جامعة محمد بوضياف بالمسيلة
كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية
قسم علوم الاعلام والاتصال

رقم التسلسلي: ...../ 2026

رقم التسجيل ط1:

رقم ط1:

دور البودكاست في زيادة الوعي في المجتمع الجزائري

– دراسة ميدانية على طلبة الماستر بقسم علوم الاعلام والاتصال –

مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال

تخصص: اتصال وعلاقات عامة

إعداد الطلبة:

- الخد نعيمة
- ليلى دخان

إشراف الأستاذ:

د/ بن عيسى الشيخ

طيبي رابح	أستاذ التعليم العالي	رئيسا
بن عيسى الشيخ	أستاذ محاضر	مشرفا
بوربابة جلول	أستاذ التعليم العالي	مناقشا

الموسم الدراسي: 2025/ 2026


بسم الله الرحمن الرحيم

شـكر وعرفـان

الحمد لله الذي انار لي درب العلم واعانني على اكمال العمل أتوجه بجزيل الشكر للأستاذ الفاضل بن عيسى الشيخ على كل مجهوداته وتوجيهاته التي إتمام البحث وعلى حسن اشرافه وتأطيره لي، دون ان انسى شكر كل من ساعد على إنجاح هذا العمل وابدا بشكر الأساتذة الافاضل الذين شاركوا معي في المقابلة ولم يبخلوا بمشاركتي خبرتهم الاكاديمية التي اثرت كل الثراء دراستي ميدانيا ،كما لا انسى شكر كل من دعمني بالتشجيع والكلمة الطيبة.

إهداء

الحمد لله الذي بنعمته تتم الصالحات، وبعد:

أهدي ثمرة هذا العمل المتواضع إلى والديّ الكريمين، اللذين كانا مصدر العون والدعم والسند طوال مسيرتي الدراسية، فلهما مني خالص الحب والتقدير.

وإلى أسرتي العزيزة وإخوتي وأخواتي، الذين أحاطوني بالتشجيع والمساندة في مختلف مراحل الدراسة.

وإلى أساتذتي الأفاضل الذين أفادوني بعلمهم وتوجيهاتهم، وكان لهم الفضل في تنمية معارفي وصقل مهاراتي.

وإلى زملائي وأصدقائي الذين شاركوني مشوار الاجتهاد والمثابرة.

كما أهدي هذا العمل إلى كل من ساهم من قريب أو بعيد في دعمي ومساندتي خلال فترة الدراسة.

راجيًا من الله تعالى أن يجعل هذا العمل خالصًا لوجهه الكريم، وأن ينفع به كل طالب علم وباحث.

والحمد لله رب العالمين.

الخد نعيمة

ليلى دخنان

ملخص:

هدفت هذه الدراسة إلى الكشف عن دور البودكاست في زيادة الوعي داخل المجتمع الجزائري، وقد اعتمدت المنهج الوصفي التحليلي أداةً لمقاربة الظاهرة، حيث طُبِّقت استمارة الاستبيان على عينة قصدية مكوَّنة من 54 طالباً من طلبة الماستر بقسم علوم الإعلام والاتصال بجامعة محمد بوضياف بالمسيلة خلال الموسم الجامعي 2026/2025، وقد كشفت النتائج أن جميع أفراد العينة سبق لهم الاستماع إلى البودكاست وأن غالبيتهم يعتبرونه محتوى رقمياً يجمع بين الصوت والصورة ويختلف اختلافاً جوهرياً عن الإذاعة التقليدية، كما أظهرت الدراسة أن منصة يوتيوب تمثل القناة الرئيسية للوصول إلى هذا المحتوى، وأن البودكاست التوعوي والتثقيفي يحتل مكانة متقدمة لدى الجمهور الجزائري، وقد أكد ما نسبته 77.8 بالمئة من أفراد العينة أن البودكاست يسهم بشكل كبير في نشر الوعي المجتمعي، فضلاً عن أن 70.4 بالمئة أقروا بتأثيره الفعلي في تغيير طريقة تفكيرهم تجاه القضايا الاجتماعية والثقافية، غير أن الدراسة كشفت في المقابل عن جملة من العوائق تحدّ من انتشار البودكاست الجزائري في مقدمتها غياب الثقافة الاستماعية وضعف الإمكانيات التقنية وشح المحتوى المحلي، وتوصي الدراسة بضرورة استثمار المؤسسات الإعلامية الجزائرية في إنتاج بودكاست محلي احترافي يخاطب اهتمامات الجمهور ويعكس خصوصية المجتمع الجزائري.

كلمات مفتاحية: البودكاست، الوعي المجتمعي، الإعلام الرقمي، الشباب الجزائري، المحتوى الرقمي التوعوي.

Abstract

This study aimed to investigate the role of podcasts in raising awareness within Algerian society. Adopting a descriptive-analytical approach, data were collected through a questionnaire administered to a purposive sample of 54 master's students from the Department of Media and Communication Sciences at Mohamed Boudiaf University in M'sila during the 2025/2026 academic year. The findings revealed that all respondents had previously listened to podcasts and that the majority perceived it as a digital medium combining audio and visual elements, fundamentally distinct from traditional radio. YouTube emerged as the primary platform for podcast consumption, while educational and awareness-oriented podcasts ranked highest in audience preference. Notably, 77.8% of respondents affirmed that podcasts contribute significantly to raising societal awareness, and 70.4% acknowledged their role in reshaping their thinking regarding social and cultural issues. However, the study also identified key barriers to the wider dissemination of Algerian podcasts, most prominently the absence of a listening culture, limited technical resources, and a scarcity of locally relevant content. The study recommends that Algerian media institutions invest in the production of professional local podcast content that addresses audience concerns and reflects the specificity of Algerian society.

Keywords: Podcast | Societal Awareness | Digital Media | Algerian Youth | Awareness-Oriented Digital Content

فهرس المحتويات

الموضوع	الصفحة
شكر وعرفان	أ
إهداء	ب
ملخص الدراسة	ج
فهرس الأشكال	د
مقدمة	أ
الفصل الأول :الإطار المنهجي للدراسة	
1.1. إشكالية الدراسة	**8**
2.1. تساؤلات الدراسة	**8**
3.1. أهمية الدراسة	**9**
4.1. أسباب اختيار الموضوع	**9**
5.1. أهداف الدراسة	**10**
6.1. ضبط المفاهيم الأساسية	**11**
7.1. منهج الدراسة	**15**
8.1. مجتمع البحث وعينة الدراسة	**16**
9.1. أدوات جمع البيانات	**17**
10.1 المقاربة النظرية للدراسة	**18**
11.1. الدراسات السابقة	**21**
الفصل الثاني :البودكاست	
تمهيد	**30**
أولا :مفهوم البودكاست	**31**
ثانيا :نشأة البودكاست وتطوره	**33**
ثالثا :أنواع البودكاست	**36**
رابعا :خطوات انتاج البودكاست	**37**
خامسا :خصائص البودكاست	**38**
سادسا :أهمية البودكاست	**42**
سابعا :مميزات البودكاست	**13**
ثامنا :مستقبل البودكاست	**44**
خلاصة	**45**
الفصل الثالث :الإطار التطبيقي للدراسة	**36**
تمهيد	**47**
أولا :خصائص أفراد عينة الدراسة	**48**
ثانيا :عرض وتحليل وتفسير محاور الاستبيان	**52**
الاستنتاج العام	**95**
خاتمة	**98**

قائمة المصادر والمراجع	
الملاحق	

فهرس الأشكال

الشكل رقم (1): يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير الجنس 48

الشكل رقم (2): يوضح توزيع أفراد العينة حسب متغير الحالة العائلية 49

الشكل رقم (3): يوضح توزيع أفراد العينة حسب متغير منطقة السكن 51

الشكل رقم (4): يوضح توزيع أفراد العينة حسب متغير التخصص..... 52

الشكل رقم (5): يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب الاستماع السابق إلى البودكاست..... 53

الشكل رقم (6): يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب تصورهم لمفهوم البودكاست..... 55

الشكل رقم (7): يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب آرائهم حول استقلالية البودكاست عن الإذاعة التقليدية..... 56

الشكل رقم (8): يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب منصة متابعة البودكاست. 57

الشكل رقم (9): يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب معدل الاستماع الأسبوعي للبودكاست..... 59

الشكل رقم (10): يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب اللغة المفضلة لمتابعة البودكاست. 60

الشكل رقم (11): يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب مدة الحلقة المفضلة للاستماع. 61

الشكل رقم (12): يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب مصدر التعرف الأول على البودكاست..... 63

الشكل رقم (13): يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب آرائهم حول مستقبل البودكاست كوسيلة للإعلام الرقمي..... 64

الشكل رقم (14): يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب التعرض لأنواع البودكاست المختلفة. 65

الشكل رقم (15): يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب آرائهم حول أشهر أنواع البودكاست. 67

الشكل رقم (16): يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب نوع البودكاست المفضل. 68

الشكل رقم (17): يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب الأسلوب المفضل في تقديم البودكاست. 70

الشكل رقم (18): يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب الاستماع السابق إلى البودكاست الجزائري. 71

الشكل رقم (19): يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب المضمون المفضل في البودكاست..... 72

الشكل رقم (20): يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب مستوى التفاعل مع محتوى البودكاست..... 74

الشكل رقم (21): يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب توصيتهم للآخرين بمتابعة البودكاست. 75

الشكل رقم (22): يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب الوقت المفضل للاستماع إلى البودكاست..... 77

الشكل رقم (23): يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب آرائهم حول مساهمة البودكاست في نشر الوعي داخل المجتمع الجزائري..... 78

الشكل رقم (24): يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب تأثير البودكاست في تغيير طريقة التفكير تجاه القضايا الاجتماعية والثقافية. 80

الشكل رقم (25): يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب آرائهم حول إمكانية اعتبار البودكاست بديلاً لوسائل الإعلام التقليدية في التوعية..... 81

الشكل رقم (26): يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب آرائهم حول مدى تناول البودكاست الجزائري لقضايا المجتمع الجزائري. 83

الشكل رقم (27): يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب آرائهم حول العوائق التي تحد من انتشار البودكاست كأداة توعوية في الجزائر. 84

الشكل رقم (28): يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب آرائهم حول مساهمة البودكاست في تطوير التفكير النقدي لدى الشباب الجزائري.....86
الشكل رقم (29): يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب آرائهم حول ضرورة استثمار المؤسسات الإعلامية الجزائرية في إنتاج محتوى بودكاست محلي. 87
الشكل رقم (30): يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب تقييمهم لجودة البودكاست الجزائري من حيث مضمونه التوعوي..89

مقدمة

مقدمة:

يشهد العالم المعاصر تحولات متسارعة في بنية المشهد الاعلامي ومنظومة الاتصال الانساني، اذ لم تعد الوسائل التقليدية من اذاعة وتلفزيون وصحافة ورقية قادرة وحدها على استيعاب الزخم الهائل الذي احدثته الثورة الرقمية في انماط انتاج المحتوى وتوزيعه واستهلاكه، وقد اعادت هذه الثورة رسم الحدود الفاصلة بين المؤسسة الاعلامية الكبرى والفرد العادي الذي بات يملك من الادوات ما يتيح له الانتاج والبث والوصول الى جمهور واسع دون حاجة الى ترخيص او بنية تحتية مكلفة، بل دون حاجة حتى الى استوديو تسجيل او تجهيزات صوتية ضخمة، وقد كان من ابرز ما افرزته هذه التحولات ان ظاهرة البودكاست التي انطلقت من الفضاء الرقمي الغربي سنة 2004 سرعان ما اقتحمت الاستهلاك الاعلامي العربي وفرضت نفسها بقوة على سلوكيات الشباب في مختلف الدول العربية ومنها الجزائر.

والجزائر بوصفها دولة تعيش ايقاع هذا العصر الرقمي بكل ما يحمله من فرص وتحديات، لم تكن بمعزل عن هذا المد الرقمي، فهي تشهد منذ سنوات إقبالا متزايدا من فئات الشباب على الاستهلاك الرقمي بمختلف اشكاله، ويحتل البودكاست بينها مكانة ناشئة لكنها متنامية بسرعة لافتة نظرا لما يتيحه هذا الوسيط من حرية في اختيار المحتوى وتوقيت الاستماع بعيدا عن القيود الزمنية التي فرضتها الاذاعة التقليدية لعقود، فالمستمع الجزائري الشاب بات يتلقى محتواه الصوتي والمرئي في اي وقت يختاره هو لا في اللحظة التي يفرضها عليه المذيع، كما يتزامن هذا الانتشار مع تنامي الحاجة الى ادوات اعلامية قادرة على نشر الوعي بالقضايا الاجتماعية والثقافية والسياسية وسط مجتمع يمر بتحولات هيكلية عميقة ومتسارعة.

فالبودكاست بما يحمله من خصوصية الخطاب الشخصي وعمق المعالجة الموضوعاتية وقدرة على الاستمرارية في البث التي تولد علاقة ثقة بين صانع المحتوى ومستمعيه، اصبح فضاء مفتوحا لنشر المحتوى التوعوي والتثقيفي والفكري بصيغ تستهوي الشريحة الشبابية الجامعية على وجه الخصوص.

وفي اطار تحقيق هذا الهدف، قسم البحث الى ثلاثة فصول تتقدمها هذه المقدمة التي تضع القارئ في سياق الاشكالية وتمهد له الانتقال الى جوهر البحث، اذ خصص الفصل الاول للاطار المنهجي الذي يضم اشكالية الدراسة وتساؤلاتها الفرعية واهميتها واهدافها واسباب اختيار الموضوع الى جانب ضبط المفاهيم الاساسية وتحديد المقاربة النظرية المعتمدة، ثم منهج الدراسة وادواتها وعينتها ومجتمع البحث قبل عرض الدراسات السابقة ، اما الفصل الثاني فقد خصص للاطار النظري البودكاست يتناول اولهما مفهوم البودكاست ومكوناته ونشاته وتطوره التاريخي وانواعه وخصائصه وأهمية ومميزاته وعيوبه، ، اما الفصل الثالث فمثل الاطار التطبيقي الميداني حيث عرضت بيانات الاستبيان وتحليلها، ثم نوقشت النتائج لتكون الخاتمة تتويجا لهذا الجهد العلمي المتواضع.

الفصل الأول:

الإطار المنهجي

1.1 إشكالية الدراسة

يشهد المشهد الإعلامي المعاصر تحولات جذرية متسارعة في ظل الثورة الرقمية، إذ أفضى انتشار الإعلام الجديد وتشعُّب تطبيقاته إلى إعادة تشكيل أنماط استهلاك المضامين الإعلامية وإنتاجها، وفي سياق هذا التحول المتواصل، برز البودكاست بوصفه وسيطاً رقمياً حديثاً يجمع بين الأبعاد الصوتية والمرئية، ويمنح مستخدميه قدراً من الحرية في انتقاء المحتوى وتوقيت الاستهلاك، مما جعله ظاهرة إعلامية جديرة بالبحث والدراسة التحليلية.

وإذا كان الإعلام في مختلف أشكاله التقليدية والرقمية قد أثبت قدرته على التأثير في الوعي الجماعي وتشكيل الاتجاهات، فإن البودكاست يُضيف إلى هذه المعادلة بُعداً تفاعلياً متميزاً، يتجلى في الطابع الشخصي للتقديم، وعمق المعالجة الموضوعاتية، والاستمرارية في البث التي تولّد علاقة ثقة بين المستمع والمنتِج .وقد رصدت الأدبيات الأكاديمية الدولية هذه الخاصية وأكدت أن البودكاست يتجاوز دور النقل الإخباري إلى ممارسة تشكيل الوعي بأبعاده السياسية والاجتماعية والثقافية.

إن البودكاست بكل أنواعه من حواري وترفيهي وتاريخي وسياسي وبيئي وغيره من المجالات الأخرى، يعتمد على آلية هامة جدا موجهة إلى الجمهور المستقبل وهي زيادة الوعي وتوجيه الرأي العام.

ومنه نطرح التساؤل التالي:

- ما هو دور البودكاست في زيادة الوعي في المجتمع الجزائري؟

2.1. تساؤلات الدراسة

- ما المقصود بالبودكاست؟
- ما هي أنواع البودكاست الموجهة؟

- ماهي مساهمة البودكاست في زيادة الوعي في المجتمع الجزائري؟
- ما هو تقييمك للبودكاست في زيادة الوعي في المجتمع الجزائري؟

3.1. أهمية الدراسة

- تستمد الدراسة قيمتها العلمية من تناولها لظاهرة إعلامية ناشئة لم تحظَ بالاهتمام البحثي الكافي في السياق الجزائري، في وقت تتصاعد فيه الحاجة إلى فهم تأثيرات الإعلام الرقمي على مؤشرات الوعي المجتمعي.
- تُوفِّر نتائج الدراسة قاعدةً معلوماتية قيِّمة يمكن توظيفها في وضع استراتيجيات لتطوير البودكاست التعليمي والتثقيفي، وتوجيه صناع المحتوى نحو معالجة القضايا التي تُرسِّخ الهوية الوطنية وتُعزِّز الوعي الجمعي.
- تُقدِّم الدراسة إسهاماً نظرياً في مجال علوم الإعلام والاتصال، إذ تُثري الأدبيات الأكاديمية العربية بنموذج تحليلي تطبيقي يربط بين استخدام البودكاست وتشكُّل الوعي، مستنداً إلى نظرية الاستخدام والإشباع.
- تكتسب الدراسة أهمية مجتمعية بالغة في ضوء التزاحم القائم بين المحتوى الإعلامي الرقمي الهادف والمحتوى التافه، مما يُحتِّم فهمَ آليات تأثير البودكاست والتمييز بين صنوف محتواه.

4.1. أسباب اختيار الموضوع

أ. الأسباب الذاتية

- الاهتمام الشخصي بالإشكاليات المرتبطة بالإعلام الرقمي وتأثيراته على الشباب الجزائري، وهو اهتمام تعزّز بمتابعة الباحث لتطور البودكاست في الفضاء الجزائري خلال الفترة الأخيرة.
- الرغبة في معالجة إشكالية ذات صلة بالواقع، بعيداً عن الموضوعات المستهلَكة، والسعي إلى تقديم قيمة علمية مضافة تُثري المكتبة الأكاديمية في تخصص الإعلام والاتصال.

- التشكيك في الافتراض السائد الذي يُعلي من شأن الإعلام الجديد ويُضفي عليه قدرات تأثيرية مطلقة، والرغبة في اختبار هذه الافتراضات بأدوات منهجية علمية صارمة.

ب. الأسباب الموضوعية

- ندرة الدراسات الأكاديمية العربية التي تتناول البودكاست خصيصاً في السياق الجزائري من منظور إعلامي تحليلي، في حين تزخر الأدبيات الأجنبية بأبحاث رصينة في هذا المجال.

- التحولات السوسيو سياسية التي عرفتها الجزائر منذ عام 2019 وما رافقها من توظيف للإعلام الرقمي والبودكاست في تشكيل الرأي العام، مما يجعل دراسة هذه الظاهرة أمراً ذا راهنية بحثية واضحة.

- التوسع الملحوظ في انتشار البودكاست بين الشباب الجزائري، وتنامي حضوره على منصتَي يوتيوب وفيسبوك اللتين تُهيمنان على الفضاء الرقمي الجزائري، وهو ما يُفرز ضرورة دراسة أثره على المتلقين.

5.1. أهداف الدراسة

- التعرف على مفهوم البودكاست وخصائصه الأساسية.

- تحديد أنواع البودكاست الموجهة وبيان مجالات استخدامها.

- الكشف عن مساهمة البودكاست في زيادة الوعي داخل المجتمع الجزائري.

- تقييم دور البودكاست وفعاليته في تعزيز الوعي لدى أفراد المجتمع الجزائري.

6.1. ضبط المفاهيم الأساسية

1.6.1 مفهوم البودكاست(Podcast)

أ. التعريف الاصطلاحي:

البودكاست وسيط إعلامي رقمي لم تستقر حدوده الاصطلاحية بعد في الأدبيات العربية استقرارها في الفضاء الأكاديمي الغربي، وإن كانت الدراسات الإعلامية العربية قد بدأت تُقرّ بحضوره الفاعل في منظومة الإعلام الجديد بوصفه نمطاً من أنماط البث الصوتي الرقمي المتاح عبر الشبكات الاتصالية بصورة لا متزامنة، وقد عرّفه عبد الرزاق محمد الدليمي ضمن تصنيفه لأشكال الإعلام الجديد بأنه "نوع من أنواع المحتوى الرقمي الصوتي الذي يُنتَج بصورة متسلسلة حلقية ويُتاح للمستخدم عبر الإنترنت ليستمع إليه في الوقت الذي يختاره دون أن يكون مُلزَماً بوقت بثٍّ محدد مسبقاً، مما يمنحه استقلاليةً في الاستهلاك الإعلامي لم تُتحها وسائل الإعلام التقليدية"،[1] وهذه الخاصية في التحرر من قيد التزامن بين المُرسِل والمتلقي هي التي تجعل البودكاست يُشكّل قطيعةً نوعية مع نموذج البث الإذاعي الكلاسيكي الذي ظلّ لعقود يفرض على المستمع أن يكون حاضراً في اللحظة ذاتها التي يختارها المُذيع لا اللحظة التي يختارها هو.

وفي سياق أوسع يربط البودكاست بتحولات البيئة الاتصالية المعاصرة، ذهب حسن عماد مكاوي وليلى حسين السيد إلى أن مفهوم الإعلام الجديد بعامة ينطوي على منظومة من التحولات الجذرية في آليات الإنتاج والتوزيع والاستقبال، إذ أتاح للفرد العادي ما كان حكراً على المؤسسات الإعلامية الكبرى من قدرة على إنتاج المحتوى وبثه وتوزيعه على جمهور واسع دون الحاجة إلى بنية تحتية مُكلفة أو ترخيص مؤسسي،[2] فالبودكاست في هذا الإطار

---

[1] عبد الرزاق محمد الدليمي، الإعلام الجديد: المفاهيم والوسائل والتطبيقات (عمان: دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، 2011)، ص. 87.

[2] حسن عماد مكاوي وليلى حسين السيد، الاتصال ونظرياته المعاصرة (القاهرة: الدار المصرية اللبنانية، 2006)، ص. 312.

ليس مجرد شكل إعلامي جديد بل هو تجسيد لتحول في بنية القوة الاتصالية ذاتها، حيث انتقلت سلطة الإنتاج من المؤسسة إلى الفرد ومن مراكز الإذاعة إلى الغرف الشخصية والاستوديوهات المنزلية، مما جعل منه مساحةً لأصوات كانت هامشية في منظومة الإعلام التقليدي.

ويعرف البودكاست في الأدبيات الأكاديمية بوصفه سلسلة من الملفات الصوتية أو المرئية أو كليهما، تُنتَج وتُنشر رقمياً عبر قنوات ثابتة للبث المتزامن، تتيح للمشتركين تحميل الحلقات الجديدة آلياً لدى الاتصال بالإنترنت، ويتميز البودكاست بخاصية الاستماع عند الطلب (on-demand) ، إذ يتحرر المستخدم من قيد الزمن المحدد للبث المباشر.[1]

وقد وسَّع آفدرهايد والخلوف إطارَ هذا التعريف ليشمل البودكاست بوصفه حقلاً من حقول الممارسة الصحفية العامة التي تُسهم في تشكيل المشهد الإعلامي وفتح فضاء المشاركة المدنية[2].

ب .التعريف الإجرائي:

يُقصد بالبودكاست في هذه الدراسة: كل محتوى صوتي أو مرئي أو مزدوج، يُنتجه صُنَّاع المحتوى الجزائريون أو يُتداوَل بينهم، وينشر عبر منصات التواصل الاجتماعي، لا سيما يوتيوب وفيسبوك في صورة حلقات دورية منتظمة أو مستقلة، تتناول موضوعات متنوعة بأسلوب صوتي-مرئي مركَّب، ويتعرض له الطلبة الجامعيون الجزائريون بصفة مقصودة أو

[1] غزال، عبد الرزاق، وبورحلي، وفاء. "البودكاست الاجتماعي بين تنمية المسؤولية وخلق الوعي المجتمعي: دراسة وصفية على عينة من مستخدمي تدوينات المضامين الصوتية والمرئية في الجزائر." مجلة علوم الإنسان والمجتمع، المجلد 10، العدد 40، 2021.ص 655.

[2] Aufderheide, Patricia, and Atika Alkhallouf. "Podcasting as Public Media: The Future of U.S. News, Public Affairs, and Educational Podcasts." International Journal of Communication, vol. 14, 2020, 1685 p.

عرضية بدوافع إعلامية أو تثقيفية أو ترفيهية، بغية زيادة الوعي والفهم الدقيق للأحداث والحقائق والمعارف بشكل عام.

2.6.1 مفهوم الوعي

أ .التعريف اللغوي:

جاء في لسان العرب لابن منظور :" وَعَى الحديثَ وَعْياً :حفظه وفهمه"، ومن ثمَّ فهو يُفيد في أصله اللغوي الجمعَ بين الفهم والحفظ والإدراك في آنٍ واحد[1].

ب .التعريف الاصطلاحي:

يُقصد بالوعي ذلك التوجه الذهني التأملي الذي يتيح للفرد فهم ذاته والتعرف على محيطه الخارجي بدرجات مختلفة من الوضوح والعمق؛ إذ إن إدراك الإنسان لقدراته العقلية ووظائفه الجسدية، إلى جانب وعيه بالأشياء وبالواقع الذي يعيش فيه، يسهم في تكوين تصور واضح عن ذاته ويحدد موقعه ودوره كفرد داخل الجماعة[2].

ويعرف أيضا: "الإدراك الشامل الذي يبلغه الفرد في تعامله مع ذاته ومع محيطه الاجتماعي، وهو إدراك لا يكتفي بتسجيل الواقع بل يمتد ليشمل تقييمه وتفسيره في ضوء منظومة من القيم والاتجاهات المُكتسبة عبر مسيرة التنشئة الاجتماعية".[3]

ج .التعريف الإجرائي:

يُقصد بالوعي في هذه الدراسة :القدر المعرفي والوجداني والسلوكي الذي يكتسبه الطالب الجامعي الجزائري نتيجة تعرضه لمضامين البودكاست، ويتجلى في ارتفاع مستوى إدراكه

[1] محمد بن مكرم ابن منظور، لسان العرب، تحقيق: عبد الله علي الكبير وآخرون، ج15، دار المعارف، القاهرة، د.ت، ص 411،

[2] مسعود أحمد طاهر المدخل إلى علم الاجتماع العام، دار جليس الزمان، الأردن، 2011، ص 103

[3] حامد عبد السلام زهران، علم النفس الاجتماعي، ط. 6 (القاهرة: عالم الكتب، 2003)، ص. 134.

للقضايا والمشكلات الاجتماعية والسياسية والثقافية المحيطة به، وانعكاس ذلك في توجهاته وقراراته.

3.6.1 مفهوم المجتمع

أ .التعريف الاصطلاحي:

هو "جماعة من الناس يقطنون إقليماً جغرافياً محدداً، وتجمعهم شبكة من العلاقات الاجتماعية المنظمة، وتُميِّزهم ثقافة مشتركة، وتضبط سلوكهم منظومة من القيم والمعايير المتعارف عليها"، وتنطوي هذه التعريفات على أبعاد ثلاثة متكاملة :البُعد الجغرافي، والبُعد الاجتماعي-التفاعلي، والبُعد الثقافي-القيمي[1].

ويعرف أيضا: تشكيل إنساني ذو طابع تاريخي يقوم على جملة من العلاقات الاجتماعية المُنظَّمة التي تُحدد أدوار الأفراد وتوزّع المكانات وتُؤطّر آليات الصراع والتعاون في آنٍ واحد، وهو يختلف عن مجرد التجمع العابر في كونه يمتلك ذاكرةً جماعية وهويةً مشتركة وأفقاً مستقبلياً يُنظّمه مشروع اجتماعي متطور.[2]

ب .التعريف الإجرائي:

يُقصد بالمجتمع الجزائري في إطار هذه الدراسة :الوسط الاجتماعي والثقافي الذي ينتمي إليه الطلبة الجامعيون الجزائريون المبحوثون، وهو مجتمع يتسم بتعدد توجهاته الفكرية وتفاوت مستويات تعرضه للإعلام الرقمي، في سياق يشهد تحولات اجتماعية وسياسية متسارعة.

---

[1] لطفي، طلعت إبراهيم وعبد الحميد، كمال .علم الاجتماع: المفاهيم الأساسية، دار غريب للطباعة والنشر، القاهرة، 2003، ص 38.

[2] طلعت إبراهيم لطفي وكمال عبد الحميد الزيات، علم الاجتماع (القاهرة: دار غريب للطباعة والنشر والتوزيع، 2002)، ص. 72.

7.1. منهج الدراسة

يعتبر المنهج الأداة الأساسية المتبعة لتحقيق أهداف الدراسة والمنهج المتبع هو المنهج الوصفي التحليلي، وهو منهج علمي يُعنى برصد الظاهرة كما هي في الواقع وتشخيصها تشخيصاً دقيقاً من حيث طبيعتها وخصائصها ومكوناتها، ثم تحليل علاقاتها والاستنتاجات المستخلصة منها، ويُتيح هذا المنهج للباحث أن يجمع بين وصف الحقائق وتفسير الأنماط التي يكشف عنها، دون الاكتفاء بالوصف الآلي الخالي من القيمة التفسيرية.

أ. مبررات اختيار المنهج

- يتناسب المنهج الوصفي التحليلي مع طبيعة ظاهرة البودكاست بوصفها ظاهرة إعلامية مستجدة تفتقر إلى تراكم بحثي كافٍ في السياق الجزائري، مما يجعل وصفها وتشخيصها الخطوةَ المنهجية الأنسب قبل انتهاج مناهج أكثر تعمقاً.
- يُمكّن هذا المنهج من قياس حجم ظاهرة التعرض للبودكاست ورصد عاداتها وأنماطها وتوصيف تأثيراتها على الوعي، وهو ما يتعذر تحقيقه بالمناهج الكيفية وحدها.
- يُتيح الجمع بين مقاربة كمية— عبر الاستبانة كأداة للجمع البيانات —ومقاربة تحليلية كيفية تُعمّق تفسير النتائج وتُعطيها دلالاتها السوسيو إعلامية اللازمة.
- يُمثّل هذا المنهج المسلك البحثي المعتمد في الدراسات الإعلامية التي تتناول أثر وسائل الإعلام الجديدة في الوعي والسلوك الجمعي، وهو ما تُعززه الأدبيات الأكاديمية الدولية والعربية في هذا المجال.

8.1. مجتمع البحث وعينة الدراسة

1.8.1. مجتمع البحث:

يشكل تحديد مجتمع البحث وعينة الدراسة خطوة منهجية جوهرية تسبق الجانب الميداني، إذ يعتمد عليها الباحث في استخلاص النتائج وتعميمها ضمن حدودها المشروعة، وقد تمثل مجتمع الدراسة في طلبة قسم علوم الإعلام والاتصال، واستقر الاختيار على طلبة السنة الثانية ماستر في التخصصات التالية: اتصال وعلاقات عامة وسمعي بصري واتصال جماهيري لما يمثله هؤلاء من فئة عمرية شبابية كثيفة الاستخدام للمنصات الرقمية عموماً والبودكاست خصوصا.

2.8.1. المجال المكاني

أجريت هذه الدراسة في جامعة محمد بوضياف بمدينة المسيلة، واقتصر الميدان على كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية وتحديداً قسم علوم الإعلام والاتصال، حيث يجري بين طلبته تفاعل يومي مكثف مع منصات التواصل الاجتماعي ووسائط الإعلام الرقمي بحكم طبيعة تخصصهم الدراسي الذي يضعهم في تماس مستمر مع ظواهر الاتصال الرقمي وأدواته ومضامينه، وتعد هذه البيئة الأكاديمية سياقاً خصباً لدراسة ظاهرة البودكاست نظراً لما يوفره التخصص من حساسية نقدية لدى طلبته تجاه الوسائط الإعلامية التي يتعاملون معها يومياً.

3.8.1. المجال البشري

تم توزيع استمارة الاستبيان الكترونيا على عينة من طلبة قسم علوم الإعلام والاتصال في جامعة محمد بوضياف بالمسيلة، غير أن الاستجابات الصالحة للتحليل اقتصرت على أربعة وخمسون استمارة فحسب، وقد لجأت الباحثتان إلى أسلوب العينة القصدية المتاحة نظراً لتجانس المجتمع الأصلي من حيث التخصص والمستوى التعليمي، وقد روعي في عملية الاختيار أن تعكس العينة صورة واقعية عن طبيعة استخدام طلبة القسم للبودكاست الرقمي

ومدى إدراكهم لدوره في زيادة الوعي المجتمعي، فهم المعنيون مباشرة بموضوع الدراسة بوصفهم جمهوراً متلقياً وباحثين في الوقت ذاته في حقل الإعلام والاتصال.

4.8.1. المجال الزماني

أُنجزت هذه الدراسة خلال السنة الجامعية2025/2026 ، حيث امتدت مراحلها المتعاقبة من الجانب النظري المتعلق بضبط الإطار المفاهيمي ومراجعة الدراسات السابقة وصياغة التساؤلات وضبط المتغيرات وتحديد المقاربة النظرية الملائمة، إلى الجانب الميداني الذي شمل تصميم أداة جمع البيانات وتوزيعها على المبحوثين واسترجاعها وتفريغها وتحليل نتائجها إحصائياً ثم تفسير هذه النتائج في ضوء التساؤلات التي انطلقت منها الإشكالية المحورية للدراسة، واستخلاص الاستنتاج العام الذي يرسم حدود الظاهرة ويفتح آفاق البحث المستقبلي.

9.1. أدوات جمع البيانات

تعد استمارة الاستبيان من أكثر الأدوات المنهجية شيوعاً وتوظيفاً في الدراسات الوصفية التحليلية المتعلقة بظواهر الإعلام والاتصال، نظراً لما تتيحه من إمكانية الوصول إلى عيّنات واسعة وجمع بيانات كميّة وكيفية في آنٍ واحد، ويُعرّفها محمد عبيدات وآخرون بأنها "أداة لجمع البيانات والمعلومات المتعلقة بموضوع البحث عن طريق استمارة تحتوي على مجموعة من الأسئلة المتنوعة تُوجَّه إلى المبحوثين بقصد الحصول على إجاباتهم عنها".[1]

وتنبثق أهمية هذه الأداة في دراستنا من طبيعة الظاهرة المدروسة، إذ يستلزم قياس مستوى الوعي المجتمعي المكتسب من التعرض لمضامين البودكاست الاستناد إلى بيانات ذاتية تُعبّر عنها المبحوثون أنفسهم من خلال إجاباتهم، وهو ما يتعذّر الوصول إليه بالملاحظة أو تحليل المحتوى وحدهما.

[1] عبيدات، محمد وآخرون، منهجية البحث العلمي: القواعد والمراحل والتطبيقات، دار وائل للنشر، عمان، 1999، ص 93.

وقد قسمنا الاستمارة الى محاور وهي كالآتي:

المحور الأول: البيانات الشخصية

المحور الثاني: التعريف بالبودكاست وطبيعته

المحور الثالث: مساهمة البودكاست في زيادة الوعي في المجتمع الجزائري

المحور الرابع: مساهمة البودكاست في زيادة الوعي في المجتمع الجزائري

9.1. المقاربة النظرية للدراسة

تشكل نظريات الإعلام والاتصال إطارا علميا ومنهجيا أساسيا لفهم طبيعة العملية الاتصالية وتحليل العلاقة القائمة بين وسائل الإعلام من جهة والجمهور والمجتمع من جهة أخرى، وقد تنوعت هذه النظريات بتنوع المقاربات البحثية بين نظريات ركزت على قوة التأثير الإعلامي المباشر وأخرى أولت اهتماما أكبر للوظائف الاجتماعية التي تؤديها وسائل الإعلام داخل البناء الاجتماعي الكلي وتأثيرها في استمرار التوازن المجتمعي وإعادة إنتاجه، وفي هذا الإطار تبرز المدرسة البنائية الوظيفية بوصفها الإطار النظري الأنسب لتحليل الدور التوعوي الذي يضطلع به البودكاست داخل المجتمع الجزائري.

1.9.1. نشأة المدرسة البنائية الوظيفية وروادها

ترتبط المدرسة البنائية الوظيفية بجملة من الروافد الفكرية الكبرى في تاريخ علم الاجتماع، إذ تمتد جذورها إلى الفيلسوف الفرنسي أوغست كونت ثم إميل دوركهايم الذي رسّخ فكرة أن المجتمع كيان عضوي متكامل تؤدي فيه كل مؤسسة وظيفة محددة تسهم في صون تماسك الكل الاجتماعي وضمان استمراره، وقد بلغت هذه المدرسة ذروة نضجها النظري على يد تالكوت بارسونز الذي طور نظام AGIL الوظيفي القائم على أن أي نسق اجتماعي لا يستمر إلا بأداء أربع وظائف محورية هي التكيف والتحقيق والتكامل والكمون أو الإبقاء على

النمط الثقافي، فضلا عن إسهام روبرت ميرتون الذي دقّق المفاهيم الوظيفية وميّز بين الوظائف الظاهرة المقصودة والوظائف الكامنة غير المقصودة[1].

وقد انتقل هذا الإطار الوظيفي من حقل علم الاجتماع العام إلى حقل الإعلام والاتصال، حيث أعاد الباحثون توظيفه لتحليل الوظائف التي تؤديها وسائل الإعلام داخل البنية الاجتماعية، ومن أبرز هذه التوظيفات ما أسهم به هارولد لاسويل الذي حدد للإعلام ثلاث وظائف جوهرية هي مراقبة البيئة وتحقيق التوافق الاجتماعي وانتقال التراث الثقافي بين الأجيال، وما أضافه تشارلز رايت لاحقاً من وظيفة الترفيه وظيفة رابعة، مؤسساً بذلك إطاراً وظيفياً متكاملاً لفهم دور الإعلام داخل المنظومة الاجتماعية[2].

2.9.1. المفاهيم الأساسية للمدرسة البنائية الوظيفية

يقوم التفكير البنائي الوظيفي على جملة من المفاهيم المحورية التي تشكل مرتكزاته التحليلية، في مقدمتها مفهوم البناء الاجتماعي الذي يشير إلى مجموع الأنساق والأنظمة والمؤسسات المترابطة التي يتألف منها المجتمع كالأسرة والاقتصاد والسياسة والإعلام وغيرها، حيث يُنظر إلى كل عنصر من هذه العناصر باعتباره جزءا وظيفياً لا يكتسب معناه إلا في علاقته بسائر الأجزاء الأخرى وبالكل المجتمعي في آن معاً، ويرتبط بهذا المفهوم مفهوم الوظيفة الذي يعني الدور الذي يؤديه هذا العنصر في خدمة استمرار المنظومة الكلية والمحافظة على توازنها[3].

ومن المفاهيم الجوهرية الأخرى التي أضافها ميرتون مفهوم الوظيفة الظاهرة وهي النتائج المقصودة والمعترف بها من قِبل المشاركين في الفعل الاجتماعي في مقابل الوظيفة الكامنة

---

[1] تالكوت بارسونز، البناء الاجتماعي والشخصية، ترجمة محمد حسين غلوم) الكويت :المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب،(1988 ، ص.47 .

[2] روبرت ميرتون، النظرية الاجتماعية والبناء الاجتماعي، ترجمة محمد حسين غلوم) الكويت :المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب،(1994 ، ص.83 .

[3] حسن عماد مكاوي وليلى حسين السيد، الاتصال ونظرياته المعاصرة) القاهرة :الدار المصرية اللبنانية،(2006 ، ص . 198.

وهي النتائج غير المقصودة وغير المعترف بها التي تنتج عن الفعل ذاته دون أن يكون الفاعلون واعين بها في الغالب، كما يطرح ميرتون مفهوم الخلل الوظيفي للدلالة على العناصر التي تضر بالتوازن بدلا من أن تسهم فيه، وهذه المفاهيم الثلاثة تمنح الباحث أدوات دقيقة لتحليل دور البودكاست في المجتمع الجزائري بأبعاده الظاهرة والكامنة معا.[1]

3.9.1. وظائف وسائل الإعلام في ضوء المدرسة البنائية الوظيفية

في إطار المدرسة البنائية الوظيفية تضطلع وسائل الإعلام بجملة من الوظائف الحيوية داخل المجتمع تجعل منها ركيزة أساسية في المنظومة الاجتماعية لا مجرد أداة للترفيه أو نقل المعلومات، فالوظيفة الإخبارية تمكّن الأفراد من مراقبة بيئتهم والتكيف مع المستجدات، والوظيفة التنسيقية تسهم في صياغة ردود الفعل الجماعية وتوجيه الرأي العام نحو تصوّر مشترك للواقع، والوظيفة التثقيفية والتوعوية تضمن انتقال القيم والمعارف والتراث الثقافي عبر الأجيال بما يعزز الهوية الجماعية وتماسك النسيج الاجتماعي[2].

وقد أضاف بعض الباحثين وظيفة خامسة هي وظيفة التنشئة الاجتماعية والتي تتجلى في قدرة الوسيط الإعلامي على تشكيل الأطر المرجعية للمتلقين وبناء منظومة معيارية مشتركة تضبط سلوكياتهم وتوجه تفاعلهم مع الواقع، وهي وظيفة تكتسب أهمية استثنائية في سياق الإعلام الرقمي الذي يتمتع بانتشار واسع بين الشباب ويوفر تجربة استماع وتفاعل شخصية عميقة تجعله أكثر تأثيراً في البنية المعرفية والوجدانية للمتلقي مقارنة بوسائل الإعلام التقليدية[3].

1

[2] عبد الرزاق محمد الدليمي، الإعلام الجديد :المفاهيم والوسائل والتطبيقات) عمان :دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع،(2011 ، ص.112 .

[3] محمد عبد الحميد، نظريات الإعلام واتجاهات التأثير) القاهرة :عالم الكتب،(2004 ، ص.231 .

4.9.1. تطبيق المدرسة البنائية الوظيفية على موضوع الدراسة

تتيح المدرسة البنائية الوظيفية إطاراً تحليلياً خصباً لفهم الدور الذي يؤديه البودكاست داخل البنية الاجتماعية الجزائرية، إذ يمكن النظر إلى البودكاست بوصفه نسقاً فرعياً ناشئاً داخل منظومة الإعلام الرقمي يضطلع بجملة من الوظائف الظاهرة والكامنة التي تسهم في تعزيز التوازن الاجتماعي وإعادة إنتاجه، فوظيفته الظاهرة تتمثل في نقل المعلومات ونشر الوعي حول القضايا الاجتماعية والثقافية

كما يتيح هذا الإطار تفسير الأخلال الوظيفية التي يمكن أن يفرزها البودكاست حين يستهلك في سياق غير ملائم كتكريس الاستقطاب الفكري أو تضخيم معلومات غير موثوقة، وهو ما يجعل نتيجة الدراسة المتعلقة بمحدودية تناول البودكاست الجزائري لقضايا المجتمع قابلة للتفسير في ضوء مفهوم الخلل الوظيفي الذي صاغه ميرتون، فحين لا يستوعب الإنتاج المحلي الهموم الحقيقية للمجتمع تتحول وظيفة الوسيط من رافد للوعي إلى أداة للفراغ الثقافي.

10.1. الدراسات السابقة

لا توجد دراسات كثيرة حول البودكاست بسبب حداثة الموضوع ولكن حصلنا على بعض الدراسات نذكر منها:

الدراسة الأولى:

العنوان :الإعلام الإلكتروني والقضايا الاجتماعية في الجزائر :تقنية البودكاست الفكاهي نموذجاً

الباحثة :الزهرة بوجفجوف

المصدر :مجلة الباحث العلمي، العدد42 ، الجزائر، 2018، ص145-136

إشكالية الدراسة:

انطلقت الدراسة من إشكالية تتمحور حول كيفية معالجة القضايا الاجتماعية في الجزائر من خلال تقنية البودكاست الفكاهي، إذ تناولت البودكاست الفكاهي بوصفه تقنية إعلامية مستحدثة تُتيح للجمهور التعبير عن قضاياه بأسلوب غير تقليدي، وتجلّت تساؤلات الدراسة في المحاور الآتية:

- ما أهم القضايا المتناولة في فيديوهات المدوّن الجزائري" أنس تينا"؟
- ما اتجاه معالجة القضايا الاجتماعية من خلال تلك الفيديوهات؟
- ما الأساليب الإقناعية الموظّفة في المحتوى؟
- ما أبرز العناصر المرئية المُعتمَدة في الإنتاج؟

المنهج وأدوات الدراسة:

اعتمدت الباحثة المنهج المسحي بأداة استمارة تحليل المحتوى، مع عيّنة عشوائية منتظمة قوامها عشرة فيديوهات للمدوّن أنس تينا بالأسلوب القصدي.

أبرز النتائج:

- كشفت الدراسة أن البودكاست الفكاهي يُوظَّف لمعالجة قضايا اجتماعية عبر أساليب مباشرة وواقعية مع توظيف عناصر مرئية لإقناع الجمهور.
- أثبتت قدرة البودكاست على التعبير عن قضايا المجتمع وتوجيه الرأي العام[1].

الدراسة الثانية:

العنوان :توظيف تطبيقات البودكاست كمحتوى وثائقي رقمي في إثراء المحتوى الوثائقي - دراسة تحليلية مقارنة بين محتوى البودكاست التابع لقنوات فضائية إخبارية

الباحث : ولاء إبراهيم عبد الحميد حسان

[1] الزهرة بوجفجوف، الإعلام الالكتروني والقضايا الاجتماعية في الجزائر تقنية البودكاست الفكاهي أنموذجا، مجلة الباحث العلمي، العدد 42، ص ص 145-136

المصدر :المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، المجلد الثالث والعشرون، العدد الثاني، أبريل/يونيو2024 ، ص568-517

إشكالية الدراسة:

انطلقت هذه الدراسة من تساؤل جوهري حول مدى تأثير شكل المادة الوثائقية المقدَّمة عبر البودكاست ومدّتها بخصائص الإعلام الرقمي بشكل عام والبودكاست بشكل خاص، وما إذا كانت تختلف عن المادة الوثائقية التقليدية من حيث العمق والمصداقية والشفافية.

أهداف الدراسة:

- رصد ماهية القضايا السائدة في المحتوى الوثائقي وطرق معالجتها والاستمالات الإقناعية المتّبعة.
- الكشف عن أشكال وقوالب تقديم المادة الوثائقية في البيئة الرقمية عبر البودكاست.
- رصد مدى تأثير شكل المادة الوثائقية في البودكاست مقارنةً بالوسائل التقليدية.

المنهج وأدوات الدراسة:

اعتمدت على التحليل الكمي والكيفي لثلاثة برامج بودكاست تابعة لقناة رؤية الأردنية بأسلوب الحصر الشامل.

أبرز النتائج:

- بيّنت أن البودكاست الوثائقي يعتمد السرد القصصي والمؤثرات الصوتية لتعزيز التفاعل مع جمهور واسع.
- مدة المحتوى الوثائقي أصبحت قصيرة تتماشى مع إيقاع الحياة السريع.

– دعمت الجانب الفني والتقني المرتبط بإنتاج بودكاست احترافي[1].

الدراسة الثالثة

العنوان :البودكاست :متطلبات العمل وخصائص المحتوى - دراسة حالة بودكاست الجزيرة

الباحثة :سمية اليعقوبي

المصدر :ورقة بحثية، معهد الجزيرة للإعلام، زمالة الجزيرة،2020 ، ص29-8

إشكالية الدراسة:

تمحوّرت الإشكالية حول محددات وأطر العمل المتّبعة في تنفيذ برامج بودكاست الجزيرة، وخصائص عمليتها الإنتاجية، وأبرز فئات المحتوى فيها .وتجلّت في التساؤلات الآتية:

– ما محددات وأطر العمل المتّبعة في تنفيذ برامج بودكاست الجزيرة؟

– ما خصائص العملية الإنتاجية لمحتوى بودكاست الجزيرة؟

– ما فئات المحتوى في بودكاست الجزيرة؟

المنهج وأدوات الدراسة:

اعتمدت تحليل المضمون الكمي لعشر حلقات مختارة، مع مقابلات معمّقة مع القائمين على المحتوى ومراقبة مباشرة لمراحل الإنتاج داخل المؤسسة، مستخدمةً العينة العشوائية البسيطة والمنهج الوصفي التحليلي.

أبرز النتائج:

[1] ولاء إبراهيم عبد الحميد حسان، توظيف تطبيقات البودكاست كمحتوى سمعي رقمي في إثراء المحتوى الوثائقي دراسة تحليلية مقارنة بين محتوى البودكاست التابع لقنوات فضائية إخبارية، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، المجلد الثالث والعشرون العدد الثاني، أبريل / يونيو 2024، ص ص 517 .568

- ركّزت على الأطر المهنية والإنتاجية لمحتوى البودكاست، مؤكّدةً البعد القصصي ودمج الأصوات والخبرات الشخصية لتعزيز المصداقية والتأثير.
- أسهمت في تفسير أسلوب التقديم القصصي وعمّقت الجانب المفاهيمي للمحتوى الإعلامي الرقمي[1].

الدراسة الرابعة

العنوان :تفاعل الجمهور مع محتوى البودكاست بالمنصات الرقمية وانعكاساته على مستقبل الإذاعة بالمنطقة العربية

الباحث :عمرو محمد محمود عبد الحميد

المصدر :مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، المجلد52 ، العدد2 ،2025 .

إشكالية الدراسة:

انطلقت من تساؤلات حول دوافع تعرض الجمهور للبودكاست وأنماط تفاعله معه، وأنماط استهلاك المستمعين للتقنية المستحدثة في المنطقة العربية.

أهداف الدراسة:

- تحديد دوافع تعرض الجمهور للمحتوى الرقمي على منصات البودكاست.
- رصد أنماط استهلاك الجمهور للبودكاست عبر المنصات والتطبيقات المختلفة.
- استكشاف مستوى ثقة الجمهور البودكاست مصدرًا للمعلومات مقارنةً بالوسائل التقليدية.
- تحليل رؤية الجمهور لعناصر إثراء البودكاست وأثرها على مستقبل الإذاعة التقليدية.

المنهج وأدوات الدراسة:

[1] سمية اليعقوبي البودكاست متطلبات العمل وخصائص المحتوى دراسة حالة البودكاست الجزيرة، ورقة بحثية، معهد الجزيرة للإعلام زمالة الجزيرة، 2020، ص ص 8 – 29

اعتمدت منهج المسح بالعينة باستخدام الاستبانة الإلكترونية، موجّهةً إلى مجتمع مستمعي البودكاست في الدول العربية، وقد بلغت العيّنة العمدية المتاحة 400 مبحوث خلال الفترة من يوليو إلى أغسطس.2023

أبرز النتائج:

- وجدت الدراسة علاقة بين جودة البودكاست ومستوى تفاعل الجمهور، وأبرزت المنصات الأكثر تفضيلاً كيوتيوب وساوند كلاود.
- عمّقت فهم العلاقة بين أساليب الإنتاج ورضا الجمهور.[1]

التعقيب على الدراسات السابقة

بعد الاطلاع على الدراسات السابقة المتعلقة بظاهرة البودكاست وتحليلها تحليلاً نقدياً مقارناً، يمكن إيراد التعقيب الأكاديمي الآتي في ضوء موضوع دراستنا الموسوم بـ: " **دور البودكاست في زيادة الوعي في المجتمع الجزائري."**

أ. **أوجه التشابه بين الدراسات السابقة والدراسة الحالية**

- **وحدة الموضوع الجوهري** :تشترك جميع الدراسات السابقة مع دراستنا الحالية في اتخاذها البودكاست موضوعاً رئيسياً للبحث، والاهتمام بتأثيره على المتلقي ودوره في صناعة المحتوى الرقمي في البيئة الإعلامية العربية، وهو ما يمنح دراستنا سياقاً نظرياً خصباً يدعم توجهاتها البحثية.
- **المنهج الوصفي التحليلي** :معظم الدراسات السابقة وظّفت المنهج الوصفي التحليلي أو تحليل المحتوى أو منهج المسح، وهو المنهج ذاته الذي تعتمده دراستنا، مما يُعزّز

[1] عمرو محمد محمود عبد الحميد، تفاعل الجمهور مع محتوى البودكاست بالمنصات الرقمية وانعكاساته على مستقبل الإذاعة بالمنطقة العربية، مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، المجلد 52 العدد 2، ص 158-13

الاتساق المنهجي بين هذه الدراسات ودراستنا في كيفية التعامل مع الظاهرة الإعلامية الرقمية.

- **الاهتمام بالجمهور وأنماط الاستهلاك** :اشتركت الدراسة الرابعة "عبد الحميد، 2025 " مع دراستنا في الاهتمام بالجمهور دوافعه وأنماط تعرضه للبودكاست، كما تقاطعت الدراسة الأولى " بوجفجوف" مع دراستنا من حيث البُعد الجزائري وتناول القضايا الاجتماعية المحلية عبر هذه الوسيلة.
- **البيئة الرقمية ومنصات التواصل** :حرصت كل الدراسات على دراسة البودكاست في سياق البيئة الإعلامية الرقمية ومنصات التواصل الاجتماعي، وهو السياق ذاته الذي تنتهجه دراستنا في تحليل دور البودكاست الجزائري في تشكيل الوعي المجتمعي.

أوجه الاختلاف بين الدراسات السابقة والدراسة الحالية

اختلاف الإشكالية المحورية :تنفرد دراستنا الحالية بالتركيز على البُعد التوعوي والوعي المجتمعي بمختلف أشكاله " الاجتماعي والسياسي والثقافي والديني" بوصفه المتغير المعتمَد لقياس أثر البودكاست؛ في حين ركّزت الدراسات السابقة في مجملها على المحتوى والإنتاج وأنماط التفاعل والقضايا الاجتماعية المعالَجة بمنأى عن متغير الوعي المجتمعي الشامل.

تمايز السياق الجزائري :تنفرد دراستنا بالتركيز الحصري على السياق الجزائري بكل خصوصياته الثقافية والاجتماعية والسياسية، في حين تناولت بعض الدراسات السابقة بيئات عربية مقارنة (الأردن، قطر)، المنطقة العربية عموماً (أو ركّزت على نموذج جزائري واحد) بودكاست مع ياسين (دون أن تُعالج مسألة الوعي المجتمعي.

المتغير المستقل والتابع :تتمايز دراستنا في بنائها المتغيراتي، إذ تُعامِل البودكاست متغيراً مستقلاً والوعي المجتمعي متغيراً تابعاً، وهو نمط تحليلي لم تعتمده الدراسات الخمس السابقة التي تعاملت مع البودكاست غاية في ذاته لا وسيلة لتحقيق أهداف توعوية.

الأداة والعيّنة :تعتمد دراستنا استمارة الاستبيان أداةً أساسية لجمع البيانات من عيّنة من مستخدمي البودكاست الجزائريين، خلافاً لأغلب الدراسات السابقة التي اعتمدت تحليل المحتوى أداةً محورية وركّزت على المحتوى ذاته لا على المتلقي ووعيه المكتسَب.

ب.**حدود الاستفادة من الدراسات السابقة**

أسهمت الدراسات الاربعة السابقة في إثراء دراستنا على مستويات عدة يمكن إجمالها فيما يأتي:

- أكسبتنا دراسة بوجفجوف أُطراً تحليلية للبودكاست الجزائري وعلاقته بالقضايا الاجتماعية، مما أرسى منطلقاً وطنياً لدراستنا.
- أمدّتنا دراسة ولاء إبراهيم بمعطيات تقنية وفنية عن خصائص المحتوى الرقمي الوثائقي في البودكاست، وعزّزت مرجعيتنا النظرية حول جودة الإنتاج.
- أتاحت دراسة اليعقوبي حول بودكاست الجزيرة فهماً معمّقاً للمتطلبات الإنتاجية والمهنية للبودكاست الاحترافي، مما يُفيدنا في تفسير نتائجنا المتعلقة بتأثير جودة المحتوى على الوعي.
- قدّمت دراسة عبد الحميد أُطراً نظرية حول دوافع الجمهور وتفاعله مع البودكاست.

الفصل الثاني:

البودكاست

تمهيد

لا يمكن الحديث عن المشهد الاعلامي الراهن دون الوقوف امام ظاهرة البودكاست التي فرضت نفسها بقوة على سوق المحتوى الرقمي في السنوات الاخيرة، وقد جاء هذا الوسيط الاعلامي الجديد ليملا فراغا حقيقيا في حياة المستمعين الذين باتوا يبحثون عن محتوى يمكنهم استهلاكه في اي وقت وفق جدولهم الخاص لا وفق جداول البث المفروضة عليهم من طرف المحطات الاذاعية التقليدية التي تقيدهم بتوقيتات محددة وبرامج ثابتة، وفي ظل التطورات التي يشهدها العالم في مجال التكنولوجيا والاتصال والتي احدثت نقلة نوعية لوسائل الاعلام وكذا استهلاك المحتوى، برز البودكاست كوسيلة اعلامية جديدة تجمع بين المرونة وسهولة الوصول وتنوع المواضيع، مما جعله اداة فعالة لكل صانعي المحتوى ومكّنه من استقطاب جمهور واسع ومتنوع على المستوى العالمي.

وقد أسهم في توسيع انتشار البودكاست ان انتاجه لا يستلزم توافر امكانيات مادية ضخمة، فاي شخص يمتلك هاتفا ذكيا وميكروفونا يستطيع ان يطلق بودكاسته الخاص ويصل به الى جمهور عالمي دون حواجز، وهذا ما جعل محتوى البودكاست يتنوع ليشمل مجالات التعليم والثقافة والترفيه والاقتصاد والدين وغيرها، وسنتناول في هذا الفصل مفهوم البودكاست ومكوناته ونشاته وانواعه وخصائصه واهميته ومميزاته وعيوبه.

اولا: مفهوم البودكاست

تعتبر مسالة التعريف نقطة انطلاق ضرورية في اي دراسة اكاديمية، اذ لا يمكن البحث في ظاهرة ما دون تحديد مفهومها تحديدا دقيقا يمنح الباحث اطارا مرجعيا واضحا، وقد اهتم الباحثون في مجال الاعلام والاتصال بتعريف البودكاست من زوايا متعددة اسهمت في اثراء الحقل المعرفي المتعلق بهذا الوسيط الجديد.

المفهوم اللغوي:

مصطلح "بودكاست" (Podcast) مصطلح مستحدث ومركب من كلمتين انجليزيتين، هما "iPod" وهو جهاز تشغيل الملفات الصوتية الذي انتجته شركة ابل الامريكية، وكلمة "broadcast" التي تعني البث، وقد صاغ هذا المصطلح الصحفي البريطاني بن هامر سالي من صحيفة الغارديان حين كتب مقاله عام 2004 الذي تناول فيه هذه التقنية الناشئة، وسرعان ما انتشر المصطلح وشاع حتى اصبح متداولا في اغلب لغات العالم بصيغته الانجليزية الاصلية.

المفهوم الاصطلاحي:

تعددت تعريفات البودكاست في الادبيات الاكاديمية وتباينت بحسب المنطلق النظري لكل باحث، ويمكن استعراض ابرز هذه التعريفات على النحو التالي:

عرفه بوسنان بانه: "ملف صوتي رقمي يتم اتاحته على الانترنت لتنزيله على جهاز كومبيوتر او الجوال، وعادة ما يكون متاحا كسلسلة او نسق رقمي، وهو ايضا عبارة عن سلسلة من ملفات الصوت والفيديو التي يتم تحديثها بانتظام ويمكن تشغيلها على عدد من الاجهزة المختلفة، كما يجمع مصطلح podcasting بين البث وبين ipod، وتشير ملفات بودكاست الى نشر المحتوى الصوتي الرقمي على موقع ويب، وتكون هذه الملفات قابلة للتنزيل على مشغل MP3 او كومبيوتر".[1]

[1] بوسنان آسيا، البودكاست والإعلام الرقمي، رسالة ماجستير، (جامعة الجزائر، 2019)، ص 108.

ويعرفه الفار بانه: "مجموعة ملفات من وسائط متعددة ينشر عبر الويب عن طريق تطبيقات المزامنة المتعددة، ومشغلات الوسائط المحمولة بمختلف انواعها، او عن طريق الحاسب الشخصي".[1]

ومن التعريفات التي تناولت البودكاست من بعد وظيفي وانتاجي ما جاء به علي حسن حين وصفه بانه: "واحد من اهم اشكال الانتاج الرقمي الجديد، فهو يتكون من حلقات او مواسم، ويتنوع في شكله بدأ من اللقاءات الى رواية القصص او كلاهما، وقد يكون انتاج البودكاست حصري للوسيلة او تسجيل لبرنامج راديو، لكن البودكاست غير محدد بالاشكال التقليدية للبث الاذاعي وتوقيتاته، فقد استطاع البودكاست تغيير اتجاه الانتاج الاعلامي الاعتيادي والذي يكون من اعلى القاعدة الى ادناها (من المؤسسات الاعلامية الى الجمهور) بحيث يستطيع اي شخص انتاج البودكاست وتوزيعه في اي وقت واي مكان بالمقارنة مع الراديو التقليدي".[2]

ومن خلال هذه التعريفات يتضح ان البودكاست وسيلة اعلامية رقمية تقوم على انتاج ملفات صوتية او مرئية ونشرها عبر الانترنت بصورة منتظمة، يمكن للمستمع الاشتراك فيها عبر خاصية RSS بحيث يصله كل جديد تلقائيا، وهو ما يمنحه مرونة في اختيار المحتوى وتحديد توقيت الاستماع بعيدا عن قيود البث التقليدي.

1- مكونات البودكاست:

يتكون البودكاست في بنيته التقنية والانتاجية من عناصر اساسية متكاملة لا يكتمل المنتج الصوتي دونها، وتتضافر هذه المكونات لتشكل منظومة متكاملة تبدا من مرحلة التخطيط وتنتهي عند المستمع، ويمكن استعراض هذه المكونات على النحو التالي:

[1] إبراهيم الفار، توظيف تكنولوجيا التعليم في التدريس، (عمان: دار الفكر، 2012)، ص 56.

[2] علي حسن محمد، البودكاست كوسيلة إعلامية رقمية ومستقبلية، مجلة البحوث الإعلامية، (2023)، ص 223-224.

أ- **المحتوى الصوتي:** وهو اللبنة الاساسية في اي بودكاست وجوهره الحقيقي، اذ يمكن ان يتنوع بين الحوارات والمقابلات وسرد القصص والمحاضرات والتقارير الاخبارية والتحليلات، وتحديد موضوع البودكاست واسلوب تقديمه هو ما يمنحه هويته الخاصة التي تميزه عن سائر المحتويات الاخرى.

ب- **المعدات التقنية:** تشمل الميكروفون الذي يعد العمود الفقري لاي انتاج صوتي جيد، وبرامج التسجيل والمونتاج الصوتي التي تتيح معالجة الصوت وتحسينه، وقد اسهمت سهولة الحصول على هذه المعدات بأسعار في متناول الجميع في انتشار ظاهرة انتاج البودكاست، فـ"البودكاست لا يحتاج انتاجه الى استوديو التسجيل، او تجهيزات صوتية او تقنية كبيرة، فقط الهاتف والمايك".[1]

ج- **منصة الاستضافة والتوزيع:** وهي المنصة الرقمية التي تحتضن الملفات الصوتية وتتيحها للاستماع والتحميل، وتشمل ابرز هذه المنصات: Google Podcast وSpotify وApple Podcasts، وهذه المنصات توفر احصائيات تفصيلية تمكن صانع المحتوى من معرفة عدد المستمعين وتوزيعهم الجغرافي.

د- **خاصية RSS:** وهي من اهم المكونات التقنية لنظام البودكاست، تقنية تسمح بتوزيع المحتوى الرقمي والاشتراك فيه بصورة الية، بحيث يتلقى المستمع كل اصدار جديد تلقائيا دون الحاجة الى البحث عنه يدويا.

هـ- **الجمهور والتفاعل:** وهو المكون الانساني الذي يمنح البودكاست معناه، فالمستمع ليس متلقيا سلبيا بل شريك فعلي في صناعة المحتوى من خلال تعليقاته واقتراحاته وتفاعله مع صانع المحتوى عبر منصات التواصل الاجتماعي.

ثانيا: نشاة البودكاست وتطوره

[1] منى هاشم وأمينة عبد الرحمن، اتجاهات المواقع الإخبارية المصرية والعربية لاستخدام تقنية البودكاست وعلاقتها بتفضيلات الجمهور المصري، المجلة المصرية لبحوث الاتصال، كلية الإعلام جامعة بني يوسف، ص 766.

تعود نشاة البودكاست الى عام 2004 وهو ليس وليد الصدفة بل ثمرة تطور تكنولوجي متراكم في مجال الصوت الرقمي والبث عبر الانترنت، ويمكن تتبع مسيرة نشاته وتطوره عبر مراحل متعاقبة كل مرحلة منها تضيف للبودكاست بعدا جديدا وتفتح امامه آفاقا اوسع. "تعود نشاة البودكاست الى عام 2004. انداك كان الامر يتمثل فقط في ابتكار تكنولوجي يسمح للمحطات الاذاعية ببث برامجها بشكل غير مباشر. فكان بامكانها نشر البودكاست على الانترنت، وبامكان المستمعين تحميلها حسب ما يناسبهم، ومصطلح بودكاست هو ادغام كلمتين (ايبود) وهو المشغل الذي اخترعته شركة ابل الامريكية والذي يسمح للمستخدمين بتنزيل الملفات الصوتية وبودكاست تعني البث باللغة الانجليزية وعبارة (بودكاست) اخترعها الصحفي بن هامر سالي من صحيفة الغرديان".[1]

وبالرغم من ان تلك التسمية قد راجت واستقرت منذ سنة 2004، الا ان البعض اعترض عليها لانها تدل ظاهريا على الاستماع عبر جهاز iPod فقط، وقد حاول كثيرون تغييرها دون جدوى، "وفي سنة 2005 تم اعلان كلمة البث الصوتي من قبل قاموس نيو اكسفورد الامريكي مما اعطى لمصطلح البودكاست بعض المصداقية".[2]

المرحلة الاولى (2004-2005): الميلاد والتاسيس

في هذه المرحلة كان البودكاست مجرد تقنية ناشئة تعمل على تنزيل الملفات الصوتية تلقائيا عبر خاصية RSS، وكان محدود الانتشار ومقتصرا على المهتمين بالتقنية والهواة الذين رأوا فيه فرصة للتعبير عن انفسهم خارج قنوات الاعلام التقليدية.

[1] سبحان ماك هوغ، نفس جديد للإذاعة بفضل البودكاست، مجلة اليونسكو كوريه، (2020)، متاح على: https://courier.unesco.org.، تم الاطلاع عليه بتاريخ 20 ماي 2026، على الساعة 10:15 صباحا.

[2] هالة أبو شامة، للمستمعين وصناع المحتوى: كيف نشأ وتطور البودكاست؟، (2021)، متاح على: https://www.e3bm.com، تم الاطلاع عليه بتاريخ 20 ماي 2026، على الساعة 10:28 صباحا.

المرحلة الثانية (2006-2010): الانتشار والاعتراف

بدات وسائل الاعلام الكبرى في هذه المرحلة تتبنى البودكاست وتنتج محتوى خاصا به، وعرفت هذه الفترة دخول شركات التكنولوجيا كابل وجوجل على خط انتاج تطبيقات البودكاست مما منحه زخما جديدا وقاعدة مستمعين اوسع، وكان جهاز ipodderx هو اول جهاز يستخدم لبث الملفات الصوتية بديلا عن الراديو التقليدي، ويمكن من خلاله الاستماع للتدوين الصوتي "على حسب الجدول الزمني للمستمع وليس خلال وقت معين بظروف معينة كانتظار محطة راديو".[1]

المرحلة الثالثة (2011-2018): النضج والتحول الاحترافي

في هذه المرحلة اصبح البودكاست صناعة قائمة بذاتها وبدات تتشكل نماذج اعمال تعتمد على الاعلانات والاشتراكات المدفوعة، كما شهدت ظهور بودكاستات احترافية تصدرت المشهد وحازت على ملايين المستمعين، وفي عام 2017 اطلقت صحيفة نيويورك تايمز برنامج The Daily الذي اصبح ظاهرة شعبية واسعة، وقد وصل البودكاست في عام 2018 الى تحقيق ارباح وصفها الباحثون بانها "دليل على ان البودكاست لم يعد مجرد هواية بل صناعة عالمية متكاملة".[2]

المرحلة الرابعة (2018-الآن): الانفجار الكمي والنوعي

منذ سنة 2018 والبودكاست في تصاعد مستمر لم يتوقف بل تسارع خلال جائحة كوفيد 19 التي اجبرت الناس على البقاء في منازلهم فزاد اقبالهم عليه كوسيلة للتعلم والترفيه، ومع دخول تقنيات الذكاء الاصطناعي على خط انتاج البودكاست وتوزيعه اصبح بالامكان انتاج محتوى صوتي احترافي باجزاء يسيرة من الوقت والجهد والتكلفة.

[1] ثورة البودكاست إذاعة المستقبل، تقارير أمازية، متاح على: https://amaz.sa، ص 90.

[2] ثورة البودكاست إذاعة المستقبل، مرجع سابق، ص 91.

ثالثا: انواع البودكاست

تنوعت اشكال البودكاست وتعددت انواعه بما يعكس المرونة الاستثنائية التي يتمتع بها هذا الوسيط الاعلامي، ويمكن تصنيف انواعه من حيث طبيعة المحتوى ومن حيث القالب الفني.

1. **الانواع حسب طبيعة المحتوى**

البودكاست الصوتي (Audio Podcasts): ويسمى ايضا بالتدوين الصوتي، "هو عبارة عن سلسلة من الحلقات الصوتية التي يمكن للمستمعين تنزيلها والاستماع اليها على اجهزتهم المحمولة، كما يمكن للبودكاست ان يتناول موضوعات متنوعة مثل الاخبار السياسية والترفيه والتعليم"، وهذا النوع هو الاكثر شيوعا وانتشارا لأنه لا يستلزم اتصالا مستمرا بالانترنت.[1]

البودكاست المرئي (Video Podcasts): "يتضمن محتوى مرئيا بالاضافة الى محتوى صوتي، عادة ما يتم تصوير البودكاست المرئية في استوديو او موقع خارجي، حيث يتضمن مقابلات مع ضيوف وعروض توضيحية ومقاطع فيديو اخرى"، وقد ازداد انتشار هذا النوع مع توفر الاتصالات عالية السرعة وانتشار الاجهزة الذكية.[2]

البودكاست المحسن (Enhanced Podcasts): "هو نوع جديد من البودكاست يقوم بدمج المحتوى الصوتي مع عناصر تفاعلية اخرى، مثل النصوص والصور ومقاطع الفيديو، والهدف منها هو تحسين تجربة المستمع وتزويدها بالمعلومات"، وهذا النوع يناسب بشكل خاص الاغراض التعليمية اذ يجمع بين حواس السمع والبصر.[3]

---

[1] سوالمية شهرة وخالف منال، دور البودكاست التعليمي في تفعيل عملية التعلم عن بعد: دراسة ميدانية على عينة من مستخدمي البودكاست، مذكرة لنيل شهادة الماستر، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة 8 ماي 1945 قالمة، 2023، ص 14.

[2] المرجع نفسه، ص 14.

[3] بقدور سلمى، توظيف البودكاست في العملية التعليمية، مذكرة ماستر، (2022)، ص 41.

2. الانواع حسب القالب الفني

بودكاست المقابلة: "يتم فيه استضافة ضيوف معينين والتحدث معهم ويركز على مناقشة موضوع واحد او عدة مواضيع"، وهذا النوع يستفيد من ثراء الحوار وتعدد وجهات النظر التي يطرحها الضيوف في اثراء المحتوى وتشويق المستمع.[1]

بودكاست راوي القصص: هذا النوع يعتمد على سرد قصة سواء كانت خيالية او تاريخية، ويركز على سردها بشكل جذاب وممتع مستعيناً بالمؤثرات الصوتية والموسيقى لخلق اجواء مناسبة، ويتيح للمستمع تجربة استماع غامرة.

البودكاست المختلط: "يعد القالب المختلط هو الاكثر مرونة وتنوعا من بين القوالب الفنية للبودكاست، حيث يسمح للمقدمين بتجربة تنسيقات مختلفة في حلقة واحدة، يمكن ان يشمل هذا القالب مزيجا من المعلومات والافكار والقصص والمقابلات والمناقشات والحوارات".[2]

بودكاست المونولوج: "ويتم استضافته بواسطة شخص خبير في مجال معين ويبدأ في التحدث عن مجاله"، وهذا النوع يناسب الخبراء والمتخصصين الذين يريدون مشاركة معارفهم بطريقة مباشرة وغير مصطنعة.[3]

رابعا: خطوات انتاج البودكاست

لانتاج بودكاست ناجح وبجودة عالية لا بد من اتباع منهجية واضحة ومراحل متتالية ومنسجمة، وقد حدد الباحثون في مجال انتاج البودكاست جملة من الخطوات الاساسية.

التخطيط: ويتضمن تحديد موضوع البودكاست والفئة المستهدفة والهدف منه، وقد اكد علي حسن ان البودكاست الناجح هو الذي استطاع تغيير اتجاه الانتاج الاعلامي بحيث يستطيع

[1] بقدور سلمى ، مرجع سابق، ص 41.

[2] المرجع نفسه، ص 42.

[3] منى هاشم وأمينة عبد الرحمن، مرجع سابق، ص 764.

اي شخص انتاجه وتوزيعه في اي وقت واي مكان، وهذا لا يكون الا بتخطيط مسبق ودقيق.[1]

كتابة النص: يقوم المنتج بكتابة نصوص للحلقات ويمكن ان يشاركه فريق من الكتاب، وكتابة النص لا تعني بالضرورة نصا حرفيا يقرأ امام الميكروفون، بل يمكن ان تكون مجرد مخطط تفصيلي للموضوعات التي ستناقش في الحلقة.

"يجب تسجيل الصوت بجودة عالية باستخدام معدات تسجيل صوتية مثل الميكروفونات وبرامج التسجيل"، ومن المهم الانتباه الى البيئة المحيطة عند التسجيل والتاكد من انها خالية من الضوضاء والصدى قدر الامكان.[2]

التحرير والمونتاج: يقوم صانع المحتوى بمعالجة الحلقة بشكل جيد وازالة اي اخطاء او تشويش في الصوت او تكرارات غير مرغوب فيها، والتاكد من جودة الصوت قبل رفع الحلقة.

رفع الحلقات ونشرها: "قم برفع الملف الصوتي المحفوظ على احد مزودي خدمة الاستضافة مثل spreakers وغيرها من المنصات مثل: spotify, apple podcast, google podcasts".[3]

خامسا: خصائص البودكاست

يتمتع البودكاست بجملة من الخصائص المميزة التي تجعله وسيلة اعلامية فريدة تختلف في طبيعتها عن غيرها من وسائل الاعلام التقليدية والرقمية على حد سواء.

[1] علي حسن محمد، مرجع سابق، ص 223.

[2] محمود هدير، تحديات الإنتاج الإذاعي التقليدي في مواجهة البودكاست، (2023)، ص 167.

[3] المرجع نفسه، ص 168.

"ان البودكاست لا يتعلق بـ(سرد القصص) فحسب، ولكنه يتجاوز ذلك باهميته ليصبح حرفة انشاء قصة قائمة على السرد بدلا من ان يكون قائما على المحادثة، ويقدم معلومات اضافية عبر مختلف الموضوعات والمجالات".[1]

"تتمتع مدونة بودكاسات بموضوعية ومصداقية كبيرة من حيث البيانات والمعلومات والروايات".[2]

"يختص البودكاست بامكانية الوصول الى اكبر قدر من الجماهير في مختلف انحاء العالم، ليتجاوز بذلك الحدود الزمانية والمكانية".

"يوفر البودكاست جملة من المواضيع المختلفة وفي شتى المجالات، هذا ما يجعل المستمعين يكتشفون محتويات جديدة".

"تقديم المحتوى بشكل ابداعي وبجودة عالية، اذ يبرز ذلك في طريقة عرض المحتوى".[3]

"سهولة تسجيل المادة التعليمية، كالكتب بمختلف انواعها والمحاضرات والمقابلات الشخصية".[4]

البث عند الطلب:

تعد خاصية البث عند الطلب (On-demand) من أبرز ما يميز البودكاست عن الاذاعة التقليدية، فالمستمع لا ينتظر موعد البث المحدد بل يختار هو ما يريد الاستماع اليه ومتى يريد ذلك، وهذا ما يمنحه حرية واستقلالية في استهلاك المحتوى الصوتي لم تكن متاحة من قبل.

[1] سوالمية شهرة وخالف منال، مرجع سابق، ص 14.

[2] المرجع نفسه، ص 14.

[3] بقدور سلمى، مرجع سابق، ص 44.

[4] المرجع نفسه، ص 45.

المرونة في الاستخدام:

"سهولة الاستخدام اذ يمكن الاستماع للبودكاست في اي وقت ومكان، مثلا يمكنك الاستماع اليه اثناء تنقلك، او اثناء القيام بالاشغال، او حتى اثناء المشي"، فضلا عن امكانية "الاحتفاظ به او ايقاف التشغيل ثم تعود اليه في وقت لاحق".

التنوع في المحتوى:

"يتميز البودكاست بتنوع المحتوى اذ يطرح ويناقش مواضيع في مختلف المجالات سياسية، اجتماعية، ثقافية، رياضية، يمكن ان تكون قصصا، برامج حوارية".[1]

التفاعلية:

"التفاعلية تجعل الجمهور مشاركا فعالا في عملية التعلم"، واذا كانت الاذاعة التقليدية تجعل المستمع مجرد متلق سلبي فان البودكاست يحوله الى طرف فاعل ومشارك في انتاج المحتوى وتطويره عبر تعليقاته واقتراحاته.[2]

سادسا: اهمية البودكاست

تعددت اوجه اهمية البودكاست وتنوعت بتنوع المجالات التي يخدمها والاغراض التي يؤديها، وقد اهتم الباحثون بتحديد اهميته من عدة زوايا.

- **الاهمية التعليمية:**

حدد عماشة والشايع اهمية البودكاست التعليمية في نقاط عدة، اذ يرى الباحثان بانه "اداة مفيدة وفعالة من اجل تعليم المكفوفين"، حيث ان الطابع الصوتي للبودكاست يجعله وسيلة تعليمية مثالية لمن يعانون من اعاقات بصرية.[3]

[1] بقدور سلمى ، المرجع نفسه، ص 32.

[2] سوالمية شهرة وخالف منال، مرجع سابق، ص 20.

[3] عماشة ناصر وعبد الله الشايع، توظيف تقنية البودكاست في التعليم، مجلة التقنية في التعليم والتدريب، (2015)، ص 19.

كما يرى عماشة والشايع بان البودكاست "يساعد في التقليل من تكاليف التنقل والعملية التعليمية" بشكل عام، اذ ان المتعلم يمكنه الاستفادة من دروسه في بيته او في الطريق دون الحاجة الى التنقل الى مكان الدراسة.[1]

ويضيف الباحثان ان البودكاست "يسهل التعلم الذاتي والتعلم عن بعد"، وهذا ما اثبتته بجلاء جائحة كوفيد 19 حين لجات المؤسسات التعليمية في مختلف انحاء العالم الى البودكاست كوسيلة لمواصلة العملية التعليمية، كما انه "يمنح الدارسين ميزة التعلم السريع المناسبة لهم" بمعنى ان كل متعلم يحدد وتيرته الخاصة.

فضلا عن ذلك فان البودكاست "يمكن تشغيله مرارا وتكرارا وفي اي وقت كان للاطلاع على التفاصيل بشكل ادق"، وهذه الخاصية تجعله متفوقا على الدرس الحضوري التقليدي الذي يمر لمرة واحدة ولا يمكن استرجاعه.[2]

- **الاهمية الاعلامية:**

يكتسب البودكاست اهمية اعلامية بالغة الاثر على المشهد الاعلامي المعاصر، فهو اسهم في كسر احتكار وسائل الاعلام التقليدية الكبرى على انتاج المحتوى الصوتي، واتاح للافراد والجماعات امكانية الوصول الى جمهور عالمي واسع بتكلفة زهيدة، مما يجعله اداة ديمقراطية بامتياز في مجال الاعلام والتعبير.

- **الاهمية الاجتماعية والثقافية:**

يسهم البودكاست في اثراء الثقافة العامة وتوسيع افاق المستمعين وتحسين مهارات الاستماع والتفكير النقدي لديهم، ومن بين الاسباب التي تدفع الناس لسماعه نجد السعي لاقامة

[1] عماشة ناصر وعبد الله الشايع ، مرجع نفسه، ص 22

[2] المرجع نفسه، ص 23

علاقات اجتماعية جيدة والحرص على التفاعل مع الاسرة والاصدقاء، اضافة الى الحاجة الى حرية التعبير في مختلف الموضوعات والقضايا.[1]

- **الاهمية الاقتصادية:**

اصبح البودكاست صناعة اقتصادية قائمة بذاتها تدر عائدات ضخمة، فهو يوفر فرص عمل لمنتجي المحتوى والمحررين والمختصين في الصوت والتسويق، كما يفتح قنوات جديدة للاشهار والدعاية تستثمرها الشركات للوصول الى شرائح جماهيرية مستهدفة بدقة عالية.

سابعا: مميزات البودكاست وعيوبه

لا توجد وسيلة اعلامية تخلو من المزايا والعيوب، والبودكاست ليس استثناء من هذه القاعدة، ولتقديم صورة متكاملة عن هذه الظاهرة الاعلامية لا بد من استعراض مزاياه وعيوبه معا.

1. مميزات البودكاست

التشويق وجذب الانتباه: فهو "يتميز بكونه صورة اقرب للمتلقين مقارنة بالقراءة العادية من ملف او موضوع"، اذ يعتمد صانع المحتوى على اساليب سردية جذابة ومؤثرات صوتية تجعل الاستماع تجربة ممتعة وشيقة.[2]

مراعاة الفروق بين مختلف الافراد: يتيح البودكاست للمستمع التحكم في سرعة الاستماع وامكانية التوقف والاستئناف ومراجعة اجزاء معينة، مما يجعله مناسبا لمختلف الفئات العمرية ومستويات الفهم.[3]

ثبات جودة الصوت بغض النظر عن كفاءة الاجهزة: وهذه ميزة تقنية مهمة تضمن للمستمع تجربة سمعية جيدة بصرف النظر عن الجهاز الذي يستخدمه.[4]

---

[1] ماجد بن فهد الشيباني، دوافع تعرض الجمهور السعودي لإذاعات الأنترنت والإشباعات المتحققة منه، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، ع 79، (2022)، ص 440.

[2] سوالمية شهرة وخالف منال، مرجع سابق، ص 20.

[3] بقدور سلمى، مرجع سابق، ص 32.

[4] المرجع نفسه، ص 32.

انخفاض تكاليف الانتاج: مقارنة بوسائل الاعلام الاخرى كالتلفزيون والاذاعة التقليدية، فان انتاج البودكاست لا يتطلب تكاليف ضخمة، مما فتح الباب امام اصوات جديدة ووجهات نظر متنوعة لم تكن لتجد طريقها الى الجمهور في ظل نموذج الاعلام التقليدي.

الوصول الى جمهور عالمي: "يختص البودكاست بامكانية الوصول الى اكبر قدر من الجماهير في مختلف انحاء العالم، ليتجاوز بذلك الحدود الزمانية والمكانية".[1]

2. عيوب البودكاست

الاعتماد على الاتصال بالانترنت: رغم امكانية التحميل المسبق فان كثيرا من المنصات تشترط وجود اتصال بالانترنت لتصفح المحتوى وتحميله، مما يجعل المناطق ذات البنية التحتية الرقمية الضعيفة مستبعدة من الاستفادة من هذا الوسيط.

صعوبة الاكتشاف: مع التزايد الهائل في عدد القنوات والحلقات المتاحة اصبح من الصعب على المستمع الجديد اكتشاف المحتوى المناسب، كما ان خوارزميات المنصات لا تخدم دائما المحتوى عالي الجودة.

غياب الرقابة والتحقق من المعلومات: بخلاف وسائل الاعلام التقليدية التي تخضع لهيئات رقابية ومعايير مهنية، فان عالم البودكاست مفتوح للجميع دون اشتراطات موضوعية مسبقة، مما يفتح الباب امام انتشار المعلومات غير الدقيقة والآراء المتشددة.

التنافس الشديد وصعوبة النجاح: مع الانفجار الكمي في عدد البودكاستات اصبح من الصعب للغاية ان يبرز بودكاست جديد ويبني قاعدة مستمعين وفية، وكثير من منتجي البودكاست يتوقفون عن الانتاج بعد فترة قصيرة نتيجة عدم حصولهم على الاستجابة التي يتوقعونها.

[1] سوالمية شهرة وخالف منال، مرجع سابق، ص 20.

ثامنا: مستقبل البودكاست

"لم يعد البودكاست وسيلة بديلة للاذاعة التقليدية بل اصبح يعتبر وسيلة رقمية مستقلة ومفتوحة للابداع والتعبير، فهو يجمع بين سهولة الوصول والتوزيع والتنوع في المحتوى، هذا ما دفع بالعديد من المؤسسات الاعلامية التقليدية اعادة النظر في هيكلتها وفي طريقة انتاجها وتوزيعها للمحتوى، ادراكا منهم بان البودكاست يشكل مستقبل الاعلام السمعي الرقمي، خصوصا مع ظهور تقنية الذكاء الاصطناعي".[1]

"كما سيتيح البودكاست للمستمعين استطلاعات الراي المباشر التي ستمكنهم من صياغة قصص البرامج، هذا المزيج من البث الصوتي التفاعلي عبر الواقع الافتراضي يجعل الاستماع اكثر تشويقا ويبقي الجمهور متشوقا للمزيد، ومع حلول عام 2025 يتوقع ان يستخدم البودكاست العديد من تقنيات الذكاء الاصطناعي الغامرة مثل الصوت ثلاثي الابعاد والواقع الافتراضي".[2]

ويؤكد الباحثون المتخصصون في الاعلام الرقمي ان منصات البودكاست ستواصل تطوير ادواتها التقنية لتعزيز تجربة المستمع، ومن ابرز التوجهات المستقبلية توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في انتاج المحتوى ونسخه وترجمته الى لغات متعددة آنيا مما سيزيل الحواجز امام وصول البودكاست العربي الى جمهور دولي اوسع.[3]

[1] العزة محمد، البودكاست ومستقبل الإعلام السمعي الرقمي، (2025)، ص 170.

[2] المرجع نفسه، ص 170.

[3] Townsend M., The Future of Podcasting: Trends to Watch in 2025, (2024), available at: https://www.podcast.co.

خلاصة

يعد البودكاست من ابرز تجليات الاعلام الرقمي الحديث، الذي يقدم محتوى صوتي عبر الانترنت وفق نظام البث عند الطلب، وبفضل مرونته وسهولة الوصول في اي زمان ومكان ووفقا لرغبات المستمعين، هذا ما سمح باستقطاب جمهور متنوع وواسع، خاصة فئة الشباب، ومع استمرار التطور التكنولوجي الى جانب الذكاء الاصطناعي، تتزايد فرص نمو وانتشار البودكاست في المشهد الاعلامي الحديث.

وتبين من خلال ما استعرضناه في هذا الفصل ان البودكاست ليس مجرد وسيلة اعلامية رقمية عابرة بل منظومة اعلامية متكاملة تجمع بين التقنية والابداع والحرية، وان مفهومه يمتد من كونه ملفا صوتيا بسيطا الى ان يكون تجربة تواصلية عميقة تربط صانع المحتوى بجمهوره برباط مباشر وحميمي، واما مكوناته فتتضافر لتشكل بنية انتاجية متكاملة تبدا بالفكرة وتنتهي بالمستمع.

و أثبت البودكاست بخصائصه ومميزاته انه يمثل نموذجا جديدا للاستهلاك الاعلامي يضع المستمع في مركز العملية الاتصالية بدلا من ان يكون على هامشها، وان الاعتراف بعيوبه لا ينقص من قيمته بل يضعه في سياقه الحقيقي كوسيلة اعلامية قابلة للنقد والتقييم.

الفصل الثالث:

الإطار التطبيقي للدراسة

تمهيد:

يمثل الجانب التطبيقي من الدراسة الحقل المعرفي الذي تتحول فيه المقولات النظرية والمفاهيم المجردة التي طرحت في الفصلين السابقين إلى معطيات ميدانية يمكن قياسها وتحليلها واستخلاص دلالاتها، حيث تمثل هذه المرحلة الانتقال من التأطير النظري إلى اختبار الفرضيات اختباراً عملياً عبر أدوات البحث الميداني التي تضبط العلاقة بين متغيرات الدراسة وتكشف عن طبيعة الروابط القائمة بينها، وتتجلى أهمية هذا الفصل في كونه الفضاء الذي تتحقق فيه الموضوعية البحثية بصورتها الكاملة حيث يتاح للباحث تجاوز التأملات النظرية المحضة إلى التعامل مع أرقام وبيانات تعكس تمثلات حقيقية لعينة بشرية مدروسة تمثل مجتمع البحث أحسن تمثيل، ويستهدف الفصل في مجمله قراءة معطيات الدراسة الميدانية المتعلقة دور البودكاست في زيادة الوعي في المجتمع الجزائري لدى طلبة علوم الإعلام والاتصال بجامعة محمد بوضياف بالمسيلة من خلال تحليل الاستجابات التي أدلى بها المبحوثين على استمارة الاستبيان بمحاورها الأربعة.

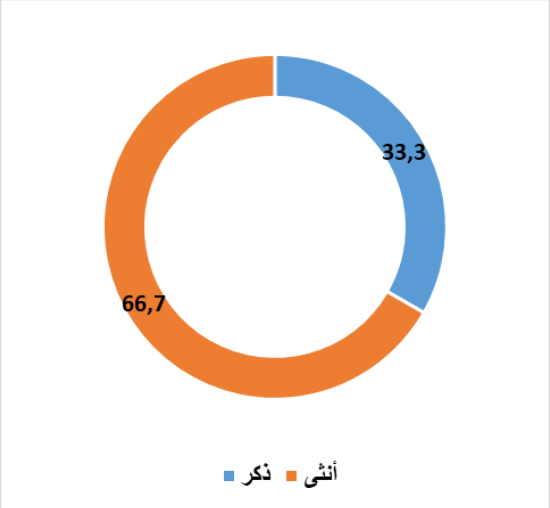
أولاً : خصائص أفراد عينة الدراسة

الجدول رقم (1): يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير الجنس

الجنس	التكرارات	النسبة المئوية
ذكر	18	33,3
أنثى	36	66,7
المجموع	54	100

من خلال الجدول أعلاه، وبالنظر إلى تكرارات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً (54) مفردة، نلاحظ أن فئة الإناث جاءت في المرتبة الأولى بتكرار قدره (36) وبنسبة مئوية بلغت 66.7%، في حين بلغ عدد الذكور (18) أفراد بنسبة مئوية قدرت بـ 33.3%. وتشير هذه النتائج إلى أن الإناث يمثلن النسبة الأكبر من أفراد العينة، وهو ما يعكس ارتفاع مستوى مشاركتهن في الدراسة مقارنة بالذكور. ويمكن تفسير ذلك بطبيعة المجتمع محل الدراسة أو بارتفاع نسبة تواجد الإناث ضمن الفئة المستهدفة بالبحث. كما أن هذا التوزيع يتيح الحصول على آراء متنوعة حول موضوع الدراسة، ويسهم في إثراء النتائج من خلال تمثيل مختلف الفئات المشاركة، مع بقاء النتائج مرتبطة بخصائص العينة المدروسة وطبيعة مجتمع البحث.

الشكل رقم (1): يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير الجنس



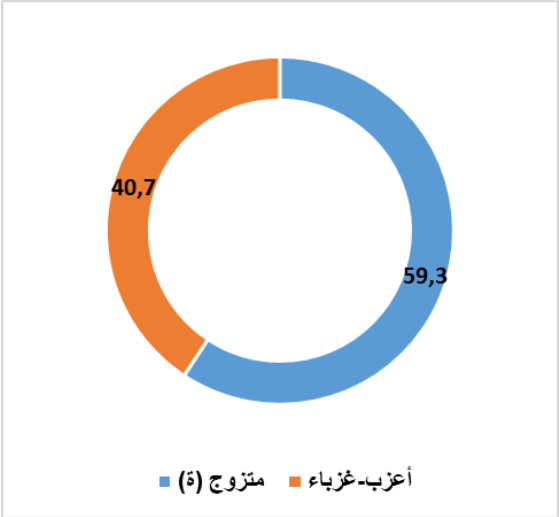
الجدول رقم (2): يوضح توزيع أفراد العينة حسب متغير الحالة العائلية

الحالة العائلية	التكرارات	النسبة المئوية
متزوج (ة)	32	59,3
أعزب–غزباء	22	40,7
المجموع	54	100

من خلال الجدول أعلاه، وبالنظر إلى توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير الحالة العائلية، نلاحظ أن فئة المتزوجين (المتزوجات) جاءت في المرتبة الأولى بتكرار بلغ (32) فرداً وبنسبة مئوية قدرها 59.3% من إجمالي أفراد العينة. في المقابل، بلغ عدد أفراد فئة العزاب (العازبات) (22) فرداً بنسبة مئوية قدرت بـ 40.7%.

وتشير هذه النتائج إلى أن غالبية أفراد العينة ينتمون إلى فئة المتزوجين، وهو ما يعكس ارتفاع تمثيل هذه الفئة داخل مجتمع الدراسة. وقد يكون لذلك أثر في طبيعة آرائهم وتصوراتهم تجاه موضوع الدراسة، نظراً لما تفرضه الحياة الأسرية من مسؤوليات والتزامات قد تؤثر في مواقف الأفراد وسلوكياتهم. كما أن وجود نسبة معتبرة من العزاب يساهم في تحقيق قدر من التنوع داخل العينة، مما يسمح بالحصول على بيانات أكثر شمولاً تعكس وجهات نظر مختلفة تبعاً للحالة العائلية للمبحوثين.

الشكل رقم (2): يوضح توزيع أفراد العينة حسب متغير الحالة العائلية



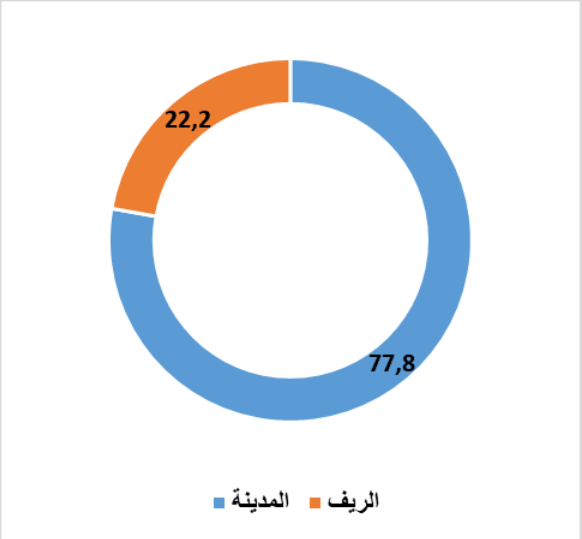
الجدول رقم (3): يوضح توزيع أفراد العينة حسب متغير منطقة السكن

منطقة السكن	التكرارات	النسبة المئوية
المدينة	42	77,8
الريف	12	22,2
المجموع	54	100

من خلال الجدول أعلاه، يتضح أن غالبية أفراد عينة الدراسة يقيمون في المدينة، حيث بلغ عددهم (42) فرداً بنسبة مئوية قدرها 77.8% من إجمالي أفراد العينة. في المقابل، بلغ عدد الأفراد المقيمين في الريف (12) أفراد فقط، بنسبة مئوية قدرت بـ 22.2%.

وتشير هذه النتائج إلى أن العينة يغلب عليها الطابع الحضري، وهو ما يعكس ارتفاع نسبة تمثيل سكان المدن مقارنة بسكان المناطق الريفية. وقد يرجع ذلك إلى طبيعة مجتمع الدراسة أو إلى تمركز الفئة المستهدفة في المناطق الحضرية التي تتوفر فيها الخدمات والمؤسسات محل الدراسة بشكل أكبر. كما أن هذا التوزيع يوفر معطيات مهمة حول آراء واتجاهات أفراد العينة في ضوء البيئة الاجتماعية والمكانية التي يعيشون فيها، مع الإشارة إلى أن تمثيل سكان الريف، رغم محدوديته، يساهم في إضفاء قدر من التنوع على العينة ويعزز من شمولية النتائج المتوصل إليها.

الشكل رقم (3): يوضح توزيع أفراد العينة حسب متغير منطقة السكن



الجدول رقم (4): يوضح توزيع أفراد العينة حسب متغير التخصص

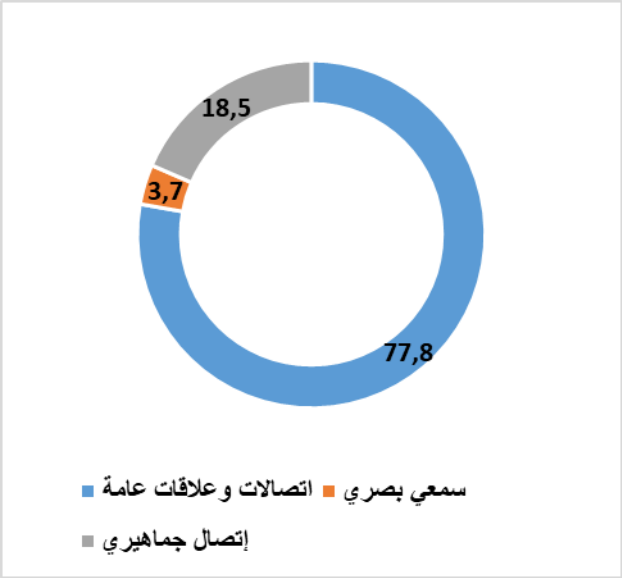
التخصص	التكرارات	النسبة المئوية
اتصالات وعلاقات عامة	42	77,8
سمعي بصري	2	3,7
إتصال جماهيري	10	18,5
المجموع	54	100

من خلال الجدول أعلاه، يتضح أن أغلبية أفراد عينة الدراسة ينتمون إلى تخصص اتصالات وعلاقات عامة، حيث بلغ عددهم (42) فرداً بنسبة مئوية قدرها 77.8% من إجمالي أفراد العينة. وجاء تخصص اتصال جماهيري في المرتبة الثانية بتكرار بلغ (10) أفراد وبنسبة مئوية قدرت بـ 18.5%، في حين احتل تخصص سمعي بصري المرتبة الأخيرة بتكرار قدره (2) فردين فقط وبنسبة مئوية بلغت 3.7%.

وتشير هذه النتائج إلى هيمنة تخصص الاتصالات والعلاقات العامة على العينة المدروسة، وهو ما يعكس ارتفاع نسبة الطلبة المنتمين إلى هذا التخصص مقارنة ببقية التخصصات. وقد يرجع ذلك إلى حجم التخصص داخل القسم أو إلى ارتفاع عدد الطلبة المسجلين فيه

مقارنة بتخصصي الاتصال الجماهيري والسمعي البصري. كما أن وجود أفراد من مختلف التخصصات الإعلامية يسهم في إثراء الدراسة من خلال تنوع الخلفيات الأكاديمية للمبحوثين، مما يسمح بالحصول على تصورات وآراء متعددة حول موضوع الدراسة، وإن كانت النتائج تعكس بدرجة أكبر وجهة نظر طلبة تخصص الاتصالات والعلاقات العامة بحكم نسبتهم المرتفعة داخل العينة.

الشكل رقم (4): يوضح توزيع أفراد العينة حسب متغير التخصص



ثانياً: عرض وتحليل وتفسير محاور الاستبيان

المحور الثاني :التعريف بالبودكاست وطبيعته

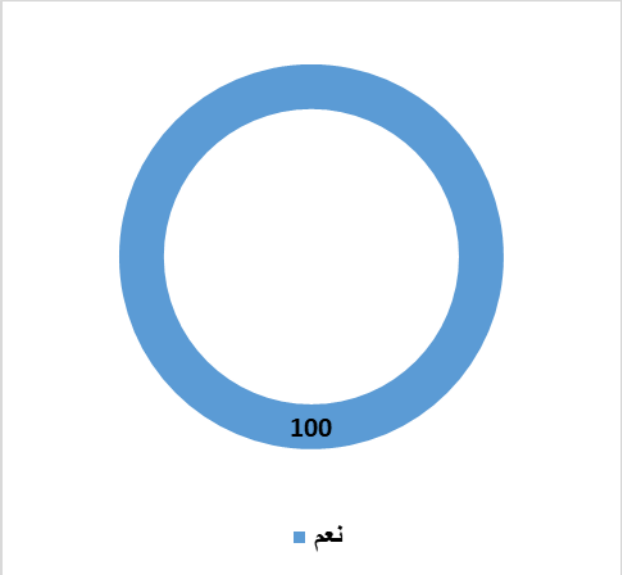
الجدول رقم (5): يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب الاستماع السابق إلى البودكاست.

	التكرارات	النسبة المئوية
نعم	54	100
المجموع	54	100

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً (54) فرداً قد تمحورت كلها حول البديل "نعم"، حيث بلغ عددهم (54) فرداً بنسبة مئوية قدرت بـ 100% من إجمالي أفراد العينة.

وذلك راجع إلى الانتشار الواسع للبودكاست في السنوات الأخيرة باعتباره أحد أبرز أشكال المحتوى الرقمي الحديث، إضافة إلى سهولة الوصول إليه عبر مختلف المنصات والتطبيقات الرقمية. كما أن تنوع المواضيع التي يتناولها، سواء كانت تعليمية أو ثقافية أو ترفيهية أو إعلامية، جعله يحظى بإقبال متزايد من قبل الطلبة الجامعيين. ويعكس هذا الارتفاع في نسبة الاستماع مستوى الوعي والمعرفة المسبقة لدى أفراد العينة بمحتوى البودكاست، الأمر الذي يؤهلهم لتقديم آراء وتصورات دقيقة حوله بما يخدم أهداف الدراسة الحالية.

الشكل رقم (5): يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب الاستماع السابق إلى البودكاست



الجدول رقم (6): يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب تصورهم لمفهوم البودكاست.

	التكرارات	النسبة المئوية
محتوى رقمي يجمع بين الصوت والصورة معاً	44	81,5
محتوى رقمي مرئي بحت	10	18,5
المجموع	54	100

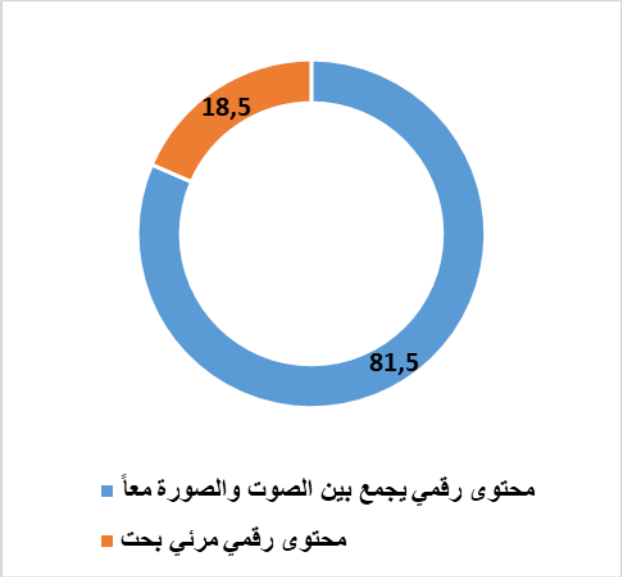
من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً (54) فرداً قد انقسمت إلى مجموعتين، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين كانت إجابتهم على هذا السؤال بالبديل "محتوى رقمي يجمع بين الصوت والصورة معا"، حيث بلغ عددهم (44) فرداً بنسبة مئوية قدرت بـ 81.5%. أما المجموعة الثانية فتمثلت في الأفراد الذين كانت إجابتهم على هذا السؤال بالبديل "محتوى رقمي مرئي بحت"، حيث بلغ عددهم (10) فرداً بنسبة مئوية بلغت 18.5%.

وذلك راجع إلى الخصائص والسمات التي تميز البودكاست عن الإذاعة التقليدية، حيث يتيح للمستمع حرية اختيار المحتوى ،

كما يعتمد على المنصات الرقمية الحديثة التي توفر سهولة الوصول والتفاعل مع المحتوى.

كما تعكس هذه النتائج إدراك أغلبية أفراد العينة لوجود اختلاف بين الوسيلتين الإعلاميتين، في حين يرى بعضهم أن هذا الاختلاف نسبي نظراً لاعتماد كل منهما على المحتوى الصوتي كوسيلة أساسية لنقل الرسائل الإعلامية، بينما تبقى نسبة محدودة غير ملمة بالفروق بينهما.

الشكل رقم (6): يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب تصورهم لمفهوم البودكاست.



الجدول رقم (7): يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب آرائهم حول استقلالية البودكاست عن الإذاعة التقليدية.

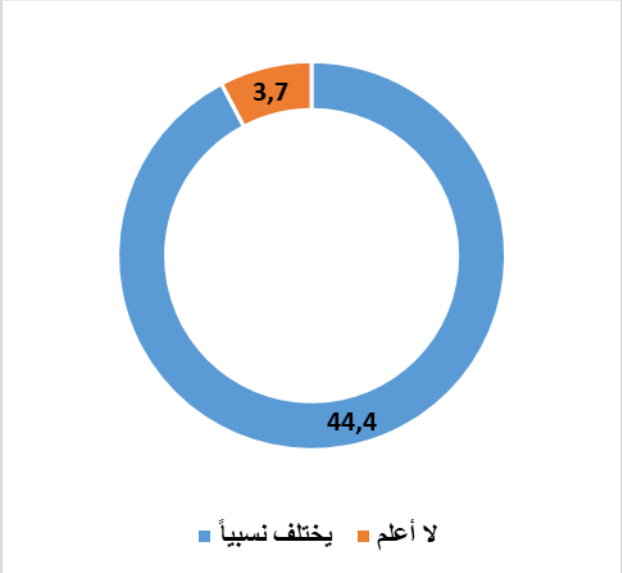
	التكرارات	النسبة المئوية
نعم، يختلف تماماً	28	51,9
يختلف نسبياً	24	44,4
لا أعلم	2	3,7
المجموع	54	100

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً (54) فرداً قد انقسمت إلى ثلاث مجموعات، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين كانت إجابتهم على هذا السؤال بالبديل "نعم، يختلف تماماً"، حيث بلغ عددهم (28) فرداً بنسبة مئوية قدرت بـ 51.9%. أما المجموعة الثانية فتمثلت في الأفراد الذين كانت إجابتهم على هذا السؤال بالبديل "يختلف نسبياً"، حيث بلغ عددهم (24) فرداً بنسبة مئوية بلغت 44.4%.

أما المجموعة الثالثة فتمثلت في الأفراد الذين كانت إجابتهم على هذا السؤال بالبديل "لا أعلم"، حيث بلغ عددهم (2) فردين بنسبة مئوية قدرت بـ 3.7%.

وذلك راجع إلى إدراك أغلبية أفراد العينة للخصائص التي يتميز بها البودكاست مقارنة بالإذاعة التقليدية، من حيث المرونة في الاستماع وإمكانية الوصول إلى المحتوى في أي وقت ومن أي مكان عبر المنصات الرقمية المختلفة، فضلاً عن تنوع المواضيع وحرية إنتاج المحتوى ونشره. كما أن نسبة معتبرة من المبحوثين ترى أن الاختلاف بينهما نسبي، نظراً لاشتراكهما في تقديم محتوى صوتي يهدف إلى الإعلام والتثقيف والترفيه، في حين تبقى نسبة ضئيلة من أفراد العينة غير قادرة على تحديد طبيعة العلاقة بين البودكاست والإذاعة التقليدية.

الشكل رقم (7): يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب آرائهم حول استقلالية البودكاست عن الإذاعة التقليدية.



الجدول رقم (8): يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب منصة متابعة البودكاست.

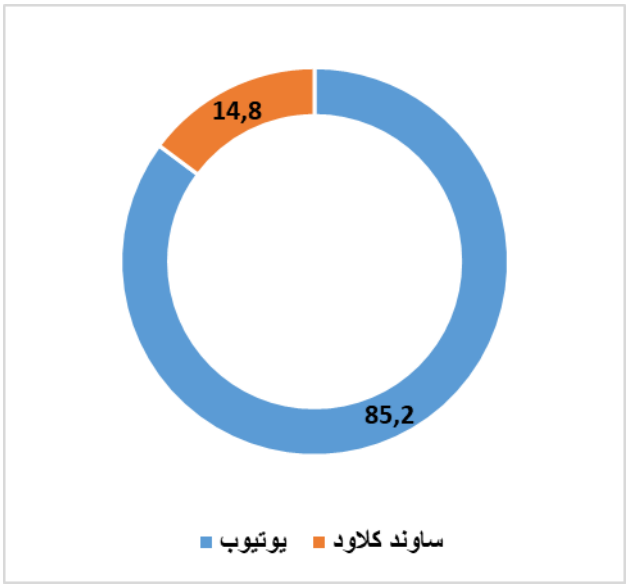
المنصة	التكرارات	النسبة المئوية
يوتيوب	46	85,2
ساوند كلاود	8	14,8

المجموع	54	100

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً (54) فرداً قد انقسمت إلى مجموعتين، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين كانت إجابتهم على هذا السؤال بالبديل "يوتيوب"، حيث بلغ عددهم (46) فرداً بنسبة مئوية قدرت بـ 85.2%. أما المجموعة الثانية فتمثلت في الأفراد الذين كانت إجابتهم على هذا السؤال بالبديل "ساوند كلاود"، حيث بلغ عددهم (8) أفراد بنسبة مئوية بلغت 14.8%.

وذلك راجع إلى الشعبية الكبيرة التي تحظى بها منصة يوتيوب وسهولة استخدامها وانتشارها الواسع بين مختلف فئات المستخدمين، بالإضافة إلى إتاحتها لمحتوى البودكاست بصيغتيه الصوتية والمرئية، مما يوفر تجربة أكثر تفاعلاً وجاذبية للمستمعين. كما تتيح المنصة الوصول السريع إلى عدد كبير من البرامج والقنوات المتخصصة في مختلف المجالات. أما اعتماد نسبة أقل من أفراد العينة على منصة ساوند كلاود، فقد يرجع إلى كونها منصة متخصصة أكثر في المحتوى الصوتي، فضلاً عن محدودية انتشارها مقارنة بمنصة يوتيوب بين فئة الطلبة الجامعيين.

الشكل رقم (8): يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب منصة متابعة البودكاست.



الجدول رقم (9): يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب معدل الاستماع الأسبوعي للبودكاست.

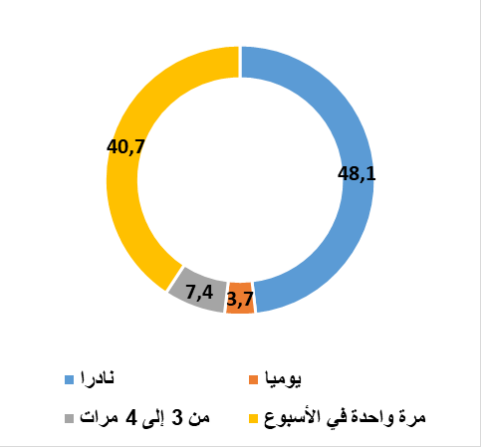
المعدل	التكرارات	النسبة المئوية
نادرا	26	48,1
يوميا	2	3,7
من 3 إلى 4 مرات	4	7,4
مرة واحدة في الأسبوع	22	40,7
المجموع	54	100

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً (54) فرداً قد انقسمت إلى أربع مجموعات، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين كانت إجابتهم على هذا السؤال بالبديل "نادراً"، حيث بلغ عددهم (26) فرداً بنسبة مئوية قدرت بـ 48.1%. أما المجموعة الثانية فتمثلت في الأفراد الذين كانت إجابتهم على هذا السؤال بالبديل "مرة واحدة في الأسبوع"، حيث بلغ عددهم (22) فرداً بنسبة مئوية بلغت 40.7%. أما المجموعة الثالثة فتمثلت في الأفراد الذين كانت إجابتهم على هذا السؤال بالبديل "من 3 إلى 4 مرات"، حيث بلغ عددهم (4) افراد بنسبة مئوية قدرت بـ 7.4%. في حين تمثلت المجموعة الرابعة في الأفراد الذين كانت إجابتهم على هذا السؤال بالبديل "يومياً"، حيث بلغ عددهم (2) فردين بنسبة مئوية بلغت 3.7%.

وذلك راجع إلى أن البودكاست لا يزال يمثل وسيلة إعلامية مكملة بالنسبة للعديد من أفراد العينة، حيث يفضلون الاستماع إليه بشكل متقطع وفق أوقات الفراغ والاهتمامات الشخصية، وهو ما يفسر ارتفاع نسبة الذين يستمعون إليه نادراً أو مرة واحدة في الأسبوع. كما قد تعود محدودية الاستماع اليومي إلى تعدد الوسائط الرقمية المنافسة مثل منصات التواصل الاجتماعي ومواقع الفيديو، التي تستقطب جزءاً كبيراً من وقت المستخدمين. وتعكس هذه

النتائج أن متابعة البودكاست لدى أغلبية أفراد العينة تتم بشكل غير منتظم، رغم انتشار المعرفة به واستخدامه بين المبحوثين.

الشكل رقم (9): يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب معدل الاستماع الأسبوعي للبودكاست.



الجدول رقم (10): يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب اللغة المفضلة لمتابعة البودكاست.

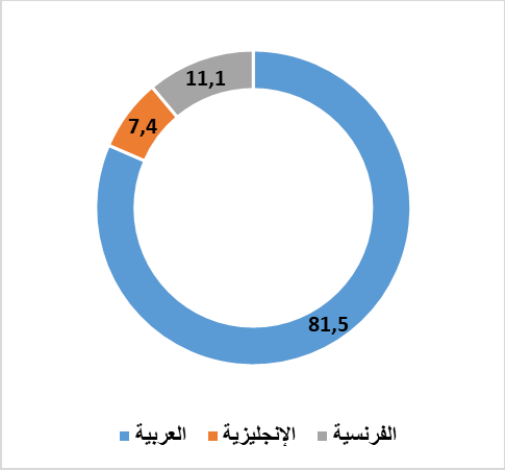
اللغة	التكرارات	النسبة المئوية
العربية	44	81,5
الإنجليزية	4	7,4
الفرنسية	6	11,1
المجموع	54	100

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً (54) فرداً قد انقسمت إلى ثلاث مجموعات، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين كانت إجابتهم على هذا السؤال بالبديل "العربية"، حيث بلغ عددهم (44) فرداً بنسبة مئوية قدرت بـ 81.5%. أما المجموعة الثانية فتمثلت في الأفراد الذين كانت إجابتهم على هذا السؤال بالبديل "الفرنسية"، حيث بلغ عددهم (6) أفراد بنسبة مئوية بلغت 11.1%. أما المجموعة

الثالثة فتمثلت في الأفراد الذين كانت إجابتهم على هذا السؤال بالبديل "الإنجليزية"، حيث بلغ عددهم (4) افراد بنسبة مئوية قدرت بـ 7.4%.

وذلك راجع إلى أن اللغة العربية تمثل اللغة الأم لأغلبية أفراد العينة، مما يجعل متابعة محتوى البودكاست بها أكثر سهولة وفهماً واستيعاباً. كما أن تزايد إنتاج المحتوى العربي الرقمي في السنوات الأخيرة أسهم في تعزيز الإقبال على البودكاست الناطق باللغة العربية. أما تفضيل نسبة محدودة للغتين الفرنسية والإنجليزية، فيعود إلى الاهتمامات الأكاديمية أو الثقافية لبعض المبحوثين، ورغبتهم في الاستفادة من محتوى متخصص أو تطوير مهاراتهم اللغوية من خلال متابعة برامج البودكاست الأجنبية.

الشكل رقم (10): يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب اللغة المفضلة لمتابعة البودكاست.



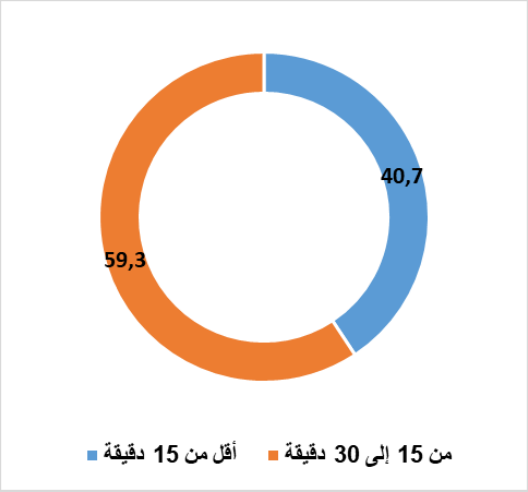
الجدول رقم (11): يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب مدة الحلقة المفضلة للاستماع.

المدة	التكرارات	النسبة المئوية
أقل من 15 دقيقة	22	40,7
من 15 إلى 30 دقيقة	32	59,3
المجموع	54	100

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً (54) فرداً قد انقسمت إلى مجموعتين، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين كانت إجابتهم على هذا السؤال بالبديل "من 15 إلى 30 دقيقة"، حيث بلغ عددهم (32) فرداً بنسبة مئوية قدرت بـ 59.3%. أما المجموعة الثانية فتمثلت في الأفراد الذين كانت إجابتهم على هذا السؤال بالبديل "أقل من 15 دقيقة"، حيث بلغ عددهم (22) فرداً بنسبة مئوية بلغت 40.7%.

وذلك راجع إلى أن الحلقات ذات المدة المتوسطة توفر توازناً بين تقديم محتوى كافٍ ومفيد وبين المحافظة على تركيز المستمع وعدم شعوره بالملل، مما يجعلها أكثر ملاءمة لظروف الطلبة وارتباطاتهم اليومية. كما أن هذه المدة تسمح بتناول الموضوعات بشكل مختصر وواضح دون إطالة. أما تفضيل بعض أفراد العينة للحلقات التي تقل مدتها عن 15 دقيقة، فقد يعود إلى رغبتهم في الحصول على المعلومات بسرعة أو استغلال أوقات الفراغ القصيرة في متابعة محتوى البودكاست، بما يتناسب مع نمط حياتهم وسرعة استهلاكهم للمحتوى الرقمي.

الشكل رقم (11): يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب مدة الحلقة المفضلة للاستماع.



الجدول رقم (12): يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب مصدر التعرف الأول على البودكاست.

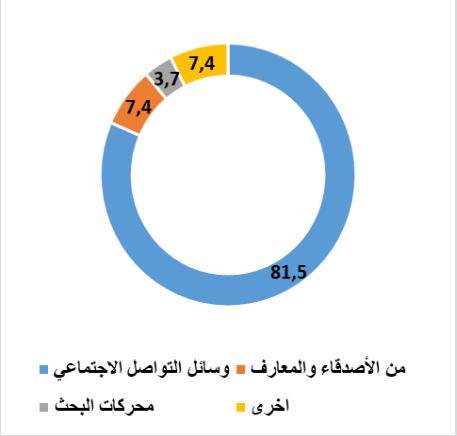
المصدر	التكرارات	النسبة المئوية
وسائل التواصل الاجتماعي	44	81,5
من الأصدقاء والمعارف	4	7,4
محركات البحث	2	3,7
أخرى	4	7,4
المجموع	54	100

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً (54) فرداً قد انقسمت إلى أربع مجموعات، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين كانت إجابتهم على هذا السؤال بالبديل "وسائل التواصل الاجتماعي"، حيث بلغ عددهم (44) فرداً بنسبة مئوية قدرت بـ 81.5%. أما المجموعة الثانية فتمثلت في الأفراد الذين كانت إجابتهم على هذا السؤال بالبديل "من الأصدقاء والمعارف"، حيث بلغ عددهم (4) افراد بنسبة مئوية بلغت 7.4%. كما تمثلت المجموعة الثالثة في الأفراد الذين كانت إجابتهم على هذا السؤال بالبديل "أخرى"، حيث بلغ عددهم (4) افراد بنسبة مئوية قدرت بـ 7.4%. أما المجموعة الرابعة فتمثلت في الأفراد الذين كانت إجابتهم على هذا السؤال بالبديل "محركات البحث"، حيث بلغ عددهم (2) فردين بنسبة مئوية بلغت 3.7%.

وذلك راجع إلى الدور الكبير الذي تلعبه وسائل التواصل الاجتماعي في نشر المحتوى الرقمي والتعريف بمختلف أشكاله، بما في ذلك البودكاست، من خلال خاصية المشاركة والتوصية والخوارزميات التي تقترح المحتوى للمستخدمين وفق اهتماماتهم. كما تسهم هذه المنصات في زيادة انتشار حلقات البودكاست ووصولها إلى جمهور أوسع. أما التعرف على البودكاست من خلال الأصدقاء والمعارف أو محركات البحث أو مصادر أخرى،

فيبقى أقل شيوعاً مقارنة بالتأثير القوي الذي تمارسه وسائل التواصل الاجتماعي في توجيه اهتمامات المستخدمين واكتشافهم للمحتويات الرقمية الجديدة.

الشكل رقم (12): يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب مصدر التعرف الأول على البودكاست.



الجدول رقم (13): يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب آرائهم حول مستقبل البودكاست كوسيلة للإعلام الرقمي.

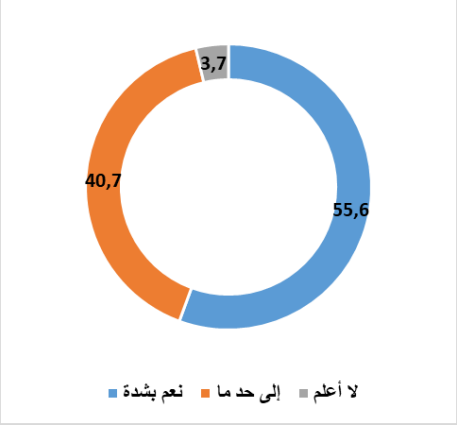
الاراء	التكرارات	النسبة المئوية
نعم بشدة	30	55,6
إلى حد ما	22	40,7
لا أعلم	2	3,7
المجموع	54	100

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً (54) فرداً قد انقسمت إلى ثلاث مجموعات، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين كانت إجابتهم على هذا السؤال بالبديل "نعم بشدة"، حيث بلغ عددهم (30) فرداً بنسبة مئوية قدرت بـ 55.6%. أما المجموعة الثانية فتمثلت في الأفراد الذين كانت إجابتهم على هذا السؤال بالبديل "إلى حد ما"، حيث بلغ عددهم (22) فرداً بنسبة مئوية بلغت 40.7%. أما المجموعة

الثالثة فتمثلت في الأفراد الذين كانت إجابتهم على هذا السؤال بالبديل "لا أعلم"، حيث بلغ عددهم (2) فردين بنسبة مئوية قدرت بـ 3.7%.

وذلك راجع إلى التطور المتسارع الذي يشهده الإعلام الرقمي والانتشار المتزايد لمنصات البودكاست بين مختلف فئات الجمهور، حيث أصبح البودكاست وسيلة فعالة لتقديم المعلومات والمعارف والترفيه بأسلوب مرن يتناسب مع احتياجات المستخدمين. كما أن سهولة إنتاجه ونشره وإمكانية الوصول إليه في أي وقت ومن أي مكان تعزز من فرص استمراره ونموه مستقبلاً. وتعكس هذه النتائج تفاؤل أغلبية أفراد العينة بمستقبل البودكاست كوسيلة إعلامية رقمية، في حين ترى فئة أخرى أن هذا المستقبل واعد إلى حد ما، بينما تبقى نسبة محدودة غير قادرة على تحديد موقف واضح تجاه هذا الموضوع.

الشكل رقم (13): يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب آرائهم حول مستقبل البودكاست كوسيلة للإعلام الرقمي.



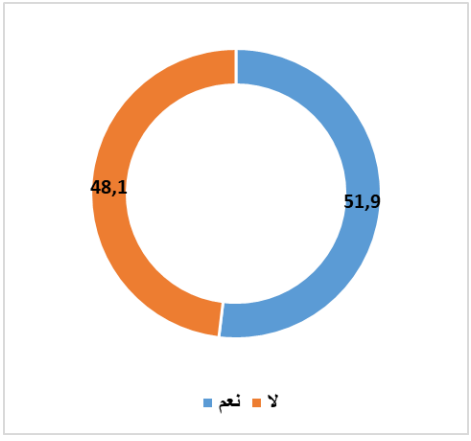
الجدول رقم (14): يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب التعرض لأنواع البودكاست المختلفة.

التعرض	التكرارات	النسبة المئوية
نعم	28	51,9
لا	26	48,1
المجموع	54	100

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً (54) فرداً قد انقسمت إلى مجموعتين، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين كانت إجابتهم على هذا السؤال بالبديل "نعم"، حيث بلغ عددهم (28) فرداً بنسبة مئوية قدرت بـ 51.9%. أما المجموعة الثانية فتمثلت في الأفراد الذين كانت إجابتهم على هذا السؤال بالبديل "لا"، حيث بلغ عددهم (26) فرداً بنسبة مئوية بلغت 48.1%.

وذلك راجع إلى تنوع محتويات البودكاست وتعدد مجالاته، حيث يتناول موضوعات ثقافية وتعليمية وإخبارية وترفيهية واجتماعية وغيرها، مما يتيح للمستمعين فرصة التعرف على أنواع مختلفة منه واختيار ما يتناسب مع اهتماماتهم. كما تعكس هذه النتائج وجود تقارب بين أفراد العينة من حيث التعرض لأنواع البودكاست المختلفة، الأمر الذي يدل على تفاوت مستوى المتابعة والخبرة في استخدام هذه الوسيلة الإعلامية الرقمية، حيث يقتصر بعض المبحوثين على نوع معين من البودكاست، بينما يحرص آخرون على متابعة أنواع متعددة ومتنوعة منه.

الشكل رقم (14): يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب التعرض لأنواع البودكاست المختلفة.



المحور الثالث: مساهمة البودكاست في زيادة الوعي في المجتمع الجزائري

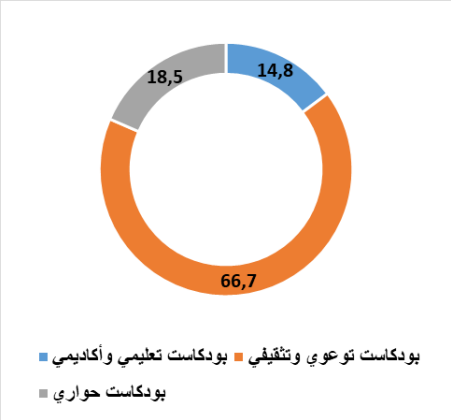
الجدول رقم (15): يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب آرائهم حول أشهر أنواع البودكاست.

نوع البودكاست	التكرارات	النسبة المئوية
بودكاست تعليمي وأكاديمي	8	14,8
بودكاست توعوي وتثقيفي	36	66,7
بودكاست حواري	10	18,5
المجموع	54	100

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً (54) فرداً قد انقسمت إلى ثلاث مجموعات، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين كانت إجابتهم على هذا السؤال بالبديل "بودكاست توعوي وتثقيفي"، حيث بلغ عددهم (36) فرداً بنسبة مئوية قدرت بـ 66.7%. أما المجموعة الثانية فتمثلت في الأفراد الذين كانت إجابتهم على هذا السؤال بالبديل "بودكاست حواري"، حيث بلغ عددهم (10) أفراد بنسبة مئوية بلغت 18.5%. أما المجموعة الثالثة فتمثلت في الأفراد الذين كانت إجابتهم على هذا السؤال بالبديل "بودكاست تعليمي وأكاديمي"، حيث بلغ عددهم (8) أفراد بنسبة مئوية قدرت بـ 14.8%.

وذلك راجع إلى الإقبال المتزايد على المحتوى التوعوي والتثقيفي الذي يقدم معلومات ومعارف متنوعة في مجالات مختلفة بأسلوب مبسط وجذاب، مما يجعله أكثر انتشاراً بين فئات الجمهور المختلفة. كما أن هذا النوع من البودكاست يلبي حاجات المستمعين إلى اكتساب المعرفة وتنمية الوعي حول العديد من القضايا الاجتماعية والثقافية والعلمية. أما البودكاست الحواري والتعليمي والأكاديمي، فرغم أهميتهما، فإن جمهورهما يكون غالباً أكثر تخصصاً مقارنة بالمحتوى التوعوي والتثقيفي الذي يستهدف شريحة أوسع من المستمعين.

الشكل رقم (15): يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب آرائهم حول أشهر أنواع البودكاست.



الجدول رقم (16): يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب نوع البودكاست المفضل.

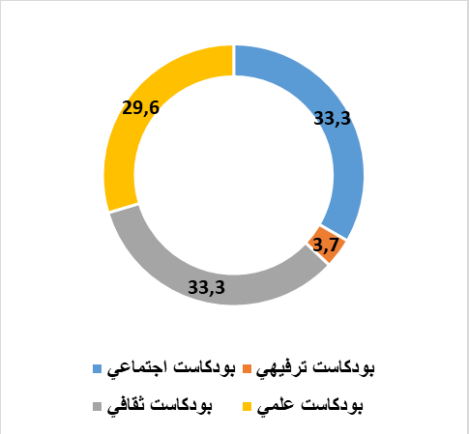
نوع البودكاست	التكرارات	النسبة المئوية
بودكاست اجتماعي	18	33,3
بودكاست ترفيهي	2	3,7
بودكاست ثقافي	18	33,3
بودكاست علمي	16	29,6
المجموع	54	100

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً (54) فرداً قد انقسمت إلى أربع مجموعات، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين كانت إجابتهم على هذا السؤال بالبديل "بودكاست اجتماعي"، حيث بلغ عددهم (18) أفراد بنسبة مئوية قدرت بـ 33.3%. كما تمثلت المجموعة الثانية في الأفراد الذين كانت إجابتهم على هذا السؤال بالبديل "بودكاست ثقافي"، حيث بلغ عددهم (18) أفراد بنسبة مئوية قدرت بـ 33.3%. أما المجموعة الثالثة فتمثلت في الأفراد الذين كانت إجابتهم على هذا السؤال بالبديل "بودكاست علمي"، حيث بلغ عددهم (16) أفراد بنسبة مئوية بلغت 29.6%. في

حين تمثلت المجموعة الرابعة في الأفراد الذين كانت إجابتهم على هذا السؤال بالبديل "بودكاست ترفيهي"، حيث بلغ عددهم (2) فردين بنسبة مئوية قدرت بـ 3.7%.

وذلك راجع إلى اهتمام أفراد العينة بالمحتوى الذي يجمع بين الفائدة المعرفية والارتباط بقضايا المجتمع والثقافة، حيث حظي كل من البودكاست الاجتماعي والثقافي بأعلى نسبة تفضيل. كما يعكس الإقبال على البودكاست العلمي رغبة المبحوثين في توسيع معارفهم والاستفادة من المحتوى المتخصص. أما البودكاست الترفيهي فقد سجل أدنى نسبة، وهو ما قد يدل على أن أفراد العينة يميلون بدرجة أكبر إلى المحتوى الهادف الذي يساهم في تنمية المعرفة والوعي أكثر من ميلهم إلى المحتوى الترفيهي البحت.

الشكل رقم (16): يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب نوع البودكاست المفضل.



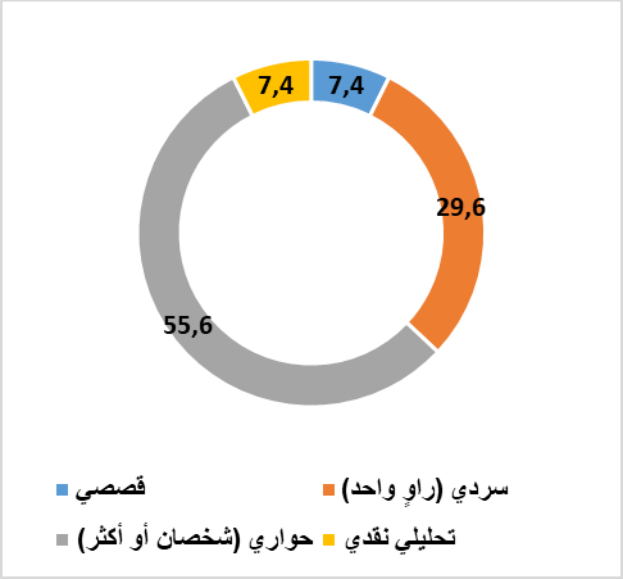
الجدول رقم (17): يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب الأسلوب المفضل في تقديم البودكاست.

الاسلوب	التكرارات	النسبة المئوية
قصصي	4	7,4
سردي (راوٍ واحد)	16	29,6
حواري (شخصان أو أكثر)	30	55,6
تحليلي نقدي	4	7,4
المجموع	54	100

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً (54) فرداً قد انقسمت إلى أربع مجموعات، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين كانت إجابتهم على هذا السؤال بالبديل "حواري (شخصان أو أكثر)"، حيث بلغ عددهم (30) فرداً بنسبة مئوية قدرت بـ 55.6%. أما المجموعة الثانية فتمثلت في الأفراد الذين كانت إجابتهم على هذا السؤال بالبديل "سردي (راوٍ واحد)"، حيث بلغ عددهم (16) فردا بنسبة مئوية بلغت 29.6%. في حين تمثلت المجموعة الثالثة في الأفراد الذين كانت إجابتهم على هذا السؤال بالبديل "قصصي"، حيث بلغ عددهم (4) افراد بنسبة مئوية قدرت بـ 7.4%. كما تمثلت المجموعة الرابعة في الأفراد الذين كانت إجابتهم على هذا السؤال بالبديل "تحليلي نقدي"، حيث بلغ عددهم (4) افراد بنسبة مئوية بلغت 7.4%.

وذلك راجع إلى أن الأسلوب الحواري يضفي على البودكاست طابعاً تفاعلياً وحيوياً، حيث يتيح تبادل الآراء والأفكار بين أكثر من متحدث، مما يجعل المحتوى أكثر تشويقاً وقدرة على جذب انتباه المستمعين. كما يسهم هذا الأسلوب في عرض وجهات نظر متعددة حول الموضوعات المطروحة. أما الأسلوب السردي فقد حظي بنسبة معتبرة نظراً لقدرته على تقديم المعلومات والأفكار بشكل منظم وواضح. في المقابل، جاءت الأساليب القصصية والتحليلية النقدية بنسب أقل، وهو ما قد يرجع إلى ارتباطها بموضوعات أو اهتمامات أكثر تخصصاً مقارنة بالأسلوب الحواري الذي يتميز بمرونته وجاذبيته لفئات واسعة من الجمهور.

الشكل رقم (17): يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب الأسلوب المفضل في تقديم البودكاست.



الجدول رقم (18): يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب الاستماع السابق إلى البودكاست الجزائري.

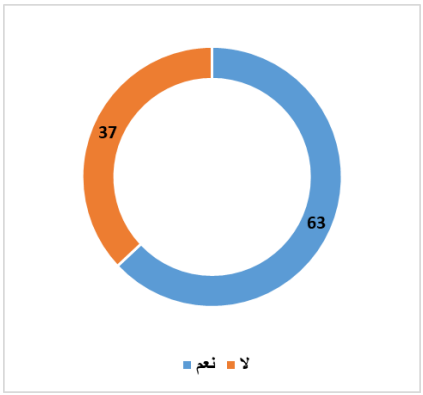
الاستماع السابق الى البودكاست الجزائري	التكرارات	النسبة المئوية
نعم	34	63
لا	20	37
المجموع	54	100

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً (54) فرداً قد انقسمت إلى مجموعتين، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين كانت إجابتهم على هذا السؤال بالبديل "نعم"، حيث بلغ عددهم (34) فرداً بنسبة مئوية قدرت بـ 63%. أما المجموعة الثانية فتمثلت في الأفراد الذين كانت إجابتهم على هذا السؤال بالبديل "لا"، حيث بلغ عددهم (20) فردا بنسبة مئوية بلغت 37%.

وذلك راجع إلى تنامي حضور البودكاست الجزائري في الفضاء الرقمي خلال السنوات الأخيرة، من خلال تقديم محتويات متنوعة تتناول قضايا اجتماعية وثقافية وتعليمية وإعلامية

تلامس واقع الجمهور الجزائري واهتماماته. كما ساهم انتشار منصات التواصل الاجتماعي ومنصات مشاركة المحتوى في التعريف بهذه البرامج وتوسيع دائرة متابعيها. أما أفراد العينة الذين لم يسبق لهم الاستماع إلى البودكاست الجزائري، فقد يرجع ذلك إلى توجههم نحو محتويات أجنبية أو عربية أخرى، أو إلى محدودية اطلاعهم على الإنتاجات المحلية المتاحة في هذا المجال.

الشكل رقم (18): يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب الاستماع السابق إلى البودكاست الجزائري.



الجدول رقم (19): يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب المضمون المفضل في البودكاست.

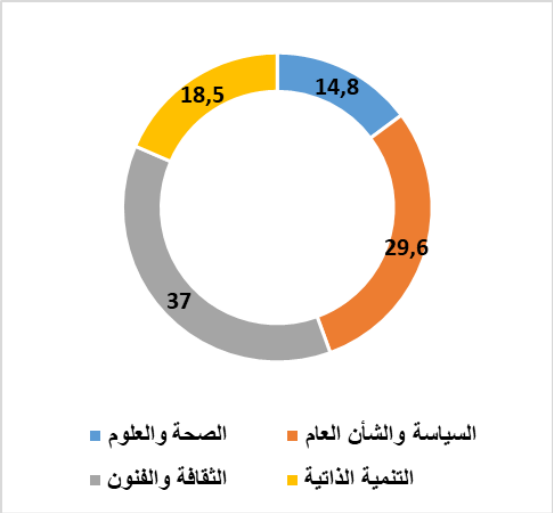
حسب المضمون المفضل في البودكاست.	التكرارات	النسبة المئوية
الصحة والعلوم	8	14,8
السياسة والشأن العام	16	29,6
الثقافة والفنون	20	37
التنمية الذاتية	10	18,5
المجموع	54	100

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً (54) فرداً قد انقسمت إلى أربع مجموعات، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين كانت

إجابتهم على هذا السؤال بالبديل "الثقافة والفنون"، حيث بلغ عددهم (20) فردا بنسبة مئوية قدرت بـ 37%. أما المجموعة الثانية فتمثلت في الأفراد الذين كانت إجابتهم على هذا السؤال بالبديل "السياسة والشأن العام"، حيث بلغ عددهم (16) فردا بنسبة مئوية بلغت 29.6%. كما تمثلت المجموعة الثالثة في الأفراد الذين كانت إجابتهم على هذا السؤال بالبديل "التنمية الذاتية"، حيث بلغ عددهم (10) أفراد بنسبة مئوية قدرت بـ 18.5%. أما المجموعة الرابعة فتمثلت في الأفراد الذين كانت إجابتهم على هذا السؤال بالبديل "الصحة والعلوم"، حيث بلغ عددهم (8) أفراد بنسبة مئوية بلغت 14.8%.

وذلك راجع إلى اهتمام أفراد العينة بالمضامين التي تثري معارفهم وتوسع مداركهم الثقافية والفكرية، وهو ما يفسر تصدر محتوى الثقافة والفنون لباقي المضامين. كما حظيت موضوعات السياسة والشأن العام باهتمام معتبر نظراً لارتباطها بالقضايا الراهنة وتأثيرها في حياة الأفراد والمجتمعات. أما محتويات التنمية الذاتية والصحة والعلوم، فرغم أهميتها، فقد جاءت بنسب أقل، وهو ما قد يعكس اختلاف اهتمامات المبحوثين وتوجهاتهم المعرفية، مع استمرار إقبالهم على هذه المضامين بدرجات متفاوتة.

الشكل رقم (19): يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب المضمون المفضل في البودكاست.



الجدول رقم (20): يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب مستوى التفاعل مع محتوى البودكاست.

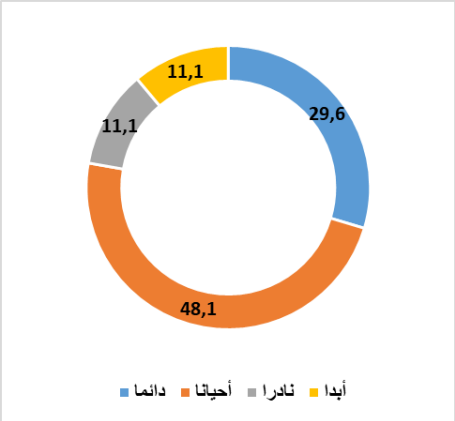
.حسب مستوى التفاعل مع محتوى البودكاست	التكرارات	النسبة المئوية
دائما	16	29,6
أحيانا	26	48,1
نادرا	6	11,1
أبدا	6	11,1
المجموع	54	100

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً (54) فرداً قد انقسمت إلى أربع مجموعات، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين كانت إجابتهم على هذا السؤال بالبديل "أحياناً"، حيث بلغ عددهم (26) فردا بنسبة مئوية قدرت بـ 48.1%. أما المجموعة الثانية فتمثلت في الأفراد الذين كانت إجابتهم على هذا السؤال بالبديل "دائماً"، حيث بلغ عددهم (16) فردا بنسبة مئوية بلغت 29.6%. في حين تمثلت المجموعة الثالثة في الأفراد الذين كانت إجابتهم على هذا السؤال بالبديل "نادراً"، حيث بلغ عددهم (6) أفراد بنسبة مئوية قدرت بـ 11.1%. كما تمثلت المجموعة الرابعة في الأفراد الذين كانت إجابتهم على هذا السؤال بالبديل "أبداً"، حيث بلغ عددهم (6) أفراد بنسبة مئوية بلغت 11.1%.

وذلك راجع إلى أن طبيعة البودكاست تقوم أساساً على الاستماع والاستفادة من المحتوى أكثر من التفاعل المباشر، مما يجعل نسبة كبيرة من المستمعين تتفاعل معه بشكل متقطع بحسب طبيعة الموضوع المطروح ومدى اهتمامهم به. كما أن التفاعل قد يأخذ أشكالاً متعددة مثل التعليق أو المشاركة أو التوصية بالحلقات للآخرين، وهو ما يفسر ارتفاع نسبة الذين يتفاعلون أحياناً. أما الذين يتفاعلون دائماً، فقد يعود ذلك إلى اهتمامهم الكبير بمحتوى

البودكاست وحرصهم على المشاركة في النقاشات المرتبطة به، في حين قد يرجع ضعف التفاعل لدى بعض المبحوثين إلى الاكتفاء بالاستماع دون الانخراط في الأنشطة التفاعلية المتاحة عبر المنصات الرقمية.

الشكل رقم (20): يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب مستوى التفاعل مع محتوى البودكاست.



الجدول رقم (21): يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب توصيتهم للآخرين بمتابعة البودكاست.

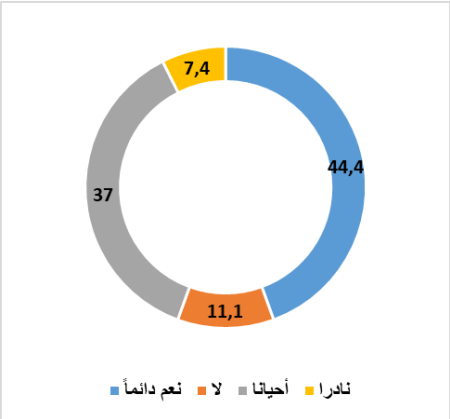
حسب توصيتهم للآخرين بمتابعة البودكاست.	التكرارات	النسبة المئوية
نعم دائماً	24	44,4
لا	6	11,1
أحيانا	20	37
نادرا	4	7,4
المجموع	54	100

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً (54) فرداً قد انقسمت إلى أربع مجموعات، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين كانت إجابتهم على هذا السؤال بالبديل "نعم دائماً"، حيث بلغ عددهم (24) فرداً بنسبة مئوية قدرت بـ 44.4%. أما المجموعة الثانية فتمثلت في الأفراد الذين كانت إجابتهم على هذا

السؤال بالبديل "أحياناً"، حيث بلغ عددهم (20) فردا بنسبة مئوية بلغت 37%. كما تمثلت المجموعة الثالثة في الأفراد الذين كانت إجابتهم على هذا السؤال بالبديل "نادراً"، حيث بلغ عددهم (4) افراد بنسبة مئوية قدرت بـ 7.4%. أما المجموعة الرابعة فتمثلت في الأفراد الذين كانت إجابتهم على هذا السؤال بالبديل "لا"، حيث بلغ عددهم (6) أفراد بنسبة مئوية بلغت 11.1%.

وذلك راجع إلى اقتناع نسبة معتبرة من أفراد العينة بأهمية البودكاست وفائدته في تقديم المعلومات والمعارف والترفيه، مما يدفعهم إلى التوصية به للآخرين بشكل دائم أو متكرر. كما يعكس ذلك مستوى الرضا عن المحتوى الذي يتابعونه ومدى ثقتهم في هذه الوسيلة الإعلامية الرقمية. أما الذين نادراً ما يوصون به أو لا يوصون به إطلاقاً، فقد يرجع ذلك إلى اختلاف اهتمامات الأشخاص المحيطين بهم أو إلى اعتقادهم بأن البودكاست لا يزال أقل انتشاراً مقارنة بوسائل الإعلام والمنصات الرقمية الأخرى.

الشكل رقم (21): يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب توصيتهم للآخرين بمتابعة البودكاست.



الجدول رقم (22): يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير الوقت المفضل للاستماع إلى البودكاست.

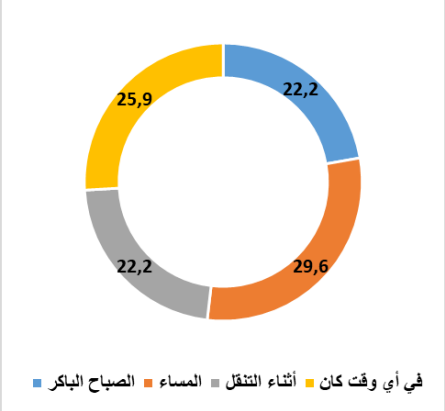
حسب الوقت المفضل للاستماع إلى البودكاست.	التكرارات	النسبة المئوية
الصباح الباكر	12	22,2
المساء	16	29,6
أثناء التنقل	12	22,2
في أي وقت كان	14	25,9
المجموع	54	100

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً (54) فرداً قد انقسمت إلى أربع مجموعات، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين كانت إجابتهم على هذا السؤال بالبديل "المساء"، حيث بلغ عددهم (16) أفراد بنسبة مئوية قدرت بـ 29.6%. أما المجموعة الثانية فتمثلت في الأفراد الذين كانت إجابتهم على هذا السؤال بالبديل "في أي وقت كان"، حيث بلغ عددهم (14) أفراد بنسبة مئوية بلغت 25.9%. كما تمثلت المجموعة الثالثة في الأفراد الذين كانت إجابتهم على هذا السؤال بالبديل "الصباح الباكر"، حيث بلغ عددهم (12) أفراد بنسبة مئوية قدرت بـ 22.2%. وتمثلت المجموعة الرابعة في الأفراد الذين كانت إجابتهم على هذا السؤال بالبديل "أثناء التنقل"، حيث بلغ عددهم (12) أفراد بنسبة مئوية بلغت 22.2%.

وذلك راجع إلى المرونة التي يتميز بها البودكاست مقارنة بوسائل الإعلام التقليدية، حيث يمكن الاستماع إليه في الأوقات التي تناسب المستمع دون التقيد بجدول زمني محدد. كما يفضل العديد من أفراد العينة الاستماع إليه خلال الفترة المسائية نظراً لتوفر وقت فراغ أكبر بعد الانتهاء من الالتزامات الدراسية أو اليومية. في حين تعكس نسبة الذين يفضلون الاستماع إليه أثناء التنقل أو في الصباح الباكر قدرة البودكاست على مرافقة المستمع في

مختلف الأنشطة اليومية، مما يجعله وسيلة إعلامية رقمية تتسم بالسهولة والمرونة في الاستخدام.

الشكل رقم (22): يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب الوقت المفضل للاستماع إلى البودكاست.



المحور الثالث :مساهمة البودكاست في زيادة الوعي في المجتمع الجزائر

الجدول رقم (23): يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب آرائهم حول مساهمة البودكاست في نشر الوعي داخل المجتمع الجزائري.

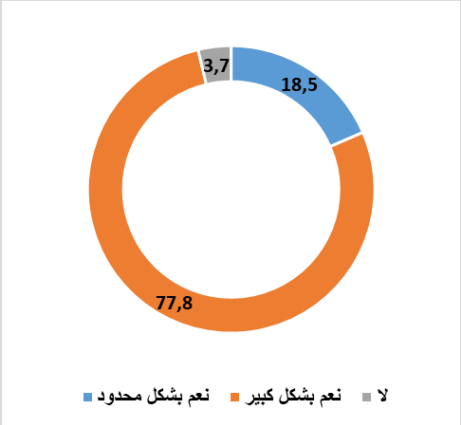
حسب آرائهم حول مساهمة البودكاست في نشر الوعي داخل المجتمع الجزائري.	التكرارات	النسبة المئوية
نعم بشكل محدود	10	18,5
نعم بشكل كبير	42	77,8
لا	2	3,7
المجموع	54	100

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً (54) فرداً قد انقسمت إلى ثلاث مجموعات، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين كانت إجابتهم على هذا السؤال بالبديل "نعم بشكل كبير"، حيث بلغ عددهم (42) فرداً بنسبة

مئوية قدرت بـ 77.8%. أما المجموعة الثانية فتمثلت في الأفراد الذين كانت إجابتهم على هذا السؤال بالبديل "نعم بشكل محدود"، حيث بلغ عددهم (10) أفراد بنسبة مئوية بلغت 18.5%. أما المجموعة الثالثة فتمثلت في الأفراد الذين كانت إجابتهم على هذا السؤال بالبديل "لا"، حيث بلغ عددهم (2) فردين بنسبة مئوية قدرت بـ 3.7%.

وذلك راجع إلى قدرة البودكاست على تقديم محتويات معرفية وتوعوية متنوعة تتناول العديد من القضايا الاجتماعية والثقافية والعلمية بأسلوب مبسط وسهل الوصول، مما يسهم في رفع مستوى الوعي لدى مختلف فئات المجتمع. كما أن انتشار المنصات الرقمية ووسائل التواصل الاجتماعي ساعد على وصول محتوى البودكاست إلى جمهور أوسع داخل المجتمع الجزائري. وتعكس هذه النتائج قناعة أغلبية أفراد العينة بالدور الإيجابي الذي يؤديه البودكاست في نشر الوعي والمعرفة، في حين ترى فئة أخرى أن هذا الدور موجود لكنه لا يزال محدوداً بسبب حداثة هذه الوسيلة الإعلامية مقارنة بوسائل الإعلام الأكثر انتشاراً، بينما تبقى نسبة ضئيلة لا ترى له مساهمة واضحة في هذا المجال.

الشكل رقم (23): يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب آرائهم حول مساهمة البودكاست في نشر الوعي داخل المجتمع الجزائري.



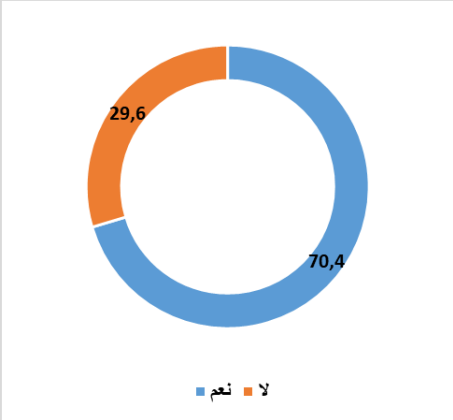
الجدول رقم (24): يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب تأثير البودكاست في تغيير طريقة التفكير تجاه القضايا الاجتماعية والثقافية.

حسب تأثير البودكاست في تغيير طريقة التفكير تجاه القضايا الاجتماعية والثقافية.	التكرارات	النسبة المئوية
نعم	38	70,4
لا	16	29,6
المجموع	54	100

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً (54) فرداً قد انقسمت إلى مجموعتين، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين كانت إجابتهم على هذا السؤال بالبديل "نعم"، حيث بلغ عددهم (38) فرداً بنسبة مئوية قدرت بـ 70.4%. أما المجموعة الثانية فتمثلت في الأفراد الذين كانت إجابتهم على هذا السؤال بالبديل "لا"، حيث بلغ عددهم (16) أفراد بنسبة مئوية بلغت 29.6%.

وذلك راجع إلى أن البودكاست يتيح تناول القضايا الاجتماعية والثقافية بعمق أكبر مقارنة ببعض الوسائل الإعلامية الأخرى، من خلال تقديم تحليلات وآراء متعددة تساعد المستمع على توسيع مداركه وإعادة النظر في بعض الأفكار والمواقف. كما يسهم تنوع الضيوف والخبرات المطروحة في برامج البودكاست في إثراء النقاشات وتعزيز التفكير النقدي لدى المتابعين. وتعكس هذه النتائج اقتناع أغلبية أفراد العينة بقدرة البودكاست على التأثير في طريقة التفكير وتشكيل الاتجاهات تجاه مختلف القضايا الاجتماعية والثقافية، في حين ترى فئة أخرى أن هذا التأثير غير موجود أو محدود، وهو ما قد يرتبط باختلاف أنماط المتابعة ودرجة التفاعل مع محتوى البودكاست.

الشكل رقم (24): يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب تأثير البودكاست في تغيير طريقة التفكير تجاه القضايا الاجتماعية والثقافية.



الجدول رقم (25): يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب آرائهم حول إمكانية اعتبار البودكاست بديلاً لوسائل الإعلام التقليدية في التوعية.

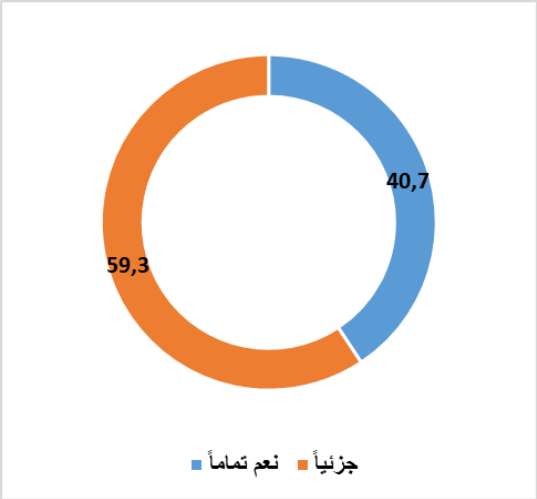
حسب آرائهم حول إمكانية اعتبار البودكاست بديلاً لوسائل الإعلام التقليدية في التوعية.	التكرارات	النسبة المئوية
نعم تماماً	22	40,7
جزئياً	32	59,3
المجموع	54	100

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً (54) فرداً قد انقسمت إلى مجموعتين، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين كانت إجابتهم على هذا السؤال بالبديل "جزئياً"، حيث بلغ عددهم (32) فرداً بنسبة مئوية قدرت بـ 59.3%. أما المجموعة الثانية فتمثلت في الأفراد الذين كانت إجابتهم على هذا السؤال بالبديل "نعم تماماً"، حيث بلغ عددهم (22) فرداً بنسبة مئوية بلغت 40.7%.

وذلك راجع إلى إدراك أفراد العينة للمزايا التي يتمتع بها البودكاست من حيث سهولة الوصول إلى المحتوى ومرونة الاستماع وتنوع المضامين التوعوية التي يقدمها، مما يجعله وسيلة فعالة في نشر الوعي والمعرفة. ومع ذلك، ترى أغلبية المبحوثين أنه لا يمكن أن يحل محل

وسائل الإعلام التقليدية بشكل كامل، بل يمكن أن يكون مكملاً لها أو بديلاً جزئياً في بعض المجالات، نظراً لما تزال تتمتع به وسائل الإعلام التقليدية من انتشار واسع وتأثير معتبر لدى شرائح مختلفة من الجمهور. أما الذين يرون إمكانية اعتباره بديلاً كاملاً، فيستندون إلى التطور المتسارع للإعلام الرقمي وتزايد الاعتماد على المنصات الحديثة في الحصول على المعلومات والتوعية.

الشكل رقم (25): يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب آرائهم حول إمكانية اعتبار البودكاست بديلاً لوسائل الإعلام التقليدية في التوعية.



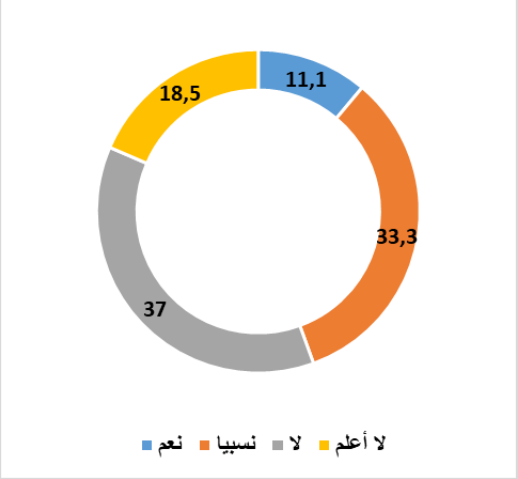
الجدول رقم (26): يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب آرائهم حول مدى تناول البودكاست الجزائري لقضايا المجتمع الجزائري.

حسب آرائهم حول مدى تناول البودكاست الجزائري لقضايا المجتمع الجزائري.	التكرارات	النسبة المئوية
نعم	6	11,1
نسبيا	18	33,3
لا	20	37
لا أعلم	10	18,5
المجموع	54	100

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً (54) فرداً قد انقسمت إلى أربع مجموعات، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين كانت إجابتهم على هذا السؤال بالبديل "لا"، حيث بلغ عددهم (20) أفراد بنسبة مئوية قدرت بـ 37%. أما المجموعة الثانية فتمثلت في الأفراد الذين كانت إجابتهم على هذا السؤال بالبديل "نسبياً"، حيث بلغ عددهم (18) أفراد بنسبة مئوية بلغت 33.3%. كما تمثلت المجموعة الثالثة في الأفراد الذين كانت إجابتهم على هذا السؤال بالبديل "لا أعلم"، حيث بلغ عددهم (10) أفراد بنسبة مئوية قدرت بـ 18.5%. أما المجموعة الرابعة فتمثلت في الأفراد الذين كانت إجابتهم على هذا السؤال بالبديل "نعم"، حيث بلغ عددهم (6) أفراد بنسبة مئوية بلغت 11.1%.

وذلك راجع إلى اختلاف تقييم أفراد العينة لمستوى حضور القضايا المجتمعية الجزائرية في محتوى البودكاست المحلي، حيث يرى جزء من المبحوثين أن البودكاست الجزائري لا يزال لا يولي اهتماماً كافياً لمختلف القضايا الاجتماعية والثقافية والاقتصادية التي تهم المجتمع الجزائري. في المقابل، ترى فئة أخرى أنه يتناول هذه القضايا بشكل نسبي، إلا أن هذا التناول يحتاج إلى مزيد من العمق والاستمرارية. كما تعكس نسبة الذين أجابوا بـ"لا أعلم" محدودية متابعتهم للبودكاست الجزائري أو عدم اطلاعهم الكافي على محتواه، في حين تمثل الفئة التي أجابت بـ"نعم" المبحوثين الذين يرون أن البودكاست الجزائري يساهم بالفعل في مناقشة قضايا المجتمع وطرحها للنقاش العام.

الشكل رقم (26): يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب آرائهم حول مدى تناول البودكاست الجزائري لقضايا المجتمع الجزائري.



الجدول رقم (27): يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب آرائهم حول العوائق التي تحد من انتشار البودكاست كأداة توعوية في الجزائر.

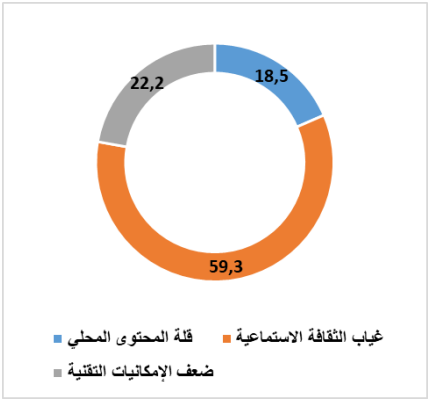
الدراسة حسب آرائهم حول العوائق التي تحد من انتشار البودكاست كأداة توعوية في الجزائر.	التكرارات	النسبة المئوية
قلة المحتوى المحلي	10	18,5
غياب الثقافة الاستماعية	32	59,3
ضعف الإمكانيات التقنية	12	22,2
المجموع	54	100

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً (54) فرداً قد انقسمت إلى ثلاث مجموعات، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين كانت إجابتهم على هذا السؤال بالبديل "غياب الثقافة الاستماعية"، حيث بلغ عددهم (32) فرداً بنسبة مئوية قدرت بـ 59.3%. أما المجموعة الثانية فتمثلت في الأفراد الذين كانت إجابتهم على هذا السؤال بالبديل "ضعف الإمكانيات التقنية"، حيث بلغ عددهم (12) أفراد بنسبة مئوية بلغت 22.2%. أما المجموعة الثالثة فتمثلت في الأفراد الذين كانت إجابتهم على

هذا السؤال بالبديل "قلة المحتوى المحلي"، حيث بلغ عددهم (10) أفراد بنسبة مئوية قدرت بـ 18.5%.

وذلك راجع إلى أن ثقافة الاستماع إلى المحتوى الصوتي لا تزال في طور النمو داخل المجتمع الجزائري مقارنة بالاعتماد الكبير على المحتويات المرئية عبر منصات التواصل الاجتماعي، مما يجعل الكثير من الأفراد أقل إقبالاً على متابعة البودكاست بانتظام. كما يرى بعض المبحوثين أن ضعف الإمكانيات التقنية، سواء من حيث جودة الإنتاج أو وسائل الوصول إلى المحتوى، يمثل عائقاً أمام انتشاره على نطاق أوسع. في حين يعتقد آخرون أن محدودية المحتوى المحلي المتخصص والقريب من اهتمامات الجمهور الجزائري تقلل من جاذبية البودكاست وقدرته على أداء دوره التوعوي بالشكل المطلوب.

الشكل رقم (27): يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب آرائهم حول العوائق التي تحد من انتشار البودكاست كأداة توعوية في الجزائر.



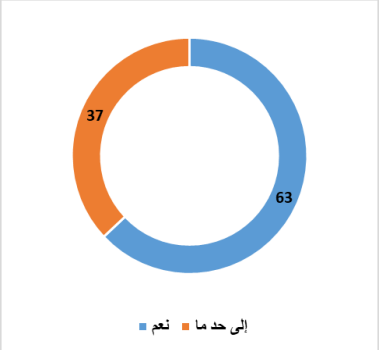
الجدول رقم (28): يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب آرائهم حول مساهمة البودكاست في تطوير التفكير النقدي لدى الشباب الجزائري.

حسب آرائهم حول مساهمة البودكاست في تطوير التفكير النقدي لدى الشباب الجزائري.	التكرارات	النسبة المئوية
نعم	34	63
إلى حد ما	20	37
المجموع	54	100

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً (54) فرداً قد انقسمت إلى مجموعتين، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين كانت إجابتهم على هذا السؤال بالبديل "نعم"، حيث بلغ عددهم (34) فرداً بنسبة مئوية قدرت بـ 63%. أما المجموعة الثانية فتمثلت في الأفراد الذين كانت إجابتهم على هذا السؤال بالبديل "إلى حد ما"، حيث بلغ عددهم (20) أفراد بنسبة مئوية بلغت 37%.

وذلك راجع إلى أن البودكاست يتيح للمستمعين التعرض إلى أفكار وآراء متنوعة وتحليلات معمقة لمختلف القضايا الاجتماعية والثقافية والعلمية، مما يساعد على تنمية مهارات التحليل والمناقشة وإعادة النظر في بعض المسلمات والأفكار السائدة. كما أن طبيعة البودكاست القائمة على الحوار وتبادل وجهات النظر تسهم في تشجيع الشباب على التفكير النقدي وتقييم المعلومات بطريقة أكثر وعياً وموضوعية. وتعكس هذه النتائج قناعة أفراد العينة بالدور الإيجابي الذي يمكن أن يؤديه البودكاست في تعزيز التفكير النقدي لدى الشباب الجزائري، سواء بشكل مباشر أو بدرجات متفاوتة تبعاً لطبيعة المحتوى المتابع ومستوى التفاعل معه.

الشكل رقم (28): يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب آرائهم حول مساهمة البودكاست في تطوير التفكير النقدي لدى الشباب الجزائري.



الجدول رقم (29): يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب آرائهم حول ضرورة استثمار المؤسسات الإعلامية الجزائرية في إنتاج محتوى بودكاست محلي.

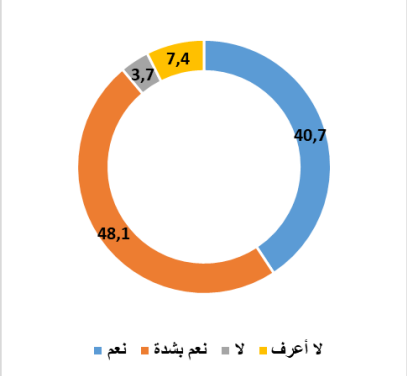
حسب آرائهم حول مساهمة البودكاست في تطوير التفكير النقدي لدى الشباب الجزائري.	التكرارات	النسبة المئوية
نعم	22	40,7
نعم بشدة	26	48,1
لا	2	3,7
لا أعرف	4	7,4
المجموع	54	100

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً (54) فرداً قد انقسمت إلى أربع مجموعات، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين كانت إجابتهم على هذا السؤال بالبديل "نعم بشدة"، حيث بلغ عددهم (26) فرداً بنسبة مئوية قدرت بـ 48.1%. أما المجموعة الثانية فتمثلت في الأفراد الذين كانت إجابتهم على هذا السؤال بالبديل "نعم"، حيث بلغ عددهم (22) فرداً بنسبة مئوية بلغت 40.7%. كما تمثلت المجموعة الثالثة في الأفراد الذين كانت إجابتهم على هذا السؤال بالبديل "لا أعرف"، حيث بلغ عددهم (4) افراد بنسبة مئوية قدرت بـ 7.4%. أما المجموعة الرابعة فتمثلت في الأفراد

الذين كانت إجابتهم على هذا السؤال بالبديل "لا"، حيث بلغ عددهم (2) فردين بنسبة مئوية بلغت 3.7%.

وذلك راجع إلى إدراك أغلبية أفراد العينة لأهمية البودكاست كوسيلة إعلامية رقمية حديثة قادرة على الوصول إلى مختلف فئات الجمهور وتقديم محتوى محلي يعكس قضايا المجتمع الجزائري واهتماماته. كما أن الاستثمار في إنتاج محتوى بودكاست محلي من شأنه أن يساهم في تعزيز الثقافة الرقمية، وإثراء المشهد الإعلامي الوطني، وتوفير بدائل إعلامية تتناسب مع احتياجات الشباب وتطلعاتهم. وتعكس هذه النتائج وجود تأييد واسع لفكرة دعم المؤسسات الإعلامية الجزائرية لهذا النوع من المحتوى، في حين تبقى نسبة محدودة مترددة أو غير مقتنعة بأهمية هذا الاستثمار.

الشكل رقم (29): يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب آرائهم حول ضرورة استثمار المؤسسات الإعلامية الجزائرية في إنتاج محتوى بودكاست محلي.



الجدول رقم (30): يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب تقييمهم لجودة البودكاست الجزائري من حيث مضمونه التوعوي.

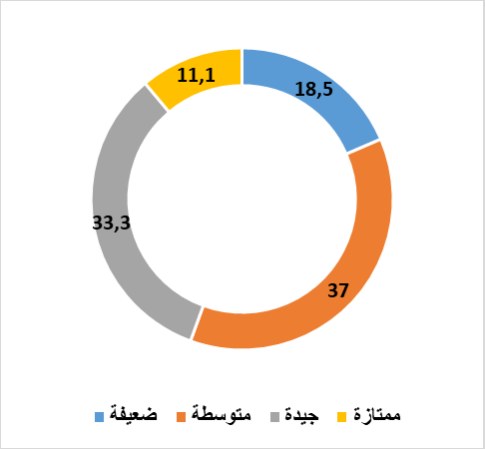
حسب تقييمهم لجودة البودكاست الجزائري من حيث مضمونه التوعوي.	التكرارات	النسبة المئوية
ضعيفة	10	18,5
متوسطة	20	37

جيدة	18	33,3
ممتازة	6	11,1
المجموع	54	100

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً (54) فرداً قد انقسمت إلى أربع مجموعات، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين كانت إجابتهم على هذا السؤال بالبديل "متوسطة"، حيث بلغ عددهم (20) أفراد بنسبة مئوية قدرت بـ 37%. أما المجموعة الثانية فتمثلت في الأفراد الذين كانت إجابتهم على هذا السؤال بالبديل "جيدة"، حيث بلغ عددهم (18) أفراد بنسبة مئوية بلغت 33.3%. كما تمثلت المجموعة الثالثة في الأفراد الذين كانت إجابتهم على هذا السؤال بالبديل "ضعيفة"، حيث بلغ عددهم (10) أفراد بنسبة مئوية قدرت بـ 18.5%. أما المجموعة الرابعة فتمثلت في الأفراد الذين كانت إجابتهم على هذا السؤال بالبديل "ممتازة"، حيث بلغ عددهم (6) أفراد بنسبة مئوية بلغت 11.1%.

وذلك راجع إلى أن البودكاست الجزائري يشهد تطوراً تدريجياً من حيث المحتوى التوعوي المقدم، إلا أنه لا يزال في مرحلة النمو مقارنة بالتجارب العربية والعالمية الأكثر انتشاراً وخبرة في هذا المجال. كما تعكس النتائج أن أغلبية أفراد العينة ينظرون إلى جودة المضمون التوعوي على أنها متوسطة إلى جيدة، وهو ما يدل على وجود جهود معتبرة في إنتاج محتوى هادف ومفيد، مع بقاء الحاجة إلى تطوير جودة الطرح، وتنوع المواضيع، وتحسين أساليب التقديم والإخراج. أما الذين وصفوا الجودة بالضعيفة أو الممتازة، فقد استندوا إلى تجاربهم الشخصية ومدى رضاهم عن المحتوى الذي تابعوه من برامج البودكاست الجزائرية.

الشكل رقم (30): يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب تقييمهم لجودة البودكاست الجزائري من حيث مضمونه التوعوي.



مناقشة النتائج على ضوء التساؤلات

مناقشة التساؤل الأول: ما المقصود بالبودكاست؟

كشفت النتائج المتوصل إليها من خلال استجابات أفراد العينة حول التساؤل الأول المتعلق بمفهوم البودكاست عن وجود مستوى مرتفع من المعرفة والإدراك بطبيعة هذه الوسيلة الإعلامية الرقمية وخصائصها الأساسية، ويتضح ذلك من خلال النتائج الواردة في الجداول من (5) إلى (13)، والتي أبرزت مدى انتشار البودكاست بين أفراد العينة وإلمامهم بخصائصه واستخداماته المختلفة.

فقد أظهرت نتائج الجدول رقم (5) أن جميع أفراد العينة بنسبة (100%) سبق لهم الاستماع إلى البودكاست، وهو ما يدل على انتشاره الواسع بين المبحوثين ومعرفتهم المسبقة بهذا النوع من المحتوى الرقمي. كما بينت نتائج الجدول رقم (6) أن نسبة (81.5%) من أفراد العينة ينظرون إلى البودكاست باعتباره محتوى رقمياً يجمع بين الصوت والصورة معاً، مما يعكس إدراكهم لطبيعته الرقمية الحديثة وأشكال تقديمه المتعددة.

كما كشفت نتائج الجدول رقم (7) أن نسبة (51.9%) من أفراد العينة يرون أن البودكاست يختلف تماماً عن الإذاعة التقليدية، في حين يرى (44.4%) أنه يختلف نسبياً عنها، وهو ما يؤكد وعي المبحوثين بالخصائص المميزة للبودكاست من حيث المرونة وإمكانية الوصول

إلى المحتوى في أي وقت. وأظهرت نتائج الجدول رقم (8) أن منصة يوتيوب تمثل الوسيلة الأساسية لمتابعة البودكاست لدى أفراد العينة بنسبة (85.2%)، مما يعكس ارتباط مفهوم البودكاست لديهم بالمنصات الرقمية الحديثة.

أما نتائج الجدول رقم (12) فقد بينت أن (81.5%) من أفراد العينة تعرفوا على البودكاست من خلال وسائل التواصل الاجتماعي، وهو ما يبرز الدور الكبير لهذه المنصات في التعريف بهذا النوع من الإعلام الرقمي. كما أظهرت نتائج الجدول رقم (13) أن (55.6%) من أفراد العينة يعتقدون بشدة أن مستقبل البودكاست واعد كوسيلة للإعلام الرقمي، وهو ما يعكس ثقتهم في استمرارية هذه الوسيلة وتطورها مستقبلاً.

وتعزى هذه النتائج إلى الانتشار المتزايد للمنصات الرقمية ووسائل التواصل الاجتماعي التي ساهمت في التعريف بالبودكاست وتسهيل الوصول إليه. كما أن تنوع محتواه ومرونة استخدامه وإمكانية الاستماع إليه في أي زمان ومكان جعلته يحظى باهتمام متزايد لدى فئة الشباب الجامعي. وعليه يمكن القول إن أفراد العينة يمتلكون تصوراً واضحاً لمفهوم البودكاست باعتباره وسيلة إعلامية رقمية حديثة تختلف عن الإذاعة التقليدية وتستند إلى التكنولوجيا الرقمية في إنتاج المحتوى وتوزيعه.

مناقشة التساؤل الثاني: ما هي أنواع البودكاست الموجهة؟

أظهرت النتائج المتوصل إليها من خلال استجابات أفراد العينة حول التساؤل الثاني المتعلق بأنواع البودكاست الموجهة وجود تنوع واضح في الأنواع والمضامين والأساليب التي يتابعها المبحوثون، ويتضح ذلك من خلال النتائج الواردة في الجداول من (14) إلى (19).

فقد بينت نتائج الجدول رقم (14) أن نسبة (51.9%) من أفراد العينة سبق لهم التعرض لأنواع مختلفة من البودكاست، وهو ما يعكس تنوع تجاربهم في المتابعة. كما أظهرت نتائج الجدول رقم (15) أن البودكاست التوعوي والتثقيفي يعد الأكثر انتشاراً بنسبة (66.7%) مقارنة بالبودكاست الحواري أو التعليمي والأكاديمي.

وكشفت نتائج الجدول رقم (16) أن البودكاست الاجتماعي والثقافي يحتلان المرتبة الأولى من حيث التفضيل بنسبة (33.3%) لكل منهما، يليهما البودكاست العلمي بنسبة (29.6%)، وهو ما يعكس اهتمام أفراد العينة بالمحتويات المرتبطة بقضايا المجتمع والثقافة والمعرفة. كما أوضحت نتائج الجدول رقم (17) أن الأسلوب الحواري يمثل الأسلوب الأكثر تفضيلاً في تقديم البودكاست بنسبة (55.6%)، مما يدل على ميل المبحوثين إلى المحتوى القائم على الحوار وتبادل الآراء.

أما نتائج الجدول رقم (19) فقد أظهرت أن مضامين الثقافة والفنون جاءت في المرتبة الأولى بنسبة (37%)، تليها السياسة والشأن العام بنسبة (29.6%)، ثم التنمية الذاتية والصحة والعلوم بنسب متفاوتة، وهو ما يؤكد تنوع المضامين التي يتناولها البودكاست وقدرته على استقطاب اهتمامات مختلفة.

وأسفرت هذه النتائج بقدرة البودكاست على تقديم محتويات متنوعة تجمع بين التثقيف والتوعية والترفيه، إضافة إلى مرونة الأساليب المستخدمة في عرض الموضوعات. كما أن ميل أفراد العينة نحو البودكاست التوعوي والثقافي والاجتماعي يعكس رغبتهم في متابعة محتوى هادف يسهم في تنمية المعرفة والوعي بالقضايا المختلفة، وهو ما يجعل هذه الأنواع الأكثر حضوراً وانتشاراً بينهم.

مناقشة التساؤل الثالث: ما هي مساهمة البودكاست في زيادة الوعي في المجتمع الجزائري؟

كشفت النتائج المتوصل إليها من خلال استجابات أفراد العينة حول التساؤل الثالث، المتعلق بمساهمة البودكاست في زيادة الوعي داخل المجتمع الجزائري، عن وجود اتجاه إيجابي واضح نحو الدور التوعوي الذي يؤديه البودكاست، ويتضح ذلك من خلال النتائج الواردة في الجداول من (23) إلى (29).

فقد أظهرت نتائج الجدول رقم (23) أن نسبة (77.8%) من أفراد العينة يرون أن البودكاست يساهم بشكل كبير في نشر الوعي داخل المجتمع الجزائري، مقابل نسبة ضئيلة بلغت (3.7%) لا ترى له أي مساهمة في هذا المجال. وتؤكد هذه النتيجة المكانة التي أصبح يحتلها البودكاست كوسيلة إعلامية رقمية قادرة على إيصال المعارف والأفكار إلى مختلف فئات المجتمع.

كما بينت نتائج الجدول رقم (24) أن نسبة (70.4%) من المبحوثين يؤكدون أن البودكاست ساهم في تغيير طريقة تفكيرهم تجاه القضايا الاجتماعية والثقافية، وهو ما يعكس قدرته على التأثير في الاتجاهات والأفكار من خلال ما يقدمه من محتويات تحليلية وحوارية متنوعة. كما أظهرت نتائج الجدول رقم (28) أن نسبة (63%) من أفراد العينة يرون أن البودكاست يساهم في تطوير التفكير النقدي لدى الشباب الجزائري، الأمر الذي يعزز دوره في تنمية الوعي الفكري والثقافي.

وأظهرت نتائج الجدول رقم (25) أن نسبة (59.3%) من أفراد العينة يرون أن البودكاست يمكن أن يكون بديلاً جزئياً لوسائل الإعلام التقليدية في مجال التوعية، في حين يرى (40.7%) أنه يمكن أن يكون بديلاً كاملاً، وهو ما يعكس الثقة المتزايدة في هذه الوسيلة الإعلامية الحديثة. كما أكدت نتائج الجدول رقم (29) وجود تأييد واسع للاستثمار في إنتاج محتوى بودكاست محلي، حيث بلغت نسبة المؤيدين بشدة (48.1%)، إضافة إلى (40.7%) من المؤيدين، وهو ما يدل على إدراك أفراد العينة لأهمية البودكاست في نشر الوعي داخل المجتمع الجزائري.

وتعزى هذه النتائج إلى الخصائص التي يتميز بها البودكاست، من حيث سهولة الوصول إلى المحتوى، وإمكانية الاستماع إليه في مختلف الأوقات والأماكن، فضلاً عن تنوع المواضيع التي يتناولها. كما أن اعتماده على الحوار والتحليل وطرح وجهات النظر المختلفة

يجعله وسيلة فعالة في تنمية الوعي وتعزيز التفكير النقدي لدى الجمهور، خاصة فئة الشباب التي تعد الأكثر استخداماً للوسائط الرقمية الحديثة.

مناقشة التساؤل الرابع: ما هو تقييمك للبودكاست في زيادة الوعي في المجتمع الجزائري؟

أظهرت النتائج المتوصل إليها من خلال استجابات أفراد العينة حول التساؤل الرابع، المتعلق بتقييم البودكاست في زيادة الوعي داخل المجتمع الجزائري، أن المبحوثين ينظرون إلى فعاليته التوعوية بصورة إيجابية، مع الإشارة إلى وجود بعض النقائص التي تحد من تحقيقه لأقصى درجات التأثير، ويتضح ذلك من خلال النتائج الواردة في الجداول رقم (26)، (27)، و(30).

فقد بينت نتائج الجدول رقم (30) أن أغلبية أفراد العينة يقيمون جودة البودكاست الجزائري من حيث مضمونه التوعوي بأنها متوسطة بنسبة (37%) وجيدة بنسبة (33.3%)، في حين وصفها (11.1%) فقط بالممتازة، وتدل هذه النتائج على أن البودكاست الجزائري يحقق مستوى مقبولاً من الأداء التوعوي، إلا أنه ما يزال بحاجة إلى مزيد من التطوير والارتقاء بمستوى المحتوى المقدم.

كما أظهرت نتائج الجدول رقم (26) أن نسبة (37%) من أفراد العينة يرون أن البودكاست الجزائري لا يتناول قضايا المجتمع الجزائري بالشكل الكافي، مقابل (33.3%) يرون أنه يتناولها نسبياً، وهو ما يشير إلى وجود فجوة بين المحتوى المقدم وانتظارات الجمهور فيما يتعلق بمعالجة القضايا المحلية. وتدعم هذه النتيجة ما توصل إليه الجدول رقم (27)، حيث اعتبر (59.3%) من أفراد العينة أن غياب الثقافة الاستماعية يمثل العائق الأساسي أمام انتشار البودكاست في الجزائر، إضافة إلى ضعف الإمكانيات التقنية وقلة المحتوى المحلي. وتعزى هذه النتائج إلى أن تجربة البودكاست الجزائري لا تزال في مرحلة التطور والنمو، الأمر الذي ينعكس على مستوى المحتوى التوعوي المقدم ومدى قدرته على معالجة مختلف القضايا المجتمعية بصورة معمقة. كما أن محدودية الإنتاج المحلي وضعف ثقافة الاستماع

للمحتوى الصوتي لدى شريحة من الجمهور يحدان من انتشاره وتأثيره مقارنة بوسائل الإعلام الرقمية الأخرى. ورغم ذلك، فإن التقييم العام يبقى إيجابياً، حيث تشير النتائج إلى امتلاك البودكاست الجزائري مقومات مهمة تؤهله للقيام بدور أكبر في مجال التوعية مستقبلاً، خاصة في حال تحسين جودة المحتوى وتوسيع دائرة الموضوعات المطروحة وتعزيز الاستثمار الإعلامي في هذا المجال.

الاستنتاج العام

من خلال النتائج المتوصل إليها في هذه الدراسة، يتضح أن البودكاست أصبح أحد أبرز الوسائط الإعلامية الرقمية التي تحظى باهتمام متزايد لدى فئة الشباب الجامعي، حيث أظهرت النتائج أن جميع أفراد العينة لديهم معرفة مسبقة بهذه الوسيلة الإعلامية ويستخدمونها بدرجات متفاوتة، الأمر الذي يعكس انتشارها وقدرتها على الوصول إلى الجمهور المستهدف.

1. بينت النتائج أن أفراد العينة يمتلكون معرفة جيدة بمفهوم البودكاست وخصائصه الأساسية، حيث سبق لجميع أفراد العينة الاستماع إليه، كما يدرك أغلبهم أنه وسيلة إعلامية رقمية حديثة تختلف عن الإذاعة التقليدية من حيث المرونة وسهولة الوصول إلى المحتوى وإمكانية متابعته عبر مختلف المنصات الرقمية. كما ساهمت وسائل التواصل الاجتماعي بشكل كبير في التعريف به ونشره بين فئة الشباب الجامعي.

2. أظهرت النتائج تنوع أنواع البودكاست التي يتابعها أفراد العينة، مع تصدر البودكاست التوعوي والتثقيفي لأنواع البودكاست الأكثر انتشاراً، إضافة إلى تفضيل المضامين الاجتماعية والثقافية والعلمية. كما تبين أن الأسلوب الحواري يعد الأكثر جاذبية لدى المبحوثين، مما يعكس اهتمامهم بالمحتوى الذي يجمع بين الفائدة المعرفية والنقاش التفاعلي.

3. كشفت النتائج أن البودكاست يساهم بدرجة كبيرة في نشر الوعي داخل المجتمع الجزائري، من خلال تقديم محتويات معرفية وتوعوية متنوعة تساعد على تغيير طريقة التفكير تجاه القضايا الاجتماعية والثقافية، وتنمية التفكير النقدي لدى الشباب. كما أظهرت النتائج وجود قناعة واسعة لدى أفراد العينة بأهمية البودكاست كوسيلة فعالة للتوعية والتثقيف، وقدرته على الإسهام في بناء الوعي المجتمعي وتعزيز الثقافة العامة.

4. أوضحت النتائج أن تقييم أفراد العينة للبودكاست الجزائري من حيث دوره التوعوي جاء إيجابياً بدرجة متوسطة إلى جيدة، حيث يرى أغلب المبحوثين أن هذه الوسيلة تمتلك إمكانات

كبيرة في مجال التوعية ونشر المعرفة، إلا أن فعاليتها ما تزال تواجه بعض التحديات المرتبطة بضعف الثقافة الاستماعية، وقلة المحتوى المحلي المتخصص، ومحدودية الإمكانيات التقنية. وعليه فإن تطوير المحتوى المحلي وتحسين جودته من شأنه أن يعزز مكانة البودكاست ويزيد من تأثيره التوعوي داخل المجتمع الجزائري.

-

خاتمة

خاتمة:

انطلقت هذه الدراسة من إشكالية محورية تتعلق بدور البودكاست في زيادة الوعي داخل المجتمع الجزائري، وقد سعت إلى استجلاء أبعاد هذه العلاقة من خلال الجمع بين التأطير النظري والبحث الميداني على عينة من طلبة الماستر بقسم علوم الإعلام والاتصال بجامعة محمد بوضياف بالمسيلة، وقد تبين من خلال مسار الدراسة أن البودكاست لم يعد مجرد وسيلة ترفيهية أو إعلامية هامشية بل أصبح فضاء رقميا حقيقيا تتشكل فيه معارف الجمهور الجزائري وتتبلور توجهاته الفكرية والاجتماعية، وهو ما تجلى بوضوح في استجابات أفراد العينة الذين أكد أغلبهم أن هذه الوسيلة أسهمت في تغيير طريقة تفكيرهم وتعزيز وعيهم بالقضايا المختلفة.

و كشفت الدراسة أن الجمهور الجزائري الشاب يتعامل مع البودكاست بوعي انتقائي واضح، إذ يميل بصورة لافتة نحو المضامين التوعوية والتثقيفية والاجتماعية والثقافية على حساب المحتوى الترفيهي البحت، وهو ما يعكس حاجة متصاعدة لدى هذا الجمهور إلى وسائط إعلامية تتيح له معالجة القضايا الراهنة بعمق وإشباعات معرفية حقيقية تتجاوز السطحية التي تتسم بها كثير من المنصات الرقمية الأخرى، فالبودكاست بما يتيحه من أسلوب حواري مرن وإمكانية الاستماع في أي وقت ومن أي مكان يختلف جوهريا عن الإذاعة التقليدية التي ظلت حبيسة قيد التزامن الزمني لعقود.

وعلى صعيد البودكاست الجزائري تحديدا فقد جاءت نتائج الدراسة معبرة عن واقع لا يزال في طور النمو والتشكل حيث يرى جزء كبير من المبحوثين أن مستوى تناوله للقضايا المجتمعية المحلية لم يرق بعد إلى مستوى التوقعات وأن جودة مضمونه التوعوي تظل في أحسن الأحوال متوسطة إلى جيدة، مما يكشف عن فجوة حقيقية بين الإمكانيات الكامنة لهذه الوسيلة وما يقدمه المنتجون المحليون فعليا، وقد رأى المبحوثون أن غياب الثقافة الاستماعية يمثل العائق الأبرز أمام انتشار البودكاست في الجزائر يليه ضعف الإمكانيات التقنية ثم شح المحتوى المحلي المتخصص.

ولعل أبرز ما خلصت إليه هذه الدراسة هو أن المؤسسات الإعلامية الجزائرية مدعوة بإلحاح إلى الانخراط في إنتاج محتوى بودكاست محلي احترافي يخاطب الهواجس الحقيقية للمجتمع الجزائري ويستوعب خصوصياته الثقافية والاجتماعية، إذ أعرب أكثر من 88 بالمئة من أفراد العينة عن تأييدهم لهذا التوجه بصورة صريحة وهو رقم دال لا يحتاج إلى تأويل، كما أن تعزيز البنية التحتية الرقمية وتنمية الثقافة الاستماعية لدى الجمهور يظلان شرطين جوهريين لا يمكن بلوغ أثر توعوي حقيقي دون استيفائهما.

وتبقى هذه الدراسة أمام حدود موضوعية لا يمكن إغفالها في مقدمتها محدودية حجم العينة وانحصارها في وسط أكاديمي متخصص مما يجعل تعميم نتائجها يستلزم مزيدا من الحذر، كما أن الطابع المتسارع لتطور البودكاست يعني أن المشهد الراهن قد يتغير بسرعة تفوق ما تستطيع الدراسات المقطعية رصده، ومن ثم فإن الدراسات المستقبلية مدعوة إلى توسيع نطاق العينة لتشمل فئات مجتمعية أوسع والانتقال من المقاربات الوصفية إلى المقاربات التجريبية التي تقيس الأثر التوعوي بصورة أكثر دقة وعمقا مستعينة بنظريات الاتصال الحديثة كنظرية الأطر ونظرية ترتيب الأولويات في سياق البيئة الإعلامية الرقمية الجزائرية.

قائمة المراجع

قائمة المصادر والمراجع:

أولاً :المعاجم والقواميس

1. ابن منظور، محمد بن مكرم .لسان العرب .تحقيق :عبد الله علي الكبير وآخرون . الجزء الخامس عشر .القاهرة :دار المعارف، د.ت.

ثانياً :الكتب العربية

2. إبراهيم الفار .توظيف تكنولوجيا التعليم في التدريس .عمان :دار الفكر،.2012
3. بارسونز، تالكوت .البناء الاجتماعي والشخصية .ترجمة :محمد حسين غلوم .الكويت : المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب،.1988
4. حامد عبد السلام زهران .علم النفس الاجتماعي .الطبعة السادسة .القاهرة :عالم الكتب،.2003
5. حسن عماد مكاوي وليلى حسين السيد .الاتصال ونظرياته المعاصرة .القاهرة :الدار المصرية اللبنانية،.2006
6. الدليمي، عبد الرزاق محمد .الإعلام الجديد :المفاهيم والوسائل والتطبيقات .عمان : دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع،.2011
7. طاهر، مسعود أحمد .المدخل إلى علم الاجتماع العام .عمان :دار جليس الزمان، 2011.
8. عبيدات، محمد وآخرون .منهجية البحث العلمي :القواعد والمراحل والتطبيقات .عمان : دار وائل للنشر،.1999
9. لطفي، طلعت إبراهيم وعبد الحميد، كمال .علم الاجتماع :المفاهيم الأساسية .القاهرة : دار غريب للطباعة والنشر،.2003
10. لطفي، طلعت إبراهيم وعبد الحميد الزيات، كمال .علم الاجتماع .القاهرة :دار غريب للطباعة والنشر والتوزيع،.2002
11. محمد عبد الحميد .نظريات الإعلام واتجاهات التأثير .القاهرة :عالم الكتب،.2004

12. ميرتون، روبرت .النظرية الاجتماعية والبناء الاجتماعي .ترجمة :محمد حسين غلوم . الكويت :المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب،.1994

ثالثاً :المجلات العلمية والدوريات

13. بوجفجوف، الزهرة" .الإعلام الإلكتروني والقضايا الاجتماعية في الجزائر :تقنية البودكاست الفكاهي أنموذجاً ".مجلة الباحث العلمي، العدد42

14. حسان، ولاء إبراهيم عبد الحميد" .توظيف تطبيقات البودكاست كمحتوى سمعي رقمي في إثراء المحتوى الوثائقي :دراسة تحليلية مقارنة بين محتوى البودكاست التابع لقنوات فضائية إخبارية ".المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، المجلد الثالث والعشرون، العدد الثاني، أبريل/يونيو2024

15. الشيباني، ماجد بن فهد" .دوافع تعرض الجمهور السعودي لإذاعات الإنترنت والإشباعات المتحققة منه ".المجلة المصرية لبحوث الإعلام، العدد79 ،2022

16. عبد الحميد، عمرو محمد محمود" .تفاعل الجمهور مع محتوى البودكاست بالمنصات الرقمية وانعكاساته على مستقبل الإذاعة بالمنطقة العربية ".مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، المجلد52 ، العدد2 ،.2025

17. عماشة، ناصر وعبد الله الشايع" .توظيف تقنية البودكاست في التعليم ".مجلة التقنية في التعليم والتدريب،2015

18. العزة، محمد" .البودكاست ومستقبل الإعلام السمعي الرقمي.2025 ".

19. غزال، عبد الرزاق وبورحلي، وفاء" .البودكاست الاجتماعي بين تنمية المسؤولية وخلق الوعي المجتمعي :دراسة وصفية على عينة من مستخدمي تدوينات المضامين الصوتية والمرئية في الجزائر ".مجلة علوم الإنسان والمجتمع، المجلد10 ، العدد40 ، 2021

20. محمد، علي حسن" .البودكاست كوسيلة إعلامية رقمية ومستقبلية ".مجلة البحوث الإعلامية،2023

21. محمود، هدير" .تحديات الإنتاج الإذاعي التقليدي في مواجهة البودكاست2023 ".

22.هاشم، منى وعبد الرحمن، أمينة" .اتجاهات المواقع الإخبارية المصرية والعربية لاستخدام تقنية البودكاست وعلاقتها بتفضيلات الجمهور المصري ".المجلة المصرية لبحوث الاتصال، كلية الإعلام، جامعة بني يوسف، ص.766

رابعاً :الأطروحات والمذكرات الجامعية

23.بقدور، سلمى" .توظيف البودكاست في العملية التعليمية ".مذكرة لنيل شهادة الماستر، 2022.

24.بوسنان، آسيا" .البودكاست والإعلام الرقمي ".رسالة ماجستير، جامعة الجزائر، 2019.

25.سوالمية، شهرة وخالف، منال" .دور البودكاست التعليمي في تفعيل عملية التعلم عن بعد :دراسة ميدانية على عينة من مستخدمي البودكاست ".مذكرة لنيل شهادة الماستر، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة 8 ماي 1945 قالمة،.2023

خامساً :الملتقيات والأوراق البحثية

26.اليعقوبي، سمية" .البودكاست :متطلبات العمل وخصائص المحتوى — دراسة حالة بودكاست الجزيرة ".ورقة بحثية، معهد الجزيرة للإعلام، زمالة الجزيرة،2020

سادساً :المواقع الإلكترونية

27.أبو شامة، هالة" .للمستمعين وصناع المحتوى :كيف نشأ وتطور البودكاست؟ " .2021متاح على .https://www.e3bm.com :

28.ثورة البودكاست إذاعة المستقبل .تقارير أمازية .متاح على .https://amaz.sa :

29.ماك هوغ، سبحان" .نفس جديد للإذاعة بفضل البودكاست ".مجلة اليونسكو كوريه، .2020متاح على .https://courier.unesco.org :تاريخ الاطلاع 20 :

كتب أجنبية:

31. Aufderheide, Patricia, and Atika Alkhallouf. "Podcasting as Public Media: The Future of U.S. News, Public Affairs, and

Educational Podcasts." International Journal of Communication, vol. 14, 2020, p. 1685.

32. Townsend, M. The Future of Podcasting: Trends to Watch in 2025. 2024. Available at: https://www.podcast.co.

الملاحق

الملاحق:

ملحق رقم 01 الاستبيان:

جامعة محمد بوضياف – المسيلة

كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية

قسم علوم الإعلام والاتصال

استمارة استبيان

دور البودكاست في زيادة الوعي في المجتمع الجزائري

موجّهة لطلبة السنة الثانية ماستر

تحية طيبة وبعد،

في إطار إعداد بحث علمي يتناول واقع البودكاست ومدى إسهامه في نشر الوعي لدى شرائح المجتمع الجزائري، نضع بين أيديكم هذه الاستمارة التي تهدف إلى جمع المعطيات اللازمة لهذه الدراسة .ونؤكد لكم بأن جميع المعلومات الواردة فيها لن تُستخدم إلا لأغراض علمية بحثية حصراً، وستبقى طيّ الكتمان التام، لذا نرجو الإجابة بموضوعية وأمانة على جميع الأسئلة المطروحة .

المحور الأول :البيانات الشخصية

1. **الجنس** :ذكر ☐ أنثى ☐
2. **الحالة العائلية** :متزوج (ة) ☐ أعزب عزباء ☐
3. **منطقة السكن**: المدينة ☐ الريف ☐
4. **المستوى الدراسي** :ماستر السنة الجامعية:.....
5. **التخصص**: سمعي بصري ☐ اتصال جماهيري ☐ اتصالات وعلاقات عامة ☐

المحور الثاني :التعريف بالبودكاست وطبيعته

6. **هل سبق لك الاستماع إلى بودكاست من قبل؟**

نعم ☐ لا☐

7. **البودكاست في نظرك هو:**

محتوى رقمي صوتي بحت ☐

محتوى رقمي مرئي بحت ☐

محتوى رقمي يجمع بين الصوت والصورة معاً ☐

8. **هل تعتقد أن البودكاست وسيلة إعلامية مستقلة عن الإذاعة التقليدية؟**

نعم، يختلف تماماً ☐ يختلف نسبياً ☐ لا يختلف ☐ لا أعلم ☐

9. **عبر أيّ منصة تتابع البودكاست؟**

يوتيوب □ سبوتيفاي □ ساوند كلاود □

أخرى، اذكرها.....

10.كم مرة في الأسبوع تستمع إلى البودكاست؟

يومياً □ من 3 إلى 4 مرات □ مرة واحدة في الأسبوع □ نادراً □

11.ما اللغة التي تفضلها عند متابعة البودكاست؟

العربية □ الفرنسية □ الإنجليزية □ أخرى □

12.ما متوسط مدة الحلقة التي تفضل الاستماع إليها؟

أقل من 15 دقيقة □ من 15 إلى 30 دقيقة □ من 30 إلى 60 دقيقة □ أكثر من ساعة□

13.من أين تعرّفت على البودكاست لأول مرة؟

وسائل التواصل الاجتماعي □ من الأصدقاء والمعارف □ محركات البحث □ أخرى □

14.هل تعتقد أن البودكاست يمثّل مستقبل الإعلام الرقمي؟

نعم بشدة □ إلى حد ما □ لا □ لا أعلم □

15.هل تتعرض لكل أنواع البودكاست؟

نعم □ لا □

إذا كانت إجابتك بـ (نعم)، برر لماذا؟

.....

16.ما هي في رأيك أشهر أنواع البودكاست؟

بودكاست حواري □

بودكاست توعوي وتثقيفي □

بودكاست تعليمي وأكاديمي □

أخرى تذكر.....

17.ما نوع البودكاست الذي تفضل الاستماع إليه؟

بودكاست ثقافي □ بودكاست علمي □ بودكاست ترفيهي □ بودكاست اجتماعي □

18.ما الأسلوب الذي تفضله في تقديم البودكاست؟

حواري (شخصان أو أكثر) □ سردي (راوٍ واحد) □ قصصي □ تحليلي نقدي □

19.هل سبق لك الاستماع إلى بودكاست جزائري؟

نعم □ لا□

إذا نعم، اذكر مثالاً.....

20.ما المضمون الذي يستهويك أكثر في البودكاست؟

السياسة والشأن العام □ الصحة والعلوم □ الثقافة والفنون □ التنمية الذاتية □

21.**هل تتفاعل مع محتوى البودكاست الذي تستمع إليه (تعليق / مشاركة / تقييم)؟**

دائماً ☐ أحياناً ☐ نادراً ☐ أبداً ☐

22.**هل توصي الآخرين بمتابعة بودكاست معين؟**

نعم دائماً ☐ أحياناً ☐ نادراً ☐ لا ☐

23.**ما الوقت المفضل لديك للاستماع إلى البودكاست؟**

الصباح الباكر ☐ المساء ☐ أثناء التنقل ☐ في أي وقت كان ☐

المحور الرابع :مساهمة البودكاست في زيادة الوعي في المجتمع الجزائري

24.**هل تعتقد أن البودكاست يساهم في نشر الوعي داخل المجتمع الجزائري؟**

نعم بشكل كبير ☐ نعم بشكل محدود ☐ لا ☐ لا أعلم ☐

25.**هل غيّر البودكاست من طريقة تفكيرك حول قضية اجتماعية أو ثقافية معينة؟**

نعم ☐ لا ☐

إذا نعم، اذكر مثالاً.....

26.**هل يمكن للبودكاست أن يكون بديلاً عن وسائل الإعلام التقليدية في التوعية؟**

نعم تماماً ☐ جزئياً ☐ لا ☐ لا أعلم ☐

27.**هل ترى أن البودكاست الجزائري يتناول قضايا المجتمع الجزائري بشكل كافٍ؟**

نعم ☐ لا ☐ نسبياً ☐ لا أعلم ☐

28.**ما أبرز العوائق التي تحول دون انتشار البودكاست كأداة توعوية في الجزائر؟**

ضعف الاتصال بالإنترنت ☐ قلة المحتوى المحلي ☐

غياب الثقافة الاستماعية ☐ ضعف الإمكانيات التقنية ☐

29.**هل يُسهم البودكاست في تطوير التفكير النقدي لدى الشباب الجزائري؟**

نعم ☐ لا ☐ إلى حد ما ☐

30.**هل تعتقد أن المؤسسات الإعلامية الجزائرية ينبغي أن تستثمر في إنتاج محتوى بودكاست محلي؟**

نعم بشدة ☐ نعم ☐ لا ☐ لا أعرف☐

31.**كيف تقيّم جودة البودكاست الجزائري الحالي من حيث مضمونه التوعوي؟**

ممتازة ☐ جيدة ☐ متوسطة ☐ ضعيفة ☐

شكراً جزيلاً على تعاونكم ومشاركتكم في إنجاح هذه الدراسة العلمية

ملحق رقم 02: وثيقة إيداع مذكرة

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
People's Democratic Republic of Algeria
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
Ministry of Higher Education and Scientific Research
جامعة محمد بوضياف بالمسيلة
University Mohamed Boudiaf of M'sila

كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية
FACULTY OF HUMANITIES AND SOCIAL SCIENCES

جامعة محمد بوضياف - المسيلة
Université Mohamed Boudiaf - M'sila

Faculty of Humanities and Social Sciences
Vice-Deanship of the College for Studies and Student Issues

كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية
نيابة العمادة للدراسات والمسائل المرتبطة بالطلبة
الرقم: /2026

تصريح شرفي خاص بالالتزام بقواعد النزاهة العلمية لإنجاز بحث

انا الممضي (ة) ادناه :

السيد(ة): أحمد نعيمة

الصفة(طالب, استاذ باحث, باحث دائم): طالبة

الحامل لبطاقة التعريف الوطنية رقم: 201591189

الصادرة بتاريخ : 12-6-2017 عن دائرة : عين الحجل

المسجل(ة) بكلية: العلوم الإنسانية والاجتماعية قسم: إعلام واتصال

تخصص: علاقات عامة تحت رقم التسجيل: 202522075109658

والمكلف بإنجاز اعمال بحث (مذكرة التخرج ليسانس، مذكرة ماستر' مذكرة ماجستير' اطروحة دكتوراه)

عنوانها: دور الميديا البديلة في زيادة الوعي في المجتمع الجزائري

اصرح بشرفي بانني التزم بالمعايير العلمية والمنهجية ومعايير الاخلاقيات المهنية والنزاهة الاكاديمية المطلوبة في انجاز البحث المذكور اعلاه

المسيلة في: 2026/6/4

امضاء المعني (ة):

المرجع: القرار الوزاري رقم: 933 المؤرخ في: 28-07-2016 المحدد للقواعد المتعلقة بالوقاية من السرقات العلمية ومكافحتها.

Scanned with CamScanner

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
People's Democratic Republic of Algeria
وزارة التعليم العالي و البحث العلمي
Ministry of Higher Education and Scientific Research
جامعة محمد بوضياف بالمسيلة
University Mohamed Boudiaf of M'sila

كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية
نيابة العمادة للدراسات والمسائل المرتبطة بالطلبة
الرقم: /2026

Faculty of Humanities and Social Sciences
Vice-Deanship of the College for Studies and Student Issues

تصريح شرفي خاص بالالتزام بقواعد النزاهة العلمية لإنجاز بحث

انا الممضي (ة) ادناه:

السيد(ة): دحان لبنى

الصفة(طالب, استاذ باحث, باحث دائم): طالبة مستوى ماستر 02

الحامل لبطاقة التعريف الوطنية رقم: 204940930

الصادرة بتاريخ: 2019/08/20 عن دائرة: عين الحمراء مسيلة

المسجل(ة) بكلية: العلوم الانسانية والاجتماعية قسم: علوم الاعلام والاتصال

تخصص: علاقات عامة واتصال تحت رقم التسجيل: 250540998829

والمكلف بإنجاز اعمال بحث (مذكرة التخرج ليسانس، مذكرة ماستر' مذكرة ماجستير' اطروحة دكتوراه)

عنوانها: دور البودكاست في زيادة الوعي لدى المجتمع الجزائري

اصرح بشرفي بانني التزم بالمعايير العلمية والمنهجية ومعايير الاخلاقيات المهنية والنزاهة الاكاديمية المطلوبة في انجاز البحث المذكور اعلاه.

المسيلة في: 2026/06/04

امضاء المعني (ة):

يعتمد ومصادق عليه توقيع
عن رئيس المجلس الشعبي البلدي ... جوان 2026
وبتفويض منه الوكيل الرئيسي للإدارة المحلية
حكيمة غرابي

المرجع: القرار الوزاري رقم 933 المؤرخ في: 28-07-2016 المحدد للقواعد المتعلقة بالوقاية من السرقات العلمية ومكافحتها.

Scanned with CamScanner

وثيقة ايداع مذكرة ماستر

الموضوع:

دور البود كاست في زيادة الوعي في المجتمع الجزائري

إعداد الطلبة:

1- حنان ليلى رقم التسجيل: 25054099899

2- الي نعيمة رقم التسجيل: 202525075109658

القسم: علوم الإعلام والاتصال الشعبة: آداب وعلوم انسانية التخصص: ارتصال وعلاقات عامة

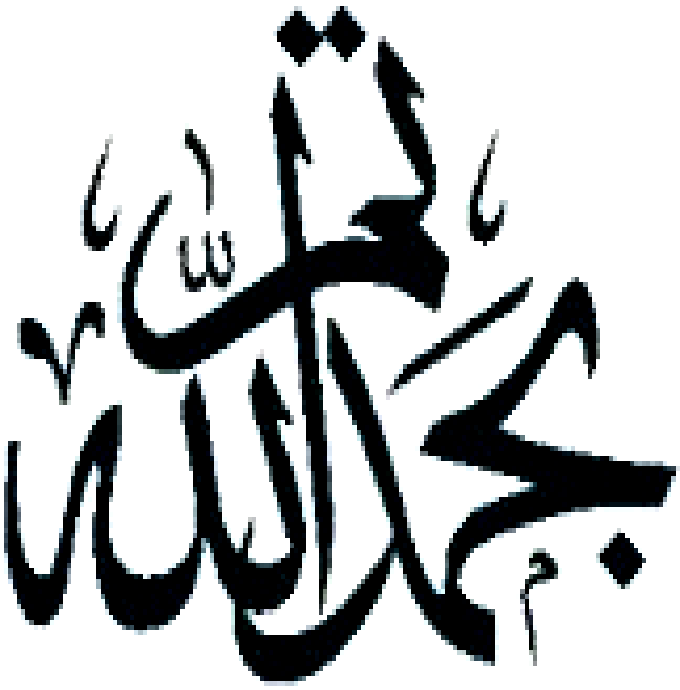
إشراف: الأستاذ بن عيسى الرتبة: أستاذ مساعد (أ)

أقر بأنني تابعت العمل المذكور أعلاه في جلسات إشرافية طيلة الموسم الجامعي: 2025-2026 وأسمح بإيداعه على مستوى ادارة القسم للمناقشة والتقييم.

موافقة وإمضاء الاستاذ(ة) المشرف(ة): **رئيس فريق الاختصاص:**

رئيس القسم:

Scanned with CamScanner


الحمد لله