cit.**
- ¹⁵⁰ - Theophilus , Akujobi& Jack, Jackson.(2017). Social Change And Social Problems, In Abasiekong, E.M, Sibiri, E.A, Ekpenyong, N.S (eds.), **Major Themes in Sociology: An Introductory Text**, Benin City, Mase Perfect Prints, pp 491-526.
- ¹⁵¹ - Littlejohn, Stephen W.& Foss,Karen A.(2002). **Theories of Mass Communication**, United Kingdom:Wadsworth, p14.
- ¹⁵² - Mandal, Debashish& Mcqueen, Robert.(2013). Extending Media Richness Theory To Explain Social Media Adoption By Micro businesses, **Journal Te Kura Kete Aronui** , Vol.5, p.4.
- ^{١٥٢} - شرف ، جيلان محمود .(٢٠٢١).اعتماد المرأة المصرية على مواقع التواصل الاجتماعي وعلاقتها بتمكينها في ضوء خطط التنمية المستدامة ، **المجلة المصرية لبحوث الرأي العام** ، جامعة القاهرة : كلية الإعلام ، المجلد العشرين ، العدد الرابع ، ص ١٨٣ .
- ^{١٥٤} - شفيق ، هبه محمد ، مرجع سابق ، ص ١٠٠١ .
- ^{١٥٥} - حجاب ، محمد منير .(٢٠١٠). **نظريات الاتصال** ، القاهرة : دار الفجر للنشر والتوزيع ، ص ٣٠٣ .
- ^{١٥٦} - إسحاق ، منية إبراهيم ، مرجع سابق ، ص ١٠٥١ .