

التدوين الصوتي "بودكاست" في ضوء معايير الابتكار
الإعلامي: تحليل من المستوى الثاني في الفترة: (2018-2023)م

د/منة الله كمال موسى دياب
مدرس الإذاعة والتلفزيون – كلية الإعلام – جامعة بني سويف

ملخص الدراسة

هدفت الدراسة إلى رصد وتحليل الدِّراسات الإعلامية العربيَّة والأجنبيَّة الحديثة في مجال صناعة البودكاست، وذلك ضمن معايير الابتكار الإعلاميِّ من مختلف المدارس البحثيَّة على مستوى العالم في الفترة من (2018م حتى 2023م)، وتنتمي هذه الدراسة إلى نوعيَّة البحوث الوصفيَّة التحليليَّة، تلك البحوث التي تعتمد على استخدام أسلوب التحليل من المستوى الثاني، وبلغ عدد الدراسات -عينة الدراسة- (60) دراسة، كما استهدفت الدراسة -وفقاً لأسلوب تحليل المستوى الثاني- تقديم رؤية نقدية مقارنة للأدبيَّات والدِّراسات -موضوع التحليل- تضم الإشكاليَّات البحثيَّة المُباراة، والأطر المعرفيَّة، والمداخل النظرية التي تم الاستعانة بها، والمناهج، والعينات، والأدوات البحثيَّة المستخدمة. ومن أهم النتائج التي توصلت إليها الدِّراسة: عرض الدِّراسات -عينة التحليل- وفقاً لطبيعة المضامين مقسمة للمحاور التالية: التدوين الصوتيِّ، وصناعة البودكاست ضمن معايير الابتكار الإعلاميِّ، وفعاليَّة البودكاست في تحسين تجربة المستمعين في العمليَّة التعليميَّة وتنميَّة مهاراتهم، "البودكاست الحواري" ودوره في تنمية المسؤوليَّة الاجتماعيَّة والوعي بسبل الاستدامة، واستراتيجيَّات التدوين الصوتيِّ الرقميِّ وفقاً لتفضيلات ودوافع المستمعين، ومن حيث المنهجيات البحثيَّة: فقد اختلفت المدارس العلميَّة في استخدام هذه المنهجيات، وأدوات التحليل؛ فقد اعتمدت المدارس الأمريكيَّة على البحوث الاستقصائيَّة، في حين اتَّسمت المدارس الآسيويَّة والعربيَّة بالاهتمام بالدِّراسات الثقافيَّة والتعليميَّة والاجتماعيَّة، وكذلك اختلفت المدارس العلميَّة في المفاهيم والنظريَّات التي تعتمدها في دراسة البودكاست؛ حيث استخدمت المدارس الأمريكيَّة مفاهيم مثل "التدوين الصوتي" و"السردي الصوتي"، بينما استندت المدارس الأوروبيَّة إلى الدِّراسات الأدبيَّة والثقافيَّة؛ وقد اعتمدت المدارس الآسيويَّة على المفاهيم التقليديَّة، في حين اهتمت المدارس العربيَّة بالدراسات التوعويَّة والتنمويَّة والمهاريَّة، كما ارتبطت طبيعة المضامين بالسياق الثقافي والاجتماعي لتلك المدارس.

توصياتُ الدراسة : تمثلت الرؤى المستقبلية، والأجندة البحثية المقترحة لتطوير بحوث بودكاست ضمن معايير الابتكار الإعلامي في تحسين استراتيجيات الإنتاج والتسويق والابتكار في الصيغ والمحتوى، وتوظيف تقنيات تحليل البيانات والذكاء الاصطناعي في بحوث بودكاست؛ لفهم سلوك المستمعين بشكل أفضل.

الكلمات الدالة: التدوين الصوتي - بودكاست - الابتكار الإعلامي - تحليل مستوى ثاني.

مقدمة:

يشهد العالم اليوم تحولاً ثقافياً وتكنولوجياً يؤثر بشكل كبير على وسائل الإعلام، وطرق توصيل المعلومات، ومن بين هذه التحولات يبرز البودكاست كأحد الظواهر البارزة التي شهدت نمواً هائلاً خلال الفترة من عام 2018 إلى عام 2023.

يشير البودكاست إلى مصطلح ظهر لأول مرة في مقالة للصحفي البريطاني بن هامرسلبي في عام 2004 بعنوان "ثورة مسموعة" ويُعرف البودكاست أيضاً باسم "تدوين صوتي"، وهو برنامج صوتي مسجل يتم نشره عبر الإنترنت، حيث يمكن الاستماع إليه وتنزيله. (Bottomley, 2015)

يسمح البودكاست للأفراد بإنشاء محتوى صوتي قائم على الاهتمامات الشخصية والخبرات المتنوعة، وقد شهدت هذه الصناعة تطورات ملحوظة خلال السنوات الخمس الماضية، وتجاوزت حدود الوسائط التقليدية وصولاً إلى جمهور عالمي واسع النطاق.

وتهدف هذه الدراسة التحليلية من المستوى الثاني إلى استكشاف الاتجاهات الحديثة والمبتكرة في صناعة البودكاست خلال الفترة الممتدة من عام 2018 إلى عام 2023.

وتُشتق كلمة البودكاست من مجموع كلمتي: "الإذاعة" (Broadcast) و"آي بود" (iPod). فتُستخدم الكلمة لوصف البرامج الإذاعية التي يمكن الاستماع إليها حسب الطلب، فيمكنك الاستماع إلى البودكاست في أي وقت ترغب فيه، بعكس محطات الراديو والتلفزيون التي يتم بث محتواها على جدول زمني محدد، يتنوع محتوى البودكاست في كثير من الفئات منها: الدراما، والكوميديا، والرياضة، والتحليل السياسي، والتجارة، والأعمال، وغيرها. هناك كثير من تطبيقات البودكاست المتاحة، مثل تطبيقات: (Apple Podcasts و Google Podcasts و Stitcher, Cast box, Rime & Pocket Casts) (Collins, 2022)

كما شهدت صناعة البودكاست نمواً ملحوظاً في أعداد المستمعين؛ حيث زاد الطلب على المحتوى الصوتي بشكل كبير؛ ففي عام 2021 ارتفع عدد المستمعين للبودكاست

بنسبة 10.1% شهريًا في الولايات المتحدة، ووصل إجماليُّ عددهم إلى 117.8 مليون مستمع (www.insiderintelligence.com)



شكل رقم (1) يوضح الشكل البياني تقرير منصة البودكاست العربي

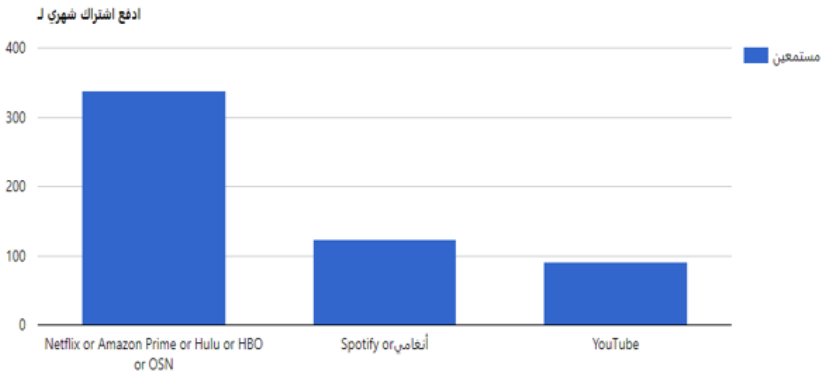
AR-Podcast لرصد نوع عدد برامج البودكاست في الوطن العربي منذ العام (2007 إلى 2023)

حيث شهدت صناعة البودكاست نموًا كبيرًا عالميًا خلال السنوات الأخيرة، وهذا النمو تأثرت به أيضًا الوطن العربي، منذ عام 2007، حيث شهدت صناعة البودكاست زيادة في معدلات الإنتاج والاستهلاك في الدول العربية وذلك نظرًا لتطور تقنيات البث والتسجيل على مر السنين، مما جعل من السهل على الأفراد والمؤسسات إنتاج البودكاست بجودة عالية ومتوسطة وعادية وتوزيعها عبر منصات البث الرقمي بالإضافة إلى انتشار الهواتف الذكية وسهولة الوصول إلى التطبيقات المتخصصة في البودكاست، مما أتاح للمستخدمين الاستماع إلى البودكاست في أي وقت ومكان يرونه مناسبًا (Hurst, 2019).

كما أشارت بعض الدراسات للمنصات الرقمية التي تدعم خدمة التدوين الصوتي حسب الطلب إلى تقدم منصة سبوتيفاي في مجال البودكاست في الولايات المتحدة للعام 2021؛ فقد تفوقت سبوتيفاي على Apple Podcasts في عدد المستمعين؛ حيث يستمع 28.2 مليون مستخدم للإنترنت في الولايات المتحدة إلى البودكاست شهريًا عبر سبوتيفاي، ويبلغ عدد مستخدمي بودكاست شركة أبل 28 مليون مستخدم، كما أوضحت

نتيجة استطلاع رأي مؤسسة البودكاست العربي 2019 تزايد نسبة الاستماع للمحتوى الصوتي عند الطلب (بودكاست) في الدول العربية، وقد أكدت على أن أكثر من 58 المئة من المستمعين مستعدون لدعم منشئي المحتوى بمبلغ شهري؛ حيث جاءت السعودية في المقدمة، يليها الإمارات العربية المتحدة، ثم يليها مصر (www.ar-podcast.com,2019)

ووفق لما ذكره موقع AR- Podcast بأن بعض مستمعي البودكاست لديهم اشتراكات شهرية في خدمات التدوين والسرد الرقمي لأغراض الإستماع للبودكاست كما هو موضح بالشكل التالي:



الشكل رقم (2) يوضح نسبة اشتراك مستمعي البودكاست في منصات خدمات البث

يوضح الشكل الحالي ان بعض مستمعي البودكاست لديهم قابلية للدفع عبر الانترنت مقابل الحصول على المحتوى، حيث أشارت الاحصائيات وفق لموقع بودكاست بالعربي للعام 2023 ان 60٪ من مستمعي البودكاست في الوطن العربي لديهم اشتراك في منصات خدمات البث الترفيهي بغرض الاستماع للبودكاست مثل Netflix او Hulu و 18٪ لديهم اشتراك في خدمات بث الموسيقى مثل أنغامي و Spotify و 9% لديهم اشتراك في اليوتيوب (www.ar-podcast.com,2023).

أصبحت الابتكارات الإعلامية وسيلة مهمة لتحويل صناعة الإعلام وتقديم محتوى جديد ومبتكر، وتتضمن الابتكارات الإعلامية استخدام تقنيات جديدة مثل: الواقع الافتراضي: والواقع المعزز، والبث المباشر، والتفاعل مع المستخدمين عبر الوسائط المتعددة. والبودكاست يعد جزءاً من عصر الابتكار الإعلامي، كما يعد تطوراً مهماً في صناعة الإعلام، حيث يمكن للأفراد إنشاء ونشر محتوى صوتي عبر الإنترنت، والاستماع إليه في أي وقت ومن أي مكان، ويسمح البودكاست بانتشار المعلومات والأفكار والقصص بشكل شخصي ومباشر، ويعد وسيلة فعالة لتبادل المعرفة وتوسيع قاعدة المستمعين. (Nur'aini, Supriatna & Ratmaningsih, 2023).

وعند إجراء تحليل المستوى الثاني يتم فحص الموضوع بشكل عميق وتفصيلي لفهم مكوناته وتفصيله؛ فيشمل التحليل: الاستقصاء المستفيض والدقيق للبيانات والمعلومات المتاحة وتحليلها بواسطة الأدوات والتقنيات المناسبة. (Lindgren, 2023). وتأسيساً على ما سبق تهدف الدراسة الحالية إلى رصد وتحليل الاتجاهات الحديثة والمبتكرة في صناعة البودكاست على مستوى الدراسات العربية والأجنبية من مختلف المدارس البحثية على مستوى العالم في الفترة من (2018 حتى 2023) ومراجعة هذا التراث، وتحليله؛ لتقديم رؤية متكاملة تشتمل على رصد الأطر النظرية، والنماذج التي اعتمدت عليها، وأدوات جمع البيانات، والمناهج المستخدمة، وأهم النتائج التي توضح الاتجاهات الحديثة في الدراسات العربية والأجنبية.

أهداف الدراسة:

- رصد الدراسات العربية والأجنبية المتعلقة ببحوث البودكاست والتوجهات الحديثة نحو الابتكارات الإعلامية المسموعة في الفترة من عام 2018 حتى عام 2023.
- كشف الاتجاهات الحديثة في صناعة البودكاست التي تمت مناقشتها في الدراسات المحللة، وذلك من أجل تصنيف التنوع في الاهتمامات البحثية المختلفة في مجال صناعة البودكاست.

- رصد الأطر النظرية، والنماذج التي تم الاعتماد عليها في الدراسات، وكذلك المنهجيات المستخدمة وأدوات جمع البيانات.
- كشف أهم النتائج التي توصلت إليها الدراسات والأبحاث المتعلقة بصناعة البودكاست.
- تقديم رؤية مستقبلية واقتراف أجندة بحثية لتطوير البحوث في مجال صناعة البودكاست، والتدوين الصوتي حسب الطلب.

إشكاليَّة الدراسة:

تتجلى مشكلة الدراسة في رصد وتحليل الدراسات العربية والأجنبية التي تناولت التوجهات النظرية، والمقاربات المنهجية في بحوث صناعة البودكاست في عصر الابتكار الاعلامي خلال الفترة الزمنية من 2018 الى 2023م، وكذلك تحليل الأطر النظرية، إضافة الى تحديد أبرز الأدوات المنهجية التي اعتمدت عليها الدراسات، وكذلك طرح أهم النتائج التي توصلت إليها تلك الدراسات بهدف تقديم دراسة تحليلية متعمقة للتوجهات البحثية في مجال الدراسة.

وتجدر الإشارة إلى أهمية هذا النوع في الدراسات التي تسعى إلى التحليل المتعمق لتوجهات الإعلام الرقمي في عصر الابتكار الإعلامي؛ حيث ترجع أهمية الدراسة الراهنة إلى أسباب منها:

- 1- الوقوف على حجم الإنتاج العلمي في مجال بحوث البودكاست، وذلك في إطار رؤية نقدية مقارنة لمختلف المدارس الأكاديمية في هذا المجال.
- 2- مراجعة وتقييم عدد من الدراسات العربية والأجنبية خلال الفترة الزمنية من 2018 حتى 2023 التي اهتمت بصناعة البودكاست، والتدوين الصوتي حسب الطلب، وذلك لتقديم ووضع أجندة بحثية مستقبلية تتضمن رؤى واتجاهات بحثية جديدة في هذا المجال.

تساؤلاتُ الدراسة:

- 1- ما محتويات البحوث العربية والأجنبية التي تناولت صناعة البودكاست في عصر الابتكار الإعلامي؟
 - 2- ما النظريات التي تم استخدامها في دراسات تحليل البودكاست؟
 - 3- ما الطرق والمنهجيات التي استخدمت في دراسات تحليل البودكاست؟
 - 4- ما النتائج الرئيسة التي توصلت إليها هذه الدراسات التحليلية؟
- منهجيةُ الدراسة:

استخدمت الباحثة منهج المسح في دراستها لتتبع التوجهات البحثية المتعلقة بموضوع الدراسة، وذلك باستخدام أسلوب تحليل البيانات من المستوى الثاني (Meta-Analysis) لبحوث صناعة البودكاست المتاحة والمنشورة في دوريات أجنبية وعربية محكمة، في الفترة من عام 2018م حتى 2023م، وقد اعتمد العرض على التحليل الكيفي؛ حيث تم تحليل القضايا البحثية التي تناولتها الدراسات كيفياً، وتم استخلاص أهم الإضافات المعرفية، والمنهجية، والنظرية، ثم تقديم رؤية نقدية مقارنة بين الدراسات العربية والأجنبية، وصولاً إلى تقديم أجندة بحثية مستقبلية للباحثين في مجال صناعة البودكاست في عصر الابتكار الإعلامي، وقد اعتمدت الدراسة الحالية على الخطوات المتبعة في تطبيق منهج تحليل المستوى الثاني (Hellwig, Roberts & Schulze, 2020):

وهي تحديد القضية البحثية محل الاهتمام، ومن ثم تحديد أهداف مراجعة البحوث المنشورة حول هذه القضية، ثم جمع المعلومات من الدراسات ذات العلاقة بالقضية البحثية، ثم وضع خطة تصنيف وتحليل المعلومات التحليل الكيفي للمعلومات وتفسيرها، ثم رصد النتائج العامة والخروج بمؤشرات ورؤى مستقبلية وتدرج هذه الدراسة ضمن الدراسات الوصفية التحليلية، حيث لا تقتصر على وصف الظواهر والعناصر فحسب، بل تسعى لتحليل الاتجاهات الحديثة في بحوث صناعة البودكاست في عصر الابتكار الإعلامي، وكشف العوامل والمتغيرات المؤثرة فيها.

مجتمع وعينه وأداة الدراسة:

يتمثل مجتمع العرض التحليلي في: البحوث العربية والأجنبية التي تناولت صناعة البودكاست في عصر الابتكار الإعلامي؛ حيث تم استخدام إطار زمني محدد لتطبيق هذه الدراسة على إنتاج الأبحاث العلمية التي تناولت صناعة البودكاست في عصر الابتكار الإعلامي؛ حيث تم جمع البيانات من مصادر مختلفة، وذلك في الفترة من 2018 وحتى 2023، وذلك على النحو الآتي:

المكتبة الرقمية بـ "بنك المعرفة المصري www.ekb.eg، وذلك للوصول إلى النصوص الكاملة للدوريات الآتية، The International Communication Gazette, Mass Communication Quarterly, Media, Newspaper Journalism Research Journal, Communication research, Mass Communication and Society وكذلك قواعد البيانات العالمية، ERIC, Springer, Scopus وكذلك المكتبة الرقمية الخاصة بدار المنظومة (www.mandumah.com) وهي قاعدة بيانات عربية متاحة على شبكة الإنترنت تضم كثيرا من البحوث والدراسات العربية، وكذلك بعض محركات البحث الإلكترونية التي تحوي بحوثا ودراسات أجنبية في مجال الإعلام، مثل محرك الباحث العلمي: www.scholar.google.com.eg، وقد استعانت الباحثة في جمع الدراسات العربية والأجنبية -عينة الدراسة- بقواعد البيانات العربية والأجنبية على شبكة الإنترنت، وعدد من المواقع الأكاديمية، ومواقع المجالات العلمية العربية، واعتمدت الدراسة على أسلوب العينة العمدية في اختيار البحوث الخاضعة للتحليل وفق متغيري موضوع البحث وسنة النشر في إطار الفترة الزمنية المحددة للدراسة وهكذا توصلت الباحثة إلى 30 دراسة باللغة العربية، و30 دراسة باللغة الإنجليزية، وبذلك بلغ إجمالي الدراسات -عينة التحليل- 60 دراسة. وفيما يخص أداة الدراسة التحليلية؛ استخدمت الباحثة أداة واحدة تعتمد على التحليل من المستوى الثاني لتحليل الأبحاث العربية والأجنبية المتعلقة بصناعة البودكاست في عصر الابتكار الإعلامي، بما في ذلك الموضوعات التي تمت مناقشتها في هذه الدراسات والاتجاهات البحثية،

والأطر النظرية، والإجراءات المنهجية التي تم اعتمادها، وأهم النتائج التي تم التوصل إليها.

الإطار الزمني للدراسة:

يمتد الإطار الزمني لهذه الدراسة ليشمل الفترة الممتدة ما بين أعوام (2018م وحتى 2023م)، بوصفه إطاراً مناسباً يسمح للباحثة برصد وتوصيف الاتجاهات الحديثة في مجال صناعة البودكاست، وبذلك تتمكن الباحثة من رصد مجالات صناعة البودكاست، وآليات التطور ومؤشراتها، وكذلك إمكانية الرجوع إلى أكبر قدر ممكن من الدراسات التي تمكن الباحثة من التعرف على مؤشرات هذه الاتجاهات بين المدارس الأكاديمية المختلفة، وتوزعت الدراسات خلال المدى الزمني إلى 6 دراسات خلال العام 2018م، و6 دراسات في عام 2019م، و5 دراسات في عام 2020م، أما في عام 2021م فقد بلغ عددها 12 دراسة، وشهد عام 2022م تزايداً ملحوظاً في أعداد الدراسات، حيث بلغ عددها 15 دراسة، وكذلك في عام 2023م تزايدت أعداد الدراسات التي اهتمت بالبودكاست حيث تم رصد 16 دراسة، وهكذا توصلت الباحثة إلى 30 دراسة عربية، و30 دراسة أجنبية؛ وبذلك بلغ إجمالي عدد الدراسات -عينة التحليل- 60 دراسة، وتوضح الجداول التالية توزيع عينة الدراسات الخاضعة للتحليل وفق سنة النشر، ووسيلة النشر، ومحاور الاهتمام.

جدول رقم (1)

توزيع عينة الدراسة وفق سنة النشر.

سنة النشر	عدد الدراسات المنشورة
2018	6 دراسات
2019	6 دراسات
2020	5 دراسات
2021	12 دراسة
2022	15 دراسة
2023	16 دراسة
المجموع	60 دراسة

شهدت دراسات البودكاست تطورًا وانتشارًا ملحوظًا كما يوضحها الجدول رقم (1) حيث يوضح توزيع عينة الدراسة وفق لسنة النشر وقد شهدت دراسات البودكاست عينة الدراسة ارتفاعا ملحوظا في السنوات 2021 بموجب 12 دراسة وفي العام 2022 بموجب 15 دراسة وفي العام 2023 بموجب 16 دراسة وقد توضح هذه النسب زيادة عدد الدراسات في السنوات المذكورة (2021، 2022، 2023) وتشير إلى زيادة الاهتمام بالبودكاست كموضوع للدراسة والبحث، هذه النتائج تعكس النمو المستمر والتطور البحثي الذي يشهده مجال دراسات البودكاست في السنوات المقبلة .

جدول رقم (2)

توزيع عينة الدراسة وفق وسيلة النشر.

وسيلة النشر	عدد الدراسات المنشورة
رسائل ماجستير أو دكتوراه	9
دراسات قدمت في مؤتمرات علمية	2
دراسات نشرت في دوريات علمية	49
المجموع	60

يوضح الجدول رقم (2) توزيع عينة الدراسة وفق لوسيلة النشر أن دراسات البودكاست عينة الدراسة قد شهدت ارتفاعا ملحوظا في الدراسات التي نشرت في دوريات علمية وذلك بموجب 49 دراسة، بينما نجد ندرة في رسائل الماجستير والدكتوراة التي تناولت البودكاست وذلك بموجب 9 دراسات، واقتصرت الدراسات التي قدمت في مؤتمرات علمية بموجب دراستين وقد يفسر تلك النسب التحديات التي يواجهها الباحثون نظرا لعدم توفر البودكاست كموضوع بحثي شائع في الأطروحات الأكاديمية والمؤتمرات، كما يمكن أن تكون هذه النتائج مؤشرًا على أن البودكاست لا يزال في مرحلة نموه وتطوره، وأنه يستحق المزيد من الدراسات والبحوث لاستكشاف فوائده وتأثيره في مختلف المجالات الأكاديمية والعملية.

جدول رقم (3)

توزيع عينة الدراسة وفق محاور اهتمام الدراسات السابقة

الدراسات الأجنبية	الدراسات العربية	عدد الدراسات المعنية	محاور اهتمام الدراسات السابقة
9	7	16	المحور الأول: التدوين الصوتي، وصناعة البودكاست ضمن معايير الابتكار الإعلامي
3	15	18	فاعلية البودكاست في تحسين تجربة المستمعين في العملية التعليمية وتنمية مهاراتهم
5	5	10	"البودكاست الحواري" ودوره في تنمية المسؤولية الاجتماعية والوعي بسبل الاستدامة
14	2	16	استراتيجيات التدوين الصوتي الرقمي وفقاً لتفضيلات ودوافع المستمعين
32	28	60	اجمالي عدد الدراسات

يوضح الجدول رقم (2) توزيع عينة الدراسة وفق محاور اهتمام الدراسات السابقة ويتضح من خلال الجدول ارتفاع عدد الدراسات التي اهتمت بإستراتيجيات التدوين الصوتي الرقمي وفقاً لتفضيلات المستمعين ويتفق ذلك مع ماشهدته صناعة البودكاست من نمواً كبيراً في عدد المستمعين خلال السنوات الأخيرة وزيادة الاهتمام بالبودكاست وتفضيل المستمعين للمحتوى الصوتي على النصوص التقليدية، بالإضافة إلى التطورات في تطبيقات البودكاست ومنصات البث، جنباً إلى جنب مع سهولة الوصول إلى البودكاست عبر الهواتف الذكية وأجهزة الاستماع الشخصية، بما جعل التدوين الصوتي الرقمي أكثر قابلية للتنفيذ والاستخدام من قبل الناشرين والمستمعين، وضرورة توجه الباحثين لدراسة دوافع المستمعين وتفضيلاتهم .

الإطارُ المعرفيُّ للدراسة:

تعد الابتكارات الإعلامية مهمة - خاصة - في ظل التغيرات السريعة في صناعة الإعلام والتكنولوجيا؛ فهي تساعد في خلق تجارب إعلامية جديدة ومميزة، وتسهم في تعزيز التفاعل بين الجمهور ووسائل الإعلام، وتوفر فرصاً جديدة لاستراتيجيات الإعلام التفاعلي الرقمي. أ. التدوينُ الصوتيُّ أو البودكاست:

يُعرف البودكاست على أنه سلسلة من الملفات الصوتية أو المرئية، سواء كانت يومية أو أسبوعية أو شهرية، ويمكن للأشخاص الاشتراك بها والاستماع إليها في أي وقت ورونة مناسباً (Nugroho & Anwar, 2022) ويتكون التدوين الصوتي البودكاست من سلسلة من الحلقات الصوتية التي يتحدث فيها المضيف أو فريق المضيفين عن مواضيع محددة، يمكن أن تكون المواضيع متنوعة ومتعددة، وتشمل المناقشات الثقافية، والأخبار، والتكنولوجيا، والسياسة، والصحة، والرياضة، والترفيه، والتعليم، والعديد من المجالات الأخرى (Dowling & Miller, 2019)

لعل ما يميز التدوين الصوتي البودكاست هو تفاعلية المحتوى وقدرته على الوصول إلى جمهور عريض في جميع أنحاء العالم يمكن للمستمعين الاستماع إلى البودكاست في الوقت الذي يناسبهم، سواء أثناء العمل، أو التنقل، أو خلال وقت فراغهم، كما يمكن للمستخدمين الاشتراك في البودكاست المفضل لديهم وتلقي تحديثات تلقائية عند نشر حلقات جديدة، كما يمكن إنشاء التدوين الصوتي البودكاست بسهولة باستخدام معدات بسيطة، مثل الميكروفون والحاسوب، ويمكن تحرير الحلقات باستخدام برامج المونتاج والمكساج (Sullivan, 2019).

يعد الراديو والبودكاست هما وسيلتان لنشر المحتوى الصوتي، وعلى الرغم من أن البعض قد يعتبرهما مصطلحين متشابهين، إلا أن هناك اختلافات بينهما ولعل أبرز الاختلافات الرئيسية هو طبيعة تاريخ الصلاحية للمحتوى بعد النشر حيث يكون المحتوى الراديو متاحاً للاستماع في وقت بثه ولا يسهل الوصول إليه بعد ذلك، أما البودكاست فيعتمد على محتوى مسجل ومؤرشف عبر الإنترنت، مما يسمح للمستمعين بالاستماع إليه في أي وقت

يرغبون فيه، علاوة على ذلك يعتمد الراديو على برامج بث مباشر مع فواصل إعلانية محددة، وهو يعتمد بشكل كبير على البث الفوري والتفاعل مع المستمعين على الهواء مباشرة. بالمقابل، يتيح البودكاست للمضيفين تسجيل الحلقات وإنتاجها مسبقًا، ويمكنهم التحضير وتحرير المحتوى بشكل مفصل ودقيق قبل نشره (Berry, 2022).

أيضًا، يمتاز البودكاست بتنوع المحتوى والمواضيع المتاحة، يمكن للمضيفين إنشاء بودكاست حول أي موضوع يهمهم، سواء كان ذلك في الأخبار والثقافة والتكنولوجيا والترفيه وغيرها، بينما قد يكون الراديو مقيدًا بجدول برامج محدد وفقًا لاهتمامات القناة.

وفيما يتعلق بالجمهور، يستهدف الراديو جمهورًا أوسع وأشمل بمحتوى متعدد التصنيفات والمواضيع، بينما يستهدف البودكاست جمهورًا محددًا ومهتمًا بقضية معينة، باختصار، الراديو هو وسيلة بث صوتية فورية وتفاعلية مع تاريخ صلاحية محدود، بينما البودكاست هو تسجيل صوتي مسجل متاح عبر الإنترنت، مع تنوع في المحتوى والتوافر الدائم، كما يلاحظ انتشار البودكاست في جميع أنحاء العالم، بما في ذلك المنطقة العربية، نظرًا لسهولة الاستماع إليها في أي مكان أثناء التنقل ودون أي تكلفة إضافية للمستهلك، مما يسمح للأشخاص بالاستماع إليها أثناء قيامهم بالمهام اليومية، وتنوع المواضيع المطروحة التي تناسب الأذواق والأعمار المختلفة (هاشم، عبد الرحمن، 2023).

وتعود نشأة البودكاست إلى عام 2004 آنذاك، كان الأمر يتمثل فقط في ابتكار تكنولوجي يسمح للمحطات الإذاعية ببث برامجها بشكل غير مباشر، فكان بإمكانها نشر البودكاست على الإنترنت، وبإمكان المستمعين تحميلها حسب ما يُناسبهم (www.unesco.org/ar).

ومصطلح «بودكاست» من خلال دمج كلمتي "بود" و"كاست" ليصبح "بودكاست" وهو إدغام كلمتي «آي بود» (المشغل المحمول الذي اخترعته شركة آبل الأمريكية والذي يسمح للمستخدمين بتنزيل الملفات الصوتية) وبودكاست (التي تعني «البث» باللغة الإنجليزية).

وعبارة «بودكاست» التي اخترعها الصحفي بن هامرسلابي من صحيفة الغارديان، هي مصطلح يعكس هذه الخصائص (Berry, 2015)

ب. الابتكارُ الإعلاميُّ media innovations :

يشير هذا المصطلح إلى عملية تطوير وتقديم أفكار ومفاهيم جديدة ومبتكرة في مجال الإعلام والاتصال، كما يهدف الابتكار الإعلامي إلى إحداث تغيير وتحسين في طرق إنتاج وتوزيع المحتوى الإعلامي، سواء كان ذلك في وسائل الإعلام التقليدية مثل التلفزيون والراديو والصحف، أو في وسائل الإعلام الجديدة والرقمية. (Bleyen& etal, 2014)

ويمكن أن يتضمن الابتكار الإعلامي تطوير تقنيات وأدوات جديدة لإنتاج ونشر المحتوى الإعلامي، مثل تطبيقات الهواتف المحمولة ومنصات البث المباشر، وأيضاً تطوير أساليب جديدة للتفاعل والمشاركة مع الجمهور، مثل الواقع الافتراضي والواقع المعزز وتقنيات البث التفاعلي. (Saura& etal, 2023)

ج. معايير الابتكار الإعلامي في صناعة البودكاست تتراوح وفقاً للأهداف والرؤية المحددة لكل بودكاست وطبيعة المحتوى الذي يتم تقديمه كما أوضحها Rime, (Pike& Collins,2022):

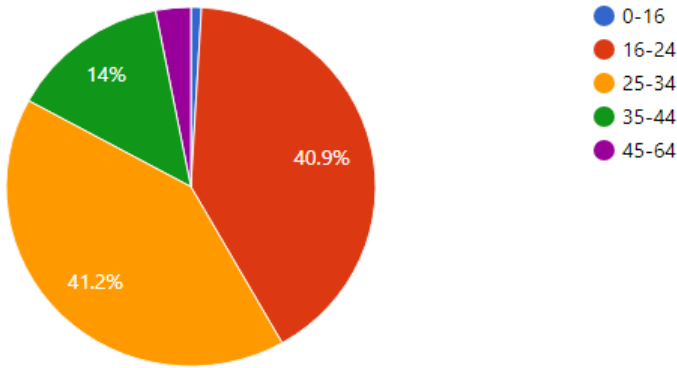
المحتوى الجديد والمبتكر: يجب أن يتميز البودكاست بمحتوى فريد ومبتكر يمكن أن يلفت انتباه الجمهور ويثير اهتمامه، ويمكن تحقيق ذلك من خلال تقديم آراء جديدة، أفكار مبتكرة، قصص فريدة، ضيوف مميزين أو طرح مواضيع نادراً ما يتم مناقشتها في البودكاستات الأخرى.

جودة الإنتاج والجودة التقنية: يجب أن يتمتع البودكاست بجودة عالية في الإنتاج والتقنية، وأن يتضمن ذلك جودة التسجيل الصوتي والمونتاج والموسيقى المصاحبة إن وجدت، كما يتعين أن يكون الصوت واضحاً وسلساً، وأن يكون التركيز على تقديم تجربة استماع ممتعة وسلسلة للمستمعين.

التفاعلية ومشاركة الجمهور: أن يتميز الابتكار في صناعة البودكاست بعنصر التفاعل مع الجمهور ومشاركته في المحتوى وتوفر امكانية مشاركته عبر وسائل التواصل الاجتماعي والبريد الإلكتروني والتعليقات على الموقع الإلكتروني لجمع آراء المستمعين واقتراحاتهم والرد عليها وتقييم تجربة المستمعين.

استراتيجيات التسويق والترويج للبودكاست: استخدام وسائل التواصل الاجتماعي والتعاون مع المدونين والمؤثرين لزيادة الوعي والانتشار واستخدام منصات المناسبة لطبيعة المحتوى الخاص بالبودكاست.

د. صناعة البودكاست في المجتمعات العربية:



شكل رقم(3) الشكل يوضح الفئات العمرية من مستمعي

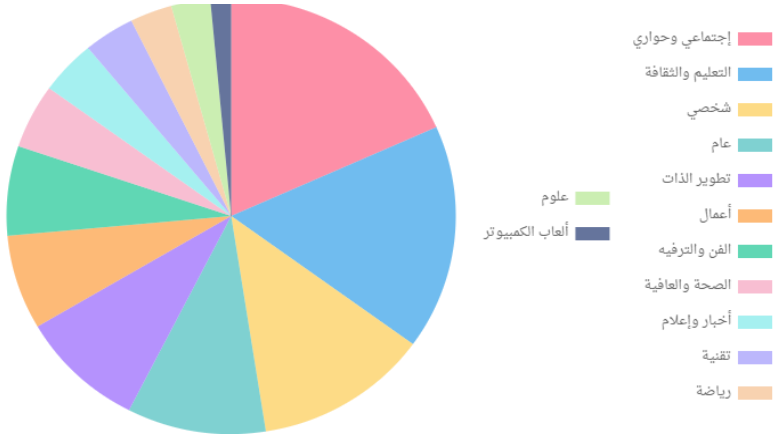
البودكاست العرب وفقا لموقع AR-podcast

ويتضح ذلك من خلال استطلاع أجرته مبادرة «بودكاست بالعربي» لدعم المحتوى الصوتي العربي في عام 2019، والذي شمل 661 مشاركاً، حيث اوضح الاستطلاع بأن 82٪ من مستمعين البودكاست من فئة الشباب (18 الى 34) مما يؤكد على ان البودكاست بيئة خصبة لهذه الفئة العمرية (الشباب) ، وان أعمار مستمعي البودكاست العرب تتراوح بين 18 و 34 عاماً، وبنسبة متساوية تقريباً بين الذكور (50.8%) والإناث

(49.2%)، أما بالنسبة لفئة البرامج المفضلة، فقد حظي بودكاست «أبل بودكاست» بأعلى نسبة وهي 39% من المستمعين بينما «ساوند كلاود» احتل المرتبة الثانية بنسبة 16.7% (www.ar-podcast.com,2019).

حيث تشير النسب إلى أن الغالبية العظمى من مستمعي البودكاست من الشباب، يعتبر الشباب أكثر فئة عمرية ملمة بتكنولوجيا المعلومات والاتصالات، وبالتالي فإنهم يتمتعون بمزيد من الوعي والقدرة على استخدام التطبيقات والمنصات الرقمية المختلفة المستخدمة في تشغيل البودكاست، كما يوفر البودكاست مرونة كبيرة في اختيار المواضيع والمضامين المطلوبة (Miguel,2022).

وفق نتائج الاستطلاع المذكور توجد عدة عوامل أسهمت في انتشار البودكاست في الوطن العربي في السنوات الأخيرة: ومنها الاستخدام المتزايد للهواتف الذكية؛ حيث توفر التطبيقات والمنصات الصوتية البودكاست بأنواعه المختلفة، فقد أصبح بإمكان الأفراد الاستماع إلى حلقات البودكاست في أي وقت وفي أي مكان، مما جعل هذه الصيغة مرنة ومريحة للجمهور، وكذلك طبيعة الجمهور العربي الذي اتجه بشكل أكبر نحو الاستماع إلى المحتوى الصوتي، بالإضافة إلى سهولة إنتاج ونشر البودكاست بالمقارنة مع وسائل الإعلام التقليدية، فإن إنتاج البودكاست يكون أكثر سهولة وتكلفة منخفضة كما يمكن لأي شخص أن يصبح مضيفاً لبودكاست ويستخدم معدات بسيطة مثل الميكروفون والحاسوب الشخصي لتسجيل الحلقات ونشرها عبر الإنترنت. وهذا أتاح فرصة للأشخاص الذين لديهم محتوى فريد وقصص شخصية لمشاركتها مع الجمهور بالإضافة إلى تنوع المواضيع والمحتوى المقدم



شكل رقم (4)

يوضح الرسم توزيع برامج البودكاست العربية حسب طبيعة المضمون وفقاً لكل لون. AR-podcast وفقاً لموقع

يوضح الشكل التالي ارتفاع نسبة الإستماع للبودكاست الإجماعي الحواري مقارنة ببقية المضامين وقد أشارت دراسة (Casares, 2022) إلى عدة أسباب لإرتفاع نسبة الإستماع للبودكاست الإجماعي الحواري الذي يغطي العديد من المضامين المتنوعة هذا التنوع الذي يلبي اهتمامات مختلف الأشخاص ويسمح لهم باختيار المحتوى الذي يرونه مفيداً ومثيراً للاهتمام، ويوضح الشكل الحالي تنوع المضامين ونسب الإستماع لها بدءاً من التعليم والثقافة ثم المضامين التي تناقش المشكلات الشخصية وفق لمشاركات المستمعين عبر البرنامج وصولاً إلى الترفيه ومتابعة الاخبار التقنية والرياضية والإعلامية.

أولاً: عرضُ المحاور والاتجاهات البحثية في بحوث البودكاست في عصر الابتكار

الإعلامي؛ عرضُ زمنيّ من الأحدث إلى الأقدم:

استهدفت الدراسة -وفقاً لأسلوب تحليل المستوى الثاني- تقديم رؤية نقدية مقارنة للأدبيات والدراسات موضع التحليل، وتضم الإشكاليات البحثية المثارة، والأطر المعرفية،

والمداخل النظرية التي تم الاستعانة بها، والمناهج، والعينات، والأدوات البحثية المستخدمة، وتعرض الدراسات -عينة التحليل- وفقا لطبيعة المضامين مقسمة للمحاور التالية:

المحور الأول: التدوين الصوتي، وصناعة البودكاست ضمن معايير الابتكار الإعلامي.

المحور الثاني: فاعلية البودكاست في تحسين تجربة المستمعين في العملية التعليمية وتنمية مهاراتهم.

المحور الثالث: "البودكاست الحواري" ودوره في تنمية المسؤولية الاجتماعية والوعي بسبل الاستدامة.

المحور الرابع: استراتيجيات التدوين الصوتي الرقمي التفاعلية وفقا لتفضيلات ودوافع المستمعين.

وفي ظل عصر الابتكار الإعلامي، وما يشهده من تطور سريع ومستمر في صناعة البودكاست كوسيلة فعالة للتواصل والتعليم والترفيه، وتتطلع الصناعة دائماً إلى المحاور والاتجاهات البحثية الحديثة التي تسهم في تطوير المجال، وتلبية احتياجات الجمهور المتزايدة، تستعرض الباحثة أهم القضايا الرئيسية والفرعية التي رصدتها الباحثة في هذا المجال:

أ. المحور الأول: التدوينُ الصوتيُّ وصناعةُ البودكاست ضمنَ معايير الابتكار الإعلامي:

يعد التدوين الصوتي وصناعة البودكاست أحد الاتجاهات البحثية الحديثة في مجال الإعلام؛ حيث يتركز الاهتمام على كيفية استخدام تلك الصناعة في تطوير استراتيجيات المؤسسات الإعلامية، وكيفية الاستفادة من التدوين الصوتي والبودكاست لتعزيز تواصلها مع الجمهور، ويتضمن ذلك استكشاف مجالات استخدام البودكاست في المؤسسات الإعلامية مثل: الأخبار، والمقابلات، والبرامج الوثائقية، والتعليمية، والترفيهية، وفي هذا السياق نجد دراسة منى هاشم، أمينة عبد الرحمن (2023) التي هدفت إلى التعرف على اتجاهات المواقع الإخبارية المصرية والعربية لاستخدام تقنية البودكاست؛ حيث سعت بعض المواقع الإخبارية إلى إطلاق برامج البودكاست بهدف تقديم الخدمات الإخبارية المختلفة للجمهور؛ لجذب أكبر عدد، وتعظيم هامش الربح الإجمالي للمؤسسة الإخبارية، وتوصلت

النتائج إلى ارتفاع معدلات التعرض لتقنية البودكاست لدي عينة الدراسة، وتفاوت الدوافع الطقوسية والنفسية لدى أفراد العينة في استخدام بودكاست المواقع الإخبارية وتتفق تلك النتيجة مع ما أشارت له دراسة (Laughlin (2023) من خلال الأدلة التي تم جمعها من ست عشرة مقابلة مع المنتجين، ورجال الأعمال في صناعة البودكاست، وأشارت نتائجها إلى اهتمام المراهقين بمحتوى البودكاست الذي يتناول قضاياهم واهتماماتهم الشخصية، مثل الصحة العقلية، والتنمية الشخصية، والعمل والحياة المهنية، والثقافة الشبابية؛ وفي السياق ذاته توضح دراسة (Bezbaruah & Brahmabhatt (2023) التي هدفت إلى التعرف على فاعلية إعلان البودكاست وتأثيره على الموقف تجاه العلامة التجارية، وكذلك تشكيل نية الشراء للمستمع، وأشارت النتائج إلى أنه تمت ملاحظة التأثيرات الوسيطة لموضع الإعلان في البودكاست سواء قبل أو بعد البث أو حتى أثناء التشغيل؛ وأظهرت النتائج أن إعلانات البودكاست فعالة للغاية في بناء العلاقات بين المستهلك والعلامة التجارية، وتتفق هذه النتيجة مع ما أشارت له دراسة (Kiberg & Spilker (2023) حيث تسلط الدراسة الضوء على منصة Spotify وانتقالها من كونها مجرد منصة لتوزيع ونشر الموسيقى إلى أن تصبح منتجاً للمحتوى السمعي البصري - بما في ذلك الاستثمارات في صناعة البودكاست بأنواعه كافة وفي المجالات كافة، وتتفق تلك النتيجة أيضاً مع ما أشارت إليه دراسة (Alzub (2023) والتي أوضحت التغييرات التي طرأت على صناعة واستهلاك الوسائط السمعية في العصر الرقمي، بالإضافة إلى الإشارة للصعوبات والإمكانيات التي تواجهها وسائل الإعلام التقليدية في عصر التكنولوجيا الرقمية، والاقتراحات لكيفية تكيف صانعي المحتوى الرقمي والممارسين في مجال الإعلام مع هذه البيئة المتغيرة، والتوجه لصناعة البودكاست والنجاح فيها، وفي مجال صناعة البودكاست الرياضي نجد دراسة (Burgess & Jones (2023) التي هدفت إلى التعرف على معايير صناعة البودكاست الرياضي، وانتشار البث الصوتي الرياضي بسرعة خلال العقد الماضي، وقد أشارت نتائج الدراسة إلى انتشار المدونات الصوتية في المجال الرياضي بتنسيقها ومحتواها،

وأشارت النتائج إلى ارتفاع معدلات إنتاج برامج البودكاست الرياضي، ورغبة الجمهور في الاستماع للبودكاست الرياضي، بينما هدفت دراسة Asier & Luis Miguel (2022) إلى التعرف على معايير الابتكار في سرد القصص الصوتية من قبل البودكاست اليومي في إسبانيا، ومن جهة أخرى مقارنتها بتلك التي أنتجتها وسائل الإعلام التقليدية، وقد توصلت النتائج إلى أن الابتكار في السرد القصصي من قبل البودكاست ساعد في جذب مستمعين جدد، وكذلك أشارت إلى أن الأشخاص الذين تقل أعمارهم عن 35 عامًا هم الأكثر استماعًا للقصص الصوتية عبر البودكاست؛ حيث يوفر البودكاست اليومي فرصًا جديدة لإيصال الأخبار باستخدام سرديات مختلفة، بينما أشارت دراسة (عمران جمعه 2022) إلى معرفة مدى مواكبة النخبة الإعلامية للتطور التكنولوجي واستخدامها لتطبيقات البودكاست بالإضافة إلى استخدام النخبة الإعلامية لمواقع البودكاست والإشباع المتحققة منها، وتوصل البحث إلى مجموعة من النتائج أبرزها: أن النخبة الإعلامية تستخدم تطبيقات البودكاست بدرجة متوسطة في المجتمعات العربية - ولاسيما التطبيقات التي تعرض مضامين متنوعة- حيث تلي احتياجاتهم في تعلم خبرات جديدة. وكذلك نجد دراسة (Rime, Pike & Collins 2022) التي هدفت إلى رصد ماهية البودكاست ضمن أشكال وصور الابتكار الإعلامي، وأشارت نتائج الدراسة إلى العوامل التي أدت لزيادة شعبية البودكاست، والتي تعود إلى أنه للمستمع تجربة فريدة من نوعها؛ حيث يتمكن الشخص -تمامًا- من اختيار محتواه، ومتى يستمع إلى المحتوى؟ كما يوفر البودكاست فرصًا للوصول إلى جمهور أوسع، وتتفق هذه النتيجة مع ما أشارت إليه دراسة نجوى ابراهيم (2022) التي استهدفت رصد واقع استخدام المؤسسات الصحفية لتطبيق البودكاست في نشر المحتوى الصحفي، وتوصلت نتائج الدراسة إلى اختلاف نوعية قالب البودكاست المستخدم في المؤسسات الصحفية؛ فقد جاء قالب السرد الوثائقي الأكثر استخدامًا، ثم قالب الحوارية وكذلك اختلفت طبيعة المضمون المداع على البودكاست في المؤسسات الصحفية -محل الدراسة- فقد جاء المضمون الاجتماعي التاريخي

الأكثر انتشاراً، بينما جاء المضمون الطبي والمضمون الرياضي والمضمون التعليمي في نفس المرتبة، كما اختلفت أساليب توظيف البودكاست في العمل الصحفي في المؤسسات الصحفية -محل الدراسة- فجاء تحويل القصص الصحفية المنشورة على الموقع إلى مسموعة في صدارة أساليب التوظيف في بودكاست، بينما جاء تحويل المحتوى الصحفي إلى مسموع لتطوير شكل الصحافة المعاصر بما يتناسب مع الاهتمامات المختلفة للجمهور. وبخلاف هذه النتيجة أشارت دراسة ماجد ابراهيم (2022) والتي هدفت إلى التعرف على مدى تحقق جودة التصميم في المواقع الصحفية المصرية، ومدى الاعتماد على المستحدثات التكنولوجية في تلك المواقع بما يواكب التحول، وأظهرت النتائج اهتمام موقع اليوم السابع بمواكبة التحول نحو الرقمية في الصحافة تحديداً في الانفوجراف، ولكن أشارت النتائج إلى الغياب التام في موقع اليوم السابع لتوظيف ال Podcast، على الرغم من أهميته كعنصر مهم تعتمد عليه الصحافة الإلكترونية على مستوى العالم، وهو ما يعد قصوراً واضحاً في المواقع المصرية، خاصة مع الثورة التكنولوجية في الصحافة، والتحول نحو الرقمية، وتتفق هذه النتيجة مع ما أكدته نتائج دراسة توصي بضرورة إدراج البث الصوتي كحقل من حقول الممارسة الإعلامية ضمن نطلق الممارسة الصحفية المبتكرة.

(Alkhalouf & Aufderheide (2020) وقد توصلت الدراسة إلى أن البث الصوتي في الولايات المتحدة أصبح تقنية تحقق أرباحاً تجارية في قطاع الصناعة الإعلامية المبتكرة، بينما أوضحت دراسة سامح زينهم (2020) التي اهتمت بتوظيف خدمة البودكاست المقدمة في تطوير أداء المكتبة المركزية الجديدة بجامعة القاهرة بجميع مراحل تطويرها وإنتاجها؛ حيث اعتمدت الدراسة على منهج دراسة الحالة، باستخدام قائمة مراجعة تتضمن الكثير من العناصر الخاصة بمراحل تطوير خدمة البودكاست، وقد خلصت الدراسة إلى مجموعة من النتائج، أهمها: عدم اتباع الخطوات العلمية السليمة في مراحل التخطيط، والإنتاج، والنشر، والتسويق لخدمة البودكاست بالمكتبة المركزية بجامعة القاهرة، وانفقت مع نتائج هذه الدراسة دراسة دعاء جابر (2019) حول المتغيرات الحديثة

للمؤسسات المعرفية، وناقشت الفوائد المستفادة من تطوير خدمات المكتبات باستخدام أدوات الجيل الثاني للويب، وتميز هذه الدراسة تكنولوجيا الجيل الثاني من الويب مثل: المدونات، والويكي، والشبكات الاجتماعية، وتسجيلات الوسائط، أو البودكاست في تطوير المحتوى المعرفي. وكذلك نجد دراسة مصطفى الطائي (2018) التي هدفت إلى التعرف على معايير الجودة والابتكار التي تحدد جودة الانتاج الإعلامي المبتكر، وتشير النتائج إلى أهمية عنصر الأداء والتقديم على أنه الأكثر تأثيراً بنسبته (٤٠٪) مقارنة بأساليب الإخراج والمعالجات الفنية وأنها العناصر الأكثر تأثيراً في المشهد الإعلامي المبتكر.

وفي ضوء معايير الابتكار الإعلامي التي أوضحتها الدراسات السابقة وفقاً لكل من (طبيعة المحتوى والتفاعلية والمشاركة والجودة الإنتاجية وسبل الدعم المادي والتجاري لصناعة البودكاست وتحليل وقياس واقع البودكاست في المواقع الإخبارية والمؤسسات الإعلامية) وفي ضوء ما توصلت له نتائج الدراسات المعنية بهذا المحور تستعرض الباحثة أهم المؤشرات المستخلصة كالآتي:

● فيما يخص الجودة الإنتاجية: أظهرت بعض الدراسات أن جودة الإنتاج والتقنية تشكل دوراً مهماً في نجاح البودكاست؛ حيث يوفر التدوين الصوتي عالي الجودة في تحسين تجربة المستمع وهناك بعض المعايير التي يمكن أن تسهم في تحقيق جودة إنتاجية عالية للبودكاست كما أوضحتها الدراسات العربية والأجنبية المعنية في هذا المحور ومنها دراسة (Alzub (2023 التي أوضحت التغييرات التي طرأت على صناعة واستهلاك الوسائط السمعية في العصر الرقمي.

حيث أشارت تلك الدراسات لأهمية جودة الصوت للبودكاست من خلال استخدام معدات تسجيل مهنية واستوديوهات صوتية للحصول على صوت نقي وواضح، ودورها الفعال في الاهتمام بمستوى الصوت مثل دراسة Rime, Pike (2022) & Collins التي هدفت إلى رصد ماهية البودكاست ضمن أشكال وصور الابتكار الإعلامي، وأشارت نتائج الدراسة إلى العوامل التي أدت لزيادة شعبية

البودكاست، والتي تعود إلى أن للمستمع تجربة فريدة من نوعها، ومنها تحرير ومونتاج البودكاست ويشمل ذلك إزالة الأخطاء والتكرارات غير المرغوب فيها، وتحسين تدفق المحتوى، وإضافة الموسيقى والتأثيرات الصوتية عند الحاجة، بينما أشارت دراسة(Asier & Luis Miguel, 2022) لأهمية التعرف على معايير الابتكار الخاصة بسرد القصص الصوتية، وما ينبغي التركيز عليه من جودة السيناريو والتنظيم الجيد للمحتوى، وإلزامية تحديد هدف البودكاست، وتنسيق الموضوعات بشكل منطقي ومتسلسل، كما يتعين أيضاً تطوير مهارات السرد والإلقاء.

● فيما يخص الجودة التقنية: اهتمت بعض الدراسات بضرورة استخدام أدوات تقنية متقدمة لتسجيل ومونتاج البودكاست بحيث يتم استخدام أجهزة تسجيل محترفة وميكروفونات ذات جودة عالية بما يساهم في تحقيق صوت نقي وواضح، كما أشارت بعض الدراسات إلى أهمية استخدام تقنيات تعزيز الصوت مثل الضبط التلقائي لمستوى الصوت وتقنيات الضغط وتوسيع الديناميكية لتحسين تجربة الاستماع مثل دراسة Laughlin (2023) ومن خلال الأدلة التي تم جمعها من ست عشرة مقابلة مع المنتجين وصناع البودكاست حول العالم والتي أوصت بتحقيق جودة التدفق والبث الفعال للبودكاست، مع توفير الخيارات المتعددة للتنزيل والاستماع عبر منصات مختلفة وكذلك دراسة ماجد ابراهيم (2022) والتي تسعى إلى محاولة التعرف على مدى تحقق جودة التصميم في المواقع الصحفية المصرية، ومدى الاعتماد على المستحدثات التكنولوجية في تلك المواقع بما يواكب التحول، وبخلاف هذه النتيجة أشارت دراسة ماجد ابراهيم (2022) إلى الغياب التام في المواقع الإخبارية المصرية لتوظيف ال Podcast، على الرغم من أهميته كعنصر مهم تعتمد عليه الصحافة الإلكترونية على مستوى العالم، وهو ما يعد قصوراً واضحاً في المواقع المصرية، خاصة مع الثورة التكنولوجية في الصحافة، والتحول نحو الرقمية، وتتفق هذه النتيجة مع ما أكدته نتائج

دراسة توصي بضرورة إدراج البث الصوتي كحقل من حقول الممارسة الإعلامية ضمن نطلق الممارسة الصحفية المبتكرة.

● فيما يخص جودة المحتوى: ومدى ملائمته لمتطلبات الجمهور الرقمي وخاصة فئة المراهقين والشباب أوضحت بعض الدراسات مثل دراسة نجوى إبراهيم (2022) التي استهدفت رصد واقع استخدام المؤسسات الصحفية للأدوات التقنية المستحدثة في مجال التدوين الصوتي والاستجابة لمتطلبات المستمعين ومراعاة احتياجاتهم الرقمية بالإضافة إلى تنوع المحتوى؛ فقد جاء القالب السردى الوثائقي الأكثر استخدامًا في بودكاست "مصراوي" بينما جاء القالب الحوارى الأكثر استخدامًا في بودكاست كل من "كونستون" و"المصري اليوم" و"الفنار للإعلام" وكذلك اختلفت طبيعة المضمون المذاع على البودكاست في المؤسسات الصحفية محل الدراسة فقد جاء المضمون الاجتماعى التاريخى الأكثر انتشارا في بودكاست "مصراوي" بينما جاء المضمون الطبى في بودكاست "كونستون" أما المضمون الرياضى جاء في بودكاست "المصري اليوم" بينما جاء المضمون التعليمى في بودكاست "الفنار للإعلام". وانفقت معها دراسة Kiberg& Spilker 2023 التى القت الضوء على منصة Spotify وانتقالها من كونها مجرد منصة لتوزيع ونشر الموسيقى إلى أن تصبح منتجاً للمحتوى السمعي البصري وضرورة تنوع المحتوى بما يسهم في جذب جمهور متنوع وتلبية اهتمامات مختلفة، وكذلك أشارت دراسة (Burgess& Jones (2023 في هذا الصدد بضرورة التعرف على معايير صناعة البودكاست الرياضى، كما أوصت بأهمية استخدام أدوات التحليل والقياس لقياس أداء البودكاست الرياضى تحديدا وفهم تفاعل الجمهور معه بما ينتج عنه تحسين طبيعة المحتوى والاستمرارية.

● فيما يخص التفاعلية والمشاركة: نجد دراسة منى هاشم، أمنية عبد الرحمن (2023) حول اتجاهات المواقع الإخبارية المصرية والعربية لاستخدام تقنية البودكاست؛ حيث سعت بعض المواقع الإخبارية إلى إطلاق برامج البودكاست بهدف تقديم الخدمات

الإخبارية المختلفة للجمهور؛ لجذب أكبر عدد من الجمهور والحفاظ على نسب التفاعلية والمشاركة لمحتوى المواقع وتعظيم هامش الربح الإجمالي للمؤسسة الإخبارية، واتفقت معها دراسة سامح زينهم (2020) التي اهتمت بتوظيف خدمة البودكاست المقدمة في تطوير أداء المكتبة المركزية الجديدة بجامعة القاهرة بجميع مراحل تطويرها وإنتاجها وزيادة التفاعلية والمشاركة من قبل مستمعيها وأيضاً دراسة دعاء جابر (2019) حول المتغيرات الحديثة للمؤسسات المعرفية، وناقشت الفوائد المستفادة من تطوير خدمات المكتبات باستخدام وتوظيف خدمات التدوين الصوتي، كما تشجع تلك الدراسات على التجربة والابتكار في صناعة البودكاست، سواءً عبر تطوير تقنيات جديدة أو استكشاف أشكال مختلفة من المحتوى لجذب الجمهور المستمع وتنفق معهم دراسة مصطفى الطائي (2018) التي هدفت إلى التعرف على معايير الجودة والابتكار التي تحدد جودة الانتاج الإعلامي المبتكر التفاعلي، وتشير النتائج إلى أهمية عنصر الأداء والتقديم.

● فيما يخص استراتيجيات التسويق والترويج للبودكاست: تشير الدراسات إلى أهمية استخدام استراتيجيات التسويق والترويج للبودكاست، مثل استخدام وسائل التواصل الاجتماعي والتعاون مع المدونين والمؤثرين لزيادة الوعي والانتشار واستخدام منصات التواصل الاجتماعي للترويج للبودكاست مثل دراسة (Aufderheide & Alkhalouf 2020) وقد توصلت الدراسة إلى أن البث الصوتي في الولايات المتحدة أصبح تقنية تحقق أرباحاً تجارية في قطاع الصناعة الإعلامية المبتكرة وتنفق معها دراسة Laughlin 2023 التي أوضحت الدور الهام للإعلانات التي تتخلل محتوى البودكاست كأهم سبل الدعم المادي والأرباح التجارية للمؤسسة وأيضاً دراسة Bezbaruah & Brahmabhatt (2023) التي هدفت إلى التعرف على فاعلية إعلان البودكاست وتأثيره على الموقف تجاه العلامة التجارية، وكذلك تشكيل نية الشراء للمستمع، سواء قبل أو بعد البث أو حتى أثناء التشغيل.

أوجه القصور في الدراسات العربية والأجنبية المعنية بدراسات هذا المحور:

فيما يخص الدراسات العربية:

- اهتمت بعض الدراسات العربية بصناعة البودكاست بشكل متزايد في السنوات الأخيرة، ولكن لا تزال توجد بعض أوجه القصور والتحديات في هذا المجال؛ ولعل أبرز ملامح القصور في الدراسات العربية المعنية بصناعة البودكاست ضمن معايير الابتكار الإعلامي:
- قلة البحوث والدراسات: لا تزال الدراسات العربية في مجال صناعة البودكاست تعاني من قلة البحوث والدراسات المتاحة، بينما يتطلب الابتكار الإعلامي إلى قاعدة قوية من البحوث والتحليلات لدعمه وتطويره، كما تعد صناعة البودكاست في مراحلها المبكرة في العالم العربي، واقتصر الاهتمام البحثي بدراسات البودكاست على الدول التالية: مصر والإمارات العربية المتحدة والسعودية والجزائر وعمان وليبيا، وبالتالي مازالت الموارد المتاحة للبحث محدودة لفهم أفضل لاستراتيجيات البودكاست والابتكار في الصوتيات وتطبيقها على الصعيد المحلي والإقليمي والدولي.
- اعتمدت غالبية الدراسات العربية على المناهج البحثية الكمية وتحليل الإحصاءات، ويجب أن تتضمن المناهج أيضاً المناهج النوعية والتجريبية لتوفير رؤى متعددة وشاملة للظاهرة محل الدراسة، حيث اعتمدت غالبية الدراسات على المنهج الوصفي المسحي والتحليلي، والمنهج المقارن، وافتقرت الدراسات إلى استخدام المناهج الأنثروبولوجية التي يتيح للباحث فهماً عميقاً، والحصول على رؤى متعمقة للظاهرة في الواقع أو عبر الإنترنت.
- اهتمت غالبية الدراسات العربية المعنية برصد واقع استخدام البودكاست في المؤسسات الإعلامية، وكذلك تحليل محتوى البودكاست وتقييم تأثيره الاجتماعي والثقافي على المنطقة، بينما غفلت الدراسات العربية الاهتمام بدراسات حول آليات الإنتاج،

والتحريير، ومعايير الاستضافة، وسبل الدعم المادي والأرباح التجارية والتسويق، وتجارب المستمعين.

● لازالت المداخل النظرية التقليدية يتم توظيفها في البحوث العربية مثل نظرية الاستخدامات والإشباع، ونظرية الاعتماد على وسائل الإعلام، في حين سعت بعض الدراسات العربية إلى توظيف نظرية الاستخدامات والتأثيرات ونموذج تقبل التكنولوجيا، وهناك—أيضا— عدد من الدراسات افترقت لتوظيف أي أطر نظرية. فيما يخص الدراسات الأجنبية:

● اقتصار لغة البحث على الدولة التي تمت فيها الدراسة وعدم توفر ملخص للدراسة باللغة الإنجليزية، أو نسخة كاملة باللغة الإنجليزية في كثير من الدراسات الإسبانية والإندونيسية والكورية المعنية بالبودكاست؛ مما يتطلب وقتا وجهدا أكبر لترجمة الأبحاث والمقالات، وهو ما يؤثر على فهم جدوى الدراسة بسهولة، وكذلك قصور النطاق الثقافي التي تنتشر فيه هذه الدراسات.

● افتقار الدراسات الأجنبية للدراسات للمقارنة المتعلقة بالبودكاست، وعدم إجراء دراسات مقارنة بين مختلف الثقافات والسياقات الاجتماعية تستطيع أن توفر رؤى أعمق حول الاختلافات والتشابهات في صناعة البودكاست وتأثيرها على المجتمعات المختلفة.

ب: المحور الثاني: فاعلية البودكاست في تحسين تجربة المستمعين في العملية التعليمية وتنمية

مهاراتهم:

يمكن للبودكاست تقديم مجموعة متنوعة من المواضيع والمحتوى التعليمي، بدءاً من المواضيع الأكاديمية، والتقنية، إلى المهارات الشخصية والتطوير المهني وفقاً لاحتياجات المستمعين واهتماماتهم، حيث يمنح البودكاست المستمعين القدرة على التعلم الذاتي، وتنظيم جدول زمني يناسبهم، وكذلك يمكنهم اختيار المواضيع والحلقات التي يرغبون في الاستماع لها، وتكرارها حسب الحاجة، مما يتيح لهم التعلم بالطريقة التي يجدونها أكثر فاعلية، وفي هذا

الصدد نجد دراسة محمد الفاربي (2023) لمعرفة مهارة تلاميذ الفصل السابع في مدرسة نور الإيمان المتوسطة الإسلامية (ماجالينكا) على الاستماع قبل استخدام وسيلة البودكاست (Podcast) على منصة سبوتيفي (Spotify)، وبعد استخدامها، ولمعرفة فاعلية وسيلة البودكاست على منصة سبوتيفي (Spotify) لتعليم اللغة العربية، وأشارت النتائج إلى فاعلية مهارة الاستماع للبودكاست في تعليم اللغة العربية، وتتفق هذه النتيجة مع ما هدفت له دراسة (Sturgess & et al 2023) عقب انتشار فيروس كورونا، وماتنتج عنه من تعطيل الفصول الدراسية التي عادة ما تنطوي على التعلم وجهاً لوجه؛ حيث هدفت الدراسة معرفة أثر استخدام البودكاست عوضاً عن المحاضرات والنصوص التعليمية وجه لوجه، وقد أشارت نتائج الدراسة إلى فاعلية استخدام البودكاست في أغراض التعلم عن بعد من خلال البودكاست؛ حيث يوفر الفرصة لإعادة الاستماع إلى المحتوى عن طريق الإيقاف المؤقت أو التوقف والعودة إلى البودكاست كما يريدون؛ حيث يمكن البحث عنها، والعودة إليها، والاستماع إليها أكثر من مرة، كما اتفقت نتائج هذه الدراسة مع دراسة Nur'aini, (Supriatna & Ratmaningsih, 2023) التي هدفت إلى توظيف وسائط البودكاست كمصدر للتعلم في دروس الدراسات الاجتماعية وتحديد العقبات التي تواجهها، وتوصلت نتائج الدراسة أن وسائط البودكاست تعد مصدراً مبتكراً وإبداعياً للتعلم يمكن استخدامه في دروس الدراسات الاجتماعية داخل وخارج الصف، واتفقت نتائج دراسة أحمد رجب (2022) مع النتائج السابقة؛ حيث هدفت هذه الدراسة إلى التحقق من فاعلية التدريس باستخدام تقنية البودكاست، وأثره على التحصيل الدراسي لـلـوحـديـن من مقرر التكشيف والاستخلاص عبر عينة من طالبات الفرقة الثالثة بقسم المكتبات والمعلومات بكلية الآداب- جامعة طنطا، وأشارت النتائج إلى فاعلية استخدام تقنية البودكاست في تدريس مقرر التكشيف والاستخلاص، ووجود أثر إيجابي كبير لهذه التقنية- كأسلوب تدريس- على التحصيل الدراسي بمستوياته: التذکر، والفهم، والتطبيق، والتحليل، بحيث يفوق هذا الأثر الناتج ما يحدثه أسلوب المحاضرة التقليدية من أثر في التحصيل الدراسي، كما أشارت دراسة

أمل بنت عبدالله (2022) التي هدفت التعرف على أثر استخدام البودكاست التعليمي في تنمية مهارات التفكير التصميمي، وتوصلت نتائج الدراسة إلى فاعلية البودكاست في تحسين مهارات التفكير في عمليتي التعليم والتعلم لمراحل التعليم المتنوعة، وفي السياق ذاته نجد دراسة (شيماء صلاح وآخرين 2022) والتي هدفت إلى التعرف على مدى فاعلية برنامج قائم على التدوين الصوتي؛ لتنمية مهارات الفهم الاستماعي لدى دارسي اللغة العربية للناطقين بلغات أخرى (المستوى المبتدئ) وقد أسفرت النتائج عن وجود فرق ذا دلالة إحصائية عند مستوى 0.05 بين متوسطي درجات اختبار مجموعة البحث في كل من القياسين: القبلي، والبعدي لمهارات الفهم الاستماعي ككل، وكذلك مهارات الفهم الاستماعي المباشر، والفهم الاستماعي الاستنتاجي، والفهم الاستماعي الناقد لصالح القياس البعدي، ومن ثم فاعلية البرنامج المقترح، ووفقا لما يعكسه الواقع اليومي لمراهقي المجتمع الجزائري خلال السنوات الأخيرة في ظل تطبيقات الميديا الجديدة عبر الوسائط المحمولة والذكية نجد دراسة نوال رضا (2022) التي سعت إلى معرفة آليات الاستخدام التفاعلي لتطبيقات الميديا الجديدة -البودكاست- أنموذجا- لدى عينة من المراهقين، وتوصلت نتائج الدراسة إلى أن التواجد الرقمي لمراهقي العينة عبر تطبيقات البودكاست أصبح ضروريا لدى أفراد العينة، وانتشر كمظهر من مظاهر التفاعلية الرقمية التي تدعم سيكولوجية المستخدم المراهق، وزيادة معدل الاستخدام التفاعلي للمنصات الرقمية كآلية لتحقيق إشباع عديدة لديهم، واتفقت مع هذه النتيجة مع نتائج دراسة: Basenko& Baskakova (2021) التي هدفت إلى التعرف على فاعلية البودكاست كأداة تعليمية مبتكرة، وأشارت النتائج إلى فاعليته لبناء المهارات الاجتماعية والتعليمية والثقافية والتواصلية، وتتفق هذه النتيجة مع ما أشارت له نتائج دراسة خليوي سامر (2021) حيث هدفت الدراسة إلى تنمية مهارات الاستماع لدى متعلمي اللغة العربية لغير الناطقين بها؛ من خلال برنامج قائم على تقنية التدوين الصوتي (Podcast) وقد توصلت نتائج قياس اتجاه متعلمي اللغة العربية نحو استخدام تقنية التدوين الصوتي لتنمية مهارات الاستماع لديهم مرتفعة جدا؛ حيث

حصل على متوسط وقدره "4.48"، مشيرين إلى أنهم يرون هذه التقنية تؤدي إلى تنمية مهارات الاستماع وتتفق تلك النتيجة مع ما أوضحته دراسة عبير عثمان، فاطمة الزهراء (2021) التي تناولت دور برامج البودكاست عبر اليوتيوب في التنشئة الثقافية للطلاب الجامعي، وكذلك تأثير مشاهدة هذه البرامج على قيم الشباب الجامعي، وكيف تسهم في التنشئة الثقافية، وأشارت نتائج الدراسة إلى زيادة الرصيد المعرفي لدى الطلاب عقب متابعة برامج البودكاست والتي أسهمت بدورها في نشر المعارف والمواضيع المتنوعة التي زادت من رصيدهم المعرفي، وأكسبتهم قدرات وخبرات وثقافات جديدة، وفي السياق ذاته جاءت دراسة إيمان بن زيد (2021) التي هدفت إلى التعرف على أثر توظيف تقنية البودكاست في تنمية مهارة الاستماع في مادة اللغة الإنجليزية، وأظهرت النتائج تفوق المجموعة التجريبية الذين درسوا باستخدام تقنية البودكاست على تنمية مهارة الاستماع لديهم على المجموعة الضابطة في الاختبار التحصيلي البعدي، وقد أوصت الدراسة بمجموعة من التوصيات من أهمها: ضرورة الاهتمام بتوظيف تقنية البودكاست في تنمية مهارة الاستماع، كما نجد أن دراسة محمد أبو جميل (2019) هدفت إلى التعرف على أثر استخدام تقنية البودكاست كمعزز تعليمي على مستوى الأداء الفني لذوي صعوبات التعلم في السباحة، وجاءت نتائج الدراسة مؤكدة على أن لتقنية البودكاست تأثيراً إيجابياً وفعالاً في تعليم المهارات الأساسية لسباحتي: الحرة، والظهر، وذلك للمجموعة التجريبية على حساب المجموعة الضابطة، وأوصى البحث بإجراء دراسات حول استخدام أدوات الويب بتطوراتها في عملية تعليم ذوي صعوبات التعلم، وكذلك أكدت دراسة محمد جمعة (2019) فاعلية التدوين الصوتي "البودكاست" في تعلم اللغات الأجنبية؛ حيث أظهرت نتائج التجربة فعالية استخدام البودكاست عبر الإنترنت لتنمية مهارات الإنتاج الشفوي باللغة الفرنسية كلغة أجنبية ثانية لدى طلاب الفرقة الثانية من المرحلة الثانوية، وتوصلت النتائج إلى فاعلية البودكاست في تحسين مهارات التحدث لديهم باللغة الفرنسية كلغة أجنبية ثانية، وكذلك تحسين مهارات إنتاج جملة مناسبة للموقف، وإنتاج جملة صحيحة نحويًا، والنطق بشكل صحيح وبنبرة

مناسبة، وفي هذا الصدد أوضحت دراسة رقية عبدالله (2019) فاعلية البودكاست التعليمي وأثره في توظيف تكنولوجيا الاتصال في عملية التعلم، وأشارت النتائج إلى فاعلية البودكاست التعليمي لكل من المعلم والمتعلم؛ فللمعلم سهولة إنشاء نصح فريد في توجيه طلابه، ويعتمد على التفاعلية والسبل المبتكرة، ويسهل توصيل المعلومة، ويسرع من التحصيل والاستيعاب، وفيما يخص الطلاب يمكنهم تنزيل التسجيلات الصوتية للمحاضرات والاستماع لها في أي وقت بالإضافة إلى مجانية التطبيق، وقد أدى تعطيل الفصول الدراسية -التي تنطوي على التعلم وجهاً لوجه، ووقف برامج التبادل وانتشار فيروس الكورونا- أدى ذلك إلى ابتكار طرق بديلة للتعليم باستخدام التعلم عن بعد، أو عبر الإنترنت، بينما هدفت دراسة حبه سعيد (2019) إلى معرفة فاعلية برنامج تدريبي قائم على بث الوسائط (البودكاست) في تنمية مهارات تدبر النص القرآني لدى معلمات القرآن الكريم، وتوصل البحث إلى النتائج التالية: وجود أثر للبرنامج التدريبي القائم على بث الوسائط (البودكاست) في تنمية مهارات تدبر النص القرآني، وذلك بوجود فروق دالة إحصائية بين متوسطي درجات المعلمات في التطبيق القبلي والبعدي لمقياس مهارات التدبر لصالح التطبيق البعدي، كما تتفق تلك النتائج مع دراسة نيرمين ماجد (2018) وهدف البحث الحالي إلى تنمية مهارة التحدث باللغة الإنجليزية لدى طلاب المرحلة الثانوية لغير الناطقين بها عبر تقنية البودكاست، وقد أظهرت النتائج ارتفاع مستوى مهارة التحدث باللغة الإنجليزية لطلاب المجموعة التجريبية التي استخدمت البودكاست، كما توصل إلى العديد من المقترحات التي يمكن أن تفتح آفاقاً جديدة للبحث في الموضوع، وتتفق نتائج هذه الدراسة مع ما توصلت له دراسة هبة قناوي (2018) التي هدفت إلى الكشف عن فاعلية استخدام البودكاست الصوتي على تنمية كفاءة الاستماع باللغة الألمانية لدى الطلاب المتعلمين بقسم اللغة الألمانية، وقد أظهرت النتائج وجود فرق ذي دلالة إحصائية بين متوسطات درجات العينة في الاختبار القبلي (8.83)، والبعدي (12.18) لاختبار كفاءة الاستماع باللغة الألمانية لصالح القياس البعدي، مما يدل على تنمية تلك الكفاءة لديهم؛ لذلك فقد أوصت الباحثة باستخدام المزيد

من التطبيقات التعليمية للجيل الثاني للويب في المقررات الدراسية المختلفة للتخصص؛ لما لها من أثر فعال في عمليتي التعليم والتعلم، وكذلك دراسة منال عبدالله (2018) هدفت الدراسة إلى التعرف على فاعلية البودكاست التعليمي في تنمية مهارة التحدث باللغة الإنجليزية، وأكدت النتائج على وجود فرق دال إحصائياً بين متوسطي درجات طالبات المجموعة التجريبية التي تستخدم "البودكاست التعليمي" في القياس القبلي والبعدي وملاحظة تحسن مهارات التحدث باللغة الإنجليزية لصالح التطبيق البعدي، كما أشارت دراسة أسماء السيد (2017) إلى فاعلية توظيف أساليب حكي القصص الرقمية (حكي غير مباشر بصوت الراوي - حكي مباشر بصوت الشخصيات - حكي غير مباشر حر بصوت الراوي والشخصيات) عبر تقنية البودكاست في تنمية الذكاء اللغوي والقدرة على التخيل لدى تلاميذ المرحلة الابتدائية ذوي الإعاقة البصرية، وأوضحت النتائج فاعلية البودكاست في تنمية الذكاء اللغوي والقدرة على التخيل لدى تلاميذ المرحلة الابتدائية ذوي الإعاقة البصرية. تنوعت وتعددت الدراسات العربية والأجنبية التي اهتمت بدراسة فاعلية البودكاست في تحسين تجربة المستمعين في العملية التعليمية وتنمية مهاراتهم على عدة مستويات، وقد تم إجراء العديد من الدراسات في العالم العربي والأجنبي لفهم كيفية استخدام البودكاست في تعزيز تجربة المستمعين في عمليات التعلم وتنمية مهاراتهم وما توصلت له الباحثة للتشتمل الدراسات المعنية بهذا المحور على عدة مستويات :

المستوى الثاني

تأثير البودكاست في تنمية
مهارات المستمعين

المستوى الأول

تأثير البودكاست في تحسين
تجربة المستمعين

على المستوى الأول: اهتمت الدراسات بمعرفة تأثير البودكاست في تحسين تجربة المستمع ورفع مستوى فهمه للمحتوى التعليمي المقدم من حيث المحتوى وصياغته والأساليب المستخدمة للتواصل مع المستمعين لتحسين استيعاب المعلومات وتعميق فهمها مثل دراسات، وقد أظهرت بعض الدراسات العربية أن البودكاست يمتلك عدة فوائد في تعزيز تجربة المستمع وفهمه للمحتوى التعليمي ومن هذه الفوائد:

- تنوع الأساليب التعليمية: يمكن استخدام البودكاست لتقديم محتوى تعليمي بأساليب متنوعة، مثل الحوارات والمناقشات والقصص والحكايات، هذا التنوع يمكنه أن يلبي احتياجات مختلف أنماط التعلم ويساعد في فهم المفاهيم بشكل أفضل مثلما أشارت نجد دراسة (شيماء صلاح وآخرين 2022) حول فاعلية برنامج قائم على التدوين الصوتي؛ لتنمية مهارات الفهم الاستماعي لدى دارسي اللغة العربية للناطقين بلغات أخرى، ودراسة محمد الفارابي (2023) حول فاعلية وسيلة البودكاست على منصة سبوتيفي (Spotify) لتعليم اللغة العربية المرنة والتوفر يمكن للمستمعين الوصول إلى حلقات البودكاست في أي وقت يناسبهم ومن أي مكان، مما يوفر لهم المرونة والراحة في تناول المحتوى التعليمي، وتنفق معها دراسة (Sturgess & et al 2023) حول فاعلية استخدام البودكاست في أغراض التعلم عن بعد من خلال البودكاست حيث يمكن للمستمعين الاستماع إلى البودكاست أثناء التنقل أو أثناء أداء المهام اليومية، مما يساهم في زيادة فرص التعلم وتحسين تركيزهم، ودراسة أحمد رجب (2022)
- على المستوى الثاني: تركز دراسات هذا المحور على معرفة تأثير البودكاست في تنمية مهارات المستمعين، و تحسين مهارات الاستماع والقراءة والكتابة والمناظرة والتفكير النقدي على المستوى الثاني، تركز الدراسات على تأثير البودكاست في تنمية مهارات المستمعين. فعلى سبيل المثال، يمكن أن يساعد البودكاست في تحسين مهارات الاستماع والفهم والقراءة والكتابة والمناظرة والتفكير النقدي. ويتم

تحليل كيفية تصميم وتقديم البودكاست لتحفيز المستمعين على تطوير هذه المهارات وتحسين أدائهم فيها.

■ تعزيز مهارتي الاستماع والفهم: يمكن للبودكاست أن يساهم في تحسين مهارات الاستماع والفهم للمستمعين. فمن خلال الاستماع المتكرر للحلقات وتركيز المستمع على المحتوى، يمكن للمستمعين تعزيز مهاراتهم في فهم الفهم والاستيعاب مثل دراسة نوال رضا (2022) وأشارت النتائج إلى فاعليته لبناء المهارات الاجتماعية والتعليمية والثقافية والتواصلية، وتتفق هذه النتيجة مع ما أشارت له نتائج دراسة خليوي سامر (2021) حيث هدفت الدراسة إلى تنمية مهارات الاستماع لدى متعلمي اللغة العربية لغير الناطقين بها وكذلك دراسة أمل بنت عبدالله (2022) التي هدفت التعرف على أثر استخدام البودكاست التعليمي في تنمية مهارات الفهم ودراسة خليوي سامر (2021) حيث هدفت الدراسة إلى تنمية مهارات الاستماع لدى متعلمي اللغة العربية لغير الناطقين بها؛ من خلال برنامج قائم على تقنية التدوين الصوتي (Podcast) دراسة إيمان بن زيد (2021) حول أثر توظيف تقنية البودكاست في تنمية مهارة الاستماع في مادة اللغة الإنجليزية، على تنمية مهارة الاستماع

كما ساهمت الدراسات العربية في فهم فاعلية البودكاست في تحسين تجربة المستمعين في العملية التعليمية وتنمية مهاراتهم بشكل عام بواقع 15 دراسة وفيما يلي بعض الاسهامات الرئيسية التي قدمتها تلك الدراسات العربية في هذا المحور:

■ تحسين سبل التواصل والتفاعل: حيث أظهرت بعض الدراسات العربية أن البودكاست أسهم في تحسين التواصل والتفاعل بين المستمعين والمحتوى التعليمي. بما مكن للمستمعين من التفاعل مع البودكاست من خلال إرسال التعليقات والأسئلة، و يساهم في تعزيز الاندماج والمشاركة الفعّالة للمستمعين في عملية التعلم مثل دراسة محمد أبو جميل (2019) حول استخدام تقنية البودكاست

كمعزز تعليمي على مستوى الأداء الفني لذوي صعوبات التعلم في السباحة، وجاءت نتائج الدراسة مؤكدة على أن لتقنية البودكاست تأثيراً إيجابياً وفعالاً في تعليم المهارات الأساسية لسباحتي: الحرة، والظهر، و دراسة هبة قناوي (2018) التي هدفت إلى الكشف عن فاعلية استخدام البودكاست الصوتي على تنمية كفاءة الاستماع باللغة الألمانية لدى الطلاب المتعلمين بقسم اللغة الألمانية والتفاعل مع المعلمين عبر الإنترنت.

■ توفير المحتوى التعليمي المتنوع: تناولت بعض الدراسات العربية أيضاً أهمية توفير محتوى تعليمي متنوع وشامل عبر البودكاست حيث يمكن للبودكاست أن يغطي مجموعة واسعة من المواضيع التعليمية، سواء كانت ذات صلة بالمناهج الدراسية أو التعلم المستمر والتطوير الشخصي وتعزز هذه التنوع في المحتوى قدرة المستمعين على اختيار المواضيع التي تهمهم وتلبي احتياجاتهم الشخصية. وكذلك تطوير مهارات التفكير النقدي والتحليل مثل دراسة أسماء السيد (2017) حول فاعلية توظيف أساليب حكي القصص الرقمية (حكي غير مباشر بصوت الراوي- حكي مباشر بصوت الشخصيات- حكي غير مباشر حر بصوت الراوي والشخصيات) عبر تقنية البودكاستنج في تنمية الذكاء اللغوي والقدرة على التخيل لدى تلاميذ المرحلة الابتدائية ذوي الإعاقة البصرية والتي أوضحت فاعلية البودكاست في تنمية الذكاء اللغوي والقدرة على التخيل لدى تلاميذ المرحلة الابتدائية ذوي الإعاقة البصرية.

■ أوجه القصور في الدراسات العربية والأجنبية المعنية بدراسات هذا المحور:

- ندرة الدراسات الأجنبية التي أهتمت بدراسة فاعلية البودكاست في تحسين تجربة المستمعين في العملية التعليمية حيث بلغ عدد الدراسات الأجنبية في هذا المحور 3 دراسات في حين تفوقت الدراسة العربية في الإهتمام بالجوانب

التعليمية والتثقيفية وضرورة توظيف البودكاست ضمن العملية التعليمية بالدرجة الأولى وفي المراحل المختلفة.

- افترقت الدراسات العربية والأجنبية توظيف منهج الدراسة التجريبية لقياس تأثير البودكاست على تحسين تجربة المستمع وفهمه للمحتوى التعليمي وهو المنهج الأنسب لطبيعة المحتوى التعليمي، بما يمكن إجراء تجارب مقترنة بين مجموعات تعرض للبودكاست.

- ارتكزت العينات على العينات العشوائية في العديد من الدراسات دون مبرر لإختيارها وافتقرت الدراسات العربية توظيف المقابلات المتعمقة مع المستمعين للوصول لأفضل النتائج.

ج: المحور الثالث: تأثيرُ "البودكاست الحواري" في تنمية المسؤولية الاجتماعية والوعي بسبل

الاستدامة:

البودكاست الحواري كما عرفته دراسة (Alvermann 2022) هو نوع من البودكاست الذي يتمحور حول المحادثات والمناقشات بين مضيف أو مجموعة من المضيفين والضيوف، ويعد البودكاست الحواري وسيلة شائعة للتعبير عن وجهات النظر المختلفة حول مواضيع متنوعة، سواء كانت ثقافية، سياسية، فنية، تاريخية أو أي موضوع آخر يثير الاهتمام، ويمكن أن يكون البودكاست الحواري مرئيًا أو صوتيًا، ويتم تسجيله مسبقًا ليتم بثه عبر الإنترنت، وفي هذا الصدد نجد دراسة مؤمن محمد، تحسين بشير (2022) حيث هدفت الدراسة إلى تحليل برنامج بودكاست "حرر" الحواري في وجود الضيف والمذيع، والتعرف على المضامين التي يتناولها البرنامج والاستمالات والأطر الإعلامية المستخدمة، وقد أشارت النتائج إلى أن البرنامج استخدم في معظم حلقاته القالب الحواري، واعتمد على شخصيات ذات صلة بالموضوع بشكل أساس كمصدر للمعلومات، واحتلت المضامين الثقافية المرتبة الأولى، تلاها الموضوعات الاجتماعية والسياسية والتعليمية، وفيما يتعلق بدراسة (Behan & et al 2022) هدفت تلك الدراسة إلى استخدام وتوظيف

البودكاست ضمن أدوات التعليم وعرض الموضوعات التنموية ومفاهيم التوعية بمحاور التنمية المستدامة عبر التخصصات المختلفة في الجامعة التكنولوجية، وتوصلت النتائج إلى أنه تم فهم المعلومات التي تحض الاستدامة بسهولة أكبر وأكثر جدوى، وتم تحسين معرفة الطلاب بمفاهيم الاستدامة كما أشارت دراسة (Graves, 2021) والتي هدفت إلى تصميم وإنتاج سلسلة من المدونات الصوتية حول قضايا الاستدامة المختارة في (كاليفورنيا بودكاست) وفقا لمتطلبات المجتمع المستدام، وقد توصلت النتائج إلى أن تقنية البودكاست وصناعة المحتوى المسموع والمرئي أسهمت في نشر ثقافة الاستدامة، وفيما يتعلق بترسيخ القيم، وجاءت دراسة حنان أحمد، أريج النابلسي (2021) والتي هدفت إلى التعرف على انعكاسات تأثير مشاهدة مسلسلات "البودكاست" الحوارية على ترسيخ القيم الاجتماعية والإنسانية لدى اليافعين، وتوصلت الدراسة لعدة نتائج أهمها: أن درجة ممارسة الطلبة للقيم الاجتماعية كانت متوسطة، ودرجة رضا الطلبة عن مسلسل "وليد الصدفة" جاءت مرتفعة، وافتقت مع هذه الدراسة مع دراسة عبد الرزاق غزال (2021) التي هدفت إلى التعرف على طبيعة البودكاست الاجتماعي ودوره في تنمية المسؤولية وخلق الوعي المجتمعي؛ حيث أشارت نتائج الدراسة إلى مدى إسهام البودكاست في تنمية التوعية المجتمعية الاجتماعي على مستوى المجتمع الجزائري ودوره في تنمية المسؤولية والوعي المجتمعي للمبحوثين من خلال المضامين المقدمة عبره، وكذلك محاولة التعرف على تأثيره في تشكيل الوعي المجتمعي السياسي، الثقافي الاجتماعي وتتفق هذه النتيجة مع دراسة أريج عبد الله (2021) حيث هدفت الدراسة إلى التعرف على انعكاسات تأثير مشاهدة مسلسلات "البودكاست" مسلسل "وليد الصدفة" على ترسيخ القيم الاجتماعية والإنسانية لدى اليافعين، وقد توصلت الدراسة لعدة نتائج أهمها: وجود فروق ذات دلالة إحصائية في درجة رضا الطلبة في الصفوف (التاسع، العاشر، الأول ثانوي) عن مسلسل البودكاست "وليد الصدفة" تعود لتأثير متغير النوع الاجتماعي، حيث كانت درجة الرضا أعلى لدى الإناث، بينما نجد دراسة (Sharon & John, 2019) التي هدفت إلى الوضع الأمثل للاستماع إلى

التدوين الصوتي وتحديدًا البودكاست الحوارية وكذلك القصص الصوتية، وتوصلت نتائج الدراسة إلى اختيار الوقت الأنسب للاستماع، كما يمكنك استخدام تقنيات التسارع مثل زيادة سرعة البودكاست لتوفير الوقت وتغطية المزيد من المحتوى، بينما هدفت دراسة السيد العابد، عبد الرؤوف بن يحيى (2018) إلى الكشف عن تأثير برامج البودكاست الحوارية التي تعرض على قنوات اليوتيوب ومعالجتها وتناولها لمختلف القضايا المجتمعية التي تستهدف فئة الطلبة الجامعيين، وقد توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها: أن النسبة الكبرى من الباحثين تقضي أقل من ساعتين في متابعة برامج البودكاست عن طريق اليوتيوب، ويفضل أغلبهم استخدام جهاز هاتف ذكي في متابعة برامج البودكاست، ويتابع الطلبة الجامعيون هذه البرامج بدافع التسلية والمتعة وحب الاطلاع، وأن برامج البودكاست تعكس بالفعل واقع القضايا المعيشة لديهم.

يمكن استنتاج بعض المؤشرات الإيجابية بناءً على الخصائص العامة لدراسات هذا المحور وفيما يلي بعض المؤشرات التي قد توضح تأثير البودكاست الحوارية في تنمية المسؤولية الاجتماعية والوعي بسبل الاستدامة هذا الصدد:

- زيادة الوعي: ساهم البودكاست الحوارية في زيادة الوعي بالقضايا الاجتماعية والبيئية المتعلقة بالاستدامة من خلال تقديم حلقات حوارية تناقش قضايا مثل التغير المناخي، التنمية المستدامة، المسؤولية الاجتماعية للشركات، تعزيز الوعي بأهمية هذه القضايا التنموية كما أوضحت دراسة دراسة عبد الرزاق غزال (2021) التي هدفت إلى التعرف على طبيعة البودكاست الاجتماعي ودوره في تنمية المسؤولية وخلق الوعي المجتمعي؛ حيث أشارت نتائج الدراسة إلى مدى إسهام البودكاست في تنمية التوعية المجتمعية الاجتماعي على مستوى المجتمع الجزائري ودوره في تنمية المسؤولية والوعي المجتمعي للباحثين
- تشجيع التفاعل والمشاركة: حيث أشارت الدراسات دور البودكاست في زيادة وعي و مشاركة المراهقين في التفاعل مع القضايا الاجتماعية والبيئية. وكذلك

تمكين المستمعين من إرسال أسئلة وتعليقات، وتبادل الآراء والأفكار حول الاستدامة والمسؤولية الاجتماعية مثل دراسة (Sharon& John (2019) حول البودكاست الحواري ودوره في تنمية مشاركة المستمعين حول قضايا الإستدامة.

■ أوجه القصور في الدراسات العربية والأجنبية المعنية بدراسات هذا المحور: ندرة نسبية للدراسات العربية والأجنبية التي اهتمت بدراسة البودكاست الحواري ودوره التنموي على الرغم من زيادة شعبية البودكاست في العالم العربي خلال السنوات الماضية وتحديدًا عبر منصة اليوتيوب، وقد أثبتت قوتها في توسيع المناقشات والحوارات حول القضايا المختلفة وفي مختلف المجالات

د: المحور الرابع: استراتيجيات التدوين الصوتي الرقمي وفقًا لتفضيلات ودوافع المستمعين: اهتمت بعض الدراسات باستراتيجيات التدوين الصوتي الرقمي التفاعلية من خلال توفير محتوى صوتي تفاعلي، ومشاركته مع الجمهور عبر الوسائط الرقمية، هذه الاستراتيجيات تهدف إلى جعل التجربة الصوتية أكثر تفاعلاً ومشاركة بطرق مبتكرة، وفي هذا الصدد نجد دراسة (Rohden (2023 التي هدفت إلى فهم المتغيرات التي تؤثر على مشاركة المستمعين للبودكاست، وتفاعلهم مع المحتوى المعروض، ومؤثرات الدعم المالي من قبلهم للبودكاست للتعرف على سبب دعم الناس ماليًا للبودكاست، وعلى الرغم من أن المحتوى متاح مجاناً، وأشارت النتائج أن طبيعة المحتوى الاجتماعي المقدم هي الدافع للدعم المالي لديهم، وتحديدًا المحتوى الذي يناقش القضايا الاجتماعية، وفي هذا الصدد نجد أن دراسة (Dhiman (2023 هدفت إلى رصد التحديات الجديدة لوسائل الإعلام والوسائط الجديدة الرقمية -تحديدًا البودكاست- والتعرف على المزايا والعيوب لانتشار تلك التقنية، وكانت أهم ما أشارت إليه النتائج: تحديات اللغة والقدرة على انتشاره بلغة غير الإنجليزية، وتتفق مع تلك النتيجة دراسة (Laughlin(2023 التي هدفت إلى التعرف على استراتيجيات صناعة البودكاست من قبل منتجي البودكاست المحترفين، وهم الأشخاص

الذين ينتجون البودكاست كمصدر رئيس لدخلهم من خلال مقابلات مع ستة عشر محترفاً في مجال البودكاست، وأشارت النتائج إلى أنه يجب على المنتج أن يعرف بوضوح: لماذا ينتج البودكاست؟ ومن يكون المستمع المثالي لهذا البودكاست؟ وكذلك اختيار الموضوع، وتنسيق الحلقات، بالإضافة إلى جودة التسجيل جيدة، وضرورة الترويج والتسويق للبودكاست، بينما نجد دراسة (2023) Syafrina التي هدفت التعرف على استراتيجية البودكاست التوعوية؛ حيث هدفت هذه الدراسة إلى تحديد كيفية استخدام بودكاست حبيب جعفر كوسيلة للتوعية الدينية، ونشر تعاليم الدين الإسلامي في المجتمع بأبسط الطرق، وفي ضوء استراتيجيات التدوين الصوتي الرقمي نجد أن ما هدفت إليه دراسة (2023) Sitanggang هو تحديد أنواع ومعاني الكلمات العامة الافتتاحية التي يستخدمها بودكاست من قناة يوتيوب، وقد توصلت النتائج إلى أن هناك ستة أنواع من الكلمات العامة المستخدمة في البودكاست، وكان الاختصار هو الكلمة الأكثر استخداماً في البودكاست. وللتعرف على دوافع المستمعين للبودكاست نجد عدة دراسات اهتمت بالتعرف على تلك الدوافع ورصدها مثل تلك دراسة (Cho, Park & Choi, 2023)؛ حيث هدفت إلى فحص دوافع المستمعين الكوريين للاستماع إلى نشرات الأخبار السياسية، عبر برامج البودكاست وكشفت النتائج عن عدة دوافع منها: الوعي السياسي بطريقة مبسطة وباللغة العامية، الراحة، وسهولة الحصول على المعلومات السياسية بسلاسة دون تعقيد وفي أي وقت، وكذلك في هذا الصدد نجد دراسة (Craig, Brooks & Bichard, 2023) التي هدفت إلى التعرف على دوافع استخدام البث الصوتي بين البالغين، وقد كشفت النتائج عن عدم وجود فروق بين الجنسين في الدوافع، ولكن أشارت النتائج أن الدوافع اختلفت حسب نوع البث الصوتي، وكان الترفيه والهروب من الواقع من أهم أكثر الدوافع للاستماع إلى البودكاست، وفي هذا الصدد نجد دراسة ماجد بن فهد (2022) حول التعرف على دوافع استخدام الجمهور السعودي (البودكاست) وكما أظهرت النتائج أنَّ الدوافع النفعية للتعرُّض تغلب على الدوافع الطقوسية، وأبرز دوافع

التعرض للبودكاست تمثلت في تتبُّع الحلقات التعليمية، متابعة الأحداث، اكتساب القدرة على التفكير والابتكار، ثم جاءت دوافع مثل تسليية أوقات الفراغ، العادة والاستخدام اليومي للإنترنت، ودافع الإشباع النفسي ضد العزلة أو الوحدة، كما هدفت دراسة السريتي وآخرين (2022) الكشف عن مدى مواكبة النخبة الإعلامية للتطور التكنولوجي واستخدامها لتطبيقات البودكاست، وأوضحت النتائج أن النخبة الإعلامية تستخدم تطبيقات البودكاست بدرجة متوسطة ولا سيما التي تعرض مضامين متنوعة حيث تلبي احتياجاتهم في الحصول على الأخبار وتعلم خبرات جديدة، بينما اهتمت دراسة Asier & Luis Miguel (2022) بتقييم استراتيجية التدوين الصوتي المقدم من قبل مختلف أنواع البودكاست اليومي في إسبانيا بتحليل أربعة بودكاستات، وأشارت النتائج إلى أن البودكاست نجح في كسب ثقة الجماهير والمستمعين، وتقبلهم تجديدا أشكال السرد والتدوين الصوتي في الراديو، وطريقة إنتاجه وتوزيعه واستهلاكه للمعلومات، والترفيه والمحتويات الخيالية، خاصة بين الجمهور الأصغر سناً، ويمكن ملاحظة زيادة ملحوظة في الوقت الذي يخصصه الأشخاص الذين تزيد أعمارهم عن 55 عاماً للبودكاست، ونجد أيضاً أنه ضمن دوافع المستمعين للبودكاست بعض دوافع المعرفة الصحية كما أوضحته دراسة Mobasheri & Costello (2021)، ويمكن اعتبار البودكاست أداة قوية لتعزيز التوعية بمرض تنكس العظام، ونشر البحوث ذات الصلة؛ فمن خلال البودكاست -عينة الدراسة- تمكن الباحثون والمتخصصون في مجال تنكس العظام تبسيط المفاهيم الطبية المعقدة وشرحها بطريقة سهلة ومفهومة، وأشارت النتائج أن المستمعين تمكنوا من الاستفادة من هذه المعلومات لفهم المرض بشكل أفضل، واتخاذ قرارات أكثر وعياً بشأن رعايتهم الصحية، وكذلك اهتمت بعض الدراسات بالتعرف على دوافع الوعي السياسي لدى مستمعي البودكاست، وتأثير البودكاست على الوعي السياسي للجمهور، فقد أشارت دراسة yeromin (2021) إلى تأثير وسائل الإعلام الجديد على الوعي السياسي لطبيعة الأحداث المحلية والدولية لدى النخبة والجمهور، وأشارت النتائج إلى تأثير

البودكاست والقصص المصورة على الوعي السياسي لدى الجمهور -عامة- والخبراء السياسيين -بصفة خاصة- بينما هدفت دراسة (Nypadymka & Hudym, 2021) إلى معرفة أنواع البودكاست الأكثر شيوعاً في الولايات المتحدة وأظهرت النتائج متابعة أفراد العينة وانجذابهم لبرامج البودكاست الكوميدي ذات الطابع الترفيهي الذي يخفف من قسوة الحياة، ويجعلهم يضحكون، بينما نجد دراسة (Rojas, Caro & Gonzáleza, 2020) كان الهدف منها تضمين عينة من البودكاست التي ينتجها ثلاث عشرة منصة إعلامية ناشئة من ثمانية بلدان مسجلة في دليل المواطنين الرقميين، وتحليل المشهد الرقمي الجديد، بالإضافة إلى الهياكل والاستراتيجيات التحريرية، ونماذج الأعمال للبودكاست الأصلية التي تم إطلاقها داخل أمريكا اللاتينية على مدى السنوات القليلة الماضية، وتوصلت الدراسة إلى أن البث الأصلي باللغة الإسبانية لا يزال يتوسع، وأن البودكاست مازال لا يستجيب لاحتياجات جمهوره المستهدف كأولويتها الرئيسية، ودراسة (Alkhalouf & Aufderheide, 2020) التي هدفت التعرف على استراتيجيات دمج البودكاست ضمن الممارسات الإعلامية الحديثة في المؤسسات الصحفية، ودوافع المستمعين، وأشارت نتائج الدراسة إلى فاعلية توظيف البودكاست داخل المؤسسات الصحفية، وكذلك جاءت دراسة (Aufderheide, 2020) تهدف إلى استكشاف مستقبل البودكاست كوسائط عامة في الولايات المتحدة، لتحديد مدى تطابقها مع المعايير العامة للبث، ومن بين التهديدات المحتملة -كما أشارت النتائج- المنافسة القوية في ظل تزايد أعداد البودكاست العامة، بالإضافة لتغير سلوك المستمعين، وكذلك حقوق الطبع والنشر وقلة الإيرادات، ونظراً لعدم وجود دراسات كافية تفحص أنماط اعتماد الجمهور الأوسع للبودكاستات بشكل عام، وكذلك نجد هذه الدراسة قد اهتمت بالتعرف على السمات الديموغرافية لمستمعي البودكاست (Samuel, Laor & Tal, 2019) باستخدام أشهر بودكاست في دولة إسرائيل كدراسة حالة، وأشارت نتائج هذا الاستبيان إلى أن مستمعي البودكاست في إسرائيل هم في الغالب ذكور، ذوي دخل عالٍ، تحت سن

45 عامًا، متعلمون بشكل عالٍ، ويعمل نصفهم -تقريبًا- في قطاع التكنولوجيا العالية، وأن أهم الاستخدامات والرغبات من الاستماع إلى البودكاست كانت معرفية. وفي ضوء العرض التحليلي والنقدي للاتجاهات الحديثة في مجال التدوين الصوتي (البودكاست) في ضوء معايير الابتكار الإعلامي خلال الفترة من 2018م إلى 2023م: قامت الباحثة بمراجعة الدراسات السابقة -العربية والأجنبية- المتعلقة بالتدوين الصوتي "البودكاست"، حيث بلغ عددها (60) دراسة تتناول المناقشة النقدية المقارنة بين المدارس العلمية الأمريكية، والأوروبية، والآسيوية، والعربية من حيث: طبيعة القضايا البحثية التي تناولتها، والأطر النظرية، والمناهج، والأدوات المستخدمة، وذلك في إطار بحوث التدوين الصوتي "البودكاست" في الفترة من (2018 وحتى 2023) فمن حيث المنهجيات البحثية: اختلفت المدارس العلمية في استخدامها للمنهجيات البحثية، وأدوات التحليل، فقد اعتمدت المدارس الأمريكية على البحوث الاستقصائية، في حين اعتمدت المدارس الأوروبية على التحليل النقدي، وفي المقابل، اتسمت المدارس الآسيوية والعربية بالاهتمام بالدراسات الثقافية، والتعليمية، والاجتماعية، وكذلك اختلفت المدارس العلمية في المفاهيم والنظريات التي تعتمدها في دراسة البودكاست؛ حيث استخدمت المدارس الأمريكية مفاهيم مثل "التدوين الصوتي" و"السردي الصوتي"، بينما استندت المدارس الأوروبية إلى الدراسات الأدبية، والثقافية؛ وقد اعتمدت المدارس الآسيوية على المفاهيم التقليدية، في حين اهتمت المدارس العربية بالدراسات التوعوية، والتنمية المهنية، كما ارتبطت طبيعة المضامين بالسياق الثقافي والاجتماعي لتلك المدارس.

ثانياً: الأطر النظرية المستخدمة في البحوث والدراسات عينة الدراسة :

تستند البحوث عينة الدراسة على إطار نظرية محددة ويمكن للدراسة توظيف أكثر من مدخل نظري لخدمة أهدافها البحثية، ومن خلال المسح السابق يتضح أن بحوث البودكاست تحتاج كغيرها من أنواع بحوث الاتصال إلى إطار نظري يحكمها، واعتمدت بعض أدبيات التراث العلمي والأجنبي التي عنيت بدراسة البودكاست ضمن معايير الابتكار

الإعلامي وليست جميعها خلال فترة التحليل، على أطر نظرية محددة، وتكشف نتائج التحليل مؤشرات عدة يمكن إيجازها فيما يلي:

يكشف التطور العام لدراسات البودكاست عن ندرة الدراسات الأجنبية التي تستند على أطر نظرية محددة وذلك بموجب (16) دراسات على الرغم من تزايد أعداد الدراسات العربية التي وظفت أطرًا نظرية محددة (20) دراسة حيث بلغ عدد الدراسات التي وظفت إطارًا نظريًا 36 دراسة من إجمالي 60 دراسة عربية وأجنبية، و لا تزال الدراسات العربية تدور حول أطر تقليدية لا يستطع الباحثون العرب تجاوزها والخروج عنها حيث تم استخدام نظرية الإستخدامات والإشباعات ونظرية الاعتماد على وسائل الإعلام ونظرية تراء الوسيلة في عدد 22 بحث في حين اعتمدت بعض الدراسات العربية بموجب 8 أبحاث على استخدام عدد من النظريات الحديثة مثل نموذج تقبل التكنولوجيا ونظرية التحول الرقمي وتوظيف لنظرية الإستخدامات والتأثيرات، وتحاول قلة منها تطوير النظريات الموجودة بدلا من اقتراح أطر نظرية حديثة بالإضافة إلى وجود قصور كبير في المنطقة العربية في مجال دراسات وبحوث استقراء المستقبل وذلك على عكس الدراسات الأجنبية التي تسعى عادة لتطوير مختلف التخصصات، مما يؤكد وجود فجوة في توظيف الإمكانيات الحديثة في تحليل استراتيجيات انتشار التدوين الصوتي في المنطقة العربية، كما تبين اتجاهات الدراسات والبحوث السابقة في استخدام المداخل النظرية المفسرة لها، وتواجه كثير من الدراسات في مجال البودكاست كثيرًا من أوجه النقد، من بينها نقص اعتمادها على المداخل النقدية المختلفة، واعتمادها على مداخل تقليدية وتعد نظريتنا الاعتماد على وسائل الإعلام والاستخدامات والإشباعات من أكثر الأطر النظرية التي وظفها الباحثون العرب للتعرف على دوافع وتفضيلات المستمعين للبودكاست كمحاولة للكشف عن الأسباب المرتبطة بانتشار البودكاست في الوطن العربي في السنوات الخمس الأخيرة واتجاهاتهم نحو المضامين المقدمة.

ثالثاً من حيث التصميم المنهجي والأدوات البحثية ونوع الدراسات:

من حيث المناهج البحثية المستخدمة توضح الدراسات العربية والأجنبية في مجال البحث عن البودكاست اختلافاً وتشابهاً في المناهج البحثية المستخدمة، تشابهت الدراسات العربية والأجنبية في استخدام منهج المسح الإعلامي في العديد من الدراسات، سواء كانت تلك الدراسات تجرى في الدول العربية أو في أندونيسيا أو الولايات المتحدة ومع ذلك، لعل ما يميز الدراسات العربية والأجنبية الاختلاف هو الاعتماد على المنهج التجريبي، ولا سيما في الدراسات الأجنبية بشكل عام والدراسات الإسبانية والألمانية بشكل خاص، في العديد من الدراسات التي تتناول مجالات البحث المتعلقة بالبودكاست كما تم رصد بعض الدراسات الأجنبية والعربية التي استخدمت أدوات تحليل المحتوى لمواقع الأخبار والمؤسسات الإعلامية التي تستخدم البودكاست كجزء من محتواها في ظروف تجريبية تخضع للتحكم من خلال خوارزميات محددة. بالمقابل، ركزت الدراسات العربية على استخدام المنهج التجريبي لقياس فعالية البودكاست في العملية التعليمية ونشر ثقافة تعلم اللغات الحديثة، وبالأخص اللغة الإنجليزية واللغة الألمانية

كما يُلاحظ تعدد الأدوات البحثية الأجنبية المستخدمة في الدراسات البحثية فقد تم استخدام مجموعة متنوعة من الأدوات مثل تحليل التغريدات باستخدام الخوارزميات، والاستقصاء، والملاحظة، وقد اتجهت الدراسات الأجنبية إلى استخدام أكثر من منهج وأداة بحثية في إجراءاتها المنهجية، وعلى النقيض يُلاحظ ندرة الدراسات العربية التي استخدمت فيها أكثر من أداة بحثية فقط في 3 دراسات عربية دراسة (منى هاشم، أمينة عبد الرحمن 2023) ودراسة محمد الفربي (2023) و وماجد المنزلوى (2022) ، وباستثناء بعض الدراسات التي اعتمدت على الاستقصاء والمقابلة المتعمقة كأدوات بحثية. وتعدُّ هذه الدراسات هي التي استخدمت الأسلوبين الكمي والكيفي في جمع البيانات وتفسير النتائج، مما أدى إلى الحصول على نتائج أكثر عمقاً وموضوعية، وقد استخدمت العديد من

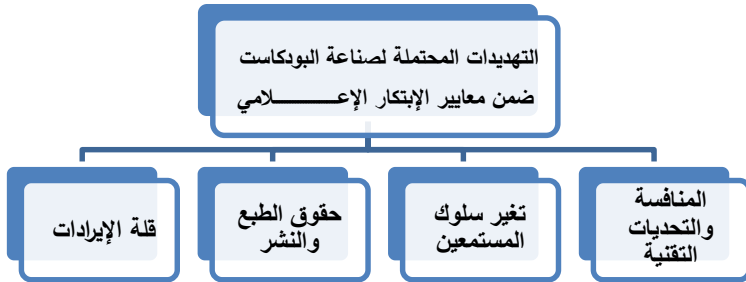
الدراسات الأجنبية أيضاً هذا النهج لدراسة تفضيلات ودوافع المستمعين للبودكاست، مما ساهم في الوصول إلى نتائج أكثر دقة وشمولية مثل دراسة كل من:

Alkhalouf& Nur'aini, Supriatna& Ratmaningsih, 2023 و Sharon& John (2019) و fderheide 2020

ومن حيث نوع الدراسات في كل من الدراسات العربية والأجنبية يتضح أن معظم الدراسات العربية والأجنبية تندرج تحت الدراسات الكمية، وإن كانت الدراسات الأجنبية أكثر اهتماماً بالدراسات الكيفية فركزت على دراسة مواقع ومنصات البث الرقمي التي اهتمت بصناعة البودكاست، واستطاعت التوصل إلى نتائج أكثر عمقاً حول الظواهر البودكاست وبناء عليه من الضروري التنوع ما بين الدراسات الكمية والكيفية خاصة في الدراسات العربية التي يندر بها الدراسات الكيفية، على الرغم من أهميتها في تقديم رؤى وتفسيرات دقيقة وأكثر وضوحاً حول الظواهر الإعلامية.

رابعا: التهديدات المحتملة لصناعة البودكاست ضمن معايير الابتكار الإعلامي والرؤى المستقبلية والتوصيات المقترحة لتطوير بحوث البودكاست ضمن معايير الابتكار الإعلامي:

على الرغم من أن صناعة البودكاست -عامة- تشهد نمواً كبيراً وتحظى بشعبية متزايدة، إلا أنها تواجه -أيضاً- بعض التهديدات المحتملة التي أوضحتها الدراسات المعنية بصناعة البودكاست -عينة الدراسة- ومن بين هذه التهديدات:



حيث إن صناعة البودكاست تنافس مع الوسائط التقليدية مثل التلفزيون والراديو والصحف، والتي لا تزال لديها قاعدة جماهيرية وتأثير واسع، وقد يكون من الصعب للبودكاست أن ينافس بشكل كبير في هذا السياق، وكذلك بالإضافة لصعوبة جذب الجمهور والحفاظ على استمرارية المتابعة للمحتوى في ظل وجود الكثير من البودكاست المماثلة مجاناً؛ والتي تتطلب تقديم محتوى فريد، وجودة عالية، بالإضافة إلى تغير سلوك واهتمامات واحتياجات المستمعين مع مرور الوقت؛ فقد ينتقلون إلى بودكاستات أخرى، أو يتركون عادة الاستماع إلى البودكاست بشكل عام، فيجب متابعة التغيرات في سلوك المستمعين، والمتطلبات والإجراءات القانونية الخاصة بحقوق الطبع والنشر في حالة استخدام محتوى آخر في بودكاستك دون إذن صاحب الحقوق، بالإضافة إلى قلة الإيرادات، فمن الصعب تحقيق إيرادات كافية من البودكاست المجاني، فيمكن أن يؤثر ذلك على قدرتك على استمرار إنتاج المحتوى بشكل منتظم بالإضافة إلى التحديات التقنية، وقد تواجه صناعة البودكاست في الوطن العربي تحديات تقنية مثل: قلة البنية التحتية للإنترنت في بعض المناطق، وقيود الوصول إلى المحتوى عبر الإنترنت، وقد يكون من الصعب بث وتوزيع البودكاست في مختلف الدولة العربية؛ بالإضافة لقلة جودة المحتوى.

الرؤى المستقبلية والتوصيات المقترحة لتطوير بحوث البودكاست ضمن معايير الابتكار الإعلامي ، وفيما يلي بعض الرؤى والتوصيات:

مجال صناعة البودكاست والتدوين الصوتي حسب الطلب يشهد نمواً سريعاً واستمرارياً، ومن المتوقع أن يستمر هذا النمو في المستقبل القريب والبعيد لذلك تقدم الباحثة رؤية مستقبلية لتطوير البحوث في هذا المجال وذلك من خلال :

1. تطوير تقنيات الإنتاج والتحرير الصوتي: ينبغي أن يكون هناك تركيز على تطوير التقنيات المستخدمة في إنتاج وتحرير البودكاست والتدوين الصوتي، يمكن أن يشمل ذلك تحسين جودة الصوت وتقنيات التسجيل الأكثر تطوراً، وتطوير

- أدوات التحرير الصوتي لتسهيل عملية التحرير والمونتاج، واستكشاف تقنيات جديدة مثل الصوت ثلاثي الأبعاد.
2. تطوير تقنيات الصوت : من المتوقع أن تشهد تقنية الصوت تطورات هامة في المستقبل، مثل تقنية الصوت عبر الشبكة (Voice over Internet Protocol) والتي ستسمح بتحسين جودة الصوت وتقديم خدمات البودكاست بطرق جديدة ومبتكرة تؤدي إلى زيادة معدل انتشار البودكاست وتعزيز تفاعل المستمعين مع المحتوى.
3. البحث في تحليل البيانات والذكاء الاصطناعي: يعتبر تحليل البيانات واستخدام التقنيات الذكاء الاصطناعي في مجال البودكاست من الجوانب المهمة التي يمكن أن تساهم في تطوير هذا المجال. يمكن أن يساعد تحليل البيانات في فهم اهتمامات المستمعين وتفضيلاتهم
4. تطوير تقنيات التسجيل والإنتاج الصوتي : يجب أن تتطور أجهزة التسجيل لتصبح أكثر كفاءة وسهولة في الاستخدام، ويجب أن يتم تحسين برامج التحرير الصوتي لتمكين المنتجين من تحقيق جودة عالية وتعديل محتوى البودكاست بسهولة وفعالية.
5. تطوير أدوات التسويق والتوزيع. يمكن أن تساعد الأدوات التحليلية المتقدمة في فهم الجمهور وتحليل سلوك المستمعين وتفضيلاتهم، مما يتيح للمنتجين تحسين استراتيجيات التسويق وتوجيه المحتوى بشكل أكثر دقة. بالإضافة إلى ذلك، يجب أن نبحث في طرق جديدة للتوزيع والترويج للبودكاست، مثل التعاون مع منصات التواصل الاجتماعي وشركات البث الصوتي للوصول إلى جمهور أوسع.
6. ينبغي أن نعمل على تطوير استراتيجيات الاحتياجات الصوتية. يجب أن نفهم تفضيلات المستمعين وما يبحثون عنه في البودكاست والتدوين الصوتي، وذلك من خلال إجراء الدراسات واستطلاعات الرأي وتحليلات السوق .

7. دور المؤسسات الإعلامية والمنصات الإعلامية والشراكات في إثراء وإبراز دور المحتوى الصوتي العربي "بودكاست"
- وفي هذا الصدد يعد دور المؤسسات الإعلامية والمنصات الإعلامية والشراكات أمراً حاسماً في إثراء وإبراز دور المحتوى الصوتي العربي ولعل أبرز هذه الجهود:
- توفير المنصات والبنية التحتية: تلعب المؤسسات الإعلامية دوراً حاسماً في توفير المنصات والبنية التحتية اللازمة لنشر المحتوى الصوتي العربي. يمكنها توفير تطبيقات البودكاست ومنصات البث المباشر والتسجيلات الصوتية عبر الإنترنت، وهذا يوفر فرصاً للمحتوى الصوتي العربي للوصول إلى جمهور واسع.
 - دعم المحتوى الصوتي العربي: يمكن للمؤسسات الإعلامية دعم المحتوى الصوتي العربي من خلال توفير الموارد المادية والبشرية اللازمة. يمكنها توفير مديعين ومحتري الإنتاج الصوتي والكتاب والمصورين وغيرهم للعمل على إنتاج محتوى عربي جذاب وذو جودة عالية.
 - توفير الإعلانات والدعم المالي: تستطيع المؤسسات الإعلامية توفير الدعم المالي والإعلانات للمحتوى الصوتي العربي، وهذا يساعد على تعزيز استدامة المحتوى وتشجيع المبدعين والمنتجين للعمل على إنتاج المزيد من المحتوى الصوتي.
 - الشراكات والتعاون: يمكن للمؤسسات الإعلامية والمنصات الإعلامية تكوين شراكات والتعاون مع منتجي المحتوى الصوتي العربي المستقلين والشركات الناشئة. الحفاظ على استدامة البودكاست العربي وتنمية الموارد التي تمكنه من الاستمرارية والنمو للحفاظ على استدامة البودكاست في الوطن العربي وتنمية الموارد التي تمكنه من الاستمرارية والنمو، ويمكن تحقيق ذلك من خلال:
 - إنشاء محتوى جذاب وذو جودة عالية من خلال إنتاج محتوى فريد ومتميز يلي اهتمامات واحتياجات الجمهور المستهدف، واستخدام تقنيات متنوعة مثل المقابلات والتحليلات والقصص الشخصية لجذب الاهتمام وتحفيز المشاركة.

- بناء جمهور مستهدف ومتابعين وذلك من خلال تسويق محتوى البودكاست من خلال توظيف وسائل التواصل الاجتماعي ومواقع البث الرقمي والمنتديات والتجمعات المحلية للتواصل مع الجمهور وترويج الحلقات الجديدة والمحتوى ذي الصلة، وتشجيع المستمعين على المشاركة وتقديم التعليقات والمقترحات ومشاركة المحتوى.
- توفير سبل الاستدامة المالية وذلك لضمان استدامة البودكاست على المدى الطويل، لا بد من توفير سبل الإستدامة المادية، مثل الإعلانات المدفوعة، والشراكات التجارية، والتبرعات، والاشتراكات المدفوعة.
- تنوع المحتوى وذلك من خلال استكشاف صيغ وأنماط جديدة للبودكاست، مثل: البودكاست التفاعلي، أو البودكاست المبتكر الذي يجمع بين الصوت والصورة، أو استخدام تقنيات الواقع الافتراضي، والواقع المعزز في صناعة البودكاست.
- التفاعل والمشاركة من خلال التعرف على الطرق التي يمكن من خلالها جعل البودكاست تجربة تفاعلية ومشاركة للمستمعين، مثل: استخدام منصات التواصل الاجتماعي، أو الأدوات التفاعلية في التطبيقات.
- تحليل البيانات metadata باستخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي وذلك من خلال توظيف أدوات وتقنيات تحليل البيانات والذكاء الاصطناعي في بحوث البودكاست؛ لفهم سلوك المستمعين وتحليل تفضيلاتهم واحتياجاتهم.

توصيات الدراسة:

- دراسة الاتجاهات الحالية والمستقبلية لصناعة البودكاست من خلال مزيد من الدراسات للاتجاهات الحالية والحديثة في مجال البودكاست، وتحليل التطورات المستقبلية المتوقعة بالإضافة إلى مزيد من استطلاعات الرأي

لتحديد اتجاهات الجمهور المصري والعربي والتوجهات الإعلامية المستقبلية تجاه صناعة البودكاست.

- الإهتمام بإجراء مزيد من الدراسات حول أساليب إنتاج البودكاست المبتكرة والمتقدمة، مثل الصوت ثلاثي الأبعاد وتقنيات تعزيز الواقع الافتراضي، واستخدام الأدوات والتقنيات المتقدمة في تحرير الصوت والمؤثرات الصوتية وكذلك دراسات للكشف عن سبل التوزيع الأمثل للبودكاست في منصات البث الرقمي لضمان الوصول الأمثل للجمهور.
- الإهتمام بالتنوع في تناول الدراسات العربية التي تهتم بدراسة أساليب تقييم جودة المحتوى في البودكاست، وذلك باستخدام معايير محددة مثل القصة، والبنية، والتنوع، والتواصل مع الجمهور، وملاءمة المحتوى للمستمعين المستهدفين يمكن أيضاً استكشاف آراء وتفضيلات المستمعين من خلال الدراسات النوعية واستطلاعات الرأي.
- إجراء مزيد من الدراسات الكيفية مع الجمهور والخبراء حول آليات تحسين تجربة المستخدم في البودكاست وزيادة التفاعل مع مضامين البودكاست المتنوعة وكذلك حول الابتكارات في صناعة البودكاست وتحليل استخدام التقنيات الجديدة والأساليب الإبداعية في إنتاج وتوزيع البودكاست.

المراجع

المراجع العربية:

1. إبراهيم، محمد جمعة رفاعي. (2019). Utilisation des Podcasts pour Développer les Compétences de la Production Orale en Français 2e Langue Etrangère chez les Etudiants du Cycle Secondaire *المجلة التربوية*، ج68، 3591 - 3639.
2. أشواق عزيز. (2022). التدوين الصوتي "البودكاست" وسيط إعلامي واعد للشباب العربي (*Doctoral dissertation*)، جامعة محمد بوضياف بالمسيلة كلية العلوم الانسانية والاجتماعية).
3. أكرم، حبه بنت أحمد محمد سعيد. (2019). فاعلية برنامج تدريبي قائم على بث الوسائط البودكاست في تنمية مهارات تدبر النص القرآني لدى معلمات القرآن الكريم. *مجلة الجامعة الإسلامية للدراسات التربوية والنفسية*، مج27، ع2، 122 - 141.
4. بن عبد الرحمن الخضير، أمل بنت عبد الله. (2022). أثر استخدام البودكاست التعليمي في تدريس وحدة التواصل الشفهي والاستماع على تنمية مهارات تطبيق مراحل التفكير التصميمي لدى طالبات المرحلة الثانوية بمدينة الرياض. *مجلة العلوم التربوية والدراسات الإنسانية*، (26)، 1 - 39.
5. بوخلفة، بولوداني. (2022). التدوين بالفيديو وتشكيل الرأي العام السياسي الجزائري تقنيّة البودكاست الفكاهي-أنموذجاً. *تنمية الموارد البشرية*، 17(3)، 136-155.
6. جلال محمود، دعاء جابر. (2019). تطبيق فلسفة وأدوات الجيل الثاني للمكتبات: دراسة ميدانية على المكتبات العامة المصرية، *رسالة دكتوراه*، المستودع الرقمي العربي للمكتبات وعلوم المعلومات.
7. حشاد، محمد محمد أبو جميل السيد. (2019). تأثير استخدام تقنية البودكاستج والبلوج كمعزز تعليمي على مستوى الأداء الفني لذوي صعوبات التعلم في السباحة. *مجلة بحوث التربية الشاملة*، ع2، 53 - 72.
8. خطاب، أمل محمد. (2017). السلوك الاتصالي للشباب المصري في علاقته بالتقنيات التكنولوجية المتطورة "البودكاست نموذجاً": دراسة في استخدام الشباب المصري لتقنية البودكاست والإشباع المتحققة والتأثيرات السلوكية المتوقعة. *مجلة كلية الآداب*، ع47، 127 - 171.
9. خليل، إنجي محمد أبو سريع. (2017). استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في إدارة الأزمات: دراسة في تحليل المستوى الثاني. *المجلة العلمية لبحوث العلاقات العامة والإعلان*، ع11، 305 - 358.
10. خليوي العياضي، خليوي سامر (2021). فاعلية برنامج قائم على التدوين الصوتي في ضوء المدخل الوظيفي في تنمية مهارات الاستماع لدى متعلمي اللغة العربية واتجاهاتهم نحوه The Effectiveness of A Podcast-Based Program in Light of the

- Functional Approach for Developing Listening Skills for Arabic Language Learners and their Attitudes. *مجلة العلوم الشرعية*, 2021(12).
11. الخالدة، مؤمن محمد سلامة، ومنصور، تحسين بشير. (2022). القضايا الإعلامية في البودكاست الأردني: برنامج حرر إنموذجا (رسالة ماجستير غير منشورة). جامعة اليرموك، إربد.
 12. رضا، نوال. (2022). الاستخدامات التفاعلية لتطبيقات الميديا الجديدة في الحياة اليومية للمراهقين الجزائريين: تطبيقات البودكاست أنموذجا. *مجلة العلوم الاجتماعية والإنسانية*، مج23، ع1، 553 - 570.
 13. السريتي، معز علي، عمران جمعة. (2022). استخدام النخبة الإعلامية لتطبيقات البودكاست والإشباع المتحققة منها: دراسة ميدانية. *مجلة كلية الفنون والإعلام*، ع14، 231 - 254.
 14. سنان، رقية عبدالله. (2019). ديناميكية البودكاست في العملية التعليمية. *مجلة دراسات إنسانية واجتماعية*، ع10، 107 - 118.
 15. سيد، نجوى إبراهيم. (2022). أطر معالجة المواقع الإخبارية الدولية للأزمات الدبلوماسية. *المجلة العلمية لبحوث الصحافة*، 2022(24)، 449-514.
 16. شاهين، أحمد رجب. (2022). أثر استخدام تقنية البودكاست في تدريس مقرر التكتشف والاستخلاص على التحصيل الدراسي: دراسة تجريبية على طالبات قسم المكتبات والمعلومات بكلية الآداب جامعة طنطا. *المجلة العلمية للمكتبات والوثائق والمعلومات*، مج4، ع9، 91 - 118.
 17. الشيباني، ماجد بن فهد. (2022). دوافع تعرُّض الجمهور السعودي لإذاعات الإنترنت (البودكاست) والإشباع المتحققة منه دراسة مسحية لعينة من متابعي بودكاست (ثمانية) في المملكة العربية السعودية. *المجلة المصرية لبحوث الإعلام*، 2022(79)، 433-466.
 18. الشيباني، ماجد بن فهد. (2022). دوافع تعرُّض الجمهور السعودي لإذاعات الإنترنت "البودكاست" والإشباع المتحققة منه: دراسة مسحية لعينة من متابعي بودكاست "ثمانية" في المملكة العربية السعودية. *المجلة المصرية لبحوث الإعلام*، ع79، 433 - 466.
 19. صالح، هبة فتاوي إبراهيم. (2018). Einsatz Von Audio Podcasts Zur Forderung Der Horverstehenskompetenz Bei Den Daf Lehramtsstudierenden Der Padagogischen Fakultat. *دراسات في المناهج وطرق التدريس*، ع235، 1 - 37.
 20. الطائي، مصطفى حميد. (2018). معايير الجودة والابتكار في الإنتاج التلفزيوني (دراسة ميدانية على عينة من المتخصصين والعاملين في الإعلام بدولة الإمارات 2018-2019، (10) 7-32.

21. العابد، السيد علي، بن يحيى، عبد الرؤوف (2017) تأثير اليوتيوب من خلال برامج بودكاست على الطلبة الجامعيين دراسة ميدانية على عينة من طلبة ماستر قسم الإعلام والاتصال لجامعة قاصدي مرباح (*Doctoral dissertation, univ-ouargla*).
22. عبدالباري، شيماء صلاح محمود، يونس، فتحي علي، ورزق، هناء رزق محمد. (2022). تنمية مهارات الفهم الاستماعي للناطقين بلغات أخرى في المستوى المبتدئ باستخدام التدوين الصوتي. *مجلة القراءة والمعرفة*، ع247، 267 - 306.
23. عبدالجواد، سامح زينهم. (2020). إدارة خدمة البودكاست المقدمة في المكتبة المركزية الجديدة بجامعة القاهرة: دراسة تقييمية. *مجلة الفهرست*، ع69، 83 - 142.
24. عبدالصمد، أسماء السيد محمد، ونور الدين، شيماء أسامة محمد. (2017). تأثير أساليب حكي القصص الرقمية عبر تقنية البودكاست على تنمية الذكاء اللغوي والقدرة على التخيل لدى تلاميذ المرحلة الابتدائية المعاقين بصريا. *مجلة التربية*، ع176، ج1، 114 - 218.
25. عثمان، عبير، وبوغرارة، فاطمة الزهراء (2021) دور برامج البودكاست عبر اليوتيوب في التنشئة الثقافية للطلاب الجامعي *دراسة-مصححة* على عينة من متابعي برامج قناة مساحة على اليوتيوب. جامعة محمد خيضر بسكرة، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية قسم العلوم الإنسانية
26. الغامدي، منال عبد الله جمعان. (2018). فاعلية البودكاست التعليمي في تنمية مهارة التحدث باللغة الإنجليزية لدى طالبات المرحلة المتوسطة بالباحة. *المجلة الدولية للعلوم التربوية والنفسية*، ع10، 150 - 200.
27. غزال، عبدالرزاق، بور، وفاء. (2021). البودكاست الاجتماعي بين تنمية المسؤولية وخلق الوعي المجتمعي: دراسة وصفية على عينة من مستخدمي تدوينات المضامين الصوتية. *مجلة علوم الإنسان والمجتمع*، مج10، ع4، 645 - 663.
28. الفربي، محمد إلهام خالد. (2023). تطبيق وسيلة البودكاست على منصة سبوتيفي في تعليم اللغة العربية لترقية مهارة التلاميذ على الاستماع العربي (دراسة شبه تجريبية على تلاميذ الفصل السابع بمدرسة نور الأيمن المتوسطة الإسلامية ماجانجكا) (*Doctoral dissertation, UIN Sunan Gunung Djati Bandung*).
29. ماجد، نيرمين (2018). فاعلية استخدام البودكاست Podcast في تنمية مهارة التحدث باللغة الإنجليزية لدى طلاب المرحلة الثانوية لغير الناطقين بها. *المجلة العلمية المحكمة للجمعية المصرية للمبيوتر التعليمي*، مج6، ع2، 295 - 320.
30. المعولية، إيمان بنت محمد بن زيد. (2021). أثر توظيف تقنية البودكاست في تنمية مهارة الاستماع في مادة اللغة الإنجليزية لدى طلاب الصف الأول بمحافظة جنوب الباطنة. *المجلة الدولية للدراسات التربوية والنفسية*، مج10، ع1، 169 - 185.
31. المنزلواي، ماجد إبراهيم حسن. (2022). جودة تصميم المواقع الصحفية في عصر التحول الرقمي. *المجلة المصرية لبحوث الإعلام*، 2022(80)، 1111-1143.

32. النابلسي، أريج عبد الله محمد، والشيخ، حنان كامل أحمد. (2021). تأثير مسلسلات "البودكاست" على اليافعين في ترسيخ القيم الاجتماعية والإنسانية: دراسة تجريبية على مسلسل "وليد الصدفة" (رسالة ماجستير غير منشورة). جامعة الشرق الأوسط، عمان.
33. هاشم، منى أحمد، عبد الرحمن، أمنية. (2023). اتجاهات المواقع الاخبارية المصرية والعربية لاستخدام تقنية البودكاست وعلاقتها بتفضيلات الجمهور المصري. *المجلة المصرية لبحوث الاتصال الجماهيري*, 5(1), 736-834.

References:

34. Alvermann, D. E. (2022). Talking back: Media, archival pedagogy, and podcasting. In *Media Literacy, Equity, and Justice* (pp. 159-166). Routledge.
35. Alzub, A. M. (2023). Navigating the Disruption of Digital and Conventional Media in Changing Media Consumption Landscape in Digital Era. *Journal of Engineering, Technology, and Applied Science (JETAS)*, 5(1), 38-48.
36. Asier, L. A., & Luis Miguel, P. E. (2022). Audio storytelling innovation in a digital age: The case of daily news podcasts in Spain. *Information*, 13(4), 204.
37. Aufderheide, P., Lieberman, D., Alkhalouf, A., & Ugboma, J. M. (2020). Podcasting as public media: The future of US news, public affairs, and educational podcasts. *International journal of communication*, 14, 22.
38. Aufderheide, Patricia & Alkhalouf, Atika. (2020). Podcasting as Public Media: The Future of U.S. News, Public Affairs, and Educational Podcasts, *International Journal of Communication*, (14), 1683-1704.
39. Basenko, G., & Baskakova, V. (2021). Podcasts in the teaching media space. In *E3S Web of Conferences* (Vol. 273, p. 12122). EDP Sciences.
40. Behan, P., Ferns, S., Foley, S., Freeman, O., Gabaudan, O., McAlpine, A.,... & Walsh, L. (2022). Using the Community of Practice model to shape approaches to Education for Sustainable Development across disciplines in a Technological University context: *A Roundtable Podcast*.
41. Berry, R. (2015). A golden age of podcasting? Evaluating Serial in the context of podcast histories. *Journal of radio & audio media*, 22(2), 170-178.

42. Berry, R. (2022). What is a podcast?: Mapping the technical, cultural, and sonic boundaries between radio and podcasting. In *The Routledge Companion to Radio and Podcast Studies* (pp. 399-407).
43. Bezbaruah, S., & Brahmabhatt, K. (2023). Are podcast advertisements effective? An emerging economy perspective. *Journal of International Consumer Marketing*, 35(2), 215-233.
44. Bleyen, V. A., Lindmark, S., Ranaivoson, H., & Ballon, P. (2014). A typology of media innovations: Insights from an exploratory study. *The journal of media innovations*, 1(1), 28-51.
45. Bottomley, A. J. (2015). Podcasting: A decade in the life of a "new" audio medium: Introduction. *Journal of radio & audio media*, 22(2), 164-169.
46. Casares Jr, D. R. (2022). Embracing the podcast era: Trends, opportunities, & implications for counselors. *Journal of Creativity in Mental Health*, 17(1), 123-138.
47. Casares Jr, D. R. (2023). The Pedagogical Potential of Podcasts: Using Digital Audio to Enhance Learning in Marriage and Family Counseling Courses. *The Family Journal*, 31(1), 11-20.
48. Cassidy, M. (2022). The Power of Podcasting: Telling Stories through Sound, Siobhán McHugh (2022). *australian journalism review*, 44(1), 149-150.
49. Cho, Y. Y., Park, A., & Choi, J. (2023). Motives for using news podcasts and political participation intention in South Korea: The mediating effect of political discussion. *Media International Australia*, 1329878X231154052.
50. Craig, C. M., Brooks, M. E., & Bichard, S. (2023). Podcasting on purpose: Exploring motivations for podcast use among young adults. *International Journal of Listening*, 37(1), 39-48.
51. Dowling, D. O., & Miller, K. J. (2019). Immersive audio storytelling: Podcasting and serial documentary in the digital publishing industry. *Journal of radio & audio media*, 26(1), 167-184.
52. English, P., Burgess, J., & Jones, C. (2023). The Final Word on sports podcasts: audience perceptions of media engagement and news consumption. *Media International Australia*, 187(1), 8-20.
53. Etzely Sara B. (2017), Tomorrow Journalis: In group out-group and News Topic Preference *journalism& mass Communication* Vol. 4, No1.

54. Fernandez, V., Simo, P., & Sallan, J. M. (2009). Podcasting: A new technological tool to facilitate good practice in higher education. *Computers & education*, 53(2), 385-392
55. Graves, A. (2021). The Design and Production of a Series of Podcasts on Sustainability Issues Selected for the Central Valley of California (*Doctoral dissertation, Alliant International University*).
56. Hellwig, S., Roberts, R. D., & Schulze, R. (2020). A new approach to assessing emotional understanding. *Psychological assessment*, 32(7), 649.
57. Hurst, E. J. (2019). Getting started with podcasting. *Journal of Hospital Librarianship*, 19(3), 277-283.
58. Kiberg, H., & Spilker, H. (2023). One More Turn after the Algorithmic Turn? Spotify's Colonization of the Online Audio Space. *Popular Music and Society*, 46(2), 151-171.
59. Killingback, C., Ahmed, O., & Williams, J. (2019). 'It was all in your voice'-Tertiary student perceptions of alternative feedback modes (audio, video, podcast, and screencast): A qualitative literature review. *Nurse education today*, 72, 32-39.
60. Kinkaid, E., Emard, K., & Senanayake, N. (2020). The podcast-as-method?: Critical reflections on using podcasts to produce geographic knowledge. *Geographical review*, 110(1-2), 78-91.
61. Laughlin, C. (2023). The Millennial Medium: The Interpretive Community of Early Podcast Professionals. *Television & New Media*, 15274764221146475.
62. Laughlin, C. (2023). The Millennial Medium: The Interpretive Community of Early Podcast Professionals. *Television & New Media*, 15274764221146475.
63. Lindgren, M. (2023). Intimacy and emotions in podcast journalism: A study of award-winning Australian and British podcasts. *Journalism Practice*, 17(4), 704-719.
64. Lindgren, M., & Jorgensen, B. (2023). Podcasting and constructive journalism in health stories about antimicrobial resistance (AMR). *Media International Australia*, 187(1), 73-87.
65. McCarthy, S., Pelletier, M., & McCoy, A. (2021). Talking together: using intercollegiate podcasts for increased engagement in marketing education. *Marketing Education Review*, 31(2), 125-130.

66. Mobasheri, A., & Costello, K. E. (2021). Podcasting: An innovative tool for enhanced osteoarthritis education and research dissemination. *Osteoarthritis and Cartilage Open*, 3(1), 100130.
67. Mulhanga, M. M., & Lima, S. R. (2017, December). Podcast as e-learning enabler for developing countries: Current initiatives, challenges and trends. In *Proceedings of the 2017 9th international conference on education technology and computers* (pp. 126-130).
68. Nugroho, D. A., & Anwar, W. Y. C. (2022). Strategy to empower Pancasila values through podcast media as digital citizens innovation. *Jurnal Civics: Media Kajian Kewarganegaraan*, 19(2).
69. Nur'aini, F., Supriatna, N., & Ratmaningsih, N. (2023). The Use of Podcast as a Creative Learning Resource in Social Studies. *Jurnal Paedagogy*, 10(1).
70. Nur'aini, F., Supriatna, N., & Ratmaningsih, N. (2023). The Use of Podcast as a Creative Learning Resource in Social Studies. *Jurnal Paedagogy*, 10(1).
71. Nypadyuka, A. S., & Hudym, A. D. (2021). PODCASTING AS A NEW MEDIA FORMAT OF PUBLIC COMMUNICATION IN THE DIGITAL AGE. *Publishing House "Baltija Publishing"*.
72. Park, Chang Sup: (2017) Citizen news podcasts and engaging journalism: The formation of a counter public sphere in South Korea, *Pacific Journalism Review*, 23(1), 245-262.
73. Rime, J., Pike, C., & Collins, T. (2022). What is a podcast? Considering innovations in podcasting through the six-tensions framework. *Convergence*, 28(5), 1260-1282.
74. Rime, J., Pike, C., & Collins, T. (2022). What is a podcast? Considering innovations in podcasting through the six-tensions framework. *Convergence*, 28(5), 1260-1282.
75. Rime, J., Pike, C., & Collins, T. (2022). What is a podcast? Considering innovations in podcasting through the six-tensions framework. *Convergence*, 28(5), 1260-1282.
76. Rohden, S. F., Tassinari, G., & Netto, C. F. (2023). Listen as much as you want: the antecedents of the engagement of podcast consumers. *International Journal of Internet Marketing and Advertising*, 18(1), 82-97.

77. Rojas-Torrijos, J. L., Caro-González, F. J., & González-Alba, J. A. (2020). The emergence of native podcasts in journalism: Editorial strategies and business opportunities in Latin America. *Media and communication*, 8(2), 159-170.
78. Rojas-Torrijos, J. L., Caro-González, F. J., & González-Alba, J. A. (2020). The emergence of native podcasts in journalism: Editorial strategies and business opportunities in Latin America. *Media and communication*, 8(2), 159-170.
79. Samuel-Azran, T., Laor, T., & Tal, D. (2019). Who listens to podcasts, and why?: the Israeli case. *Online information review*, 43(4), 482-495.
80. Saura, J. R., Palacios-Marqués, D., & Ribeiro-Soriano, D. (2023). Exploring the boundaries of open innovation: Evidence from social media mining. *Technovation*, 119, 102447.
81. Sharon, T., & John, N. A. (2019). Imagining an ideal podcast listener. *Popular Communication*, 17(4), 333-347.
82. Sitanggang, A., & Sitanggang, N. G. (2023). An Analysis Of Slang Words On Comments Of Podcast On Youtube Channel” Curhat Bang Denny Sumargo”. *Journal on Education*, 5(3), 7501-7507.
83. Sturgess, K., O’Mahony, L., Trees, K., & Order, S. (2023). ‘Podcasting Radio on Podcasts’ Edutainment Podcasting Pedagogy for Radio Students During COVID-19. *The Bloomsbury Handbook of Radio*, 398.
84. Sullivan, J. L. (2019). The platforms of podcasting: Past and present. *Social media & society*, 5(4), 2056305119880002.
85. Syafrina, A. E. (2023). Using Habib Jafar Podcast as Islamic Information Media. *Da'watuna: Journal of Communication and Islamic Broadcasting*, 3(1), 217-229.
86. Tresnawati, T., Medionovianto, D., & Pradhista, H. N. (2021). The use of podcast in disseminating agricultural technology innovation: A SWOT analysis. In *E3S Web of Conferences* (Vol. 306, p. 03006). EDP Sciences.
87. Tu, J.-C., Liu L.-X., Wu K. Y. (2018). Study on the Learning Effectiveness of Stanford Design Thinking in Integrated Design Education. *Sustainability*, 102-649.
88. What is a podcast? Considering innovations in podcasting through the six-tensions framework. *Convergence*, 28(5), 1260-1282.

89. Wrather, K. (2019). Writing radio history as it happens: The challenges and opportunities of collecting podcast histories. *Journal of Radio & Audio Media*, 26(1), 143-146.
90. Yeromin, Mykola (2021), Unexpected Crossroads of International Political Communication: Influence and Insights of Universal Codes of Media as Exemplified by Podcasts, Comics and New Media, DOI:10.31861/*mediaforum*.2021.9.263-274.
91. Berry, R. (2016). Podcasting: Considering the evolution of the medium and its association with the word 'radio'. *The Radio Journal—International Studies in Broadcast & Audio Media*, 14(1), 7-22.

المواقع الإلكترونية:

92. <https://ar.unesco.org/courier/2020-1/nfs-ldyd-lddh-bfdl-lbwdkst>
93. <https://ar-podcast.com/b/ststs-2019/>
94. <https://www.agamy-tech.com/2022/07/Podcasts-advantages-and-disadvantages.html>.
95. <https://www.insiderintelligence.com/charts/industry/emarketer/>