

مجلة

مجلة العلاقات العامة

Journal of
PR
research
Middle East

الشرق الأوسط



معامل الاقتباس الدولي ICR لعام ٢٠٢٢/٢٠٢١ م = ١,٥٦٩ معامل تأثير المجلس الأعلى للجامعات = ٧
معامل التأثير "أرسيف" لعام ٢٠٢٤ م = ١,٧٥ Q1

لورية علمية محكمة بإشراف علمي من الجمعية المصرية للعلاقات العامة - السنة الثالثة عشرة - العدد الخامس والخمسون - يناير/ مارس ٢٠٢٥ م

بحوث باللغة العربية:

- أثر استخدام أخصائي الإعلام التربوي لتقنية الواقع المعزز على الإدراك البصري للرسالة الإعلامية لدى ذوي الهمم
أ.م.د. دينا محمد محمود عساف (جامعة بورسعيد) ... ص ٩
- تأثير وسائل الإعلام على الوعي البيئي والسلوكيات البيئية لدى الجمهور المصري: دراسة ميدانية
د. عبير عبد الحميد سالم (جامعة أكتوبر للعلوم الحديثة والآداب MSA) ... ص ٤٣
- علاقة الأحداث الخاصة بإدراك أبعاد الصورة الذهنية للمملكة العربية السعودية في ظل رؤية ٢٠٣٠:
دراسة حالة لاستضافة مدينة "الرياض" لمعرض إكسبو العالمي
د. مصعب بن فالح الحربي (جامعة الملك عبد العزيز) ... ص ٩٣
- آليات توظيف الدبلوماسية الإسرائيلية في تحسين الصورة الذهنية خلال الحرب على غزة ٢٠٢٤ م:
دراسة تحليلية لصفحة إسرائيل تتكلم العربية على الفيسبوك
د. منى إبراهيم عبد الحافظ عبد الرسول (جامعة الأزهر) ... ص ١٣٣
- المعايير الانتقائية المؤثرة على الاستماع "للبودكاست" وعلاقتها بتدعيم الهوية الاجتماعية للشباب في العصر الرقمي:
في إطار مدخل البنائية الوظيفية
د. سمر إبراهيم أحمد عثمان (جامعة بورسعيد)
د. مريم يوسف محمد رخا (جامعة بورسعيد) ... ص ٢٢١
- تطبيقات الذكاء الاصطناعي وتطوير أساليب العمل في أقسام العلاقات العامة بالمؤسسات التقنية السعودية:
دراسة مسحية
محمد بن عبد العزيز الداود (جامعة الملك سعود) ... ص ٣٠٩

(ISSN 2314-8721)

الشبكة القومية للمعلومات العلمية والتكنولوجية
(ENSTINET)

الجمعية المصرية للعلاقات العامة EPRA

بمصر من المجلس الأعلى لتنظيم الإعلام في مصر

رقم الإيداع بدار الكتب: ٢٠١٩/٢٤٢٨٠

جميع الحقوق محفوظة ٢٠٢٥ APRA @

الوكالة العربية للعلاقات العامة

www.jprr.epra.org.eg

الهيئة الاستشارية

أ.د. علي السيد عجوة (مصر)

أستاذ العلاقات العامة المتفرغ والعميد الأسبق لكلية الإعلام جامعة القاهرة

Prof. Dr. Thomas A. Bauer (Austria)

Professor of Mass Communication at the University of Vienna

أ.د. ياس خضير البياتي (العراق)

أستاذ الإعلام بجامعة بغداد وحالياً رئيس قسم الإعلام الرقمي بجامعة النور في نينوى / العراق

أ.د. محمد معوض إبراهيم (مصر)

أستاذ الإعلام المتفرغ بجامعة عين شمس والعميد الأسبق لكلية الإعلام جامعة سيناء

أ.د. عبد الرحمن بن حمود العناد (السعودية)

أستاذ العلاقات العامة بكلية الإعلام - جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية

أ.د. سامي عبد الرؤوف محمد طابع (مصر)

أستاذ العلاقات العامة بكلية الإعلام - جامعة القاهرة

أ.د. شريف درويش مصطفى اللبان (مصر)

أستاذ الصحافة - وكيل كلية الإعلام لشئون خدمة المجتمع وتنمية البيئة سابقاً - جامعة القاهرة

أ.د. جمال عبد الحي عمر النجار (مصر)

أستاذ الإعلام بكلية الدراسات الإسلامية للنباتات - جامعة الأزهر

أ.د. عابدين الدردير الشريف (ليبيا)

أستاذ الإعلام وعميد كلية الآداب والعلوم الإنسانية بجامعة الزيتونة - ليبيا

أ.د. عثمان بن محمد العربي (السعودية)

أستاذ العلاقات العامة والرئيس الأسبق لقسم الإعلام بكلية الآداب - جامعة الملك سعود

أ.د. وليد فتح الله مصطفى بركات (مصر)

أستاذ الإذاعة والتلفزيون ووكيل كلية الإعلام لشئون التعليم والطلاب سابقاً - جامعة القاهرة

أ.د. تحسين منصور رشيد منصور (الأردن)

أستاذ العلاقات العامة والعميد السابق لكلية الإعلام - جامعة اليرموك

أ.د. علي قسايسية (الجزائر)

أستاذ متقاعد تخصص دراسات الجمهور والتشريعات الإعلامية بكلية علوم الإعلام والاتصال

جامعة الجزائر ٣

أ.د. رضوان بو جمعة (الجزائر)

أستاذ الإعلام بقسم علوم الإعلام والاتصال - جامعة الجزائر

أ.د. عبد الملك ردمان الدناني (اليمن)

أستاذ الإعلام والعلاقات العامة بكلية لبوا - أبوظبي

أ.د. خلود بنت عبد الله ملياني (السعودية)

أستاذ العلاقات العامة بكلية الاتصال والإعلام - جامعة الملك عبد العزيز

أ.د. طارق محمد الصعيد (مصر)

أستاذ الإعلام بكلية التربية النوعية - جامعة المنوفية

جميع حقوق الطبع محفوظة.

جميع حقوق الطبع والنشر محفوظة
للوكالة العربية للعلاقات العامة

لا يجوز، دون الحصول على إذن خطي من الناشر، استخدام أي من المواد التي تتضمنها هذه المجلة، أو استنساخها أو نقلها، كلياً أو جزئياً، في أي شكل وبأية وسيلة، سواء بطريقة إلكترونية أو آلية، بما في ذلك الاستنساخ الفوتوجرافي، أو التسجيل أو استخدام أي نظام من نظم تخزين المعلومات واسترجاعها، وتطبق جميع الشروط والأحكام والقوانين الدولية فيما يتعلق بانتهاك حقوق النشر والطبع للنسخة المطبوعة أو الإلكترونية.

الترقيم الدولي للنسخة المطبوعة
(ISSN 2314-8721)

الترقيم الدولي للنسخة الإلكترونية
(ISSN 2314-873X)

الجمعية المصرية للعلاقات العامة
(EPRA)

الشبكة القومية المصرية للمعلومات العلمية والتكنولوجية
(ENSTINET)

بتصريح من المجلس الأعلى لتنظيم الإعلام في مصر
رقم الإيداع: ٢٠١٩/٢٤٣٨٠

ولتقديم طلب الحصول على هذا الإذن والمزيد من الاستفسارات، يرجى الاتصال برئيس مجلس إدارة الجمعية المصرية للعلاقات العامة (الوكيل المفوض للوكالة العربية للعلاقات العامة) على العنوان الآتي:

APRA Publications

Al Arabia Public Relations Agency, Egypt, Menofia, Shebin El-Kom
Crossing Sabry Abo Alam st. & Al- Amin st.
Postal code: 32111 Post Box: 66
Or

Egyptian Public Relations Association, Egypt, Giza,
Dokki, Ben Elsarayat -1 Mohamed Alzoghby st. of Ahmed Elzayat St.

بريد إلكتروني: jpr@epra.org.eg - ceo@apr.agency

موقع ويب: www.jpr@epra.org.eg - www.apr.agency

الهاتف : 818 - 02-376-20 (+2) - 151 - 14 - 15 - 0114 (+2) - 157 - 14 - 15 - 0114 (+2)

فاكس : 73 - 048-231-00 (+2)

المجلة م فهرسة ضمن قواعد البيانات الرقمية الدولية التالية:



مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط

Journal of Public Relations Research Middle East

التعريف بالمجلة:

مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط دورية علمية تنشر أبحاثاً متخصصة في العلاقات العامة وعلوم الإعلام والاتصال، بعد أن تقوم بتحكيمها من قِبَل عدد من الأساتذة المتخصصين في نفس المجال، بإشراف علمي من الجمعية المصرية للعلاقات العامة، أول جمعية علمية مصرية متخصصة في العلاقات العامة (عضو شبكة الجمعيات العلمية بأكاديمية البحث العلمي والتكنولوجيا بالقاهرة). والمجلة ضمن مطبوعات الوكالة العربية للعلاقات العامة المتخصصة في النشر والاستشارات العلمية والتعليم والتدريب.

- المجلة معتمدة بتصريح من المجلس الأعلى لتنظيم الإعلام في مصر، ولها ترقيم دولي ورقم إيداع محلي بدار الكتب المصرية، ومصنفة دولياً لنسختها المطبوعة والإلكترونية من أكاديمية البحث العلمي والتكنولوجيا بالقاهرة، كذلك مصنفة من لجنة الترقّيات العلمية تخصص الإعلام بالمجلس الأعلى للجامعات في مصر.
- المجلة فصلية تصدر كل ثلاثة أشهر خلال العام.
- تقبل المجلة نشر عروض الكتب والمؤتمرات وورش العمل والأحداث العلمية العربية والدولية.
- تقبل المجلة نشر إعلانات عن محركات بحث علمية أو دور نشر عربية أو أجنبية وفقاً لشروط خاصة يلتزم بها المعلن.
- تقبل المجلة نشر البحوث الخاصة بالترقّيات العلمية، كما تُقبل نشر أبحاث المتقدمين لمناقشة رسائل الماجستير والدكتوراه.
- تقبل المجلة نشر ملخصات الرسائل العلمية التي نوقشت، كما تقبل نشر عروض الكتب العلمية المتخصصة في العلاقات العامة والإعلام، كذلك المقالات العلمية المتخصصة من أساتذة التخصص من أعضاء هيئة التدريس.

قواعد النشر:

- أن يكون البحث أصيلاً ولم يسبق نشره.
- تقبل البحوث باللغات: (العربية . الإنجليزية . الفرنسية) على أن يُكتب ملخص باللغة الإنجليزية للبحث في حدود صفحة واحدة إذا كان مكتوباً باللغة العربية.
- أن يكون البحث في إطار الموضوعات التي تهتم بها المجلة في العلاقات العامة والإعلام والاتصالات التسويقية المتكاملة.
- تخضع البحوث العلمية المقدمة للمجلة للتحكيم ما لم تكن البحوث قد تم تقييمها من قِبَل اللجان والمجالس العلمية بالجهات الأكاديمية المعترف بها أو كانت جزءاً من رسالة أكاديمية نوقشت وتم منح صاحبها الدرجة العلمية.
- يُراعى اتباع الأسس العلمية الصحيحة في كتابة البحث العلمي ومراجعته، ويُراعى الكتابة ببنت (١٤) Simplified Arabic والعناوين الرئيسية والفرعية Bold في البحوث العربية، ونوع الخط Times New Roman في البحوث الإنجليزية، وهوامش الصفحة من جميع الجهات (٢,٥٤)، ومسافة (١) بين السطور، أما عناوين الجداول فببنت (١١) بنوع خط Arial.
- يتم رصد المراجع في نهاية البحث وفقاً للمنهجية العلمية بأسلوب متسلسل وفقاً للإشارة إلى المرجع في متن البحث وفقاً لطريقة APA الأمريكية.

- يرسل الباحث نسخة إلكترونية من البحث بالبريد الإلكتروني بصيغة Word مصحوبة بسيرة ذاتية مختصرة عنه، وإرفاق ملخصين باللغتين العربية والإنجليزية للبحث.
- في حالة قبول البحث للنشر بالمجلة يتم إخطار الباحث بخطاب رسمي بقبول البحث للنشر، أما في حالة عدم قبول البحث للنشر فيتم إخطاره بخطاب رسمي وإرسال جزء من رسوم نشر البحث له في أسرع وقت.
- إذا تطلب البحث إجراء تعديل بسيط فيلتزم الباحث بإعادة إرسال البحث معدلاً خلال ١٥ يومًا من استلام ملاحظات التعديل، وإذا حدث تأخير منه فسيتم تأجيل نشر البحث للعدد التالي، أما إذا كان التعديل جذريًا فيرسله الباحث بعد ٣٠ يومًا أو أكثر حسب ملاحظات التحكيم من وقت إرسال الملاحظات له.
- يرسل الباحث مع البحث ما قيمته ٣٨٠٠ جنيه مصري للمصريين من داخل مصر، ومبلغ \$٥٥٠ للمصريين المقيمين بالخارج والأجانب، مع تخفيض (٢٠٪) لمن يحمل عضوية الزمالة العلمية للجمعية المصرية للعلاقات العامة من المصريون والجنسيات الأخرى. وتخفيض (٢٥٪) من الرسوم لطلبة الماجستير والدكتوراه. ولأي عدد من المرات خلال العام. يتم بعدها إخضاع البحث للتحكيم من قِبَل اللجنة العلمية.
- يتم رد نصف المبلغ للباحثين من داخل وخارج مصر في حالة رفض هيئة التحكيم البحث وإقرارهم بعدم صلاحيته للنشر بالمجلة.
- لا ترد الرسوم في حالة تراجع الباحث وسحبه للبحث من المجلة لتحكيمه ونشره في مجلة أخرى.
- لا يزيد عدد صفحات البحث على (٤٠) صفحة A4، وفي حالة الزيادة تحتسب الصفحة بـ ٧٠ جنيهًا مصريًا للمصريين داخل مصر وللمقيمين بالخارج والأجانب ١٠\$.
- يُرسل للباحث عدد (٢) نسخة من المجلة بعد نشر بحثه، وعدد (٥) مستلة من البحث الخاص به.
- ملخص رسالة علمية (ماجستير) ٥٠٠ جنيه للمصريين ولغير المصريين ١٥٠\$.
- ملخص رسالة علمية (الدكتوراه) ٦٠٠ جنيه للمصريين ولغير المصريين ١٨٠\$. على ألا يزيد ملخص الرسالة على ٨ صفحات.
- يتم تقديم خصم (١٠٪) لمن يشترك في عضوية الجمعية المصرية للعلاقات العامة، ويتم إرسال عدد (١) نسخة من المجلة بعد النشر للباحث على عنوانه بالبريد الدولي.
- نشر عرض كتاب للمصريين ٧٠٠ جنيه ولغير المصريين ٣٠٠\$، ويتم إرسال عدد (١) نسخ من المجلة بعد النشر لصاحب الكتاب على عنوانه بالبريد الدولي السريع، ويتم تقديم خصم (١٠٪) لمن يشترك في عضوية زمالة الجمعية المصرية للعلاقات العامة.
- بالنسبة لنشر عروض تنظيم ورش العمل والندوات من داخل مصر ٦٠٠ جنيه، ومن خارج مصر ٣٥٠\$. بدون حد أقصى لعدد الصفحات.
- بالنسبة لنشر عروض المؤتمرات الدولية من داخل مصر ١٢٠٠ جنيه ومن خارج مصر ٤٥٠\$ بدون حد أقصى لعدد الصفحات.
- جميع الآراء والنتائج البحثية تعبر عن أصحاب البحوث المقدمة، وليس للجمعية المصرية للعلاقات العامة أو الوكالة العربية للعلاقات العامة أي دخل بها.
- تُرسل المشاركات باسم رئيس مجلس إدارة المجلة على عنوان الوكالة العربية للعلاقات العامة - جمهورية مصر العربية - المنوفية - شبين الكوم - تقاطع شارع صبري أبو علم مع شارع الأمين، رمز بريدي: ٣٢١١١ - صندوق بريدي: ٦٦، والبريد الإلكتروني المعتمد من المجلة jpr@epa.org.eg أو البريد الإلكتروني لرئيس مجلس إدارة المجلة ceo@apr.agency بعد تسديد قيمة البحث وإرسال صورة الإيصال التي تفيد ذلك.

الافتتاحية

منذ بداية إصدارها في أكتوبر - ديسمبر من عام ٢٠١٣م، يتواصل صدور أعداد المجلة بانتظام، ليصدر منها أربعة وخمسون عددًا بانتظام، تضم بحوثًا ورؤى علمية متعددة لأساتذة ومتخصصين وباحثين من مختلف دول العالم.

وبما أن المجلة أول دورية علمية محكمة في بحوث العلاقات العامة بالوطن العربي والشرق الأوسط - وهي تصدر بإشراف علمي من الجمعية المصرية للعلاقات العامة (عضو شبكة الجمعيات العلمية بأكاديمية البحث العلمي والتكنولوجيا بالقاهرة) ضمن مطبوعات الوكالة العربية للعلاقات العامة - وجد فيها الأساتذة الراغبون في تقديم إنتاجهم للمجتمع العلمي بكافة مستوياته ضالهم المنشودة للنشر على النطاق العربي، وبعض الدول الأجنبية التي تصل إليها المجلة من خلال مندوبيها في هذه الدول، وكذلك من خلال موقعها الإلكتروني، فقد نجحت المجلة في الحصول على معايير اعتماد معامل "Arcif" المتوافقة مع المعايير العالمية والتي يبلغ عددها ٣١ معيارًا، وصنفت المجلة في عام ٢٠٢٤م ضمن الفئة "الأولى Q1" وهي الفئة الأعلى في تخصص الإعلام، بمعامل تأثير = ١,٧٥، كما تحصلت المجلة على معامل الاقتباس الدولي ICR لعام ٢٠٢١/٢٠٢٢م بقيمة = ١,٥٦٩.

وكانت المجلة قد تصدرت المجلة الدورية العلمية المحكمة المتخصصة في التصنيف الأخير للمجلس الأعلى للجامعات في مصر، والذي اعتمدها في الدورة الحالية للجنة الترقية العلمية تخصص "الإعلام" وقام بتقييمها بـ (٧) درجات من (٧). وأصبحت المجلة متاحة على قاعدة البيانات العربية الرقمية "معرفة"، وكذلك أصبحت ضمن قائمة المجلات العلمية المحكمة التي تصدر باللغة العربية المستوفية لمعايير الانضمام لقواعد البيانات العالمية، والتي تم مراجعتها من وحدة النشر بعمادة البحث العلمي بجامعة أم القرى.

والمجلة مفهرسة حاليًا ضمن قواعد البيانات الرقمية الدولية: (EBSCO HOST - دار المنظومة - إثراء للعلوم والثقافة - معرفة - بوابة الكتاب العلمي).

وفي هذا العدد - الخامس والخمسين - من المجلة نقدم للباحثين في الدراسات الإعلامية والمهتمين بهذا المجال عددًا يضم بحوثًا ورؤى علمية للأساتذة والمشاركين والمساعدین والباحثين. ففي البداية وعلى صعيد البحوث الواردة بهذا العدد من المجلة، نجد بحثًا من جامعة بورسعيد قدّمته: أ.م.د. دينا محمد محمود عساف، من مصر، بعنوان: "أثر استخدام أخصائي الإعلام التربوي لتقنية الواقع المعزز على الإدراك البصري للرسالة الإعلامية لدى ذوي الهمم".

ومن جامعة أكتوبر الحديثة للعلوم والآداب قدّمت د. عيبر عبد الحميد سالم، من مصر، دراسة ميدانية بعنوان: "تأثير وسائل الإعلام على الوعي البيئي والسلوكيات البيئية لدى الجمهور المصري".

وقدّمت د. مصعب بن فالح الحربي من جامعة الملك عبد العزيز، من السعودية، دراسة بعنوان: "علاقة الأحداث الخاصة بإدراك أبعاد الصورة الذهنية للمملكة العربية السعودية في ظل رؤية ٢٠٣٠: دراسة حالة لاستضافة مدينة "الرياض" لمعرض إكسبو العالمي".

وقدّمت د. منى إبراهيم عبد الحافظ عبد الرسول، من جامعة الأزهر، من مصر، دراسة بعنوان: "آليات توظيف الدبلوماسية الإسرائيلية في تحسين الصورة الذهنية خلال الحرب على غزة ٢٠٢٤م: دراسة تحليلية لصفحة إسرائيل تتكلم العربية على الفيسبوك".

ونجد بحثًا مشتركًا من جامعة بورسعيد، قدّمناه كل من: د. سمر أحمد عثمان، من مصر، د. مريم محمد يوسف رخا، من مصر، بعنوان: "المعايير الانتقائية المؤثرة على الاستماع "للبودكاست" وعلاقتها بتدعيم الهوية الاجتماعية للشباب في العصر الرقمي: في إطار مدخل البنائية الوظيفية". وأخيرًا قدّم: محمد بن عبد العزيز الداود، من جامعة الملك سعود، من السعودية، دراسة مسحية بعنوان: "تطبيقات الذكاء الاصطناعي وتطوير أساليب العمل في أقسام العلاقات العامة بالمؤسسات التقنية السعودية".

وهكذا فإن المجلة ترحب بالنشر فيها لمختلف الأجيال العلمية من جميع الدول، ومن المعلوم بالضرورة أن جيل الأساتذة وبحوثهم لا تخضع للتحكيم طبقًا لقواعد النشر العلمي المتبعة في المجالات العلمية.

أما البحوث المنشورة لأعضاء هيئة التدريس الراغبين في التقدم للترقي للدرجة الأعلى والطلاب المسجلين لدرجتي الدكتوراه والماجستير فتخضع جميعها للتحكيم من قِبَل الأساتذة المتخصصين. وجميع هذه البحوث والأوراق العلمية تعبر عن أصحابها دون تدخل من هيئة تحرير المجلة التي تحدد المحكمين وتقدم ملاحظاتهم إلى أصحاب البحوث الخاضعة للتحكيم لمراجعة التعديلات العلمية قبل النشر.

وأخيرًا وليس آخرًا ندعو الله أن يوفقنا لإثراء النشر العلمي في تخصص العلاقات العامة بشكل خاص والدراسات الإعلامية بشكل عام.

والله الموفق،

رئيس تحرير المجلة

أ.د. علي عجوة

**المعايير الانتقائية المؤثرة على الاستماع للبودكاست وعلاقتها بتدعيم
الهوية الاجتماعية للشباب في العصر الرقمي:
في إطار مدخل البنائية الوظيفية (*)**

إعداد

د. مريم يوسف محمد رخا (***)

د. سمر إبراهيم أحمد عثمان (**)

(*) تم استلام البحث بتاريخ ١٧ يناير ٢٠٢٥م، وقُبل للنشر في ٢٧ مارس ٢٠٢٥م.

(**) مدرس الإعلام التربوي بكلية التربية النوعية - جامعة بورسعيد.

(***) مدرس الإعلام التربوي بكلية التربية النوعية - جامعة بورسعيد.

المعايير الانتقائية المؤثرة على الاستماع للبودكاست وعلاقتها بتدعيم الهوية الاجتماعية للشباب في العصر الرقمي: في إطار مدخل البنائية الوظيفية

د. مريم يوسف محمد رخا
drMariamYo77@gmail.com
جامعة بورسعيد

أ.د. سمر إبراهيم أحمد عثمان
drsamrosman79@gmail.com
جامعة بورسعيد

ملخص:

تسعى هذه الدراسة إلى تسليط الضوء على أبرز المعايير الانتقائية التي يعتمد عليها الشباب في انتقاء ما يستمعون إليه عبر منصات التدوين الصوتي (البودكاست) ومدى توافق المحتوى مع تطلعاتهم وقضاياهم المعاصرة، ورصد أهم الأدوار الوظيفية لتلك المنصات وذلك من خلال مدخل التحليل الوظيفي (البنائية الوظيفية) الذي يركز على الخصائص التفاعلية بين وسائل الإعلام والجمهور، والأدوار الوظيفية التي تقوم بها لتلبي احتياجات جمهورها، والكشف عن مدى تأثير البودكاست على تشكيل سلوكياتهم وهويتهم الاجتماعية، حيث طبقت الدراسة على عينة عمدية من جمهور الشباب المصري مكونة من (٤١٣) مفردة من سن ١٨-٣٥ سنة.

وقد أظهرت نتائج الدراسة ارتفاع مستوى تأثير المعايير الانتقائية على تفضيلات الشباب المصري في اختيار البودكاست، كما ارتفع المتوسط المرجح لمقياس الأدوار الوظيفية المتحققة من استماع الشباب لتقنية البودكاست إلى ٢.٣٤، وقد ثبت صحة الفرض الأول بوجود علاقة ارتباطية طردية ذات دلالة إحصائية بين معدل استخدام الشباب لتقنية التدوين الصوتي (البودكاست) ومستوى الهوية الاجتماعية لديهم، كما أكدت الدراسة على وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين مستوى المعايير الانتقائية المؤثرة على استخدام الشباب لتقنية التدوين الصوتي (البودكاست) ومستوى الهوية الاجتماعية لديهم.

الكلمات المفتاحية: المعايير الانتقائية - الهوية الاجتماعية - مدخل البنائية الوظيفية - التدوين الصوتي - الأدوار الوظيفية.

مقدمة:

في ظل التطورات المتسارعة التي تشهدها تطبيقات الإعلام الجديد في السنوات الأخيرة، الأمر الذي تطلب معه تغيراً جذرياً في صناعة المحتوى الإعلامي وطرق تقديمه إلى الجمهور، وابتكار أساليب جديدة تعزز من قدرتها الاتصالية من خلال المنصات التفاعلية وتطبيقات الهواتف الذكية التي توفرها لتواكب احتياجات الجمهور وأذواقه، فالجمهور لم يعد مجرد متلقٍ سلبي للمضامين، بل أصبح فاعلاً متفاعلاً، بكونه مرسلًا ومستقبلًا في آن واحد.

وتشير الدراسات إلى أن الشباب من أكثر الفئات القادرة على التعامل مع التكنولوجيا بسهولة ويسر، وأن استخدام الشباب الدائم لمنصات التواصل الاجتماعي قد تؤثر بطريقة إيجابية أو سلبية في تكوين قيمه وتشكيل هويته وتقوية الشعور بالانتماء لديه، فقد يتعرضون للسطو أو انتهاك الخصوصية أو التشهير، أو تمكنه من التعلم واكتساب المعرفة والتعرف على تجارب الآخرين ليكتسب خبرات وسلوكًا وقيمًا جديدة مما يساعده على اكتشاف مواهبه وميوله والتعبير عن نفسه وذاته.^١

ويمكن القول أن التطبيقات التفاعلية تحولت من مجرد منصات للتواصل إلى أدوات لتعزيز الدور الاجتماعي والتفاعلي والمشاركة المجتمعية، ومن أبرز التطبيقات التفاعلية التي أثرت في حياة الشباب وتفاعلاته الاتصالية في الآونة الأخيرة ظهور التدوين الصوتي (البودكاست) كوسيلة إعلامية جديدة للتواصل المعرفي والثقافي تتميز بالمرونة والتفاعلية، حيث شهدت صناعة التدوين الصوتي في الشرق الأوسط ارتفاعًا ملحوظًا في أعداد المستمعين، حيث ذكر أنه في أوائل عام ٢٠٢٣م كان هناك أكثر من ١٣ مليون شخص يستمعون إلى التدوين الصوتي لمدة تصل إلى سبع ساعات أسبوعيًا^٢، مما جعلها وسيلة مهمة تحظى بتفاعل الشباب مع محتوياتها المتخصصة والمتنوعة.

ويعد البودكاست تطورًا مهمًا في صناعة الإعلام، ومن أبرز المنصات التي تستهوي الشباب، نظرًا لتنوع محتواه وسهولة الوصول إليه حيث يُمكن الأفراد من إنشاء ونشر محتوى صوتي عبر الإنترنت يمكن الاستماع إليه في أي وقت وأي مكان، ويسمح كذلك بانتشار المعلومات والأفكار والقصص، والاستخدام المتزايد للبودكاست بين الشباب قد يرتبط ببحثهم عن محتوى تعليمي أو تحفيزي يُساعدهم على تطوير الذات، أو البحث عن برامج تسلط الضوء على قضايا اجتماعية مما يتيح للمستخدمين استكشاف عوالم جديدة من المعرفة والترفيه، إلى جانب ذلك جودة الإنتاج وسهولة الوصول، وسمعة مقدم البودكاست، ونمط التقديم، كل تلك المعايير تلعب أدوارًا رئيسية في جذب الشباب إلى برامج معينة دون غيرها.

وهذا التنوع يطرح سؤالاً محوريًا: ما أهم المعايير الانتقائية التي يعتمد عليها الشباب في اختيار ما يستمعون إليه عبر تلك المنصات؟

مشكلة الدراسة:

يعد التدوين الصوتي (البودكاست) أحد الظواهر البارزة التي شهدت نموًا ملحوظًا في الفترة من ٢٠١٨ - ٢٠٢٤م، ونجد من خلال إحصائيات البودكاست زيادة هائلة في أعداد البودكاست التي تم إنتاجها عالميًا، فقد بلغ عدد مستمعي البودكاست عام ٢٠٢٣م نحو ٧.٤٦٤ مليون مستمع ٥ مليون بودكاست ومن المتوقع أن يصل عدد مستمعي البودكاست إلى ما يزيد عن ٣٨٨ مليون مستمع في ٢٠٢٤م، وقد يتجاوز حجم سوق البودكاست ١٧,٥ مليار دولار بحلول ٢٠٣٠م.^٣

مما جعل العديد من الشركات العالمية الشهيرة تسعى للانضمام لهذا الركب ومنها شركة Apple من خلال Apple podcast أو I podcast، وأيضاً Google من خلال Google Podcast، وكذلك تداخلت معهما مواقع التواصل الاجتماعي مثلما سمحت Twitter مؤخراً بدخول البودكاست، كما يمكن سماعه ومتابعته من خلال عدة تطبيقات أخرى منها SoundCloud Spotify وغيره..

ومع ازدياد أعداد متابعي البودكاست تظهر الحاجة الماسة إلى التعرف على أهم الأدوار الوظيفية التي يؤديها البودكاست سواء على مستوى المحتوى المقدم أو الجمهور المستهدف، وذلك من خلال مدخل التحليل الوظيفي (البنائية الوظيفية) التي يركز على الخصائص التفاعلية بين وسائل الإعلام والجمهور، والأدوار الوظيفية التي تقوم بها لتلبي احتياجات جمهورها.

وتُظهر الأدوار الوظيفية للبودكاست تداخلاً بين الجوانب المعرفية والاجتماعية، حيث يُسهم في نقل المعرفة وتحسين التعلم الذاتي وتعزيز الحوار المجتمعي وخلق بيئة تفاعلية تلبي احتياجات الشباب وتطلعاتهم من خلال محتوى يناسب اهتماماتهم.

ونظراً لأن صناعة البودكاست في العالم العربي لازالت ناشئة وغير ناضجة، مما جعلها تجتذب أفراداً غير مؤهلين يمارسون هذه المهنة بأسلوب ارتجالي وغير مبني على الخبرة والتخصص، تبرز الحاجة إلى وضع مجموعة من المعايير لضمان الحفاظ على جودة المحتوى.

لذا تسعى هذه الدراسة إلى تحليل الأدوار الوظيفية لمنصات التدوين الصوتي (البودكاست)، وتسلط الضوء على أبرز المعايير التي يعتمد عليها الشباب في انتقاء ما يستمعون إليه عبر تطبيقات البودكاست ومدى توافق المحتوى مع تطلعاتهم وقضاياهم المعاصرة، ورصد أهم العوامل النفسية والاجتماعية التي تؤثر في هذه الخيارات، ومدى تأثير البودكاست على تشكيل سلوكياتهم وهويتهم الاجتماعية، وذلك من خلال الإجابة على التساؤل الرئيس التالي:

ما أهم المعايير الانتقائية المؤثرة على الاستماع للبودكاست وعلاقتها بتدعيم الهوية الاجتماعية للشباب في العصر الرقمي (في إطار مدخل التحليل الوظيفي)؟

أهمية الدراسة:

- تأتي أهمية تلك الدراسة من كونها تبحث تقنية اتصالية في مجال الإعلام الرقمي حديثة نوعاً ما، إلى جانب اتساع انتشارها وتمتعها بالعديد من المزايا التي تجعلها تحظى باهتمام الكثيرين من جمهور المستمعين وخاصة فئة الشباب والتي بدورها تمثل نسبة عالية من المجتمع المصري.
- أهمية دراسة التأثيرات المباشرة والغير مباشرة للمضامين التي تنبثها تقنية البودكاست على فئة الشباب.

- أهمية موضوع الهوية الاجتماعية وخاصة في ظل المؤثرات الخارجية والكم الهائل من المغريات المحيطة بالشباب إلى جانب التحديات التي تواجه تلك الفئة، ومن ثم جعلها متخبطة ومشوشة وبعيدة عن هويتها الاجتماعية والتي لا بد وأن تتمسك بها.
- دراسة تأثير البودكاست على الشباب في سياق العوامل الانتقائية والهوية الاجتماعية تعد خطوة أساسية لفهم دور الإعلام الرقمي في تشكيل المجتمعات المعاصرة.
- من خلال هذه الدراسة يمكن تحقيق رؤية أوسع حول كيفية تأثير الإعلام الرقمي في تشكيل الهويات الشخصية والاجتماعية.
- إن فهم المعايير الانتقائية التي تؤثر على اختيار الشباب للبودكاست يمكن أن يساعد في تحليل كيفية تأثير هذه الوسيلة على الهوية الاجتماعية لهم.
- دراسة العلاقة بين البودكاست والشباب والعوامل الانتقائية والهوية الاجتماعية تعتبر من الموضوعات المهمة في فهم تأثير الإعلام الحديث على الأفراد والمجتمعات.
- من خلال رصد الدراسات المصرية والعربية، تم ملاحظة عدم اهتمام الباحثين بدراسة الهوية الاجتماعية بشكل كافي، حيث ما زال النتاج العلمي الخاص بدراساتها قليلاً جداً رغم أهميتها بشكل عام وفي العصر الحالي بشكل خاص وتركيزاً على الآونة الأخيرة، وربطها بتقنية البودكاست وخاصة لأنها تحظى باهتمام فئة الشباب وتجذب اهتمامهم وذلك لتمييزها بخصائص متعددة تجذبهم لها.

أهداف الدراسة:

- ١- التعرف على مدى استماع الشباب لتقنية التدوين الصوتي (البودكاست).
- ٢- الكشف عن دوافع استخدام الشباب منصة التدوين الصوتي (البودكاست).
- ٣- التعرف على أهم المنصات التي يستخدمها الشباب في الاستماع للمحتوى الرقمي المقدم عبر البودكاست.
- ٤- الكشف عن أشكال تفاعل الشباب مع تقنية التدوين الصوتي (البودكاست) وعلاقته بالهوية الاجتماعية لديهم.
- ٥- رصد أهم المضامين الإعلامية التي يفضل الشباب الاستماع إليها عبر تقنية التدوين الصوتي (البودكاست).
- ٦- التعرف على أهم المعايير الانتقائية المؤثرة على تفضيلات استماع الشباب لتقنية التدوين الصوتي (البودكاست).

٧- رصد العلاقة بين استخدام الشباب لتقنية التدوين الصوتي (البودكاست) وتدعيم الهوية الاجتماعية (الشعور بالانتماء والولاء، التعريف الذاتي، الالتزام بقيم وعادات الجماعة، التأثير المتبادل، التشابه الجماعي).

٨- الكشف عن اتجاهات الشباب نحو معايير تقييم جودة المحتوى المقدم عبر البودكاست وفقاً لنموذج Podcred.

٩- الكشف عن أهم الأدوار الوظيفية لها (الدور التعليمي، الدور الترفيهي، الدور الاجتماعي، الدور التوعوي والتحفيزي، الدور الترويجي للأفكار والقيم).

الدراسات السابقة:

تم رصد العديد من الدراسات السابقة التي تناولت موضوعي البودكاست والهوية الاجتماعية وعلاقتها بالمتغيرات الأخرى، وقد تم تقسيمها إلى محورين:

- المحور الأول: دراسات تناولت البودكاست.

- المحور الثاني: دراسات تناولت الهوية الاجتماعية.

أولاً: الدراسات التي تناولت البودكاست:

هدفت دراسة (باكير، ياسمين، ٢٠٢٥م)^٤ إلى الكشف عن تأثير تطبيق البودكاست على الجمهور المصري، وخاصة فيما يتعلق بالبرامج الثقافية، من خلال معرفة الأسباب والدوافع التي تدفعهم للتفاعل، إلى جانب تقييم دور البودكاست في تعزيز الوعي الثقافي لدى الجمهور، واعتمدت الدراسة على مدخل الاستخدامات والتأثيرات، وكذلك المنهج الوصفي من خلال تطبيق استبيان إلكتروني على عينة عشوائية مكونة من ٤٠٠ مفردة من الذكور والإناث، عن طريقة استبانة إلكترونية، وتوصلت الدراسة للعديد من النتائج ومن أهمها: أن هناك ثقة مرتفعة في محتوى البودكاست إذ أبدى ٥٣.٥٪ من المشاركين ثقتهم في المحتوى المقدم، مما يعكس دور البودكاست في بناء مصداقيته لدى الجمهور، كما أظهرت الدراسة أن البودكاست يسهم بشكل إيجابي في تعزيز المعرفة الثقافية والهوية الثقافية لدى ٨٣٪ و ٧٨٪ من المشاركين على التوالي، كما تأكدت الدراسة من وجود علاقة ارتباطية بين كثافة المتابعة ودوافع الجمهور لمتابعة القضايا الثقافية.

بينما رصدت دراسة (Askar, N.A.R., Mellor, N) (2024)^٥ أنماط ودوافع استخدام البودكاست بين جمهور الشباب العربي في دولة الإمارات العربية المتحدة والاشباعات المتحققة من استماعهم للبودكاست، من خلال استطلاع تم تطبيقه على عينة بلغت (٤٠٠) مشارك شاب، درس هذا البحث الإشباعات المختلفة للبودكاست، بما في ذلك الترفيه، واكتساب المعلومات، والتفاعل المجتمعي. ويقيم استخدام وتأثير البودكاست عبر الأنواع المختلفة. وتوصلت الدراسة للعديد من النتائج أهمها: أن البودكاست يحقق للمستخدمين إشباعات متنوعة مثل الترفيه واكتساب المعلومات والتفاعل المجتمعي، إلى

جانب تفوقه على الوسائط التقليدية بتعدد المهام وإمكانية الوصول إليها لإنشاء المحتوى، إلى جانب الطبيعة الديناميكية والتفاعلية للبودكاست التي توفر منصة لدمج المحتوى السمعي البصري وردود فعل الجمهور.

في حين قامت دراسة (المصري، آلاء عزمي، ٢٠٢٤م)^٦ بالتعرف على أثر تنمية صناعة البودكاست لدى طلاب الإعلام على جودة إنتاج وتسويق رسائلهم الإعلامية، واتبعت الدراسة المنهج شبه التجريبي وتم تطبيقها على عينة عمدية بلغ عددها (٤٠) طالبًا وطالبة من المتخصصين في مجال الإعلام، وتوصلت الدراسة للعديد من النتائج من أهمها: أن الطلاب محل الدراسة أرجعوا أسباب متابعتهم للعديد من برامج البودكاست لتمييزه بعدة سمات مثل القابلية للتنزيل، الاستماع عند الطلب، التعليم الترفيهي، جودة المحتوى، الإعجاب بمقدم البودكاست وأسلوبه، التفاعلية، التسلية والترفيه.

بينما أشارت دراسة (شفيق، هبة محمد، ٢٠٢٤م)^٧ إلى مدى مصداقية برامج البودكاست كمصدر للمعلومات والأخبار لدى الجمهور المصري، واعتمدت على النموذج البنائي للمصداقية، وإطار تحليل مصداقية البودكاست (PodCred)، وأشارت نتائج الدراسة التحليلية إلى التزام برامج البودكاست عينة الدراسة بأغلب العوامل التي من شأنها تحقيق مكونات المصداقية، وأن اليوتيوب جاء في الترتيب الأول من بين التطبيقات التي يستخدمها الجمهور للاستماع إلى البودكاست، يليه جوجل بودكاست Podcasts Google وسبوتيفاي Spotify، وأبل بودكاست Podcasts Apple وساوندكالد Cloud Sound وجاء بودكاست العربية، وبودكاست المصري اليوم، وبودكاست سكاي نيوز العربية في مقدمة البودكاست الإخباري التي يتابعها الجمهور عينة الدراسة، أما بالنسبة لعناصر المصداقية في البودكاست الإخباري، فجاءت: التفاعلية في الترتيب الأول ثم الأهمية في الترتيب الثاني، وجاءت: الفورية في الترتيب الثالث وذلك بالنسبة لعناصر المصداقية في البودكاست الإخباري.

وحددت دراسة (آل مرعي، عبد الله بن علي، ٢٠٢٤م)^٨ استخدامات الشباب السعودي لتكنولوجيا المحتوى الصوتي عبر التدوينات الرقمية الصوتية الحديثة البودكاست أنموذجًا، وذلك من خلال رصد كيفية استخدام الشباب السعودي عينة الدراسة لها، ودوافع وأسلوب التفاعل معها، وكذلك معرفة الجوانب الفنية والعناصر الجذابة بتطبيق البودكاست والإشباع المتحققة، وتم تطبيق استبيان إلكتروني على عينة قوامها ٤٠٠ مفردة من الشباب السعودي الذين يستخدمون تطبيق البودكاست، وتوصلت الدراسة للعديد من النتائج منها: أغلبية الشباب السعودي عينة الدراسة لديهم أسباب ودوافع بدرجة مرتفعة لاستخدام تطبيق البودكاست، كما أن أغليبيتهم أيضًا يتفاعلون بدرجة متوسطة مع الملفات الموجودة على تطبيق البودكاست حيث كانت نسبتهم ٥٨٪.

بينما سعت دراسة (ابن سويدان، أحمد بن عبد العزيز، ٢٠٢٤م)^٩ إلى التعرف على واقع تفاعل المجتمع السعودي وخاصة جمهور الشباب السعودي مع برامج بودكاست الثقافية، وقد تم تطبيق استمارة استبيان على عينة عمدية قوامها (٤٠٠) مفردة من الشباب السعودي من خلال استمارة استبيان،

حيث توصلت الدراسة إلى أنه توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بن كثافة متابعة عينة الدراسة لبرامج البودكاست الثقافية ودوافع متابعة القضايا الثقافية المختلفة في برامج البودكاست المتخصصة في ذلك، ووجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين دوافع متابعة عينة الدراسة للقضايا الثقافية المختلفة في برامج البودكاست المتخصصة في ذلك والتقييم الإيجابي لأسلوب معالجة المعلومات الثقافية في برامج البودكاست في رفع الوعي الثقافي إلى جانب وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بن كثافة متابعة عينة الدراسة للمحتوى الثقافي الصوتي الذي يقدمه برامج البودكاست وتفاعل عينة الدراسة مع القضايا الثقافية المختلفة المقدمة في برامج البودكاست المتخصصة في ذلك.

في حين كشفت دراسة (نصيرات، زياد تيسير إبراهيم، والقاضي، محمد فاروق، وغريبة، عامر فتحي، ٢٠٢٤م)^{١٠} إلى التعرف على التأثيرات الاتصالية (المعرفية والوجدانية والسلوكية) لدى الشباب الأردني مع تقنية البودكاست بما تقدمه من محتوى متنوع فكرياً وموضوعياً، وتم تطبيق الدراسة على عينة قوامها ٤٠٠ مفردة من الشباب الأردني، وتوصلت الدراسة إلى العديد من النتائج من أهمها: تميز تطبيق البودكاست الإذاعي في تحقيق المتعة المعرفية، وكذلك جذب جمهور الشباب الأردني للتفاعل مع مختلف المضامين التي يقدمها البودكاست، حيث أكدت الدراسة من ارتفاع تأثير المحتوى المتعلق بتنمية الذات وتطويرها على الجمهور، كما تم التحقق من وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين دوافع استماع المحتوى الصوتي لتطبيق البودكاست وثقة عينة الدراسة في المحتوى الصوتي المقدم عبر البودكاست، وكذلك وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين أشكال التفاعل مع الموضوعات التي يتم تقديمها بالبودكاست والعوامل المؤثرة في المحتوى المقدم، كما ثبت وجود فروق معنوية بين عينة الدراسة وفقاً للنوع والفئة العمرية والمستوى التعليمي والاقتصادي فيما يتعلق بأسلوب معالجة المعلومات المتنوعة التي تقدمها البرامج الصوتية عبر تقنية البودكاست.

وقامت دراسة (Chenia، 2024)^{١١} برصد واستقصاء طبيعة برامج البودكاست وآثارها الإيجابية على مستويين مترابطين بشكل وثيق الوعي الذاتي والوعي السوسيولوجي لدى الشباب، إلى جانب الكشف عن أهم المؤشرات التي تتجلى بعد تلقي هذا النوع من المحتوى المنشور على منصة اليوتيوب، من خلال استطلاع تم إجراؤه على عينة من ١٧٠ شاباً جزائرياً يتابعون برامج البودكاست، وكشفت نتائج الدراسة عن تأكيد الشباب الجزائري على أن برامج البودكاست هي المحتوى الرقمي الأكثر مساهمة في الوعي الذاتي والاجتماعي في عصرنا، كما أنهم يتابعون برامج البودكاست للتخلص من المشاكل النفسية والاجتماعية عند الضرورة، اعتماداً على طبيعة القضايا التي يواجهونها.

ووضحت دراسة (البسيوني، إسماعيل محمد إبراهيم، ٢٠٢٣م)^{١٢} دوافع استخدام الشباب الجامعي للمحتوى الرقمي المُذاع عبر البودكاست وتأثيره على أنماط تعرضهم واستماعهم للراديو التقليدي إلى جانب تعرفها على الإشباع المتحققة لهم من متابعتهم للبودكاست، وقد تم تطبيق استبيان على عينة قوامها (٤٠٠) مفردة من الشباب الجامعي المصري من جامعات (حكومية، خاصة)،

وتوصلت الدراسة لعدة نتائج منها: أن من أهم أسباب تفضيل عينة الدراسة للاستماع للبودكاست أكثر من الراديو التقليدي استطاعة تحميل الحلقات وحفظها في الترتيب الأول بنسبة ٦٧.٥٪ وجاء سبب أنه يواكب التطورات التكنولوجية الحديثة بنسبة ٥١.٣٪، وبالنسبة للمنصات المفضلة جاءت ساوند كلاود وجوجل بودكاست في الترتيب الأول وكلاهما بنسبة ٤٨.٨٪، وجاءت منصة سبوتي فاي في الترتيب الثاني بنسبة ٢٠٪.

بينما هدفت دراسة (هاشم، مني، وعبد الرحمن، أمنية ٢٠٢٣م)^{١٣} إلى تحليل برامج البودكاست المقدمة في المواقع الاخبارية العربية (المصري اليوم - العربية سكاي نيوز) للتعرف على مدى تأثيرها على الجمهور، وتنتمي تلك الدراسة للدراسات الوصفية التي تتبع منهج المسح من خلال عينة ميدانية قوامها ٤٠٠ مفردة من الجمهور المصري العام في بعض المحافظات بصورة عشوائية بأسلوب التوزيع المتساوي بين المحافظات في المرحلة العمرية من ١٨-٦٠ سنة، تمثلت عينة الدراسة التحليلية في حلقات البودكاست المقدمة في المواقع الاخبارية العربية (المصري اليوم كنموذج للمواقع الاخبارية المصرية، والعربية سكاي نيوز كنموذج للمواقع الاخبارية العربية)، اتفقت الدراسة التحليلية مع الميدانية في أن الإشباعات المتحققة من التعرض للبودكاست هي التعرف على القضايا والأحداث الجارية التي احتلت الترتيب الأول يليها التعبير بحرية عن وجهات النظر ثم شغل وقت الفراغ.

في حين اهتمت دراسة (Po-Wen Tas، Yang Feng-Chao، 2024)^{١٤} بالتأكد من الأدوار المعتدلة للرضا والتوافق في العلاقة بين خصائص البث الصوتي (البودكاست) ونية المستخدمين المُستمر لتقييم سمات البودكاست مثل التقارب التكنولوجي وتعدد المهام والحضور الاجتماعي، وقد تم توزيع استبيان على عينة قوامها (٢٥٠) مفردة من مستخدمي البودكاست، وتم الحكم على ٢٢٧ أنها صالحة، وتوصلت تلك الدراسة للعديد من النتائج من أهمها: أن منصات البودكاست قد تتحول لمنصات اجتماعية تعتمد على الصوت من خلال تنظيم محتوى مُقنع، ونسج مكونات تفاعلية مثل المسابقات وتحفيز مشاركة المستمعين.

ورصدت دراسة (عيسي، إنجي لطفى عبد العزيز، ٢٠٢٣م)^{١٥} واقع استخدام المؤسسات الصحفية لتطبيق البودكاست في نشر المحتوى الصحفي وأساليب توظيف البودكاست في المؤسسات الصحفية، وتنتمي تلك الدراسة إلى الدراسات الوصفية، حيث اعتمدت الدراسة على منهج المسح الوصفي، واستخدمت دليل المقابلة المقننة وطبقت على عينة عمدية بإجمالي ٢٠ مفردة بواقع ٧ مفردات في بودكاست مصرأوي، و٦ مفردات في بودكاست كونسلتو، و٤ مفردات في بودكاست المصري اليوم، و٣ مفردات في بودكاست الفانار للإعلام، ومن أهم نتائج هذه الدراسة: أشارت أغلبية عينة الدراسة من فريق بودكاست كل من مصرأوي وكونسلتو إلى أن منصة سبوتيفاي من أكثر المنصات استخداماً لبث المحتوى الصوتي، كما جاء: المضمون الاجتماعي التاريخي الأكثر نشرًا في بودكاست "مصرأوي"، بينما جاء: المضمون الطبي الأكثر استخدامًا في بودكاست "كونسلتو" أما المضمون الرياضي جاء: في بودكاست

"المصري اليوم" الأكثر استخدامًا، بينما جاء: المضمون التعليمي في بودكاست "الفنار للإعلام الأكثر نشرًا.

بينما كشفت دراسة (Ykurniawan, 2023)^{١٦} عن العوامل التي يمكن أن تؤثر على الاستراتيجية لجذب الجمهور المناسب في بناء محتوى البودكاست وتقديم توصيات للتفاعل المناسب للمستخدم من خلال مقارنة أنواع القضايا الحالية والبودكاست المتعلقة بالأعمال والتمويل على YouTube Indonesia، وطريقة البحث المستخدمة هي التحليلات الوصفية، باستخدام أداة Netlytics مفتوحة المصدر لتحليل النص وتلخيص وتصور المحادثات العامة عبر الإنترنت تلقائيًا على YouTube. تشير نتائج هذه الدراسة إلى أن أنواع القضايا الحالية أكثر انتشارًا في المجتمع الإندونيسي، حيث يعد موضوع وضيوف البودكاست الفيروسي حاليًا أحد العوامل الأكثر تأثيرًا، كما تحلل هذه الدراسة عوامل أخرى تؤثر على مشاركة المستخدم، لذلك يُمكن الاستفادة من نتائج هذا البحث كفرصة للشركات والمؤسسات لتعزيز علامتها التجارية وترويجها من خلال بودكاستات الفيديو على YouTube، كما يمكن أن يكون هذا البحث أيضًا بمثابة مرجع لمنشئ محتوى البودكاست الآخرين في بناء وتحسين مشاركة المستخدم على قنواتهم على YouTube لجذب المزيد من الاهتمام من المجتمع الإندونيسي.

وسعت دراسة (الشيخ، رشا محمد عاطف)^{١٧} إلى التعرف على تأثير الاستماع للبودكاست على السلوك الاتصالي للشباب المصري في التفاعل مع الإذاعة التقليدية وعبر الإنترنت واستندت الدراسة على نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام، وكذلك نظرية التفاعلية الرمزية، وتم سحب عينة قوامها ٤٠٠ مفردة من جمهور الشباب المصري ممن تتراوح أعمارهم من ١٨ : ٣٥ سنة، كما تم تجميع بيانات الدراسة من خلال استبيان إلكتروني، وتوصلت إلى العديد من النتائج منها: ارتفاع معدل استماع عينة الدراسة لتطبيق البودكاست، حيث جاء ما يقرب من نصف عينة الدراسة ٥٠.٧٪ تستمع له بشكل غير منتظم، ونسبة ٢٨.٧٪ من العينة تستمع له بشكل دائم، كما اتضح من نتائج الدراسة وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين دوافع استخدام عينة الدراسة لتطبيق البودكاست وتقدير عينة الدراسة لمميزات تطبيق البودكاست، ووجود علاقة ارتباطية بين أشكال تفاعل عينة الدراسة لتطبيق البودكاست وتحقيق التأثيرات المعرفية والوجدانية.

واهتمت دراسة (إسحاق، منية، ٢٠٢٣م)^{١٨} بمعرفة درجة اعتماد الشباب الجامعي المصري على تقنية البودكاست "التدوين الصوتي" للتزود بالمعلومات، حيث اعتمدت الدراسة على المنهج المسحي وأداة الاستبيان التي تم تطبيقها على عينة عمدية من متابعي البودكاست عبر التطبيقات المختلفة بلغت ٤٤٠ مفردة من الشباب الجامعي المصري، وكذلك اعتمدت على مدخل الاعتماد على وسائل الإعلام، حيث كشفت نتائج الدراسة عن ارتفاع الدوافع النفعية لدى المبحوثين، والتي تكون بهدف اكتساب المعرفة والمعلومات، حيث يري المبحوثون عينة الدراسة أن السبب الأول والأهم لمتابعة البودكاست يتمثل في أنهم يستفيدون من المعلومات، كما أكدت النتائج على أن من أهم المميزات التي تزيد من متابعة

المستخدمين للبودكاست هي سهولة الاستخدام والتحميل، إلى جانب تنوع المحتوى ما بين المجالات المختلفة وتجدد الأفكار، إلى جانب تحقق عدد من التأثيرات المعرفية والوجدانية والسلوكية لدى الشباب، حيث ارتفعت التأثيرات المعرفية.

وهذفت دراسة (Cho, et.al, 2023)^{١٩} إلى التعرف على دوافع استخدام المستمعين الكوريين لبرامج البودكاست الإخبارية وعلاقتها ببنية المشاركة السياسية في كوريا الجنوبية، وقد تبين من خلال هذه الدراسة أن أهم دوافع المستمعين للبودكاست تمثلت في: (الدعم الاجتماعي، والملاءمة، سهولة الحصول على المعلومات السياسية، والاستخدام المعتاد، والاستخدام البديل)، كما كشفت عن أن مستوى الإشباع المتحقق من بودكاست الأخبار السياسية يختلف باختلاف التوجهات السياسية لجمهور المستمعين، كما أكدت الدراسة على أن دوافع الدعم الاجتماعي، والاستخدام المعتاد والاستخدام البديل من الأسباب التي تؤدي إلى تفعيل المناقشات السياسية مع الآخرين؛ مما يؤدي بدوره للحث على المشاركة السياسية الفعلية.

في حين قدمت دراسة (محمود، مروة، ٢٠٢٣م)^{٢٠} تقييم للخبراء والممارسين لتأثير التدوين الصوتي "البودكاست" على الإنتاج الإذاعي التقليدي، وتم تطبيق الدراسة على عينة عمدية قوامها ٢١ مفردة من الخبراء في مجال صناعة محتوى البودكاست والخبراء الأكاديميين في مجال دراسة الإعلام والممارسين للعمل الإعلامي في المحطات الإذاعية والتلفزيونية وراديو الإنترنت، وتوصلت الدراسة للعديد من النتائج من أهمها: إجماع الخبراء على أن التدوين الصوتي "البودكاست" يتمتع بكثير من المزايا التي يمكن أن تجذب المستخدمين، خاصة الشباب.

كما رصدت دراسة (دياب، منة الله كمال موسي، ٢٠٢٣م)^{٢١} الدراسات الإعلامية العربية والأجنبية الحديثة في مجال صناعة البودكاست والقيام بتحليلها وذلك ضمن معايير الابتكار الإعلامي من مختلف المدارس البحثية على مستوى العالم في الفترة من ٢٠١٨ وحتى ٢٠٢٣م، وتُعتبر هذه الدراسة من البحوث الوصفية التحليلية، وبلغت عينة الدراسة ٦٠ دراسة، ورصدت النتائج اهتمام المدارس العربية بالدراسات التوعوية والتنموية والمهارية، كما ارتبطت طبيعة المضامين بالسياق الثقافي والاجتماعي لتلك المدارس.

وكشفت دراسة (Tennant, L, 2023)^{٢٢} عن الكيفية التي يتخذ بها منتجو محتوى البودكاست (الهواة) قراراتهم التحريرية بأنفسهم، خاصة وأنهم لا يوجد رقيب عليهم، وكذلك اكتشاف الطرق التي يتعاملون بها مع أخلاقيات وسائل الإعلام، حيث قدم المشاركون في تلك الدراسة أنفسهم باعتبارهم أشخاصاً مبادرين رأوا في البث الصوتي فرصة، ودعاة مقتنعين بقيمة وأهمية الوسيلة، كما نظروا إلى جوانب من صيغ الوسائط القديمة على أنها غير أصيلة، واعتبروا أن إنتاج محتوى البث الصوتي لابد وأن يكون بنظرتهم للعالم، وتجاربهم وملاحظاتهم الخاصة كمستهلكين للمحتوى، والأشخاص والأماكن

المهمة في حياتهم اليومية، وأكدت الدراسة ضرورة الالتزام بممارسة الإعلام الأخلاقي وأهمية تفعيل اللوائح الإعلامية.

بينما أوضحت دراسة (نادي دبي للصحافة، ٢٠٢٣م)^{٢٣} الاتجاهات الناشئة في العالم العربي في مجال البودكاست وطرح الرؤي والأفكار الداعمة لتطوير صناعة البودكاست في الوطن العربي وتسهيل الضوء على أي تحديات يواجهها صناع محتوى البودكاست العرب ومعالجتها بصورة صحيحة، حيث تم تطبيق استمارة استبيان استهدفت عينة شملت ٦٠ من صناع محتوى البودكاست في العالم العربي، وقد أسفرت الدراسة عن العديد من النتائج تتلخص في أنه يمكننا اعتبار صناع محتوى البودكاست العرب مجتمعاً ناشئاً من الممارسين لصناعة ناشئة ومتطورة إنهم ممارسون متحمسون وماهرون للغاية، وهم يسعون جاهدين إلى وضع معايير رفيعة جداً لمهنتهم بالرغم من مواجهتهم العديد من التحديات، إذ بدأوا بتشكيل سمات الممارسة المهنية وصياغة منهجية وخطاب متميزين لمحتوى البودكاست العربي.

في حين بينت دراسة (Shannon، Clay Martin Craig. Mary Elizabeth Brooks، 2023)^{٢٤} دوافع استماع الطلاب الجامعيين للبودكاست ومواقفهم، وسلوكياتهم، ووجدت هذه الدراسة ثلاثة دوافع لهذا الاستماع وهي: الترفيه، الهروب، والبحث عن المعلومات، كما أكدت الدراسة من عدم وجود فروق بين الجنسين في الدوافع، لكن الدوافع اختلفت حسب نوع البث الصوتي، بالإضافة إلى ذلك، كان الترفيه مؤشراً قوياً على الاستماع إلى البودكاست، وكان كل من الترفيه والهروب من الواقع تنبؤاً بالمواقف الإيجابية للبودكاست.

وسعت دراسة (هارون، وداد، ٢٠٢٣م)^{٢٥} إلى إبراز أهمية استخدام تقنية البودكاست في إثراء محتوى المواقع الإلكترونية للمؤسسات الإعلامية، وتنتمي تلك الدراسة للدراسات الوصفية، حيث استخدمت الباحثة استمارة تحليل المضمون لعينة مكونة من ٥٢ مفردة للمجتمع البحثي المكون من عدد أربعة بودكاستات إعلامية تمثلت في: (بودكاست حوارات الخليج، وبودكاست بي بي سي عربية، العربية بودكاست، بودكاست البيان)، وأشارت نتائج الدراسة إلى مدى اهتمام مواقع المؤسسات الإعلامية محل الدراسة بتوظيف البودكاست كوسيط تقني جديد يتخصص في نشر المحتوى الإعلامي عبر التدوين الصوتي، كما تفرد البودكاست الإعلامي موضوع الدارسة في طرح موضوعات وقضايا لم تعط أولوية في الكثير من الوسائل التقليدية بل ووضعها في قالب صوتي ساهم أكثر في انتشارها.

بينما اهتمت دراسة (2023، Elisa Shearer & et.al)^{٢٦} بالكشف عن أسباب الإقبال على المشاركات بالبودكاست، وتم اكتشاف أنها ترجع إلى الترفيه والتعلم والتحويل، بالإضافة إلى وجود شيء للاستماع إليه أثناء القيام بأعمال أخرى، في حين أشار العدد الأقل من عينة الدراسة وبنسبة ٢٩٪ أنهم يستمعون للأحداث الجارية عبر البودكاست، بينما أكد ثلث عينة الدراسة أنهم استمعوا إلى الأخبار التي تمت مناقشتها بالبودكاست، حيث أنهم يتوقعون دقة الأخبار التي تُذاع عبر التطبيق.

وهدفَت دراسة (حسن، ياسمين أحمد على، ٢٠٢٣)^{٢٧} إلى التعرف على أطر معالجة قضايا الشباب في بودكاست "مطب العشرين" في ضوء نظرية المسؤولية الاجتماعية وتحليل الخطاب الذي تم تقديم القضايا من خلاله، وتنتمي هذه الدراسة للدراسات الوصفية التحليلية، واتبعت منهج التحليل الكمي والكيفي حيث تم تحليل عينة قوامها ١٥ حلقة من بودكاست "مطب العشرين" وأسفرت نتائج الدراسة عن اهتمام الحلقات بالقضايا الإنسانية والمجتمعية والتي جاءت في الترتيب الأول، حيث تم تقديم خبرات ثرية متصلة بشكل مباشر لما يمر به الشباب في حياته، وقد تم استخدام أطر التفسير وتقديم الحلول والاهتمامات الإنسانية في المرتبة الأولى.

ورصدت دراسة (Tobin, S.J., Guadagno, R, 2022)^{٢٨} دوافع ونتائج الاستماع للبودكاست من خلال استبيان إلكتروني على عينة قوامها (٣٠٦) من الذكور والإناث من مجموعة متنوعة من البلدان بما في ذلك المملكة المتحدة (٢٢٪) والولايات المتحدة الأمريكية (١٤٪) والبرتغال (١٤٪) وبولندا (١٠٪) وكندا (٨٪) والمكسيك (٦٪) واليونان (٦٪) وإسبانيا (٤٪) وإيطاليا (٣٪) وأستراليا (٢٪) ودول أخرى (٢٪) لكل منها، وأثبتت نتائج الدراسة أن دوافع الحصول على المعلومات تقوم بدورٍ مهم في الاستماع إلى البودكاست.

وقد سعت دراسة (رضا، نوال، ٢٠٢٢م)^{٢٩} إلى التعرف على آليات الاستخدام التفاعلي لتطبيقات الميديا الجديدة (البودكاست نموذجًا) لدى المراهقين، من خلال التطبيق على عينة بلغت (٤٠) مراهقًا واتباع المنهج التكاملي (الكمي والكيفي)، ومن خلال معايشة حياة المراهقين اليومية والوصول للبيانات، وتحويل البيانات الكيفية إلى بيانات كمية للإجابة عن التساؤلات، واستخدمت أداة الملاحظة العلمية والمجموعات البؤرية كأدوات لجمع البيانات، وأسفرت نتائج الدراسة عن أن للمراهقين تواجداً رقمياً عبر تطبيقات البودكاست من خلال مظاهر التفاعلية الرقمية التي تشبع حاجات نفسية واجتماعية لدى عينة الدراسة.

في حين كشفت (دراسة الشيباني، ماجد، ٢٠٢٢م)^{٣٠} عن دوافع استخدام الجمهور السعودي لراديو الإنترنت ودراسة تأثيراته والإشباع المتحققة منه، والعوامل المؤثرة في انتقاء المحتوى، واعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي، كما تم سحب عينة بلغت ٢٢٠ مفردة من متابعي بودكاست ثمانية بالمملكة العربية السعودية، حيث أظهرت النتائج أن الدوافع النفعية للتعرض غلبت على الدوافع الطقوسية، وكشفت الدراسة عن أبرز دوافع التعرض للبودكاست والتي تمثلت في متابعة الحلقات التعليمية، ومتابعة الأحداث، والتعليق والمشاركة في الموضوعات، ثم جاءت: دوافع مثل شغل أوقات الفراغ، والاستخدام اليومي للإنترنت بحكم العادة، ودافع الإشباع النفسي ضد العزلة أو الوحدة بنسب أقل، كما وجدت الدراسة أن الموضوعات التعليمية والاجتماعية احتلت المرتبة الأولى في ترتيب أولويات التعرض، وأثبتت الدراسة وجود علاقة دالة إحصائية بين مستوى التعرض للبودكاست وبين دوافع تعرض المستخدمين إلى المحتوى

المعروض، كما كشفت الدراسة وجود ارتباط دال بين مستوى التعرض وبين الإشباعات المتحققة لدى الجمهور.

وقامت دراسة (Marin, 2022)^{٣١} بتحديد الدور الذي يقوم به المؤثرون الذين يقومون بإنتاج البودكاست ومدى تأثيرهم على الجمهور، كما قدمت الدراسة تصورًا مقترحًا حول التطورات التي يمكن أن تحدث في أشكال البودكاست في الفترة القادمة، وأظهرت النتائج: أن البودكاست يمتلك التفاعلية بن المستمعين والقائمين بالاتصال؛ مما يزيد من إقبال الجمهور عليه من خلال استخدام أسلوب السرد القصصي الذي يميزه عن غيره.

بينما كشفت دراسة (السريتي، مُعر على و ديهوم عمران جمعة، ٢٠٢٢م)^{٣٢} عن استخدام النخبة الإعلامية لموقع البودكاست والإشباعات المتحققة منه، وتنتمي هذه الدراسة للبحوث الوصفية، حيث استخدمت منهج المسح وذلك عن طريق إعداد استمارة استبيان إلكترونية تم توزيعها على عينة من مجتمع البحث الذي يتكون من أساتذة كليات الإعلام والعاملين بوسائل الإعلام المختلفة على مستوى الدولة الليبية وبلغ عدد تلك العينة ١٥٧ مفردة، وتوصل البحث إلى مجموعة من النتائج أبرزها أن النخبة الإعلامية تستخدم تطبيقات البودكاست بدرجة متوسطة ولا سيما التي تعرض مضامين متنوعة، حيث تلبي احتياجاتهم في الحصول على الأخبار وتعلم خبرات جديدة.

كما هدفت دراسة (غزال، عبد الرازق غزال، بورحلي وفاء، ٢٠٢١م)^{٣٣} إلى الكشف عن دور مواقع التواصل والبودكاست في تنمية المسؤولية الاجتماعية والوعي المجتمعي للمستخدم الجزائري، وتمثلت عينة الدراسة في عينة عمدية من المستخدمين الفعليين للتدوينات الصوتية والمرئية "البودكاست" وكان قوامها ٧٠ مفردة من مختلف الجامعات الجزائرية، وقد تم جمع بيانات الدراسة من خلال استمارة استبيان، وقد أسفرت تلك الدراسة عن عدة نتائج من أهمها: أكدت نسبة ٦٠٪ من المبحوثين على أن مشاهدتهم لحلقات البودكاست زاد من وعيهم الاجتماعي وتمثلت مظاهر ذلك في ارتفاع إحساسهم بالمسؤولية الاجتماعية نحو الوطن والمواطنة، كما أكدت نسبة ٦٥.٧٪ من المبحوثين أن مشاهدتهم للبودكاست قد ساهم في تنمية وعيهم السياسي وتشكيل اتجاهاتهم وقراراتهم بشأن القضايا السياسية.

تناولت الهوية الاجتماعية:

رصدت دراسة (Sheng-Wei Lin & Chia-Ding Huang, 2024)^{٣٤} عن أسرار جاذبية البث الصوتي من خلال نظريات الهوية الاجتماعية والاستخدامات والإشباعات، أجريت الدراسة من خلال استبيان، وخلصت النتائج التي تم استنتاجها من (٣٠٢) إجابة صالحة أن العوامل الرئيسية التي تؤثر على مدى ارتباط الجمهور بالبودكاست هي الترفيه والنقل السري والتعدد في المهام، حيث يؤثر كل من الترفيه والنقل السري على تعلق الجمهور بالبودكاست بشكل كبير، ولكن تعدد المهام ليس له تأثير أقل، واستنادًا إلى نظرية الهوية الاجتماعية، فحصت الدراسة تأثير رد الفعل النفسي للجمهور تجاه خصائص هوية مقدم البودكاست على تمسكهم بالبودكاست، حيث وجدت تأثير خصائص هوية مقدم

البرامج الصوتية، بما في ذلك (تشابه الهوية، وتميز الهوية، وهوية الهوية، والإخلاص، والكشف عن الذات)، على مدى التزام الجمهور بمتابعة برامج البودكاست.

وأشارت دراسة (Jeyanth، 2022)^{٣٥} إلى قدرة وسائل التواصل الاجتماعي على بناء الهوية، وتعديل كيفية رؤية الناس لأنفسهم والآخرين. دون الحاجة إلى الالتقاء شخصيًا، حيث يمكن للناس الاستفادة من الشبكات الاجتماعية لإنشاء هوية والتواصل مع الآخرين، كما أنها توفر الفرص والعقبات لتطوير شعور ثابت ومستقر وذو معنى بالذات، وتناولت تلك الورقة البحثية تأثير وسائل التواصل الاجتماعي على تقديم الشباب لذواتهم، والمقارنة الاجتماعية، وتقديرهم لذواتهم، وكذلك تأثيرها على بناء هويتهم، حيث ركزت أغلب الدراسات حول مواقع التواصل الاجتماعي على الآثار السيئة، ومع ذلك، تركز هذه الورقة البحثية على الجوانب الإيجابية لوسائل التواصل الاجتماعي وكيف تساعد في تشكيل الهوية، حيث تتيح وسائل التواصل الاجتماعي للمستخدمين التواصل والتفاعل مع الأصدقاء والمعارف وكذلك الغرباء.

بينما أوضحت دراسة (Elsayed, W، 2023)^{٣٦} التأثيرات السلبية لوسائل التواصل الاجتماعي على الهوية الاجتماعية للمراهقين من وجهة نظر العاملين في المجال الاجتماعي، واتبعت هذه الدراسة المنهج الوصفي التحليلي. وتكونت عينة الدراسة من ٢٠٠ مراهق (ذكور وإناث) في المرحلة الثانوية في الفئة العمرية (١٥ : ١٨ سنة)، وقد صمم الباحث استبانة مبنية على المستويات الأربعة الرئيسية لنظرية الهوية الاجتماعية "لجيمس مارسيا"، وقد أظهرت النتائج تنوع الآثار السلبية لوسائل التواصل الاجتماعي على الهوية الاجتماعية لدى المراهقين من حيث "الإنجاز - التأجيل - الانغلاق - التشتت"، وقد أظهرت النتائج أن لوسائل التواصل الاجتماعي تأثيرات سلبية وبنسب متوسطة لكلٍ منهم، فعلى مستوى "الإنجاز" في الهوية الاجتماعية لدى المراهقين حصلت على وزن (٦٧٪)، وعلى مستوى "التأجيل" في الهوية الاجتماعية للمراهقين، حيث حصلت على نسبة ٦٧.٩٣ ٪.

وهدف دراسة (H. Y, Chen & Keng, C. J، 2023)^{٣٧} للتعرف على الدوافع التي تؤدي لدعم الجمهور المادي لمنشئ البودكاست من خلال الحرص على دفع الاشتراكات الخاصة بمنصات البودكاست الرقمية المختلفة وذلك اعتمادًا على نظرية الهوية الاجتماعية، وقد أثبتت النتائج أن من أهم تلك الدوافع الارتباط وزيادة التعلق بشخصية مقدم البودكاست، والإحساس بالتوافق الذاتي معه مما يؤدي للتفاعل الإيجابي مع المحتوى الذي يقدمه منشئ البودكاست.

في حين كشفت دراسة (الخريبي، إيناس عبد الحميد، ٢٠٢٣م)^{٣٨} عن كيفية تضافر جهود المؤسسات الإعلامية لتحويل هوية المبحوثين الاجتماعية إلى هوية وطنية تدعم المنتج المحلي وتفضل شراءه، واستندت تلك الدراسة لنظرية الهوية الاجتماعية وذلك بهدف وضع نموذج اتصالي مقترح للتأثير في تفضيلات الجمهور للمنتج المحلي، وتوصلت الدراسة للأسس التي أكد عليها هذا النموذج المقترح ومنها: ضرورة تكامل وتضافر الأنشطة الاتصالية للعديد من المؤسسات والشركات الوطنية والمؤسسات

الإعلامية لدعم وترسيخ شعار صُنع في مصر في أذهان الجمهور، وذلك من خلال وضع استراتيجية إعلامية وإعلانية موحدة بين مختلف الصناعات والقطاعات تركز على نقاط موحدة باختلاف الأسلوب والمحتوى والوسيلة الإعلانية حتى يمكن توصيل الرسالة بنجاح.

بينما أوضحت دراسة (2019، Guida H., Wilson O)^{٣٩} الدور الذي لعبته وسائل التواصل الاجتماعي على تصورات العلامة التجارية في صناعة الملابس والأزياء والإكسسوارات من منظور نظرية الهوية الاجتماعية، حيث تعترف هذه الدراسة بالدوافع التي تدفع المستهلكين إلى استخدام وسائل التواصل الاجتماعي لتحقيق فوائد اجتماعية، حيث يعمل هذا الاتصال كمنفذ يستخدمه العملاء في تعزيز الهوية الاجتماعية من خلال ارتباطات العلامة التجارية، كما أكدت أن الأفراد يستمتعون بملاحقة علامات تجارية محددة للتعبير عن شعورهم بالانتماء إلى مجموعة اجتماعية، بحيث يصبح التواصل مع علامة تجارية جانباً حيوياً لتلبية الاحتياجات الشخصية للإدماج داخل المجتمع، وكذلك للتفاخر بهذا الارتباط للآخرين، حيث توفر وسائل التواصل الاجتماعي المنصة العامة للتعبير عن الانتماء وتحقيق الهوية.

التعليق على الدراسات السابقة:

من خلال رصد الدراسات السابقة تم ملاحظة الآتي:

- تم الإجماع بشكل كبير على أهمية تقنية البودكاست كمصدر للمعلومات في إكساب المعرفة للجمهور وبشكل سريع وفي متناول اليد يتناسب مع طبيعة العصر الحالي.
- أجمع الخبراء على أن التدوين الصوتي "البودكاست" يتمتع بكثير من المزايا التي يمكن أن تجذب المستخدمين، خاصة الشباب الذين نشأوا وتربوا في كنف بيئة الإنترنت.
- اتفقت الدراسات السابقة على أن من أهم أسباب متابعة الشباب المصري للعديد من برامج البودكاست تميزه بسمات عديدة على سبيل المثال لا الحصر سهولة التحميل، الاستماع عند الطلب، التعليم الترفيهي، جودة المحتوى، تعدد المهام الإعجاب بمقدم البودكاست وأسلوبه، التفاعلية، التسلية والترفيه، مثلما أثبتت نتائج دراسات (آلاء المصري، ٢٠٢٤م)، (منى هاشم، ٢٠٢٣م)، (هبة محمد شفيق، ٢٠٢٤م)، (مروة محمود، ٢٠٢٣م)، (2024، Askar, N.A.R., Mellor, N).
- جاء التعرف على القضايا ومتابعة الأحداث الجارية في مقدمة دوافع الشباب للاستماع إلى البودكاست، مثلما أكدت دراسات (منى هاشم، وأمنية عبد الرحمن، ٢٠٢٣م)، و(منية إسحاق إبراهيم، ٢٠٢٣م)، (Cho, et.al, 2023) (Tobin, S.J., Guadagno, R, 2022).
- اتفقت كل من دراستي (منية إسحاق إبراهيم، ٢٠٢٣م)، و(ماجد بن فهد الشيباني، ٢٠٢٢م) على أن الدوافع النفعية احتلت مرتبة متقدمة في الترتيب عن الدوافع الطقوسية.
- البودكاست يساهم بشكل كبير في تدعيم الهوية الاجتماعية للشباب من خلال تقديم منصات للتعبير عن الذات، تبادل المعرفة، وبناء المجتمعات.

- أجمعت الدراسات التي اعتمدت على مدخل الاستخدامات والإشباع أن التعرف على القضايا والأحداث الجارية احتلت الترتيب الأول في الإشباع المتحققة من استخدام البودكاست، يليها التعبير بحرية عن وجهات النظر، ثم شغل وقت الفراغ.
- البودكاست يساهم بشكل كبير في تدعيم الهوية الاجتماعية للشباب، من خلال تقديم منصات للتعبير عن الذات، تبادل المعرفة، وبناء المجتمعات، حيث يتعرضون من خلاله لثقافات وأفكار جديدة، مما يساعدهم في تطوير هويتهم الشخصية والجماعية بشكل متناغم مع المتغيرات الاجتماعية والرقمية التي يشهدها العالم.
- وبالنسبة للنظريات المستخدمة اعتمدت دراسة ياسمين باكير (٢٠٢٥م)، عبد الله بن علي آل مرعي (٢٠٢٤م)، أحمد بن عبد العزيز ابن سويدان (٢٠٢٤م) على مدخل الاستخدامات والتأثيرات، بينما استخدمت دراسة هبة محمد شفيق (٢٠٢٤م) على نظرية النموذج البنائي للمصادقية ونظرية الاعتماد على وسائل الإعلام، بينما استخدمت دراسة زياد تيسير (٢٠٢٤م) على نظريتي البيئة الإعلامية ونظرية التفاعلية الرمزية، في حين اعتمدت دراسة ياسمين أحمد علي حسن (٢٠٢٣م) على نظريات الإطار الإعلامي وتحليل الخطاب والمسؤولية الاجتماعية لوسائل الإعلام، واعتمدت دراسة رشا الشيخ على نظريتي الاعتماد على وسائل الإعلام والتفاعلية الرمزية واستخدمت دراسة منية إسحاق (٢٠٢٣م) نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام إنجي لطفي عبد العزيز عيسى (٢٠٢٣م) نظرية انتشار المستحدثات والمبتكرات، واعتمدت دراسة منى هاشم على نموذج الاستخدامات والتأثيرات ونموذج تقبل التكنولوجيا، في حين استخدمت دراسة ماجد بن فهد الشيباني نظريتي الاستخدامات والإشباع وثرء الوظيفة، واعتمدت دراسة مُعز علي السريتي (٢٠٢٢م)، عبد الرزاق غزال ووفاء بورحلي (٢٠٢١م) على نظرية الاستخدامات والإشباع.

أوجه الاستفادة من الدراسات السابقة

- ساهم الاطلاع على الدراسات السابقة بشكل كبير في تحديد مشكلة الدراسة بشكل علمي دقيق وصياغة متغيراتها.
- كذلك تحديد أهميتها وأهدافها وتصميم أدوات جمع البيانات للدراسة.
- وتحديد المعاملات الإحصائية الملائمة للدراسة لاستخلاص النتائج.
- تفسير نتائج الدراسة ومناقشتها وتحليلها ومن ثم صياغة التوصيات.

تساؤلات الدراسة:

تسعى هذه الدراسة إلى رصد وتفسير أهم العوامل الانتقالية المؤثرة على استخدام الشباب للمحتوى الرقمي عبر البودكاست وعلاقته بتدعيم هويتهم الاجتماعية، وذلك من خلال الإجابة على التساؤلات الآتية:

- ١- ما مدى استخدام الشباب المصري لتقنية التدوين الصوتي البودكاست؟
- ٢- ما أنماط وعادات استخدام الشباب لتقنية التدوين الصوتي (بودكاست)؟
- ٣- ما دوافع استخدام الشباب للمحتوى الرقمي المقدم عبر تقنية التدوين الصوتي البودكاست؟
- ٤- ما أهم المنصات التي يستخدمها الشباب في الاستماع للمحتوى الرقمي المقدم عبر البودكاست؟
- ٥- ما طبيعة المحتوى التي يفضل الشباب الاستماع إليه عبر البودكاست؟
- ٦- ما أشكال تفاعل الشباب مع تقنية البودكاست؟
- ٧- ما أهم العناصر والمعايير المؤثرة على انتقاء الشباب لما يستمعون إليه من محتوى رقمي عبر تقنية البودكاست؟
- ٨- ما اتجاهات الشباب نحو معايير تقييم جودة المحتوى المقدم عبر البودكاست وفقاً لنماذج Podcred؟
- ٩- ما الأدوار الوظيفية المتحققة من تفاعل الشباب مع تقنية البودكاست (الدور التعليمي، الدور الترفيهي، الدور الاجتماعي، الدور التوعوي والتحفيزي، الدور الترويجي للأفكار والقيم)؟
- ١٠- ما مستوى قياس الهوية الاجتماعية لدى الشباب وفقاً لمجالاتها (الشعور بالانتماء والولاء، التعريف الذاتي، الالتزام بقيم وعادات الجماعة، التأثير المتبادل، التشابه الجماعي)؟

فروض الدراسة:

- ١- توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين معدل استخدام الشباب لتقنية التدوين الصوتي (البودكاست) ومستوى الهوية الاجتماعية لديهم.
- ٢- توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين دوافع استخدام الشباب لتقنية التدوين الصوتي (البودكاست) ومستوى الهوية الاجتماعية لديهم.
- ٣- توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين مستوى تفاعل الشباب مع المحتوى الرقمي المقدم عبر تقنية التدوين الصوتي (البودكاست) ومستوى الهوية الاجتماعية لديهم.
- ٤- توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين مستوى المعايير الانتقائية المؤثرة على استخدام الشباب لتقنية التدوين الصوتي (البودكاست) ومستوى الهوية الاجتماعية لديهم.
- ٥- توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين مستوى المعايير الانتقائية المؤثرة على استماع الشباب لتقنية التدوين الصوتي (البودكاست) والأدوار الوظيفية المتحققة منها (التعليم والتثقيف، الترفيه والاستمتاع، الهروب والتخفيف من التوتر، التحفيز والإلهام، الانتماء والتفاعل الاجتماعي، مواكبة الأحداث والمستجدات، بناء الهوية وتطوير الذات، التخصص والمعرفة العميقة).
- ٦- توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين معدل استخدام الشباب لتقنية التدوين الصوتي (البودكاست) والأدوار الوظيفية المتحققة منها (التعليم والتثقيف، الترفيه والاستمتاع، الهروب

- والتخفيف من التوتر، التحفيز والإلهام، الانتماء والتفاعل الاجتماعي، مواكبة الأحداث والمستجدات، بناء الهوية وتطوير الذات، التخصص والمعرفة العميقة).
- ٧- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين معدل استخدام الشباب لتقنية التدوين الصوتي (البودكاست) وفقاً لمتغيرات (النوع، العمر، مستوى التعليم).
- ٨- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الشباب المستخدمين لتقنية التدوين الصوتي (البودكاست) في مستوى هويتهم الاجتماعية وفقاً لمتغيرات (النوع، والعمر، ومستوى التعليم).
- ٩- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين المعايير الانتقائية المؤثرة على استماع الشباب لتقنية التدوين الصوتي (البودكاست) وفقاً لمتغيرات (النوع، والعمر، مستوى التعليم).

مصطلحات الدراسة:

* **المعايير الانتقائية المؤثرة على استماع الشباب للبودكاست:** يشير إلى العوامل أو السمات التي يعتمد عليها الشباب في اختيار البودكاست الذي يفضلون الاستماع إليه، وتتأثر هذه المعايير بمجموعة من العوامل التي تساهم في تحديد اهتماماتهم وتفضيلاتهم، وفي هذه الدراسة تم تصنيفها لمجموعة من المعايير (المحتوى والجودة، والطول والمرونة، ومميزات خاصة بالتطبيق، وسمعة مقدم البودكاست، والتخصص أو الموضوع، وسهولة الوصول، والتفاعل والمشاركة، والتقييمات والمراجعات، واللغة والأسلوب، والتوقيت وتكرار النشر، والتوصيات الشخصية).

* **الشباب:** يشير إلى الفئة العمرية التي تتراوح بين سن ١٨ سنة و ٣٥ سنة، يُعتبر الأشخاص الذين ينتمون إلى هذه الفئة العمرية في مرحلة الشباب المبكر إلى مرحلة البلوغ والنضج الاجتماعي، ويتميزون بعدة خصائص اجتماعية، نفسية، وجسدية تتعلق بالانتقال من مرحلة المراهقة إلى مرحلة الاستقلالية.

* **البودكاست:** في هذه الدراسة يتم تبني تعريف البودكاست بالشكل الإعلامي: عبارة عن وسيط رقمي جديد يقدم محتوى صوتياً مدعماً بالمؤثرات الصوتية والموسيقى والنصوص الصوتية المكتوبة، ويتم نشره عبر صفحات المواقع الإعلامية التابعة لمؤسسات أو هيئات أو شركات أو أشخاص لديهم أنشطة إعلامية، ويقدم محتوى رقمياً إعلامياً يعالج موضوعات وقضايا إعلامية وثقافية واجتماعية، ويقدمها وفقاً لقوالب الفنون الصحفية المعروفة، ويراعي في محتواه المعايير المهنية والأخلاقية^{٤٠}.

* **الهوية الاجتماعية:** هي مجموعة من السمات والمعتقدات والسلوكيات التي يعتمد عليها الأفراد لتحديد موقعهم في السياقات الاجتماعية المختلفة، فالهوية مفهوم متعدد الأبعاد والمفاهيم التي تعكس كيف يرتبط الفرد بالمجموعة التي ينتمي إليها، وكيف تؤثر هذه الهوية في تفكيره وسلوكه وتفاعلاته الاجتماعية، لذا فالهوية من الناحية الإجرائية تتكون من مجموعة من الأبعاد، مثل: (الانتماء أو الشعور بالانتماء، والهوية الجماعية، والتأثير والمشاركة، والتقدير الجماعي، والالتزام الجماعي، والتضامن الجماعي، والتميز عن المجموعات الأخرى، والاندماج العاطفي، والتوازن بين الهوية الذاتية والهوية الجماعية).

* **الأدوار الوظيفية المتحققة من استماع الشباب للبودكاست** يشير إلى المهام والاستخدامات التعليمية والترفيهية والاجتماعية المتحققة من خلال استماع الشباب للبودكاست، والتي تتضمن التفاعل مع المحتوى والاستفادة منه على مستوى شخصي أو اجتماعي، ويمكن أن تشمل الأدوار الوظيفية المتحققة من هذه الممارسة جوانب متعددة تعتمد على أهداف واحتياجات الشباب المختلفة وهي على النحو التالي: (التعلم والتثقيف، والترفيه والاستمتاع، والهروب والتخفيف من التوتر، والتحفيز والإلهام، والانتماء والتفاعل الاجتماعي، ومواكبة المستجدات والأحداث، وبناء الهوية وتطوير الذات، والتخصص والمعرفة العميقة).

الإطار النظري للدراسة:

استندت الدراسة الحالية في إطارها النظري لنظريتين هما:

(١) نظرية الهوية الاجتماعية.

(٢) نظرية البنائية الوظيفية لوسائل الإعلام.

أولاً: نظرية الهوية الاجتماعية Social Identity Theory:

تفترض تلك النظرية أن الناس الذين لديهم هوية اجتماعية مرتفعة يعتبرون أنفسهم أعضاء في الجماعة أكثر من كونهم أفراداً، فهذه النظرية تشرح كيف يرتبط الفرد بالجماعة بناءً على الهوية الاجتماعية، كما تقترح أن إدراكنا الاجتماعي للأفراد من حولنا يؤثر في سلوكنا، وبناءً على هذه النظرية فإن هوية الجماعة تنشأ لدى الأفراد من خلال تأكيد التشابه بينهم وبين الأفراد الآخرين الذين لهم نفس الهوية الاجتماعية.^١

وترتبط الهوية بالعوامل المجتمعية، وتتعدد وفق التيارات الفكرية داخل المجتمع، والهوية تتشابك وتتداخل في كل مركب نتيجة لتغير المجتمع وتشابك علاقاته وتنوع تفاعلاته في سياق الأبعاد البنائية والوظيفية.^٢

ويرجع الفضل لهذه النظرية "لهنري تاجفيل" و"جون تيرنر" في بدايات العقد السابع من القرن العشرين، إذ قدما أفكار نظرية الهوية الاجتماعية لوصف العمليات المعرفية المتعلقة بالهوية الاجتماعية وكيف تؤثر الهوية الاجتماعية في السلوك داخل المجتمع، حيث يؤكد أصحاب هذه النظرية أنه من خلال التفاعل الاجتماعي تنشأ نواتج جماعية مثل القيم والمعايير والأفكار النمطية.^٣

كما أن نظرية الهوية الاجتماعية هي تحليل نفسي اجتماعي لدور مفهوم الذات في عضوية المجموعة، والعلاقات بين المجموعات، وهي تشمل عددًا من المفاهيم والنظريات الفرعية المترابطة التي تركز على الحقائق الاجتماعية المعرفية، والتفاعلية الاجتماعية، وتحليل العلاقات بين المجموعات، والتغيير الاجتماعي كوظيفة للسعي إلى التميز الإيجابي.^٤

حيث أصبح مفهوم الهوية الاجتماعية الشغل الشاغل للمجتمعات، لأنه يركز على السياق الثقافي الاجتماعي من حيث المنشأ والتكوين، مما زاد التأكيد الحضاري على أهمية تعزيز الهوية في مختلف مجالات الحياة الاجتماعية بحيث تصب في المجتمع من خلال الشخصية والأدوار التي تؤديها في البيئة الإنسانية، لأن عملية اكتساب الهوية هي بوابة الانتماء.^{٤٥} حيث يعتمد تأثير المعايير داخل الجماعة على السلوك على مدى قوة الهوية الاجتماعية أو الانتماء للجماعة لدى الفرد وهو اعتباره لنفسه كعضو في جماعة أكثر من اعتباره لنفسه كفرد، وفي المقابل إذا لم تكن الهوية الاجتماعية أو الانتماء للجماعة قوياً فإن سلوك الفرد وانفعالاته ستتنجم مع الهوية الشخصية له بدلاً من انسجامها مع معايير الجماعة.^{٤٦}

حيث أنه من خلال تكوين الشخصية الاجتماعية للفرد سيكون منسجماً ومنتزحاً إلى مجتمعه وقادراً على المشاركة الإيجابية في الإنتاج المجتمعي، فالانتماء يؤدي للإحساس بالهوية المشتركة، ويشكل وعي الفرد بانتسابه إلى جماعة ما لغةً وتاريخاً وقيماً وسلوكاً والمحافظة على الهوية والخصوصية الثقافية للمجتمع، ويؤكد ذلك أن الجزء الاجتماعي من الهوية يرتبط بطريقة تفسير الفرد لوجوده ضمن المجتمع وإعادة تعريف شخصيته، وشعوره بالألفة والتنافس والمشاركة والمكانة ضمن الآخرين، لذلك يصبح الإحساس بالهوية قضية بؤرية لدى الأفراد بشكل عام.^{٤٧}

ثم شهدت التسعينيات انطلاقة في الاهتمام بهذه النظرية، إذ جرى تطبيقها في الكثير من الموضوعات المقارنة، كأبحاث المسايرة الاجتماعية، والمعايير، ونفوذ الجماعة، والتعصب، والأفكار النمطية، وبروز الهوية، ودوافع الجماعة، ومفهوم الذات؛ الأمر الذي جعلها تفرض نفوذها ليس على علم النفس الاجتماعي فحسب، ولكن أيضاً على علوم مختلفة مثل علم النفس والصحة النفسية، والعلوم اللغوية والسياسية والإعلامية.^{٤٨}

الهوية الاجتماعية والإعلام المعاصر:

تمثل وسائل الإعلام المعاصرة محل اهتمام عدد كبير من الأفراد بمختلف الأعمار خاصة مع تنوع المواقع وقنوات الاتصال، لما لها من قدرة كبيرة على التأثير على قطاع كبير من الأفراد بوصفهم مشاركين فاعلين، كما أن لها القدرة على أن تُحدد إدراكنا للفكر والقيم والمعتقدات، والاتجاهات السائدة من خلال اختيارها للموضوعات التي تُقدمها من خلال جُملة من الشروط أهمها: تكرار نشر فكر أو قيم أو معتقدات بعينها، وإمكانية توظيف كافة السبل الفنية لمخاطبة وإقناع جماهير متعددة وخلق اتجاهات سائدة بينهم تؤدي إلى الإيمان بهذه الأفكار والمعتقدات.^{٤٩}

ثانياً: نظرية البنائية الوظيفية لوسائل الإعلام:

تعد النظرية الوظيفية أحد المداخل الأساسية لدراسة وسائل الإعلام، ووظائفها المختلفة وكذلك الآثار المترتبة عن استخدامها سواء بالنسبة للفرد أو المجتمع، وترجع تسميتها بالبنائية الوظيفية لاستخدامها مفهومي البناء Structure والوظيفة Function وتنطلق الوظيفية من عدة قضايا مترابطة، فهي تسلم

بأن المجتمع يتألف من أجزاء مترابطة يؤدي كل منها وظيفة معينة من أجل خدمة أهداف الكل، ومعني ذلك أن المجتمع ما هو إلا نسق يضم مجموعة من العناصر المتساندة التي تساهم في تحقيق تكامله.^{٥٠} ووفقاً لمبادئ النظرية البنائية الوظيفية التي تعتبر المجتمع منظومة كلية مكونة من عدة أجزاء فاعلة ومترابطة، فإن وسائل الإعلام تُمثل إحدى المنظومات الجزئية التي تتطلب الحياة الاجتماعية مشاركتها المستمرة، وعليه فإن وسائل الإعلام والاتصال باعتبارها نظاماً فرعياً في المجتمع، تقوم بعدد من الوظائف التي تساهم من خلالها في الحفاظ على وجود المجتمع استقراره.^{٥١}

فالمدخل الوظيفي يري أن المجتمع يتكون من العديد من الأنظمة والأنساق، نظام اجتماعي اقتصادي، تربوي، إعلامي، فالنظام الإعلامي أحد النظم الفرعية أو العناصر الفرعية لبناء المجتمع الذي يقوم بتحقيق عدد من الوظائف الاجتماعية في إطار مفهوم البنائية الوظيفية، ولعل أول الباحثين الإعلاميين الذي حدد وظائف الاتصال هو "هارولد لازويل" ١٩٤٨م ثم جاء بعده "تشارلز رايت" في التحليل الوظيفي للوسائل الاجتماعية والاتصالية خاصة من ناحية الترفيه؛ مما أدى إلى ظهور باحثين آخرين من بينهم (كاتر، ستيفنسون، ماكويل) كلهم اعتمدوا على تفسير وظائف الاتصال من الناحية النفسية وإشباع الحاجات والتسلية لدى الأفراد داخل المجتمع.^{٥٢}

ومعنى ذلك أنه في أي مجتمع هناك عوامل أو قوى اجتماعية تتفاعل بطرق محددة ومتميزة لخلق نظام إعلامي قوي يُستخدم لأداء وظائف متعددة ومتنوعة تسهم في إعادة تشكيل هذا المجتمع، وفي هذا الصدد فإن النظم الإعلامية تقدم وظائف هي: الإعلام والتحليل والتفسير والتعليم والتنشئة الاجتماعية والسياسية والإقناع والعلاقات العامة والترويج والإعلان والترفيه والفنون، وهذه الوظائف التي تقوم بها النظم الإعلامية تقوم بدورها في تغيير المجتمع.^{٥٣}

الإطار المعرفي للدراسة:

تحولت التطبيقات الرقمية التفاعلية من مجرد منصات للتواصل إلى أدوات لتعزيز الدور الاجتماعي والتفاعل والمشاركة المجتمعية، ومن أبرز هذه التطبيقات التي أثرت في حياة الشباب وتفاعلاته الاتصالية تطبيق التدوين الصوتي (البودكاست).^{٥٤}

حيث يُعد البودكاست من أهم الوسائل الإعلامية الحديثة التي تعتمد على الصوت في نقل المعلومات والأفكار للمستمعين في العصر الرقمي، حيث تزداد استخدامات الهواتف الذكية والإنترنت، كما أنه أصبح جزءاً أساسياً من نمط حياة الشباب، مما يجعله أداة فعالة في بناء الهوية الاجتماعية لهم، كما يعد التدوين الصوتي "البودكاست" من التقنيات التي ساهمت في تطور وتنامي أشكال الإنتاج المسموع من خلال الحرية المطلقة لصانع المحتوى في إنتاج ومشاركة التسجيلات والملفات الصوتية عبر تطبيقات الإنترنت المجانية، ونظراً لأن محتوى البودكاست يغلّب عليه الاهتمام بالموضوعات ذات الجوانب

التعليمية والاجتماعية والإنسانية، فقد لقي الرواج والانتشار بين عدد كبير من المتابعين على اختلاف ثقافتهم ومستوياتهم التعليمية.

فالبودكاست أصبح وسيلة إعلامية شائعة تستقطب شريحة واسعة من الشباب، وتؤثر على كيفية بناء الهوية الاجتماعية، حيث أن هذه الوسيلة تتيح للمستمعين فرصة التعرف على ثقافات وتجارب متنوعة، مما يساعدهم على تشكيل فهم أوسع للعالم من حولهم.

مفهوم البودكاست:

يُعتبر ثقافة سمعية جديدة وشكل جديد من أشكال المجال الإعلامي^{٥٥}، ويُعرف البودكاست اصطلاحاً بأنه عبارة عن ملفات صوتية يتم إنتاجها وتسجيلها وإتاحتها رقمياً للاستماع إليها مباشرة عبر الإنترنت، أو تحميلها للاستماع إليها بعد ذلك في أي وقت، وفي أي مكان حسب الرغبة^{٥٦}، فالبودكاست هو عبارة عن تسجيلات صوتية رقمية يمكن أن تحتوي على نصوص منطوقة أو موسيقى أو فيديو، يتم توزيعها ونشرها عن طريق الإنترنت كملفات MP3 أو MP قابل للتحميل.

بدايات ظهور البودكاست:

خلال عام ٢٠٠١م ظهر أول جهاز آي بود تلى ظهوره ببضعة أعوام بدء التدوين الصوتي في أواخر عام ٢٠٠٤م من الجيل الثاني من الويب، ويعود الفضل لابتكار فكرة عملية توصيل ومزامنة المحتوى إلى أجهزة تشغل الموسيقى الرقمية بقدرتها على تحميل التدوين مرة واحدة لجهاز الآي بود والاستماع إليها أثناء التنقل، حيث يعود الفضل إلى المبتكر "ديف واينر" وفي أواخر عام ٢٠٠٨م بدأ البودكاست ينتشر في بلدان الوطن العربي ولكنه كان محدود الانتشار مقارنة بوسائل التواصل الاجتماعي التي انتشرت في هذه الآونة بالبلدان العربية، وفي عام ٢٠١٦م أخذ البودكاست منحى تصاعدي من حيث الحجم والمحتوى والجمهور، كما تنوعت الجهات المنتجة للبودكاست ما بين شركات إعلامية لديها قسم خاص بالبودكاست، واستديوهات البودكاست المستقلة وبودكاست الشخصيات الشهيرة، والشركات غير الربحية، إلى جانب الهواة.^{٥٧}

أنواع البودكاست:

أولاً- من حيث طريقة العرض:

يتوفر البودكاست بأشكال متنوعة لتناسب كافة التفضيلات، فهناك بودكاست يمكن مشاهدته وآخر يمكن الاستماع إليه فقط. ويتمثل ذلك في:

١. البودكاست المسموع: هو النوع الأكثر شيوعاً من البودكاست، حيث يعتمد بشكل كامل على الصوت، كما يمكن الاستماع إليه في أي وقت وأي مكان، سواء أثناء القيادة أو ممارسة الرياضة، مما يجعله خياراً مرناً يسهل الوصول إليه.

٢. **البودكاست المرئي:** أما البودكاست المرئي فهو يجمع بين الصوت والصورة، حيث يمكن للمستمعين مشاهدة المقدمين أو الضيوف أثناء الحوار أو العرض، وقد بدأ هذا النوع في الانتشار بشكل واسع عبر منصة اليوتيوب في الآونة الأخيرة.^{٥٨}

ثانياً - من حيث طريقة التقديم:

١. **البودكاست الفردي (Solo Podcasts):** يعرف البودكاست الفردي بعدة مصطلحات منها Monologue podcasts أو Solo podcasts، ويكون مقدمه شخصاً واحداً فقط، أي أنه لا يتطلب استضافة أشخاص آخرين، ونظراً لأن اهتمام المستمعين يكون منصباً على المُقدم فقط، حينها لابد أن يكون لديه قدر كافٍ من الخبرة في مجال معين كذلك لكتابة محتوى هذا النوع يكون البحث والتعمق في مصادر عديدة أمراً لازماً.

٢. **البودكاست الثنائي أو الحواري (Conversational Podcasts):** غالباً ما يكون مقدمو البودكاست الحواري هما شخصان تربطهما علاقة صداقة وثيقة، حيث يجري بينهما محادثات مسلية حول موضوعات محددة كالأخبار الرائجة مثلاً وحينها يبدأ كل منهما في طرح وجهة نظره الخاصة وتقديم تعليقات ثاقبة أو فكاهية.^{٥٩}

٣. **بودكاست المقابلات (Interview Podcasts):** على عكس البودكاست الفردي، يتطلب هذا النوع حجز مواعيد مع ضيوف في كل حلقة، ليشمل البودكاست مضيفاً وضييفاً، وعادةً ما يدور نطاق الحوار فيه حول موضوع معين، كما أن هذا النوع من أنواع البودكاست يحظى بشعبية كبيرة نظراً لأن كل حلقة منه تتضمن ضيفاً جديداً.

٤. **بودكاست الطاولة المستديرة (Roundtable Podcasts):** يشبه هذا النوع البودكاست الحواري، ولكن يكون مقدموه أكثر من اثنين، ومن هنا اكتسب اسمه، حيث يقوم المضيفون بتجاذب أطراف الحديث حول موضوع معين كما لو كانوا جالسين حول طاولة واحدة.

٥. **بودكاست المداخلات التليفونية (Call-in podcasts):** يشبه هذا النوع البرامج الحوارية الإذاعية، حيث يعتمد على المداخلات الهاتفية التي تدعو المستمعين للتفاعل مع المضيف، وهنا يتوفر ٣ أنواع هم: إما تفاعل المضيف المباشر مع المتصلين أو إجابتهم على أسئلتهم ورسائلهم التي يتم جمعها عبر البريد أو وسائل السوشيال ميديا، وأخيراً قد يجمع المقدم بين الوسيلتين.

ثالثاً: أنواع البودكاست من حيث المضامين المطروحة:

تتعدد قنوات البودكاست التي تغطي كافة المجالات سواء تعليمية لإثراء المعرفة أو حتى ترفيهية للترويح عن النفس أو غيرها الكثير، وهنا نتعرف على أنواع البودكاست من حيث المضامين التي يتم مناقشتها في حلقاته:

١. **البودكاست التعليمي:** يتمثل هذا النوع من البودكاست في كونه يقدم معلومات جديدة للمستمع لإثراء معرفته في مجال معين، كذلك يندرج تحت هذا النوع بودكاستات تعليم اللغات مثل الإنجليزية والكورية والإسبانية.

٢. **البودكاست الترفيهي:** أما البودكاست الترفيهي فقد حظي بانتشار واسع خاصة في مصر، وعلى الأغلب يكون مقدمو هذا النوع هم البلوجرز والمؤثرون عبر وسائل التواصل الاجتماعي، وهو عادةً يتناول مواضيع ترفيهية تساعد متابعيه على الترويح عن أنفسهم.

٣. **البودكاست القصصي:** يتمتع مقدمو هذا النوع بإجادة مهارة رواية القصص، حيث يقومون بسرد قصة كل حلقة أو قد يقسمون القصة على عدة حلقات متتابعة، وهنا يتوفر نوعان إما أن تكون القصص التي تروى حقيقية ويسمى هذا النوع (Scripted nonfiction podcasts)، أو أنها تكون قصصًا خيالية كُتبت بواسطة كاتب متخصصين في هذا الأمر، وحينها تعرف بكونها (Scripted fiction podcasts).

٤. **البودكاست المسرحي:** يعد هذا النوع من البودكاست شبيهًا بعض الشيء للنوع السابق، ولكن الفارق هنا أنه يتطلب الاستعانة بفريق كامل من ممثلي الأصوات ومهندسي الصوت المتخصصين أيضًا لإضفاء طابع أكثر إثارة، ومن الجدير بالذكر أن هذا النوع قد لا يتطلب التعمق في البحث فيما يتعلق بكتابة محتواه، فيمكن لرواية مثل "Oliver Twist" التي كتبها الروائي الشهير "تشارلز ديكنز" أن تكون هي محتوى حلقات البودكاست. ومع ذلك، فإن ما يتطلبه هذا النوع من البودكاست أكثر هو مستوى عالٍ من الإبداع والخبرة لتنفيذه بشكل ناجح.^{٦٠}

مميزات البودكاست:

تتميز تقنية البودكاست بمميزات عديدة تزيد من الإقبال عليها مثل سهولة الاستخدام والتحميل إلى جانب تنوع المحتوى ما بين المجالات المختلفة وتجدد الأفكار^{٦١}، والسهولة في الحصول على المعلومة وسرعة نشرها وقلة تكلفتها، وإمكانية الاستماع إليها والقيام بأمر آخرى في نفس الوقت^{٦٢}، ومتابعة الموضوعات والمحتوى الذي يشبع احتياجاته في المكان والزمن الذي يريد وتحت أي ظرف، وإمكانية الاستماع للمضامين التي تفضلها في أي وقت^{٦٣}، والإعجاب بمقدم البودكاست وأسلوبه، التسلية والترفيه^{٦٤}، إلى جانب تفوقه على الوسائط التقليدية بتعدد المهام وإمكانية الوصول إليها لإنشاء المحتوى، بالإضافة إلى استخدام أسلوب السرد القصصي الذي يميزه عن غيره، إلى جانب الطبيعة الديناميكية والتفاعلية للبودكاست التي توفر منصة لدمج المحتوى السمعي البصري وردود فعل الجمهور.

وظائف البودكاست كتقنية اتصالية جماهيرية:

إذا ما تناولنا البودكاست كتقنية اتصالية ينطبق عليها جميع مقومات الوسيلة الإعلامية وعناصر العملية الاتصالية فنجد تميز البودكاست بمواءمته لعدد من أجهزة الاستقبال التي تناسب ذوق وحاجة جمهور المتلقين لخدماته ومكان وجودهم سواء كان ذلك في المنزل أو العمل أو أثناء الحركة، بحيث

يمكنهم من متابعة البرامج التي تناسبهم والتنقل، إلى جانب إمكانات البودكاست الاتصالية والتفاعلية الجديدة^{٦٥}، بالإضافة لطرحة للقضايا المختلفة على جمهوره والحصول على آرائهم، كذلك طريقته الإذاعية المبتكرة للبت بالصورة والصوت وقدرته على زيادة الإدراك والوعي بالأحداث، وأن أغلب موضوعاته من واقع المتلقي المعاش.

أهم أسباب تفضيل الشباب للاستماع للبودكاست:

تنوعت أسباب استماع الشباب لتقنية البودكاست كما رصدتها الدراسات التي تناولت تلك التقنية بالدراسة، حيث يعتبره الشباب بيئة معلوماتية غنية يحصلون من خلالها على كم كبير من المعلومات، حيث تشبع هذه التقنية لديهم دوافع المعرفة والتزود بالمعلومات مقارنة بوسائل الإعلام الأخرى كالصحف سواء الورقية والإلكترونية، والتلفزيون والراديو، كما أنه يساهم في تكوينهم لإطاراتهم الشخصية والسياسية، يستخدمه الفئات المختلفة في التعبير عن أنفسهم دون ضرورة أن يكونوا من الممارسين المحترفين للعمل الإعلامي ويساعدهم على تعلم خبرات جديدة^{٦٦}، وارتفاع مستوى الوعي بالذات والرضا عنه بسعيهم نحو دعم الوعي ومعرفة المزيد عن مختلف المجالات، كما أنهم يتابعون الأحداث الجارية من خلاله، حيث يتوقعون دقة الأخبار التي تُنشر عبر التطبيق، تغيير بعض المعتقدات نحو بعض القضايا، علاوة عن وجود شيء للاستماع إليه أثناء القيام بشيء آخر، بالإضافة إلى الترفيه.

تأثير البودكاست على هوية الشباب الاجتماعية:

البودكاست يقدم منصة مفتوحة للشباب للتعبير عن أفكارهم، مشاعرهم، ووجهات نظرهم حول مواضيع مختلفة، يتراوح المحتوى الذي يقدمه البودكاست من مواضيع اجتماعية وسياسية إلى قضايا ثقافية وفنية، مما يتيح للشباب إمكانية التعبير عن أنفسهم بطريقة مريحة ومباشرة^{٦٧}. يختار الشباب المحتوى الذي يعكس اهتماماتهم أو يتماشى مع قناعاتهم الشخصية، وبالتالي يمكن استخدام البودكاست كأداة لفهم الديناميكيات الاجتماعية بين الشباب، وقد يكون اختيار بودكاست معين مرتبطاً بالانتماء إلى جماعات أو ثقافات معينة.

تتيح البودكاست للمستمعين اكتشاف هويات متعددة والتفاعل مع تجارب مختلفة، مما يساهم في تعزيز المرونة في الهوية الاجتماعية، حيث يمكن أن يتعرف الشباب على هويات فرعية جديدة قد تكون قريبة منهم ثقافياً أو اجتماعياً، وهو ما قد يؤدي إلى توسع أفقهم الفكري والاجتماعي.

حدود الدراسة:

الحدود الموضوعية: تناولت الدراسة المعايير الانتقائية المؤثرة على تفضيلات الشباب للبودكاست وعلاقتها بتدعيم الهوية الاجتماعية لديهم.

الحدود المكانية: طبقت الدراسة على جمهور الشباب المصري من سن ١٨-٣٥ سنة.

الحدود الزمانية: وتناولت الدراسة الفترة الزمنية من سبتمبر ٢٠٢٤م وحتى ديسمبر ٢٠٢٤م.

الإطار الزمني للدراسة:

طبقت الدراسة على عينة من جمهور الشباب المصري من سن ١٨-٣٥ سنة، وذلك خلال الفترة الزمنية من سبتمبر ٢٠٢٤م وحتى ديسمبر ٢٠٢٤م.

الإجراءات المنهجية للدراسة:

نوع ومنهج الدراسة:

تعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية التي تستخدم منهج المسح بالعينة لجمع البيانات ومعلومات الدراسة، وذلك بهدف دراسة العلاقة بين أبعاد الدراسة ومتغيراتها واختبار الفرضيات للوصول إلى نتائج الدراسة.

مجتمع وعينة الدراسة:

يتمثل مجتمع الدراسة في جمهور الشباب المصري من سن ١٨-٣٥ سنة، وقد طبقت الدراسة الميدانية على عينة من جمهور الشباب المصري من سن ١٨-٣٥ سنة، وقد تم اختيار العينة بالطريقة العمدية، حيث بلغت العينة (٤١٣) مفردة ممن أجابوا على الاستبيان الإلكتروني عبر Google Forms.

جدول (١)
توزيع عينة الدراسة وفقاً للمتغيرات الديمغرافية

المتغيرات الديمغرافية	الفئات	ك	%
النوع	ذكر	١٨٩	٤٥.٨
	أنثى	٢٢٤	٥٤.٢
العمر	من ١٨ إلى ٢٥	١٢٢	٢٩.٥
	من ٢٥ إلى ٣٠	١٢٧	٣٠.٨
	من ٣٠ إلى ٣٥	١٦٤	٣٩.٧
مستوى التعليم	طالب جامعي	١١٣	٢٧.٤
	مؤهل متوسط	٧٨	١٨.٩
	مؤهل عالي	١٨٨	٤٥.٥
	دراسات عليا	٢٨	٦.٨
	دكتوراة	٦	١.٥
إجمالي العينة		٤١٣	١٠٠

يتضح من الجدول السابق أن جاء: توزيع عينة الدراسة من الشباب المصري، وفقاً لمتغير النوع (٢٢٤) مفردة للإناث بنسبة ٥٤.٢% من إجمالي العينة، و(١٨٩) مفردة للذكور بنسبة ٤٥.٨%. كما جاء: توزيع عينة الدراسة وفقاً لمتغير العمر ١٦٤ مفردة للفئة العمرية (من ٣٠ إلى ٣٥) بنسبة ٣٩.٧% من إجمالي العينة، ١٢٧ مفردة للفئة العمرية (من ٢٥ إلى ٣٠) بنسبة ٣٠.٨%، ١٢٢ مفردة للفئة العمرية (من ١٨ إلى ٢٥) بنسبة ٢٩.٥% من إجمالي العينة.

وجاء: توزيع عينة الدراسة وفقاً لمتغير مستوى التعليم بواقع ١٨٨ مفردة (مؤهل عالي) بنسبة ٤٥.٥٪ من إجمالي العينة، ١١٣ مفردة (طالب جامعي) بنسبة ٢٧.٤٪، ٧٨ مفردة (مؤهل متوسط) بنسبة ١٨.٩٪ من إجمالي العينة، ٢٨ مفردة (دراسات عليا) بنسبة ٦.٨٪، ٦ مفردة (مؤهل متوسط) بنسبة ١.٥٪ من إجمالي العينة.

أدوات جمع البيانات:

تتمثل أدوات جمع البيانات في استمارة الاستبيان الإلكتروني وتعتبر الطريقة المثلى لجمع البيانات من المبحوثين عينة الدراسة بطريقة منهجية من أجل التحقق من فروض الدراسة والتساؤلات، وقد قسمت الاستمارة إلى ثلاثة محاور:

- **المحور الأول:** بتكون من مجموعة من الأسئلة لقياس أنماط ودوافع استخدام جمهور الشباب المصري للبودكاست، وذلك من خلال:

- ١- أسئلة لقياس مدى الاستماع للبودكاست.
- ٢- أنماط وعادات استخدام الشباب المصري للبودكاست ويتكون من ١٥ عبارة.
- ٣- طبيعة المضامين التي يفضل الشباب متابعتها.
- ٤- أهم المنصات الصوتية والمرئية التي يتابع من خلالها الشباب البودكاست الذي يفضل.
- ٥- أهم أشكال التفاعل مع البودكاست.
- ٦- دوافع الاستخدام: ويتكون من ١٨ عبارة.

- **المحور الثاني:** مقياس للتعرف على أهم المعايير الانتقائية المؤثرة على تفضيلات الشباب للبودكاست يتكون من (٣٣) عبارة مقسمة إلى (١١) محور وهي: المحتوى والجودة، الطول والمرونة، مميزات خاصة بالتطبيق، سمعة مقدم البودكاست، التخصص أو الموضوع، سهولة الوصول، التفاعل والمشاركة، التقييمات والمراجعات، اللغة والأسلوب، التوقيت وتكرار النشر، التوصيات الشخصية.

- **المحور الثالث:** مقياس للتعرف على اتجاهات الشباب المصري نحو معايير تقييم جودة المحتوى وفقاً لنموذج "Podcred"، مكون من (٣٠) عبارة مقسمة إلى (١٠) أبعاد.

- **المحور الرابع:** مقياس للتعرف على الأدوار الوظيفية المتحققة من استماع الشباب المصري للبودكاست، مكون من (٢٤) عبارة مقسمة إلى (٨) أدوار وهي: التعلم والتثقيف، الترفيه والاستمتاع، الهروب والتخفيف من التوتر، التحفيز والإلهام، الانتماء والتفاعل الاجتماعي، بُعد مواكبة المستجدات والأحداث، بناء الهوية وتطوير الذات، التخصص والمعرفة العميقة.

- **المحور الخامس:** مقياس للتعرف على مستوى الهوية الاجتماعية لدى الشباب المصري نتيجة استماعهم لتطبيقات البودكاست، مكون من (٢٧) عبارة مقسمة إلى (٩) محاور وهي: الانتماء أو الشعور بالانتماء، الهوية الجماعية، التأثير والمشاركة، التقدير الجماعي، الالتزام الجماعي، التضامن

الجماعي، التمايز عن المجموعات الأخرى، الاندماج العاطفي، التوازن بين الهوية الذاتية والهوية الجماعية.

المعاملات الإحصائية:

تم الاعتماد على حزمة البرامج الإحصائية للعلوم الاجتماعية spss وفيه تم استخدام الاختبارات التالية:

- ١- التكرارات البسيطة والنسب المئوية لحساب معدلات توظيف طلاب الإعلام التربوي لتقنيات الذكاء الاصطناعي في إنتاج المضامين الإعلامية.
- ٢- المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية.
- ٣- تحليل التباين أحادي الاتجاه ANOVA لدراسة دلالة الفروق الإحصائية بين المتوسطات الحسابية للمجموعات في أحد المتغيرات.
- ٤- اختبار T-Test للمجموعات المستقلة لدراسة (Independent t.test) لقياس الفروق بين معدل استخدام الشباب لتقنية التدوين الصوتي (البودكاست) وفقاً لمتغيرات (النوع، العمر، مستوى التعليم).
- ٥- معامل ارتباط بيرسون لقياس العلاقة بين معدل استخدام الشباب لتقنية التدوين الصوتي (البودكاست) ومستوى الهوية الاجتماعية لديهم.

اختبار الصدق والثبات:

- اختبار الصدق: اعتمدت الباحثتان على أسلوبين لحساب الصدق، الصدق الظاهري من خلال عرض الاستمارة على مجموعة من السادة المحكمين* في مجال الإعلام، وبناءً على ملاحظاتهم تم إجراء بعض التعديلات والتي تمثلت في إعادة صياغة بعض الأسئلة وإضافة بعض العبارات، كما اعتمدت الباحثتان على أسلوب حساب الصدق الذاتي وذلك بحساب الجذر التربيعي لمعامل الثبات وقد جاء مساوياً (٠.٩٩٥)؛ مما يدل على تمتع الاستبيان بدرجة عالية من الصدق.

اختبار الثبات: تم حساب الثبات وفق معامل ألفا كرونباخ وبلغت قيمة معامل الثبات (٠.٩٨٥)، وهي قيمة تدل على تمتع الاستبيان بثبات مرتفع، كما تم حساب الثبات وفق طريقة ثبات الاستقرار بعد التطبيق على عينة من الشباب، ثم إعادة التطبيق مرة أخرى على نفس العينة بعد مرور أسبوعين، وبلغت نسبة الثبات ٩٢٪ وهي مناسبة وتدل على صلاحية استمارة الاستبيان للتطبيق.

مناقشة النتائج العامة للدراسة:

- المحور الأول.. كثافة استخدام البودكاست:

جدول (٢)

مدى استماع الشباب لتطبيقات البودكاست مثل (SoundCloud- Spotify)

مدى الاستماع	ك	%
بدرجة متوسطة (أحياناً)	٢٦٧	٦٤.٦
بدرجة كبيرة	١٠٣	٢٤.٩
نادرًا	٤٣	١٠.٤
الإجمالي	٤١٣	١٠٠

يتضح من الجدول السابق: أن جاءت نسبة ٦٤.٦٪ من الشباب عينة الدراسة يستمعون لتطبيقات البودكاست بدرجة (متوسطة) في الترتيب الأول، ونسبة ٢٤.٩٪ يستمعون لتطبيقات البودكاست بدرجة (كبيرة) في الترتيب الثاني، في حين جاءت نسبة ١٠.٤٪ يستمعون إليها (نادرًا) في الترتيب الثالث والأخير.

وهو ما يتفق مع بيانات منصة «سبوتيفاي» الخاصة ببث الموسيقى والبودكاست عبر الإنترنت، التي أشارت إلى تضاعف شعبية التدوين الصوتي في الشرق الأوسط وشمال إفريقيا أثناء جائحة كورونا، حيث ارتفعت نسب الاستماع للبودكاست عبر المنصة بمعدل هائل بلغ قرابة ٣٠٪ من سكان الشرق الأوسط، وتشير البيانات إلى أن الإمارات والبحرين في صدارة دول المنطقة العربية من حيث الاستماع للبودكاست عبر المنصات الصوتية ونسبة ٣٩٪، وأن الجمهور المصري هو الأسرع نموًا، حيث تزيد نسب المستمعين على ٢٦٪ خاصة بفضل طبيعة المحتوى القابلة للتخصيص والتي تخاطب اهتماماتهم الشخصية.^{٦٨}

وقد يرجع ذلك لما يتميز به البودكاست من سهولة التحميل والاستخدام والوصول للمحتوى في أي وقت وأي مكان، مما يجعله خيارًا بارزًا يتناسب مع أنماط الحياة السريعة، وهو ما أكدته دراسة (الشيخ، رشا عاطف، ٢٠٢٣م)^{٦٩} أن البودكاست يوفر تجربة استخدام مريحة مقارنة بالإذاعات التقليدية.

جدول (٣)

مصادر معرفة الشباب بتطبيقات البودكاست (أكثر من بديل) (ن=٤١٣)

مواقع التواصل الاجتماعي	ك	%
الإعلانات عبر مواقع التواصل الاجتماعي	٣٢٩	٧٩.٧
الأصدقاء	٢٤٨	٦٠
زملاء العمل	١٥٢	٣٦.٨
البحث الذاتي	٧٢	١٧.٤
الأسرة والأهل	٢١	٥.١

يتضح من الجدول السابق: أن جاءت (الإعلانات عبر مواقع التواصل الاجتماعي) في مقدمة مصادر معرفة الشباب بتطبيقات البودكاست بنسبة ٧٩.٧٪ من إجمالي عينة الدراسة، ثم في الترتيب

الثاني (الأصدقاء) بنسبة ٦٠٪، وفي الترتيب الثالث (زملاء العمل) بنسبة ٦٣.١٪، ثم في الترتيب الرابع (البحث الذاتي) بنسبة ١٧.٤٪، وفي الترتيب الخامس (الأسرة والأهل) بنسبة ٥.١٪ وهو ما يؤكد أن الإعلانات عبر مواقع التواصل الاجتماعي تعد أحد أبرز الطرق التي يعرف بها الشباب تطبيقات البودكاست، حيث تمثل منصات التواصل الاجتماعي مثل فيسبوك وإنستجرام وتويتر وتيك توك وسيلة فعالة للتواصل مع المستخدمين المستهدفين، وهو ما أشارت إليه العديد من الدراسات إلى أن الإعلانات الرقمية على هذه المنصات تستهدف الأفراد بناءً على اهتماماتهم وأنماط سلوكهم، مما يعزز من فرصة اكتشافهم لتطبيقات البودكاست.^{٧٠}

كما أن الإعلانات عبر وسائل التواصل غالباً ما توفر روابط مباشرة لتحميل التطبيقات أو زيارة صفحات المحتوى، مما يسهل على الشباب تجربة الاستماع إلى تطبيقات البودكاست لأول مرة والتعرف على ماتقدمه من محتوى رقمي يتناسب مع اهتماماته وميوله.

جدول (٤)

معدل استماع الشباب اليومي لتطبيقات البودكاست

معدل الاستماع	ك	%
أقل من ساعتين	١٨٠	٤٣.٦
من ساعتين لأقل من أربع ساعات	١٤٩	٣٦.١
أكثر من ٤ ساعات	٨٤	٢٠.٣
الإجمالي	٤١٣	١٠٠

يتضح من الجدول السابق: أن ٤٣.٦٪ من الشباب عينة الدراسة يستمعون لتطبيقات البودكاست (أقل من ساعتين) يومياً في الترتيب الأول، ثم في الترتيب الثاني (من ساعتين لأقل من أربع ساعات) بنسبة ٣٦.١٪، ثم في الترتيب الثالث والأخير جاء: معدل استماع الشباب (أكثر من ٤ ساعات) بنسبة ٢٠.٣٪.

وهو ما يمكن تفسيره بأن طبيعة المحتوى المقدم ومدته لا تتطلب متابعة مطولة مقارنة بمنصات الفيديو أو الألعاب الرقمية، حيث أن غالبية حلقات البودكاست تتراوح مدتها بين ٢٠ إلى ٦٠ دقيقة، والشباب يميلون للاستماع إلى حلقة أو حلقتين يومياً بسبب طبيعة المحتوى مما يجعل جلسة استماع واحدة مكتملة تكون أقل من ساعة.

وتتفق تلك النتائج مع نتائج دراسات كل من (نصيرات، زياد تيسر إبراهيم & القاضي، محمد فاروق & غرابية، عامر فتحي، ٢٠٢٤م)^{٧١} ودراسة (إسحاق، منية إبراهيم، ٢٠٢٣م)^{٧٢} ودراسة (العابد، السيد على & عبد الرؤوف، بن يحيي، ٢٠١٧م)^{٧٣}، اللاتي أكدت على أن الشباب الجامعي يقضي أقل من ساعتين يومياً في متابعة برامج البودكاست.

المحور الثاني: أنماط وتفضيلات الاستماع للبودكاست:

جدول (٥)

استجابات المبحوثين على عبارات مقياس أنماط وعادات استخدام الشباب المصري للبودكاست

الأبعاد (العبارات)		الاتجاه	موافق		محايد		معارض		النسبة الوسط	النسبة	الترتيب
			ك	%	ك	%	ك	%			
تكرار الاستماع م = ٢,٢٢	أستمع للبودكاست عدة مرات في الأسبوع.	٣٨١	٩٢,٣	٣٠	٧,٣	٢	٠,٥	٢,٩٢	٠,٢٩٢	موافق	
	أستمع للبودكاست بشكل يومي	٢٤٦	٥٩,٦	١٤٥	٥,١	٢٢	٥,٣	٢,٥٤	٠,٥٩٦	موافق	
	نادرًا ما أستمع للبودكاست، فقط عند وجود موضوع يهمني	٤٣	١٠,٤	١٦١	٣٩	٢٠,٩	٥٠,٦	٢,٤٠	٠,٦٧١	موافق	
مدة الاستماع م = ٢,٢٢	مدة الحلقة لا تؤثر على قراري للاستماع طالما أن الموضوع يهمني.	٢٤٣	٥٨,٥	١٤٤	٣٤,٩	٢٦	٦,٣	٢,٥٣	٠,٦١٣	موافق	
	أفضل الاستماع لحقات بودكاست قصيرة، أقل من ٢٠ دقيقة.	١١٣	٢٧,٤	٢٧٢	٦٥,٩	٢٨	٦,٨	٢,٢٢	٠,٥٤٨	محايد	
	أستمع بالاستماع لحقات طويلة تتجاوز الساعة	١٢٦	٣٠,٥	١٩٣	٦٤,٧	٩٤	٢٢,٨	٢,٠٨	٠,٧٢٧	محايد	
التوقيت المناسب م = ٢,٢١	أستمع للبودكاست في أوقات الفراغ أو قبل النوم	٢١٣	٥١,٦	١٦١	٣٩,٠	٣٩	٩,٤	٢,٤٢	٠,٦٥٩	موافق	
	أستمع للبودكاست أثناء التنقل (مثلًا في المواصلات أو أثناء القيادة).	١١٤	٢٧,٦	٢٦٦	٦٤,٤	٣٣	٨,٠	٢,٢٠	٠,٥٦٤	محايد	
	أستمع للبودكاست أثناء ممارسة الرياضة أو الأعمال المنزلية.	١٢٣	٢٩,٨	١٧١	٤١,٤	١١٩	٢٨,٨	٢,٠١	٠,٧٦٦	محايد	
مكان الاستماع م = ٢,١٨	أستمع للبودكاست أثناء وجودي في المنزل	٢٠٧	٥٠,١	١٧٠	٤١,٢	٣٦	٨,٧	٢,١٤	٠,٦٤٦	موافق	
	لا أقوم بأي نشاط آخر حيث يمكنني التركيز والاستمتاع بالمحتوى.	١٠٩	٢٦,٤	٢٦٠	٦٣,٠	٤٤	١٠,٧	٢,١٦	٠,٥٨٩	محايد	
	غالبًا ما أستمع للبودكاست أثناء التنقل أو في الأماكن العامة.	١٢٢	٢٩,٥	١٦١	٣٩,٠	١٣٠	٣١,٥	١,٩٨	٠,٧٨٢	محايد	
الفاعلية أثناء الاستماع م = ٢,١٦	أشارك أسرتي وأصدقائي بعض المواد المسموعة على تطبيق البودكاست	١٨٩	٤٥,٨	١٣٨	٣٣,٤	٨٦	٢٠,٨	٢,٢٥	٠,٧٧٨	محايد	
	أحرص على تحديث التطبيقات الصوتية التي يتم تحميلها للاستماع إلى تطبيق البودكاست.	١١٦	٨,١	٢٤٥	٥٩,٣	٥٢	١٢,٦	٢,١٥	٠,٦١٩	محايد	
	أستمع بمناقشة مواضيع البودكاست مع أشخاص آخرين	٩٨	٢٣,٧	٢٥٩	٦٢,٧	٥٦	١٣,٦	٢,١٠	٠,٦٠٣	محايد	
جملة من سنلوا		٤١٣		المتوسط المرجح للمقياس				٢,٢٩		محايد	

يشير الجدول السابق إلى أنماط وعادات استخدام الشباب المصري للبودكاست، حيث جاء المتوسط المرجح للبعد الأول (تكرار الاستماع) ٢,٦٢، وهو ما يعادل اتجاه موافق على مقياس ليكرت الثلاثي، وذلك يشير إلى مستوى مرتفع لممارسة نمط تكرار الاستماع، حيث ارتفعت نسبة: "أستمع للبودكاست عدة مرات في الأسبوع" (٩٢.٣٪)؛ مما يشير إلى أن غالبية المشاركين يعتبرون البودكاست جزءاً من روتينهم الأسبوعي ليصبح عادة مألوفة في حياتهم اليومية، سواء للاستمتاع أو التعلم، وبالرغم من أن ٥٩.٦٪ منهم يستمعون بشكل يومي، إلا أنه يظهر أن الاستماع اليومي ليس سمة سائدة بين الجميع، مما يعكس أن بعض الأشخاص لديهم جداول زمنية غير ثابتة أو يفضلون الاستماع في أوقات معينة فقط، وعبرة "نادراً ما أستمع للبودكاست" تظهر أن حوالى نصف المشاركين لا يتفقون مع هذه الفكرة، مما يشير إلى

أن الاستماع للبودكاست له حضور قوي في حياتهم اليومية ولا يقتصر على الفترات القصيرة أو المواضيع الخاصة.

وهو ما يشير إلى أن هناك توجهًا عامًا نحو الاستماع المنتظم والمتكرر للبودكاست بين المشاركين، لكن ليس جميعهم يفضلون الاستماع اليومي، وربما يتأثر هذا بالعوامل الزمنية أو الشخصية. كما جاء المتوسط المرجح للبعد الثاني (مدة الاستماع) من مقياس أنماط وعادات استخدام الشباب المصري للبودكاست ٢.٢٦، وهو ما يعادل اتجاه محايد على مقياس ليكرت الثلاثي، وذلك يشير إلى مستوى متوسط لمدة الاستماع التي يفضلها المبحوثون.

جاءت عبارة: "مدة الحلقة لا تؤثر على قراري طالما أن الموضوع يهمني" بنسبة ٥٨.٥% مما يشير إلى أن المشاركين يعتقدون أن المدة ليست العامل الأهم عند اتخاذ قرار الاستماع، فهم يفضلون محتوى معينًا بغض النظر عن مدته، مما يعكس تفضيلًا قويًا للموضوع على حساب الوقت، و ٦٥.٩% منهم لا يفضلون بشكل قاطع الحلقات القصيرة، بينما ٤٦.٧% أيضًا لا يعارضون الحلقات الطويلة بشكل نهائي. وهذا يشير إلى أن الجمهور قد يكون غير حاسم في تفضيلات مدة الحلقات، وقد يتأثرون بجودة المحتوى أو المناسبة التي يستمعون فيها.

وجاء المتوسط المرجح للبعد الثالث (التوقيت المناسب للاستماع) من مقياس أنماط وعادات استخدام الشباب المصري للبودكاست ٢.٢١، وهو ما يعادل اتجاه محايد على مقياس ليكرت الثلاثي، وذلك يشير إلى مستوى متوسط لتعدد أماكن الاستماع التي يفضلها المبحوثون.

فقد جاءت عبارة: "أستمع للبودكاست في أوقات الفراغ أو قبل النوم" بنسبة (٥١.٦%)؛ مما يشير إلى أن المشاركين يفضلون الاستماع إلى البودكاست في أوقات فراغهم أو قبل النوم، وهو ما يمكن إرجاعه إلى أن الاستماع للبودكاست يعتبر نشاطًا هادئًا ومريحًا يمكن أن يكون جزءًا من روتين الاسترخاء.

وجاء المتوسط المرجح للبعد الرابع (مكان الاستماع) من مقياس أنماط وعادات استخدام الشباب المصري للبودكاست ٢.١٨، وهو ما يعادل اتجاه محايد على مقياس ليكرت الثلاثي، وذلك يشير إلى مستوى متوسط لتعدد توقيات الاستماع التي يفضلها المبحوثون.

حيث جاء: الاستماع أثناء وجود الشخص في المنزل هو الأكثر شيوعًا بنسبة (٥٠.١%)، وهو ما يعكس التوجه نحو الاستماع في بيئة مستقرة ومريحة خالية من التشويش.

وجاء المتوسط المرجح للبعد الخامس (الفاعلية أثناء الاستماع) من مقياس أنماط وعادات استخدام الشباب المصري للبودكاست ٢.١٦، وهو ما يعادل اتجاه محايد على مقياس ليكرت الثلاثي، وذلك يشير إلى مستوى متوسط لفاعلية المبحوثين أثناء الاستماع، حيث أن مشاركة المواد مع الأصدقاء والعائلة تعتبر سمة بارزة، حيث عبر ٤٥.٨% عن موافقتهم، مما يوضح أن بعض الأشخاص يجدون البودكاست موضوعًا مناسبًا للنقاش والمشاركة.

وجاء المتوسط المرجح لمقياس أنماط وعادات استخدام الشباب المصري للبودكاست ٢.٢٩، وهو ما يعادل اتجاه محايد على مقياس ليكرت الثلاثي، وذلك يشير إلى مستوى متوسط لتنوع أنماط وعادات استخدام الشباب المصري للبودكاست.

وهو ما يظهر أن المبحوثين من الشباب يستمعون إلى البودكاست بشكل منتظم، ويفضلون الاستماع في أوقات فراغهم وفي المنزل، وهو ما يتعارض مع دراسة⁷⁴ (Chan Olmsted & Wang, 2020) والتي أكدت على أن غالبية المبحوثين يفضلون الاستماع خارج المنزل، في حين تتفق تلك النتائج مع (إسحاق، منية، ٢٠٢٣م)^{٧٥} والتي أرجعت تفضيلات الاستماع في المنزل إلى الاستفادة من وجود الإنترنت المنزلي عوضاً عن استخدام باقات الإنترنت المدفوعة عبر هواتفهم المحمولة أو انشغالهم خارج المنزل بالدراسة أو مقابلة الأصدقاء وارتباطهم بسماع البودكاست خلال أوقات فراغهم ووجودهم بالمنزل.

في حين أظهرت النتائج التنوع في التفضيلات مثل "مدة الاستماع" و"مكان الاستماع"، حيث كان التوجه محايداً، مما يدل على عدم وجود تفضيلات قوية بين المشاركين حول مدة الحلقات أو أماكن الاستماع.

وتشير النتائج إلى أن هناك نشاطاً منخفضاً في مشاركة المواضيع أو مناقشتها، مما قد يعني أن المستخدمين يفضلون الاستماع أكثر من التفاعل أو المشاركة المجتمعية.

جدول (٦)

أهم المنصات الصوتية والمرئية التي يتابع الشباب من خلالها البودكاست

الوزن النسبي	مجموع الأوزان	لا		أحياناً		نعم		المنصات
		%	ك	%	ك	%	ك	
٢٢.٨	٩٨٧	١٦.٥	٦٨	٢٨.١	١١٦	٥٥.٤	٢٢٩	يوتيوب Youtube
٢١.٣	٩٢٥	٢٣.٧	٩٨	٢٨.٦	١١٨	٤٧.٧	١٩٧	ساوند كلاود SoundCloud
١٩.٥	٨٤٧	٢٠.٣	٨٤	٥٤.٢	٢٢٤	٢٥.٤	١٠٥	سبوتفاي Spotify
١٨.٥	٨٠١	٣٥.١	١٤٥	٣٥.٨	١٤٨	٢٩.١	١٢٠	جوجل بودكاست GooglePodcast
١٧.٩	٧٧٨	٣٠.٣	١٢٥	٥١.١	٢١١	١٨.٦	٧٧	أبل بودكاست ApplePodcast
١٠٠	٤٣٣٨	٤١٣						جملة من سئلوا

يتضح من الجدول السابق: أن منصة (يوتيوب Youtube) ومنصة (ساوند كلاود SoundCloud) ثم منصة (سبوتفاي Spotify) جاءت في مقدمة المنصات الصوتية والمرئية التي يتابع المبحوثون من خلالها البودكاست وذلك بأوزان نسبية (٢٢.٨) و(٢١.٣) و(١٩.٥) على التوالي، ثم جاءت (جوجل بودكاست GooglePodcast) بوزن نسبي (١٨.٥) ثم منصة (أبل بودكاست ApplePodcast) بوزن نسبي (١٧.٩) في الترتيب الخامس والأخير.

وربما يرجع ذلك إلى تفضيل الجمهور لاستخدام تطبيقات البودكاست التي تأتي مع أجهزة الهاتف المحمول مما يتيح مشاركة المحتوى مع الأصدقاء عبر شبكات التواصل الاجتماعي، كما أن منصة

اليوتيوب (Youtube) تتمتع بقاعدة مستخدمين كبيرة وتوفر إمكانية سهولة الوصول والدخول المجاني، بجانب كونها منصة متعددة الوسائط (صوت وصورة)؛ مما يجعل تجربة البودكاست أكثر جاذبية للشباب، كما أنه يعتبر من أكبر المنصات التي تستضيف البودكاست وتتيح الاستماع إليه بشكل أسهل، وهو ما أكدته دراسة (عبد الرزاق، هبه محمد شفيق، ٢٠٢٤م).^{٧٦}

جدول (٧)

طبيعة المضامين التي يفضل الشباب عينة الدراسة متابعتها عبر البودكاست (أكثر من بديل)
(ن=٤١٣)

مضامين البودكاست	ك	%	مضامين البودكاست	ك	%
كوميدي ساخر	٤٠١	٩٧.١	خبرات حياتية	٣٩٥	٩٥.٦
فني	٣١٥	٧٦.٣	اجتماعي	٢٩١	٧٠.٤
رياضي	٢٣١	٥٥.٩	تنمية بشرية	٢١٨	٥٢.٨
سفر وترحال	١٩٣	٤٦.٧	ديني	١٥٣	٣٧
طبي	١٤٢	٣٤.٤	نفسي	١٣٤	٣٢.٤
قصص وحكايات	١٢٧	٣٠.٨	سياسي	٦٥	١٥.٧
تكنولوجي	٤٢	١٠.٢	تعليمي	٣	٠.٧
علمي	٢	٠.٥	اقتصادي	١	٠.٢

تُظهر هذه النتائج تنوعًا واضحًا لتفضيلات الباحثين في الاستماع إلى أنواع مختلفة من البودكاست، حيث يمكن ملاحظة أن هناك تفاوتًا كبيرًا في الاهتمام بالمضامين المختلفة، حيث جاء الكوميدي الساخر بنسبة (٩٧.١%) والخبرات الحياتية بنسبة (٩٥.٦%) هما الأكثر شعبية، حيث يميل أغلب المستمعين إلى الاستماع إلى محتوى خفيف الظل، بالإضافة إلى القصص الشخصية والتجارب الحياتية. وجاء المحتوى الفني بنسبة (٧٦.٣%) والمحتوى الاجتماعي بنسبة (٧٠.٥%)، حيث يعكس هذا الاهتمام الكبير في الثقافة العامة والإبداع الفني، وكذلك التفاعل مع قضايا اجتماعية مثل العلاقات والمشاكل الاجتماعية.

في حين يبدو المحتوى الاقتصادي (٠.٢%) والمحتوى العلمي (٠.٥%) هم الأقل شعبية بين الباحثين؛ مما يعكس تفضيل المستمعين للبودكاست الذي يقدم لهم ترفيهًا وتسلية أكثر من توفير معلومات علمية أو اقتصادية معقدة.

في حين جاء السفر والترحال (٤٦.٧%) والمحتوى الديني (٣٧%) والمحتوى الطبي (٣٤.٤%)؛ مما يظهر اهتمامًا متوسطًا، مما يعكس رغبة الباحثين للاستماع إلى البودكاست المتنوع وغير الرسمي في مجالات مثل الكوميديا والقصص الحياتية على المحتويات التقليدية مثل الدين والصحة، والتعرف على ثقافات جديدة وتجارب السفر، وهو نوع من المحتوى الذي يستهوي فئة معينة من المستمعين، خصوصًا أولئك الذين يتطلعون لاستكشاف العالم دون مغادرة منازلهم.

واتضح من خلال استعراض الدراسات السابقة تعدد وتنوع المضامين التي يفضل الجمهور الاستماع إليها عبر البودكاست باختلاف البيئة المتواجد بها الباحثون، وكذلك اختلاف المتغيرات الديموغرافية،

فجاءت الموضوعات الفنية والرياضية في مقدمة تفضيلات الجمهور في دراسة (مني هاشم، أمنية عبد الرحمن، ٢٠٢٣م)،^{٧٧} في حين جاء المضمون الثقافي عبر قنوات البودكاست بنسبة (٥٤.٥%) في دراسة (أحمد عبد العزيز بن سويدان، ٢٠٢٤م)^{٧٨} والذي أرجع ذلك إلى أن التطبيق يتيح استعراض القضايا والأحداث والفاعليات الثقافية بكل حرية وشفافية والتي قد تكون غير متاحة في وسائل الإعلام التقليدية، تلا ذلك البرامج الاجتماعية بنسبة (٥٤%)، ثم المضمون الرياضي والسياسي، في حين جاء المحتوى الكوميدي الساخر بنسبة (٣٤.٥%).

جدول (٨)

استجابات المبحوثين على عبارات مقياس دوافع الشباب المصري لمتابعة البودكاست

العبارة	الاتجاه		موافق		محايد		معارض		الترتيب	الترتيب	الترتيب
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%			
أختار البودكاست لأنه سهل الوصول ويمكن الاستماع إليه في أي وقت	٣٠٤	٧٣,٦	٧٢	١٧,٤	٣٧	٩,٠	٠,٦٣٩	٢,٦٥	٠,٦٣٩	موافق	موافق
أتابع البودكاست لأبتعد عن الأجواء المشحونة في وسائل الإعلام	٢٨٤	٦٨,٨	١٠١	٢٤,٥	٢٨	٦,٨	٠,٦١٠	٢,٦٢	٠,٦١٠	موافق	موافق
أستمع للبودكاست للحصول على نظرة على حياة وأفكار الشخصيات العامة	٢٦٩	٦٥,١	١١١	٢٦,٩	٣٣	٨,٠	٠,٦٣٩	٢,٥٧	٠,٦٣٩	موافق	موافق
أتابع البودكاست للتعرف على أناس يشبهونني في الاهتمامات	٢٥٩	٦٢,٧	١٢٧	٣٠,٨	٢٧	٦,٥	٠,٦١٥	٢,٥٦	٠,٦١٥	موافق	موافق
أستمع للبودكاست لأنني أبحث عن مواضيع جديدة ومختلفة	٢٥٠	٦٠,٥	١٢٨	٣١,٠	٣٥	٨,٥	٠,٦٤٨	٢,٥٢	٠,٦٤٨	موافق	موافق
أعتبر البودكاست وسيلة لتعلم أمور جديدة وتوسيع مداركي	٢٣٣	٥٦,٤	١٤٧	٣٥,٦	٣٣	٨,٠	٠,٦٤١	٢,٤٨	٠,٦٤١	موافق	موافق
أستمع للبودكاست لأنه يمكنني متابعته أثناء التنقل أو القيام بمهام أخرى	١٨٠	٤٣,٦	١٨٥	٤٤,٨	٤٨	١١,٦	٠,٦٧٢	٢,٣٢	٠,٦٧٢	محايد	محايد
أتابع البودكاست للحصول على معلومات وآراء غير مالوفة أو محجوبة في الإعلام	١٥٩	٣٨,٥	٢٠٣	٤٩,٢	٥١	١٢,٣	٠,٦٦٤	٢,٢٦	٠,٦٦٤	محايد	محايد
أستمع للبودكاست لأنني أشعر بأنني جزء من مجتمع من الأشخاص المتفاعلين حول موضوع معين	١٦٨	٤٠,٧	١٧٩	٤٣,٣	٦٦	١٦,٠	٠,٧١٢	٢,٢٥	٠,٧١٢	محايد	محايد
أستمع للبودكاست لأنه يقدم محتوى لا أجده على القنوات الإعلامية التقليدية	١٤٠	٣٣,٩	٢٣٦	٥٧,١	٣٧	٩,٠	٠,٦٠٦	٢,٢٥	٠,٦٠٦	محايد	محايد
أستمع بالبودكاست لأنه يوفر لي مساحة خاصة بعيداً عن الضغوط الاجتماعية	١٩٦	٤٧,٥	١٢٤	٣٠,٠	٩٣	٢٢,٥	٠,٧٩٩	٢,٢٥	٠,٧٩٩	محايد	محايد
أستمع للبودكاست كوسيلة للترفيه وقضاء وقت ممتع	١٨٦	٤٥,٠	١٣٦	٣٢,٩	٩١	٢٢,٠	٠,٧٨٧	٢,٢٣	٠,٧٨٧	محايد	محايد
أستمع للبودكاست لأطور مهاراتي ومعرفتي في مجالات محددة	١٥٤	٣٧,٣	٢٠١	٤٨,٧	٥٨	١٤,٠	٠,٦٧٩	٢,٢٣	٠,٦٧٩	محايد	محايد
أتابع البودكاست لاستكشاف أفكار ووجهات نظر غير تقليدية	١٦٥	٤٠,٠	١٧١	٤١,٤	٧٧	١٨,٦	٠,٧٣٦	٢,٢١	٠,٧٣٦	محايد	محايد
أجد في البودكاست مساحة للاسترخاء والابتعاد عن ضغوط الحياة اليومية	١٤٩	٣٦,١	٢٠١	٤٨,٧	٦٣	١٥,٣	٠,٦٨٦	٢,٢١	٠,٦٨٦	محايد	محايد
أتابع البودكاست لأنني مهتم بآراء شخصيات معروفة أو مؤثرة	١٥٣	٣٧,٠	١٩٥	٤٧,٢	٦٥	١٥,٧	٠,٦٥٩	٢,٢١	٠,٦٥٩	محايد	محايد
أجد في البودكاست وسيلة لتعزيز ثقافتي العامة ومعرفة ما يحدث في العالم	١٢٨	٣١,٠	٢٣٨	٥٧,٦	٤٧	١١,٤	٠,٦٢١	٢,٢٠	٠,٦٢١	محايد	محايد
أستمع للبودكاست لزيادة معرفتي بالأحداث والقضايا الاجتماعية	١٧٠	٤١,٢	١٣٨	٣٣,٤	١٠٥	٢٥,٤	٠,٨٠٢	٢,١٦	٠,٨٠٢	محايد	محايد
جملة من سنلوا	٤١٣		المتوسط المرجح للمقياس		٢,٣٤		موافق				

يكشف الجدول السابق عن تنوع دوافع استماع الشباب عينة الدراسة، والذي جاء على النحو التالي:

دوافع جودة المحتوى المقدم (نفعية): حيث جاءت عبارة (أختار البودكاست لأنه سهل الوصول ويمكن الاستماع إليه في أي وقت) جاءت في مقدمة استجابات المبحوثين بمتوسط مرجح ٢.٦٥، ثم: (أتابع البودكاست لأبتعد عن الأجواء المشحونة في وسائل الإعلام) بمتوسط مرجح ٢.٦٢، ثم: (أستمع للبودكاست للحصول على نظرة على حياة وأفكار الشخصيات العامة) في المرتبة الثالثة بمتوسط مرجح ٢.٥٧، ثم: (أتابع البودكاست للتعرف على أناس يشبهونني في الاهتمامات) بمتوسط مرجح ٢.٥٦، ثم: (أستمع للبودكاست لأنني أبحث عن مواضيع جديدة ومختلفة) بمتوسط مرجح ٢.٥٢، ثم: (أعتبر البودكاست وسيلة لتعلم أمور جديدة وتوسيع مداركي) بمتوسط مرجح ٢.٤٨، ثم: (أتابع البودكاست للحصول على معلومات وآراء غير مألوفة أو محجوبة في الإعلام) بمتوسط مرجح ٢.٢٦، ثم جاء كل من عبارة: (أستمع للبودكاست لأنني أشعر بأنني جزء من مجتمع من الأشخاص المتفاعلين حول موضوع معين) وعبارة (أستمع للبودكاست لأنه يقدم محتوى لا أجده على القنوات الإعلامية التقليدية) بمتوسط مرجح ٢.٢٥، ودافع: (أستمع للبودكاست لأطور مهاراتي ومعرفتي في مجالات محددة) بمتوسط مرجح ٢.٢٣، ثم جاء كل من عبارة: (أتابع البودكاستات لاستكشاف أفكار ووجهات نظر غير تقليدية) وعبارة: (أتابع البودكاست لأنني مهتم بآراء شخصيات معروفة أو مؤثرة) بمتوسط مرجح ٢.٢١، ثم عبارة: (أجد في البودكاست وسيلة لتعزيز ثقافتي العامة ومعرفة ما يحدث في العالم) بمتوسط مرجح ٢.٢٠، ثم عبارة: (أستمع للبودكاست لزيادة معرفتي بالأحداث والقضايا الاجتماعية) بمتوسط مرجح ٢.١٦.

ودوافع الاعتماد على الاستماع (طقوسية): حيث جاءت عبارة: (أستمع للبودكاست لأنه يمكنني متابعته أثناء التنقل أو القيام بمهام أخرى) بمتوسط مرجح ٢.٣٢، وعبارة: (أستمع بالاستماع للبودكاست لأنه يوفر لي مساحة خاصة بعيداً عن الضغوط الاجتماعية) بمتوسط مرجح ٢.٢٥، ثم جاء كل من دافع: (أستمع للبودكاست كوسيلة للترفيه وقضاء وقت ممتع) بمتوسط مرجح ٢.٢٣، ثم جاءت عبارة: (أجد في البودكاست مساحة للاسترخاء والابتعاد عن ضغوط الحياة اليومية) بمتوسط مرجح ٢.٢١.

وتعكس استجابة المبحوثين الموافقة على الدوافع الأساسية في الاستماع للبودكاست، حيث تراوحت القيم ما بين ٢.١٦ إلى ٢.٦٥، وهو ما يعني أن البودكاست يعد خياراً مفضلاً للعديد من الأشخاص بغض النظر عن السياق (نفعية أو طقوسية).

وجاء المتوسط المرجح لمقياس دوافع الشباب المصري لمتابعة البودكاست ٢.٣٤، وهو ما يعادل اتجاه موافق على مقياس ليكرت الثلاثي، وذلك يشير إلى مستوى مرتفع لدوافع الشباب المصري لمتابعة البودكاست.

وهو ما أكدته دراسة (سويدان، أحمد عبد العزيز)^{٧٩} أن ٥٠٪ من عينة الدراسة لديها مستوى متوسط من الدوافع لمتابعة المحتوى الثقافي عبر برامج البودكاست مقابل ٣٧٪ لديها مستوى مرتفع من الدوافع لمتابعتها.

وكذلك تتفق مع ما توصلت له دراسة (الشيخ، رشا)^{٨٠} بخصوص ارتفاع مستوى دوافع عينة الدراسة للاستماع لتطبيق البودكاست بنسبة ٥٨.٤٪، والتي قسمت دوافع الاستماع للبودكاست إلى ثلاثة أنواع من الدوافع: (دوافع تتعلق بجودة المحتوى الصوتي معلوماتياً) وقد جاءت بوزن نسبي ٨٣، ثم دوافع تتعلق: (بخصائص التطبيق عند الاستخدام) بوزن نسبي ٨٢، وأخيراً دوافع تتعلق (بالعادات الطقوسية للاستماع للبودكاست) بوزن نسبي ٨١.

جدول (٩)

مدى تفاعل المبحوثين من الشباب المصري مع برامج البودكاست

مدى التفاعل	ك	%
أحياناً	١٩٣	٤٦.٧
نادرًا	١٤٨	٣٥.٨
بدرجة كبيرة	٧٢	١٧.٤
الإجمالي	٤١٣	١٠٠

تشير بيانات الجدول السابق إلى أن أكثر من نصف العينة (٤٦.٧٪) من الشباب المصري يتفاعلون مع برامج البودكاست أحياناً، و(٣٥.٨٪) يتفاعلون نادرًا، و(١٧.٤٪) فقط من المبحوثين يتفاعلون بشكل كبير، رغم أن هذه النسبة منخفضة، إلا أنها تعكس وجود مجموعة من الشباب المهتمين بشكل قوي بالبحث الصوتي كوسيلة للحصول على المعلومات أو الترفيه، مما يتضح معه ارتفاع نسبة التفاعل مع البودكاست وهو ما يتفق مع دراسة (إسحاق، منية إبراهيم، ٢٠٢٣م).^{٨١}

جدول (١٠)

أشكال التفاعل التي يقوم بها الشباب أثناء متابعتهم للبودكاست (أكثر من بديل)

(ن=٤١٣)

مضامين البودكاست	ك	%
أسجل إعجابي بالبودكاست (Like)	٣٧٤	٩٠,٦
أقوم بمتابعة المحتوى الصوتي (Follow)	١٥٢	٣٦,٨
الاشتراك وتفعيل الإشعارات (Subscribe- RSS)	١٢٨	٣١,٠
أقوم بكتابة تعليق (Comment) على منصات البودكاست مثل (SoundCloud & Spotify)	١١٧	٢٨,٣
أقوم بمشاركة الحلقات على المنصات المختلفة مثل: فيسبوك وتويتر وانستجرام (Share)	٤١	٩,٩
أقوم بالرد على تعليقات المتابعين (Replay)	٣٩	٩,٤
دعوة الأصدقاء لمتابعة القناة	٣٥	٨,٥
الاشتراك في استطلاعات الرأي التي تقدمها بعض البودكاستات لإبداء الآراء لتحسين المستوي	٢١	٥,١
إرسال رسالة إلى المدون الصوتي عبر البريد الإلكتروني أو قنوات أخرى	٥	١,٢
الانضمام إلى مجموعات خاصة بالبودكاست عبر منصات التواصل الاجتماعي مثل ال Facebook وال Instagram المناقشة مواضيع الحلقات واقتراح مواضيع جديدة	٣	٠,٧
التفاعل مع الفاعليات والعروض المباشرة التي ينظمها مقدمي البودكاستات	١	٠,٢

يتضح من الجدول السابق: أن جاء في مقدمة أشكال التفاعل التي يقوم بها الشباب أثناء متابعتهم للبودكاست التفاعل عن طريق: (تسجيل الإعجاب بالبودكاست (Like)) بنسبة ٩٠.٦٪ من إجمالي عينة الدراسة، وهو ما يشير إلى أن تفاعل المستمعين مع البودكاست يتم بشكل ملحوظ ولكنه سطحي، فهو طريقة سريعة للتفاعل مع المحتوى دون الحاجة للتفاعل العميق أو طويل الأمد، ثم في الترتيب الثاني: (متابعة المحتوى الصوتي (Follow)) بنسبة ٣٦.٨٪، وفي الترتيب الثالث: (الاشتراك وتفعيل الإشعارات (Subscribe- RSS)) بنسبة ٣١٪، ثم في الترتيب الرابع: (كتابة التعليق (Comment)) على منصات البودكاست بنسبة ٢٨.٣٪، وفي الترتيب الخامس (مشاركة الحلقات على المنصات المختلفة (Share)) بنسبة ٩.٩٪ وتعتبر هذه النسبة منخفضة، مما يشير إلى أن الشباب لا يشاركون الحلقات على نطاق واسع مع أصدقائهم عبر منصات مثل فيسبوك وإنستجرام، ربما يرجع ذلك إلى أن التفاعل مع البودكاست هو نشاط فردي أكثر، وليس بالضرورة شيئاً يشاركونه اجتماعياً، ثم في الترتيب السادس: (الرد على تعليقات المتابعين (Replay)) بنسبة ٩.٤٪، وفي الترتيب السابع مضامين: (دعوة الأصدقاء لمتابعة القناة) بنسبة ٨.٥٪، ثم في الترتيب الثامن المضمون: (الاشتراك في استطلاعات الرأي التي تقدمها بعض البودكاستات لإبداء الآراء لتحسين المستوى) بنسبة ٥.١٪، وفي الترتيب التاسع المضمون: (إرسال رسالة إلى المدون الصوتي عبر البريد الإلكتروني أو قنوات أخرى) بنسبة ١.٢٪، ثم في الترتيب العاشر المضمون: (الانضمام إلى مجموعات خاصة بالبودكاست عبر منصات التواصل الاجتماعي مثل ال Facebook وال Instagram لمناقشة مواضيع الحلقات واقتراح مواضيع جديدة) بنسبة ٠.٧٪، وفي الترتيب الحادي عشر: (التفاعل مع الفاعليات والعروض المباشرة التي ينظمها مقدمو البودكاستات) بنسبة ٠.٢٪ من إجمالي المبحوثين.

وتتفق تلك النتائج مع الدراسات التي أجريت حول تفاعل الشباب مع البودكاست، حيث أظهرت أن تفاعل المستمعين غالباً ما يكون غير نشط إلى حد كبير وتميل معظم التفاعلات إلى أن تكون سطحية، مثل الإعجاب أو المتابعة، مع انخفاض التفاعل الأعمق مثل التعليقات والمشاركة على وسائل التواصل الاجتماعي، ويفضل المستمعون الاستماع بشكل فردي دون المشاركة في الفاعليات المجتمعية، ويمكن أن تكون هذه الأنماط في التفاعل مرتبطة بعادات الشباب في استخدام وسائل الإعلام الرقمية بشكل عام، حيث يفضل الكثير منهم الأنشطة ذات التفاعل الفردي (مثل الاستماع) مقارنة بالتفاعل الجماعي أو العام (مثل التعليق أو المشاركة).

وهو ما يتفق مع نتائج دراسة (بوخلفة & وبولوداني، ٢٠٢٢م)^{٨٢} بأن المتابعين يتفاعلون مع البودكاست لتسجيل الإعجاب فقط بنسبة ٤١٪، وكذلك دراسة (الشيباني، ماجد ٢٠٢٢م)^{٨٣}، حيث جاء: كل من الإعجاب والاشتراك في البودكاست بوزن نسبي (٧٥،٦٪)، مما يلاحظ حرص المبحوثين على التفاعل مع البودكاست بتنوع أشكاله ما بين الإعجاب والانضمام إلى مجموعات خاصة بالبودكاست عبر منصات التواصل الاجتماعي.

جدول (١١)
استجابات المبحوثين على أبعاد مقياس المعايير الانتقائية المؤثرة على تفضيلات الشباب المصري للبودكاست

الأبعاد	العبارة	الاتجاه		موافق		محايد		معارض		المتوسط المرجح	المعياري	الدرجة
		ك	%	ك	%	ك	%					
البعد الأول (المحتوى والجودة)	اختار اليودكاست الذي يقدم محتوى قيم ومعلومات مفيدة	٢٣٥	٥٦,٩	١٥٠	٣٦,٣	٢٨	٦,٨	٢,٥٠	٦٢٢	موافق		
	يهمني جودة الصوت والانتاج في اليودكاستات التي أستمع إليها	٢٣٣	٥٦,٤	١٣٧	٣٣,٢	٤٣	١٠,٤	٢,٤٦	٦٧٦٦	موافق		
	أفضل اليودكاستات التي تقدم محتوى عميق يتناول الموضوع بوضوح وتفصيل	١٨٤	٤٤,٦	١٦٩	٤٠,٩	٦٠	١٤,٥	٢,٣٠	٧٠٨	محايد		
	جملة من سنلوا	٤١٣		المتوسط المرجح للبعد الأول			٢,٤٢			موافق		
البعد الثاني (الطول والمرونة)	اختار اليودكاستات التي تتناسب مدتها مع وقتي المتاح	٢٢٩	٥٥,٤	١٥١	٣٦,٦	٣٣	٨,٠	٢,٤٧	٦٤٠	موافق		
	أفضل اليودكاستات ذات الحلقات القصيرة التي يمكنني استماعها بسرعة	١٢١	٢٩,٣	٢٦١	٦٣,٢	٣١	٧,٥	٢,٢٢	٥٦٧	محايد		
	أفضل الحلقات الطويلة التي تسمح بالاستماع لمحتوى غني بالمعلومات	١٣٩	٣٣,٧	١٩٧	٤٧,٧	٧٧	١٨,٦	٢,١٥	٧٠٨	محايد		
	جملة من سنلوا	٤١٣		المتوسط المرجح للبعد الثاني			٢,٢٨			موافق		
البعد الثالث (مميزات خاصة بالتطبيق)	توافر إمكانية إنشاء محتوى صوتي بأقل الإمكانيات فهو لا يحتاج إلى استديو للتسجيل أو تجهيزات صوتية أو تقنيات كبيرة فقط توافر مايك وهاتف محمول.	٢٢١	٥٣,٥	١٥٥	٣٧,٥	٣٧	٩,٠	٢,٥٢	٦٠٢	موافق		
	توافر إمكانية إنشاء محتوى صوتي خاص بي.	٢٣٨	٥٧,٦	١٥٢	٣٦,٨	٢٣	٥,٦	٢,٤٥	٦٥٤	موافق		
	إمكانية متابعة ردود الأفعال على المحتوى الصوتي للتطبيق.	١٥٥	٣٧,٥	١٨٠	٤٣,٦	٧٨	١٨,٩	٢,١٩	٧٢٨	محايد		
	جملة من سنلوا	٤١٣		المتوسط المرجح للبعد الثالث			٢,٣٨			موافق		
البعد الرابع (اليودكاست)	أفضل الاستماع لشخصيات أستمع بأفكارهم وتجاربهم وأرائهم.	٢٢٤	٥٤,٢	١٦١	٣٩,٠	٢٨	٦,٨	٢,٤٧	٦٢١	موافق		
	أهم بمتابعة اليودكاستات التي يقدمها شخصيات مشهورة أو موثوقة.	٢١٥	٥٢,١	١٥٠	٣٦,٣	٤٨	١١,٦	٢,٤٠	٦٨٩	موافق		
	اختيار اليودكاست يعتمد على سمعة مقدم البرنامج أو الضيوف المشاركين.	٢٠٨	٥٠,٤	١٤٣	٣٤,٦	٦٢	١٥,٠	٢,٣٥	٧٢٨	موافق		
	جملة من سنلوا	٤١٣		المتوسط المرجح للبعد الرابع			٢,٤١			موافق		
البعد الخامس (الموضوع أو التخصص أو الموضوع)	أهم بمحتوي اليودكاست إذا كان يتعلق بمجال اهتماماتي الخاصة.	٢٠٦	٤٩,٩	١٧٨	٤٣,١	٢٩	٧,٠	٢,٤٣	٦٢٢	موافق		
	اختار اليودكاستات التي تركز على موضوعات محددة تهمني مثل الصحة أو التكنولوجيا.	٢٢٤	٥٤,٢	١٤٠	٣٣,٩	٤٩	١١,٩	٢,٤٢	٦٩٥	موافق		
	أفضل اليودكاستات المتخصصة في مجال بدلاً من المحتوى العام.	١٩٠	٤٦,٠	١٧٧	٤٢,٩	٤٦	١١,١	٢,٣٥	٦٧٢	موافق		
	جملة من سنلوا	٤١٣		المتوسط المرجح للبعد الخامس			٢,٤٠			موافق		
البعد السادس (سهولة الوصول)	اختار اليودكاستات التي يمكنني الوصول إليها بسهولة على منصات مثل Spotify أو YouTube	٢٥٣	٦١,٣	١٢٧	٣٠,٨	٣٣	٨,٠	٢,٥٣	٦٤٠	موافق		
	توافر إمكانية تحميل وحفظ المحتوى على هاتفي.	١٨٠	٤٣,٦	٢١٠	٥٠,٨	٢٣	٥,٦	٢,٣٨	٥٩٠	موافق		
	أفضل اليودكاستات المتاحة وصول الإشعارات بكل ما هو جديد على التطبيقات التي أستخدمها بشكل دائم.	١٥١	٣٦,٦	١٥٩	٣٨,٥	١٠٣	٢٤,٩	٢,١٢	٧٧٧	محايد		
	جملة من سنلوا	٤١٣		المتوسط المرجح للبعد السادس			٢,٣٤			موافق		
البعد السابع (التفاعل والمشاركة)	أفضل اليودكاستات التي تتيح لي فرصة المشاركة والتفاعل، مثل إرسال أسئلة أو تعليقات.	٢٥٥	٦١,٧	١٢٧	٣٠,٨	٣١	٧,٥	٢,٥٤	٦٣٢	موافق		
	اختار اليودكاستات التي تشجع المستمعين على المشاركة بأفكارهم وتجاربهم.	١٦٢	٣٩,٢	٢٢١	٥٣,٥	٣٠	٧,٣	٢,٣٢	٦٠٣	محايد		
	يهمني اليودكاست الذي يشجع على مشاركة الآراء والتفاعل بين المستمعين.	١١١	٢٦,٩	٢٠٩	٥٠,٦	٩٣	٢٢,٥	٢,٠٤	٧٠٢	محايد		
	جملة من سنلوا	٤١٣		المتوسط المرجح للبعد السابع			٢,٣٠			موافق		

البعد الثاني (التقييمات والمراجعات)	استند إلى تقييمات وآراء المستمعين الآخرين عند اختيار البودكاست.	١٩٠	٤٦,٠	١٦٧	٤٠,٤	٥٦	١٣,٦	٢,٣٢	٧٠١	محايد
	تقييمات البودكاست على المنصات تساعدني في تحديد اختياري.	١٧٤	٤٢,١	١٧٦	٤٢,٦	٦٣	١٥,٣	٢,٢٧	٧٠٩	محايد
	أفضل متابعة البودكاستات التي تحظى بتقييمات إيجابية ومراجعات جيدة.	١٤٦	٣٥,٤	٢٢٢	٥٣,٨	٤٥	١٠,٩	٢,٢٤	٦٣٥	محايد
	جملة من سنلوا	٤١٣			المتوسط المرجح للبعد الثامن			٢,٢٧		محايد
البعد التاسع (اللغة والأسلوب)	أختار البودكاستات التي تستخدم لغة بسيطة ومفهومة.	٢٧٦	٦٦,٨	١١٩	٢٨,٨	١٨	٤,٤	٢,٦٢	٥٦٨	موافق
	الأسلوب الطبيعي وغير الرسمي للبودكاست يزيد من ارتباطي به.	٢٣٠	٥٥,٧	١٤٧	٣٥,٦	٣٦	٨,٧	٢,٤٧	٦٥١	موافق
	أفضل الأسلوب غير الرسمي في البودكاست لأنه يجعل المحتوى أكثر تفاعلاً.	٢٠١	٤٨,٧	١٦١	٣٩,٠	٥١	١٢,٣	٢,٣٦	٦٩٢	موافق
	جملة من سنلوا	٤١٣			المتوسط المرجح للبعد التاسع			٢,٤٩		موافق
البعد العاشر (التوقيت وتكرار النشر)	أفضل متابعة البودكاستات التي تُصدر حلقاتها بانتظام.	٢٢٤	٥٤,٢	١٤٧	٣٥,٦	٤٢	١٠,٢	٢,٤٤	٦٧٢	موافق
	يهمني أن أعرف موعد نشر الحلقات الجديدة لأتابع البودكاست بانتظام.	٢٣٣	٥٦,٤	١١٩	٢٨,٨	٦١	١٤,٨	٢,٤٢	٧٣٥	موافق
	تكرار النشر الثابت يساعدني على متابعة البودكاست بشكل منتظم.	١٨٤	٤٤,٦	١٩٩	٤٨,٢	٣٠	٧,٣	٢,٣٧	٦١٦	موافق
	جملة من سنلوا	٤١٣			المتوسط المرجح للبعد العاشر			٢,٤١		موافق
البعد الحادي عشر (التوصيات الشخصية)	غالبًا ما أستمع إلى بودكاستات بناءً على كثرة عدد المتابعين لها عبر التطبيق.	٢٣٠	٥٥,٧	١٤١	٣٤,١	٤٢	١٠,٢	٢,٤٦	٦٧٣	موافق
	أختار البودكاستات بناءً على توصيات المؤثرين الذين أتابعهم.	٢٢٣	٥٤,٠	١٣٦	٣٢,٩	٥٤	١٣,١	٢,٤١	٧١٠	موافق
	التوصيات من الأشخاص المقربين لي (الأهل والأصدقاء) تساعدني في اختيار بودكاستات تناسب اهتماماتي.	١٣٠	٣١,٥	٢٢١	٥٣,٥	٦٢	١٥,٠	٢,١٦	٦٦٢	محايد
	جملة من سنلوا	٤١٣			المتوسط المرجح للبعد الحادي عشر			٢,٣٤		موافق
الدرجة الكلية للمقياس		متوسط مرجح (٢,٤٢)			الانحراف المعياري (٠,٤١١)			اتجاه الرأي موافق		

تشير بيانات الجدول السابق إلى استجابات الباحثين على مقياس المعايير الانتقائية المؤثرة على تفضيلات الشباب المصري للبودكاست عبر عدة أبعاد، وهي: المحتوى والجودة، الطول والمرونة، مميزات التطبيق، سمعة مقدم البودكاست، التخصص أو الموضوع، سهولة الوصول، التفاعل والمشاركة، التقييمات والمراجعات، واللغة والأسلوب.

البُعد الأول: المحتوى والجودة:

تشير النتائج إلى أن غالبية المشاركين (٥٦.٩%) يفضلون البودكاستات التي تقدم محتوى قيمًا ومعلومات مفيدة، وجاء المتوسط المرجح للبعد الأول (٢.٤٢)، وهو ما يشير إلى مستوى مرتفع لتأثير معيار (المحتوى والجودة)، حيث يعد المحتوى المتميز والقيمة المعرفية هم العناصر الأكثر تأثيرًا لتفضيلات الشباب المصري في اختيار البودكاست.

وهو ما يتفق مع دراسة (Kurniawan a,Y.& Enrico Halim a& et al، 2024)^{٨٤} التي أشارت إلى أن جودة المحتوى هي العامل الأهم في جذب المستمعين للبودكاست، ودراسة (Cohen, S., 2020)^{٨٥} التي تبين أن المستمعين يفضلون البودكاست الذي يحتوي على معلومات مفيدة وواقعية.

البُعد الثاني: الطول والمرونة:

جاء المتوسط المرجح للبُعد الثاني (الطول والمرونة) (٢.٢٨)، وهو ما يشير إلى مستوى متوسط لتأثير معيار طول مدة الحلقات على تفضيلات الشباب المصري للبودكاست، حيث تشير النتائج إلى أن المشاركين يفضلون البودكاستات التي تتناسب مدتها مع وقتهم المتاح ويمكن الاستماع إليها في الوقت الذي يناسبهم بمتوسط مرجح (٢.٤٧)، وهو ما يتماشى مع ما أشارت إلى دراسة (David, 2020) ^{٨٦}، حيث أكدت الدراسة أن المرونة في وقت الاستماع تؤثر بشكل كبير على تفضيلات المستمعين، إذ يرغبون في اختيار الحلقات وفقاً لجدولهم الزمني، بينما تتباين تلك النتيجة مع دراسة (Olmsted, 2022) ^{٨٧} التي أشارت إلى أن المستخدمين يفضلون البودكاست ذات الحلقات القصيرة التي يمكن الاستماع إليها بسرعة، وهو ما يمكن إرجاعه إلى تنوع الأذواق والاحتياجات لدى المستمعين، حيث يفضل البعض المحتوى الطويل، بينما يفضل آخرون الحلقات الأقصر التي تتناسب مع وقتهم المحدود.

البُعد الثالث: مميزات التطبيق:

أظهرت النتائج أن المشاركين يفضلون البودكاستات التي تتيح لهم إنشاء محتوى صوتي بأقل الإمكانيات باستخدام المايكروفون وهواتفهم المحمولة بمتوسط مرجح (٢.٥٢)، وجاء المتوسط المرجح للبُعد الثالث (٢.٣٨)، وهو ما يشير إلى مستوى مرتفع لتأثير معيار (المميزات الخاصة بالتطبيق) على تفضيلات الشباب المصري في اختيار البودكاست.

مما يعكس أهمية عامل سهولة الوصول والإنتاج التي توفرها المنصات الرقمية للمستخدمين والقدرة على إنشاء المحتوى بسهولة دون الحاجة إلى تقنيات معقدة، وهو ما يتماشى مع الاتجاهات الحديثة في صناعة البودكاست، حيث ظهرت العديد من التطبيقات التي تتيح للمستخدمين إنشاء المحتوى بسهولة دون الحاجة إلى استديوهات متقدمة، وفي هذا السياق تشير دراسة (Meggetto, F., 2024) ^{٨٨} إلى أن البودكاستات ذات الإمكانيات التكنولوجية البسيطة أصبحت أكثر جذباً للمبدعين الجدد، وأن المنصات التي تقدم أدوات بسيطة لتحميل وتسجيل المحتوى تجذب عدداً أكبر من المستخدمين.

البُعد الرابع: سمعة مقدم البودكاست:

أظهر (٥٤.٢٪) من المبحوثين أنهم يفضلون الاستماع لشخصيات مشهورة أو موثوقة بمتوسط مرجح (٢.٤٧)، وجاء المتوسط المرجح للبُعد الرابع (سمعة مقدم البودكاست) (٢.٤١)، وهو ما يشير إلى مستوى مرتفع لتأثير معيار (سمعة مقدم البودكاست) على تفضيلات الشباب المصري في اختيار البودكاست.

وهو ما يتماشى مع النتائج التي توصلت إليها دراسة (Bonk, T., Kubinski, Sophie M., 2023) ^{٨٩} التي وجدت أن سمعة المقدم تؤثر في اتخاذ قرار الاستماع، حيث يميل المستمعون إلى متابعة الشخصيات المشهورة الذين يتمتعون بشعبية؛ مما يضيف المصداقية على البودكاست؛ مما يزيد

من جذب المستمعين، كما أظهرت النتائج تفضيلاً للمحتوى الذي يقدم من قبل شخصيات قادرة على إيصال أفكارها بشكل مؤثر.

البُعد الخامس: التخصص أو الموضوع:

جاءت عبارة: (أهتم بمحتوي البودكاست إذا كان يتعلق بمجال اهتماماتي الخاصة)، جاءت في مقدمة استجابات المبحوثين بمتوسط مرجح (٢.٤٣)، وجاء المتوسط المرجح للبُعد الخامس (التخصص أو الموضوع) (٢.٤٠)، وهو ما يشير إلى مستوى مرتفع لتأثير معيار (التخصص أو الموضوع) على تفضيلات الشباب المصري في اختيار البودكاست.

حيث أكدت الدراسات على أن الجمهور يفضل البودكاستات المتخصصة التي تركز على مجالات معينة، فأكدت دراسة (Athman Raziah, 2024)^{٩٠} أن المحتوى الإخباري يأتي في مقدمة الموضوعات التي يبحث عنها الجمهور (١٤.٨٪)، يليه الاهتمام بالموضوعات المتعلقة بالأعمال (١١٪) والتعليق الرياضي (٩.٨٪)، كما يجذب المحتوى التعليمي (٨.٥٪) والجريمة والتحقيقات (٨.٤٪) فضول الجمهور، مما يعكس اهتماماً أكبر بالمواضيع التي تتماشى مع اهتماماتهم الشخصية، وتلبي احتياجات المستمعين المعرفية المتنوعة مثل الأخبار والتعليم والصحة لأنها تقدم محتوى موجهاً بشكل دقيق.

البُعد السادس: سهولة الوصول:

تظهر النتائج أن المشاركين يفضلون البودكاستات التي يمكن الوصول إليها بسهولة عبر منصات مثل Spotify و YouTube بمتوسط مرجح (٢.٥٣) وهو ما يؤكد أن التوافر السهل للمحتوى يسهم في زيادة الاستخدام والاستماع، وجاء المتوسط المرجح للبُعد السادس (٢.٣٤)، مما يشير إلى مستوى مرتفع لتأثير معيار (سهولة الوصول) على تفضيلات الشباب المصري في اختيار البودكاست.

وهو ما يتماشى مع نتائج دراسة (Arabel G.Meyer, 2024)^{٩١} التي أكدت على أن الوصول السهل إلى البودكاست عبر التطبيقات المختلفة كان من العوامل الرئيسية في اختيار المستمعين للمحتوى.

البُعد السابع: التفاعل والمشاركة:

أظهرت النتائج أن تفاعل المستمعين مع البودكاستات يشكل عامل جذب، حيث يفضل الأغلبية البودكاستات التي تتيح لهم المشاركة والتفاعل مثل إرسال أسئلة أو تعليقات؛ مما يساهم في تعزيز تجربة الاستماع بمتوسط مرجح (٢.٥٤)، وجاء المتوسط المرجح للبُعد السابع (٢.٣٠)، وهو ما يشير إلى مستوى متوسط لتأثير معيار (التفاعل والمشاركة) على تفضيلات الشباب المصري في اختيار البودكاست، مما يشير إلى أن الجمهور يبحث عن تجارب تفاعلية ومرتبطة بشكل مباشر بمشاركتهم الفعالة، وهو ما يتفق مع نتائج (Sheng-W., Chia-Ding H., 2024)^{٩٢} التي أكدت على أهمية التفاعل في تعزيز تجربة المستمع.

البُعد الثامن: التقييمات والمراجعات:

تباينت الآراء حول أهمية التقييمات والمراجعات عند اختيار البودكاست، حيث كانت النتيجة محايدة بشكل عام، وجاء المتوسط المرجح للبُعد الثامن (٢.٢٧)، مما يشير إلى مستوى متوسط لتأثير معيار (التقييمات والمراجعات) على تفضيلات الشباب المصري في اختيار البودكاست، وأنه على الرغم من أهمية المراجعات إلا أنها ليست العامل الأساسي وأن المستمعين يميلون إلى اتخاذ قراراتهم بناءً على محتوى البودكاست أكثر من التقييمات.

وهو ما تؤكدته دراسة (Jeremy W. Morris, 2021)⁹³ التي أظهرت أنه على الرغم من أهمية المراجعات، إلا أن بعض المستمعين يعتمدون على تجاربهم الشخصية أكثر من المراجعات العامة، وأن بعض الأشخاص يفضلون استكشاف البودكاست بناءً على توصيات شخصية أو من خلال الاستماع المباشر.

البُعد التاسع: اللغة والأسلوب:

أظهر (٦٦.٨٪) من المبحوثين أنهم يفضلون البودكاستات التي تستخدم لغة بسيطة وواضحة وأسلوباً غير رسمي بمتوسط مرجح (٢.٦٢)، وقد جاء المتوسط المرجح للبُعد التاسع (٢.٤٩)، وهو ما يشير إلى مستوى مرتفع لتأثير معيار (اللغة والأسلوب) على تفضيلات الشباب المصري في اختيار البودكاست، مما يتفق مع نتائج دراسة (Siobhán McHugh , 2016)⁹⁴ التي أكدت على أن اللغة البسيطة تُسهم في زيادة تفاعل المستمعين مع المحتوى بشكل أكبر مما يساهم في تحسين تجربة الاستماع وجعل المحتوى أكثر جذباً وتفاعلاً.

البُعد العاشر: التوقيت وتكرار النشر:

تشير النتائج إلى توافق عام حول متابعة الحلقات تُصدر حلقاتها بانتظام، مع التركيز على أهمية توقيت وتكرار نشر الحلقات الثابت، حيث جاء المتوسط المرجح للبُعد العاشر (٢.٤١)، وهو ما يشير إلى مستوى مرتفع لتأثير معيار (التوقيت وتكرار النشر) على تفضيلات الشباب المصري في اختيار البودكاست، مما يؤكد على أهمية استمرارية النشر المنتظم للبودكاستات في جذب والاحتفاظ بالمتابعين. وهو ما أشارت إليه دراسة (Stephanie J. Tobin , Rosanna E. Guadagno, 2022)⁹⁵ أن التكرار المنتظم في نشر الحلقات يشجع على التفاعل المستمر من المستمعين، حيث يصبح المستمعون أكثر اعتماداً على الجداول الزمنية المتوقعة، مما يعزز ارتباطهم بالمحتوى ويخلق التزاماً نفسياً لدى المستمعين، حيث يترقبون الحلقات القادمة ويشعرون بأنهم مرتبطون بالمحتوى، وهو ما ينعكس على ارتفاع معدلات التفاعل والاستماع المنتظم من قبل جمهور البودكاست.

البُعد الحادي عشر: (التوصيات الشخصية):

تشير النتائج إلى أن (٥٥.٧٪) من المبحوثين يختارون البودكاست بناءً على كثرة عدد المتابعين لها بمتوسط مرجح (٢.٤٦) وهو ما يتماشى مع مفهوم "تأثير الحشد" أو "الضغط الاجتماعي"، والذي يمكن تفسيره بأن الأفراد غالباً ما يتبعون اختيارات أو سلوكيات الآخرين الذين يُعتقد أن لديهم تأثيراً اجتماعياً أكبر في حالة البودكاست، ويعد عدد المتابعين مؤشراً للجودة والمصداقية، مما يشجع المستمعين الجدد على الاستماع.

وقد جاء المتوسط المرجح للبُعد (٢.٣٤) وهو ما يشير إلى مستوى مرتفع لتأثير معيار (التوصيات الشخصية) على تفضيلات الشباب المصري في اختيار البودكاست.

وتشير إلى أن المستمعين يفضلون اختيار البودكاستات استناداً إلى إشارات موثوقة، مثل عدد المتابعين أو توصيات المؤثرين، بينما لا تكون توصيات الأصدقاء والعائلة بنفس القوة.

وتتفق هذه النتائج مع العديد من الدراسات التي تركز على تأثير "المراجعات الاجتماعية" و"التسويق عبر المؤثرين" في تشكيل اختيارات المستهلكين في وسائل الإعلام الرقمية، مثل دراسات (Kutz) (Freberg et al., 2011) و K.O.et al., 2024⁹⁶، حيث يعتبر المؤثرون والانتشار الاجتماعي من العوامل الأساسية التي تؤثر على قرارات المستهلكين في اختيار المحتوى الرقمي، مما يساهم في زيادة الاستماع للبودكاستات ذات الجمهور الكبير أو التوصيات المتكررة من المؤثرين لاتخاذ قراراتهم بشأن المحتوى الصوتي الذي يستهلكونه.

وهو ما تؤكدته دراسة (Rajput, A., Gandhi, A., 2024)⁹⁷، بأن وجود عدد كبير من المتابعين للبودكاست التي تحقق شهرة واسعة يُعتبر دليلاً على محتوى جيد وقيمة، مما يعزز جاذبيته للمستمعين الجدد، حيث يُعتبر هذا مؤشراً على الجودة والموثوقية.

جاء المتوسط المرجح لمقياس المعايير الانتقائية المؤثرة على تفضيلات الشباب المصري للبودكاست (٢.٤٢)، وهو ما يعادل اتجاه موافق على مقياس ليكرت الثلاثي، وذلك يشير إلى مستوى مرتفع لتأثير المعايير الانتقائية على تفضيلات الشباب المصري في اختيار البودكاست.

وهو ما يشير إلى أن المستمعين يفضلون البودكاستات التي تتميز بجودة المحتوى، التخصص، واللغة الجذابة، كما أن التوقيت المنتظم والتكرار يلعبان دوراً مهماً في قرار الاستماع، بينما لا يعتبر التفاعل أو التقييمات عاملاً حاسماً في اختيارات المستمعين.

جدول (١٢)

اتجاهات الشباب المصري نحو معايير تقييم جودة المحتوى المقدم عبر البودكاست وفقاً لنموذج

البيانات	العبارة	الاتجاه		موافق		محايد		معارض		المتوسط المرجح	البيانات
		ك	%	ك	%	ك	%	ك	%		
البعد الأول (الثقة)	أعتبر المعلومات المقدمة في البودكاست موثوقة عندما تستند إلى مصادر معروفة.	٢٤٨	٦٠,٠	١٠٦	٢٥,٧	٥٩	١٤,٣	٧٣١	١٠٠	٢٤٦	موافق
	يؤثر التزام مقدمي البودكاست بالدقة والمصداقية على رأيي في جودة المحتوى.	٢٢٦	٥٤,٧	١٤٤	٣٤,٩	٤٣	١٠,٤	٦٧٥	١٠٠	٢٤٤	موافق
	أفضل البودكاستات التي يقدمها أشخاص لديهم خبرة في الموضوع الذي يناقشونه.	١٨٦	٤٥,٠	١٨٣	٤٤,٣	٤٤	١٠,٧	٦٦٣	١٠٠	٢٣٤	موافق
	جملة من سنلوا	٤١٣						٢,٤١			موافق
البعد الثاني (الوضوح والالتزام)	أستمتع بالبودكاستات التي تكون مواضيعها واضحة ومحددة.	٢٣٧	٥٧,٤	١٣٩	٣٣,٧	٣٧	٩,٠	٦٥٥	١٠٠	٢,٤٨	موافق
	جودة الصوت وطريقة التقديم الواضحة تزيد من تقييمي لجودة البودكاست.	٢١٠	٥٠,٨	١٥٥	٣٧,٥	٤٨	١١,٦	٦٨٧	١٠٠	٢,٣٩	موافق
	أفضل البودكاستات التي تكون خالية من الأخطاء الفنية أو الصوتية المزجة.	١٨٨	٤٥,٥	١٣٧	٣٣,٢	٨٨	٢١,٣	٧٨١	١٠٠	٢,٢٤	محايد
	جملة من سنلوا	٤١٣						٢,٣٧			موافق
البعد الثالث (التفرد والأصالة)	أفضل البودكاستات التي تقدم أفكاراً جديدة ومبتكرة.	٢١٢	٥١,٣	١٥٣	٣٧,٠	٤٨	١١,٦	٦٨٨	١٠٠	٢,٤٠	موافق
	أستمتع بالبودكاستات التي تقدم محتوى أصلياً غير مألوف أو مكرر.	٢١٦	٥٢,٣	١٣٨	٣٣,٤	٥٩	١٤,٣	٧٢٣	١٠٠	٢,٣٨	موافق
	جودة البودكاست تتأثر بمدى تميز المحتوى والأسلوب.	٢٠٣	٤٩,٢	١٦٠	٣٨,٧	٥٠	١٢,١	٦٩٠	١٠٠	٢,٣٧	موافق
	جملة من سنلوا	٤١٣						٢,٣٨			موافق
البعد الرابع (المعق والمعلوماتية)	يهمني أن يقدم البودكاست معلومات قيمة تعزز من معرفتي في الموضوع.	٢٢٨	٥٥,٢	١٥٥	٣٧,٥	٣٠	٧,٣	٦٢٩	١٠٠	٢,٤٨	موافق
	أفضل البودكاستات التي تغطي المواضيع بشكل متعمق وتفصيلي.	١١٤	٢٧,٦	٢١٧	٥٢,٥	٨٢	١٩,٩	٦٨٥	١٠٠	٢,٠٨	محايد
	أقيم جودة البودكاست بناءً على مقدار المعلومات المفيدة المقدمة.	١٤٢	٣٤,٤	١٥١	٣٦,٦	١٢٠	٢٩,١	٧٩٦	١٠٠	٢,٠٥	محايد
	جملة من سنلوا	٤١٣						٢,٢٠			محايد
البعد الخامس (القدرة على التفاعل)	أستمتع بالبودكاستات التي تجعلني أشعر بالرغبة في التفاعل أو التحدث عن الموضوع.	٢٢٣	٥٤,٠	١١٤	٢٧,٦	٧٦	١٨,٤	٧٧٤	١٠٠	٢,٣٦	موافق
	أقيم جودة البودكاست بناءً على قدرته على إثارة اهتمامي وتحفيزي للتفكير.	١٦٢	٣٩,٢	١٧٦	٤٢,٦	٧٥	١٨,٢	٧٢٩	١٠٠	٢,٢١	محايد
	المحتوى الذي يحفز على الإبداع والتفكير يرفع من تقييمي للبودكاست.	١٥٠	٣٦,٣	١٩٣	٤٦,٧	٧٠	١٦,٩	٧٠٥	١٠٠	٢,١٩	محايد
	جملة من سنلوا	٤١٣						٢,٢٥			محايد
البعد السادس (التسلسل والتنظيم)	جودة البودكاست تتأثر بتنظيم المحتوى وجعله سهل الفهم والمتابعة.	٢٥٨	٦٢,٥	١٢٥	٣٠,٣	٣٠	٧,٣	٦٢٧	١٠٠	٢,٥٥	موافق
	أستمتع بالبودكاستات التي تكون مواضيعها منظمة وتتخلل بسلاسة.	١٤١	٣٤,١	١٨٠	٤٣,٦	٩٢	٢٢,٣	٧٤٣	١٠٠	٢,١٢	محايد
	أفضل البودكاستات التي تتبع تسلسلاً منطقياً ومنظماً في طرح الأفكار.	١٠٢	٢٤,٧	٢٣٨	٥٧,٦	٧٣	١٧,٧	٦٤٨	١٠٠	٢,٠٧	محايد
	جملة من سنلوا	٤١٣						٢,٢٤			موافق
البعد السابع	أعتبر أن جودة البودكاست تتأثر بمدى	٢١٧	٥٢,٥	١٧٢	٤١,٦	٢٤	٥,٨	٦٠٥	١٠٠	٢,٤٧	موافق

ملاءمته لاهتماماتي وتوجهاتي.	٢٤٨	٦٠,٠	١٠٦	٢٥,٧	٥٩	١٤,٣	٢,٤٦	٧٣٢	موافق
	٢١١	٥١,١	١٠٦	٢٥,٧	٤٧	١١,٤	٢,٤٠	٦٨٤	موافق
	جملة من سنلوا			٤١٣			٢,٤٤		
	أفضل البوكاستات التي تتناول قضايا ومواضيع تهمني وتناسب نمط حياتي.			المتوسط المرجح للبُعد السابع			٢,٤٤		
أبعد الثامن (تعدد المصادر والآراء)	٢٠١	٤٨,٧	١٨١	٤٣,٨	٣١	٧,٥	٢,٤١	٦٢٧	موافق
	٢٢٤	٥٤,٢	١٢٩	٣١,٢	٦٠	١٤,٥	٢,٤٠	٧٢٩	موافق
	١٩٨	٤٧,٩	١٧٢	٤١,٦	٤٣	١٠,٤	٢,٣٨	٦٦٦	موافق
	جملة من سنلوا			٤١٣			٢,٣٩		
أبعد التاسع والتفاعل مع المستمعين (أسلوب التقديم)	٢٢١	٥٣,٥	١٦٠	٣٨,٧	٣٢	٧,٧	٢,٤٦	٦٣٦	موافق
	١٩٩	٤٨,٢	١٨٣	٤٤,٣	٣١	٧,٥	٢,٤١	٦٢٦	موافق
	٢٠٥	٤٩,٦	١٤٩	٣٦,١	٥٩	١٤,٣	٢,٣٥	٧١٨	موافق
	جملة من سنلوا			٤١٣			٢,٤١		
أبعد العاشر والتسويق (الحضور الرقمي)	١٦٤	٣٩,٧	١٧٠	٤١,٢	٧٩	١٩,١	٢,٢١	٧٤٠	محايد
	١٤١	٣٤,١	٢١١	٥١,١	٦١	١٤,٨	٢,١٩	٦٧٣	محايد
	١٤٥	٣٥,١	١٤٣	٣٤,٦	١٢٥	٣٠,٣	٢,٠٥	٨٠٨	محايد
	جملة من سنلوا			٤١٣			٢,١٥		
الدرجة الكلية للمقياس		متوسط مرجح (2.34)		الانحراف المعياري (411)		اتجاه الرأي موافق			

البُعد الأول: (الثقة):

تركز عبارات البُعد الأول من مقياس اتجاهات الشباب المصري نحو معايير تقييم جودة المحتوى المقدم عبر البوكاست على مدى (ثقة ومصادقية) الشباب من المبحوثين في البوكاستات، فقد جاء المتوسط المرجح (٢.٤١)؛ وهو ما يشير إلى الاتجاه الإيجابي وارتفاع مستوى ثقة المبحوثين في المحتوى المقدم عبر البوكاست، فالشباب يعتبرون المعلومات المقدمة في البوكاست موثوقة عند استنادها إلى مصادر معروفة وهو ما يعكس أهمية المصادر الموثوقة في بناء الثقة مع الجمهور، ويُعتبر التزام مقدمي البوكاست بالدقة والمصادقية أمرًا مهمًا ويؤثر بشكل كبير على جودة المحتوى، وهو ما يتفق مع نتائج دراسة (A. Renisyifa, S Sunarti, A Pebriyanti, 2022).⁹⁸

البُعد الثاني: (الوضوح والإتقان):

وجاء المتوسط المرجح للبُعد الثاني (الوضوح والإتقان) من مقياس اتجاهات الشباب المصري نحو معايير تقييم جودة المحتوى المقدم عبر البودكاست (٢.٣٧)، وهو ما يشير إلى أهمية وضوح الموضوعات المقدمة وإتقان الإنتاج في تقييم جودة المحتوى المقدم عبر البودكاست، حيث جاء (٥٧.٤٪) من المشاركين يفضلون البودكاستات التي تحتوي على موضوعات مهنية واضحة ومحددة، و(٥٠.٨٪) يرون أن جودة الصوت وطريقة التقديم الواضحة تؤثران بشكل كبير على تقييمهم للبودكاست، بينما يشير إلى أن (٤٥.٥٪) من المشاركين يفضلون البودكاستات الخالية من الأخطاء الفنية أو الصوتية المزعجة، مما قد يدل على أن بعض المشاركين لا يعتبرون الأخطاء الفنية أو الصوتية عائقاً كبيراً في تقييم جودة البودكاست، وهو ما يتباين مع ما ذكره (Callummarks, 2024)^{٩٩} الذي أكد على أن جودة الصوت تساهم في الاحتفاظ بالمستمعين والحفاظ على تفاعلهم، فعندما يتمكن جمهورك من فهم المحتوى والاستمتاع به دون عناء، فمن المرجح أن يظلوا منخرطين طوال الحلقة ويعودون للحلقات المستقبلية.

البُعد الثالث: (التفرد والأصالة):

يتضح من الجدول السابق: أن عبارة: (أفضل البودكاستات التي تقدم أفكاراً جديدة ومبتكرة.) جاءت في مقدمة استجابات المبحوثين على البُعد الثالث (التفرد والأصالة) من مقياس اتجاهات الشباب المصري نحو معايير تقييم جودة المحتوى المقدم عبر البودكاست بمتوسط مرجح ٢.٤٠، ثم: (استمتع بالبودكاستات التي تقدم محتوى أصلياً غير مألوف أو مكرر) في المرتبة الثانية بمتوسط مرجح ٢.٣٨، ثم عبارة: (جودة البودكاست تتأثر بمدى تميز المحتوى والأسلوب) في المرتبة الثالثة والأخيرة بمتوسط مرجح ٢.٣٧.

وجاء: المتوسط المرجح للبُعد الثالث التفرد والأصالة (٢.٣٨) وهو ما يشير إلى الاتجاه الإيجابي نحو معيار (التفرد والأصالة) في تقييم جودة المحتوى المقدم عبر البودكاست.

وهو ما يشير إلى أن المحتوى المبتكر والأصلي يمثل العامل الأكثر أهمية بالنسبة للشباب المصري في تقييم جودة البودكاستات، كما أن الأسلوب المتميز والمحتوى الفريد يلعبان دوراً كبيراً في تعزيز جودة التقييم وأمرًا ضروريًا لإبقاء الجمهور منخرطاً في الاستماع وجذب مستمعين جدد، مما يجعل صانعي البودكاست يستكشفون باستمرار موضوعات جديدة وتقنيات سرد قصصي لتمييز محتواهم وتوفير تجارب استماع فريدة.^{١٠٠}

كما أشارت دراسة (Yi-Jie Chen, et.al, 2024)^{١٠١} إلى أن المحتوى الفريد وعالي الجودة والمتنوع للبرنامج سيجعل المستمعين يرغبون في الاستماع إلى البودكاست، مما يؤدي إلى تعدد المهام واستبدال الوسائط بالبودكاست لما له من مميزات أكثر ستؤدي إلى قبول المحتوى المقدم من قبل المستمعين والتأثير الإيجابي على سلوكهم.

البُعد الرابع: (العمق والمعلوماتية):

يتضح من الجدول السابق: أن عبارة: (يهمني أن يقدم البودكاست معلومات قيّمة تعزز من معرفتي في الموضوع) جاءت في مقدمة استجابات المبحوثين على **البُعد الرابع (العمق والمعلوماتية)** من مقياس اتجاهات الشباب المصري نحو معايير تقييم جودة المحتوى المقدم عبر البودكاست بمتوسط مرجح ٢.٤٨، ثم: (أفضل البودكاستات التي تغطي المواضيع بشكل متعمق وتفصيلي) في المرتبة الثانية بمتوسط مرجح ٢.٠٨، ثم عبارة (أقيّم جودة البودكاست بناءً على مقدار المعلومات المفيدة المقدمة) في المرتبة الثالثة والأخيرة بمتوسط مرجح ٢.٠٥.

وجاء المتوسط المرجح **للْبُعد الرابع (العمق والمعلوماتية)** هو ٢.٢٠، وهو متوسط يُظهر توجّهاً محايداً إلى حد ما، حيث لا يوجد ميل قوي نحو الموافقة أو المعارض. وهذا يشير إلى أن الشباب المصري يقدر **المحتوى المعرفي والمعلوماتي** في البودكاستات، لكن قد تكون أهمية هذا المعيار أقل مقارنةً بالمعايير الأخرى مثل الابتكار والتفرد، ولكن لا يزال له تأثير ملموس في تقييم جودة البودكاست، قد يعكس ذلك توازناً بين الاهتمام بالمحتوى المفيد والتوجه نحو الاستماع للمحتوى الذي لا يُبالغ في التفصيل أو التعمق.

كما أن الشباب المصري يقدر **المحتوى الذي يضيف قيمة معرفية**، حيث يظهر أن البودكاستات التي توفر معلومات قيّمة وتعزز المعرفة هي المفضلة لديهم، ومع ذلك لا يضعون أولوية كبيرة على تغطية الموضوعات بشكل متعمق أو تفصيلي، مما يعكس ميلاً نحو تفضيل البودكاستات التي تجمع بين **القيمة المعرفية والابتكار**.

البُعد الخامس: (القدرة على التفاعل):

يتضح من الجدول السابق: أن عبارة: (أستمتع بالبودكاستات التي تجعلني أشعر بالرغبة في التفاعل أو التحدث عن الموضوع) جاءت في مقدمة استجابات المبحوثين على **البُعد الخامس (القدرة على التفاعل)** من مقياس اتجاهات الشباب المصري نحو معايير تقييم جودة المحتوى المقدم عبر البودكاست بمتوسط مرجح ٢.٣٦، ثم: (أقيّم جودة البودكاست بناءً على قدرته على إثارة اهتمامي وتحفيزي للتفكير) في المرتبة الثانية بمتوسط مرجح ٢.٢١، ثم عبارة: (المحتوى الذي يحفّز على الإبداع والتفكير يرفع من تقييمي للبودكاست) في المرتبة الثالثة والأخيرة بمتوسط مرجح ٢.١٩.

وجاء المتوسط المرجح **للْبُعد الخامس: (القدرة على التفاعل)** ٢.٢٥، وهو ما يشير إلى الاتجاه المحايد للشباب المصري نحو معيار (القدرة على التفاعل) في تقييم جودة المحتوى المقدم عبر البودكاست، هذا يعني أن الشباب المصري يفضلون البودكاستات التي تشجعهم على التفاعل والمشاركة في النقاشات حول الموضوعات، لكنهم لا يُعطون أهمية كبيرة لتحفيز الإبداع أو التفكير العميق، وهو ما يتماشى مع دراسة (عبد الرزاق، هبه محمد شفيق، ٢٠٢٤م)^{١٠٢} التي أشارت إلى أن التفاعلية هي أهم مؤشرات المصداقية الواجب توافرها في محتوى البودكاست لدى الجمهور.

البُعد السادس: (التسلسل والتنظيم):

تشير بيانات الجدول السابق إلى أن عبارة: (أعتبر أن جودة البودكاست تتأثر بمدى ملاءمته لاهتماماتي وتوجهاتي) جاءت في مقدمة استجابات المبحوثين.

البُعد السابع: (الارتباط بالجمهور):

من مقياس اتجاهات الشباب المصري نحو معايير تقييم جودة المحتوى المقدم عبر البودكاست بمتوسط مرجح ٢.٤٧، مما يعكس أهمية التوافق بين المحتوى المقدم عبر البودكاست واهتمامات المستمع وتوجهاته الشخصية في تقييمه لجودة البودكاست، فالمبحوثون من الشباب يرون أن جودة البودكاست لا تقاس فقط بالجانب التقني أو المحتوى العام، بل بمدى قدرة البودكاست على التواصل مع اهتمامات المستمع الشخصية وأفكاره وتوجهاته الحياتية، ثم جاءت عبارة (أفضل البودكاستات التي تتناول قضايا ومواضيع تهمني وتناسب نمط حياتي) في المرتبة الثانية بمتوسط مرجح ٢.٤٦ مما يُظهر أن المستمعين يفضلون البودكاستات التي تتناول موضوعات قريبة من اهتماماتهم، ثم عبارة (أقيم جودة البودكاست بناءً على مدى تواصله وارتباطه باحتياجاتي وأفكاري) في المرتبة الثالثة والأخيرة بمتوسط مرجح ٢.٤٠.

وجاء المتوسط المرجح للبُعد السابع (الارتباط بالجمهور) من مقياس اتجاهات الشباب المصري نحو معايير تقييم جودة المحتوى المقدم عبر البودكاست ٢.٤٤، وهو ما يشير إلى الاتجاه الإيجابي، ويظهر أن المستمعين يضعون درجة كبيرة من الأهمية على مدى توافق البودكاست مع اهتماماتهم وأفكارهم عند تقييم جودته، ويميلون إلى تفضيل البودكاست الذي يظهر قدرة على فهم احتياجاتهم الفكرية والثقافية والتواصل معها بشكل مؤثر مما يشير إلى تطور الوعي الإعلامي والتفاعل الشخصي بين الجمهور والمحتوى ويعتبر (الارتباط بالجمهور) من أبرز معايير تقييم جودة البودكاست، وهو ما أشارت إليه نتائج دراسة (Kurniawan Y. ,et.al, 2024)^{١٠٣} أن القضايا الراهنة هي العامل الأكثر جذبًا للجمهور الإندونيسي على منصات مثل اليوتيوب وأن الجمهور يفضل متابعة الموضوعات التي تهمة مثل الأخبار الساخنة أو القضايا الاجتماعية والسياسية.

البُعد الثامن: (تعدد المصادر والآراء):

جاءت عبارة: (أفضل البودكاستات التي تقدم وجهات نظر متنوعة حول نفس الموضوع) جاءت في مقدمة استجابات المبحوثين على البُعد الثامن (تعدد المصادر والآراء) من مقياس اتجاهات الشباب المصري نحو معايير تقييم جودة المحتوى المقدم عبر البودكاست بمتوسط مرجح ٢.٤١، مما يعكس تفضيل الشباب المصري للبرامج التي تقدم تنوعًا في الآراء حول الموضوعات التي تتم مناقشتها، مما يساعدهم على تشكيل رؤية أوسع وأكثر توازنًا حول الموضوعات المختلفة، ثم جاءت عبارة (أعتبر أن تنوع المصادر والآراء يعزز من جودة المحتوى ويزيد من مصداقيته) في المرتبة الثانية بمتوسط مرجح ٢.٤٠، وهو ما يشير إلى أن المستمعين يربطون تنوع المصادر وتنوع الآراء مع جودة المحتوى، حيث يرون أن التنوع لا يساعد فقط في إثراء النقاش، بل يزيد أيضًا من مصداقية البودكاست أكثر من تقديم

رأي واحد فقط، ثم عبارة (البودكاستات التي تعتمد على مصادر متعددة وتناقش جوانب مختلفة تزيد من قيمتها عندي) في المرتبة الثالثة والأخيرة بمتوسط مرجح ٢.٣٨، وهو ما يؤكد على ضرورة تقديم صورة شاملة ومتوازنة للموضوعات من خلال مشاركة وجهات نظر متعددة، مما يساهم في تعزيز التفكير النقدي وزيادة الثقة في المحتوى المقدم.

وجاء المتوسط المرجح للبعد الثامن (تعدد المصادر والآراء) (٢.٣٩)، وهو ما يشير إلى الاتجاه الإيجابي للشباب المصري فتعدد الآراء والمصادر ليس فقط سمة تميز جودة المحتوى البودكاستي، بل هو أيضًا عامل رئيسي في تعزيز مصداقية وقيمة المحتوى لدى المستمعين.

البعد التاسع: (أسلوب التقديم والتفاعل مع المستمعين):

جاءت عبارة: (جودة البودكاست تتأثر بمدى تفاعل المقدم مع المستمعين وتوجيه الرسائل بوضوح) جاءت في مقدمة استجابات المبحوثين على البعد التاسع (أسلوب التقديم والتفاعل مع المستمعين) بمتوسط مرجح ٢.٤٦، مما يشير إلى أن التفاعل الجيد بين المقدم والمستمعين يلعب دورًا حاسمًا في تقييم جودة البودكاست وزيادة فاعلية المحتوى، مما يعزز فهم المستمع ويسهل عليه التفاعل بشكل إيجابي مع الموضوعات، ثم جاءت: (أفضل البودكاستات التي يشجع مقدموها المستمعين على التفاعل والمشاركة) في المرتبة الثانية بمتوسط مرجح ٢.٤١، مما يدل على أن التشجيع على التفاعل والمشاركة من قبل المقدمين هو عامل رئيسي في جذب اهتمام المستمعين ورغبتهم في أن يتم إشراكهم بشكل فعال في المناقشات أو المواضيع المطروحة، مما يخلق تجربة استماع أكثر تأثيرًا وفاعلية، ثم عبارة: (أستمع بالبودكاستات التي يقدمها أشخاص ذو أسلوب شيق وتفاعلي) في المرتبة الثالثة والأخيرة بمتوسط مرجح ٢.٣٥، وهو ما يؤكد أن الأسلوب الممتع والمحفز يساهم في تحسين التجربة العامة للاستماع.

وجاء المتوسط المرجح للبعد التاسع (أسلوب التقديم والتفاعل مع المستمعين) (٢.٤١)، وهو ما يشير إلى الاتجاه الإيجابي للشباب المصري نحو معيار (أسلوب التقديم والتفاعل مع المستمعين) في تقييم جودة المحتوى المقدم عبر البودكاست، وتعكس هذه النتائج أن التفاعل مع المستمعين وأسلوب التقديم الشيق والواضح يُعتبران من العوامل الجوهرية التي تؤثر بشكل كبير على جودة البودكاست بالنسبة للشباب المصري، مما يعزز من قدرتهم على التواصل مع المحتوى ويجعل التجربة أكثر فاعلية وتأثيرًا.

البعد العاشر: (الحضور الرقمي والتسويق):

جاءت عبارة: (أفضل البودكاستات التي تهتم بترويج محتواها وجعلها معروفة للجمهور) جاءت في مقدمة استجابات المبحوثين على البعد العاشر (الحضور الرقمي والتسويق) من مقياس اتجاهات الشباب المصري نحو معايير تقييم جودة المحتوى المقدم عبر البودكاست بمتوسط مرجح ٢.٢١، بمعنى أن المستمعين يفضلون البودكاستات التي تقوم بتسويق وترويج محتواها بشكل فعال لضمان أن تصل إلى أكبر عدد من الجمهور من خلال استخدام وسائل التواصل الاجتماعي، المواقع الإلكترونية، أو تقنيات أخرى لنشر البودكاست وجذب المتابعين، مما يعكس أهمية الانتشار والتعرف على البودكاست في تقييم

جودته، ثم (أعتبر أن جودة البودكاست تتعزز عندما يكون لديه حضور قوي على وسائل التواصل الاجتماعي) (عدد المتابعين) في المرتبة الثانية بمتوسط مرجح ٢.١٩، مما يشير إلى أن الحضور الرقمي (وجود البودكاست على منصات التواصل الاجتماعي مثل فيسبوك، تويتر، وإنستغرام) يُعتبر عاملاً مؤثراً في تعزيز جودة البودكاست ويحسن من السمعة الرقمية، بالإضافة إلى أن عدد المتابعين الكبير يساهم في تعزيز مصداقية وجودة المحتوى.

على الرغم من أنها جاءت في المرتبة الثالثة: (التفاعل المستمر لمقدمي البودكاست على المنصات المختلفة يزيد من جودة المحتوى وقيمه) بمتوسط مرجح ٢.٠٥، إلا أن التفاعل المستمر من مقدمي البودكاست مع الجمهور على منصات متعددة (مثل الرد على التعليقات، إجراء مناقشات، أو الإجابة على الأسئلة) له تأثير في تحسين جودة المحتوى، حيث أن التفاعل يعزز من التواصل الشخصي بين المستمعين والمقدمين، مما يزيد من قيمة البودكاست ويجعله أكثر انتشاراً ومتابعة.

وجاء المتوسط المرجح للبعد العاشر (الحضور الرقمي والتسويق) من مقياس اتجاهات الشباب المصري نحو معايير تقييم جودة المحتوى المقدم عبر البودكاست ٢.١٥، وهو ما يشير إلى أن الحضور الرقمي والتسويق يُعتبران من العوامل المؤثرة بشكل كبير في جودة البودكاست في نظر الشباب المصري، سواء من خلال الترويج الفعّال أو التفاعل المستمر عبر وسائل التواصل الاجتماعي. من خلال تحليل نتائج مقياس اتجاهات الشباب المصري نحو معايير تقييم جودة المحتوى المقدم عبر البودكاست يتضح أن الباحثين من الشباب يميلون إلى تفضيل البودكاستات التي تتسم بالجودة العالية، المصداقية، التفاعل مع الجمهور، والوضوح، تلاها "التسلسل والتنظيم" و"التسويق الرقمي"، وتتفق هذه النتائج مع ما توصلت إليه دراسة (Abdelhamid, A. M. M., 2024)^{١٠٤} فيما يتصل بتقييم الباحثين لعناصر جودة منصات البودكاست العربية المفضلة لديهم والتي ارتبطت بإنتاج المحتوى الصوتي، حيث كان عامل جودة الصوت في الترتيب الأول تلاه جاذبية تناول ثم تنوع المحتوى وتلاها سرد القصص الإنسانية ثم شعور المستمع بالخصوصية، كما أشارت دراسة Wei Lin, S., (Huang, C. D., 2024)^{١٠٥} أن البودكاست يساهم في تحفيز السرد القصصي وتكوين علاقة قوية مع المستمع وكذلك دراسة (Huber, B., et al., 2022)^{١٠٦}، حيث ارتبطت عناصر جودة البودكاست برغبة الجمهور في الاستكشاف والتعلم وتنوع المحتوى وجودة الصوت والموسيقى، وأن التنبؤ بتجربة التعرض للبودكاست يرتبط بجوانب الاستماع من حيث الكم والشكل وأسلوب الإعداد واستخدام أسلوب سردي ذاتي لتعزيز الشعور بالقرب والحميمية والمشاركة العاطفية بين المستمعين والتفاعل مع منتجي البودكاست بشبكات التواصل الاجتماعي.

جدول (١٢)
مقياس الأدوار الوظيفية المتحققة من استماع الشباب لتقنية التدوين الصوتي (البودكاست)

البيانات	العبارة	الاتجاه	موافق		محايد		معارض		الدرجة الوسط	التعليق	آراء الراي
			ك	%	ك	%	ك	%			
البُعد الأول (الثقة)	أعتبر المعلومات المقدمة في البودكاست موثوقة عندما تستند إلى مصادر معروفة.	٢٤٨	٦٠,٠	١٠٦	٢٥,٧	٥٩	١٤,٣	٢,٤٦	٧٣١	موافق	
	يؤثر التزام مقدمي البودكاست بالدقة والمصداقية على رأيي في جودة المحتوى.	٢٢٦	٥٤,٧	١٤٤	٣٤,٩	٤٣	١٠,٤	٢,٤٤	٦٧٥	موافق	
	أفضل البودكاستات التي يقدمها أشخاص لديهم خبرة في الموضوع الذي يناقشونه.	١٨٦	٤٥,٠	١٨٣	٤٤,٣	٤٤	١٠,٧	٢,٣٤	٦٦٣	موافق	
	جملة من سنلوا	٤١٣						٢,٤١		موافق	
البُعد الثاني (الوضوح والإقناع)	استمتع بالبودكاستات التي تكون مواضيعها واضحة ومحددة.	٢٣٧	٥٧,٤	١٣٩	٣٣,٧	٣٧	٩,٠	٢,٤٨	٦٥٥	موافق	
	جودة الصوت وطريقة التقديم الواضحة تزيد من تقييمي لجودة البودكاست.	٢١٠	٥٠,٨	١٥٥	٣٧,٥	٤٨	١١,٦	٢,٣٩	٦٨٧	موافق	
	أفضل البودكاستات التي تكون خالية من الأخطاء الفنية أو الصوتية المزعجة.	١٨٨	٤٥,٥	١٣٧	٣٣,٢	٨٨	٢١,٣	٢,٢٤	٧٨١	محايد	
	جملة من سنلوا	٤١٣						٢,٣٧		موافق	
البُعد الثالث (التفرد والأصالة)	أفضل البودكاستات التي تقدم أفكارًا جديدة ومبتكرة.	٢١٢	٥١,٣	١٥٣	٣٧,٠	٤٨	١١,٦	٢,٤٠	٦٨٨	موافق	
	استمتع بالبودكاستات التي تقدم محتوى أصليًا غير مألوف أو مكرر.	٢١٦	٥٢,٣	١٣٨	٣٣,٤	٥٩	١٤,٣	٢,٣٨	٧٢٣	موافق	
	جودة البودكاست تتأثر بمدى تميز المحتوى والأسلوب.	٢٠٣	٤٩,٢	١٦٠	٣٨,٧	٥٠	١٢,١	٢,٣٧	٦٩٠	موافق	
	جملة من سنلوا	٤١٣						٢,٣٨		موافق	
البُعد الرابع (المعق والمعلوماتية)	يهمني أن يقدم البودكاست معلومات قيمة تعزز من معرفتي في الموضوع.	٢٢٨	٥٥,٢	١٥٥	٣٧,٥	٣٠	٧,٣	٢,٤٨	٦٢٩	موافق	
	أفضل البودكاستات التي تغطي المواضيع بشكل متعمق وتفصيلي.	١١٤	٢٧,٦	٢١٧	٥٢,٥	٨٢	١٩,٩	٢,٠٨	٦٨٥	محايد	
	أقيم جودة البودكاست بناءً على مقدار المعلومات المفيدة المقدمة.	١٤٢	٣٤,٤	١٥١	٣٦,٦	١٢٠	٢٩,١	٢,٠٥	٧٩٦	محايد	
	جملة من سنلوا	٤١٣						٢,٢٠		محايد	
البُعد الخامس (التفاعل والتقدير على التفاهل)	استمتع بالبودكاستات التي تجعلني أشعر بالرغبة في التفاعل أو التحدث عن الموضوع.	٢٢٣	٥٤,٠	١١٤	٢٧,٦	٧٦	١٨,٤	٢,٣٦	٧٧٤	موافق	
	أقيم جودة البودكاست بناءً على قدرته على إثارة اهتمامي وتحفيزي للتفكير.	١٦٢	٣٩,٢	١٧٦	٤٢,٦	٧٥	١٨,٢	٢,٢١	٧٢٩	محايد	
	المحتوى الذي يحفز على الإبداع والتفكير يرفع من تقييمي للبودكاست.	١٥٠	٣٦,٣	١٩٣	٤٦,٧	٧٠	١٦,٩	٢,١٩	٧٠٥	محايد	
	جملة من سنلوا	٤١٣						٢,٢٥		محايد	
البُعد السادس (التسلسل والتنظيم)	جودة البودكاست تتأثر بتنظيم المحتوى وجعله سهل الفهم والمتابعة.	٢٥٨	٦٢,٥	١٢٥	٣٠,٣	٣٠	٧,٣	٢,٥٥	٦٢٧	موافق	
	استمتع بالبودكاستات التي تكون مواضيعها منظمة وتنتقل بسلاسة.	١٤١	٣٤,١	١٨٠	٤٣,٦	٩٢	٢٢,٣	٢,١٢	٧٤٣	محايد	
	أفضل البودكاستات التي تتبع تسلسلاً منطقيًا ومنظمًا في طرح الأفكار.	١٠٢	٢٤,٧	٢٣٨	٥٧,٦	٧٣	١٧,٧	٢,٠٧	٦٤٨	محايد	
	جملة من سنلوا	٤١٣						٢,٢٤		موافق	
البُعد السابع (المشاركة والمشاركة)	أعتبر أن جودة البودكاست تتأثر بمدى ملاءمته لاهتماماتي وتوجهاتي.	٢١٧	٥٢,٥	١٧٢	٤١,٦	٢٤	٥,٨	٢,٤٧	٦٠٥	موافق	
	أفضل البودكاستات التي تتناول قضايا ومواضيع تهمني وتتناسب نمط حياتي.	٢٤٨	٦٠,٠	١٠٦	٢٥,٧	٥٩	١٤,٣	٢,٤٦	٧٣٢	موافق	
	أقيم جودة البودكاست بناءً على مدى تواصله وارتباطه باحتياجاتي وأفكاري.	٢١١	٥١,١	١٠٦	٢٥,٧	٤٧	١١,٤	٢,٤٠	٦٨٤	موافق	
	جملة من سنلوا	٤١٣						٢,٤٤		موافق	
البُعد الثامن (تعدد المصادر والآراء)	أفضل البودكاستات التي تقدم وجهات نظر متنوعة حول نفس الموضوع.	٢٠١	٤٨,٧	١٨١	٤٣,٨	٣١	٧,٥	٢,٤١	٦٢٧	موافق	
	أعتبر أن تنوع المصادر والآراء يعزز من جودة المحتوى ويزيد من مصداقيته.	٢٢٤	٥٤,٢	١٢٩	٣١,٢	٦٠	١٤,٥	٢,٤٠	٧٢٩	موافق	
	البودكاستات التي تعتمد على مصادر متعددة وتناقش جوانب مختلفة تزيد من قيمتها عندي.	١٩٨	٤٧,٩	١٧٢	٤١,٦	٤٣	١٠,٤	٢,٣٨	٦٦٦	موافق	

الدرجة الكلية للمقياس	متوسط مرجح (٢,٣٤)			الانحراف المعياري (٠,٤١١)			اتجاه الرأي موافق		
	جمله من سنلوا			المتوسط المرجح للبعد الثامن			٢,٣٩		
البدء والتفاعل مع المستمعين (السلوب التقديم)	٢٢١	٥٣,٥	١٦٠	٣٨,٧	٣٢	٧,٧	٢,٤٦	٦٣٦	موافق
	١٩٩	٤٨,٢	١٨٣	٤٤,٣	٣١	٧,٥	٢,٤١	٦٢٦	موافق
	٢٠٥	٤٩,٦	١٤٩	٣٦,١	٥٩	١٤,٣	٢,٣٥	٧١٨	موافق
البدء العاشر (التشويق) (الحضور الرقمي)	١٦٤	٣٩,٧	١٧٠	٤١,٢	٧٩	١٩,١	٢,٢١	٧٤٠	محايد
	١٤١	٣٤,١	٢١١	٥١,١	٦١	١٤,٨	٢,١٩	٦٧٣	محايد
	١٤٥	٣٥,١	١٤٣	٣٤,٦	١٢٥	٣٠,٣	٢,٠٥	٨٠٨	محايد
الدرجة الكلية للمقياس	متوسط مرجح (٢,٣٤)			الانحراف المعياري (٠,٤١١)			اتجاه الرأي موافق		
	جمله من سنلوا			المتوسط المرجح للبعد العاشر			٢,١٥		

البُعد الأول: (التعلم والتثقيف):

حصلت عبارة: (أستخدم البودكاست لاكتساب معارف حول القضايا والأحداث الجارية) على أعلى متوسط مرجح (٢.٤٦)، مما يشير إلى أن معظم المشاركين في الدراسة يعتبرون البودكاست وسيلة رئيسية للحصول على معلومات حول القضايا والأحداث الجارية، ثم جاءت عبارة (أستمع إلى البودكاست لتعلم موضوعات جديدة) في المرتبة الثانية بمتوسط مرجح ٢.٢٤، مما يعكس أن البودكاست يعد مصدرًا مهمًا لتعلم موضوعات جديدة لكنه قد لا يكون في قمة اهتمامات المشاركين مقارنة بالقضايا الجارية ثم عبارة (البودكاست يساعدني على تطوير مهاراتي الشخصية والمهنية) في المرتبة الثالثة والأخيرة بمتوسط مرجح ٢.٢٠، مما يشير إلى أن التطوير المهني والشخصي عبر البودكاست يعد أمرًا أقل أهمية بالنسبة للمشاركين مقارنة بالجوانب الأخرى مثل اكتساب المعرفة حول القضايا والأحداث الجارية.

وجاء المتوسط المرجح للبعد الأول (التعلم والتثقيف) من مقياس الأدوار الوظيفية المتحققة من استماع الشباب لتقنية البودكاست ٢.٣٠، وهو ما يشير إلى أن وظيفة (التعلم والتثقيف تعد أحد الأدوار الوظيفية المتحققة من استماع الشباب المصري، ويعد البودكاست أحد الأدوات المهمة والأكثر فاعلية في تعلمهم، ويعتبر البودكاست أداة تعليمية داعمة وفعالة في سياقات التعليم العالي، لكنه لا يحل مكان المصادر التعليمية الأخرى بشكل كامل، وليس بالضرورة أن يكون الأداة الرئيسية في تطوير المهارات الشخصية والمهنية.^{١٠٧}

البُعد الثاني: (الترفيه والاستمتاع):

يبرز هذا المعيار أهمية البودكاست كأداة ترفيهية تستهدف قضاء وقت ممتع، ويظهر من المتوسطات المرجحة لعبارات هذا البُعد أن الشباب يميلون إلى الاستماع للبودكاست ليس فقط كأداة معرفية أو تعليمية، ولكن أيضًا كوسيلة للترفيه الشخصي، فقد جاءت عبارة: (أستمع إلى البودكاست كوسيلة لقضاء وقت ممتع) بمتوسط مرجح ٢.٥٩، ثم: (البودكاست يسليّني ويضفي على يومي نوعًا من الترفيه)

بمتوسط مرجح ٢.٥٦، ثم: (أستمع لبودكاستات خفيفة لمساعدتي على الاسترخاء) بمتوسط مرجح ٢.٤١، ويمكن تفسير ذلك ضمن سياق سلوكيات المستهلك الرقمي في العصر الحالي، حيث يبحث عن وسائل ترفيهية سهلة الاستهلاك وتعزز من الراحة النفسية.

وجاء المتوسط المرجح للبعد الثاني (الترفيه والاستمتاع) ٢.٥٢، وهو ما يشير إلى مستوى مرتفع لتحقيق وظيفة (الترفيه والاستمتاع) كأحد الأدوار الوظيفية المتحققة من استماع الشباب المصري لتقنية البودكاست، وهو ما يتفق مع دراسة (Askar, N.A.R., Mellor, N., 2024)^{١٠٨} التي أظهرت أن المستخدمين يفضلون استهلاك المحتوى الإعلامي (بما في ذلك البودكاست) كوسيلة لقضاء الوقت لتخفيف ضغوط الحياة اليومية وتقديم نوع من الترفيه الخفيف الذي يتناسب مع أسلوب حياتهم السريع، بالإضافة لكونه أداة يمكن الوصول والاستماع إليها بسهولة وفي أي وقت مما يساعد على تحسين المزاج وتخفيف التوتر.

البعد الثالث: (الهروب والتخفيف من التوتر):

تظهر عبارات البعد الثالث أن البودكاست يُستخدم بشكل أساسي كوسيلة لتخفيف التوتر والضغط النفسي الناتج عن الحياة اليومية، مما يشير إلى دوره كأداة للهروب النفسي وتحقيق الاسترخاء، حيث جاءت عبارة: (الاستماع للبودكاست يساعدني على التخلص من التوتر) بمتوسط مرجح ٢.٤٦، ثم: (البودكاست يوفر لي متنفساً من ضغوط الحياة اليومية) بمتوسط مرجح ٢.٣٨، ثم عبارة: (أشعر بالراحة عند الاستماع للبودكاست في أوقات القلق) بمتوسط مرجح ٢.٢٠.

وجاء المتوسط المرجح للبعد الثالث (الهروب والتخفيف من التوتر) من مقياس الأدوار الوظيفية المتحققة من استماع الشباب لتقنية البودكاست ٢.٣٥، وهو ما يشير إلى مستوى مرتفع لتحقيق البودكاست لوظيفة (الهروب والتخفيف من التوتر) وكوسيلة فعالة للهروب من الروتين اليومي والتخلص من مشاعر الإرهاق الناتجة عن ضغوط الحياة، حيث يعتبره الشباب مصدراً يُمكنهم من الحصول على راحة مؤقتة من المسؤوليات والضغوط الاجتماعية أو المهنية من خلال تقديم محتوى سهل الوصول إليه ويعزز من الراحة العقلية للمستمعين، هذا يتماشى مع دراسة (Chenia, I., 2024)^{١٠٩} التي أشارت إلى أن الاستماع للمحتوى الصوتي (مثل البودكاست) يساهم في تقليل مستويات القلق والتوتر وتحسين الصحة النفسية من خلال تقديم الراحة والهدوء للأفراد.

البعد الرابع: (التحفيز والإلهام):

تُظهر عبارات البعد الرابع التي تتناول دور البودكاست في تحفيز وإلهام الشباب من خلال تقديم محتوى يعزز من معرفتهم ويوفر لهم معلومات قيّمة، أن المبحوثين من الشباب يهتمون بالاستماع إلى محتوى من شأنه أن يثري معارفهم ويحفزهم على التفكير، على الرغم من أن المتوسط المرجح لدرجات التحفيز والإلهام جاء (٢.٢٠) وهو ما يظهر اتجاهاً محايداً، مما يعني أن تأثير البودكاست على تحفيز وإلهام الشباب ليس قوياً جداً ولكن معتدل.

فقد جاءت عبارة: (يهمني أن يقدم البودكاست معلومات قيّمة تعزز من معرفتي في الموضوع) بمتوسط مرجح ٢.٤٨، ثم: (أفضل البودكاستات التي تغطي المواضيع بشكل متعمق وتفصيلي) بمتوسط مرجح ٢.٠٨، ثم عبارة: (أقيم جودة البودكاست بناءً على مقدار المعلومات المفيدة المقدمة) بمتوسط مرجح ٢.٠٥، وهو ما يتماشى مع فكرة أن البودكاست لا يُستخدم فقط لأغراض الترفيه، بل أيضًا كأداة تعلم وتوسيع الأفق المعرفي، فالمستمعون يقدرّون المحتوى الذي يعزز معرفتهم ويوفر لهم فائدة تعليمية، وهو ما أكدته العديد من الدراسات حول أهمية توفير محتوى غني بالمعرفة في وسائل الإعلام الرقمية، حيث أن الأشخاص الذين يستمعون للبودكاست بشكل منتظم يفضلون المحتوى الذي يسلط الضوء على التفاصيل الدقيقة ويقدم تحليلات شاملة، مما يعزز من قدرة المستمعين على تطوير مهاراتهم وفهم الموضوعات بشكل أعمق، حيث أشارت دراسة '١٠ (SHEARER, E.& et.al, 2023) إلى أن غالبية المستمعين للبودكاست يقيمون المحتوى بناءً على المعلومات القيّمة التي يقدمها، ومدى تغطيته للموضوعات بطريقة مفيدة وعملية، مما يعكس أن جودة المحتوى المعرفي تلعب دورًا حاسمًا في تفضيلات الجمهور ولكنهم غالبًا لا يربطون البودكاست بتجارب التحفيز الشخصي أو الإلهام العميق.

البُعد الخامس: (الانتماء والتفاعل الاجتماعي):

جاءت عبارة: (البودكاست يجعلني أشعر بالتواصل مع أشخاص يشاركونني اهتماماتي) بمتوسط مرجح ٢.٤٠، ثم: (أشارك أفكارًا ومعلومات من البودكاست مع أصدقائي) بمتوسط مرجح ٢.٢٥، ثم عبارة: (أشعر بالانتماء لمجتمع يهتم بنفس مواضيع البودكاست التي أستمع إليها) بمتوسط مرجح ١.٩٦. وجاء المتوسط المرجح لهذا البُعد (٢.٢٠)، وهو ما يشير إلى أن وظيفة البودكاست في بناء الانتماء الاجتماعي والتفاعل بين المستمعين ليست قوية جدًا، بل تظهر كاتجاه محايد (مستوى متوسط)، أي أن البودكاست يُعتبر وسيلة مفيدة من حيث توفير المعرفة، وعلى الرغم من أن بعض البودكاستات تشجع على بناء مجتمعات نقاشية وتبادل الأفكار، إلا أن غالبية المستمعين يميلون إلى استهلاك المحتوى بشكل فردي ولا يُظهرون اهتمامًا كبيرًا بالتفاعل مع الآخرين بناءً على هذه المعلومات.

وهو ما يتنافى مع ما ذكره (Isaksson, H) '١١ عن قوة الجماهير الاجتماعية، ويقصد به القدرة على التفاعل المباشر مع صانعي المحتوى والمتابعين الآخرين حولت مفهوم "الجمهور" إلى شيء أكثر ديناميكية، فمجتمعات وسائل التواصل الاجتماعي نشطة للغاية، ولا تتفاعل فقط مع المحتوى ولكن أيضًا مع بعضها البعض، مما يخلق شعورًا بالانتماء والهوية الجماعية، حيث يكون المتابعون أكثر من مجرد مستهلكين سلبيين - فهم مشاركون في إنشاء المحتوى وتطوره المستمر، وتوفر الجماهير الاجتماعية فرصة فريدة لبناء الثقة ودفع المشاركة من خلال التعليقات والإجابات والمشاركات والرسائل المباشرة، مما يُمكن المستمعين من المساهمة في المحادثة وتقديم الملاحظات وحتى إنشاء المحتوى بأنفسهم،

ويعمل هذا المستوى من المشاركة على تعزيز الشعور بالانتماء إلى المجتمع، وتحويل المتابعين العاديين إلى مدافعين متحمسين.

البُعد السادس: (مواكبة المستجدات والأحداث):

جاءت عبارة: (أتابع البودكاست للاطلاع على آخر الأخبار والتطورات) بمتوسط مرجح ٢.٥٣، ثم: (البودكاست يساعدني على متابعة مستجدات مواضيع تهمني) بمتوسط مرجح ٢.٤٢، ثم عبارة: (أستمع لبودكاستات لتحليل الأحداث والمستجدات بشكل معمق) بمتوسط مرجح ٢.٣٥.

وجاء المتوسط المرجح للبُعد السادس (مواكبة المستجدات والأحداث) من مقياس الأدوار الوظيفية المتحققة من استماع الشباب لتقنية البودكاست ٢.٤٣، وهو ما يشير إلى مستوى مرتفع لتحقيق وظيفة (مواكبة المستجدات والأحداث) كأحد الأدوار الوظيفية المتحققة من استماع الشباب المصري لتقنية البودكاست، مما يعني أن البودكاست يُعتبر وسيلة رئيسية لمواكبة المستجدات والأحداث الجارية لدى الشباب المصري، وكذلك للاطلاع على معلومات متعمقة حول موضوعات تخص الاهتمامات الشخصية لهم، مما يشير إلى أن البودكاست يُستخدم بشكل مكمل للحصول على معلومات دقيقة حول موضوعات تهم المشاركين بشكل خاص، وهو ما يتماشى مع دراسة (Craig, C., Brooks, M.E., 2021) التي تسلط الضوء على دور البودكاست كوسيلة متعددة الوظائف وأداة فعالة في تحسين المهارات المعرفية لدى الشباب، فهو يساعد في مواكبة الأخبار، والاطلاع على المعلومات الدقيقة، وتحليل الأحداث، إلى جانب تحسين مهارات اللغة والتفكير النقدي، على عكس وسائل الإعلام التقليدية التي قد تقدم أخبارًا عامة أو سطحية، مما يتيح للمستمعين الغوص في التفاصيل الدقيقة للقضايا التي تهمهم مثل مواضيع ريادة الأعمال، التطور التكنولوجي، أو القضايا الاجتماعية، ويعزز قدرتهم على الفهم النقدي للأحداث ويزيد من وعيهم بالتحولات في مجتمعاتهم وعالمهم.

البُعد السابع: (بناء الهوية وتطوير الذات):

جاءت عبارة: (البودكاست يساعدني على تطوير رؤيتي الشخصية) في مقدمة استجابات المبحوثين على البُعد السابع (بناء الهوية وتطوير الذات) من مقياس الأدوار الوظيفية المتحققة من استماع الشباب لتقنية البودكاست بمتوسط مرجح ٢.٣٩، ثم: (أستخدم البودكاست للتفكير في قيمي وأفكاري) بمتوسط مرجح ٢.١٣، ثم عبارة: (أشعر أن البودكاست يعزز إحساسي بذاتي ويساعدني على فهم نفسي أكثر) بمتوسط مرجح ٢.٠٩.

وجاء المتوسط المرجح للبُعد السابع (بناء الهوية وتطوير الذات) من مقياس الأدوار الوظيفية المتحققة من استماع الشباب لتقنية البودكاست ٢.٢٠، وهو ما يشير إلى مستوى متوسط لتحقيق وظيفة

(بناء الهوية وتطوير الذات) كأحد الأدوار الوظيفية المتحققة من استماع الشباب المصري لتقنية البودكاست، حيث يُعتبر البودكاست وسيلة فعالة لتمكين الشباب من التفكير في أفكارهم وقيمهم ويمكن أن يساهم في تطوير الرؤية الشخصية للشخص عن طريق استعراض مواضيع متنوعة ومناقشتها بطرق غير تقليدية، مما يعزز من قدرة المستمعين على التفكير العميق والنقد الذاتي.

وهو ما يتماشى مع ما أشارت إليه دراسة (إسحاق، منية إبراهيم محمد، ٢٠٢٣)^{١١٣} إلى أن البودكاست يُحفز التفكير النقدي ويزيد من الوعي الشخصي، وهو ما ينعكس على تطور الهوية الشخصية، فيعتبر منفذاً إعلامياً جديداً يرتبط بسعي الشباب لتكوين الذات معرفياً وثقافياً عبر منصات إعلامية جديدة ومختلفة كلياً عن المنصات الإعلامية المتواجدة حالياً وتشبع هذه التقنية لديهم دوافع المعرفة والتزود بالمعلومات في المجالات المختلفة وتجعلهم يشعرون بنوع من الإحساس بالرضا عن الذات، كما كشفت عن التأثيرات الوجدانية التي تحققت لدى المبحوثين من متابعة البودكاست، حيث أشار المبحوثون إلى تغير معتقداتهم نحو بعض القضايا بناءً على متابعة البودكاست، وتغيرت الاتجاهات السلبية نحو بعض القضايا، مما زاد من الشعور بالسعادة والاستمتاع اليومي، وجعل الجمهور يفكر بشكل أكثر إيجابية وارتفاع حالة الشعور بالرضا عن النفس.

البُعد الثامن: (التخصص والمعرفة العميقة):

جاءت عبارة: (أبحث عن بودكاستات تقدم محتوى متخصصاً يتماشى مع اهتماماتي) في مقدمة استجابات المبحوثين على البُعد الثامن (التخصص والمعرفة العميقة) بمتوسط مرجح ٢.٦٣، ثم: (استمع للبودكاست لاكتساب معارف ومهارات جديدة تقيديني في مجال تخصصي) بمتوسط مرجح ٢.٣٨، ثم عبارة: (اختار بودكاستات تلبي احتياجاتي المهنية أو الأكاديمية) بمتوسط مرجح ٢.٠٨.

وجاء المتوسط المرجح للبُعد الثامن (التخصص والمعرفة العميقة) ٢.٣٧، مما يشير إلى مستوى مرتفع لتحقيق وظيفة (التخصص والمعرفة العميقة) كأحد الأدوار الوظيفية المتحققة من استماع الشباب المصري لتقنية البودكاست، فهو يُعتبر بالنسبة للشباب مصدراً رئيسياً للحصول على محتوى متخصص في مجالات معينة تتوافق مع اهتماماتهم الشخصية أو المهنية، وكأداة تعليمية لاكتساب مهارات ومعارف جديدة تساعدهم في تطوير تخصصاتهم أو مجالاتهم المهنية، ويتماشى هذا الاتجاه مع التوجهات الحديثة في استهلاك المحتوى الرقمي، حيث يفضل الأفراد الآن الحصول على معلومات مركزة وعميقة حول مجالات معينة مثل الأعمال، التكنولوجيا، الفنون، أو حتى الرياضة، بدلاً من متابعة محتوى عام لا يخدم اهتماماتهم الخاصة، مما يساعدهم على اكتساب مهارات جديدة في مجالات متنوعة، سواء كانت تقنية، مهنية، أكاديمية أو غيرها، مما يعكس تطور مفهوم التعلم الذاتي عبر الوسائط الرقمية.

يتماشى هذا مع الدراسات (Nataatmadja, I., Dyson L.E., 2008)^{١١٤} Meden, E., (Radovan, M., Štefanc, D. (2024))^{١١٥} التي تشير إلى أن محتوى البودكاست يُعتبر من أفضل

الوسائط التعليمية التي يمكن أن تقدم معرفة تخصصية للأفراد في مجالات متعددة، مما يُعزز قدرة الشباب على التعلم العميق وتنمية مهاراتهم المتخصصة، سواء في مجال دراستهم أو في مجالاتهم المهنية، واقتراح استراتيجيات عملية للمعلمين ومنشئي المحتوى لتعزيز التأثير التعليمي للبث الصوتي.

جاء المتوسط المرجح لمقياس الأدوار الوظيفية المتحققة من استماع الشباب لتقنية البودكاست ٢.٣٤، وهو ما يعادل اتجاه موافق على مقياس ليكرت الثلاثي، وذلك يشير إلى أن البودكاست أصبح أداة مؤثرة وفعالة في حياة الشباب المصري، لما يوفره لهم من فوائد ملموسة في اكتساب المعرفة، ومواكبة الأخبار والمستجدات، وتحسين المهارات، والتعلم الذاتي، أو التحليل النقدي، وبذلك يمكن القول أن البودكاست قد حقق دورًا إيجابيًا ومؤثرًا في تطوير الأدوار الوظيفية للشباب المصري في التعامل مع القضايا الراهنة أو اكتساب مهارات جديدة، وهو ما أشارت إليه العديد من الدراسات منها: (Timur Z. M.,2024) و (Echeverría,M.J.G.,2023) و (الشيواني، ماجد بن فهد، ٢٠٢٢م).^{١١٨}

جدول (١٣)

مقياس الهوية الاجتماعية لدى الشباب المصري نتيجة استخدامهم للبودكاست

البيانات	البيان	المتوسط المرجح	معارض		محايد		موافق		الاتجاه	البيان
			%	ك	%	ك	%	ك		
البُعد الأول (الانتماء بالانتماء)	أستمتع بالاستماع إلى البودكاستات التي تجعلني أشعر أنني جزء من مجتمع أكبر.	٢,٥٧	١١,٦	٤٨	١٩,٦	٨١	٦٨,٨	٢٨٤	موافق	البُعد الأول (الانتماء بالانتماء)
	يساعدني البودكاست على الشعور بالاتصال بأشخاص يشاركونني اهتماماتي.	٢,٣٦	١٣,٦	٥٦	٣٦,٦	١٥١	٤٩,٩	٢٠٦	موافق	البُعد الأول (الانتماء بالانتماء)
	أشعر بالانتماء للمجموعات التي تناقش المواضيع التي أتابعها عبر البودكاست.	٢,٣٠	١٩,٩	٨٢	٣٠,٨	١٢٧	٤٩,٤	٢٠٤	محايد	البُعد الأول (الانتماء بالانتماء)
جملة من سنلوا		٢,٤١	المتوسط المرجح للبُعد الأول		٤١٣		موافق			
البُعد الثاني (الهوية الجماعية)	أرى نفسي كجزء من جمهور البودكاستات التي أتابعها بانتظام.	٢,٥٣	١١,٦	٤٨	٢٤,٢	١٠٠	٦٤,٢	٢٦٥	موافق	البُعد الثاني (الهوية الجماعية)
	أشعر أن هويتي تتعزز عندما أستمع إلى بودكاستات تقدم محتوى قريب من قيم وأفكاري.	٢,٣٦	١٨,٩	٧٨	٢٦,٤	١٠٩	٥٤,٧	٢٢٦	موافق	البُعد الثاني (الهوية الجماعية)
	أصبح لدى هوية جماعية مشتركة مع مستمعين آخرين للبودكاستات التي أفضّلها.	٢,٣٤	١٦,٧	٦٩	٣٢,٤	١٣٤	٥٠,٨	٢١٠	موافق	البُعد الثاني (الهوية الجماعية)
	جملة من سنلوا	٢,٤٠	المتوسط المرجح للبُعد الثاني		٤١٣		موافق			
البُعد الثالث (التأثير والمشاركة)	يساعدني البودكاست على التعبير عن رأيي بشكل أفضل حول المواضيع التي يهتم بها المستمعون الآخرون.	٢,٤٠	١٨,٢	٧٥	٢٣,٢	٩٦	٥٨,٦	٢٤٢	موافق	البُعد الثالث (التأثير والمشاركة)
	أتابع حلقات البودكاست التي تدفعني للتفاعل والمشاركة في المناقشات التي تهمني.	٢,١٣	٢٣,٢	٩٦	٤٠,٧	١٦٨	٣٦,١	١٤٩	محايد	البُعد الثالث (التأثير والمشاركة)
	أشعر برغبة في المشاركة والتأثير في المجتمع الذي يضم مستمعي البودكاستات التي أتابعها.	١,٩٨	٢٨,٦	١١٨	٤٥,٠	١٨٦	٢٦,٤	١٠٩	محايد	البُعد الثالث (التأثير والمشاركة)

محايد	٢,١٧		المتوسط المرجح للبعد الثالث			٤١٣			جملة من سنلوا	البيد الرابع (التقدير الجماعي)
موافق	٧٨٠.	٢,٣٨	١٨,٦	٧٧	٢٥,٢	١٠٤	٥٦,٢	٢٣٢	أعتقد أن متابعة بعض البودكاستات تعزز من معرفتي وثقافتي، ما يجعلني أشعر بأنني جزء من مجموعة مثقفة.	
محايد	٧٧٠.	٢,١٥	٢٣,٠	٩٥	٣٨,٥	١٥٩	٣٨,٥	١٥٩	أشعر بالفخر لكوني مستمعاً منتظماً للبودكاستات التي تقدم محتوى ذو جودة وقيم	
محايد	٧٠٠.	٢,١٠	١٩,٩	٨٢	٥٠,١	٢٠٧	٣٠,٠	١٢٤	أشعر بأن البودكاستات التي أتابعها تساعدني على تكوين صورة إيجابية عن نفسي بين أفراد مجتمعي.	
محايد	٢,٢١		المتوسط المرجح للبعد الرابع			٤١٣			جملة من سنلوا	البيد الخامس (الالتزام الجماعي)
موافق	٨٠١.	٢,٤٥	١٩,٦	٨١	١٦,٢	٦٧	٦٤,٢	٢٦٥	أعتبر متابعة بعض البودكاستات جزءاً من روتيني الأسبوعي، ولا أرغب في تفويتها.	
محايد	٦٧٣.	٢,٤٣	١٠,٤	٤٣	٣٥,٨	١٤٨	٥٣,٨	٢٢٢	التزم بالاستماع للبودكاستات التي أحبها وأحرص على متابعتها بانتظام.	
محايد	٦٤٠.	٢,٢٧	١٠,٧	٤٤	٥٢,١	٢١٥	٣٧,٣	١٥٤	أحرص على متابعة مستجدات البودكاستات التي أتابعها والشعور بأنني عضو ملتزم في مجتمع المستمعين.	
محايد	٢,٣٨		المتوسط المرجح للبعد الخامس			٤١٣			جملة من سنلوا	البيد السادس (التضامن الجماعي)
موافق	٧٤٢.	٢,٣٠	١٦,٩	٧٠	٣٦,١	١٤٩	٤٧,٠	١٩٣	أجد نفسي أدمج البودكاستات التي أحبها وأشجع الآخرين على متابعتها.	
موافق	٦٥٨.	٢,٢٣	١٢,٨	٥٣	٥١,٦	٢١٣	٣٥,٦	١٤٧	أستمتع بمشاركة محتوى البودكاست مع الآخرين الذين يشاركونني نفس الاهتمامات.	
موافق	٧٦٦.	٢,١٦	٢٢,٥	٩٣	٣٩,٠	١٦١	٣٨,٥	١٥٩	أشعر بالترابط مع المستمعين الآخرين للبودكاستات التي أتابعها.	
موافق	٢,٢٣		المتوسط المرجح للبعد السادس			٤١٣			جملة من سنلوا	البيد السابع (التمايز عن المجموعات الأخرى)
محايد	٧٦٢.	٢,١٧	٢٢,٠	٩١	٣٩,٢	١٦٢	٣٨,٧	١٦٠	أعتبر أن البودكاستات التي أتابعها تعكس مستوى معيناً من الوعي والاهتمام.	
محايد	٦٩٣.	٢,١٦	١٧,٢	٧١	٤٩,٤	٢٠٤	٣٣,٤	١٣٨	أري أن متابعتي للبودكاست تعكس تميز اهتماماتي عن اهتمامات الآخرين.	
محايد	٧٦٥.	٢,٠٥	٢٦,٩	١١١	٤١,٤	١٧١	٣١,٧	١٣١	أشعر أن متابعتي للبودكاستات المميزة تجعلني مختلفاً عن الأفراد الذين لا يتابعون هذا النوع من المحتوى.	
محايد	٢,١٣		المتوسط المرجح للبعد السابع			٤١٣			جملة من سنلوا	البيد الثامن (الاندماج العاطفي)
موافق	٦٨٥.	٢,٤٣	١١,١	٤٦	٣٤,٩	١٤٤	٥٤,٠	٢٢٣	أرتبط عاطفياً بالمحتوى والشخصيات التي أتابعها عبر البودكاست.	
موافق	٧٤٠.	٢,٣٨	١٥,٥	٦٤	٣١,٠	١٢٨	٥٣,٥	٢٢١	أشعر بالحزن عندما تتوقف إحدى البودكاستات التي أحبها أو تواجه صعوبات.	
محايد	٧٦٨.	٢,٣٢	١٧,٢	٧١	٣٣,٢	١٣٧	٤٩,٦	٢٠٥	أفرح بنجاح البودكاستات التي أتابعها وأشعر بالفخر عندما تحقق شهرة واسعة.	
موافق	٢,٣٧		المتوسط المرجح للبعد الثامن			٤١٣			جملة من سنلوا	البيد التاسع (التوازن بين الهوية الذاتية والهوية الجماعية)
موافق	٧٢٥.	٢,٥٤	١٣,٨	٥٧	١٨,٢	٧٥	٦٨,٠	٢٨١	أري نفسي جزءاً من مجتمع البودكاست، لكنني أستمع فقط للمحتوى الذي يناسب اهتماماتي الخاصة.	
موافق	٦٩٩.	٢,٤٩	١١,٩	٤٩	٢٧,٤	١١٣	٦٠,٨	٢٥١	أشعر بأن متابعتي للبودكاستات تتوافق مع قيمتي وهويتي الشخصية.	
موافق	٧١٣.	٢,٣٤	١٤,٠	٥٨	٣٧,٥	١٥٥	٤٨,٤	٢٠٠	رغم أنني أتابع محتوى يشاركه الكثيرون، إلا أنني أحتفظ بهويتي الفردية.	
موافق	٢,٤٦		المتوسط المرجح للبعد التاسع			٤١٣			جملة من سنلوا	
اتجاه الرأي		٢٠٤.	الانحراف المعياري			متوسط مرجح			الدرجة الكلية للمقياس	

البُعد الأول: (الانتماء أو الشعور بالانتماء):

جاءت عبارة: (أستمتع بالاستماع إلى البودكاستات التي تجعلني أشعر أنني جزء من مجتمع أكبر) جاءت في مقدمة استجابات المبحوثين على البُعد الأول من مقياس الهوية الاجتماعية لدى الشباب المصري نتيجة استخدامهم للبودكاست بمتوسط مرجح ٢.٥٧، ثم: (يساعدني البودكاست على الشعور بالاتصال بأشخاص يشاركونني اهتماماتي) في المرتبة الثانية بمتوسط مرجح ٢.٣٦، ثم عبارة: (أشعر بالانتماء للمجتمعات التي تناقش المواضيع التي أتابعها عبر البودكاست) في المرتبة الثالثة والأخيرة بمتوسط مرجح ٢.٣٠.

وجاء المتوسط المرجح للبُعد الأول (الانتماء أو الشعور بالانتماء) من مقياس الهوية الاجتماعية لدى الشباب المصري نتيجة استخدامهم للبودكاست ٢.٤١، وهو ما يعكس دور البودكاست في تعزيز شعور الشباب بالانتماء الاجتماعي والشخصي، وتشير إلى قدرة البودكاست على توحيد الأفراد الذين يتشاركون نفس الاهتمامات أو القيم، حيث يساهم الاستماع إلى هذه الوسائط الصوتية في بناء نوع من "الانتماء الرقمي" الذي يربط الأفراد بالمجتمعات عبر الإنترنت التي تشترك في اهتمامات وهوايات معينة، وتوسيع دائرة العلاقات الاجتماعية للشباب عبر الاتصال بالأشخاص الذين يشاركون نفس الاهتمامات، مما يعزز الإحساس بالانتماء للمجتمع الأكبر ويقوي الهوية، حيث يمنحهم منصة للتفاعل والتواصل حول المواضيع التي تهمهم.^{١١٩}

البُعد الثاني: (الهوية الجماعية):

جاءت عبارة: (أرى نفسي كجزء من جمهور البودكاستات التي أتابعها بانتظام) في مقدمة استجابات المبحوثين على البُعد الثاني من مقياس الهوية الاجتماعية لدى الشباب المصري نتيجة استخدامهم للبودكاست بمتوسط مرجح ٢.٥٣، ثم: (أشعر أن هويتي تتعزز عندما أستمع إلى بودكاستات تقدم محتوى قريباً من قيمي وأفكاري) بمتوسط مرجح ٢.٣٦، ثم عبارة: (أصبح لدى هوية جماعية مشتركة مع مستمعين آخرين للبودكاستات التي أفصلها) بمتوسط مرجح ٢.٣٤.

وجاء المتوسط المرجح للبُعد الثاني من مقياس الهوية الاجتماعية لدى الشباب المصري نتيجة استخدامهم للبودكاست ٢.٤٠، وهو ما يشير إلى مستوى مرتفع لهوية الشباب المصري الجماعية المكتسبة من استخدام البودكاست، هذا الشعور بالانتماء الجماعي يمكن أن يرتبط بنظريات الهوية الاجتماعية وكيفية تأثير الوسائط الرقمية على تشكيل وتوثيق هذه الهوية، وذلك وفقاً للدراسة التي أجراها (نور الدين، مني، ٢٠٢٠م)^{١٢٠} الذي أكد أن استخدام محتوى يعكس القيم والأفكار الشخصية من خلال الشبكات الاجتماعية يمكن أن يساهم في تعزيز شعور الأفراد بالاتساق الداخلي مع أنفسهم، مما يؤدي إلى تقوية الهوية الشخصية، فالوسائط الرقمية التي تقدم محتوى يتناسب مع اهتمامات الأفراد تساعد في الشعور بأنهم جزء من مجتمع يتشارك معهم نفس الأفكار.

البُعد الثالث: (التأثير والمشاركة):

جاءت عبارة: (يساعدني البودكاست على التعبير عن آرائي بشكل أفضل حول المواضيع التي يهتم بها المستمعون الآخرون) في مقدمة استجابات المبحوثين على البُعد الثالث من مقياس الهوية الاجتماعية لدى الشباب المصري نتيجة استخدامهم للبودكاست بمتوسط مرجح ٢.٤٠، ثم: (أتابع حلقات البودكاست التي تدفعني للتفاعل والمشاركة في المناقشات التي تهمني) بمتوسط مرجح ٢.١٣، ثم عبارة: (أشعر برغبة في المشاركة والتأثير في المجتمع الذي يضم مستمعي البودكاستات التي أتابعها) بمتوسط مرجح ١.٩٨.

وجاء المتوسط المرجح للبُعد الثالث (التأثير والمشاركة) من مقياس الهوية الاجتماعية لدى الشباب المصري نتيجة استخدامهم للبودكاست ٢.١٧، وهو ما يشير إلى مستوى متوسط لدور البودكاست في تعزيز قدرة الشباب المصري على التعبير عن آرائهم، والتفاعل مع الموضوعات التي يهتم بها الآخرون، وكذلك في زيادة مشاركتهم في المجتمعات الرقمية المرتبطة بهذه الموضوعات، وهو ما يمكن إرجاعه إلى مدى تأثير البودكاست على عملية التأثير والمشاركة ضمن الإطار الأوسع من الهوية الاجتماعية، حيث يُعتبر البودكاست وسيلة تعبيرية رقمية تتيح للأفراد منصات للتفاعل والتعبير عن آرائهم حول قضايا متنوعة، مما يعزز من قدرتهم على التعبير بشكل أفضل وتشكيل هويتهم من خلال تفاعلهم مع محتوى يعكس اهتماماتهم عبر المشاركة في المناقشات الرقمية.

البُعد الرابع: (التقدير الجماعي):

جاءت عبارة: (أعتقد أن متابعة بعض البودكاستات تعزز من معرفتي وثقافتي، ما يجعلني أشعر بأنني جزء من مجموعة مثقفة) في مقدمة استجابات المبحوثين على البُعد الرابع من مقياس الهوية الاجتماعية لدى الشباب المصري نتيجة استخدامهم للبودكاست بمتوسط مرجح ٢.٣٨، ثم: (أشعر بالفخر لكوني مستمعًا منتظمًا للبودكاستات التي تقدم محتوى ذا جودة وقيم) بمتوسط مرجح ٢.١٥، ثم عبارة: (أشعر بأن البودكاستات التي أتابعها تساعدني على تكوين صورة إيجابية عن نفسي بين أفراد مجتمعي) بمتوسط مرجح ٢.١٠.

وجاء المتوسط المرجح للبُعد الرابع (التقدير الجماعي) من مقياس الهوية الاجتماعية لدى الشباب المصري نتيجة استخدامهم للبودكاست ٢.٢١، وهو ما يشير إلى مستوى متوسط لتأثير البودكاست في تعزيز التقدير الجماعي لدى الشباب المصري؛ مما يساهم في تشكيل الهوية الاجتماعية، حيث يعتبر البودكاست وسيلة فعالة لتحفيز الأفراد على التعلم وتوسيع آفاقهم المعرفية، مما يعزز من إحساسهم بالانتماء إلى مجتمعات ثقافية متميزة، وهو ما يشير إلى التقدير الجماعي الذي يكتسبه الأفراد عندما يشاركون في مجتمعات تركز على الجودة الفكرية والمعرفية، مما يعزز من شعورهم بالقيمة الذاتية والاعتزاز بأنهم جزء من مجموعة متعلمة.

وهو ما أوضحته دراسة (Jeyanthi, M., 2022)^{٢١} من أن المراهقين يسعون إلى تطوير هويتهم وتقديرهم لذاتهم من خلال تفاعلاتهم مع الأصدقاء والأقران، ونظرًا لأن تكنولوجيا المعلومات والاتصالات عبر الإنترنت تمتلك القدرة على التأثير بشكل ملحوظ في عمليات تشكيل الهوية، فإنه من الضروري مراعاة كيفية تقديم أنفسنا (العرض الذاتي)، والمقارنة الاجتماعية، والتقدير الذاتي والجماعي في عملية بناء الهوية.

البُعد الخامس: (الالتزام الجماعي):

جاءت عبارة: (أعتبر متابعة بعض البودكاستات جزءًا من روتيني الأسبوعي، ولا أرغب في تقويتها) جاءت في مقدمة استجابات المبحوثين على **البُعد الخامس من مقياس الهوية الاجتماعية لدى الشباب المصري نتيجة استخدامهم للبودكاست** بمتوسط مرجح ٢.٤٥، ثم: (ألتزم بالاستماع للبودكاستات التي أحبها وأحرص على متابعتها بانتظام) بمتوسط مرجح ٢.٤٣، ثم عبارة: (أحرص على متابعة مستجدات البودكاستات التي أتابعها والشعور بأنني عضو ملتزم في مجتمع المستمعين) بمتوسط مرجح ٢.٢٧، مما يعكس التزامًا متزايدًا تجاه متابعة البودكاست.

وجاء المتوسط المرجح ل**بُعد (الالتزام الجماعي) من مقياس الهوية الاجتماعية لدى الشباب المصري نتيجة استخدامهم للبودكاست** ٢.٣٨، وهو ما يشير إلى أن هناك التزامًا متزايدًا من الشباب المصري تجاه متابعة البودكاست، الذي أصبح جزءًا من روتينهم الأسبوعي وليست مجرد ترفيه، مما يعكس انغماسًا ثقافيًا واجتماعيًا في المحتوى الذي يستهلكونه، وبالتالي يساهم البودكاست في تشكيل هوية اجتماعية جماعية، يتجلى في شعور الشباب بأنهم جزء من مجتمع مستمعين مشترك، مما يعزز شعورهم بالانتماء إلى مجتمع أكبر ينقسم نفس الاهتمامات، وهو ما يعكس تأثير البودكاست في تعزيز الهوية الاجتماعية الجماعية، وهو ما يتماشى مع الدراسة (Chenia, I., 2024)^{٢٢} التي أوضحت أن برامج البودكاست هي المحتوى الرقمي الأكثر مساهمة في الوعي الذاتي والاجتماعي في المجتمع، ويعتبر الطريقة الأكثر فعالية لرفع مستوى الوعي بين الشباب الجزائري من خلال توسيع آفاق أفكارهم وتوجهاتهم ومواقفهم تجاه أنفسهم والآخرين، من خلال اتباع المنهج العقلاني والمنطقي واستخدام آليات التعلم، مما يساهم في رفع وعيهم الذاتي والوعي الاجتماعي.

البُعد السادس: (التضامن الجماعي):

جاءت عبارة: (أجد نفسي أدم البودكاستات التي أحبها وأشجع الآخرين على متابعتها) جاءت في مقدمة استجابات المبحوثين على **بُعد (التضامن الجماعي) بمتوسط مرجح ٢.٣٠**، ثم: (أستمتع بمشاركة محتوى البودكاست مع الآخرين الذين يشاركونني نفس الاهتمامات) بمتوسط مرجح ٢.٢٣، ثم عبارة: (أشعر بالترابط مع المستمعين الآخرين للبودكاستات التي أتابعها) بمتوسط مرجح ٢.١٦.

وجاء المتوسط المرجح ل**بُعد (التضامن الجماعي) من مقياس الهوية الاجتماعية لدى الشباب المصري نتيجة استخدامهم للبودكاست** ٢.٢٣، وهو ما يشير إلى مستوى متوسط للتضامن الجماعي

المكتسب من استخدام الشباب المصري للبودكاست، فهم لا يُستخدمونه فقط كوسيلة للاستهلاك الفردي للمحتوى، بل يُعتبر أيضًا أداة لتكوين روابط اجتماعية مع الآخرين ومشاركة التجارب، حيث يتمثل "التضامن الجماعي" في الشعور بالانتماء والتعاون مع الآخرين ضمن مجموعة مشتركة أو مجتمع رقمي، مما يظهر التفاعل والتواصل الاجتماعي والمشاركة في مجتمع المستمعين، ما يعزز فكرة التضامن الجماعي الذي يحدث نتيجة للاستخدام المنتظم للبودكاست

البُعد السابع: (التمايز عن المجموعات الأخرى):

جاءت عبارة: (أعتبر أن البودكاستات التي أتابعها تعكس مستوى معينًا من الوعي والاهتمام) جاءت في مقدمة استجابات المبحوثين على بُعد (التمايز عن المجموعات الأخرى) بمتوسط مرجح ٢.١٧، ثم (أري أن متابعتي للبودكاست تعكس تميز اهتماماتي عن اهتمامات الآخرين) بمتوسط مرجح ٢.١٦، ثم عبارة (أشعر أن متابعتي للبودكاستات المميزة تجعلني مختلفًا عن الأفراد الذين لا يتابعون هذا النوع من المحتوى) بمتوسط مرجح ٢.٠٥.

وجاء المتوسط المرجح لبُعد (التمايز عن المجموعات الأخرى) من مقياس الهوية الاجتماعية لدى الشباب المصري نتيجة استخدامهم للبودكاست ٢.١٣، وهو ما يعكس تأثير البودكاست على شعور الشباب المصري بالتمايز عن المجموعات الاجتماعية الأخرى، مما يشير إلى أن الشباب يعتبرون متابعة البودكاست انعكاسًا لوعيهم واهتماماتهم الخاصة، وهو ما يعزز فكرة أنهم يمتلكون اهتمامات متميزة مقارنة مع الآخرين، حيث أنهم يشعرون بأن اختياراتهم لمتابعة نوع معين من البودكاست تبرز تفردهم وتفاصيل اهتماماتهم الشخصية، مما يعزز شعورهم بالتمايز عن المجموعات الأخرى، حيث يُعتبر بالنسبة لهم أداة لتشكيل هويتهم الاجتماعية كمجموعة متميزة، خاصةً في سياق اختيار محتوى محدد يختلف عن تلك المجموعات التي لا تتابع هذه الوسائل، مما يعني أن استخدام البودكاست يساهم في تشكيل هوية اجتماعية تميز الشباب عن المجموعات الأخرى، مما يعكس مدى تأثير هذا الوسيط الإعلامي في تشكيل الهوية الاجتماعية للشباب.

البُعد الثامن: (الاندماج العاطفي):

جاءت عبارة: (ارتبط عاطفيًا بالمحتوى والشخصيات التي أتابعها عبر البودكاست) في مقدمة استجابات المبحوثين على بُعد (الاندماج العاطفي) بمتوسط مرجح ٢.٤٣، ثم: (أشعر بالحزن عندما تتوقف إحدى البودكاستات التي أحبها أو تواجه صعوبات) بمتوسط مرجح ٢.٣٨، ثم عبارة: (أفرح بنجاح البودكاستات التي أتابعها وأشعر بالفخر عندما تحقق شهرة واسعة) بمتوسط مرجح ٢.٣٢.

وجاء المتوسط المرجح لبُعد (الاندماج العاطفي) من مقياس الهوية الاجتماعية لدى الشباب المصري نتيجة استخدامهم للبودكاست ٢.٣٧، وهو ما يشير إلى مستوى مرتفع للتأثير العاطفي للبودكاست على الشباب المصري، حيث يظهر أن هناك ارتباطًا عاطفيًا قويًا بين الشباب والمحتوى والشخصيات التي يتابعونها عبر هذه الوسيلة الإعلامية، حيث يشعرون بالحزن أو الخيبة عند توقف

البودكاستات التي يفضلونها، ويشعرون بالفخر والفرح عند نجاح البودكاستات التي يتابعونها، مما يعكس انخراطهم العاطفي مع المحتوى والشخصيات، مما يعكس كيفية تأثير البودكاست على تشكيل هوية الشباب العاطفية والاجتماعية، ويعزز شعورهم بالانتماء والمشاركة.

المتوسط المرجح لبُعد "الاندماج العاطفي" (٢.٣٧) يشير إلى مستوى مرتفع من الاندماج العاطفي لدى الشباب المصري نتيجة استخدامهم للبودكاست، مما يعني أن البودكاست لا يُعتبر فقط وسيلة للمعلومات أو الترفيه، بل يشكل جزءًا من الهوية العاطفية للشباب، حيث يعكس انغماسهم العاطفي في المحتوى والشخصيات.

وهو ما أكدته دراسة (Askar, N.A.R., Mellor, N., 2024)^{١٢٣} أن البودكاست يعمل كأداة لزيادة الاندماج العاطفي بين الشباب، مع التركيز على كيفية تأثير هذا الارتباط العاطفي في تشكيل الهوية الاجتماعية للشباب، خصوصًا في سياق التفاعل مع الشخصيات والمحتوى، مما يشير إلى أن استخدام التطبيق لا يقتصر فقط على التأثيرات المعرفية والسلوكية فقط بل يمتد إلى التأثير على الحالة العاطفية للمستخدمين، مثل إثارة المشاعر أو تحفيز التفكير الإيجابي.

البُعد التاسع: (التوازن بين الهوية الذاتية والهوية الجماعية):

جاءت عبارة: (أرى نفسي جزءًا من مجتمع البودكاست، لكنني أستمع فقط للمحتوى الذي يناسب اهتماماتي الخاصة) جاءت في مقدمة استجابات المبحوثين على بُعد (التوازن بين الهوية الذاتية والهوية الجماعية) بمتوسط مرجح ٢.٥٤، ثم: (أشعر بأن متابعتي للبودكاستات تتوافق مع قيمي وهويتي الشخصية) بمتوسط مرجح ٢.٤٩، ثم: (رغم أنني أتابع محتوى يشاركه الكثيرون، إلا أنني أحتفظ بهويتي الفردية) بمتوسط مرجح ٢.٣٤.

وجاء المتوسط المرجح لبُعد (التوازن بين الهوية الذاتية والهوية الجماعية) من مقياس الهوية الاجتماعية لدى الشباب المصري نتيجة استخدامهم للبودكاست ٢.٤٦، وهو ما يشير إلى مستوى مرتفع للتوازن بين الهوية الذاتية للفرد وهويته الجماعية، حيث يعبر المبحوث عن شعوره بالانتماء إلى مجتمع البودكاست بشكل عام، لكنه في نفس الوقت يختار المحتوى الذي يتناسب مع اهتماماته الشخصية، مما يعكس الموازنة بين الحفاظ على الهوية الفردية وفي نفس الوقت التفاعل مع الهوية الجماعية المرتبطة بمحتوي البودكاست.

وهو ما أظهرته دراسة (Rosana, A., Fauz, I., 2024)^{١٢٤} من أن الوسائط الرقمية مثل البودكاست، تلعب دورًا في تعزيز الهوية الشخصية من خلال اختيار المحتوى الذي يعكس قيم الفرد واهتماماته، في الوقت ذاته الذي يمكن أن يعزز التفاعل الاجتماعي والشعور بالانتماء إلى مجموعات أكبر، مما يمكن الأفراد من تحديد مواقفهم وهوياتهم في سياقات اجتماعية، ويعزز التوازن بين الهوية الذاتية والجماعية.

وتظهر الدرجة الكلية لمقياس الهوية الاجتماعية لدى الشباب المصري نتيجة استخدامهم للبودكاست والتي جاءت بمتوسط مرجح ٢.٣١ اتجاه محايد على مقياس ليكرت الثلاثي، وذلك يشير إلى مستوى متوسط الهوية الاجتماعية لدى الشباب المصري المكتسبة من استخدامهم للبودكاست.

وتعكس هذه النتائج توازن متوسط بين هوية الشباب الفردية والجماعية، وعلى الرغم من أن هناك بعض التفاوت بين الأبعاد المختلفة، إلا أن الاتجاه العام يعكس شعورًا معتدلًا بالانتماء، كما تشير النتائج إلى أن البودكاست يعد أداة مهمة للشباب في تطوير هويتهم الاجتماعية على الرغم من أن المشاركة الفعلية والتأثير الجماعي قد لا يكونان بنفس مستوى القوة ليؤثروا بشكل كبير على سلوكهم العام، وهو ما يتماشى مع ما أكدته العديد من الدراسات من أن البودكاست وسيلة تُعزز الهوية الاجتماعية ولكن بدرجة معتدلة إلى حد ما، ((Askar, N.A.R., Mellor, N., 2024¹²⁵ Rosana, A., Fauz, I., 2024¹²⁶)) و (Chenia, I., 2024¹²⁷).

نتائج الفروض:

الفرض الأول: توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين معدل استخدام الشباب لتقنية التدوين الصوتي

(البودكاست) ومستوى الهوية الاجتماعية لديهم.

جدول (١٤)

نتائج اختبار بيرسون لقياس العلاقة بين معدل استخدام الشباب لتقنية التدوين الصوتي (البودكاست) ومستوى الهوية الاجتماعية لديهم.

معدل استخدام البودكاست		المتغيرات
مستوى الدلالة	معامل الارتباط	
٠,٠١	٠.١٦٤**	البعد الأول: الانتماء أو الشعور بالانتماء
٠,٠١	٠.٢٦٨**	البعد الثاني: الهوية الجماعية
٠,٠١	٠.١٧٠**	البعد الثالث: التأثير والمشاركة
٠,٠١	٠.٣٤٢**	البعد الرابع: التقدير الجماعي
٠,٠١	٠.٢٤٥**	البعد الخامس: الالتزام الجماعي
٠,٠١	٠.٣٨٧**	البعد السادس: التضامن الجماعي
٠,٠١	٠.٣٣٠**	البعد السابع: التمايز عن المجموعات الأخرى
٠,٠١	٠.١٥٠**	البعد الثامن: الاندماج العاطفي
٠,٠٥	٠.١٢٢*	البعد التاسع: التوازن بين الهوية الذاتية والهوية الجماعية
٠,٠١	٠.٥١٣**	مقياس الهوية الاجتماعية

يتبين من الجدول السابق: وجود علاقة ارتباطية طردية ذات دلالة إحصائية بين معدل استخدام الشباب لتقنية التدوين الصوتي (البودكاست) ومستوى الهوية الاجتماعية لديهم حيث بلغت قيمة

ر (**٠١٣.٥) وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى دلالة (٠.٠١)، وهذه العلاقة الطردية تعكس تفاعل الشباب مع القضايا الاجتماعية والثقافية من خلال الاستماع للبودكاست حيث توفر لهم منصة للتعبير عن آرائهم وهويتهم، بمعنى أنه كلما زاد استخدام الشباب للبودكاست، زادت أيضاً قدرتهم على استكشاف وفهم هويتهم الاجتماعية، وهو ما يدعم فكرة أن البودكاست يمكن أن يكون منصة لتشكيل وتعزيز الهوية من خلال التفاعل مع محتوى يتصل بالقضايا الاجتماعية والسياسية والثقافية، وهو ما اتفق مع دراسة (إسحاق، منية، ٢٠٢٣م) ^{١٢٨}، ^{١٣٠} Keng, (Chenia, 2023) ^{١٢٩}، حيث أكدت جميع هذه الدراسات عي وجود تلك العلاقة.

وبذلك يتم قبول صحة الفرض الأول، حيث وجود علاقة ارتباطية طردية ذات دلالة إحصائية بين معدل استخدام الشباب لتقنية التدوين الصوتي (البودكاست) ومستوى الهوية الاجتماعية لديهم.

الفرض الثاني: توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين دوافع استخدام الشباب لتقنية التدوين الصوتي (البودكاست) ومستوى الهوية الاجتماعية لديهم.

جدول رقم (١٥)

نتائج اختبار بيرسون لقياس العلاقة بين دوافع استخدام الشباب لتقنية التدوين الصوتي (البودكاست) ومستوى الهوية الاجتماعية لديهم

المتغيرات		دوافع استخدام البودكاست
مستوى الدلالة	معامل الارتباط	
٠.٠١	.١٥٧**	البُعد الأول: الانتماء أو الشعور بالانتماء
٠.٠١	.١٦٧**	البُعد الثاني: الهوية الجماعية
٠.٠١	.٢١٠**	البُعد الثالث: التأثير والمشاركة
٠.٠١	.٣٠٢**	البُعد الرابع: التقدير الجماعي
٠.٠١	.٣٠٦**	البُعد الخامس: الالتزام الجماعي
٠.٠١	.٣٢٠**	البُعد السادس: التضامن الجماعي
٠.٠١	.٣٩٠**	البُعد السابع: التمايز عن المجموعات الأخرى
٠.٠١	.٢٤٧**	البُعد الثامن: الاندماج العاطفي
٠.٠١	.١٣٢**	البُعد التاسع: التوازن بين الهوية الذاتية والهوية الجماعية
٠.٠١	.٥٣٤**	مقياس الهوية الاجتماعية

يتبين من الجدول السابق: وجود علاقة ارتباطية طردية ذات دلالة إحصائية بين مستوى دوافع استخدام الشباب لتقنية التدوين الصوتي (البودكاست) ومستوى الهوية الاجتماعية لديهم، حيث بلغة قيمة ر (**٠٥٣٤) وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى دلالة (٠.٠١)، حيث أن الدوافع التي تكمن وراء استخدام البودكاست لها تأثير فعال وقوي لا يُستهان به، حيث يتفاعل الشباب مع المحتوى الذي يتوافق مع ميولهم الثقافية والاجتماعية، مما يعزز من فهمهم لأدوارهم في المجتمع، وهذا ما اتفق مع ما توصلت

إليه دراسة (البسيوني، ٢٠٢٣م) ^{١٣١}، (ابن سويدان أحمد بن عبد العزيز ^{١٣٢} والشيخ، رشا طلعت، ٢٠٢٣م)، (Cho,et.al,2023) ^{١٣٣}، حيث أثبتت تلك الدراسات الدور المهم لدوافع الاستخدام على التأثيرات المتحققة من الاستماع للبودكاست.

وبذلك يتم قبول صحة الفرض الثاني، حيث توجد علاقة ارتباطية طردية ذات دلالة إحصائية بين دوافع استخدام الشباب لتقنية التدوين الصوتي (البودكاست) ومستوى الهوية الاجتماعية لديهم.

الفرض الثالث: توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين مستوى تفاعل الشباب مع المحتوى الرقمي المقدم عبر تقنية التدوين الصوتي (البودكاست) ومستوى الهوية الاجتماعية لديهم.

جدول رقم (١٦)

نتائج اختبار بيرسون لقياس العلاقة بين مستوى تفاعل الشباب مع المحتوى الرقمي المقدم عبر تقنية التدوين الصوتي (البودكاست) ومستوى الهوية الاجتماعية لديهم

مستوى التفاعل مع المحتوى الرقمي للبودكاست		المتغيرات
مستوى الدلالة	معامل الارتباط	
غير دالة	.٠١٨	البُعد الأول: الانتماء أو الشعور بالانتماء
غير دالة	.٠٠٨	البُعد الثاني: الهوية الجماعية
غير دالة	.٠٥٧	البُعد الثالث: التأثير والمشاركة
.٠٠١	.١٥٠**	البُعد الرابع: التقدير الجماعي
غير دالة	.٠١٤	البُعد الخامس: الالتزام الجماعي
.٠٠١	.١٩٣**	البُعد السادس: التضامن الجماعي
غير دالة	.٠٧٥	البُعد السابع: التمايز عن المجموعات الأخرى
غير دالة	-.٠٤٧	البُعد الثامن: الاندماج العاطفي
غير دالة	.٠١٠	البُعد التاسع: التوازن بين الهوية الذاتية والهوية الجماعية
.٠٠٥	.١١٢*	مقياس الهوية الاجتماعية

وللتحقق من صحة هذا الفرض تم حساب معامل ارتباط بيرسون لقياس العلاقة بين مستوى تفاعل الشباب مع المحتوى الرقمي المقدم عبر تقنية التدوين الصوتي (البودكاست) ومستوى الهوية الاجتماعية لديهم، ويتبين من الجدول السابق: وجود علاقة ارتباطية ضعيفة ذات دلالة إحصائية بين مستوى تفاعل الشباب مع المحتوى الرقمي المقدم عبر تقنية التدوين الصوتي (البودكاست) ومستوى الهوية الاجتماعية لديهم، حيث بلغت قيمة ر (^{١١٢**}) وهي قيمة دالة إحصائية عند مستوى دلالة (٠.٠٥)، حيث يساهم التفاعل مع المحتوى الإعلامي المقدم من خلال البودكاست على تعزيز قدرتهم على التعبير عن أنفسهم، وبالتالي يؤثر تأثيراً مباشراً على تطوير هوية الشباب الاجتماعية، حيث يُتاح لهم التفاعل مع مواضيع متعلقة بمشاكل وقيم اجتماعية متنوعة، وهو ما اتفق مع دراسة (Chenia,2024) ^{١٣٤}، (تيسير، زياد، ٢٠٢٤م) ^{١٣٥}، (البسيوني، ٢٠٢٣م) ^{١٣٦}، (هاشم، مني، ٢٠٢٣م) ^{١٣٧}، (Cho,et.al, 2023) ^{١٣٨}،

و(الشيخ، رشا، ٢٠٢٣م)^{١٣٩}، (رضا، نوال، ٢٠٢٢م)^{١٤٠}، والتي توصلت جميعها إلى أن التفاعلية الرقمية تحقق نتائج وتأثيرات نفسية واجتماعية واتصالية مختلفة.

وبذلك يتم قبول صحة الفرض الثالث حيث ثبت وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين مستوى تفاعل الشباب مع المحتوى الرقمي المقدم عبر تقنية التدوين الصوتي (البودكاست) و مستوى الهوية الاجتماعية لديهم.

الفرض الرابع: توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين مستوى المعايير الانتقائية المؤثرة على استخدام الشباب لتقنية التدوين الصوتي (البودكاست) ومستوى الهوية الاجتماعية لديهم.

جدول رقم (١٧)

نتائج اختبار بيرسون لقياس العلاقة بين مستوى المعايير الانتقائية المؤثرة على استخدام الشباب لتقنية التدوين الصوتي (البودكاست) ومستوى الهوية الاجتماعية لديهم

المعايير الانتقائية المؤثرة على استخدام البودكاست		المتغيرات
مستوى الدلالة	معامل الارتباط	
غير دالة	.٠٦٢	البُعد الأول: الانتماء أو الشعور بالانتماء
.٠٠١	.١٧٦**	البُعد الثاني: الهوية الجماعية
.٠٠١	.٣٠١**	البُعد الثالث: التأثير والمشاركة
.٠٠١	.٤٩٣**	البُعد الرابع: التقدير الجماعي
.٠٠١	.٣٤١**	البُعد الخامس: الالتزام الجماعي
.٠٠١	.١٩٣**	البُعد السادس: التضامن الجماعي
.٠٠١	.٤٦٩**	البُعد السابع: التمايز عن المجموعات الأخرى
.٠٠١	.٢٤٠**	البُعد الثامن: الاندماج العاطفي
.٠٠٥	.٠٩٩*	البُعد التاسع: التوازن بين الهوية الذاتية والهوية الجماعية
.٠٠١	.٥٦٦**	مقياس الهوية الاجتماعية

وللتحقق من صحة هذا الفرض تم حساب معامل ارتباط بيرسون لقياس العلاقة بين مستوى المعايير الانتقائية المؤثرة على استخدام الشباب لتقنية التدوين الصوتي (البودكاست) ومستوى الهوية الاجتماعية لديهم، ويتبين من الجدول السابق: وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين مستوى المعايير الانتقائية المؤثرة على استخدام الشباب لتقنية التدوين الصوتي (البودكاست) ومستوى الهوية الاجتماعية لديهم، حيث بلغت قيمة ر (0.556^{**}) وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى دلالة (٠.٠٠١)، فعندما يختار الشباب محتوى البودكاست الذي يعكس ميولهم الشخصية واهتماماتهم وتوجهاتهم وقيمهم الاجتماعية والثقافية، ويتفاعلون مع القضايا التي تهمهم، فإن ذلك يساهم بشكل قوي ومباشر على تعزيز هويتهم الاجتماعية ويزيد من انتمائهم إلى مجموعات تشترك في نفس القيم والمواقف الاجتماعية، وهذا ما اتفق مع دراسات (Sheng-Wei Lin & Chia-Ding Huang, 2024)^{١٤١}، و(اسحاق،

منية، ٢٠٢٣م^{١٤٢}، و(هاشم، مني، ٢٠٢٣م)^{١٤٣}.

الفرض الخامس: توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين مستوى المعايير الانتقائية المؤثرة على استماع الشباب لتقنية التدوين الصوتي (البودكاست) والأدوار الوظيفية المتحققة منها (التعليم والتثقيف، الترفيه والاستمتاع، الهروب والتخفيف من التوتر، التحفيز والإلهام، الانتماء والتفاعل الاجتماعي، مواكبة الأحداث والمستجدات، بناء الهوية وتطوير الذات، التخصص والمعرفة العميقة).

جدول رقم (١٨)

نتائج اختبار بيرسون لقياس العلاقة بين مستوى المعايير الانتقائية المؤثرة على استماع الشباب لتقنية التدوين الصوتي (البودكاست) والأدوار الوظيفية المتحققة منها

المعايير الانتقائية المؤثرة على استخدام البودكاست		المتغيرات
مستوى الدلالة	معامل الارتباط	
٠.٠١	.٤٤٢**	البُعد الأول: التعلم والتثقيف
٠.٠١	.٣٦٦**	البُعد الثاني: الترفيه والاستمتاع
٠.٠١	.٢٣٧**	البُعد الثالث: الهروب والتخفيف من التوتر
٠.٠١	.٢٥٣**	البُعد الرابع: التحفيز والإلهام
٠.٠١	.٣٨٥**	البُعد الخامس: الانتماء والتفاعل الاجتماعي
٠.٠١	.١٩٠**	البُعد السادس: مواكبة المستجدات والأحداث
٠.٠١	.٦٤٨**	البُعد السابع: بناء الهوية وتطوير الذات
٠.٠١	.٢٩٢**	البُعد الثامن: التخصص والمعرفة العميقة
٠.٠١	.٦٤٢**	مقياس الأدوار الوظيفية

وللتحقق من صحة هذا الفرض تم حساب معامل ارتباط بيرسون لقياس العلاقة بين مستوى المعايير الانتقائية المؤثرة على استماع الشباب لتقنية التدوين الصوتي (البودكاست) والأدوار الوظيفية المتحققة منها (التعليم والتثقيف، الترفيه والاستمتاع، الهروب والتخفيف من التوتر، التحفيز والإلهام، الانتماء والتفاعل الاجتماعي، مواكبة الأحداث والمستجدات، بناء الهوية وتطوير الذات، التخصص والمعرفة العميقة)، ويتبين من الجدول السابق: وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين مستوى المعايير الانتقائية المؤثرة على استخدام الشباب لتقنية التدوين الصوتي (البودكاست) ومستوى الأدوار الوظيفية المتحققة منها، حيث بلغت قيمة r (٠.٦٤٢**) وهي قيمة دالة إحصائية عند مستوى دلالة (٠.٠١).

كما جاءت كل معاملات الارتباط لأبعاد مقياس الأدوار الوظيفية المتحققة دالة إحصائية عند مستوى دلالة (٠.٠١)، ويفسر ذلك أن الأدوار الوظيفية التي تتحقق من الاستماع للبودكاست تعتمد بشكل كبير على المعايير الانتقائية، فالشباب يختارون المحتوى الذي يلبي احتياجاتهم الخاصة، مما

يعزز من تأثير الأدوار الوظيفية التي تلبي تلك الاحتياجات، وهو ما أكدته دراسات (تيسير، زياد، ٢٠٢٤م)^{١٤٤}، و(هاشم، مني، ٢٠٢٣م)^{١٤٥}، (Marin، 2022).^{١٤٦}

وبذلك يتم قبول صحة الفرض الخامس حيث ثبت وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين مستوى المعايير الانتقائية المؤثرة على استماع الشباب لتقنية التدوين الصوتي (البودكاست) والأدوار الوظيفية المتحققة منها (التعليم والتثقيف، الترفيه والاستمتاع، الهروب والتخفيف من التوتر، التحفيز والإلهام، الانتماء والتفاعل الاجتماعي، مواكبة الأحداث والمستجدات، بناء الهوية وتطوير الذات، التخصص والمعرفة العميقة).

الفرض السادس: توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين معدل استخدام الشباب لتقنية التدوين الصوتي (البودكاست) والأدوار الوظيفية المتحققة منها (التعليم والتثقيف، الترفيه والاستمتاع، الهروب والتخفيف من التوتر، التحفيز والإلهام، الانتماء والتفاعل الاجتماعي، مواكبة الأحداث والمستجدات، بناء الهوية وتطوير الذات، التخصص والمعرفة العميقة).

جدول رقم (١٩)

نتائج اختبار بيرسون لقياس العلاقة بين معدل استخدام الشباب لتقنية التدوين الصوتي (البودكاست) والأدوار الوظيفية المتحققة منها

معدل استخدام البودكاست		المتغيرات
مستوى الدلالة	معامل الارتباط	
٠.٠١	.٣٧٢**	البُعد الأول: التعلم والتثقيف
٠.٠١	.٤٠٠**	البُعد الثاني: الترفيه والاستمتاع
غير دالة	.٠٣٧	البُعد الثالث: الهروب والتخفيف من التوتر
٠.٠١	.١٥٨**	البُعد الرابع: التحفيز والإلهام
٠.٠١	.٣٥٢**	البُعد الخامس: الانتماء والتفاعل الاجتماعي
٠.٠١	.٢٢٧**	البُعد السادس: مواكبة المستجدات والأحداث
٠.٠١	.٦٦٤**	البُعد السابع: بناء الهوية وتطوير الذات
٠.٠١	.٢٥٦**	البُعد الثامن: التخصص والمعرفة العميقة
٠.٠١	.٥٦٥**	مقياس الأدوار الوظيفية

وللتحقق من صحة هذا الفرض تم حساب معامل ارتباط بيرسون لقياس العلاقة بين معدل استخدام الشباب لتقنية التدوين الصوتي (البودكاست) والأدوار الوظيفية المتحققة منها (التعليم والتثقيف، الترفيه والاستمتاع، الهروب والتخفيف من التوتر، التحفيز والإلهام، الانتماء والتفاعل الاجتماعي، مواكبة الأحداث والمستجدات، بناء الهوية وتطوير الذات، التخصص والمعرفة العميقة)، ويتبين من الجدول السابق: وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين معدل استخدام الشباب لتقنية التدوين الصوتي

(البودكاست) ومستوى الأدوار الوظيفية المتحققة منها، حيث بلغت قيمة ر (0.065^{**}) وهي قيمة دالة إحصائيًا عند مستوى دلالة (0.01).

كما جاءت كل معاملات الارتباط لأبعاد مقياس الأدوار الوظيفية المتحققة دالة إحصائيًا عند مستوى دلالة (0.01)، باستثناء البعد الثالث (الهروب والتخفيف من التوتر) حيث بلغت قيمة ر (0.37) وهي قيمة غير دالة إحصائيًا عند مستوى دلالة (0.05)، وهذا ما يدل على أنه كلما زاد معدل استخدام البودكاست، ازدادت الأدوار الوظيفية التي يتم تحقيقها، مما يعزز دور البودكاست كأداة مؤثرة في حياة الشباب، وهذا ما أكدته دراسة (ابن سويدان، أحمد بن عبد العزيز، 2024م)^{١٧}، وهاشم، مني، 2023م)^{١٨}.

وبذلك يتم قبول صحة الفرض السادس جزئيًا؛ حيث ثبت وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين معدل استخدام الشباب لتقنية التدوين الصوتي (البودكاست) والأدوار الوظيفية المتحققة منها (التعليم والتثقيف، الترفيه والاستمتاع، التحفيز والإلهام، الانتماء والتفاعل الاجتماعي، مواكبة الأحداث والمستجدات، بناء الهوية وتطوير الذات، التخصص والمعرفة العميقة).

الفرض السابع: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين معدل استخدام الشباب لتقنية التدوين الصوتي (البودكاست) وفقًا لمتغيرات (النوع، العمر، مستوى التعليم).

- أولاً/ وفقًا للنوع:

جدول رقم (٢٠)
اختبار "ت" للعينات المستقلة (Independent t.test) لدلالة الفروق بين معدل استخدام الشباب لتقنية التدوين الصوتي (البودكاست) وفقًا لمتغير النوع

النوع المتغيرات	ذكور			إناث			قيمة (ت)	درجة الحرية	مستوى الدلالة
	العدد	المتوسط	الانحراف المعياري	العدد	المتوسط	الانحراف المعياري			
معدل استخدام البودكاست	١٨٩	١,٨٦	٠,٣٩٥	٢٢٤	٢,٣٧	٠,٤٢٤	١٢,٧١٦	٤١١	٠,٠١

تشير نتائج تطبيق اختبار "ت" إلى وجود فروق دالة إحصائية بين معدل استخدام الشباب لتقنية التدوين الصوتي (البودكاست) وفقًا لمتغير النوع، حيث بلغت قيمة "ت" (12.716)، وهي قيمة دالة إحصائيًا عند مستوى دلالة (0.01)، كما يشير الجدول إلى اتجاه الفروق لصالح الإناث.

- ثانيًا/ وفقًا للعمر:

جدول رقم (٢١)
لدلالة الفروق (ANOVA) نتائج اختبار تحليل التباين الأحادي بين معدل استخدام الشباب
لتقنية التدوين الصوتي (البودكاست) وفقًا لمتغير العمر

الدالة (٠.٠٥)	قيمة ف	متوسط المربعات	درجة الحرية	مجموعات المربعات	مصدر التباين
غير دالة	٤٥.٢٧٢	٨.٧٤٧	٢	١٧.٤٩٣	بين المجموعات
		١٩٣.٠	٤١٠	٧٩.٢١٤	داخل المجموعات
			٤١٢	٩٦.٧٠٨	المجموع

تشير نتائج تطبيق اختبار نتائج اختبار تحليل التباين الأحادي إلى وجود فروق دالة إحصائية بين معدل استخدام الشباب لتقنية التدوين الصوتي (البودكاست) وفقًا لمتغير العمر، حيث بلغت قيمة "ف" (٤٥.٢٧٢)، وهي قيمة دالة إحصائية عند مستوى دلالة (٠.٠٥)، ولمعرفة اتجاه الفروق تم تطبيق اختبار Scheffe وكانت الفروق لصالح الفئة العمرية من ٣٠-٣٥ سنة.

- ثالثًا / وفقًا لمستوى التعليم:

جدول رقم (٢٢)
نتائج اختبار تحليل التباين الأحادي (ANOVA) لدلالة الفروق بين معدل استخدام الشباب
لتقنية التدوين الصوتي (البودكاست) وفقًا لمتغير مستوى التعليم

الدالة	قيمة ف	متوسط المربعات	درجة الحرية	مجموعات المربعات	مصدر التباين
غير دالة	١.٣١٩	٠.٣٠٩	٤	١.٢٣٤	بين المجموعات
		٠.٢٣٤	٤٠٨	٩٥.٤٧٣	داخل المجموعات
			٤١٢	٩٦.٧٠٨	المجموع

تشير نتائج تطبيق اختبار تحليل التباين الأحادي (ANOVA) إلى عدم وجود فروق دالة إحصائية بين معدل استخدام الشباب لتقنية التدوين الصوتي (البودكاست) وفقًا لمتغير مستوى التعليم، حيث بلغت قيمة ف ١.٣١٩، وهي قيمة غير دالة إحصائية عند مستوى دلالة (٠.٠٥).

يتبين من الجداول رقم (٢٠) ورقم (٢١) ورقم (٢٢) التحقق من وجود فروق دالة إحصائية بين معدل استخدام الشباب لتقنية البودكاست وفقًا لمتغيرات (النوع - العمر - مستوى التعليم)، مما يشير إلى أن هناك اختلافات واضحة في معدل استخدام البودكاست بناءً على تلك المتغيرات وهذه الاختلافات وهو ما اتفق مع الدراسات التالية: (Clay Martin Craig. Mary Elizabeth Brooks، Shannon, 2023)¹⁴⁹، (إسحاق، منية، ٢٠٢٣م)^{١٥٠}، (الشيباني، ماجد، ٢٠٢٢م)^{١٥١}، حيث أكدت جميع هذه الدراسات التأثير الواضح لهذه المتغيرات على معدل الاستخدام.

وبذلك يتم قبول الفرض السابع جزئيًا كالتالي: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين معدل استخدام الشباب لتقنية التدوين الصوتي (البودكاست) وفقًا لمتغيرات (النوع والعمر).

الفرض الثامن: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الشباب المستخدمين لتقنية التدوين الصوتي (البودكاست) في مستوى هويتهم الاجتماعية وفقاً لمتغيرات (النوع، والعمر، ومستوى التعليم).

أولاً/ وفقاً للنوع:

جدول رقم (٢٣)

اختبار "ت" للعينات المستقلة (Independent t.test) لدلالة الفروق بين الشباب المستخدمين لتقنية التدوين الصوتي (البودكاست) في مستوى هويتهم الاجتماعية وفقاً لمتغير النوع

النوع	ذكور			إناث			قيمة (ت)	درجة الحرية	مستوى الدلالة
	العدد	المتوسط	الانحراف المعياري	العدد	المتوسط	الانحراف المعياري			
معدل استخدام البودكاست	١٨٩	٢.٢٤	.١٧٣	٢٢٤	٢.٣٥	.٢١٣	٥.٧٥٦	٤١١	٠.٠١

تشير نتائج تطبيق اختبار "ت": إلى وجود فروق دالة إحصائية بين الشباب المستخدمين لتقنية التدوين الصوتي (البودكاست) في مستوى هويتهم الاجتماعية وفقاً لمتغير النوع، حيث بلغت قيمة "ت" (٥.٧٥٦)، وهي قيمة دالة إحصائية عند مستوى دلالة (٠.٠١)، كما يشير الجدول إلى اتجاه الفروق لصالح الإناث.

- ثانياً / وفقاً للعمر:

جدول (٢٤)

نتائج اختبار تحليل التباين الأحادي (ANOVA) لدلالة الفروق بين الشباب المستخدمين لتقنية التدوين الصوتي (البودكاست) في مستوى هويتهم الاجتماعية وفقاً لمتغير العمر

مصدر التباين	مجموعات المربعات	درجة الحرية	متوسط المربعات	قيمة ف	الدلالة
بين المجموعات	١.١٧٢	٢	.٥٨٦	١٥.٠٦٠	٠.٠٥
داخل المجموعات	١٥.٩٥٢	٤١٠	.٠٣٩		
المجموع	١٧.١٢٤	٤١٢			

تشير نتائج تطبيق اختبار تحليل التباين الأحادي (ANOVA) إلى وجود فروق دالة إحصائية بين الشباب المستخدمين لتقنية التدوين الصوتي (البودكاست) في مستوى هويتهم الاجتماعية وفقاً لمتغير العمر، حيث بلغت قيمة ف ٤٥.٢٧٢، وهي قيمة دالة إحصائية عند مستوى دلالة (٠.٠٥)، ولمعرفة اتجاه الفروق تم تطبيق اختبار Scheffe وكانت الفروق لصالح الفئة العمرية من ٣٠: ٣٥ سنة.

- ثالثاً / وفقاً لمستوى التعليم:

جدول (٢٥)

نتائج اختبار تحليل التباين الأحادي (ANOVA) لدلالة الفروق بين الشباب المستخدمين لتقنية التدوين الصوتي (البودكاست) في مستوى هويتهم الاجتماعية وفقاً لمستوى التعليم

مصدر التباين	مجموعات المربعات	درجة الحرية	متوسط المربعات	قيمة ف	الدلالة
بين المجموعات	٥٦٤	٤	١٤١	٣.٤٧٢	٠.٠٥
داخل المجموعات	١٦.٥٦٠	٤٠٨	٠.٠٤١		
المجموع	١٧.١٢٤	٤١٢			

تشير نتائج تطبيق اختبار تحليل التباين الأحادي (ANOVA) إلى وجود فروق دالة إحصائية بين الشباب المستخدمين لتقنية التدوين الصوتي (البودكاست) في مستوى هويتهم الاجتماعية وفقاً لمتغير المؤهل، حيث بلغت قيمة ف ١.٣١٩، وهي قيمة دالة إحصائية عند مستوى دلالة (٠.٠٥)، ولمعرفة اتجاه الفروق تم تطبيق اختبار Scheffe وكانت الفروق لصالح كل من (الدكتوراه) و(الدراسات العليا). يتضح من الجداول رقم (٢٣)، (٢٤)، (٢٥) التأكد من وجود فروق دالة إحصائية في مستوى الهوية الاجتماعية للشباب المستخدمين لتقنية البودكاست وفقاً لمتغيرات (النوع - العمر - مستوى التعليم)، مما يشير إلى أن هذه المتغيرات تؤثر بشكل كبير على كيفية تشكيل وتعبير الأفراد عن هويتهم الاجتماعية، ويرجع ذلك للاختلاف في كيفية استخدامهم للبودكاست وفي نوع المحتوى الذي يستهلكونه أو يشاركون فيه بناءً على تلك المتغيرات، مما قد يساهم في الاختلافات في مستوى الهوية الاجتماعية، وهذا بدوره يدل على أن هذه الفروق تساهم في تشكيل التصورات الذاتية والتفاعلات الاجتماعية التي يتبناها الأفراد في استخدامهم لتقنية البودكاست، وبالتالي تؤثر على كيفية بناء هويتهم الاجتماعية، وهذا ما اتفق مع دراسة (هاشم، مني، ٢٠٢٣م)^{١٥٢}، و(الشيباني، ماجد، ٢٠٢٢م)^{١٥٣}.

وبذلك يتم قبول الفرض الثامن، حيث ثبت وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الشباب المستخدمين لتقنية التدوين الصوتي (البودكاست) في مستوى هويتهم الاجتماعية وفقاً لمتغيرات (النوع والعمر ومستوى التعليم).

الفرض التاسع: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين المعايير الانتقائية المؤثرة على استماع الشباب لتقنية التدوين الصوتي (البودكاست) وفقاً لمتغيرات (النوع، والعمر، مستوى التعليم).

- أولاً/ وفقاً للنوع:

جدول (٢٦)

اختبار "ت" للعينات المستقلة (Independent t.test) لدلالة الفروق بين المعايير الانتقائية المؤثرة على استماع الشباب لتقنية التدوين الصوتي (البودكاست) وفقاً لمتغير النوع

النوع	ذكور			إناث			قيمة (ت)	درجة الحرية	مستوى الدلالة
	العدد	المتوسط	الانحراف المعياري	العدد	المتوسط	الانحراف المعياري			
معدل استخدام البودكاست	١٨٩	٢.٢٥	٠.٢١٦	٢٢٤	٢.٤٧	٠.١٨٨	١١.٠٤٠	٤١١	٠.٠١

تشير نتائج تطبيق اختبار "ت": إلى وجود فروق دالة إحصائية بين المعايير الانتقائية المؤثرة على استماع الشباب لتقنية التدوين الصوتي (البودكاست) وفقاً لمتغير النوع، حيث بلغت قيمة "ت" (١١.٠٤٠)، وهي قيمة دالة إحصائية عند مستوى دلالة (٠.٠١)، كما يشير الجدول إلى اتجاه الفروق لصالح الإناث.

ثانياً / وفقاً للعمر:

جدول (٢٧)

نتائج اختبار تحليل التباين الأحادي (ANOVA) لدلالة الفروق بين المعايير الانتقائية المؤثرة على استماع الشباب لتقنية التدوين الصوتي (البودكاست) وفقاً لمتغير العمر

مصدر التباين	مجموعات المربعات	درجة الحرية	متوسط المربعات	قيمة ف	الدلالة
بين المجموعات	٣.١١٥	٢	١.٥٥٧	٣٤.٣٤٢	٠.٠٥
داخل المجموعات	١٨.٥٩٢	٤١٠	٠.٠٤٥		
المجموع	٢١.٧٠٧	٤١٢			

تشير نتائج تطبيق اختبار تحليل التباين الأحادي (ANOVA) إلى وجود فروق دالة إحصائية بين المعايير الانتقائية المؤثرة على استماع الشباب لتقنية التدوين الصوتي (البودكاست) وفقاً لمتغير العمر، حيث بلغت قيمة ف ٣٤.٣٤٢، وهي قيمة دالة إحصائية عند مستوى دلالة (0.05)، ولمعرفة اتجاه الفروق تم تطبيق اختبار Scheffe وكانت الفروق لصالح كل من الفئة العمرية من (٣٠:٢٥) ومن (٣٥:٣٠) سنة.

- ثالثاً / وفقاً لمستوى التعليم:

جدول (٢٨)

نتائج اختبار تحليل التباين الأحادي (ANOVA) لدلالة الفروق بين المعايير الانتقائية المؤثرة على استماع الشباب لتقنية التدوين الصوتي (البودكاست) وفقاً لمستوى التعليم

مصدر التباين	مجموعات المربعات	درجة الحرية	متوسط المربعات	قيمة ف	الدلالة
بين المجموعات	٠.٥١	٤	٠.١٣	٠.٢٣٨	٠.٠٥
داخل المجموعات	٢١.٦٥٦	٤٠٨	٠.٥٣		
المجموع	٢١.٧٠٧	٤١٢			

تشير نتائج تطبيق اختبار تحليل التباين الأحادي (ANOVA) إلى عدم وجود فروق دالة إحصائية بين المعايير الانتقائية المؤثرة على استماع الشباب لتقنية التدوين الصوتي (البودكاست) وفقاً لمتغير مستوى التعليم، حيث بلغت قيمة ف (٠.٢٣٨)، وهي قيمة غير دالة إحصائية عند مستوى دلالة (٠.٠٥)، ولمعرفة اتجاه الفروق تم تطبيق اختبار Scheffe وكانت الفروق لصالح كل من (الدكتوراه) و(الدراسات العليا).

يتبين من الجداول رقم (٢٦)، (٢٧)، (٢٨) التأثير الواضح للاختلاف في المتغيرات الثلاثة السابق ذكرها، وذلك نتيجة حتمية للاختلاف في التفضيلات والميول والاهتمامات تبعاً لكل متغير منهم، وهذا ما أكدته دراسة كل من (تيسير، زياد، ٢٠٢٤م) (١٠٤)، و(شفق، هبة، ٢٠٢٤م) (١٠٥). وبذلك يتم قبول الفرض التاسع جزئياً كالتالي: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين المعايير الانتقائية المؤثرة على استماع الشباب لتقنية التدوين الصوتي (البودكاست) وفقاً لمتغيرات (النوع والعمر).

النتائج العامة للدراسة:

- أظهرت نتائج الدراسة ارتفاع مستوى تأثير المعايير الانتقائية على تفضيلات الشباب المصري في اختيار البودكاست.
- أظهرت النتائج أن المستمعين يفضلون البودكاستات التي تتميز بجودة المحتوى، التخصص، واللغة الجذابة، كما أن التوقيت المنتظم والتكرار يلعبان دوراً مهماً في قرار الاستماع، بينما لا يعتبر التفاعل أو التقييمات عاملاً حاسماً في اختيارات المستمعين.
- أشارت نتائج مقياس اتجاهات الشباب المصري نحو معايير تقييم جودة المحتوى المقدم عبر البودكاست أن الباحثين من الشباب يميلون إلى تفضيل البودكاستات التي تتسم بالجودة العالية، والمصداقية، والتفاعل مع الجمهور، والوضوح، تلاها "التسلسل والتنظيم" و"التسويق الرقمي".

٤. جاء المتوسط المرجح لمقياس الأدوار الوظيفية المتحققة من استماع الشباب لتقنية البودكاست ٢.٣٤، وهو ما يعادل اتجاه موافق على مقياس ليكرت الثلاثي، وذلك يشير إلى أن البودكاست أصبح أداة مؤثرة وفعالة في حياة الشباب المصري، لما يوفره لهم من فوائد ملموسة في اكتساب المعرفة، ومواكبة الأخبار والمستجدات، وتحسين المهارات، والتعلم الذاتي، أو التحليل النقدي.
٥. أشارت نتائج الدراسة إلى مستوى متوسط للهوية الاجتماعية لدى الشباب المصري المكتسبة من استخدامهم للبودكاست.
٦. ثبت صحة الفرض الأول وجود علاقة ارتباطية طردية ذات دلالة إحصائية بين معدل استخدام الشباب لتقنية التدوين الصوتي (البودكاست) ومستوى الهوية الاجتماعية لديهم.
٧. ثبت صحة الفرض الثاني بوجود علاقة ارتباطية طردية ذات دلالة إحصائية بين دوافع استخدام الشباب لتقنية التدوين الصوتي (البودكاست) ومستوى الهوية الاجتماعية لديهم.
٨. ثبت صحة الفرض الثالث بوجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين مستوى تفاعل الشباب مع المحتوى الرقمي المقدم عبر تقنية التدوين الصوتي (البودكاست) ومستوى الهوية الاجتماعية لديهم.
٩. ثبت صحة الفرض الرابع بوجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين مستوى المعايير الانتقائية المؤثرة على استخدام الشباب لتقنية التدوين الصوتي (البودكاست) ومستوى الهوية الاجتماعية لديهم.
١٠. ثبت صحة الفرض الخامس بوجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين مستوى المعايير الانتقائية المؤثرة على استماع الشباب لتقنية التدوين الصوتي (البودكاست) والأدوار الوظيفية المتحققة منها (التعليم والتثقيف، الترفيه والاستمتاع، الهروب والتخفيف من التوتر، التحفيز والإلهام، الانتماء والتفاعل الاجتماعي، مواكبة الأحداث والمستجدات، بناء الهوية وتطوير الذات، التخصص والمعرفة العميقة).
١١. ثبت صحة الفرض السادس جزئياً بوجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين معدل استخدام الشباب لتقنية التدوين الصوتي (البودكاست) والأدوار الوظيفية المتحققة منها (التعليم والتثقيف، الترفيه والاستمتاع، التحفيز والإلهام، الانتماء والتفاعل الاجتماعي، مواكبة الأحداث والمستجدات، بناء الهوية وتطوير الذات، التخصص والمعرفة العميقة).
١٢. ثبت صحة الفرض السابع جزئياً بوجود فروق ذات دلالة إحصائية بين معدل استخدام الشباب لتقنية التدوين الصوتي (البودكاست) وفقاً لمتغيرات (النوع والعمر).

١٣. **ثبت صحة الفرض الثامن بوجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الشباب المستخدمين لتقنية التدوين الصوتي (البودكاست) في مستوى هويتهم الاجتماعية وفقاً لمتغيرات (النوع والعمر ومستوى التعليم).**

١٤. **ثبت صحة الفرض التاسع جزئياً بوجود فروق ذات دلالة إحصائية بين المعايير الانتقائية المؤثرة على استماع الشباب لتقنية التدوين الصوتي (البودكاست) وفقاً لمتغيرات (النوع والعمر).**

وفي إطار ما آلت إليه الدراسة من نتائج، يمكن استخلاص التوصيات الآتية:

١. **يجب على المؤسسات التعليمية والإعلامية تعزيز الوعي بين الشباب المصري حول أهمية البودكاست كأداة تعليمية وترفيهية، مما يساهم في تنمية المهارات الشخصية والمهنية لهم، ويمكن تحقيق ذلك من خلال تنظيم ورش عمل ودورات تدريبية لتعريف الشباب بكيفية استخدام هذه التقنية في تعزيز المعرفة الذاتية ومواكبة التطورات الثقافية والاجتماعية.**
٢. **تحفيز الشباب المصري على إنتاج محتوى بودكاست يتسم بالإبداع والتخصص، مع التركيز على القضايا التي تهمهم مثل الثقافة، التنمية الذاتية، الترفيه، والتكنولوجيا، كما يمكن تقديم منصات تدريبية ومراكز دعم للمبدعين من الشباب لتنمية مهاراتهم في الكتابة الصوتية والإنتاج الرقمي.**
٣. **تفعيل استخدام البودكاست في التعليم الجامعي والمدرسي كوسيلة لتعزيز التعلم الذاتي، حيث يمكن استخدام البودكاست لنقل المحاضرات والمواد التعليمية بطريقة مرنة وجذابة، تساهم في توسيع آفاق المعرفة لدى الشباب وتسهيل فهم المواضيع المعقدة عبر تبسيط المعلومات.**
٤. **ضرورة أن يركز مقدمو البودكاست على تعزيز الهوية الثقافية والاجتماعية للشباب المصري من خلال تناول قضايا تهم المجتمع المحلي، مثل التراث الثقافي، القيم الاجتماعية، والتحديات الشبابية في العصر الرقمي، مما يجعل البودكاست وسيلة فعالة لتشجيع الشباب على الاعتزاز بهويتهم الثقافية والانخراط في قضايا المجتمع.**
٥. **استغلال البودكاست كأداة قوية في تطوير المهارات الشخصية والمهنية للشباب المصري في مجالات متعددة مثل القيادة، التفكير النقدي، التفاوض، والإبداع، فينبغي تحفيز الشباب على الاستماع إلى محتوى يتناول هذه المهارات، مما يعزز من قدرتهم على التعامل مع التحديات الراهنة في عصر التحولات الرقمية.**
٦. **تشجيع الباحثين على إجراء دراسات علمية حول تأثير البودكاست على الشباب المصري من حيث التغيرات في المعرفة، الاتجاهات، السلوكيات، والهوية الاجتماعية، ويمكن أن تسهم هذه الدراسات في تطوير استراتيجيات فعالة للاستفادة من البودكاست في سياقات اجتماعية وتعليمية متنوعة.**

هوامش الدراسة:

- ^١ . سالم، ناهد محمد بسيوني، الشوربجي، سحر، بوعزة، عبد المجيد.(٢٠٢٠). تأثير شبكات التواصل الاجتماعي في القيم والهوية الاجتماعية لدى طلاب مرحلة التعليم ما بعد الأساسي في سلطنة عمان، مجلة الآداب والعلوم الاجتماعية، جامعة السلطان قابوس، ص ١١٣.
- ² **Davies, M. (2024).** Podcasting as a Catalyst for Social Sustainability in the Middle East, **International Managing Director at Acast**, <https://www.acast.com/blog/opinion/podcasting-as-a-catalyst-for-social-sustainability-in-the-middle-east,17/11/2024>.
- ³ Ruby,D.(2023),41+ podcast for 2023(Listeners &Market Size),Demand Sage, <https://WWW.demandsage.com/podcast-statistics>.
- ^٤ . باكير، ياسمين، (٢٠٢٥). تأثير برامج البودكاست على تنمية الوعي الثقافي "دراسة ميدانية" على الجمهور المصري (جامعة الأزهر - مجلة البحوث الاعلامية، المجلد ٧٣، العدد ٣ يناير)، ص ١٦٥١ - ١٧٠٠.
- ⁵ Askar,N.A.R.,Mellor,N.(2024),Exploring Users And Gratifications Podcasts Amon Young Arab Audiences, Social Sciences& Humanities,P.P1-8.
- ^٦ . المصري، آلاء عزمي، (٢٠٢٤). تنمية مهارات صناعة البودكاست لدى طلاب الإعلام وأثره على جودة إنتاج وتسويق رسائلهم الإعلامية، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، العدد ٨٨، يوليو- سبتمبر، ص ٣٩١ - ٤٣٠.
- ^٧ . عبد الرازق، هبه محمد شفيق، (٢٠٢٤). مصداقية برامج البودكاست كمصدر للمعلومات والأخبار لدى الجمهور المصري: دراسة تحليلية وميدانية، مجلة البحوث الإعلامية، جامعة الأزهر، ع (٩٩)، ج (٢)، يناير-مارس، ص ٩٠٤ - ١٠٣٠.
- ^٨ . آل مرعي، عبد الله بن علي، (٢٠٢٤). دور تكنولوجيا المحتوى الصوتي في تشكيل سلوكيات الشباب السعودي: دراسة حول استخدام التدوينات الرقمية الصوتية (بودكاست نموذجاً)، مجلة جامعة الملك خالد للعلوم الإنسانية، المجلد ١١، العدد ١، ص ١٨٤ - ٢٣١.
- ^٩ . بن سويدان، أحمد عبد العزيز، (٢٠٢٤). فاعلية البودكاست الإذاعي في بناء الوعي الثقافي لدى الشباب السعودي، المجلة العربية لبحوث الإعلام والاتصال، العدد (٤٥)، إبريل-يونيو، ص ١٠١ - ١٤٧.
- ^{١٠} . نصيرات، زياد تيسر إبراهيم & القاضي، محمد فاروق & غرابية، عامر فتحي، (٢٠٢٤). التأثيرات الاتصالية لدى الشباب الأردني لتفاعله مع التقنيات الرقمية الصوتية: البودكاست نموذجاً، المجلة العلمية لدراسات الإعلام الرقمي والرأي العام، ص ٢٨١ - ٣٥٦.
- ¹¹ .Chenia,I.,(2024). Podcasting Via Youtube: From Building Self And Social Awareness To Developing Public Taste A Field Study On A Sample Of Algerian Youth Following Audio-Visual Blogging, Journal of Positive School, Vol. 8, No. 1, 234-247
- ^{١٢} . البسيوني، اسماعيل محمد إبراهيم(٢٠٢٣). دوافع استخدام الشباب الجامعي للمحتوي الرقمي عبر تقنية البودكاست وعلاقته بأنماط تعرضهم للراديو التقليدي، مجلة البحوث والدراسات الإعلامية، العدد ٢٥، ص ١٩٧ - ٢٨٧.
- ^{١٣} . هاشم، مني، عبد الرحمن، أمنية، (٢٠٢٣). اتجاهات المواقع الإخبارية المصرية والعربية لاستخدام تقنية البودكاست وعلاقتها بتفضيلات الجمهور المصري، المجلة المصرية لبحوث الإعلام والاتصال الجماهيري، كلية الإعلام، جامعة بني سويف، ص ٧٣٧ - ٨٣٤.
- ¹⁴ Feng Chao Yang1 · Po Wen Tasi, 2024, Measuring the mediating effect of satisfaction and compatibility on the relationship between podcast features and users' intention of continuous usage and word of mouth, Multimedia Tools and Applications (2024) 83Changhua, Taiwan, 44527–44554.
- ^{١٥} عيسى، إنجي لطفي عبد العزيز(٢٠٢٢). استخدام صحافة البودكاست في غرف الأخبار بالمؤسسات الصحفية في ظل البيئة الرقمية، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، العدد ٤٨، ج ٢، أعمال المؤتمر العلمي الدولي الـ ٢٤ لكلية الإعلام يوليو/ سبتمبر، ص ١٤٤ - ١٨٢.
- ¹⁶ Kurniawan a,Y.& Enrico Halim a & Elisa Jennifer a& Fazha Aqsa Pribadi a& Ganesh Bhukar b& Norizan Anwar,(2024). Understanding User Engagement Strategies for Podcasts Videos on Youtube in Indonesia: A Study on Content Creation, INTERNATIONAL JOURNAL ON INFORMATICS VISUALIZATIONM, Vol. 8(2), May 2024, P.P 957-967.
- ^{١٧} الشيخ، رشا محمد عاطف، (٢٠٢٣). تأثير الاستماع للمدونات الصوتية الرقمية على السلوك الاتصالي للشباب المصري في التفاعل مع الإذاعة التقليدية عبر الإنترنت: البودكاست نموذجاً، المجلة العلمية لبحوث الإذاعة والتلفزيون، العدد (٢٦)، الجزء (١)، يوليو -ديسمبر، ص ٣٧ - ١٠٠.

- ^{١٨} إسحاق، منية إبراهيم، (٢٠٢٣م). اعتماد الشباب الجامعي المصري على البودكاست وتأثيراته عليهم: دراسة مسحية في ضوء نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، ع(٨٤)، ج(٢)، أعمال المؤتمر العلمي الدولي الـ ٢٨ لكلية الإعلام، يوليو - سبتمبر، ص ١٠٠١-١٠٩٥.
- ^{١٩} Cho, YOON., Park, Ahran, and Cho, jinho, "Motives for using news podcasts and political participation intention in South Korea: The mediating effect of political discussion", Media International Australia, Vol. 187, No.(1).2023, pp.39-56.
- ^{٢٠} محمود، مروة (٢٠٢٣م). تقييم الخبراء والممارسين لتأثير التدوين الصوتي "البودكاست"، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، العدد ٨٥، ج ١، أكتوبر - ديسمبر، ٢١٧-١٥٣.
- ^{٢١} دياب، منة الله كمال موسي. التدوين الصوتي "بودكاست" في ضوء معايير الابتكار الإعلامي: تحليل من المستوي الثاني في الفترة (٢٠١٨: ٢٠٢٣م)، جامعة بني سويف، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، ص ٥٦٤ - ٦٢٤.
- ^{٢٢} Tennant, L., (2023), Podcasting and ethics: Independent podcast production in New Zealand, Research Article, Convergence: The International Journal of Research into New Media Technologies 2023, Vol. 29(4) 854-870
- ^{٢٣} . نادي دبي للصحافة: حال صناعة البودكاست في الوطن العربي (المكتب الإعلامي لحكومة دبي، ٢٠٢٣م)، ص ٣- ٢٢.
- ^{٢٤} Clay Martin Craig. Mary Elizabeth Brooks. Shannon Bichardc. PODCASTING ON PURPOSE: EXPLORING MOTIVATIONS FOR PODCAST USE AMONG YOUNG ADULTS. International Journal of Listening. Vol 23. No1. 2023.
- ^{٢٥} هارون، وداد، (٢٠٢٣م). أهمية استخدام تقنية البودكاست في إثراء محتوى المواقع الإلكترونية للمؤسسات الإعلامية- دراسة تحليلية لعينة من البودكاست الإعلامي، مجلة اتحاد الجامعات العربية لبحوث الإعلام وتكنولوجيا الإتصال، العدد الحادي عشر ج ٣، يوليو - ديسمبر، ص ١- ٣٦.
- ^{٢٦} Elisa Shearer, Jacob Liedke, Katerina Eva Matsa, Michael Lipka and MarkJurkowitz. Podcasts as a Source of News and Information. Pew Research Center, April 2023.
- ^{٢٧} . حسن. ياسمين أحمد على(٢٠٢٣م). أطر معالجة قضايا الشباب في بودكاست "مطب العشرين" في ضوء نظرية المسؤولية الاجتماعية، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، العدد ٨٣ (الجزء الثاني)، إبريل- يونيو، ص ٢١٣- ٢٦٢.
- ^{٢٨} . Stephanie J. Tobin , Rosanna E. Guadagno,(2022). Why people listen: Motivations and outcomes of podcast listening, RESEARCH ARTICLE, Published: April 6, 2022
- ^{٢٩} نوال رضا، الاستخدامات التفاعلية لتطبيقات الميديا الجديدة في الحياة اليومية للمراهقين الجزائريين: تطبيقات البودكاست نموذجًا، مجلة العلوم الاجتماعية، جامعة باتنة، مج ٧٥، ع ٤٨، ص ٣٣٥ - ٣٥٤.
- ^{٣٠} الشيباني، ماجد بن فهد، (٢٠٢٢م). دوافع تعرض الجمهور السعودي لإذاعات الإنترنت (البودكاست) والإشباع المتحققة منها: دراسة مسحية لعينة من متابعي بودكاست ثمانية في المملكة العربية السعودية، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، ع(٧٩)، يونيو- سبتمبر، ص ٤٣٣ - ٤٦٦.
- ^{٣١} David, Garcia Marin,(2020), Mapping the factors that determine engagement in podcasting: design from the users and podcasters' experience, Communication y Sociedad, April 2020, 33(2):49-63
- ^{٣٢} السريتي، مُعز على (٢٠٢٢م). استخدام النخبة الإعلامية لتطبيقات البودكاست والإشباع المتحققة منها، جامعة مصراتة : مجلة كلية الفنون والإعلام، السنة ٧، العدد ١٤، ديسمبر، ص ٢٣١ - ٢٥٤.
- ^{٣٣} غزال، عبد الرازق، بورحلي وفاء، (٢٠٢١م). البودكاست الاجتماعي بين تنمية المسؤولية وخلق الوعي المجتمعي: دراسة وصفية على عينة من مستخدمي تدوينات المضامين الصوتية والمرئية في الجزائر، جامعة محمد بوضياف بالجزائر، مجلة علوم الإنسان والمجتمع، المجلد ١٠، العدد ٤، ص ٥٠٦- ٥٥٦.
- ^{٣٤} Sheng-W., Chia-Ding H.,(2024) Hooked on audio! Unveiling the secrets of podcast stickiness through social identity and uses and gratification theories. Technology in Society, Vol. 76.
- ^{٣٥} .Jeyanthi, M.,(2022), Social Media and Identity Formation The Influence of Self-Presentation and Social Comparison, Mind and Society, Vol. 11, No.II June, 2022, Page No.138 to 144.
- ^{٣٦} . Elsayed, W., (2021), The negative effects of social media on the social identity of adolescents from the perspective of social work, Heliyon, VOL.7(2), 2021 Feb 21;7(2), P.P1-15
- ^{٣٧} .Chen, Y. H., & Keng, C. J. (2023). Understanding audience willingness to keep subscriptions in digital podcast: A dual identification perspective. Journal of Marketing Communications, 1-22.
- ^{٣٨} . الخريبي، إيناس عبد الحميد(٢٠٢٣م)، تحيزات الجمهور للعلامة الوطنية للمنتج المحلي وعلاقتها بالهوية الاجتماعية: نموذج اتصالي مقترح لدعم المنتجات الوطنية، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، العدد ٨٤، يوليو - سبتمبر، ص ٢٤٥ - ٢٩٤.

³⁹ . Guida H., Wilson O.,(2019), Social Media and Social Identity in the Millennial Generation, Published in the United States of America by IGI Global.

- ٤٠ . هارون، وداد (٢٠٢٢م)، مرجع سابق، ص ٩.
- ٤١ . المالكي، عطية محمد راجح (٢٠٢٠م)، مرجع سابق، ص ٢٥٠.
- ٤٢ . حمود، فريال (٢٠١١م)، مستويات تشكّل الهوية الاجتماعية وعلاقتها بالمجالات الأساسية المكونة لها لدى عينة من طلبة الصف الأول الثانوي من الجنسين: دراسة ميدانية في المدارس الثانوية العامة في مدينة دمشق، مجلة جامعة دمشق، المجلد ٢٧ (ماحق)، ص ٥٦٣.
- ٤٣ . عبد الحميد، أماني (٢٠٢١م). الجامعة وتنمية الهوية الثقافية في سياق التحديات المعاصرة، مجلة كلية التربية ببنها، العدد ١٢٧، ج ٣، يوليو ٢٠٢١.
- ٤٤ . المالكي، عطية محمد راجح (٢٠٢٠م)، مرجع سابق، ص ٢٥٢.
- ٤٥ . حمود فريال (٢٠١١م)، مرجع سابق، ص ٥٦١.
- ٤٦ . المالكي، عطية محمد راجح (٢٠٢٠م)، مرجع سابق، ص ٢٥٣.
- ٤٧ . حمود فريال (٢٠١١م)، مرجع سابق، ص ٥٥٥.
- ٤٨ . عبد الحميد، أماني (٢٠٢١م)، مرجع سابق، ص ١٩٢.
- ٤٩ . زايد، أحمد (٢٠٠٦م)، سيكولوجية العلاقات بين الجماعات، الكويت: سلسلة عالم المعرفة- المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب، ص ١١-١٥-١٧، ٢٩.
- ٥٠ . عويس، لمياء (٢٠٢٢م): المداخل النظرية المفسرة لعلاقة وسائل التواصل الاجتماعي بالصمت الأسري، مجلة كلية الآداب - جامعة بني سويف، ع ٣٦، إبريل- يونيو ٢٠٢٢، ص ٢١٣-٢١٤.
- ٥١ . أبو زيد، أحمد (٢٠١٠م)، مرجع سابق، ص ٦٧.
- ٥٢ . الهاشمي، مجد (٢٠٢١م)، مرجع سابق، ص ٣٥.
- ٥٣ . عويس، لمياء (٢٠٢٢م)، مرجع سابق، ص ٢٠٩.
- ٥٤ . سويدان، أحمد عبد العزيز (٢٠٢٣م)، مرجع سابق، ص ١٠٢.
- ٥٥ . الشيخ، رشا (٢٠٢٣م)، مرجع سابق، ص ٥٦.
- ٥٦ . السريتي، مُعز على (٢٠٢٢م)، مرجع سابق، ص ٢٤٥.
- ٥٧ . ثورة البودكاست إذاعة المستقبل، تقارير أمازية <https://reports/ar/sa.amaz/>
- ٥٨ . غزال، عبد الرازق، بورحلي وفا، مرجع سابق، ص ٦٦٥.
- ٥٩ . السريتي، مُعز (٢٠٢٢م)، مرجع سابق، ص ٢٣٦-٢٣٨.
- ٦٠ . الشيخ، رشا (٢٠٢٣م)، مرجع سابق، ص ٥٧.
- ٦١ . اسحاق، منية إبراهيم، (٢٠٢٣م)، مرجع سابق، ص ١٠٣١.
- ٦٢ . السريتي، مُعز (٢٠٢٢م)، مرجع سابق، ص ٢٣٦-٢٣٨.
- ٦٣ . إسحاق، منية إبراهيم، (٢٠٢٣م)، مرجع سابق، ص ١٠٢٨.
- ٦٤ . المصري، آلاء، مرجع سابق، ص ٤٢٠.
- ٦٥ . سويدان، أحمد عبد العزيز (٢٠٢٣م)، مرجع سابق، ص ١٠١.
- ٦٦ . السريتي، مُعز (٢٠٢٢م)، مرجع سابق، ص ٢٣٦-٢٣٨.
- ٦٧ . حسن، ياسمين أحمد على (٢٠٢٣م)، مرجع سابق، ص ٢٢٥.

* أسماء السادة المحكمين..

- أ.د. اعتماد خلف معبد
- أ.م.د. منال عبده منصور
- أ.م.د. وليد وادي النيل
- أ.م.د. محمد عبده بكير
- أ.م.د. هبه مصطفى حسن
- أ.م.د. ولاء الناعي
- أ.م.د. دينا غساف
- أستاذ الإعلام المتفرغ بكلية الدراسات العليا للطفولة- جامعة عين شمس
- أستاذ الإعلام المشارك بكلية التربية النوعية - جامعة بورسعيد.
- أستاذ الإعلام المشارك بكلية التربية النوعية - جامعة بورسعيد.
- أستاذ دكتور بقسم الإعلام بكلية العلوم الإنسانية والاجتماعية - جامعة الملك سعود.
- أستاذ الإعلام المشارك بكلية التربية النوعية - جامعة بورسعيد.
- أستاذ الإعلام المشارك بكلية التربية النوعية - جامعة بورسعيد.
- أستاذ الإعلام المشارك بكلية التربية النوعية - جامعة بورسعيد.
- ٦٨ . ريهام درويش. البودكاست العربي.. نجاح سرعته جائحة كورونا، ملثقي "بودفاست" دبي نوفمبر ٢٠٢٣، CNN الاقتصادية، <https://cnnbusinessarabic.com/technology>

- ^{٦٩}. الشيخ، رشا محمد عاطف، مرجع سابق، ص ٦٢.
- ⁷⁰. Chaffey, D. (2020). Digital Marketing: Strategy, Implementation, and Practice. Pearson Education Limited, P.P.560.
- ^{٧١}. نصيرات، زياد تيسر إبراهيم & القاضي، محمد فاروق & غرايبة، عامر فتحي، مرجع سابق، ص ٣٠٨.
- ^{٧٢}. اسحاق، منية إبراهيم، (٢٠٢٣م). مرجع سابق، ص ١٠٣٣.
- ^{٧٣}. العابد، السيد علي & عبد الرؤوف، بن يحيى، (٢٠١٧م). تأثير اليوتيوب من خلال برامج البودكاست على الطلبة الجامعيين، بحث مقدم لنيل شهادة ماستر أكاديمي، قسم علوم الإعلام والاتصال، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة قاصدي مرباح-ورقلة الجزائر.
- ⁷⁴. Sylvia Chan-Olmsted and Rang Wang, Understanding Podcast Users: Consumption Motives and behaviors, New Media & Society, 2022, Vol.(24), P.P684-704.
- ^{٧٥}. إسحاق، منية إبراهيم محمد. مرجع سابق، ص ١٠٣٤-١٠٣٥.
- ^{٧٦}. عبد الرازق، هبه محمد شفيق، (٢٠٢٤م). مصداقية برامج البودكاست كمصدر للمعلومات والأخبار لدى الجمهور المصري: دراسة تحليلية وميدانية، مجلة البحوث الإعلامية، جامعة الأزهر، ع(٩٩)، ج(٢)، يناير، ص ٩٧٧-٩٧٨.
- ^{٧٧}. هاشم، مني، عبد الرحمن، أمنية، (٢٠٢٣م)، مرجع سابق، ص ٨٠٥، ٨٠٦.
- ^{٧٨}. بن سويدان، أحمد عبد العزيز، (٢٠٢٤م)، مرجع سابق، ص ١٢٠.
- ^{٧٩}. بن سويدان، أحمد عبد العزيز، (٢٠٢٤م). مرجع سابق، ص ١٢٥-١٢٦.
- ^{٨٠}. الشيخ، رشا، (٢٠٢٣م). مرجع سابق، ص ٧٠-٧١.
- ^{٨١}. إسحاق، منية إبراهيم محمد، (٢٠٢٣م). مرجع سابق، ص ١٠٣٦-١٠٣٧.
- ^{٨٢}. بوخلفة، خديجة & بولوداني، سهام، (٢٠٢٢م). التدوين بالفيديو وتشكيل الرأي العام السياسي الجزائري- تقنية البودكاست الفكاهي نموذجاً، مجلة وحدة البحث في تنمية الموارد البشرية، المجلد(١٧)، العدد(٣)، الجزائر، نوفمبر ٢٠٢٢م.
- ^{٨٣}. الشيباني، ماجد بن فهد، (٢٠٢٢م). دوافع تعرض الجمهور السعودي لإذاعات الإنترنت (البودكاست) والإشباع المتحققة منها: دراسة مسحية لعينة من متابعي بودكاست ثمانية في المملكة العربية السعودية، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، ع(٧٩)، يونيو، ص ٤٥١-٤٥٢.
- ⁸⁴ Kurniawan a,Y.& Enrico Halim a & Elisa Jennifer a& Fazha Aqsa Pribadi a& Ganesh Bhukar b& Norizan Anwar,(2024), OP.CIT, P.P 957-967.
- ⁸⁵ Cohen, S. (2020). Understanding podcast preferences: What drives listener engagement? Journal of Media & Communication Studies, 12(1), 33-45.
- ⁸⁶ David, Garcia Marin,(2020),), OP.CIT, 49-63.
- ⁸⁷ Olmsted, Sylvia Chan, Wang, Rang ,(2022).Understanding podcast users: Consumption motives and behaviors, New Media & Society, Vol. 24, Issue 3.
- ⁸⁸ Meggetto,F.(2024). The Users' Behaviour in Audio Streaming Services: Investigations in the Music and Podcast Domains, Computer and Information Sciences University of Strathclyde Thesis submitted for the degree of Doctor of Philosophy
- ⁸⁹ .Meggetto,F.(2024). The Users' Behaviour in Audio Streaming Services: Investigations in the Music and Podcast Domains, Computer and Information Sciences University of Strathclyde Thesis submitted for the degree of Doctor of Philosophy
- ⁹⁰. Athman Raziah, (2024) Hyperlocal digital content profits: strategizing revenue generation for new vision podcasts, Aga Khan University Theses & Dissertations
- ⁹¹ . Arabel G.Meyer, (2024)Exploring Podcasting as a Medium for Sharing Modern Issues with College-Age Demographics California Polytechnic State University, San Luis Obispo, Journalism.
- ⁹² .Sheng-W., Chia-Ding H.,(2024) Hooked on audio! Unveiling the secrets of podcast stickiness through social identity and uses and gratification theories. Technology in Society, Vol. 76.
- ⁹³. Jeremy W. Morris, (2021).Infrastructures of discovery: examining podcast ratings and rankings, Pages 728-749 | Published online: 26 Mar 2021.
- ⁹⁴ .Siobhán McHugh, (2016).How podcasting is changing the audio storytelling genre, Radio Journal:International Studies in Broadcast & Audio Media, Volume 14, Issue 1, Apr 2016, p. 65 - 82

- ⁹⁵ .Stephanie J. Tobin , Rosanna E. Guadagno,(2022), OP.CIT.
- ⁹⁶ .Kutz K.O., Espinal K., Flynn E., Cheney J.,(2024), Social Media Influencers' Impact on Consumer Purchasing Decisions, Proceedings of the New York State Communication Association, Vol.2023, Article 4,2024,P.P.1-25
- ⁹⁷ .Rajput,A., Gandhi, A.,(2024).Behind the MIC: Exploring the Impact of Influencer Podcasts on Consumer Perception, International Conference on Automation and Computation (AUTOCOM)(
- ⁹⁸ .Renisyifa, S Sunarti, A Pebriyanti (2022).Podcast Media Credibility as a Means of Fulfilling Public Information, International Journal of Research and Applied Technology,Vol.2(1),P.P 226-232
- ⁹⁹ .Callummarks,(2024)TheImportance of Audio Quality in Podcasting: Tips and Tricks,<https://listeningdogmedia.com/the-importance-of-audio-quality-in-podcasting-tips-and-tricks/>
- ¹⁰⁰ The Future of Podcast Production: Predictions and Innovations in the Industry,(2024),<https://c-istudios.com/the-future-of-podcast-production-predictions-and-innovations-in-the-industry/>
- ¹⁰¹ Yi-Jie Chen, I-Ping Chiang, Kuen-Hung Tsai, Hao-Shen Yang, (2024), A Study of Exploring Listening Willingness and Media Effect on Podcast, Journal of Social Media Marketing, Vol.3(1),P.P1-21.
- ^{١٠٢} عبد الرازق، هبة محمد شفيق، (٢٠٢٤م)، مرجع سابق، ص ٩٩٢-٩٩٣.
- ¹⁰³ . urniawan Y. , Halim E., Jennifer E., Pribadi F. A., Bhukar G., Anwar N.,(2024).Understanding User Engagement Strategies for Podcasts Videos on Youtube in Indonesia: A Study on Content Creationm INTERNATIONAL JOURNAL ON INFORMATICS VISUALIZATION, JOIV : Int. J. Inform. Visualization, 8(2), May 2024,P.P. 957-967.
- ¹⁰⁴ . Abdelhamid, A. M. M. (2024). Audience interaction with podcast content on digital platforms and its impact on the future of radio in the Arab region, Human and Social Sciences, 52(2), 158–177.
- ¹⁰⁵ .Wei Lin,S., Huang,C.D. ,(2024). Hooked on audio! Unveiling the secrets of podcast stickiness through social identity and uses and gratification theories, Technology in Society, Vol. 76, March 2024
- ¹⁰⁶ . Huber,B.,Wang,Y., Garcia- Gathright,J.,(2022). Explaining podcast Recommendation to users with content diversity label.
- ¹⁰⁷ .The What, Why, & How of Podcasting in Higher Education, Learn how higher education institutions are using podcasts to make learning more accessible, engage with students, and increase global appeal ,July 2024,<https://www.cuepodcasts.com/post/podcasting-in-higher-education>
- ¹⁰⁸ .Askar,N.A.R.,Mellor,N.(2024),Exploring Users And Gratifications Podcasts Amon Young Arab Audiences, Social Sciences& Humanities,P.P1-8.
- ¹⁰⁹ Chenia, I.(2024), Podcasting Via Youtube: From Building Self And Social Awareness To Developing Public Taste A Field Study On A Sample Of Algerian Youth Following Audio-Visual Blogging, Journal of Positive School Psychology, Vol.8, No.1,P.P. 234-247.
- ¹¹⁰ SHEARER, E., LIEDKE,J., EVA MATSA,M.L.,& JURKOWITZ,M.,(2023). Podcasts as a Source of News and Information: About half of Americans have listened to a podcast in the past year, and most of those listeners come across
- ¹¹¹ Isaksson, H. The Power of Podcast and Social Audiences, <https://www.adnews.com.au/news/the-power-of-podcast-and-social-audiences>
- ¹¹² Craig, C., Brooks,M.E., Bichard,S.,(2021) PODCASTING ON PURPOSE: EXPLORING MOTIVATIONS FOR PODCAST USE AMONG YOUNG ADULTS, International Journal of Listening,Vol.37(3),P.P.1-10.
- ^{١١٣} . إسحاق، منية إبراهيم محمد، (٢٠٢٣م). مرجع سابق، ص ١٠٤٤-١٠٤٦.
- ¹¹⁴ .Nataatmadja, I., Dyson L.E.,(2008).The Role of Podcasts in Students' Learning, International Journal Of Interactive Mobile Technologies(IJIM),Vol.2(3

- ¹¹⁵ .Meden, E., Radovan,M., Štefanc,D.(2024). Podcasts and Informal Learning: Exploring Knowledge Acquisition and Retention, Education. Sciences, 14(10), 1129
- ¹¹⁶ .Timur Z. M., (2024). PODCAST RECOMMENDATIONS TO IMPROVE UNIVERSITY STUDENTS' CRITICAL THINKING, kategori UMUM, UNESA, <https://s1sing.fbs.unesa.ac.id/post/podcast-recommendations-to-improve-university-students-critical-thinking#>
- ¹¹⁷ Echeverría, M.J.G.,(2023).The Effectiveness of Podcast incorporation as a tool in English EFL classes in the improvement of communication skills, critical thinking abilities, and capacity for independent learning L'efficacité de l'incorporation du podcast comme outil dans les cours d'anglais EFL dans l'amélioration des compétences de communication, des capacités de réflexion critique et de la capacité d'apprentissage indépendant, <https://www.researchgate.net/publication/376028>
- ^{١١٨} الشيباني، ماجد بن فهد، (٢٠٢٢م)، ص ٤٥١-٤٥٢.
- ¹¹⁹ Rosana,A., Fauzi,I.,(2024). The Role of Digital Identity in the Age of Social Media: Literature Analysis on SelfIdentity Construction and Online Social Interaction, JOURNAL OF SOCIAL SCIENCE, Vol.1(4),P.P.477-489.
- ^{١٢٠} نور الدين، مني(٢٠٢٤م). الإعلام الجديد والهوية الثقافية والاجتماعية للشباب: الشبكات الاجتماعية نموذجاً، <http://kalema.net/home/article/view/1276,26/10/2024>
- ¹²¹ .Jeyanthi, M.,(2022), OP.CIT.138 to 144.
- ¹²² .Chenia,I.,(2024) , OP.CIT. 234-247.
- ¹²³ .Askar,N.A.R.,Mellor,N.(2024), OP.CIT,P.P1-8.
- ¹²⁴ .Rosana,A., Fauz,I.(2024). OP.CIT P.P477-489.
- ¹²⁵ .Rosana,A., Fauz , OP.CIT, P.P 477-489.
- ¹²⁶ Askar,N.A.R.,Mellor,N.(2024) , OP.CIT,P.P1-8.
- ¹²⁷ ,Chenia,I.,(2024 ,٤ OP.CIT, ٢٤٤.
- ^{١٢٨} . إسحاق إبراهيم، منية، (٢٠٢٣م). مرجع سابق، ص ١٠١-١٠٩٥.
- ¹²⁹ Keng, C. J.H , (٢٠٢٢) OP.CIT244 .
- ¹³⁰ . Chenia,I.,(2024) , OP.CIT. 234-247
- ^{١٣١} . البسيوني، اسماعيل محمد (٢٠٢٣م)، مرجع سابق، ص ١٩٧-٢٨٧.
- ^{١٣٢} . سويدان، أحمد عبد العزيز(٢٠٢٣م)، مرجع سابق، ص ١٠١-١٤٧.
- ¹³³.Cho,et.al,2023, OP.CIT١٦٤ .
- ¹³⁴ . 247-234 Chenia,I.,(2024) , OP.CIT. .
- ^{١٣٥} . زياد تيسير(٢٠٢٤م)، مرجع سابق، ص ٢٨١-٣٥٦.
- ^{١٣٦} . البسيوني، (٢٠٢٣م)، مرجع سابق، ص ١٩٧-٢٨٧.
- ^{١٣٧} . هاشم، مني (٢٠٢٣م)، مرجع سابق، ص ٧٣٧-٨٣٤.
- ¹³⁸ . Cho,et.al,2023 , OP.CIT. 164
- ^{١٣٩} . الشيخ، رشا طلعت، مرجع سابق، ص ٨١.
- ^{١٤٠} . رضا، نوال (٢٠٢٢م)، مرجع سابق، ص ٣٣٥-٣٥٤.
- ¹⁴¹ ,Sheng-Wei Lin& Chia-Ding Huang, OP.CIT 2024
- ^{١٤٢} . إسحاق، منية (٢٠٢٣م)، مرجع سابق، ص ١٠٠١-١٠٩٥.
- ^{١٤٣} . مني هاشم (٢٠٢٣م). مرجع سابق، ص ٧٣٧-٨٣٤.
- ^{١٤٤} . تيسير، زياد (٢٠٢٤م)، مرجع سابق، ص ٢٨١-٣٥٦.
- ^{١٤٥} . هاشم، مني (٢٠٢٣م)، مرجع سابق، ص ٢٦٩.
- ¹⁴⁶ .Marin(2022) , OP.CIT.
- ^{١٤٧} . سويدان، أحمد عبد العزيز(٢٠٢٣م)، مرجع سابق، ص ١٢٥.
- ^{١٤٨} . هاشم، مني(٢٠٢٣م)، مرجع سابق، ص ٧٣٧-٨٣٤.
- ¹⁴⁹ Clay Martin Craig. Mary Elizabeth Brooks Shanno, 2022 OP.CIT.

-
١٥٠. إسحاق، منية (٢٠٢٣م)، مرجع سابق، ص ١٠٠١ - ١٠٩٥.
١٥١. الشيباني، ماجد (٢٠٢٢م)، مرجع سابق، ص ٤٣٣ - ٤٦٦.
١٥٢. إسحاق، منية (٢٠٢٣م)، مرجع سابق، ص ١١٠٧ - ١٠٨٥.
١٥٣. الشيباني، ماجد (٢٠٢٢م)، مرجع سابق، ص ٤٣٣ - ٤٦٦.
١٥٤. تيسير، زياد (٢٠٢٤م)، مرجع سابق، ص ٢٨١ - ٣٥٦.
١٥٥. شفيق، هبة (٢٠٢٣م)، مرجع سابق، ص ٩٠٤ - ١٠٣٠.

Selective Criteria Affecting Podcast Listening and their Relationship to Strengthening Youth's Social Identity in the Digital Age: within the Framework of the Structural Functional Approach (*)

Dr. Samr Ibrahim Osman

drsamosman79@gmail.com

Assistant Professor of Educational Media,
Educational Media Department,
Faculty of Specific Education,
Port Said University

Dr. Maryam Youssef Mohamed Rakha

drmariamyo77@gmail.com

Assistant Professor of Educational Media,
Educational Media Department,
Faculty of Specific Education,
Port Said University

Abstract

This study seeks to shed light on the most prominent selective criteria that young people rely on in selecting what they listen to through audio blogging platforms (podcasts) and the extent to which the content is compatible with their aspirations and contemporary issues, and to monitor the most important functional roles of these platforms through the functional analysis approach (Structural Functionalism) that focuses on the interactive characteristics between the media and the audience, and the functional roles they play to meet the needs of their audience, and to reveal the extent to which podcasts influence the formation of their behaviors and social identity, as the study was applied to a deliberate sample of the Egyptian youth audience consisting of (413) individuals aged 18-35 years.

The results of the study showed a high level of influence of selective criteria on the preferences of Egyptian youth in choosing podcasts, and the weighted average of the functional roles scale achieved by youth listening to podcast technology rose to 2.34. The first hypothesis was proven by the existence of a statistically significant direct correlation between the rate of youth's use of podcast technology and their level of social identity. The study also confirmed the existence of a statistically significant correlation between the level of selective criteria affecting youth's use of podcast technology and their level of social identity.

Keywords: Selective Criteria, Social Identity, Structural Functionalism Approach, Podcast, Functionalism Roles.

(*) The Paper was received on January 17, 2025, and accepted for publication on March 27, 2025.

All rights reserved.

None of the materials provided on this Journal or the web site may be used, reproduced or transmitted, in whole or in part, in any form or by any means, electronic or mechanical, including photocopying, recording or the use of any information storage and retrieval system, except as provided for in the Terms and Conditions of use of Al Arabia Public Relations Agency, without permission in writing from the publisher.

And all applicable terms and conditions and international laws with regard to the violation of the copyrights of the electronic or printed copy.

ISSN for the printed copy

(ISSN 2314-8721)

ISSN of the electronic version

(ISSN 2314-873X)

Egyptian Public Relations Association

(EPRA)

Egyptian National Scientific & Technical Information Network

(ENSTINET)

With the permission of the Supreme Council for Media Regulation in Egypt

Deposit Number: 24380 /2019

To request such permission or for further enquires, please contact:

APRA Publications

Al Arabia Public Relations Agency

Arab Republic of Egypt,

Menofia - Shibeen El-Kom - Crossing Sabry Abo Alam st. & Al- Amin st.

Postal Code: 32111 - P.O Box: 66

Or

Egyptian Public Relations Association

Arab Republic of Egypt,

Giza, Dokki, Ben Elsarayat -1 Mohamed Alzoghpy St.

Email: jpr@epra.org.eg - ceo@apr.agency

Web: www.apr.agency - www.jpr.epra.org.eg

Phone: (+2) 0114 -15 -14 -157 - (+2) 0114 -15 -14 -151 - (+2) 02-376-20 -818

Fax: (+2) 048-231-00 -73

The Journal is indexed within the following international digital databases:



- The author should send an electronic copy of his manuscript by Email written in Word format with his/her CV.
- In case of accepting the publication of the manuscript in the journal, the author will be informed officially by a letter. But in case of refusing, the author will be informed officially by a letter and part of the research publication fees will be sent back to him soon.
- If the manuscript required simple modifications, the author should resent the manuscript with the new modifications during 15 days after the receipt the modification notes, and if the author is late, the manuscript will be delayed to the upcoming issue, but if there are thorough modifications in the manuscript, the author should send them after 30 days or more.
- The publication fees of the manuscript for the Egyptians are: 3800 L.E. and for the Expatriate Egyptians and the Foreigners are: 550 \$. with 25% discount for Masters and PhD Students.
- If the referring committee refused and approved the disqualification of publishing the manuscript, an amount of 1900 L.E. will be reimbursed for the Egyptian authors and 275 \$ for the Expatriate Egyptians and the Foreigners.
- Fees are not returned if the researcher retracts and withdraws the research from the journal for arbitration and publishing it in another journal.
- The manuscript does not exceed 40 pages of A4 size. 70 L.E. will be paid for an extra page for the Egyptians and 10 \$ for Expatriate Egyptians and the Foreigners authors.
- A special 20 % discount of the publication fees will be offered to the Egyptians and the Foreign members of the Fellowship of the Egyptian Public Relations Association for any number of times during the year.
- Two copies of the journal and Five Extracted pieces from the author's manuscript after the publication.
- The fees of publishing the scientific abstract of (Master's Degree) are: 500 L.E. for the Egyptians and 150 \$ for the Foreigners.
- The fees of publishing the scientific abstract of (Doctorate Degree) are: 600 L.E. for the Egyptians and 180 \$ for the Foreigners. As the abstract do not exceed 8 pages and a 10 % discount is offered to the members of the Egyptian Public Relations Association. One copy of the journal will be sent to the author's address.
- Publishing a book offer costs LE 700 for the Egyptians and 300 \$US for foreigners.
- One copy of the journal is sent to the author of the book after the publication to his/her address. And a 10% discount is offered to the members of the Egyptian Public Relations Association.
- For publishing offers of workshops organization and seminars, inside Egypt LE 600 and outside Egypt U.S. \$ 350 without a limit to the number of pages.
- The fees of the presentation of the International Conferences inside Egypt: 850 L.E. and outside Egypt: 450 \$ without a limitation of the number of pages.
- All the research results and opinions express the opinions of the authors of the presented research papers not the opinions of the Al-Arabia Public Relations Agency or the Egyptian Public Relations Association.
- Submissions will be sent to the chairman of the Journal.

Address:

Al Arabia Public Relations Agency,
 Arab Republic of Egypt, Menofia, Shibben El-Kom, Crossing Sabry Abo Alam st. & Al- Amin st.
 Postal Code: 32111 - P.O Box: 66

And also, to the Journal email: jpr@epra.org.eg, or ceo@apr.agency, after paying the publishing fees and sending a copy of the receipt.

Journal of Public Relations Research Middle East

It is a scientific journal that publishes specialized research papers in Public Relations, Mass Media and Communication ,after peer refereeing these papers by a number of Professors specialized in the same field under a scientific supervision of the Egyptian Public Relations Association, which considered the first Egyptian scientific association specialized in public relations, (Member of the network of scientific Associations in the Academy of Scientific Research and Technology in Cairo).

The Journal is part of Al-Arabia Public Relations Agency's publications, specialized in education, scientific consultancy and training.

- The Journal is approved by the Supreme Council for Media Regulation in Egypt. It has an international numbering and a deposit number. It is classified internationally for its both printed and electronic versions by the Academy of Scientific Research and Technology in Cairo. In addition, it is classified by the Scientific Promotions Committee in the field of Media of the Supreme Council of Universities in Egypt.
- The Journal has Impact Factor Value of 1.569 based on International Citation Report (ICR) for the year 2021-2022.
- The Journal has an Arcif Impact Factor for the year 2024 = 1.75 category (Q1).
- The Journal has an impact factor of the Supreme Council of Universities in Egypt for the year 2024 = 7.
- This journal is published quarterly.
- The journal accepts publishing books, conferences, workshops and scientific Arab and international events.
- The journal publishes advertisements on scientific search engines, Arabic and foreign publishing houses according to the special conditions adhered to by the advertiser.
- It also publishes special research papers of the scientific promotion and for researchers who are about to defend master and Doctoral theses.
- The publication of academic theses that have been discussed, scientific books specialized in public relations and media and teaching staff members specialized scientific essays.

Publishing rules:

- It should be an original Manuscripts that has never been published.
- Arabic, English, French Manuscripts are accepted however a one-page abstract in English should be submitted if the Manuscripts is written in Arabic.
- The submitted Manuscripts should be in the fields of public relations and integrated marketing communications.
- The submitted scientific Manuscripts are subject to refereeing unless they have been evaluated by scientific committees and boards at recognized authorities or they were part of an accepted academic thesis.
- The correct scientific bases of writing scientific research should be considered. It should be typed, in Simplified Arabic in Arabic Papers, 14 points font for the main text. The main and sub titles, in Bold letters. English Manuscripts should be written in Times New Roman.
- References are mentioned at the end of the Manuscripts in a sequential manner.
- References are monitored at the end of research, according to the methodology of scientific sequential manner and in accordance with the reference signal to the board in a way that APA Search of America.

Founder & Chairman

Dr. Hatem Moh'd Atef

EPRA Chairman

Editor in Chief

Prof. Dr. Aly Agwa

Professor of Public Relations & former Dean of Faculty
of Mass Communication - Cairo University
Head of the Scientific Committee of EPRA

Editorial Manager

Prof. Dr. Mohamed Moawad

Media Professor at Ain Shams University & former Dean of
Faculty of Mass Communication - Sinai University
Head of the Consulting Committee of EPRA

Editorial Assistants

Prof. Dr. Rizk Abd Elmoaty

Professor of Public Relations
Misr International University

Prof. Dr. Mohamed Alamry (Iraq)

Professor & Head of Public Relations Dep.
Mass Communication Faculty
Baghdad University

Prof. Dr. Fouad Ali Saddam (Yemen)

Professor of Public Relations
Faculty of Mass Communication
Sana'a University

Dr. Thouraya Snoussi (Tunisia)

Associate Professor of Mass Communication &
Coordinator College of Communication
University of Sharjah (UAE)

Dr. El-Sayed Abdel-Rahman

Associate Professor & Head Dep. of Public Relations
Mass Communication Faculty - Suez University
English Reviewer

Dr. Nasr Elden Othman (Sudan)

Associate Professor of Public Relations
Faculty of Mass Communication & Humanities Sciences
Ajman University (UAE)

Public Relations Manager

Alsaeid Salm

Arabic Reviewers

Ali Elmehy

Dr. Said Ghanem

Address

Egyptian Public Relations Association

Arab Republic of Egypt
Giza - Dokki - Ben Elsarayat - 1 Mohamed Alzoghpy Street

Publications: Al Arabia Public Relations Agency

Arab Republic of Egypt
Menofia - Shibeh El-Kom - Postal Code: 32111 - P.O Box: 66

Mobile: +201141514157

Fax: +20482310073

Tel: +2237620818

www.jpr.epra.org.eg

Email: jpr@epra.org.eg - ceo@apr.agency

Advisory Board **

IPRR.ME

Prof. Dr. Aly Agwa (Egypt)

Professor of Public Relations and former Dean of the Faculty of Mass Communication, Cairo University

Prof. Dr. Thomas A. Bauer (Austria)

Professor of Mass Communication at the University of Vienna

Prof. Dr. Yas Elbaiaty (Iraq)

Professor of Media at the University of Baghdad and currently Head of the Digital Media Department at
Al-Noor University in Nineveh, Iraq

Prof. Dr. Mohamed Moawad (Egypt)

Media professor at Ain Shams University & former Dean of Faculty of Mass Communication –
Sinai University

Prof. Dr. Abd Elrahman El Aned (KSA)

Professor of Media and Public Relations, Mass Communication Faculty - Imam Muhammad Bin Saud
Islamic University

Prof. Dr. Samy Taya (Egypt)

Professor and Head of Public Relations Faculty of Mass Communication - Cairo University

Prof. Dr. Gamal Abdel-Hai Al-Najjar (Egypt)

Professor of Media, Faculty of Islamic Studies for Girls, Al-Azhar University

Prof. Dr. Sherif Darwesh Allaban (Egypt)

Professor of printing press & Vice- Dean for Community Service at the Faculty of Mass
Communication, Cairo University

Prof. Dr. Othman Al Arabi (KSA)

Professor of Public Relations and the former head of the media department at the Faculty of Arts –
King Saud University

Prof. Dr. Abden Alsharef (Libya)

Media professor and dean of the College of Arts and Humanities at the University of Zaytuna – Libya

Prof. Dr. Waled Fathalha Barakat (Egypt)

Professor of Radio & Television and Vice- Dean for Student Affairs at the Faculty of Mass
Communication, Cairo University

Prof. Dr. Tahseen Mansour (Jordan)

Professor of Public Relations & Dean the Faculty of Mass Communication,
Yarmouk University

Prof. Dr. Ali Kessaissia, (Algeria)

Professor, Faculty of Media Science & Communication, University of Algiers-3.

Prof. Dr. Redouane BoudJema, (Algeria)

Professor, Faculty of Media Science & Communication, University of Algiers-3.

Prof. Dr. Abdul Malek Radman Al-Danani, (Yemen)

Professor, Faculty of Media & Public Relations, Emirates Collage of Technology, UAE.

Prof. Dr. Kholoud Abdullah Mohammed Miliani (KSA)

Professor, Faculty of Communication & Media, King Abdulaziz University, KSA.

Prof. Dr. Tariq Mohamed Al-Saidi (Egypt)

Professor, Faculty of Specific Education, Menofia University, Egypt.

Journal of P R research Middle East



Journal of Public Relations Research Middle East

Scientific Refereed Journal - Supervision by Egyptian Public Relations Association - Thirteenth Year - Fifty-fifth Issue - January / March 2025

IF of the Supreme Council of Universities 2024 = 7

ICR IF 2021/2022 = 1.569

Arcif Impact Factor 2024 = 1.75

Abstracts of Arabic Researches:

- *Associate Prof. Dr. Dina Mohamed Mahmoud Assaf - Port Said University*
The Impact of the Educational Media Specialist's Usage of Augmented Reality Technology on the Visual Perception of the Media Message for People with Disabilities 7
- *Dr. Abeer Abdel Hamid Salem - MSA University*
The Impact of Media on Environmental Awareness and Environmental Behaviors of Egyptian Public: Field Study 8
- *Dr. Musaab Faieh Saleh Alharbi - King Abdulaziz University*
The Relationship between Special Events and Perception of the Dimensions of the Kingdom of Saudi Arabia Image in Light of Vision 2030: A Case Study of Riyadh Hosting the World Expo 9
- *Dr. Mona Ebrahim Abdelhafz Abdrasol - Al-Azhar University*
Mechanisms of Employing Israeli Diplomacy to Improve the Image during the War on Gaza 2024: Analytical Study of the Israel Speaks Arabic Page on Facebook 10
- *Dr. Samr Ibrahim Osman - Port Said University*
▪ *Dr. Maryam Youssef Mohamed Rakha - Port Said University*
Selective Criteria Affecting Podcast Listening and their Relationship to Strengthening Youth's Social Identity in the Digital Age: within the Framework of the Structural Functional Approach 11
- *Mohammed Abdulaziz Aldawood - King Saud University*
The Role of Artificial Intelligence Applications in Developing Work Methods in Public Relations Departments of Technical Institutions in KSA: A Survey Study 12

(ISSN 2314-8721)

Egyptian National Scientific & Technical Information Network
(ENSTINET)

Egyptian Public Relations Association
(EPRA)

With the permission of the Supreme Council for Media Regulation in Egypt

Deposit Number: 24380 /2019

Copyright 2025@APRA 

www.jpr. epra.org.eg