

دوافع تعرُّض الجمهور السعودي لإذاعات الإنترنت (البودكاست) والإشباع المتحققة منه دراسة مسحية لعينة من متابعي بودكاست (ثمانية) في المملكة العربية السعودية

د. ماجد بن فهد الشيباني*

المستخلص

هدفت الدراسة إلى التعرف على دوافع استخدام الجمهور السعودي لراديو الإنترنت (البودكاست) وقياس الإشباع المتحققة منه؛ ومن ثمَّ دراسة تأثيراته والتعريف بأبرز العوامل المؤثرة في انتقاء المحتوى، فاستندت الدراسة على المنهج الوصفي بطريقة المسح الإعلامي من خلال جمع وتحليل بيانات (٢٢٠) استبانة وُزعت على عينة من متابعي بودكاست (ثمانية) في المملكة العربية السعودية. أظهرت النتائج أنَّ الدوافع النفعية للتعرُّض تغلب على الدوافع الطقوسية، وكشفت الدراسة عن أبرز دوافع التعرض للبودكاست والتي تمثلت في تتبُّع الحلقات التعليمية، متابعة الأحداث والاشتراك في المحطات الوطنية، اكتساب القدرة على التفكير والابتكار، التعليق والمشاركة في الموضوعات، ثم جاءت دوافع مثل ترقية أوقات الفراغ، العادة والاستخدام اليومي للإنترنت، ودافع الإشباع النفسي ضد العزلة أو الوحدة؛ بنسب أقل. ولاحظت الدراسة أن أغلب محتوى البودكاست يميل نحو الطابع الشخصي الذي يستهدف الوصول للمتلقي المفرد من خلال أجهزته الشخصية، وكشفت الدراسة أن الموضوعات التعليمية والاجتماعية احتلت المرتبة الأولى في ترتيب أولويات التعرُّض، وثبتت علاقة دالة إحصائياً بين مستوى التعرُّض للبودكاست وبين دوافع تعرُّض المستخدمين إلى المحتوى المعروف؛ فكلما زاد مستوى التعرض زادت دوافعه. كما بيَّنت الدراسة وجود ارتباط دال بين متغيِّر مستوى التعرُّض وبين الإشباع المتحققة لدى الجمهور؛ والتي قد تزداد بزيادة مستوى التعرُّض، وتوضح النتائج تنوع هذه الإشباعات؛ فمن حيث المضمون: التعريف بالأحداث ومتابعتها وزيادة الإدراك والوعي بها، اكتساب المعارف والعلوم من خلال ما يُبث من حلقات تعليمية، تعلُّم مهارات التفكير، وإشباع حاجة المعلومات لدى الجمهور وتلبية اهتماماته. بينما تمثلت إشباعات الوسيلة في تعريف المستخدمين بمتابعين في مثل سنهم وميولهم، والإشباع النفسي ضد العزلة بمتابعة البرامج الترفيهية، وإعادة نشر حلقات البودكاست، مما يثبت أهميته الاتصالية في المجتمع السعودي.

الكلمات المفتاحية: راديو الإنترنت، البودكاست، المحتوى الرقمي، التعرُّض، الإشباع.

* أستاذ مساعد بقسم الإذاعة والتلفزيون والفيلم بكلية الإعلام والاتصال بجامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية

The motives of the Saudi public's exposure to Internet radio (podcasts) and the gratifications achieved from it A survey of a sample of podcast followers (eight) in the Kingdom of Saudi Arabia

Abstract

This study aimed to identify the Saudi audience's motivations for exposure to the podcast and measure its gratifications, thus investigating its impacts and determining the factors that influence content selection. The study is based on the descriptive approach using the media survey method by collecting (220) questionnaires distributed to podcast users in KSA. The findings revealed that utilitarian motives outweighed ritualistic motives. The study revealed that the most prominent use motivations for exposure to podcasts, such as following educational series, events and subscribing to national podcasts, acquiring the ability to think and innovate, commenting and interacting with the topics, then fewer motivations such as leisure and pastimes, daily internet routine, and self-gratification to combat isolation and loneliness. The study discovered that most podcast contents tended to be personalized and aimed at reaching individual recipients through their personal devices. Furthermore, the study found that educational and social topics ranked first in terms of priority for exposure and that there is a statistically significant correlation between the level of podcast exposure and the motives of users' exposure to the presented content; as exposure increases, so do motivations. The study also showed that there is a statistically significant correlation between the level of exposure and each of the attained gratifications, which increases as exposure increases. The results highlight the variation of these gratifications, which come from content such as: helping to follow and enhance awareness of events, gaining knowledge through broadcasted educational programs, developing thinking skills, and satisfying the audience's information needs and interests. While the mean's gratifications are: introducing users to others of the same age and interests, self-gratification against isolation and loneliness by following entertainment programs, and reposting the podcast; all of which demonstrate the podcast's communicational value in the Saudi community.

Keywords: Internet Radio, Podcast, Digital Content, Exposure, Gratifications.

المقدمة:

إنَّ شبكة الإنترنت بخصائصها وميزاتها الاتصالية غيّرت أنماط المضامين الإعلامية المسموعة وأساليب التلقي لدى مستمعي الخدمة الإذاعية، فقد كانت للراديو طبيعته الخاصة واعتماده على البث عبر الموجات المختلفة، فزادت شبكة الإنترنت من تغطيته ووصوله لفئة جديدة من المتلقين هم مستخدمي شبكة الإنترنت، فأصبحت للراديو نوعية جديدة من الجماهير التي بات الصوت وحده لا يلبي رغباتها وحاجتها للمعلومات، وبالتالي تغيرت الأنماط الإذاعية وظهرت خدمة (البودكاست) التي تختلف اختلافاً كبيراً عن الراديو التقليدي، حيث غيرت من المفهوم التقليدي للراديو من خلال قدرتها على الوصول إلى المستخدم بمختلف الوسائط، وفي الوقت المناسب، حيث تنسم هذه الخدمة باللا تزامنية ويمكن للجمهور استقبال الرسائل وإرسالها في الوقت المناسب، بالإضافة إلى بعض العناصر التقنية الأخرى مثل نقاء الصوت وعدم تأثره بمعوقات البث التقليدي؛ مما أدى إلى اعتماد العديد من المحطات والإذاعات الشهيرة في بث برامجها على شبكة الإنترنت.

فاكتسبت الخدمة الإذاعية أهمية أكثر وتأثير في طبيعة المجتمعات ونمط حياة أفرادها؛ الذين تؤثر فيهم هذه الوسائط المعلوماتية بدرجة كبيرة بما يتم عرضه من المحتوى الرقمي الجديد المصاحب للصوت الإذاعي، فأصبحت الخدمة الإذاعية تُبث عبر الإنترنت بأنماط عديدة منها باتت تُشكّل طبيعة المجتمع، وتغيّر أفكار ومعتقدات أفرادها عبر ما تنقله من معلومات وأخبار؛ بحسب درجة ارتباطها بقضاياها وحياته اليومية، ولم يعد دورها مقتصرًا على التعريف بالأحداث بقدر ما صارت أداة لتشكيل الاتجاهات بالاستفادة من الإمكانيات المرئية للبودكاست كوسيط اتصالي تميزه الحركة والألوان والحيوية والنقاء الصوتي، وإتاحة المتابعة في الوقت الذي يحدده جمهور المستخدمين، في قوالب وأشكال جاذبة للمتابعة ظهرت معها الحاجة لدراسة تأثير محتوى هذا الوسيط الجديد أثره في مجتمع المتلقين.

ومن ذلك تهدف هذه الدراسة إلى معرفة دوافع تعرض الجمهور السعودي لإذاعات الإنترنت (البودكاست) وأنماط وأساليب هذا التعرّض وبالتالي قياس الإشباع المتحققة لديه من متابعة هذا الوسيط الجديد، فكان هدفاً للبحث ومجالاً للدراسة.

مشكلة الدراسة:

بعد التطور المستمر الذي لازم عرض المحتوى الإذاعي على شبكة الإنترنت والتغيير الذي طرأ على الأشكال والمضامين الإذاعية التقليدية للراديو؛ ظهرت الحاجة إلى معرفة الأساليب الإعلامية الجديدة في تلقي واستخدام هذه المضامين والتعامل مع محتوياتها، ودراسة دوافع جمهور المتلقين نحو استخداماتها والكشف عن الإشباع المتحققة من التعرّض إليها، كظاهرة جديدة بالبحث والدراسة.

وتتركز مشكلة الدراسة وقضيّتها في التعرف على دوافع تعرض الجمهور السعودي لراديو الإنترنت (البودكاست) ودواعي متابعته لمحتوى هذا الوسيط الجديد، وقياس تأثيراته والإشباع المتحققة من التعرض والمتابعة لدى المستخدمين، ومن ثمّ التعرف على أنماط التلقي والعوامل المؤثرة في انتقاء المحتوى وعلاقتها بالإشباع المتحققة منه؛ ورفد المجال بدراسة جديدة.

تساؤلات الدراسة:

تبعاً للمشكلة البحثية التي يسعى البحث لدراستها؛ يمكن توصيفها بمجموعة تساؤلات، لذلك تضمنت المشكلة البحثية الرئيسة عدداً من العناصر الفرعية كمشكلات فرعية يمكن الاستدلال عليها من خلال تجزئة السؤال الأساسي للبحث وهو: ما الدوافع التي تدعو الجمهور السعودي للتعرض لراديو الإنترنت؟ وما الإشباع المتحققة منه؟، لتنظيم الجوانب الإجرائية للدراسة؛ فتحاول الدراسة بذلك الإجابة عن التساؤلات التالية:

١. ما طبيعة الموضوعات التي يفضل المستخدمون متابعتها على البودكاست؟
٢. ما الأهداف والدوافع التي تشجع المستخدمين للتعرض لمضمون البودكاست؟
٣. إلى أي مدى تؤثر المضامين المقدّمة عبر البودكاست في مجتمع المستخدمين؟ وما الإشباع المتحققة لديهم؟
٤. ما مدى تأثير أنماط تعرض المستخدمين واهتمامهم بالبودكاست؟
٥. ما أبرز المعالجات الفنية والعناصر الجاذبة للمتابعة والتعرض للبودكاست لدى الجمهور السعودي؟

فروض الدراسة:

تسعى الدراسة للتحقق من الفرضيات التالية:

١. الفرض الأول: وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين مستوى تعرض أفراد العينة للبودكاست مترتبة على المتغيرات الديموغرافية (النوع، الفئة العمرية والمستوى التعليمي).
٢. الفرض الثاني: وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين مستوى تعرض جمهور المستخدمين إلى البودكاست؛ ودوافع تعرضهم للمحتوى المعروض.
٣. الفرض الثالث: توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين مستوى تعرض جمهور المستخدمين إلى البودكاست؛ والإشباع التي تتحقق لديهم.

أهمية الدراسة:

تتمثل أهمية هذه الدراسة في أهمية تطور خدمات البث الإذاعي الرقمي على الإنترنت والإقبال الجماهيري الملحوظ عليه باعتباره نموذجاً للإعلام الجديد، والذي اختلفت أساليبه الإقناعية وأشكاله المعروضة على شبكة الإنترنت؛ فيعتبر البودكاست الشكل الإذاعي اللافت للباحثين في أهميته كظاهرة للمحتوى الرقمي المسموع، لقياس تأثيراته على جمهور المستخدمين ودراسة دوافعهم لمتابعته، وتتبع التغييرات التي يحدثها في عادات وأنماط المتابعة. فمن هذه الأهمية تبرز جدوى هذه الدراسة وأهميتها؛ والتي يهتم البحث بمعرفتها ويستكشف تبعاتها، ويقيس التأثيرات التي أحدثتها على سلوك وأنماط التعرض.

واستمدت الدراسة أهميتها أيضاً من أهمية البودكاست كوسيلة رقمية جديدة، اختلفت طبيعة تعامل الجمهور معها وتعددت اتجاهاتهم نحوها مما يشجع على إجراء الدراسة والتتقيب العلمي في مجالها، فكل ذلك في مجموعته دفع الباحث لإجراء هذه الدراسة؛ إضافة لرغبته في دراسة أشكال هذا التأثير المتوقع للتعرض والإشباع المتحققة منه لدى المستخدمين، إضافة للرغبة باكتشاف الجديد في موضوع دراسته تحقيقاً لحصول المعرفة والبحث العلمي ورفد المجال والمكتبة الإعلامية بخلاصة جهده.

أهداف الدراسة:

يهدف الباحث بهذه الدراسة إلى تحقيق مجموعة أهداف؛ منها:

١. التعرف على طبيعة ومفهوم البث الرقمي للبودكاست وأساليبه نشره.
٢. رصد تأثيرات محتوى البودكاست على المستخدمين من الجمهور السعودي.
٣. التعرف على دوافع وأهداف التعرض للبودكاست، والإشباع المتحققة منه لدى جمهور المستخدمين.
٤. الكشف عن علاقة عادات تعرض المستخدمين للبودكاست؛ بالتأثيرات المترتبة على التعرض والاستخدام.
٥. التنبيه لأهمية راديو الإنترنت وانعكاساته على عادات التلقي والاستخدام لدى جمهور المتابعين السعوديين.
٦. تفسير العلاقة بين مستوى تعرض جمهور المستخدمين إلى البودكاست؛ ومستوى الإشباع التي تتحقق لديهم.
٧. تحليل الارتباط بين مستوى تعرض جمهور المستخدمين إلى البودكاست؛ وعلاقته بدوافع تعرضهم للمحتوى المعروض.

مفاهيم الدراسة وتعريفاتها الإجرائية:

وردت في متن هذه الدراسة مجموعة من المفاهيم والمصطلحات؛ وفيما يلي يورد الباحث التعريفات الإجرائية لها:

الأثر *Impact*: وهو القدرة على عمل الشيء أو إحداث تغيير بأفضل الطرق أو أسهلها، وأقلها جهداً ووقتاً. (ديراني، ١٩٩٧، ص ٢٣)^(١).

أما الأثر في مصطلح الإعلام فهو المحصلة النهائية لعملية الاتصال ويتم بتغيير السلوك الإنساني أو تعديله نحو الأفضل أو نحو الأسوأ. (أبو عرقوب، ١٩٩٣، ص ٢٦٣)^(٢).

ويريد به الباحث أثر المحتوى الرقمي للبودكاست على جمهور المستخدمين السعوديين.

مهارة الاستماع *Listening*: تشير مهارة الاستماع إلى الانتباه وحسن الإصغاء إلى بعض المواد بالإضافة إلى إدراك الرموز اللغوية المنطوقة وفهم مدلولها وتفاعل الخبرات المحمولة في هذه الرموز مع خبرات المستمع وقيمه ومعاييرها (المعولية، إيمان، ٢٠٢١، ١٧٤).^(٣)

فإن مهارة الاستماع تمثل السماع والسمع والاستماع والاتصال، وهي متصلة مع الأذن، وتعد من أدوات الاتصال المهمة بين البشر، لقد أكدت الأنماط التعليمية الحديثة على أهمية الجانب السمعي عند المتعلم باعتبار أساس اللغة، وأن طبيعة التواصل اللغوي تقتضي متحدثاً ومستمعاً.

إذاعة الإنترنت البودكاست *Podcast*:

وتعد من أكثر التقنيات المستخدمة على شبكة الإنترنت؛ والبودكاست مرئية-ويطلق عليها حلقات- يتم إنتاجها في شكل سلسلة لتكون جزء من برنامج يتم بثه عبر الإنترنت، يقوم المستخدمون بالاشتراك في هذا البودكاست من خلال برامج وتطبيقات مختلفة تسمى برامج تجميع البودكاست *Podcast Aggregating Software* أو قارئ الأخبار أو برامج قراءة التلقيم *Feed Readers* مثل تطبيق آي تونز (*iTunes*) التي تسمح بالاشتراك في البودكاست وتحميل آخر الحلقات أوتوماتيكياً، وتتم عملية الاشتراك والتحميل من خلال تقنية التلقيم *Feed*؛ وهي ملف مصاغ في لغة *HTML* يدمج في موقع الويب الخاص بالبودكاست، ويتضمن معلومات عن البودكاست وحلقاته المختلفة، حيث تقوم التطبيقات وبرامج التجميع بقراءة هذا الملف بانتظام لمعرفة ما إذا كان هناك حلقة جديدة تم إطلاقها مؤخراً متصلة بهذا البودكاست؛ فيقوم التطبيق بتحميلها أوتوماتيكياً دون اضطرار المستخدم للذهاب إلى موقع البودكاست، ويمكنه الاستماع إليها في أي وقت يرغبه وذلك على الحاسب الشخصي أو تحميلها وسماعها على أي مشغلات محمولة للوسائط، كما يمكن الاطلاع والاستماع للحلقة من موقعها على الويب مباشرة أيضاً.

خلال عام 2001 ظهر أول جهاز *iPod* تلى ظهوره ببضعة أعوام بدء التدوين الصوتي في أواخر عام ٢٠٠٤ من الجيل الثاني من الويب، ويعود الفضل لابتكار فكرة أتمتة عملية توصيل ومزامنة المحتوى إلى أجهزة تشغيل الموسيقى الرقمية بقدرتها على تحميل التدوين مرة واحدة لجهاز *iPod* والاستماع إليها أثناء التنقل حيث يعود الفضل الى المبتكر (ديف واينر).

الإطار النظري للدراسة:

استندت هذه الدراسة على بعض النظريات الإعلامية لتناول الظاهرة موضوع الدراسة؛ من هذه النظريات:

أولاً: نظرية الاستخدامات والإشباع *Uses & Gratifications*: من خلال مفهوم (الوظيفة والفروق الفردية) الذي تؤكد هذه النظرية (كافي، مصطفى، ٢٠١٦، ص ٢٤٥)^(٥) ويضفي صفة الإيجابية على جمهور وسائل الإعلام، فمن خلال منظور الاستخدامات لم تعد الجماهير مجرد مستقبلين سلبيين لرسائل الاتصال الجماهيري، وإنما يختار الأفراد بوعي وسائل الاتصال التي يرغبون في التعرض لها، ونوع المضمون الذي يلبي حاجاتهم النفسية والاجتماعية من خلال قنوات المعلومات والترفيه المتاحة، ويحقق منظور الاستخدامات والإشباع ثلاثة أهداف رئيسية هي:

١. السعي إلى اكتشاف كيف يستخدم الأفراد وسائل الاتصال، وذلك بالنظر إلى الجمهور النشط الذي يستطيع أن يختار ويستخدم الوسائل التي تشبع حاجاته وتوقعاته.
٢. شرح دوافع التعرض لوسيلة معينة من وسائل الاتصال، والتفاعل الذي يحدث نتيجة هذا التعرض.
٣. التأكيد على نتائج استخدام وسائل الاتصال بهدف فهم عملية الاتصال الجماهيري.

فإن تصنيف الذي قدّمه روبن وينداهل (Joseph R. Dominick, 1996, p53)^(٦) للاستخدامات والدوافع يُعتبر هو الأشهر، فقد صنّفها كما يلي:

١. **دوافع نفعية:** وهي اختيار الجمهور لوسيلة محددة ومحتوى معين من مضمونها لإشباع حاجته للمعلومات والمعرفة، وتمثل هذه الدوافع الاستخدام الهادف للمحتوى المقدم الذي يرتبط بإشباع الحاجة للمعرفة، واكتساب المعلومات، وارتفاع إدراك واقعية المضامين المقدمة.
٢. **دوافع طقوسية:** وهي استخدام الجمهور لوسائل الإعلام بهدف تمضية الوقت والتنفيس والاسترخاء، والهروب من الروتين اليومي، وتزجية الفراغ، وبالتالي يكون الجمهور أقل نشاطاً أثناء التعرض لهذه الوسائل بدوافع طقوسية، وبالتالي تقل أهدافه أثناء هذا التعرض.

٣. **دوافع اجتماعية:** من خلال السعي لإقامة علاقات اجتماعية جيدة، والحرص على التفاعل والمشاركة الاجتماعية مع الأسرة والأصدقاء، بالإضافة إلى حرية التعبير في مختلف الموضوعات والقضايا.

٤. **دوافع متعلقة باستخدام وسائل الإعلام الجديدة:** كالرغبة في الاختيار والسيطرة على المضمون المستندة إلى خاصية التفاعلية التي تميز هذه الوسائل عن التقليدية منها.

وبعد الأثر الذي حققه الإعلام الجديد ووسائله على مجتمعات المستخدمين والمتابعين لها؛ كثرت الدراسات التي استكشفت إمكانية تطبيق فروض هذه النظرية على واقع الإعلام الجديد وشبكات التواصل الاجتماعي، مثل الدراسة التي أجراها شونج وأوستريا (Chung, Christina, 2010)^(٧)، ودراسة هاس ويونج (Quan-*Haase, Anabel, 2010, p350*)^(٨)، ودراسة رايس (رايس، علي ابتسام، ٢٠١٩، ص ٤)^(٩) الذين أثبتوا جدوى الاعتماد على هذه النظرية في دراسة وتحليل دوافع وغايات الاستخدام ومستوى الإشباع المتحققة منها لدى مستخدمي الإنترنت ومواقع التواصل الاجتماعي. وقد يتحقق ذلك في البودكاست الذي يُعتبر نموذجاً لراديو الإنترنت إضافة لكونه تطوراً للبيت الإذاعي الرقمي كظاهرة تخضع لدراسة الإشباع المتحققة لجمهور مستخدميها كهدف من أهداف هذه الدراسة يتواءم مع افتراضات النظرية.

فاستندت هذه الدراسة على افتراضات هذه النظرية لتوافقها مع أهداف الدراسة في كشف دوافع التعرُّض للبودكاست ومعرفة الإشباع المتحققة لدى أفراد العينة من تعرضهم للمحتوى الرقمي المقدم من خلاله. ويعتمد مدخل الاستخدامات والإشباع على فروض أساسية هي:

١. أن جمهور وسائل الإعلام جمهور إيجابي ونشط وفعال في عملية الاتصال الجماهيري، ويستخدمون وسائل الاتصال المختلفة لإشباع حاجاتهم وتحقيق أهدافهم.^(١٠)
٢. أفراد الجمهور لديهم القدرة على تحديد دوافع تعرضهم وحاجاتهم التي يسعون إلى تلبيتها، لذلك فهم يختارون الوسائل المناسبة لإشباع هذه الحاجات.^(١١)
٣. التأكيد على اختياره لوسائل الاتصال المختلفة وللمضامين التي تؤدي إلى إشباع احتياجاته.^(١٢)
٤. التأكيد على أن الجمهور واع بشكل كافٍ ليختار الوسائل والمضمون الذي يشبع حاجاته، فالأفراد هم الذين يستخدمون وليست وسائل الاتصال هي التي تستخدم الأفراد.
٥. يمكن الاستدلال على المعايير الثقافية السائدة في المجتمع من خلال استخدام الجمهور لوسائل الاتصال وليس من خلال محتواها فقط.

ثانياً: نظرية ثراء الوسيلة: تؤكد النظرية اختلاف الوسائل الإعلامية من حيث قدرتها على إزالة الغموض وتحقيق متطلبات الفهم ونقل البيانات، ويمكن تصنيف هذه الوسائل من الأكثر ثراء إلى الأقل ثراء بناء على مجموعة من العوامل:

١. وجود رد فعل فوري يجعل المشاركين في عملية الاتصال يتوصلون على الفهم المشترك.

٢. استخدام مجموعة من الرموز لتوصيل المعاني والمشاعر، مثل لغة الجسد.

٣. استخدام اللغة الطبيعية لتوصيل المعاني.

كما تفرّق هذه النظرية بين وسائل الاتصال من حيث درجة ثرائها على أساس قدرتها على تحقيق أكبر قدر من التفاعل بين الوسيلة والجمهور. (أمين، رضا عبد الواحد، ٢٠٠٧، ص ١١٥)^(١٣)

ووفقاً لهذه المحددات فإن البودكاست ينطوي على كثير من عوامل الثراء من حيث إمكانيته على فورية رجع الصدى وسهولته، ومن حيث تعدد الأشكال الإعلامية التي يمكن من خلالها توصيل الرسالة الاتصالية من المصدر إلى المتلقي، بالإضافة إلى ذلك فإن الفضاء السيبراني غير المحدود يقضي على إشكالية المساحة ويقدم خلفيات توضيحية وموضوعات ذات صلة تشرح وتفسّر وتوضح أبعاد الفكرة الإعلامية التي تؤدّيها الرسالة الاتصالية.

فاستندت هذه الدراسة على افتراضات هذه النظرية لاهتمامها بالسلوكيات الفردية المتعلقة بالتلقي وانتقاء المضامين المعروضة بما يتوافق مع ميول ورغبات مستخدمي البودكاست ومعرفة كيفية اختيارهم للرسالة بناءً على العوامل الديموغرافية لهم، بالاعتماد على عوامل ثراء الوسيلة الإعلامية التي يتمتع بها البودكاست.

ثالثاً: نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام: إذ تشير النظرية إلى أهمية الوسيلة لدى أفراد الجمهور المتلقي الذي يستقي معلوماته منها وتأكيداً أن الأفراد يعتمدون على وسائل الإعلام لمعرفة ما يدور حولهم، والحصول على التوجيه والمساعدة في اتخاذ القرارات المناسبة والمشاركة المجتمعية، وأساليب التعامل مع مختلف المواقف الجديدة. (صالح أبو أصبع، ص ٢٠٠٦)^(١٤)

وتفترض هذه النظرية مجموعة افتراضات منها:

١. كلما زادت درجة الاستقرار الاجتماعي قل اعتماد الأفراد على وسائل الإعلام والعكس.
٢. تزداد درجة الاعتماد على النظام الإعلامي السائد في المجتمع في حالة قلة قنوات الإعلام الأخرى ويقل الاعتماد عليه في حالة وجود قنوات بديلة للحصول على الأخبار والمعلومات.

٣. يختلف الأفراد في درجة اعتمادهم على وسائل الإعلام نتيجة اختلافهم على الأهداف والمصالح والحاجات الفردية.

وانتهج الباحث بهذه النظرية لتوقعه حدوث عدة تأثيرات ناتجة عن اعتماد الأفراد على الوسائل الإعلامية الجديدة كالتأثيرات المعرفية التي ستسهم في تشكيل الاتجاهات وترتيب الأولويات لدى جمهور المستخدمين للبودكاست، والمحافظة على القيم والمعتقدات، تماماً مثل التأثيرات الوجدانية المتمثلة في زيادة الخوف والقلق والفنور العاطفي وتزايد أو نقص الشعور بالاغتراب، والتأثيرات السلوكية كقيام الفرد بعمل ما نتيجة التعرض للوسيلة سلبياً كان أم إيجابياً.

كما جاءت هذه الدراسة مستندة إلى هذه النظرية لاختبار مدى اعتماد أفراد المجتمع على وسائل الإعلام الجديدة ومن بينها البودكاست كمصدر للمعلومات المتعلقة بموضوع الدراسة ومتابعة أساليب استخدام الجمهور للمحتوى الرقمي لمعرفة تأثيراته المعرفية والوجدانية والسلوكية، ودرجة تباين هذه التأثيرات تبعاً لأوقات وكيفية التعرض.

الدراسات السابقة وأدبيات البحث:

اطّلع الباحث على دراسات وبحوث حديثة ذات صلة نسبية بهذه الدراسة في بعض جوانبها؛ لمعرفة مدى التأثير الاجتماعي للمحتوى الرقمي لراديو الإنترنت؛ من هذه الدراسات:

(١) دراسة (عبد الصادق، حسن، ٢٠١٣) (١٥) للتعرف على دوافع استخدام الشباب الجامعي في الجامعات البحرينية لإذاعات الإنترنت، والتي هدفت إلى التعرف على عادات وأنماط استماع الشباب الجامعي الخليجي لراديو الإنترنت، والتوصل إلى دوافع استماعه وقياس استخداماته والتعرف على سلوك التعرض الذي يقوم به الشباب في أثناء استماعه لراديو الإنترنت، ومن ثم رصد الإشباع المترتبة على الاستماع. وأجريت الدراسة على عينة مكونة من ٣١٢ مبحوثاً من الفئات الشبابية في الجامعات الحكومية (جامعة البحرين وجامعة الخليج العربي) والجامعات الخاصة (الجامعة الأهلية وجامعة المملكة)؛ وخلصت الدراسة إلى أن إذاعة راديو سوا جاءت في مقدمة إذاعات الإنترنت التي يحرص الشباب الجامعي على متابعتها، تليها MBC FM ثم مونت كارلو والعربية، وأثبتت وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائياً في معدل استخدام الشباب الجامعي الخليجي لإذاعات الإنترنت والدوافع المتعلقة بهذا الاستخدام.

(٢) دراسة (عباس أحمد، عاطف، ٢٠١٦) (١٦) تقنية البث الإلكتروني المسموع *Podcasting* وإمكانية تطبيقها في المكتبات الأكاديمية والتي هدفت إلى التعرف على البث الإلكتروني المسموع، وتطور تطبيقاته، ثم الكشف عن مزايا هذه التقنية ومميزاته عن الإذاعة التقليدية، ومن ثم التعرف على كيفية عملها وأشكال مواقع البث الإلكتروني المسموع في المكتبات الأكاديمية

واستخداماته، كما هدفت الى تحليل عينة من مواقع تطبيقات البث الإلكتروني المسموع، ومحاولة إنشاء موقع لتوفير تقنية البث الإلكتروني المسموع لمكتبة كلية التجارة بجامعة الإسكندرية، وأثبتت الدراسة جدوى تطبيق تقنية البث الإلكتروني المسموع في المكتبات الأكاديمية بما يخدم أهداف هذه المكتبات ويوفر خدماته للجمهور المستفيد، وأكدت الدراسة فاعلية راديو الإنترنت في ذلك بدرجة أكبر مما تحققه الإذاعة التقليدية. وضمن التوصيات التي قدمتها الدراسة فقد اقترحت ضرورة إنشاء موقع لتوفير تقنية البث الإلكتروني المسموع لمكتبة كلية التجارة بجامعة الإسكندرية.

(٣) دراسة (وجيه حمدي، أمل، ٢٠٠٩)^(١٧) التي تناولت **تقنية البث الانتقائي المسموع Podcasting وتطبيقاتها في المكتبات: دراسة لتجربة منظومة** مكتبات جامعة جورجيا بأثينا - الولايات المتحدة الأمريكية، تسعى هذه الدراسة إلى بحث إمكانية استثمار تقنية البث الإلكتروني المسموع كوسيلة لاجتذاب المكتبات الأكاديمية، والإعلان عن أنشطتها؛ وأبرز ما تقدمه من خدمات، واستخدمت منهج دراسة الحالة، ومن أبرز النتائج التي انتهت إليها الدراسة أن هذه التقنية قد أسهمت بشكل كبير في زيادة إقبال المستفيدين على استخدام هذه المكتبات والإفادة من مقتنياتها، وموقعها الإلكتروني، كما أن هذه التقنية تعد فتحاً جديداً للإتاحة الإلكترونية للملفات المسموعة التي يمكن للمكتبات العربية أن تستثمرها في خدمة العديد من فئات المستفيدين.

(٤) دراسة (بوسنان، رقية، ٢٠١٩)^(١٨) والتي تناولت **ديناميكية البودكاست في العملية التعليمية**، وتهدف إلى لفت انتباه المتعلمين إلى توظيف تكنولوجيا الاتصال في عملية التعلم، بالتأكيد على أهمية البودكاست كتقنية أساسية وداعمة لها، تفيد المتلقي من نواح عدة، نفسية ومعرفية، حيث توفر له الأريحية في التعامل مع المعلومات المتدفقة في مجال تخصصه وتمكنه من استمرارية الاستماع للمحاضرات والدروس التي يتم تنزيلها على شبكة الانترنت، وهي الخاصية التي تساعدهم على التحضير للاختبارات أو المسابقات الوظيفية، وأكدت الدراسة فاعلية البودكاست في اختبار كفاءة الطلاب، ووظيفتها في تحسين مستوى الطلاب بالمقارنة بالاستخدام غير المدروس لتكنولوجيا الاتصال وحصرها في شبكات التواصل الاجتماعي. وتوصي الدراسة بضرورة العناية بهذه التقنيات في الأطوار التعليمية المختلفة في المؤسسات التعليمية الجزائرية، لخلق أجيال رقمية فاعلة تحسن استخدام التكنولوجيا في صورها الإيجابية لتتجاوز التأثيرات السلبية التي تحذر منها الأدبيات العلمية المتخصصة.

(٥) دراسة (Helen Chiumbu, Sarah and Ligaga, Dina، ٢٠١٣)^(١٩) التي تناولت **الإنترنت والموبايل وتغير ثقافة الاستماع إلى الراديو في جنوب**

أفريقيا، كدراسة سعت إلى التعرف على مدى تأثير الإعلام الجديد على الراديو التقليدي في جنوب أفريقيا، وذلك بالتطبيق على عينة عمدية قوامها ٢٥٠ مفردة من مستخدمي خدمات الراديو بشكل عام على شبكة الإنترنت (سواء محطات الراديو التقليدي التي لها مواقع على الإنترنت، أو المحطات التي لا تبث إلا على شبكة الإنترنت)، وأظهرت النتائج أن ٦٦% من المبحوثين يفضلون استخدام مواقع محطات الراديو التقليدي على الإنترنت مقابل ٤٤% يفضلون محطات الراديو التي لا تبث إلا على شبكة الإنترنت، كما أن هنالك تفاوت في تفاعل المستخدمين مع الخدمة المقدمة، حيث أن ٧٧% ممن يشاركون ويتفاعلون مع الخدمات المقدمة يتم فقط من خلال راديو الإنترنت؛ إذ يتفاعل معه الجمهور مشاركين وليس فقط مجرد مستمعين، وذلك من خلال المشاركة في الإنتاج الإذاعي وتبادل المعلومات.

(٦) دراسة (الحمدي، عبد الله، ٢٠٢١)^(٢٠) بعنوان **تأثير المحتوى الإعلامي الجديد على اتجاهات المجتمع السعودي نحو مبادئ الوطنية؛** التي هدفت إلى التعرف على مفهوم المحتوى الإعلامي الجديد وأهم وسائله ودراسة أثره على اتجاهات المجتمع السعودي نحو مبادئ الوطنية من خلال دراسة ٦٠٠ فرد بالاستبيان، وخُصت الدراسة إلى وجود أثر إيجابي طردي للمحتوى الإعلامي الجديد واتجاهات المجتمع السعودي نحو مبادئ الوطنية بشكل متساوٍ بين الذكور والإناث وبين الفئات العمرية والمؤهلات الدراسية، وثبتت فروق بين استخدام وسائل الإعلام الجديد بالنسبة لعينة الدراسة، في الوقت الذي أدى فيه ظهور وسائل الإعلام الجديد في المجتمع السعودي إلى إحداث طفرة حضارية داخل المجتمع فيما يرتبط باتجاهات المواطنين السعوديين نحو مبادئ الوطنية.

التعليق على الدراسات السابقة وعلاقتها بالدراسة:

بشكلٍ عام يهدف الباحث بإجرائه لهذه الدراسة؛ الوقوف على دوافع تعرض الجمهور السعودي للبودكاست والإشباع المتحققة منه، وبالنظر إلى هذا الهدف البحثي العام وما يتضمنه من أهداف خاصة ومقارنتها بأدبيات الدراسات السابقة؛ يلاحظ الباحث ما يلي للتمييز بين [دراسته] و[الدراسات السابقة]:

١. تركيز هذه الدراسات على طبيعة راديو الإنترنت وما يترتب عليها من تغيير في التلقّي للراديو التقليدي، بينما تركز الدراسة على الآثار المترتبة على المحتوى المعروض على البودكاست.
٢. تميل معظم الدراسات السابقة نحو دراسة فئة الشباب كجمهور خاص من مستخدمي البودكاست؛ وقياس مدى رضاهم عن خدمات البث عبره والتعرف على الإشباع المتحققة لديهم، بينما تستهدف هذه الدراسة كل الفئات المجتمعية

بالبحث لمعرفة التغييرات التي تحدثها المضامين المعروضة على جمهور المستخدمين ومجتمعهم.

٣. تتحصر بعض الدراسات السابقة في دراسة البودكاست وعلاقته بالجوانب التعليمية والمكتبات وانعكاساته على المجتمع، فتميّزت هذه الدراسة بأنها هدفت للكشف عن طبيعة التطور في التقنية الإذاعية المتمثلة في البودكاست، وقياس قدرات محتواه الرقمي على تغيير سلوكيات التعرض بتوظيف الاختلاف الملحوظ في المحتوى المعروض وطرق إعداده وأشكال عرضه.

٤. وما يميّز هذه الدراسة عن سابقتها أنها لم تكتف بدراسة تطور البث الإذاعي الرقمي في الأونة الأخيرة كمجرد ظاهرة والتعرف على تأثيراته فحسب؛ وإنما حاولت الدراسة استكشاف ما يترتب على هذا التطور من تأثير على أنماط وعادات استخدام الجمهور لخدمات البودكاست والعوامل التي تؤثر على عمليات انتقاء المحتوى المناسب لميولهم ودوافعهم نحو المتابعة، والكشف عن الإشباع المتحققة من التلقّي لدى الجمهور المتلقي وما يحدثه ذلك من بناء للأفكار وتغيير للقيم المجتمعية كفرضية تسعى الدراسة لإثباته.

٥. ركّزت أغلب الدراسات في إطارها النظري على نظرية الاستخدامات والإشباع لدراسة استخدامات المتلقين ودوافع التلقي والإشباع المتحققة منها.. وتعتمد هذه الدراسة -إضافة لهذه النظرية- على نظرية ثراء الوسيلة الإعلامية ونظرية الاعتماد على وسائل الإعلام لمعرفة سلوكيات الأفراد في البحث عن المعلومات في المضامين المعروضة والجوانب المتعلقة بالانتقائية وكيفية اختيار الرسائل والتأثيرات الناتجة عن اعتماد الأفراد على الوسائل الإعلامية كالتأثيرات المعرفية والوجدانية والسلوكية.

ذلك يمكن تلخيصه في أن الدراسة ربطت بين جوانب عدة في مشكلتها على عكس الدراسات السابقة التي اقتصرت بدراسة الاستخدامات وتغيير ثقافة الاستماع؛ دون الكشف عن الأثر المجتمعي للمحتوى المعروض والإشباع المتحققة منه بما يناسب إمكانات ومقدرات الإنترنت ودراسة نموذج البودكاست.

منهج الدراسة:

إنّ هذه الدراسة -وفقاً لطبيعة المشكلة البحثية والأساليب المقترحة لمعالجتها- تنتمي إلى الدراسات الوصفية من خلال وصف الظاهرة موضوع البحث لتوافر مؤشرات وعوامل ممكنة الوصف بالإفادة من الأدبيات والدراسات السابقة لمناقشة جانب (البودكاست) وتأثيراته ودواع تعرض الجمهور له، فقد اعتمد الباحث المنهج الوصفي استناداً على هذه المؤشرات، إلا أن هناك أبعاداً وزوايا جديدة للتطور التقني في مجال البث الإذاعي لم يتم تناولها في الدراسات السابقة كعلاقته بتشجيع المستخدمين على استمرارية التلقي وتوظيف التقنيات المؤثرة في عملية الإقناع؛

فاستندت الدراسة إلى الرصد والتوصيف الدقيق للمفاهيم المتعلقة بالبودكاست كتطبيق للمنهج الوصفي، ويتأتى هذا المقصد بانتهاج طريقة المسح الإعلامي لجمع وتحليل بيانات ومعلومات استبيان الجمهور لمعرفة مواقف واتجاهات المستخدمين ودوافع التلقي والإشباع المتحققة منه.

أداة الدراسة وعينة مجتمعها:

تم استخدام أداة الاستبيان الإلكتروني بالاستفادة وتوزيعه بأسلوب (كرة الثلج *Snowball Sampling*) على عينة من متابعي البودكاست (ثمانية) في المملكة العربية السعودية لضمان الوصول لعينات هادفة من مجتمع بحثي يصعب تحديده أو تحديد موقعه؛ من خلال نشر الاستبيان على مجموعات مشاركة واسعة من متابعي البودكاست الذين يقومون بدورهم بتعميم رابط الاستبانة لمجموعات أخرى من المستخدمين، فحصلت الدراسة على ٣٠١ مفردة استبعد الباحث منها عدد ٨١ رداً لم يستوف متطلبات الاستبيان، فأصبحت العينة المطابقة للمطلوب ٢٢٠ مفردة شملتهم الدراسة خلال شهر فبراير ٢٠٢٢م من متابعي بودكاست (ثمانية) في السعودية؛ تمت دراستهم بأداة من ثلاثة محاور: (محور البيانات الديموغرافية، محور التعرض لبرامج البودكاست ومحور انطباعات المستخدمين والأدوار الاجتماعية)؛ فكانت بياناتهم كما يلي:

المحور الأول: البيانات الديموغرافية:

جدول رقم (١): يوضح البيانات الديموغرافية لأفراد العينة			
النوع	البيان	التكرار	النسبة المئوية
النوع	ذكر	١٤٦	٦٦,٤%
	أنثى	٧٤	٣٣,٦%
	المجموع	٢٢٠	١٠٠%
الفئة العمرية	أقل من ٢٠ سنة	٢٢	١٠%
	من ٢١ إلى ٣٠ سنة	٨١	٣٧%
	من ٣١ سنة إلى ٤٠ سنة	٤٤	٢٠%
	أكبر من ٤٠ سنة	٧٣	٣٣%
	المجموع	٢٢٠	١٠٠%
المستوى التعليمي	دون الجامعي	٢٦	١٢%
	جامعي	١١٧	٥٣%
	فوق الجامعي	٧٧	٣٥%
	المجموع	٢٢٠	١٠٠%

اختبار الصدق والثبات:

تم عرض الاستبيان على مجموعة محكمين لقياس قدرته على تحقيق أهداف الدراسة والإجابة عن تساؤلاتها، وتم تجريبيها على عينة مكونة من ٤٠ مفردة للتأكد من وضوحها وسهولة إدراك عباراتها لدى المبحوثين.

ولضمان الثبات تم اختبار الاستبيان باستخدام معامل ألفا كرونباخ *Cronbach's Alfa* فكانت قيمته ٠,٨٤٢ مما يدل على ثبات مقبول يؤكد مناسبة الأداة للدراسة.

الأساليب الإحصائية المستخدمة في الدراسة:

تم استخدام عدة مقاييس إحصائية لقياس متغيرات الدراسة، مثل استخدام مقياس (ليكرت) الخماسي (موافق بشدة، موافق، محايد، غير موافق، غير موافق بشدة) وتم تقسيم كل محور من عدة جُمَل للقياس.

وتمت معالجة البيانات إحصائياً باستخدام برنامج (المعالج العربي في الإحصاء الاجتماعي) (APSS) من خلاله إجراء المعاملات الإحصائية المختلفة مثل: التكرارات والنسب المئوية، المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية، حساب الوزن النسبي لمؤشرات مقياس ليكرت الخماسي لتحديد اتجاه العينة في كل محور من محاور الاستبانة، كما تم إجراء الاختبارات والمعاملات التالية:

١. معامل ألفا كرونباخ *Cronbach's Alpha* لقياس ثبات الاستبيان.
 ٢. اختبار (ت) T. Test: للتأكد من واختبار وجود دلالة إحصائية من عدمها بين متوسطات مجموعتي بيانات عند التحقق من فروض الدراسة.
 ٣. اختبار (ف): للتأكد من وجود دلالة إحصائية من عدمها بين متوسطات مجموعات بيانات أكثر من اثنين.
 ٤. معامل (بيرسون) *Pearson*: لقياس العلاقة بين متغيرات الدراسة.
- نتائج الدراسة:

محاور التعرُّض لبودكاست (ثمانية):

المحور الثاني: مستوى ودوافع التعرض:

جدول رقم (٢): يوضح مستوى تعرُّض أفراد العينة لإذاعات الإنترنت

النسبة المئوية	التكرار	البيان
٤٧%	١٠٣	دائماً
٥٣%	١١٧	أحياناً
٠%	٠	مطلقاً
١٠٠%	٢٢٠	المجموع

يشير الجدول أعلاه إلى أنَّ مجتمع الدراسة يتعرض للبودكاست دائماً بنسبة (٤٧%) بينما يكون تعرضه (أحياناً) بنسبة (٥٣%) ما يعني أن اهتمام المجتمع السعودي بالبودكاست كبير جداً يمكن التأكيد عليه من خلال عدم وجود من لا يتابعونه مطلقاً من عينة الدراسة.

وبالتالي يمكن استخلاص أن متابعة البودكاست تجد الاهتمام لدى مجتمع الدراسة من الجمهور السعودي لأهمية هذا النمط الجديد في نقل الأحداث وتلبية حاجات المستخدمين من المعلومات، ويمكن ملاحظة ذلك من خلال المدة التي يقضيها متابعو البودكاست في التعرض كما يوضحها الجدول التالي:

جدول رقم (٣): يوضح مدة استماع وتعرض أفراد العينة للبودكاست (في اليوم)		
النسبة المئوية	التكرار	البيان
٣٩%	٨٦	أقل من ساعة
٤٧%	١٠٣	من ١ إلى ٣ ساعات
١٤%	٣١	أكثر من ٣ ساعات
١٠٠%	٢٢٠	المجموع

يوضح الجدول أن مدة تعرض المستخدمين للبودكاست عادة تزيد من ساعة إلى ثلاث ساعات يومياً؛ ما نسبته (٤٧%) من أفراد العينة السعوديين، وما نسبته (٣٩%) منهم لمدة تقل عن ساعة يومياً من المتابعة والتعرض، بينما يشاهده (١٤%) من أفراد العينة بمدة تزيد عن (٣ ساعات) يومياً باعتبارها مدة تعرض مقدرة في اليوم.

وبالتالي تؤكد نتائج الجدول أهمية التعرض للبودكاست يومياً من المستخدمين السعوديين وما يحظى به من شعبية ومكانة؛ وبالتالي تبرز أهميته البحثية وقياس دوافع المتابعة والتلقي وآثره والإشباع المتحققة منه، كأسلوب جديد للبحث الإذاعي أصبح ينافس الراديو التقليدي ويمكن المستخدمين من حرية المتابعة في الأوقات التي يفضلونها؛ كما مبيّن أدناه:

جدول رقم (٤): يوضح الأوقات المفضلة لتعرض أفراد العينة للبودكاست		
النسبة المئوية	التكرار	البيان
٧%	١٥	الفترة الصباحية
١٤%	٣١	الظهيرة وما بعدها
٧٩%	١٧٤	الفترة المسائية
١٠٠%	٢٢٠	المجموع

يوضح الجدول أنّ الفترة المسائية هي المفضلة للمبحوثين لمتابعة البودكاست بنسبة (٧٩%)، بينما تأتي فترة الظهيرة وما بعدها هي الفترة الثانية المفضلة لدى أفراد العينة الذين يتعرضون فيها للبودكاست ما نسبته (١٤%) من المبحوثين، بينما قلّت نسبة التعرض في الفترة الصباحية الذي بلغ (٧%) فقط من المبحوثين.

وهنا يمكن التأكيد على أن المحتوى الذي يتم عرضه في الفترات المسائية يمكن أن يحقق نسبة متابعة عالية، ويجب على القائمين بأمر البودكاست التركيز عليه لتحقيق التأثير المستهدف من البحث.

جدول رقم (٥): يوضح الوسائط والأجهزة المستخدمة في تعرُّض أفراد العينة للبودكاست		
النسبة المئوية	التكرار	البيان
١٣%	٢٩	جهاز حاسوب
٧٥%	١٦٥	هاتف محمول
٦%	١٣	جهاز لوحي
٦%	١٣	شاشة تلفزيون ذكية
١٠٠%	٢٢٠	المجموع

يشير الجدول إلى أنَّ أغلب المبحوثين يتلقون خدمات البودكاست من خلال الهواتف المحمولة بنسبة بلغت (٧٥%) ويعزى الباحث ذلك لملازمته كجهاز محمول لأفراد العينة أكثر من غيره من الأجهزة بالإضافة إلى سرعة اتصاله بالإنترنت وإمكانية تلقي البودكاست من خلال تطبيقاته.

أما استخدام أفراد العينة للحاسب الآلي في الوصول للبودكاست جاءت بنسبة (١٣%) من الوسائط المستخدمة للتعرُّض، بينما جاءت نسبة استخدام الأجهزة اللوحية والشاشات التلفزيون الذكية متساوية في نسبة (٦%) من مجتمع الدراسة.

وبالتالي؛ من هذه المؤشرات يمكن للباحث أن يستخلص أنَّ التعرُّض للبودكاست يميل نحو الطابع الشخصي وقد لا يخلو ذلك من تكريس لعزلة الفرد من محيطه الاجتماعي ودفعه نحو الانخراط في مجتمعات افتراضية يتأثر بها بحسب قوة المحتوى المعروض ووسائل الإقناع المستخدمة فيه.

جدول رقم (٦): يوضح طبيعة الموضوعات التي يتابعها أفراد العينة على البودكاست		
طبيعة الموضوعات	ك	%
الرياضية	٨٦	39
السياسية	68	31
الفنية	106	48
الاجتماعية	١٣٩	63
الدينية	٩٥	43
التقنية والتكنولوجية	١١٩	54
التعليمية	١٤٧	67
الطبية	٥٩	27

تبيّن مؤشرات الجدول أعلاه أن الموضوعات التعليمية هي أكثر النوعيات التي يتابعها أفراد عينة الدراسة؛ إذ جاءت بنسبة (٦٧%)، تليها الموضوعات الاجتماعية بنسبة (٦٣%)، ثم الموضوعات التقنية والتكنولوجية (٥٤%)، وكانت أدناها اهتماماً من قبل المبحوثين هي الموضوعات ذات الطبيعة الطبية حيث جاءت بنسبة (٢٧%)، ويشير ذلك إلى علاقته بالفئة العمرية الغالبة للمبحوثين واهتماماتها كما يبينها الجدول رقم (١) الذي يوضح البيانات الديموغرافية لأفراد العينة؛ وهي الفئة التي يتراوح سنّها بين ٢١ إلى ٣٠ سنة من الجامعيين

ومبولهم نحو الموضوعات ذات الطبيعة المذكورة التي يوضحها الجدول أعلاه، وتؤكد ذلك طبيعة الشكل البرامجي الذي يتم تقديمه عبر البودكاست كما توضحه مؤشرات الجدول التالي:

طبيعة الشكل البرامجي	ك	%
البرامج الحوارية	134	61
البرامج الإخبارية	68	31
البرامج الغنائية	103	47
برامج التحقيقات	51	23
البرامج التعليمية	130	59
أخرى	35	16

يوضح الجدول أعلاه أن الموضوعات الحوارية نالت اهتمام الباحثين بنسبة (٦١%) تليها الموضوعات التعليمية بنسبة (٥٩%) كأعلى نوعية محتوى يفضلها جمهور متابعي البودكاست، وجاءت بقية أنواع المحتوى الرقمي أقل اهتماماً لدى الباحثين بنسبة تتراوح بين (١٦ – ٤٧%) كالموضوعات ذات الطبيعة الغنائية والإخبارية وبرامج التحقيقات وغيرها، وهذا ما يؤكد الأهمية التعليمية للبودكاست وإمكانية توظيفه في العملية التعليمية خلال جائحة كورونا، وهذا ما أشار إليه الجدول السابق رقم (٦) وتأكيد لمبول الجمهور نحو المحتوى التعليمي على البودكاست.

المتوسط	الوزن النسبي	اتجاه العينة	لا أوافق بشدة		لا أوافق		محايد		أوافق		أوافق بشدة		المعيار
			%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
4.15	83	موافق	0	٠	3	٦	15	٢٣	48	١٠٦	34	75	الدافع للتعرض متابعة الأحداث
3.84	76.8	موافق	5	١١	9	٢٠	16	٣٥	36	٧٩	34	75	ملء أوقات الفراغ
2.84	56.8	محايد	21	٤٧	17	٣٧	30	٦٦	22	٤٨	10	٢٢	اكتساب القدرة على التفكير والابتكار
2.89	57.8	محايد	16	34	24	٥٣	28	٦٢	18	٤٠	14	٣١	البحث عن الأغاني والمسلسلات
3.96	79.2	موافق	3	٧	3	٧	22	٤٨	40	٨٨	32	70	متابعة الحلقات التعليمية
3.75	75	موافق	5	١١	11	٢٤	21	٤٧	31	٦٨	32	70	التعليق والمشاركة في الموضوعات
3.93	78.6	موافق	5	١١	4	٩	18	٤٠	39	٨٥	34	٧٥	المتابعة والاشتراك في المحطات الوطنية
2.93	58.6	محايد	16	36	21	٤٧	28	٦٢	22	٤٨	12	٢٧	مطالعة تعليقات المستخدمين على الأحداث
3.92	78.4	موافق	3	٧	7	١٥	22	٤٨	34	٧٥	34	٧٥	الإشباع النفسي ضد العزلة أو الوحدة
3.09	61.8	محايد	13	٢٩	16	٣٥	34	٧٥	25	٥٥	12	26	التعبير عن الرأي بحرية حول الأحداث
3.07	61.4	محايد	13	٢٩	19	٤١	14	٣١	30	٦٦	24	٥٣	العادة والاستخدام اليومي للإنترنت

الاتجاه العام للعينة	النسبة المئوية	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي
موافق	٧٠%	١,٢٣	٣,٥

يبين الجدول السابق أبرز الدوافع التي تجعل أفراد العينة يتعرضون للبودكاست، وكان دافع متابعة الأحداث هو الأعلى بنسبة (٨٣%) يليه دافع متابعة الحلقات التعليمية في المرتبة الثانية بنسبة (٧٩,٢%) مما يؤكد ما ورد في الجدول رقم (٧) والذي يوضح طبيعة الشكل البرامجي الذي يفصله أفراد العينة على البودكاست وبالتالي تنوعت الدوافع الأخرى التي تدفع الجمهور السعودي للتعرض لمحتوى البودكاست الذي يتفاعل معه جمهور المستخدمين كدافع نفعي يعضد استخدام الدراسة لنظرية الاستخدامات والإشباع.

يوضح الجدول أيضاً دافع أفراد العينة لمتابعة محطات البودكاست الوطنية والاشتراك فيها فبلغت نسبته (٧٨,٤%) مما يعطي أهمية للبودكاست في تقوية الانتماء الوطني وتعزيز الوحدة المجتمعية. ومن الدوافع التي يثبتها الجدول دافع الإشباع النفسي ضد العزلة أو الوحدة والذي جاء بنسبة (٧٨,٤%) ليشير إلى مرافقة برامج البودكاست لجمهور المتلقين لأغراض تزجية الفراغ الذي بلغت نسبته (٧٦,٨%) كدافع طقوسي للتعرض مما يحفز المتابعين للمشاركة والتعليق على الموضوعات بنسبة (٧٥%).

ثم جاءت دوافع أخرى للتعرض للبودكاست مثل دافع التعبير عن الرأي بحرية حول الأحداث، العادة والاستخدام اليومي للإنترنت، مطالعة تعليقات المستخدمين على الأحداث، البحث عن الأغاني والمسلسلات، بالإضافة إلى اكتساب القدرة على التفكير والابتكار؛ كدوافع تشجع المتلقين للتعرض لمحتوى البودكاست والتفاعل معه بوحدة من الأساليب التي يوضحها الجدول التالي:

تجاه العينة	الوزن النسبي	المتوسط	جدول رقم (٩): يوضح طبيعة وأساليب تفاعل جمهور البودكاست السعودي مع المحتوى المسموع										
			لا أوافق بشدة		لا أوافق		محايد		أوافق		أوافق بشدة		المعيار
			%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
موافق	76.8	3.84	5	١١	9	٢٠	16	٣٥	36	٧٩	34	75	أعلق على الموضوعات المهمة
موافق	70.4	3.52	9	٢٠	18	٤٠	18	٤٠	21	٤٥	34	75	أقوم بتحميل المحتوى وحفظه
موافق	75.6	3.78	6	١٣	8	١٨	26	٥٧	22	48	38	٨٤	الإعجاب والاشتراك في البودكاست
محايد	56	2.8	19	٤٢	32	٧٠	9	٢٠	29	٦٤	11	24	أعيد البودكاست نشر
موافق	68	3.4	15	٣٣	16	٣٥	14	٣١	23	٥١	32	70	لا أبدي أي تعليق
محايد	55.8	2.79	24	٥٢	13	٢٩	28	٦٢	31	٦٨	4	٩	أنتقد بعض المتداولين
محايد	59	2.95	20	٤٤	27	٦٠	7	١٥	30	٦٦	16	٣٥	أحاول تغيير موضوع النقاش

دعوة الأصدقاء للمتابعة والاستماع	٦٢	28	٦٨	31	٣١	14	٣٥	16	٢٤	11	3.48	69.6	موافق
مشاركة البودكاست على شبكات التواصل	٣٥	16	٥٢	24	٢٠	9	٦٧	30	٤٦	21	٢,٨٤	56.8	محايد
التواصل المباشر والمشاركة في الحلقات	27	12	٥٦	25	١٥	7	٧٠	32	٥٢	24	2.70	54	محايد
الإشتراك في صفحات البودكاست على شبكات التواصل	٨٤	38	57	26	٤٨	22	١٣	6	١٨	٨	3.78	75.6	موافق

ملخص الجدول رقم (٩): المؤشر العام لمحور: طبيعة وأساليب تفاعل جمهور البودكاست السعودي مع المحتوى المسموع			
الاتجاه العام للعينة	النسبة المئوية	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي
موافق	70.1%	١,٤	٣,٥١

في الملخص والجدول أعلاه يتضح أن أعلى استجابات المبحوثين وتفاعلهم مع المحتوى المسموع للبودكاست تتمثل في التعليق على الموضوعات المهمة بنسبة (٧٦,٨%) ثم الإعجاب والإشتراك في البودكاست بوزن نسبي (٧٥,٦%) ويتساوى معها الإشتراك في صفحات البودكاست على شبكات التواصل، يليها القيام بتحميل المحتوى وحفظه بنسبة (٧٠,٤%)، كما أن بعض المستخدمين يقومون بدعوة الأصدقاء للمتابعة والاستماع بوزن نسبي (٦٩,٦%) بطرف مختلفة منها إعادة نشر البودكاست ومشاركته على شبكات التواصل الاجتماعي في حال توافقه مع ميولهم بمتوسط بلغ (٢,٨٤) ما يعني الاستجابة للمحتوى المعروض وبالتالي تحقيق افتراضات نظرية ثراء الوسيلة الإعلامية من خلال تحقق الانتقائية وأساليب اختيار الرسائل والوسائط الإعلامية من قِبَل المستخدمين، وطرق تحقيق الجماهير للطلبات والاهتمامات الشخصية، وهو ما يساهم في جعل الوسائل الإعلامية تقوم على إنتاج وصنع المحتوى بالتوافق مع الجمهور.

يتضح من الجدول كذلك ضعف توجه الجمهور نحو انتقاد المتداخلين أو محاولة تغيير مسار النقاش أو التعقيب بالمجاملة بنسب متفاوتة، كما لا توجد اختلافات في اهتمامهم بالتفاعل تتعلق بأهمية المحتوى الرقمي. وبهذه الإشارات يمكن الوصول إلى خلاصة أن المحتوى الرقمي للبودكاست يحظى بتفاعل المستخدمين يتباين ما بين تحميل المحتوى والاحتفاظ به؛ وبين إعادة إرساله ومشاركته، بينما يقوم بعض المبحوثين بالتواصل المباشر والمشاركة في الحلقات والموضوعات المعروضة.

المحور الثالث: الإشباع المتحققة من التعرض للبودكاست:

اتجاه العينة	الوزن النسبي	المتوسط	جدول رقم (١٠): يوضح العوامل التي تزيد من ارتباط الجمهور السعودي بالبودكاست										
			لا أوافق بشدة		لا أوافق		محايد		أوافق		أوافق بشدة		المعيار
			%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
موافق	75	3.75	5	١١	11	٢٤	21	٤٧	31	٦٨	32	٧٠	عوامل تقوية الارتباط يعرفني بمتابعين في مثل سني وميولي
موافق	76.8	3.84	5	١١	9	٢٠	16	٣٥	36	٧٩	34	٧٥	يمكنني من متابعة البرامج التي تناسبني
موافق	83	4.15	0	٠	3	٧	15	٣٣	48	١٠٥	34	٧٥	انصافه بالحدائثة والعصرية
محايد	57.8	2.89	16	٣٥	24	٥٣	28	٦٢	18	٤٠	14	٣٠	قدرته على زيادة إدراكي ووعي الأحداث
محايد	61.4	3.07	12	٢٦	19	٤٣	30	٦٦	25	٥٥	14	٣٠	الطريقة المبتكرة للبت بالصورة والصوت
موافق	79.2	3.96	3	٧	3	٧	22	٤٨	40	٨٨	32	٧٠	ينجح التعبير عن الرأي بحرية عن الأحداث
موافق	78.4	3.92	3	٧	7	١٥	22	٤٨	34	٧٥	34	٧٥	إمكانية استقبال البث على أكثر من جهاز
محايد	58.6	2.93	17	٣٧	21	٤٦	28	٦٢	22	٤٨	12	27	أغلب موضوعاته من واقعي المعاش
محايد	56.8	2.84	20	٤٤	17	٣٨	30	٦٦	22	٤٨	11	٢٤	ما يتم تقديمه يشبع حاجتي ويلبي اهتماماتي
محايد	61.8	3.09	12	٢٦	16	٣٥	34	٧٥	25	٥٥	13	29	يمكنني من طرح قضايا لجمهوره والحصول على آرائهم
موافق	72.8	3.64	6	١٣	7	١٥	30	٦٦	28	٦٢	29	٦٤	إمكانياته الاتصالية والتفاعلية الجديدة

ملخص الجدول رقم (١٠): المؤشر العام لمحور: العوامل التي تزيد من ارتباط الجمهور السعودي بالبودكاست			
الاتجاه العام للعينة	النسبة المئوية	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي
موافق	٧٠%	١,٢٣	٣,٥

من الملخص والجدول أعلاه فقد تعددت العوامل التي تزيد من ارتباط المستخدمين بمحتوى البودكاست، فالغالبية العظمى من أفراد العينة تستهويهم متابعة البودكاست لانصافه بالحدائثة والعصرية بمتوسط حسابي (٤,١٥) لتكرارات العينة

ووزن نسبي (٨٣%) يدل على شبه إجماع أفراد العينة على هذا العامل، ويليه أن البودكاست يتيح التعبير عن الرأي بحرية عن الأحداث بوزن نسبي (٧٩,٢%)، بينما كان إجماع أفراد العينة قد حقق متوسطاً حسابياً (٣,٩٢) في عامل إمكانية استقبال ومتابعة البث على أكثر من جهاز، ويفسر ذلك الطابع الشخصي الذي يميل إليه البودكاست كما سبق ذكره في الجدول رقم (٥) والذي يوضح الوسائط والأجهزة التي يستخدمها أفراد العينة في التعرض للبودكاست؛ فتفيد هذه الإشارة إلى تميز البودكاست بموائمه لعدد من أجهزة الاستقبال التي تناسب ذوق وحاجة جمهور المتلقين لخدماته ومكان وجودهم سواء كان ذلك في المنزل أو العمل أو أثناء الحركة والتنقل، ويؤيد ذلك اتفاق المبحوثين على أنه يمكّنهم من متابعة البرامج التي تناسبهم بنسبة (٧٦,٨%)، ثم يأتي عامل أن البودكاست يعرفهم بمتابعين في مثل سنهم وميولهم بنسبة (٧٥%). وتشير المتوسطات الحسابية لعوامل: إمكانيات البودكاست الاتصالية والتفاعلية الجديدة، إمكانياته من طرح قضايا لجمهوره والحصول على آرائهم، وطريقته الإذاعية المبتكرة للبث بالصورة والصوت وقدرته على زيادة الإدراك والوعي بالأحداث، وأن أغلب موضوعاته من واقع المتلقي المعاش؛ تشير جميعها إلى أنها عوامل تشجع أفراد العينة تجاه المتابعة والارتباط بالبودكاست بنسب تتراوح بين (٦١,٤ – ٥٦,٨%)، ما يؤكد أهمية استخدامات البودكاست لإشباع الدوافع النفعية أكثر من الطوقسية، وهذا ما تؤكد عليه طبيعة الموضوعات التي يتابعها أفراد العينة خصوصاً وأن الخدمات الإذاعية المقدمة عبر البودكاست تمتاز بخصائص فنية لها دور مهم في تقوية الارتباط وزيادة وقت التعرض كما يوضحها الجدول التالي:

أوجه العينة	الوزن النسبي	المتوسط	جدول رقم (١١): يوضح الجوانب الفنية والعناصر الجاذبة للمتابعة ومواصلة الاستماع إلى البودكاست										
			لا أوافق بشدة		لا أوافق		محايد		أوافق		أوافق بشدة		المعيار
			%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
موافق	83.4	4.17	0	٠	4	٩	16	٣٥	41	٩٠	39	86	المدة الزمنية القصيرة للبرامج
موافق بشدة	86.2	4.31	0	٠	2	٤	16	٣٥	31	٦٨	51	١١٣	استخدام الفيديو في العرض
موافق	73.2	3.66	7	١٥	10	٢٢	20	٤٤	35	٧٧	28	٦٢	الموسيقى والمؤثرات السمعية المصاحبة
موافق	80	4	0	0	3	٧	25	٥٥	38	٨٣	34	٧٥	درجة النقاء الصوتي العالية
موافق	76.6	3.83	2	٤	7	١٥	26	٥٧	36	٨٠	29	٦٤	النصوص المصاحبة للعرض

الألوان ووسائل الإيضاح المستخدمة	٥٥	25	٩٧	44	٦٢	28	٢	1	٤	2	3.91	78.2	موافق
إمكانية تحميل المحتوى ومتابعته بدون اتصال	٨٦	39	٩٥	43	٣٥	16	٤	2	٠	0	4.19	83.8	موافق

ملخص الجدول رقم (١١): المؤشر العام لمحور: الجوانب الفنية والعناصر الجاذبة للمتابعة ومواصلة الاستماع إلى البودكاست			
الاتجاه العام للعينة	النسبة المئوية	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي
موافق	٧٦,٨%	١,٠٩	٣,٨٤

يشير الجدول أعلاه إلى الأهمية التي يمثلها استخدام الفيديو في العرض؛ والتي أجمع عليها المبحوثون بمتوسط (٤,٣١) كمتوسط عالي في مقياس ليكرت الخماسي فرجحت عبارة (موافق بشدة) وسط بقية عبارات المقياس بوزن نسبي (٨٦,٢%)، تليها إمكانية تحميل المحتوى ومتابعته دون اتصال بمتوسط (٤,١٩) بالإضافة إلى المدة الزمنية القصيرة -في الغالب- للبرامج المعروضة التي جاءت نسبتها (٨٣,٤%)؛ يليها توظيف درجة النقاء العالية في عرض وتقديم المحتوى المسموع للبودكاست بوزن نسبي (٨٠%)، وجاءت الألوان ووسائل الإيضاح المستخدمة والنصوص المصاحبة للعرض بالإضافة إلى الموسيقى والمؤثرات السمعية المصاحبة بنسب تتراوح بين (٧٣,٢ - ٧٦,٦%). وبحسب الانحراف المعياري العام للجدول (١,٠٩) فلا توجد فروق بين استجابات أفراد العينة وأرائهم حول النواحي الفنية ودورها في تعزيز المحتوى المسموع للبودكاست وإقناع المستخدمين بمضمونها، وبالتالي تتسق هذه النتيجة مع افتراضات نظرية الاستخدامات والإشباع التي تقوم عليها هذه الدراسة وتؤكد أن جمهور وسائل الإعلام في إمكانه اختيار الوسيلة والمحتوى الذي يتناسب مع رغباته ودوافعه الشخصية بحسب شكل ومحتوى المضمون الرقمي والمحسّنات المستخدمة فيه والتي تنوعت كما أظهرتها الدراسة.

جدول رقم (١٢): يوضح انطباعات المستخدمين نحو متابعة البودكاست (سمات وميزات الاستخدام)													
المتوسط النسبي	الوزن النسبي	المتوسط	لا أوافق بشدة		لا أوافق		محايد		أوافق		أوافق بشدة		المعيار
			%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
٦٨	31	٨٦	39	٣٥	16	٢٤	11	٧	3	3.84	76.8	موافق	يتناول القضايا بطرق مبتكرة
112	51	٧٥	34	٢٦	12	٧	3	٠	0	4.34	86.8	موافق بشدة	يستخدمه كثيرون بديلاً للراديو التقليدي

يقدم ما يصعب تقديمه في محطات الراديو	٧٢	33	٦٢	28	٦٦	30	١٣	6	٧	3	3.8	76	موافق
لا تحده قيود للنشر والبيث والتعليق	91	41	٧٩	36	٤٦	21	٤	2	٠	0	4.16	83.2	موافق
الخروج من نمطية الإذاعة التقليدية	١١٧	53	٧٥	34	٢٦	12	٢	1	٠	0	4.4	88	موافق بشدة
يمكنني من التواصل مع صانع المحتوى	100	45	٨١	37	٢٦	12	١٣	6	0	0	4.2	84	موافق بشدة
يوفر أوقات استماع إضافية تناسبي	٨٦	39	٩٥	43	٣٥	16	٤	2	٠	0	4.19	83.8	موافق

ملخص الجدول رقم (١٢): المؤشر العام لمحور: انطباعات المستخدمين نحو متابعة البودكاست (سمات وميزات الاستخدام)			
الاتجاه العام للعينة	النسبة المئوية	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي
موافق	٨٢,٤%	٠,٩٤	٤,١٢

يشير الجدول إلى الانطباعات التي أبدتها المستخدمين نحو تعرضهم ومتابعتهم للبودكاست؛ إذ وجدوا فيه بعض المزايا والسمات الجديدة التي تزيد من درجات تلقّيهم ومدى تعرّضهم لمحتواه؛ فأشار غالبية المبحوثين إلى أن البودكاست يمكنهم من الخروج من نمطية الإذاعة التقليدية بمتوسط (٤,٤) بإجماع أفراد العينة بوزن نسبي (٨٨%) يجعل اتجاه العينة يميل نحو (الموافقة بشدة) على هذه الميزة، مما ينعكس إيجاباً على درجة الإشباع المتحققة لديهم، وبالتالي أشار الجدول إلى أن البودكاست يوفر أوقات مشاهدة إضافية تناسب المبحوثين بوزن نسبي (٨٣,٨%)؛ ويرجع الباحث هذه النتيجة إلى التفرغ الذي يُحظى به جمهور المتلقين في المتابعة في الوقت الإضافي الذي يناسبهم فيختارونه للتعرض؛ مما يزيد من الأثر الاجتماعي للبودكاست.

وأثبتت إحصائيات الجدول أن (٨٦,٨%) نسبة المبحوثين الذين يستخدمون البودكاست بدلاً عن الراديو التقليدي مما يعظّم دور وأهمية المحتوى الرقمي للبودكاست بالإضافة لمزاياه الأخرى مثل وتميّزه بإمكانية التواصل مع صانع المحتوى (٨٤%)، وأنه لا تحده قيود للنشر والبيث والتعليق بنسبة (٨٣,٢%)، بالإضافة لتناوله للقضايا بطرق مبتكرة (٧٦,٨%)، ومن ضمنها تقديم بعض القضايا

التي يصعب تقديمها في محطات الراديو. وبالتالي يشير الجدول إلى وجود علاقة بين ميزات البودكاست التي أثبتتها الجدول وبين درجة تحقق الإشباع؛ إن كانت طقوسية أو نفعية، وبالتالي التأثير على عادات التعرض مما يزيد من درجات منافسة البودكاست للراديو التقليدي.

اتجاه العينة	الوزن النسبي	المتوسط	جدول رقم (١٣): يوضح المهام والأعمال التي يمارسها أفراد العينة أثناء الاستماع للبودكاست										
			لا أوافق بشدة		لا أوافق		محايد		أوافق		أوافق بشدة		المعيار
			%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
موافق	٧٧,٢	٣,٨٦	4	٩	7	١٥	25	٥٥	30	٦٦	34	75	المهام والأعمال المصاحبة للاستماع
محايد	٦٥,٦	٣,٢٨	8	١٨	22	٤٨	25	٥٥	21	٤٦	24	53	ممارسة الرياضة
موافق	٧٢,٤	٣,٦٢	7	١٥	9	٢٠	26	٥٧	32	٧١	26	٥٧	قيادة السيارة
محايد	٦٦,٨	٣,٣٤	11	٢٤	14	٣١	28	٦٢	26	٥٧	21	٤٦	تصفح الإنترنت
موافق	٧٣,٢	٣,٦٦	6	١٣	9	٢٠	25	٥٥	31	٦٨	29	64	مطالعة الصحف الإلكترونية
موافق	٧٣,٢	٣,٦٦	7	١٥	7	١٥	26	٥٧	33	٧٣	27	٦٠	استخدام شبكات التواصل الاجتماعي
موافق	٦٨,٦	٣,٤٣	7	١٥	16	٣٥	27	٦٠	28	٦٢	22	٤٨	تصفح المراسلات والبريد الإلكتروني
موافق	٧٢,٢	٣,٦١	4	٩	11	٢٤	27	٦٠	33	٧٢	25	٥٥	المشاركة في منتديات الحوار والمناقشة
موافق	٧٢,٢	٣,٦١	4	٩	11	٢٤	27	٦٠	33	٧٢	25	٥٥	أخرى

ملخص الجدول رقم (١٣): المؤشر العام لمحور: المهام والأعمال التي يمارسها أفراد العينة أثناء الاستماع للبودكاست			
الاتجاه العام للعينة	النسبة المئوية	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي
موافق	٧٠,٤%	١,١٩	٣,٥٢

يوضح الجدول بعض الأنشطة والمهام التي يقوم بها أفراد العينة أثناء الاستماع والتعرض للبودكاست؛ فيتضح من خلال الوزن النسبي العام للمحور (٧٠,٤%) والذي يشير إلى التوافق بين استجابات أفراد العينة نحو قيامهم بأعمال وأنشطة يمكن معها متابعة البودكاست، ويؤكد ذلك الانحراف المعياري لفقرات المحور العام للجدول الذي بلغ (١,١٩) ما يوضح عدم وجود اختلافات في رأي الباحثين وإجماعهم على ممارستهم لأنشطة وأعمال أثناء التعرض بدليل أن المتوسط الحسابي الذي يؤيد ذلك من الباحثين بلغ (٣,٥٢). وكانت أبرز الأنشطة التي يمارسها الجمهور أثناء التلقي هي (ممارسة الرياضة) بوزن نسبي (٧٧,٢%)، كما أمكنهم مع المتابعة (استخدام شبكات التواصل الاجتماعي) و(تصفح المراسلات والبريد الإلكتروني) بنسب متساوية (٧٣,٢%)، كما في مقدورهم تصفح شبكة الإنترنت بمتوسط (٣,٦٢) والمشاركة في منتديات الحوار والمناقشة، بينما لم ظهر

لدى الباحثين درجات موافقة مرتفعة من حيث مقدرتهم على التعرض للبودكاست والتركيز في قيادة السيارة؛ ف جاء اتجاه بـ(الحياد) عند نسبة (٦٥,٦%)، في حين هنالك أنشطة وأعمال أخرى تمكّن أفراد العينة من مزاولتها بينما يستمعون للبودكاست كالأكل والشرب والاسترخاء والتنزه والاستعداد للخلود إلى النوم .. إلخ من الممارسات اليومية الاعتيادية الأخرى.

وذلك ما يعتبره الباحث محفزاً للمزيد من مستويات تعرض المتلقين لمحتوى البودكاست المسموع، خصوصاً وأنه يتيح لهم الوقت المناسب للتعرض عند حاجتهم لذلك بينما يمارسون روتينهم اليومي؛ كخاصية تزيد من فعالية البودكاست ومقدرته على جذب الجمهور ومناقشة الأساليب الأخرى للبحث الإذاعي.

الاتجاه العينة	الوزن النسبي	المتوسط	جدول رقم (١٤): يوضح ما لا يفضلهُ جمهور البودكاست السعودي في خدمات راديو الإنترنت										
			لا أوافق بشدة		لا أوافق		محايد		أوافق		أوافق بشدة		المعيار
			%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
موافق	75.4	3.77	0	0	5	١١	39	٨٦	28	٦٢	28	62	السلبيات ونقاط الضعف
موافق	78.6	3.93	0	٠	5	١١	32	٧٠	28	٦٢	35	٧٧	غالبية مقدمي البرامج من الهواة
موافق	80.4	4.02	0	٠	5	١١	24	٥٣	35	٧٧	36	٧٩	الاهتمام بالنواحي الشكلية أكثر من المضمون
موافق	76	3.8	2	٤	5	١١	31	٦٨	37	٨١	25	٥٥	كثرة برامج المنوعات والترفيه
موافق	68.4	3.42	5	١٤	11	٢٦	39	٩٤	26	٦٤	19	٤٦	مخالفة بعض البرامج لأعراف المجتمع
موافق	75.4	3.77	2	٤	6	١٤	32	٧٠	35	٧٧	25	٥٥	عدم مراعاة الأوقات المناسبة للبحث المباشر
موافق	74.2	3.71	2	٤	4	٩	37	٨١	33	٧٣	24	٥٣	نشر ثقافة الغير في المجتمع السعودي
محايد	62	3.1	11	٢٦	17	٣٦	34	٧٥	24	٥٣	14	30	المبالغة في استخدام المؤثرات الصوتية
محايد	٦٠,٦	٣,٠٣	12	٢٧	24	٥٣	27	٥٩	22	٤٨	15	٣٣	قلة استضافة المسؤولين وقادة الرأي في المجتمع
													كثرة محطات البودكاست وصعوبة الاختيار من بينها

ملخص الجدول رقم (١٤): المؤشر العام لمحور: ما لا يفضلهُ جمهور البودكاست السعودي في خدمات راديو الإنترنت			
الاتجاه العام للعينة	النسبة المئوية	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي
موافق	٧٠,٤%	١,١٩	٣,٥٢

بالرغم من الميزات التي حققها البودكاست لدى جمهور المتابعين؛ إلا أنَّ الجدول يشير أيضاً إلى وجود بعض القصور نسبياً- في خدمات البث المسموع التي يقدمها البودكاست لجمهوره، مثل (كثرة برامج المنوعات والترفيه) والتي أجمع عليها أفراد العينة بنسبة (٨٠,٤%) بأعلى متوسط حسابي (٤,٠٢) و(مخافة بعض البرامج لأعراف وعادات المجتمع) بنسبة (٧٦%)؛ والتي قد تؤدي إلى (نشر ثقافة الغير في المجتمع السعودي) كما أشار (٧٥,٤%) من المستبانيين من جمهور بودكاست (ثمانية)، كما لاحظوا على البودكاست المبالغة في (الاهتمام بالنواحي الشكلية أكثر من المضمون) و(استخدام المؤثرات الصوتية بنسبة تتراوح بين (٧٨,٦%) و(٧٤,٢%) بمتوسطات (٣,٩٣) و(٣,٧١) بحسب المستبانيين في هذا المحور، الأمر الذي قد ينعكس سلباً -في بعض الأحيان- على درجة التركيز في المحتوى المسموع، ويزيد من احتمالية ضعف وصول فكرة المضمون أو قلة تأثيره وتحقيق أهدافه في المجتمع. كما يلاحظ أفراد العينة أنَّ غالبية مقدمي البرامج من الهواة بنسبة (٧٥,٤%) بالإضافة إلى قلة استضافة المسؤولين وقادة الرأي في المجتمع من خلال البرامج المقدمّة؛ بالرغم من (كثرة محطات البودكاست وصعوبة الاختيار من بينها) التي أبدأها مجتمع الدراسة من متابعي البودكاست السعودي؛ فكان اتجاه العينة في هذا الجانب بـ(الحياد) بمتوسط حسابي (٣,٠٣).

ويخلص الجدول أعلاه إلى هذه الجوانب المشار إليها تُعتبر نقاط يمكن أن تضعف من قوة هذا الوسيط إن لم تتم مراعاتها ومعالجتها في رأي الباحثين، والاهتمام بها من قِبَل القائمين على الأمر، سيما وأن فاعلية المحتوى الرقمي ترتبط بهذه النقاط حتى تتحقق للبودكاست أهدافه المرجوة من برامجه.

اختبار صحة فروض الدراسة:

١. الفرض الأول: وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين مستوى تعرُّض أفراد العينة للبودكاست مترتبة على المتغيرات الديموغرافية (النوع، الفئة العمرية والمستوى التعليمي).

الجدول رقم (١٥): الفروق بين مستوى تعرُّض المستخدمين بحسب المتغيرات الديموغرافية..					
المتغيرات	العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الاختبار وقيمه	الدلالة
النوع	ذكر	١٤٦	٢,٥٢	٠,٧٨٨	غير دال
	أنثى	٧٤	٢,٤٧	٠,٧٢٠	
الفئة العمرية	أقل من ٢٠ سنة	٢٢	٢,٠٥	٠,٦٣٠	غير دال
	من ٢١ إلى ٣٠ سنة	٨١	٢,١٦	٠,٨١٧	
	من ٣١ إلى ٤٠ سنة	٤٤	٢,٠٩	٠,٨٢٥	
	أكبر من ٤٠ سنة	٧٣	٢,١٨	٠,٧٨٩	
المستوى التعليمي	دون الجامعي	٢٦	٢,٣٦	٠,٦٦١	غير دال
	جامعي	١١٧	٢,١٠	٠,٧٢٩	
	فوق الجامعي	٧٧	١,٩٨	٠,٧٣٩	

من خلال الجدول أعلاه يتضح عدم وجود فروق دالة إحصائية بين المتغيرات الديموغرافية للمستبائين من عينة ال الدراسة؛ ومستوى تعرضهم للبودكاست، بحسب اختباري (T) و(F)، ما يعني أنه بهذا المؤشر من القياس تثبت صحة الفرض الأول للدراسة، كما تتفق هذه الفرضية مع فرضية نظرية الاستخدامات والإشباع (التأكيد على أن الجمهور واع بشكل كافٍ ليختار الوسائل والمضمون الذي يشبع حاجاته، فالأفراد هم الذين يستخدمون وليست وسائل الاتصال هي التي تستخدم الأفراد)، وبالتالي لم يثبت تأثير يحدث فرقا إحصائياً للمتغيرات الديموغرافية ومستوى التعرض ومتابعة البودكاست وفقاً لـ(النوع، الفئة العمرية والمستوى التعليمي).

٢. الفرض الثاني: وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائية بين مستوى تعرض جمهور المستخدمين إلى البودكاست؛ ودوافع تعرضهم للمحتوى المعروض.

الجدول رقم (١٧): العلاقة بين مستوى تعرض جمهور المستخدمين إلى البودكاست ودوافع تعرضهم للمحتوى المعروض..			
مستوى التعرض	معامل ارتباط (بيرسون)	مستوى المعنوية	مستوى الدلالة
مستوى التعرض والدوافع المرتبطة بالتعرض	.٦٠٥**	.٠٠٠	دال
حجم العينة	٢٢٠		

يفيد الجدول أعلاه بوجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية كافية بين متغير مستوى التعرض للبودكاست وبين متغير دوافع تعرض جمهور المستخدمين إلى المحتوى المعروض على البودكاست؛ حيث بلغت قيمة معامل ارتباط بيرسون (.٦٠٥**) بمستوى معنوية (.٠٠٠) وهي قيم تثبت وجود علاقة بين المتغيرين دالة إحصائية بحسب المقياس تفيد بأنه كلما زاد مستوى التعرض زادت الدوافع المرتبطة بهذا التعرض. وبهذا المؤشر من القياس تثبت صحة الفرض الثاني للدراسة.

٣. الفرض الثالث: توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائية بين مستوى تعرض جمهور المستخدمين إلى البودكاست؛ والإشباع التي تحقق لديهم.

الجدول رقم (١٦): العلاقة بين مستوى تعرض جمهور المستخدمين إلى البودكاست والإشباع التي تحقق لديهم..			
مستوى التعرض	معامل ارتباط (بيرسون)	مستوى المعنوية	مستوى الدلالة
مستوى التعرض والإشباع المحققة	.٥٢٩**	.٠٠٠	دال
حجم العينة	٢٢٠		

يتبين من خلال الجدول أعلاه وجود ارتباط دال إحصائياً بين متغير مستوى التعرض وبين متغير الإشباع المحققة لدى جمهور المستخدمين لمنصة البودكاست؛ بمستوى معنوية .٠٠٠ عند قيمة معامل ارتباط بيرسون (.٥٢٩**)، وبالتالي يستشعر الباحث العلاقة النسبية بين المتغيرين والتي قد تزيد بحسب زيادة مستوى تعرض جمهور المستخدمين للمحتويات الرقمية للبودكاست والتي تترتب عليها زيادة الإشباع المحققة من هذا التعرض.. كما تتفق هذه الفرضية مع فرضية نظرية الاستخدامات والإشباع

(أن جمهور وسائل الإعلام جمهور إيجابي ونشط وفعال في عملية الاتصال الجماهيري، ويستخدمون وسائل الاتصال المختلفة لإشباع حاجاتهم وتحقيق أهدافهم)؛ وبهذا المؤشر من القياس تثبت صحة الفرضية الثالثة للدراسة.

مناقشة نتائج الدراسة:

(١) كشفت الدراسة عن ازدياد اهتمام الجمهور السعودي بالتعرُّض للبودكاست لأهمية المحتوى الرقمي الذي يقدمه، ويوافق ذلك النتيجة التي توصلت إليها دراسة (الحمدي، عبد الله، ٢٠٢١) **تأثير المحتوى الإعلامي الجديد على اتجاهات المجتمع السعودي نحو مبادئ الوطنية**، أن البودكاست باعتباره أسلوب اتصالي جديد قد أحدث طفرة حضارية داخل المجتمع السعودي فيما يرتبط باتجاهات المواطنين تجاه مختلف القضايا. فتأكد بذلك أهمية الدور الذي يؤديه هذا الوسيط في نقل الأحداث وتلبية حاجات المستخدمين للتعرُّض اليومي للمحتوى المسموع والمرئي، وأن ما يقدمه البودكاست لمستخدميه يلقي اهتماماً ومتابعة.

(٢) أغلب المحتوى المقدم على البودكاست يميل نحو الطابع الشخصي من خلال الوصول للمتلقي المفرد عبر أجهزته الشخصية التي يأتي الهاتف المحمول في مقدمتها بنسبة (٧٥%) ويليه الحاسب الآلي، وتوضح هذه النتيجة أهمية استخدامات الهاتف المحمول والحاسوب في تلقي الخدمات الإذاعية عبر الإنترنت لدى الجمهور السعودي بما يزيد عن (٣) ساعات يومياً.

(٣) تشير النتائج إلى أن **الفترة المسائية** هي الفترة المفضلة لنسبة (٧٩%) من المبحوثين للتعرُّض للبودكاست ومتابعة برامجه، وتليها **فترة الظهيرة وما بعدها**، بينما تقل نسبة التعرض في **الفترة الصباحية** ويرجع الباحث ذلك لأسباب منها مزاولة أغلب المبحوثين لأعمالهم اليومية التي لا يمكنهم معها التعرُّض للبودكاست خصوصاً خلال ساعات العمل الرسمية؛ مما يُضعف من مستوى التعرض، وبالتالي يمكن الإشارة إلى أن المحتوى الذي يتم عرضه في فترتي الظهيرة والمساء تزيد أهميته نسبة لذروة المتابعة فيهما، وبالتالي يمكن التركيز عليها من قبل صنَّاع المحتوى لضمان تحقيق التأثير المطلوب. وتتفق هذه النتيجة مع **نظرية ثراء الوسيلة الإعلامية** في (قدرة البودكاست على تحقيق أكبر قدر من التفاعل بين موضوعاته واستجابات ومتابعات المستخدمين له).

(٤) تشير نتائج الدراسة إلى أن الدوافع النفعية للتعرُّض إلى البودكاست تغلب على الدوافع الطقوسية لدى الجمهور السعودي، ويتفق ذلك نتائج دراسة (بوسنان، رقية، ٢٠١٩) التي تناولت **ديناميكية البودكاست في العملية التعليمية**، وما أثبتته من نفعية هذا الوسيط في المجالات التعليمية، وتتوافق هذه النتيجة مع **نظرية ثراء الوسيلة الإعلامية** في (قدرة البودكاست القضاء على إشكالية محدودية المساحة نسبة للفضاء السببراني غير المحدود الذي ينتشر فيه بث

برامجه لأفراد الجمهور الذين لديهم القدرة على تحديد دوافع تعرضهم وحاجاتهم التي يسعون إلى تلبيةها، لذلك فهم يختارون الوسائل المناسبة لإشباع هذه الحاجات)، فتلاحظ أن أغلب دوافع المتابعين كانت متابعة الحلقات التعليمية، متابعة الأحداث والاشتراك في المحطات الوطنية، اكتساب القدرة على التفكير والابتكار، التعليق والمشاركة في الموضوعات والتعبير عن الرأي بحرية حول الأحداث، ويفسر ذلك نفعية دوافع متابعة المبحوثين مما يعزّد استخدام الدراسة **لنظرية الاستخدامات والإشباع**، ثم تأتي الدوافع الطقوسية بنسب أقل كدافع ملء أوقات الفراغ، العادة والاستخدام اليومي للإنترنت، ودافع الإشباع النفسي ضد العزلة أو الوحدة، مطالعة تعليقات المستخدمين على الأحداث والبحث عن الأغاني والمسلسلات.

(٥) أظهرت الدراسة أن الموضوعات التعليمية والاجتماعية احتلت المرتبة الأولى في ترتيب أولويات التعرّض للبودكاست لدى جمهور المستخدمين كموضوعات يفضلها المستخدمون السعوديون على البودكاست، الأمر الذي يجيب عن تساؤل الدراسة ويؤكد علاقة ذلك بدوافع المتابعة كإشباع للدوافع النفعية لجمهور المستخدمين، كما جاءت الموضوعات التقنية والتكنولوجية والفنية بمرتبة أقل في أولويات التعرّض والمتابع وأدناها الموضوعات الطبية.

(٦) كشفت الدراسة أن من أهم العوامل التي تزيد من ارتباط المستخدمين بالبودكاست هو اتصافه بالحدثية والعصرية، وأنه يتيح التعبير عن الرأي بحرية حول الأحداث الجارية، وإمكانية متابعته على أكثر من جهاز للاستقبال يناسب ذوق وحاجة المتلقي وإمكاناته؛ مما يحقق لهم متابعة البرامج التي تناسبهم وقتما شاءوا وأينما كانوا. ويتوافق ذلك مع فرضية **نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام** إذ (يختلف الأفراد في درجة اعتمادهم على وسائل الإعلام نتيجة اختلافهم على الأهداف والمصالح والحاجات الفردية).

(٧) لخصت الدراسة أهم الإشباعات المتحققة من التعرّض للبودكاست من حيث المضمون في: التعريف بالأحداث ومتابعتها وزيادة الإدراك والوعي بها، اكتساب المعارف والعلوم من خلال ما يُبث من حلقات تعليمية، وتعلم مهارات القدرة على التفكير، والتفاعل بالتعليق وإبداء الرأي حول المشاركات في موقع البودكاست والاشتراك فيه، وإشباع حاجة المعلومات لدى الجمهور وتلبية اهتماماته. بينما تمثلت إشباعات الوسيلة في تعريف المستخدمين بمتابعين في مثل سنهم وميولهم، وتزجية الفراغ والإشباع النفسي ضد العزلة والوحدة بمتابعة البرامج الترفيهية وعادة الاستخدام اليومي للإنترنت، وإعادة نشر البودكاست؛ وهو ما يتفق وجميع نتائج الدراسات السابقة.

(٨) درجة النقاء الصوتي العالي للبودكاست الذي استُخدمت فيه المؤثرات الصوتية يُعتبر من أهم العناصر التي تجذب الجمهور السعودي نحو التعرُّض للبودكاست، وتوظيف استخدام الفيديو والنصوص المصاحبة للعرض بالإضافة إلى قصر المدة الزمنية للبرامج المعروضة، كما يوفر إمكانية تحميل البرامج وحفظها ومتابعتها دون حاجة للاتصال بالإنترنت، وبذلك تكون الدراسة قد أجابت تساؤلها عن ماهية المعالجات الفنية والعناصر الجاذبة للمتابعة والتعرُّض للبودكاست لدى الجمهور السعودي. وتتفق هذه النتيجة مع دراسة (وجيه حمدي، أمل، ٢٠٠٩) التي تناولت تقنية البث الانتقائي المسموع *Podcasting* وتطبيقاتها في المكتبات إذ أشارت إلى استفادة المجال من خصائص البودكاست التي أكدتها الدراسة.

(٩) أفادت الدراسة أن تفاعل المستخدمين مع محتوى البودكاست يتباين ويتنوع ما بين تحميل المحتوى والاحتفاظ به؛ وبين إعادة نشره ومشاركته، بينما يقوم بعض المبحوثين بدعوة أصدقائهم للمتابعة والاستماع والتعليق على بعض موضوعات المحتوى المعروض، وتشير الدراسة أيضاً إلى ضعف أساليب التفاعل من نوع توجه الجمهور نحو انتقاد المتدخلين أو محاولة تغيير مسار النقاش، كما لا يوجد تفاعل بارز في التواصل المباشر والمشاركة في حلقات البودكاست وقد يعود ذلك لطبيعة البرامج المسجلة، أو المباشرة التي يقوم المتلقي بتحميلها ومتابعتها لاحقاً.

(١٠) من المؤشرات المهمة التي كشفت عنها الدراسة أن غالبية المبحوثين يرون أن البودكاست يمكنهم من الخروج من نمطية الإذاعة التقليدية، مما ينعكس إيجاباً على درجة الإشباع المتحققة لديهم، وبالتالي فإن البودكاست يوفر أوقات مشاهدة إضافية تناسب المبحوثين ويُرجع الباحث هذه النتيجة إلى التفرغ الذي يُحظى به جمهور المتلقين في الوقت الإضافي الذي يناسبهم فيختارونه للتعرض؛ مما يزيد من الأثر الاجتماعي للبودكاست، وتؤكد ذلك نظرية ثراء الوسيلة الإعلامية لما للبودكاست من خصائص تقنية تمكنه من تحقيق ذلك من خلال تعدد الأشكال الإعلامية التي يقدمها للجمهور خلال برامجها المختلفة من صور وأصوات ونصوص وفيديو؛ مما ينعكس إيجاباً على عادات التعرُّض لديهم والإشباع المتحققة منها.

(١١) إحصائيات الدراسة أثبتت أن غالبية المبحوثين يتعرضون للبودكاست بينما يزاولون أعمالهم وأنشطتهم اليومية كممارسة الرياضة واستخدام شبكات التواصل الاجتماعي وتصفح المواقع ومطالعة الصحف الإلكترونية؛ الأمر الذي يعظم دور وأهمية المحتوى الرقمي للبودكاست بالإضافة لمزاياه الأخرى وإمكانياته الاتصالية الجديدة. وبالتالي هنالك علاقة طردية بين هذه الميزات وبين درجة تحقق الإشباع إن كانت طقوسية أو نفعية؛ كما تؤثر على عادات

التعرُّض مما يزيد درجات منافسته للراديو التقليدي وإكساب أهمية لدوافع التلقّي والتعرُّض.

(١٢) من جوانب القصور التي كشفتها الدراسة عن البودكاست بالرغم من تعدد مزاياه؛ أنّ الغالبية في برامجه تميل ناحية الترفيه والمنوعات، واهتمامه بنواحي الشكل أكثر من المضمون، وقلة استضافة المسؤولين وقادة الرأي في المجتمع. كما لاحظت الدراسة أن أغلب مقدمي البرامج من الهواة غير المتخصصين في التدوين الصوتي؛ الأمر الذي يزيد من ممارسة العمل الإعلامي المتخصص من غير أهله فينعكس على الأثر المعلوماتي في المجتمع، مما يجعل الباحث يشير إلى أن هذا الإشارة لا تقتصر فقط على البودكاست؛ وإنما يعتبر ظاهرة تلازم غالبية المحتوى الرقمي على الإنترنت الذي تقل فيه درجات المسؤولية أو الرقابة نسبة لما يتمتع به الإعلام البديل من حرية ومحدودية في القوانين والتشريعات المنظمة للنشر والبيث من خلاله؛ مما ينتشر معها نشر ثقافة الغير ومخالفة بعض البرامج للأعراف والتقاليد المجتمعية، فهذه الجوانب المشار إليها تُعتبر نقاط يمكن أن تضعف من قوة هذا الوسيط إن لم تتم مراعاتها ومعالجتها، والاهتمام بها من قِبَل القائمين على الأمر، سيما وأن فاعلية المحتوى الرقمي ترتبط بهذه النقاط حتى تتحقق/ للبودكاست أهدافه المرجوة من برامجه.

(١٣) أثبت اختبار فروض الدراسة عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين المتغيرات الديمغرافية للمبحوثين كالنوع، الفئة العمرية والمستوى التعليمي؛ وبين مستويات تعرُّضهم للبودكاست، فتؤيد هذه النتيجة فرضية نظرية الاستخدامات والإشباع (التأكيد على أن الجمهور واع بشكل كافٍ ليختار الوسائل والمضمون الذي يشبع حاجاته، فالأفراد هم الذين يستخدمون وليست وسائل الاتصال هي التي تستخدم الأفراد)، وبالتالي لم يثبت تأثير يُحدث فرقا إحصائياً للمتغيرات الديموغرافية في مستوى التعرض ومتابعة البودكاست.

(١٤) أثبتت فروض الدراسة أيضاً وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين متغير مستوى التعرُّض للبودكاست وبين متغير دوافع تعرُّض جمهور المستخدمين إلى المحتوى المعروف على البودكاست؛ بحسب معامل ارتباط بيرسون (**٠.٦٥). بمستوى معنوية (٠.٠٠٠) وهي قيم تثبت وجود علاقة بين المتغيرين دالة إحصائياً؛ تفيد بأنه كلما زاد مستوى التعرض زادت الدوافع المرتبطة بهذا التعرُّض. كما بيّنت الدراسة وجود ارتباط دال إحصائياً بين متغير مستوى التعرُّض وبين متغير الإشباع المتحققة لدى جمهور المستخدمين لمنصة البودكاست؛ بمستوى معنوية ٠.٠٠٠. عند قيمة معامل ارتباط بيرسون (**٠.٥٢٩)، وبالتالي وجود علاقة نسبية بين المتغيرين والتي قد تزيد بحسب زيادة مستوى تعرُّض جمهور المستخدمين للبودكاست والتي تترتب عليها زيادة الإشباع المتحققة من هذا التعرُّض.. كما تتفق هذه

الفرضية مع فرضية نظرية الاستخدامات والإشباع (أن جمهور وسائل الإعلام جمهور إيجابي ونشط وفعال في عملية الاتصال الجماهيري، ويستخدمون وسائل الاتصال المختلفة لإشباع حاجاتهم وتحقيق أهدافهم).

التوصيات:

١. الاهتمام بالمحتوى الرقمي المتخصص للبودكاست وتوظيفه في الخدمة المجتمعية ومعالجة القضايا؛ من خلال الاستفادة من مهارات صنّاع المحتوى والذين يلاحظ أن غالبيتهم من الهواة، والتركيز على تأهيلهم أكاديمياً في مجالات الإعداد والتقديم والاستفادة من مواهبهم في التدوين الصوتي وتقنياته.
٢. المضامين التي يتم عرضها في الفترات المسائية لها أهميتها نسبة لذروة المتابعة فيها، وبالتالي يجب التركيز عليها من قِبَل صنّاع المحتوى الإذاعي لضمان تحقيق التأثير الاجتماعي المستهدف.
٣. اهتمام القائمين على خدمات البودكاست بإجراء الدراسات والبحوث لقياس التطورات اللحظية للمحتوى الرقمي، والاستفادة من نتائجها في توظيف مزاياه في صناعة التأثير الإيجابي في مجتمع المستخدمين.
٤. زيادة التعمق في تناول الموضوعات التي تهتم المجتمع بالتركيز على استضافة المسؤولين وقادة الرأي في المجتمع؛ بالاستفادة من النماذج الخبرات المتوفرة في الإذاعات والراديو التقليدي.

المراجع:

١. محمد، ديراني (١٩٩٧): فعالية برنامج التأهيل التربوي للمعلمين في تحسين ممارساتهم التعليمية، مجلة دراسات، عمان الأردن، ٢٤.
٢. إبراهيم أحمد أبو عرقوب (١٩٩٣): الاتصال الإنساني ودوره في التفاعل الاجتماعي، دار مجدلاوي، عمان، ص ٢٦٣.
٣. إيمان المعولية (٢٠٢١): أثر توظيف تقنية البودكاست في تنمية مهارة الاستماع في مادة اللغة الإنجليزية، المجلة الدولية للدراسات النفسية والتربوية، المجلد ١٠، العدد ١.
4. Bierman, J. and Valentino, M.L. (2011), "Podcasting initiatives in American research libraries", *Library Hi Tech*, Vol. 29 No. 2, pp. 349-58
٥. كافي، مصطفى يوسف، (٢٠١٦)، نظريات الاتصال والإعلام الجماهيري (عمان: دار الإعصار العلمي للنشر والتوزيع، ط١).
6. Joseph R. Dominick: *The Dynamics of Mass Communication 5th* (New York: McGraw Hill, 1996)
7. Chung, Christina, and Kristine Austria. "Social Media Gratification and Attitude toward Social Media Marketing Messages: A Study of the Effect of Social Media Marketing Messages on Online Shopping Value." *Proceedings of the Northeast Business & Economics Association* (2010).
8. Quan-Haase, Anabel, and Alyson L. Young. "Uses and gratifications of social media: A comparison of Facebook and instant messaging." *Bulletin of science, technology & society*, (2010)
٩. رايس، علي ابتسام، (٢٠١٩): استخدام الطلبة الجامعيين الجزائريين لموقع الفايستوك (جامعة وهران) دراسة استطلاعية في الأنماط والآثار على ضوء نظرية الاستخدامات والإشباع "مجلة آفاق للعلوم: العدد 33- 51.
10. Denis Mc Quail, *Mass Communication Theory, 4th ed.* (Britain: Alder Press, (2000)
١١. عبد الباقي، عثمان فكري، (٢٠٠٦): استخدامات النخبة المصرية لوسائل الإعلام، دراسة ميدانية، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، ص ٤٥
١٢. النازي، الحسن علي، (٢٠١١): استخدامات الشباب اليمني للصحف الإلكترونية والإشباع المتحققة، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة أسبوط، كلية الآداب، ص ٣٣
١٣. أمين، رضا عبد الواحد، (٢٠٠٧)، النظريات العلمية في مجال الإعلام الإلكتروني (الطبعة الأولى).
١٤. أبو إصبع، صالح، (٢٠٠٦)، الاتصال والإعلام في المجتمعات المعاصرة، عمان دار المجدلاوي.
١٥. عبد الصادق، حسن، (٢٠١٣): دوافع استخدام الشباب الجامعي في الجامعات البحرينية لإذاعات الإنترنت، دراسة ميدانية، مجلة رؤى استراتيجية، سبتمبر، ص ١١٤.
١٦. عبد الحميد، عاطف عباس، (٢٠١٦): "تقنية البث الإلكتروني المسموع *Podcasting* وإمكانية تطبيقها في المكتبات الأكاديمية: دراسة تجريبية"، أطروحة ماجستير، كلية الآداب، جامعة الإسكندرية.
١٧. أمل وجيه حمدي، (٢٠٠٩): تقنية البث الانتقائي المسموع *Podcasting* وتطبيقاتها في المكتبات: دراسة لتجربة منظومة مكتبات جامعة جورجيا بأثينا، الولايات المتحدة الأمريكية، الرياض، السعودية: الاتحاد العربي للمكتبات والمعلومات، ص ص ٧٥-١٠٥.
١٨. رقية بوسنان، (٢٠١٩): ديناميكية البودكاست في العملية التعليمية، مجلة دراسات إنسانية واجتماعية، ج ٢ ع ١٠، جامعة الأمير عبد القادر، الجزائر، ص ص ١٠٧.
19. Helen Chiumbu, Sarah and Ligaga, Dina, *Communities of stranger hoods: internet, Mobile Phones and the Changing Nature of Radio Cultures in south Africa, Telematics and informatics*, (vol. 30, No. 3, 2013) pp. 242-251
٢٠. الحمدي، عبد الله (٢٠٢١): تأثير المحتوى الإعلامي الجديد على اتجاهات المجتمع السعودي نحو مبادئ الوطنية، المجلة العربية للإعلام والاتصال، العدد ٢٧، ص ١٤٧.