مجلة كلية الآداب

مجلة دورية علمية محكمة

نصف ســنوية

العدد السابع والأربعون
أبريل ٢٠١٧

مجلة كلية الآداب.. مج ١، ع ١ (أكتوبر ١٩٩١م) .
بنها : كلية الآداب . جامعة بنها، ١٩٩١م
مج؛ ٢٤ سم.
مرتان سنويا (١٩٩١) وأربعة مرات سنويا (أكتوبر ٢٠١١) ومرتان سنويا (٢٠١٧)

١ . العلوم الاجتماعية . دوريات . ٢. العلوم الإنسانية . دوريات.

مجلة كلية الآداب جامعة بنها

مجلة دورية محكمة

العدد السابع والأربعون

الشهر : أبريل ٢٠١٧

عميد الكلية ورئيس التحرير : أ.د/ عبير فتح الله الرباط

نائب رئيس التحرير : أ.د/ عربى عبدالعزيز الطوخى

الإشراف العام : أ.د/ عبدالقادر البحراوى

المدير التنفيذى : د/ أيمن القرنفيلى

مديرا التحرير : د/ عادل نبيل الشحات

: د/ محسن عابد محمد السعدنى

سكرتير التحرير : أ/ إسماعيل عبد اللاه

رقم الإيداع ٦٣٦١ : ٦٣٦٣ لسنة ١٩٩١

ISSN: 1687-2525

المجلة مكشفة من خلال اتحاد المكتبات الجامعية المصرية

ومكشفة ومتاحة على قواعد بيانات دار المنظومة على الرابط:

http://www.mandumah.com

ومكشفة ومتاحة على بنك المعرفة على الرابط:

http://jfab.journals.ekb.eg

هيئة تحرير المجلة

أ.د/عبير فتح الله الرباط	عميد الكلية ورئيس مجلس الإدارة ورئيس التحرير
أ.د/عربى عبدالعزيز الطوخى	نائب رئيس التحرير
أ.د/عبدالقادر البحراوى	الإشراف العام
د/أيمن القرنفيلى	المدير التنفيذى
د/عادل نبيل	مدير تحرير المجلة
د/محسن عابد السعدنى	مدير تحرير المجلة
أ/إسماعيل عبد اللاه	سكرتير التحرير

السلوك الاتصالى للشباب المصرى فى علاقته بالتقنيات التكنولوجية المتطورة "البودكاست نموذجاً"
دراسة فى استخدام الشباب المصرى لتقنية البودكاست والاشباعات المتحققة والتأثيرات السلوكية المتوقعة

د/ أمل محمد خطاب
المدرس بقسم الاعلام
كلية الآداب – جامعة بنها

مقدمة

تشير العديد من الدراسات في مجال الإعلام وتكنولوجيا الاتصال إلى أهمية التقنيات المتطورة للتكنولوجيا في التواصل بين أفراد المجتمع؛ بل يرى البعض أن هذه التطبيقات أخذت تسيطر على كثير من الاستخدامات والإشباعات لدى فئة الشباب في شتى العلوم والمعارف، ، وتجاوز دورها من مجرد منصات للتواصل وتكوين الصداقات والدردشة إلى أدوات للعمل الاجتماعى وفق مفاهيم جديدة للمشاركة الاجتماعية والاصلاح المجتمعى.

فالتحولات التي تخلقها هذه التكنولوجيات على المستخدمين ليست فقط علمية وتقنية ومادية بل هي اجتماعية نفسية وحتى أنثروبولوجية، مست هذه التحولات كل مجالات الحياة و كل الشرائح الاجتماعية، فتقنيات الإتصال التكنولوجية لم تعد مجرد وسائل لنقل الأخبار، بل تجاوزت ذلك لتستحوذ على مجال التكوين بفضل دخولها الفعلي الدائم في الحياة اليومية للأفراد، فاصبح الفرد الأنترنتي فى تعامله مع الشاشة واستعماله حواسه وجسده، يمثل نفسه آلة إلكترونية، الامر الذى خلق علاقة تأثر وتأثير (نفوذ اجتماعي social influence) الذى يشير الى التبدل الذي يحدث فى أحكام ومواقف وآراء الاشخاص المستخدمين لتقنيات الاتصال التكنولوجى والذى يمكن اعتباره حالة من التفاعل الاجتماعى.

ومن هذه التطبيقات يأتي البودكاست والذي يعرف في عالمنا العربي باسم التدوين الصوتي، وهو عبارة عن سلسلة دورية من الملفات الصوتية او المرئية التي تتحدث عن مجال أو موضوع معين يقوم بانتاجها مؤسسات أو أفراد وبثها عن طريق الإنترنت في منصات معينة خاصة بها لتصل إلى الجمهور المستهدف (*)، ويمكن للمستخدمين الاشتراك في خدمة البودكاست وتحميل الحلقات الجديدة عند صدورها تلقائيًا بمجرد الاتصال بالإنترنت، وذلك باستخدام برامج التقاط البودكاست

Podcatchers مثل تطبيق بودكاست Podcasts App لأجهزة الآيفون والآيباد والآيبود والماك، أو تطبيق مثل ستتشر Stitcher لأجهزة الأندرويد مثل سامسونج جالكسي وغيره، ويكون الاشتراك عبر الضغط على أيقونة أر إس إس الخاصة بالبودكاست أو زر الاشتراك (subscribe). فبمجرد الضغط يتلقى المستمع الخيارات المتاحة لتنزيل البودكاست بالطريقة التي يرغب بها، ويتلقى مع ظهور كل حلقة جديدة إشعارا، بحيث لا يضطر لفتح الموقع الخاص بالبودكاست لتنزيله.

والبودكاست تعبير مُركّب ناتج عن عملية جمع أو دمج لبعض أحرف كلمتين الاولى : "بود" Pod وتشير إلى مخزن أو مستودع أو إلى جهاز مشغل الصوت الشهير من شركة أبل: آيبود – .iPod ، و كلمة " كاست" Cast وتعني: البثّ، وأول من استعمل هذه التسمية هو الصحفي والإعلامي البريطاني "بان هامرسلي" (Ben Hemmersley) في واحدة من مقالاته لصحيفة الجارديان البريطانية، عندما أشار إلى أنه يبحث عن تسمية لوسيط جديد يعمل على اكتشافه، وأنه فكر في استعارة كلمة "بود" من شركة آبل (Ipod) وكاست (Cast) القادمة من برودكاستنغ (Broadcasting)التي تعني البث أو الإذاعة (**).

ظهر البودكاست في أواخر عام ٢٠٠٤ مع ظهور الجيل الثاني من تقنيات وتطبيقات «الويب ٢.٠»، أي الجيل الجديد من المواقع التي تعتمد على التفاعل ومشاركة الروابط والوسائط المتعددة الصوتية والمرئية، بعيدا عن النمط التقليدي في المنتديات والساحات على شبكة الإنترنت.

ومع إتاحة خدمات الإنترنت بأسعار رخيصة وتدني أسعار الهواتف النقالة، تضاعفت فرص الوصول إلى "البودكاست"، وقد بلغ عدد البالغين الذين يعرفون معنى مصطلح التسجيلات الصوتية (البودكاست) في العام ٢٠٠٦، ٢٢% فقط. ولكن ارتفعت النسبة في العام ٢٠١٧ لتصل إلى ٦٠%، ما يُشير إلى زيادة شعبية التسجيلات الصوتية ، وفي العام نفسه ٢٠١٧استمع ٤٠% من السكان في الولايات

المتحدة إلى البودكاست ، في وقت يتوقع ارتفاع عائدات الإعلانات المنشورة على التسجيلات الصوتية في نهاية العام إلى٢٢٠ مليون دولار أي بمعدل نمو سنوي يبلغ ٨٥%. [١]

وقد بدأ بث البودكاست كملفات صوتية بالاستفادة من خدمات الانترنت للاشخاص التي تريد إثراء معارفها فى مجالات عديدة ولا تملك الوقت للقراءة وذلك باستغلال حاسة السمع لديهم ، ولاقى نجاحا كبيراً فى عديد من البلاد الاجنبية وهنالك ثراء وتنوع كبير في المحتوى الصوتي باللغة الإنجليزية .

ونتيجة لهذا الاقبال من المستخدمين على هذه التقنية الصوتية قام موقع يوتيوب بتشجيع المبدعين وتحفيزهم للنشر داخل المنصة فى برنامج شراكة من خلال خاصية «الأدسنس»، وهو برنامج إعلاني تابع لشركة «جوجل»، يعطى عائدات مالية مقابل نشر الفيديو على يوتيوب [***]، فكان ميلاد البودكاست المرئى ، فأصحاب القنوات الفاعلة يمكنهم الانضمام إلى يوتيوب كي يحققوا مكاسب من تلك الإعلانات التي تظهر قبل وبجانب فيديوهاتهم، وكلما انتشرت فيديوهاتم وحصدت مشاهدات أكثر كانت المكاسب أكبر، لذلك فهم مستمرون في الإبداع والنشر وتحسين جودة المحتوى حتى يحصل على انتشار اكبر، فهى دائرة مغلقة تولد المزيد من الإبداع، والجميع يخرج من المعادلة رابح: اليوتيوب – صناع المحتوى – وأخيراً المستخدم العادي الذي يصله محتوىً ذو جودة عالية.

وعلى الرغم من تأخر ظهور البودكاست الناطق بالعربية الا ان هناك نمو جيد ومتسارع في المحتوى الرقمي العربي سواءً السمعى أو المرئي، فى مجالات متعددة منها التقنية، الرياضة، الفنون، الثقافة، الاستثمار، الصناعة، الاقتصاد، السياسة، التعليم، السفر، التربية، وأسلوب الحياة، وغيرها من المجالات.

ويقدم هذه التقنية باللغة العربية افراد ومؤسسات اهلية غير رسمية منها رصيف ٢٢، Kerning Cultures، فيمينا FeMENA ، "علم اف ام"، و"إحكي يا مصر، وغيرها، وهو ما شجع بعض منظمات المجتمع المدنى والاذاعات والتلفزيونات الرسمية الى اطلاق خدمة البودكاست على مواقعها من خلال بث برامج مختاره من برامجها مثل قناة فرانس ٢٤ الناطقة بالعربية وقناة العربية وبودكاست بي بي سي إكسترا العربى، وبودكاست القسم العربي في الخدمة الدولية لهيئة الإذاعة والتلفزيون اليابانية NHK World، الذى يتناول بالتحليل أحدث المستجدات السياسية والاقتصادية والتكنولوجية والاجتماعية والثقافية والرياضية في اليابان وأحدث التطورات في الشرق الأوسط وآسيا وسائر العالم والرؤية اليابانية لها.

الإجراءات المنهجية للدراسة

الدراسات السابقة

أظهرت عديد من الدراسات استخدامات الشباب للتقنيات التكنولوجية ووسائل الاعلام الجديد والاشباعات المتحققة منها وتأثيرات ذلك عليه ومنها: دراسة (نجوى عبدالسلام، ١٩٩٨) [٢] التى سعت للتعرف على استخدام الشباب المصري لشبكة الإنترنت، وتوصلت إلى أن الشباب المصري يستخدم شبكة الإنترنت للحصول على المعلومات، حيث أكد ٨١.٢% من أفراد العينة أن عملية الحصول على المعلومات من شبكة الإنترنت تتسم بالسهولة بينما اعتبرها ١٥% منهم عملية صعبة.

وأضافت دراسة (حنان جنيد، ٢٠٠٣) [٣] أن الشعور بالمتعة وتجديد النشاط والتخلص من الملل من أهم دوافع استخدام الإنترنت وذلك من خلال دراستها عن تكنولوجيا الاتصال التفاعلى "الإنترنت" وعلاقتة بدرجة الوعي السياسي لدى طلاب الجامعات الخاصة المصرية:

وكشفت نتائج دراسة (Shelley,Boulianne 2007) [٤] عن إمكانية تنشيط الحياة المعرفية للشباب من خلال الإنترنت، وانتهت الدراسة إلى أن شبكة الإنترنت تستطيع أن تزيد من كم المعلومات العامة لدى الشباب .

وسعت دراسة (مون يومنج ٢٠٠٨)[٥]لاستكشاف دوافع وسلوك استخدام طلاب جامعة "بن" بالولايات المتحدة الامريكية لتقنية البودكاست، وتم تطبيق الدراسة على عينة قوامها ٦٣٦ طالب جامعي، ووجدت هذه الدراسة أن الطلاب قد يكون لديهم ستة دوافع لاستخدام البودكاست هى: التسلية، التفاعل الاجتماعي والرفقة، الترفيه والاسترخاء، التعليم والمعلومات، الهروب، الهوايه، واخيراً الاستمتاع.

واظهرت الدراسة ان البودكاست أصبحت تستخدم على نطاق واسع بين الطلاب كوسيلة جذابة لعملهم الدراسي، وناقشت الدراسة اوجه التشابه والاختلاف بين مستخدمى البودكاست ومستخدمى تطبيقات التكنولوجيا الاخرى بشأن دوافع المستخدمين، والعلاقات المتبادلة والتنبؤية بين الدوافع والسلوك ووجدت انها تتشابه الى حد كبير.

وسعت دراسة (Raake,Jhon,and Bonds,J 2008) [٦] إلى معرفة كيفية استخدام طلاب الجامعة لموقعي (الفيس بوك وماي سبيس) والإشباعات المتحققة منهما، وخلصت الدراسة إلى أن أكثر الإشباعات التي تنتج عن استخدام هذه الشبكات هي التفاعل الاجتماعي والتواصل مع الاصدقاء .

وهو ما يتفق مع دراسة (Cozma, and Ancu ٢٠٠٩) [٧] التي انتهت إلى أنه من الدوافع الرئيسية للدخول على الصفحات الشخصية للمرشحين السياسين للانتخابات الامريكية في موقع (ماي سبيس) التفاعل الاجتماعي والتواصل مع الآخرين.

وخلصت دراسة (Uriste,et al 2009) [٨] إلى أن الشباب يستخدم موقعي (الفيس بوك وماي سبيس) بدافع التواصل مع الأحداث الاجتماعية في حياة الأصدقاء بسهولة ويسر.

وسعت دراسة (Steven McClung &Kristine Johnson 2010)[٩] الى التعرف على أنماط وصفات مستخدمي البودكاست. بالتطبيق على عينة قوامها ٣٥٤ فرد، وتشير النتائج إلى أن الجزء الأكبر من مستخدمي بودكاست حاصلين على تعليم عالى ويفضلون الاستماع إلى البودكاست عبر الأجهزة المحمولة، وان حوالي ٩٠٪ من المستخدمين أبلغوا بالفعل عن اسم البرنامج الذي تم استخدامه فى الاستماع . وتشمل دوافع استخدام البودكاست الترفيه، وبناء المكتبة .

وأكدت دراسة (مختار حمزه ٢٠١٦) [١٠] على أنّ الشباب يتابع المواقع الالكترونية عبر الانترنت بدافع سرعتها والحرية التي تتوفر له في تلقِّي المعلومات ونشرها، ويعتبرها موضوعية وصادقة فيما تتناوله. وتبين أنّ ٦.٨٣ %منهم يتخذون موقفاً مما تتناوله، واتفقوا على أنّها تعمل على بناء صور ذهنية لديهم عن الموضوعات التي تتناولها ، وأنّها زادت من تحصيلهم المعرفي. وخلُصت الدراسة إلي أنّ للمواقع تأثيراً على المتلقِّي يتفاوت بين التأثير المعرفي والتأثير في المواقف والتأثير في السلوك .

وأظهرت دراسة (حيدر محمد زين ٢٠١٣) [١١] دوافع المبحوثين نحو المواقع الإلكترونية الاجتماعية التى تتمثّل في التعرف على الأصدقاء وتبادل الأفكار والمعلومات والأخبار، واكدت الدراسة على دور الإعلام التفاعلي في التغيير الاجتماعي فهى تساهم في تشكيل آرائهم إزاء الأحداث التي تطرأ على المجتمع وبالتالي تساهم في تشكيل وعيهم وما يدور حولهم.

وتوصلت دراسة (ليلى الضو سليمان ٢٠١٧) [١٢] الى اسهام التعرض للمواقع الالكترونية في زيادة الكفاءة المهنية والنجاح الوظيفي وذلك بالتطبيق على عينة قوامها (١٠٠٤ شاب وشابة) .

وتوصلت دراسة (سلوى محمد أحمد عزازي٢٠١٧) [١٣] الى ان الدوافع النفعية جاءت في المرتبة الأولى لاستخدام الشباب المواقع الإخبارية العربية، حيث حدد معظم المبحوثين فوائد استخدام المواقع الإخبارية في زيادة الثقافة الشخصية والوصول للأخبار غير المتاحة في الوسائل التقليدية والتحكم في مستوى المعلومات التي يحصلون عليها، ثم دافع التعبير عن الرأي متمثلا في وجود فرصة للتعليق ، في المقابل كانت دوافع التسلية أقل ما يمكن حيث حددت نسبة قليلة (٥.٢%) من الشباب مستخدمي المواقع الإخبارية فوائد استخدام المواقع الإخبارية بأنها شغل وقت الفراغ والتسلية، يليه دافع تكوين صداقات والتعرف على أراء الآخرين عبر منتديات الموقع الإخباري، والذي حدده (١.٤%) فقط من المبحوثين.

واكدت دراسة حديثة نشرت فى مجلة اديسون للبحوث[****] ٢٠١٧ [١٤] عن استخدمات البودكاست الى استمرار ارتفاع معدل الاستماع الى البودكاست شهريا فى الولايات المتحدة الامريكية من ٢١٪ إلى ٢٤٪ ، وذلك فى الفئة العمرية الاكثر استخداما التى تقع بين ١٨-٥٤، وتميل قليلا الذكور ، ويكون الاستخدام الاساسى بغرض التعلم ، وتوصلت الدراسة الى ان المنزل هو موقع تفضيل الاستخدام الاول للبودكاست من خلال الهاتف الذكى تليه السيارة .

مشكلة الدراسة

في ضوء نتائج الدراسات السابقة التى اكدت على توسع قاعدة استخدام وتعرض واعتماد الشباب على تقنيات وتطبيقات تكنولوجيا الاتصال في الحياة اليومية وفى التفاعل مع الأحداث الجارية وقضايا الشأن العام ، فى ضوء ذلك تتشكل أهمية

هذه التقنيات فى كونها وسيلة اتصال يتعاظم استخدام الشباب لوسائطها لتحقيق اشباعات معينة تساهم فى تشكيل سلوكه واتجاهاته .

وهنا، تبرز مشكلة الدراسة في تحديد السلوك الاتصالي للشباب المصري في علاقته بالتقنيات التكنولوجية المتطورة البودكاست نموذجاً ، خاصة بعد ان أصبح الإعلام الرسمي والخاص لا يستجيب لاحتياجاته المعرفية والاتصالية، وانحسار المجال العام والفضاءات التقليدية.

ومن خلال الملاحظة الاستكشافية ومتابعة التطور الملحوظ لتقنية البودكاست يتبين انتشارها المتعاظم ، وهو ما يستدعي التعرف على حجم هذا الانتشار وأسبابه ومدى تأثيرها وقوتها، والدوافع الحقيقية وراء استخدام الشباب المصرى هذا النمط من الإعلام وفيما يُستخدم، والإشباعات المتحققة منه.

أهداف الدراسة

وفقاً للمشكلة البحثية السابق تحديدها تهدف الدراسة إلى تحديد أبعاد السلوك الاتصالي لدى الشباب المصري من خلال التعرف على حجم استخدامه لتقنية البودكاست ومن ثم تحديد أسباب ودوافع استخدامه لهذه التقنية ، والتعرف على تفضيلاته لانواع البودكاست المختلفة ومدلول ذلك ، ومعرفة التأثير الذى يحدثة استخدام هذه التقنية والاشباعات المتحققة من خلال متابعتة للبودكاست .

تساؤلات الدراسة

تحاول الدراسة الإجابة عن الأسئلة الآتية:

١- ما حجم تعرض الشباب المصري لتقنية البودكاست ؟

٢- ما نوع البودكاست الذى يجذب اهتمام الشباب المصري ؟

٣- ما أسباب ودوافع تعرض الشباب المصري لتقنية البودكاست؟

٤- ما المضامين الإعلامية التي ينتجها الشباب المصري بعد تعرضه لتقنية البودكاست ؟

٥- ما الإشباعات المتحققة باستخدام البودكاست ؟

٦- ما تأثيرات البودكاست في الشباب المصري معرفيا ونفسيا وسلوكيا ؟

مجتمع الدراسة وعيِّنَتُه

يتكون مجتمع الدراسة من فئة الشباب المصري بعدد من المحافظات المصرية (القاهرة، القليوبية، بورسعيد، اسيوط)، وقد رُوعِي في اختيار العينة المتغيرات الديموجرافية التي تتفق وتساؤلات الدراسة، وتم سحبها بأسلوب العينة العمدية المتاحة -خلال الفترة الممتدة من25 مارس إلى 25 مايو٢٠١٧ - تطبيقاً على عيِّنة قوامها ٤٢٠ مفردة ممن يستخدمون تقنية البودكاست . وتبيَّن بعد جمع الوحدات وفرزها عدم صلاحية ٢٠ استبانة منها، ومن ثم أصبح مجموع الاستبيانات الخاضعة للدراسة 400فقط، ويوضح الجدول الآتي خصائص هذه العينة.

جدول رقم (١) يبيِّن خصائص عينة الدراسة

المتغيرات	الفئات	التكرار	النسبة المئوية
النوع	ذكور	١٩٠	٤٧.٥
	اناث	٢١٠	٥٢.٥
المستوى التعليمى	متوسط	٩٦	٢٤
	جامعى	١٦٨	٤٢
	فوق الجامعى	١٣٦	٣٤
السن	١٨-٢٢	١٩٢	٤٨
	٢٣-٢٥	١٣٦	٣٤
	٢٦-٢٩	٥٦	١٤

المتغيرات	الفئات	التكرار	النسبة المئوية
	٣٠-٣٥	١٦	٤
مكان الاقامة	القاهرة	١٠٨	٢٧
	الاسكندرية	١٠٥	٢٦
	القليوبية	٨٠	٢٠
	بورسعيد	٦٨	١٧
	اسيوط	٣٦	٩

ن 400 = مفردة

يوضح الجدول تقارب تمثيل الذكور فى عينة الدراسة من الاناث ، حيث بلغت نسبة الذكور ٤٧.٥ %، بينما بلغت نسبة الإناث ٥٢.٥%.

وعلى المستوى التعليمي تصدَّر طلاب الجامعة عينة الدراسة بنسبة بلغت ٤٢% باعتبارهم الفئة الأكثر اهتماماً واستخداماً للتقنيات الاتصالية المتطورة مثل البودكاست موضوع الدراسة . أمَّا بالنسبة لمتغيِّر الفئة العمرية فقد تصدَّرت الفئة بين ١٨ و ٢٢ عاماً عينة الدراسة بنسبة ٤٨% لكونها أكثر الفئات تفاعلاً مع محيطها الاجتماعي.

وبخصوص متغير الإقامة فقد تصدَّرت القاهرة والإسكندرية والقليوبية قائمة المحافظات التي تتمركز فيها عينة الدراسة بنسب ٢٧% و٢٦% و٢٠% على التوالي.

منهج الدراسة

تعتمد الدراسة منهج المسح الإعلامي عن طريق العينة، ويستهدف الوصول إلى بيانات يمكن تصنيفها وتحليلها وتفسيرها وتعميمها.

أداة جمع البيانات

اعتمدت الباحثة في جمع بيانات الدراسة على صحيفة الاستبيان التي تم تصميمها لتطبيقها على عينة من المستخدمين الشباب عن طريق المقابلة الشخصية . وتضمنت صحيفة الاستبيان الجوانب المختلفة التي تسعى الدراسة إلى التعرف عليها وفقاً لأهدافها، وقد رُوعِي فيها التدرج المرحلي للأسئلة وسهولة الصياغة.

المعالجة الإحصائية للبيانات

تم معالجة البيانات إحصائياً باستخدام نظام التحليل الإحصائي في العلوم الاجتماعية Statistical Package Social Sciences، المعروف اختصاراً بـ SPSS ، وتم تطبيق المعاملات الإحصائية الآتية :التكرارات البسيطة، والنسب المئوية، والمتوسط الحسابي، والانحراف المعياري، والوزن المئوي، واختبار t– test، ومُعامِل ارتباط بيرسون .

المدخل النظري للدراسة

تعتمد الدراسة على مدخل الاستخدامات والإشباعات الذي يهتم بدراسة الاتصال الجماهيري دراسة وظيفية مُنْتَظِمة تركز على الوظائف الأساسية لوسائل الإعلام من وجهة نظر الأفراد المستخدمين لها والمستهلكين لمحتواها[15] ، ويهدف هذا المدخل إلى الإجابة عن سؤال أساسي : ما الدوافع التي تجعل الجمهور يتعرض لوسائل الإعلام؟ وما الإشباعات التي تتحقق نتيجة هذا التعرض؟ [١٦]

وقد قسَّم إلياهو كاتز وجي بلومر وميشال جورفيتش دوافع التعرض لوسائل الإعلام والاتصال إلى فئتين، الأولى :الدوافع النفعية، وتستهدف التعرف على الذات واكتساب المعرفة والمعلومات والخبرات، وجميع أشكال التعليم بوجه عام التي تعكسها نشرات الأخبار والبرامج التعليمية والثقافية وغيرها، والفئة الثانية : الدوافع الطقوسية، وتستهدف الاسترخاء والصداقة والأُلفة مع الوسيلة والهروب من المشكلات، وتعكس

هذه الفئة الأفلام والمسلسلات وغيرها [١٧].

بينما صنَّف لورنس وينر الإشباعات التي يبحث عنها الجمهور لتحقيقها إلى نوعين، الأولى : إشباعات المحتوى، وهي التي تنتج عن التعرض لمحتوى الرسالة الإعلامية وترتبط بها أكثر من ارتباطها بنوع الوسيلة المستخدمة، والثانية :إشباعات عملية الاتصال، وهي الإشباعات التي تتحقق نتيجة اختيار الفرد لوسيلة اتصالية معينة، ولا ترتبط مباشرة بخصائص الوسيلة(تقليدية–حديثة) وتنقسم إلى إشباعات شبه توجيهية وإشباعات شبه اجتماعية [١٨].

وقد استفادت الدراسة من هذا المدخل في التعرف على دوافع استخدام الشباب المصري لتقنية البودكاست النفعية منها والطقوسية في ضوء وظائف هذه الوسيلة الجديدة والتي تختلف عن وسائل الاتصال والإعلام التقليدية، ثم الإشباعات المتحققة من استخدام هذه التقنية مقارنة بالتقنيات الاخرى.

نتائج الدراسة الميدانية

اولاً : وسائل الإعلام الأكثر استخدامًا لدى الشباب عينة الدراسة خلال فترة البحث

جدول رقم(٢) يُبيِّن وسائل الإعلام الأكثر استخدامًا لدى الشباب المصري فى فترة الدراسة

وسائل الاعلام	التكرار	النسبة المئوية
صحف مطبوعة	٧٢	١٨
مجلات عامة ومتخصصة مطبوعة	٦	١.٥
قنوات فضائية	٧٥	١٨.٧٥
المحطات اذاعية	٢٣	٥.٧٥
شبكة الانترنت	٢٢٤	٥٦
المجموع	٤٠٠	١٠٠

يوضح الجول رقم (٢) تصدَّر الإنترنت قائمة أكثر الوسائل الاتصالية

استخداماً من قبل المبحوثين، تلاها التليفزيون ثم الصحف المطبوعة والراديو، وجاءت المجلات العامة والمتخصصة المطبوعة في الترتيب الأخير.

ويرجع سبب تصدُّر الإنترنت للوسائل الأكثر استخداماً لدى الشباب كونها تحظى بانتشار واسع حالياً مقارنة بالوسائل التقليدية الأخرى؛ حيث تجاوز عدد مستخدمي الإنترنت حسب تقرير حديث صادر عن وزارة الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات إلى ارتفاع عدد مستخدمى الإنترنت فى مصر إلى نحو ٧ ملايين مستخدم خلال عام، منهم نحو ٣ ملايين خلال شهر، حيث أشار التقرير إلى وصول عدد مشتركى الإنترنت إلى ٣٣.١٩ مليون مستخدم فى أبريل ٢٠١٧ مقارنة بـ٣٠.٤٥ مليون فى مارس ٢٠١٧، و ٢٦.٨ مليون فى أبريل ٢٠١٦[١٩]. وأوضح تقرير مؤشرات وزارة الاتصالات الصادر فى اغسطس ٢٠١٧ ان نسبة مستخدمى الإنترنت عن طريق المحمول بلغت ٣٣.٢٢% من إجمالى مشتركى المحمول مقارنة بـ٣٠.٤٨% فى مارس ٢٠١٧ و ٢٧.٣٧% فى أبريل ٢٠١٦ [٢٠]. ، وأوضح الجهاز المركزي للتعبئة العامة والإحصاء أن عدد مستخدمي الإنترنت ارتفع خلال العام ٢٠١٦ بنسبة تتجاوز العشرة في المئة ليبلغ أكثر من ٣٨ مليون شخص. واوضح ان هناك تنوع فى طرق الاتصال بشبكة الإنترنت في مصر، مشيرة إلى ارتفاع عدد متصفحي الشبكة من خلال الهواتف المحمولة، إلى ٢٧ مليون مستخدم[٢١].

وقد أصبحت الإنترنت بفضل تكنولوجيا الإتصال الحديثة توفر خدمات ومزايا يمكن من خلالها الاستغناء عن وسائل الإعلام التقليدية نسبياً، وهو ما يعطي السبق للتقنيات وللمواقع الإلكترونية التي أسهمت في السنوات الأخيرة في جذب أنظار الرأي العام، ولهذه الأسباب أنشأت بعض وسائل الإعلام التقليدية منصات على شبكة الانترنت لتُمكِّن جمهورها من الوصول إلى المحتوى الذي تقدمه بسهولة والتفاعل معه بشكل آني ومواكبة الاحداث الداخلية والخارجية السياسية منها والاجتماعية والثقافية

والعلمية وغيرها.

ثانياً : حجم استخدام الشباب المصري لتقنية البودكاست

جدول رقم(٣) يوضح حجم استخدام الشباب المصري لتقنية البودكاست خلال فترة الدراسة

معدل التعرض للبودكاست	التكرار	النسبة المئوية
دائماً	٩٥	٢٣.٧
احياناً	٢٨٧	٧١.٨
نادراً	١٨	٤.٥
المجموع	٤٠٠	١٠٠

توضح نتائج الدراسة أن ٧١.٨ %من أفراد العينة يتعرضون بصفة غير دائمة (احياناً) للبودكاست ، وبشكل دائم (دائماً) بنسبة% 23.7 ، ثم بصفة نادرة (نادراً) بنسبة% 4.5 ، وهو ما يشير إلى الارتفاع النسبى لمعدل تعرُّض الشباب المصري عينة الدراسة لتقنية البودكاست؛ حيث تتسع دائرة استخدامها والإقبال على هذا النمط الجديد من الإعلام نظراً لسماته وخصائصه التي يتميز بها لاسيما سهولة الحصول على المعلومة وسرعة نشرها وقِلَّة تكلفتها فهى خدمة مجانية، ولإمكانية الإستماع إليها والقيام بأمور أخرى في نفس الوقت بعكس القراءة التي تستحوذ على الإنتباه الكلي فضلاً عن سهولة تحميلها في مشغل الوسائط والإستماع إليها في أي وقت وايقافها ليتم استكمالها وقت الحاجة، كما يمكن للمستخدم التقدم إلى النقطة التي تعجبه تاركا النقاط التي لا تعجبه.

وقد حتَّمت هذه البيئة الاتصالية الجديدة على بعض المؤسسات الاعلامية الرسمية وغير الرسمية ببعض الدول الاعتماد على هذا النمط من الإعلام الجديد في مخاطبة الشباب وتزويده بالمعلومات المختلفة عبر مواقع االبودكاست الرسمية لها والتواصل مع الجمهور العام، وهو ما تمت ترجمته من خلال اطلاق هذه الخدمة على

مواقع اعلامية مثل بودكاست قناة فرانس ٢٤ وبودكاست قناة الجزيرة وقناة العربية وبودكاست بي بي سي إكسترا وبودكاست القسم العربي في الخدمة الدولية لهيئة الإذاعة والتلفزيون اليابانية NHK World وغيرها.

ثالثاً : انواع البودكاست التى يتابعها الشباب المصري عبر البودكاست

جدول رقم (٤) يبيِّن انواع البودكاست التى يتابعها الشباب المصري عبر تقنية البودكاست

انواع البودكاست التى يتابعها الشباب	التكرار	النسبة المئوية
اقتصاد وبورصة	١١٦	١٤.٢٣
أخبار الإنترنت والتقنية ووسائل الإعلام الجديدة	١١٣	١٣.٨٦
رياضى	٤٨	٥.٨٨
الدينى	٣٥	٤.٢٩
تعلم اللغات	٥٤	٦.٦٢
سياحة وأثار	٥٨	٧.١١
الألعاب والأنميشن	٦٥	٧.٨٩
تجميل واكسسوارات	٣٨	٤.٦٦
اخبار السياسة	٣٥	٤.٢٩
فنون الطهى وترتيب المنزل	٢٥	٣.٠٦
ادب وثقافة	٣١	٣.٨٠
علوم	١٥	١.٤٨
مجتمع	١٢٥	١٥.٣٣
الأفلام والمسلسلات والاغانى والموسيقى	٤٥	٥.٥٢
اخرى	١٢	١.٤٧

ملاحظة : يشمل (مجموع التكرارات) 815 (نتيجة اختيار أفراد العينة لأكثر من إجابة).

يبين الجدول السابق ان أهم انواع البودكاست التى تشغل اهتمامات الشباب هو الذى يتناول القضايا والمشكلات الاجتماعية فى المجتمعات العربية ويطرحها للنقاش ويقدم حلول وبدايل حلول لها وذلك بنسبة تفضيل تصل الى ١٥.٣٣ % ، ومن الامثلة التى ذكرها المبحوثين: بودكاست (Update أبديت) الذى يساهم في تنمية القيم والمهارات الإيجابية وتفعيل الطاقات لدى الفرد والمجتمع ويهدف إلى "رسم صورة المجتمع الإيجابية، وتنمية المهارات الفعالة "، وبودكاست عيش حياتك الذى يتكلم عن مواضيع تطوير الذات، والتنمية الشخصية، وإدارة الوقت والحياة، ووضع وتحقيق الأهداف ،والسعادة ، والثقة بالنفس والإيجابية بدروس مستفادة من اساتذة التدريب الشخصي أمثال طارق السويدان وطارق الحبيب وجاسم المطوع وإبراهيم الفقي وأشخاص إيجابيين مثل أحمد الشقيري وغيرهم من أشخاص حققوا النجاح والتميز في الوطن العربي ، وبودكاست " البلد فيها خير " الذى يهتم بقصص ريادة الأعمال تحت شعار "تسعة أعشار الرزق في التجارة"، وبودكاست "تسجيل صوتي للتسويق" الذى يتحدث عن اخبار منصات التسويق الرقمية ، وافضل الممارسات وقصص نجاح واخفاقات. وهناك ايضاً "بودكاست صوتي" تحكي فيه هناء الحكيم عن أيامها مع سرطان الثدي، وأحياناً أخرى تطلع المستمع على بعض ما تعلمته من فوائد طبية ونفسية وغيرها مما يتعلق بالمرض جعلت حياتها أسهل. وتقدم نصائح متعلقة باهمية الكشف المبكر، مع عرض مقاطع مرئية ومقالات مترجمة ذات صلة بمرض سرطان الثدي، وهناك بودكاست "مجتمع وحوار" الذى يعرض قضايا اجتماعية مثل الهجرة والتطورات الاجتماعية في أوروبا والعالم العربي إلى جانب طبيعة وأنماط حياة الجالية العربية والإسلامية في ألمانيا وأوروبا ورصد تجارب المعاناة والاخفاق والنجاح لبعض النماذج الحقيقية، الى جانب انواع اخرى من البودكاست الذى يتاقش قضايا مثل المساواه وعدم التمييز على اساس النوع والدين، وقضايا البطاله وعرض نماذج نجاح لاصحاب مبادرات ومشاريع ناجحه، وغيرها

ويدل هذا الاتجاه فى تفضيل واهتمام الشباب بهذا النوع من القضايا على رغبة الشباب المصرى فى تطوير الذات ومناقشة المعوقات الاجتماعية المحيطة به داخل مجتمعه بهدف التغلب عليها وتخطيها للانطلاق فى حياة جديدة صحية وناجحة .

ثم يأتى فى المرتبة الثانية البودكاست الاقتصادى الذى يقدم معلومات عن القضايا الاقتصادية وخدمات البورصة ، مثل بودكاست "أعمال كاست " وهو متخصص في الأعمال والمشاريع الاقتصادية وموجه لشباب وفتيات الأعمال، وبودكاست "مانسترو" ويناقش موضوعات القيادة و الإدارة بشكل عام وادراة السندات الماليه بشكل خاص ، وبودكاست Business Box" الذى يتكلم عن مواضيع اعمال اقتصادية مختلفة مع التركيز على قصص الشركات للاستفادة منها، وبودكاست "ستارت مينا" (StartMENA) عن عالم الريادة وعالم الشركات الاقتصادية الناشئة في المنطقة العربية. يهدف البرنامج الى نقل تجربة عدد من الرياديين العرب الى المستخدمين.

يليه فى المرتبة الثالثة البودكاست الذى يهتم باخبار الإنترنت والتقنية ووسائل الإعلام الجديدة بنسبة ١٣.٨٦% ، ومن الامثلة التى ذكرها المبحوثين : بودكاست "تقنيات" الذى يقوم بتعريف المصطلحات التقنية واستخداماتها ويقدم تعريف بالبرامج والمواقع الخدمية ، وبودكاست "واحد واثنين" الذى يناقش استخدام التكنولوجيا في الحياة بدءاً من الكتابة، إلى تسجيل الملاحظات والتصوير والقراءة وتحقيق الأمن المعلوماتي وحماية النظم وغيرها من الأمور ، وبودكاست "اوتونوماتيكا" الذى يناقش آخر أخبار الروبوتات وعلومها إضافة إلى دروس وبرامج تساعد على تصميم الروبوت وجعلها جزء من حياتنا اليومية ، وبودكاست "هايبر لينك" الذى يناقش آخر أخبار الويب والتكنولوجيا والإعلام الجديد ويحاول تغطية الأخبار بأسلوب جديد يعتمد على النقاش واستضافة شخصيات مهمة في هذا المجال ، وبودكاست "iOS Café "

الذى يطرح نقاشات ومواضيع ممزوجة بروح الدعابه والضحك حول شركة آبل ومنتجاتها المحمولة من الآيفون والآيباد والآيبود ، بودكاست "ضوء" عن التصوير الفوتوغرافي والفن، ومنصة للمهتمين بهذا العالم الجميل ، وبود كاست "نت واصل" الذى يهدف الى توعية المواطن في الشرق الاوسط وشمال افريقيا بحقوقه الرقمية. يستعرض البرنامج القضايا المتعلقة بالانترنت من خلال استضافة خبراء معنين في هذا المجال، بالاضافة الى استطلاع اراء الناس.

وفى المرتبة الرابعة يأتى البودكاست الذى يهتم بالألعاب والأنميشن بنسبة ٧.٨٩%، ومن الامثلة التى ذكرها المبحوثين: بودكاست "تحكم" يقدم الالعاب الجديدة والقديمة من خلال حوار بين مجموعة من اللاعبين بأسلوب مرح وشيق، وبودكاست "Gamers Dashboard" متخصص في تقديم أخبار الألعاب بشكل مختصر ويجيب على إستفسارات المستخدمين، وبودكاست lucky Generation Gamers" جيل اللاعبين المحظوظين الذى يقدم برامج وأخبار تخص عالم الألعاب الإلكترونية باللغة العربية ، وبوكادست "كرتون كرتون" الذى يعرض آخر التطورات في عالم الرسوم المتحركة والانميشن، وبودكاست "فانكتسو " يهتم بالأنمي المانجا، والثقافة الشعبية اليابانية. ويتكلم عن الأخبار، نقاشات لأشياء ومواضيع في عالم الأوتاكو، و اخيراً بودكاست WeeklyDonut ويكلي دونت عبارة عن بودكاست أسبوعي يناقش فيه أنيميشن معين بتفصيل مع المتابعين.

وفى المرتبة الخامسة جاء البودكاست الذى يقدم جولات تتعلق بموضوعات السياحة والاثار و بنسبة ٧.١١ %، مثل بودكاست بسنت نور الدين الذى تتحدث فيه عن اصل الاماكن التراثية والمزارات السياحية فى مصر ونشأتها وحكايات عن الاماكن والبشر، وبودكاست "true Egypt – KMT" لنورا هشام مرشدة سياحية تقدم معلومات مبسطة عن العادات المصرية الصحيحة والمتوارثة عبر السنين واصلها وتاريخ بعض المعالم السياحية والاماكن والمزارات فى مصر .

وجاء فى المرتبة السادسة من اهتمام الشباب بالبودكاست الذى يقدم محاضرات فى تعلم اللغات سواء الاجنبية او اللغة العربية وذلك بنسبة تفضيل وصلت الى ٦.٦٢ %، مثل بودكاست "لنتعلم اللغة الصينية" ، وبودكاست ESLPod "لتعلم اللغة الانجليزية ، وغيرها.

وفى المرتبة السابعة البودكاست الذى يهتم باحداث الشأن الرياضى بنسبة ٥.٨٨%، ومن الامثلة التى ذكرها المبحوثين: بودكاست "الكورة معنا" يهتم بتقديم اخبار الساحرة المستديرة ، وبودكاست "عالم الرياضة" يتناول أهم مباريات الدوري الألماني، ودوري أيطال أوروبا وأبرز الأحداث الرياضية العالمية ، وبودكاست "صدى المصارعة" هو أول بودكاست عربي يتعلق بأحداث المصارعة الحرة الحاصلة في اسبوع ، وبودكاست "الرياضة للفوز" يتحدث عن كل ما هو جديد ومهم في عالم كرة القدم والرياضة الخليجية والعربية والعالمية، وبودكاست "هاتريك"attrick Podcast هو بودكاست يناقش ابرز ماحدث في الكرة الاوروبية خلال الاسبوع .

وفى المرتبة الثامنة البودكاست الذى يهتم بالأفلام والمسلسلات والاغانى والموسيقى، بنسبة٥.٥٢ %، ومن الامثلة التى ذكرها المبحوثين: بودكاست Cinema FTW يتابع آخر أخبار عالم السينما بالإضافة إلى مناقشة آخر الأفلام وأفضلها، بودكاست ScreenCrew يناقش فيها فريق العمل جديد الافلام، المسلسلات والبرامج التلفزيونيه، وبودكاست كشكول يهتم بكل ما له علاقه بالأفلام، المسلسلات الأجنبية .

وفى المرتبة التاسعة جاء البودكاست الذى يهتم بالتجميل والاكسسوارات بنسبة ٤.٦٦ %، وتظن الباحثة انها تفضيلات المبحوثات من الاناث حيث تم ذكر امثلة لبودكاست يهتم بالمكياج والازياء وقصات الشعر وافضل الاماكن للتسوق وغيرها مثل بودكاست : Alia Awwe" ، وغيرها.

بينما تراجع اهتمام الشباب المصرى بالبودكاست الذى يناقش القضايا السياسية الى المرتبة العاشرة حيث حاز على نسبة تفضيل ٤.٢٩% ، وهو ذات الاهتمام الذى حصل عليه البودكاست الذى يناقش القضايا الدينية ، وربما دل ذلك على عزوف الشباب المصرى اللآن عن الاهتمام اوالمشاركة فى الشأن السياسى تاركاً إياه للنخب الحاكمة، أو للنخب المعارضة – خاصة بعد نجاح ثورة ٣٠ يونيو– ودل ايضاً على ثقتهم فى قيادتهم السياسية التى تدير الامور وفق منظور مرضى لهم وادراكهم ان اعادة بناء الوطن لن يكون الا بالعمل وتطوير الذات والخروج من نفق التواكل على الحكومة فى توفير فرص العمل وهو ما عبرت عنه موشرات ترتيب التفضيل الذى اظهر ان الاهتمام بقضايا المجتمع وتطوير الذات وعرض تجارب النجاح وريادة الاعمال جاء فى المرتبة الاولى من التفضيلات

ويمكن تفسير عدم اقبال الشباب على متابعة البودكاست الدينى بارتفاع درجة وعى الشباب بعدم التعرض والانصات للامور الدينية الا من خلال القنوات الشرعية الموثوق فيها لعظم تاثير الفكر الدينى بشكل عام على الأنساق الإجتماعية والإقتصادية والسياسية والأمنية فى المجتمع بكافة طبقاته وشرائحه خاصة فى اوساط الشباب التي تسعى إلى التغيير بطبيعتها ولديها استعداد لتقبل ما يعرض ويبث ، وهذا انما يدل على ارتفاع وعى الشباب فى هذا الشأن بشكل ايجابى .

وياتى اهتمام الشباب بالبودكاست الادبى والثقافى فى المرتبة الثانية عشر بنسبة ٣.٨٠ % ، وهذا يتماشى مع حال الشباب كما يعكسه الواقع الآن الذى لا تدخل الثقافة والادب ضمن اولويات ترتيب اجندة اهتماماته ، ومن الامثلة التى ذكرها المبحوثين: بودكاست "ورّاق " وتقوم فكرته على تلخيص كتاب كل أسبوعين، مع كتابة نص التلخيص على الموقع، بالإضافة إلى معلومات عن الكتاب، صورة لغلاف الكتاب، اسمه واسم مؤلفه عدد صفحاته وسعره ، وبودكاست " فنجان قهوة" الذى يهتم بتقديم ثقافة ومعلومات من جميع انحاء العالم ، وبودكاست " في مكتب موليكيلو" هو

بودكاست يهدف إلى توفير المعرفة باستخدام نهج التعليم بالترفيه ، و بودكاست "أدبيات "الذى يتحدث عن الكتابة الإبداعية ، وبودكاست "المعرفة قوة " الذى يحلل ويناقش أبرز الأفكار التي تعرضها أدوات المعرفة من كتب ومقالات. وبودكاست "معارف مقروءة" يعمل على نشر المعرفة في مختلف المجالات ، بأسلوب جذاب عبر مقاطع يومية قصيرة.

يليه فى المرتبة الثالثة عشر البودكاست الذى يهتم باخبار فنون الطهى وترتيب المنزل بنسبة ٣.٠٦%.

وجاء فى المرتبة الرابعة عشر من اهتمامات الشباب عينة الدراسة بنسبة ١.٤٨% البودكاست الذى يناقش الموضوعات العلمية، ومن الامثلة التى ذكرها الشباب : بودكاست "العلوم والتقنية " الذى يقدم أحدث التطورات في مجال الطب والبيئة وتقنية المعلومات، وبودكاست "عِلم إف إم" المهتم باخر أخبار العلوم من فيزياء، وأحياء، وكيمياء، وبودكاست، SciTalk السايتوك عبارة عن بودكاست صوتي عن العلم والعلماء ويتناول في كل حلقة قصة حياة عالم أو نظرية علمية كان لها أثر كبير في تغيير الحضارة البشرية ، وبودكاست "أبجد" يتحدث عن مواضيع مختلفة في تاريخ العلوم .

واخيراً احتلت فئة اخرى نسبة ١.٤٧% ، والتى جاء فيها – كما اشار المبحوثين – الى المواضيع الخفيفة المتنوعه مثل بودكاست "سمع" الذى يهتم بكل ما هو خارج عن الطبيعة فهو يختص بعلم الميتافيزيقيا حيث يتحدث عن أشياء مثل حورية البحر وقارة أطلانتس المفقودة وحتى السفر عبر الزمن وكل ما يُثير العقل البشري، وبودكاست Random Show " الذى يتحدث كما جاء فى شعاره (بودكاست عربي بنتكلم فيه عن أي حاجة وكل حاجة وكمان الولاحاجة)، بالاضافة

الى بودكاست يتناول نتائج الثانوية العامة، والسيارات الفارهة الخاصة بالفنان محمد رمضان، وغيرها من الموضوعات المنوعه.

رابعاً : أسباب اعتماد الشباب المصري على تقنبة االبودكاست

جدول رقم(٥) يوضح أسباب اعتماد الشباب المصري على تقنبة االبودكاست

أسباب اعتماد الشباب المصري على تقنبة االبودكاست	التكرار	النسبة المئوية
وسيلة تساعد على اكتساب الخبرات	٩٢	١٢.٦
وسيلة محايدة لا تخضع للرقابة أو سيطرة الحكومات	١٦٥	٢١.٣٩
وسيلة لتحقيق التفاعل مع الأحداث الجارية	٨٤	١١.٥
وسيلة تثير موضوعات جديدة	٢٢٣	٣٠.٥٤
وسيلة تقدم المعلومات بشكل جديد	١٥٧	٢٣.٨٩
مجموع	٧٣٠	١٠٠

ملاحظة: (يشمل مجموع التكرارات) ٧٣٠ (نتيجة لاختيار أفراد العينة لأكثر من إجابة).

تتنوع أسباب اعتماد الشباب المصري على تقنية البودكاست ، حيث أشار أفراد العينة إلى وجود خمسة أسباب تدفعهم للاعتماد على هذه التقنية؛ جاء في مقدمتها أنها وسيلة تثير موضوعات جديدة ٣٠.٥٤% ، ثم لأنها وسيلة تقدم المعلومات بشكل جديد بنسبة ٢٣.٨٩%، ويُعدُّ هذان المتغيران من المعايير الأساسية لمتابعة وسائل الاعلام بشكل اساسى (ماذا قيل وكيف قيل) حيث افاد المبحوثين من الشباب ان خدمة البودكاست تدخل في إطار إعلام جديد تستخدمه فئة لديها الشعور أن الإعلام التقليدي لا يمثلها حيث انه يقدم موضوعات لا تثير اهتمامه او فضوله فضلا عن جمود اسلوب التقديم وعدم تجديده لكن "البودكاستيين " يتميزون من خلال

ما يطرحونه من مواضيع جادة تلمس واقعهم بطريقة فكاهية. وهذا المزج بين الجدية والفكاهة يتماشى مع روح الشباب واسلوب حياته الحالى.

وجاء في المرتبة الثالثة أنها وسيلة محايدة لا تخضع للرقابة أو سيطرة الحكومات بنسبة ٢١.٣٩% ، وفى المرتبة الرابعة انها وسيلة تساعد على اكتساب الخبرات وسيلة بنسبة ١٢.٦% ، واخيراً فى المرتبة الخامسة انها وسيلة لتحقيق التفاعل مع الأحداث الجارية بنسبة ١١.٥٠% .

وتبدو هذه النتائج منطقية في إطار التعرض الانتقائي لتقنية البودكاست، فعندما يستحوذ موضوع معين على اهتمام الشباب فقد يدفعه ذلك إلى زيادة التعرض لوسائل الإعلام التي تتناول الموضوع، وبالتالي قد يتأثر بما تبثه من معلومات وآراء وأفكار.

خامساً : دوافع تعرض الشباب المصري لتقنية البودكاست

جدول رقم (٦) يُبيِّن دوافع تعرُّض الشباب لتقنية البودكاست

دوافع تعرض الشباب لتقنية البودكاست	دائماً		احياناً		لا		الوسط الحسابى	الانحراف المعيارى	الوزن النسبى
	ك	%	ك	%	ك	%			
أولًا : الدوافع النفعية:									
١- دوافع التزود بالمعلومات - مجموع الأوزان= ٤٧٢.٤									
تتيح لي معرفة أشياء عن الآخرين من القادة ونجوم المجتمع	٦٨	١٧	١٥٦	٣٩	١٦٧	٤٤	٢.٢٧	٠.٧٣	٧٥.٦
تتيح لي القيام بأشياء لم أفعلها واكتساب مهارات جديدة	٦٦	١٦.٥	١٥١	٣٧.٨	١٨٣	٤٥.٨	٢.٢٩	٠.٧٣	٧٦.٣
أجد فيها إجابة عن مشكلات كثيرة وطرق حلها	٢٧	٦.٨	١٥٢	٣٨	٢٢١	٥٥.٣	٢.٤٨	٠.٦٢	٨٢.٦

متابعة الأحداث والقضايا الجارية اقليمياً ودولياً	٥٦	١٤	١٥٩	٣٩.٨	١٨٥	٤٦.٣	٢.٣٢	٠.٧٠	٧٧.٣
الحاجة إلى فهم الواقع	٣١	٧.٨	١٤٥	٣٦.٣	٢٢٤	٥٦	٢.٤٨	٠.٦٣	٨٢.٦
زيادة معلوماتي عن متغيرات المجتمعات الدولية	٦٣	٩	١٩٢	٤٨	١٧٢	٤٣	٢.٣٤	٠.٦٣	٧٨
٢ دوافع التفاعل الاجتماعي – مجموع الأوزان= ٢٨٤.٢									
تساعدني على التحدث مع الآخرين فى موضوعات جديدة	٤٧	١١.٨	١٩٤	٤٨.٥	١٥٩	٣٩.٨	٢.٢٨	٠.٦٦	٧٦
تمكنني من التواصل والتفاعل مع الأهل والأصدقاء باسلوب جديد	٥٥	١٣.٨	١٤٦	٣٦.٥	١٩٩	٤٩.٨	٢.٣٦	٠.٧١	٧٨.٦
تشجعنى على إقامة علاقات اجتماعية متعددة	٧٦	١٩	٢٢٠	٥٥	١٠٤	٢٦	٢.٣٢	٠.٨٣٦	٧٧
إحدى التقنيات الاتصالية الحديثة التى تقرب بين الأصدقاء	٤٨	١٢	١٥٦	٣٩	١٩٦	٤٩	٢.٣٧	٠.٦٨٨	٧٩
مجرد التعود على تقنية تكنولوجية جديد	٨٣	٢٠.٨	١٤٨	٣٧	١٦٩	٤٢.٣	٢.٢١	٠.٧٦	٧٣.٦
٣–دوافع حرية الاختيار – مجموع الأوزان= ٣٧١.٧									
تتيح لي الاختيار بين العديد من الموضوعات الجارية	٥٦	١٤	٢٤٨	٦٢	٩٦	٢٤	٢.١	٠.٦٠٩	٧٠
أستطيع من خلالها أن أحدِّد وقت متابعة الموضوعات	٣٢	٨	٢٠٤	٥١	١٦٤	٤١	٢.٣٣	٠.٦١٨	٧٧.٧
أستمتع بالصور والفيديوهات التى تصاحب الموضوعات	٩٦	٢٤	٨٠	٢٠	٢٢٤	٥٦	٢.٢٩	٠.٤٩٦	٧٦
التمتع بمصاحبة الأسرة والأصدقاء في الحوار والدردشة	٩٢	٢٣	١٦١	٤٠.٣	١٤٧	٣٦.٨	٢.١٣	٠.٧٦	٧١
تسمح لي بكتابة التعليقات على الموضوعات	٧٦	١٩	٢٢٠	٥٥	١٠٤	٢٦	٢.٣٢	٠.٨٣٦	٧٧

ثانيًا :الدوافع الطقوسية:								
١-دوافع الاتصال المتبادل - مجموع الأوزان= 400.1								
تسمح لي بمشاركة الصور والفيديو مع الأصدقاء	٢١	٥.٣	١٦٣	٤٠.٨	٢١٦	٤٥	٢.٤٨	٠.٥٩	٨٢.٦
تسمح لي بعمل روابط على صفحات أخرى	٣٠	٧.٥	١٨٥	٤٦.٣	١٨٥	٤٦.٣	٢.٣٨	٠.٦٢	٧٩.٣
أستطيع متابعة الموضوعات الأكثر تصحفاً وتقييمها	٤٦	١١.٥	١٥٠	٣٧.٥	٢٠٤	٥١	٢.٣٩	٠.٦٨	٧٩.٦
القضاء على الشعور بالوحدة	٣٦	٩	١٧٠	٤٢.٥	١٩٤	٤٨.٥	٢.٣٩	٠.٦٤	٧٩.٦
تمكنني من الاتصال بمقدمى البودكاست والتحاور معهم	٢٥	٦.٣	١٩٩	٤٩.٨	١٧٦	٤٤	٢.٣٧	٠.٦٠	٧٩
2-دوافع التسلية والمتعة - مجموع الأوزان= 393.9									
تساعدني على الاسترخاء	١١٢	٢٨	١٩٢	٤٨	٩٦	٢٤	١.٩٦	٠.٧٢٠	٧٥.٣
تساعدني على شغل وقت الفراغ	٣٢	٨	١٩٩	٤٩.٨	١٦٩	٤٢.٣	٢.٣٤	٠.٦٢	٧٨
تُشعرني بالمتعة عند استخدامها	١٥٦	٣٩	٢٤٠	٦٠	٤	١	٢.٥٩	٠.٥١٢	٨٦.٣
التخلص من الملل والقلق	٦٦	١٦.٥	١٤٣	٣٥.٨	١٩١	٤٧.٨	٢.٣١	٠.٧٣	٧٧
تقدم لي التسلية التي أحتاج إليها	٦٥	١٦.٣	١٤٠	٣٥	١٩٥	٤٨.٤	٢.٣٢	٠.٧٣	٧٧.٣
٢-دوافع الهروب من الضغوط - مجموع الأوزان= 297.6									
تزودني بالإثارة التي أرغب فيها	٣١	٧٨	١٥٣	٣٨.٣	٢١٦	٥٤	٢.٤٦	٠.٦٣	٨٢
تزودني بالحيوية والطاقة	٦٦	١٦.٥	١٧٥	٤٣.٨	١٥٩	٣٩.٨	٢.٢٣	٠.٧١	٧٤.٣
تساعدني على نسيان ضغوط العمل	٦٠	١٥	١٨٤	٤٩	١٥٦	٣٦	٢.٢٤	٠.٦٩٥	٨١.٣
تساعدني على الهروب من الأعباء التي أقوم بها	١٦٠	٤٠	١٦٠	٤٠	٨٠	٢٠	١.٨٠	٠.٧٤٩	٦٠
إجمالي أوزان الدوافع= 2219.9									

تبين نتائج الجدول السابق تنوع دوافع الشباب المصري لاستخدام تقنية البودكاست حيث جاءت دوافع التزود بالمعلومات في المقدمة، وورد مجموع العبارات الدالة على هذا الهدف بوزن نسبي بلغ ٤٧٢.٤%.

وجاءت دوافع الاتصال المتبادل في الترتيب الثاني بوزن نسبي بلغ ٤٠٠.١%، تلاها دوافع التسلية والمتعة حيث بلغ وزنها النسبي ٣٩٣.٩% ، في الوقت الذي جاءت فيه دوافع حرية الاختيار بوزن نسبي أقل ٣٧١.٧%، ثم دوافع الهروب من ضغوط الحياة اليومية بوزن نسبي ٢٩٧.٦% ، واخيراً جاءت دوافع التفاعل الاجتماعي كأقل مجموعة أوزان نسبية بلغت ٢٨٤.٢% ، وهو ما يدل على أن دوافع التعرض لتقنية البودكاست تصدَّرتها الدوافع المعرفية، ثم الاهتمام بالمحيط العربي والدولي، تلا ذلك اكتساب خبرات جديدة، والحاجة إلى فهم الواقع المجتمعى، والتعرف على الطريقة التي يحل بها الآخرون قضاياهم، والقضاء على الشعور بالوحدة، والتفاعل الاجتماعي مع الأصدقاء، وملء وقت الفراغ والتسلية والاسترخاء والتخلص من الملل، ونسيان المشاكل اليومية والتخلص من ضغوط الحياة، وتعلُّم مهارات مفيدة، ثم تأتي باقي الدوافع كما يشير إليها الجدول رقم (٦) .

وتؤكد هذه النتائج أن الشباب المصري يتعرض لتقنية البودكاست بدوافع نفعية أكثر من تعرضه لتلك التقنية بدوافع طقوسية، ويمكن ربط ذلك بالمرحلة العمرية للشباب والتطور التقني في وسائل الاعلام وتكنولوجيا الاتصال، وسعيهم إلى تكوين الذات معرفياً وثقافياً عبر منصات إعلامية جديدة، لكن لا يمكن تجاهل الدوافع الطقوسية بالنسبة لاستخدام كل جديد دون النظر إلى قيمته، والتعامل مع البودكاست باعتباره وسائل للتسلية والترفيه.

كما تشير النتائج إلى زيادة شدة الدوافع النفعية للتعرض لتقنية البودكاست لدى الشباب١١٢٨.٣% عن الدوافع الطقوسية ١٠٩١.٦% ، ويبدو من تحليل المؤشرات الإحصائية أن تقنية البودكاست باعتبارها سلوكاً اتصالياً يرتبط بالعديد من

الدوافع المعرفية والطقوسية؛ تشبع لديهم دوافع المعرفة وزيادة المعلومات في المجالات الاجتماعية، وتجعلهم يشعرون بنوع من الإحساس بالذات، بالإضافة إلى ما تُحقِّقه من متعة وتسلية وقضاء الوقت والاسترخاء والهروب من أعباء الحياة اليومية.

سادساً : المضامين الإعلامية التي ينتجها الشباب المصري بعد تعرضه لتقنية البودكاست

جدول رقم(٧) يُبيِّن المضامين الإعلامية التي ينتجها الشباب بعد تعرضه لتقنية البودكاست

المضامين الإعلامية التي ينتجها الشباب المصري	دائماً		احياناً		لا	
	ك	%	ك	%	ك	%
تدوين المشاهدات اليومية عن الأحداث الجارية بالمجتمع المصرى	٢٨٦	٢١	١١٤	١٣.٧	٠	٠
تقديم تجارب ناجحة لافراد فى المجتمع المصرى	٢٩١	٢١.٤	١٠٩	٨.٨	٠	٠
تقديم معلومات ارشادية عن مراكز تدريبية وتعليمية في الواقع المصري	٢٩١	٢١.٤	١٠٩	٨.٨	٠	٠
رصد معالجة الحكومة للأحداث وموقفه تجاهها	٢٤٨	١٦.٦	١٦٤	٤٥.٢	٦	١٠٠
تقديم مقترحات حلول لبعض مشاكل المجتمع	٢٧٦	١٩.٧	١٢٤	٢٣.٥	٠	٠

اكد الشباب افراد العينة انهم يقومون بانتاج مضامين اعلامية بعد تعرضهم للبودكاست ونشرها عبر منصات الكترونية خاصة بهم كمواقع التواصل الاجتماعى بغرض مشاركة الاخرين بها واوضحت نتائج الجدول السابق أن ٢١.٤% من مجموع أفرد العيِّنة يقومون بتقديم تجارب ناجحة لافراد فى المجتمع المصرى ومعلومات ارشادية عن مراكز تدريبية وتعليمية في الواقع المصري، وان ١٩.٧% من مجموع افراد العينة يحرصون على تقديم مقترحات حلول لبعض مشاكل المجتمع، وان ١٦.٦% من افراد العينة يحرصون على رصد معالجة الحكومة للأحداث وموقفه تجاهها، وهو ما يُبرز الاستخدامات المتنامية للبودكاست لدى الشباب عينة الدراسة،

وتعكس هذه النتائج وجهات نظر ومواقف ترتبط بتوجهات وانتماءات الشباب المصري.

سابعاً: قيم المضامين الإعلامية التي ينتجها الشباب المصري بعد تعرضه للبودكاست

جدول رقم (٨) يُبيِّن أهم القيم التي يحرص الشباب المصري على إنتاجها في المضامين الإعلامية

القيم التي يحرص الشباب المصري على إنتاجها في المضامين الإعلامية	المتغيرات		الترتيب
	ك	ن	
الحرية والمساواة	٥٠	١٢.٥	٢
الكرامة الإنسانية	٤٠	١٠	٤
العدالة الاجتماعية	٧٠	١٧.٥	١
الديمقراطية السليمة	٣٨	٩.٥	٥
الوحدة الوطنية	٤٨	١٢	٣
الانتماء الوطني	٣٤	٨.٥	٧
التسامح مع الآخر	٢٨	٧	٩
الحوار مع الآخر	٣٢	٨	٨
الوعي	٢٤	٦	١٠
الإصلاح الاجتماعى والتغيير للأفضل	٣٦	٩	٦
المجموع	٤٠٠	١٠٠	–

يبيِّن نتائج الجدول السابق أن القيم التي يحرص الشباب المصري على إنتاجها في المضامين الإعلامية من وجهة نظرهم وبعد تعرضهم لتقنية البودكاست

تشمل في المرتبة الأولى قيم العدالة الاجتماعية بنسبة ١٧.٥%، تليها قيم الحرية والمساواة بنسبة ١٢.٥%، ثم الوحدة الوطنية بنسبة ١٢% ، فالكرامة الإنسانية بنسبة ١٠%، والديمقراطية السليمة بنسبة 9.5% ، فالإصلاح السياسي والتغيير للأفضل بنسبة ٩%، والانتماء الوطني بنسبة ٨.٥%، فالحوار مع الآخر بنسبة ٨%، والتسامح بنسبة ٧% وأخيراً الوعي السياسي والاجتماعي بنسبة ٦% ، وهو ما يشير إلى حرص الشباب على أن يتضمن إنتاجهم الأهداف التي انتشرت على الساحة السياسية والاجتماعية المصرية فى الفترة الاخيرة من عدالة اجتماعية وحرية وكرامة إنسانية وديمقراطية ووحدة وطنية وإصلاح سياسي واجتماعي، بينما تراجعت قيم الحوار والتسامح، التي تكشف طبيعة المشهد الراهن؛ حيث باتت حالة الاستقطاب والصراع قائمة.

ثامناً : الإشباعات المتحققة من التعرض لتقنية البودكاست

جدول رقم (٩) يُبيِّن الإشباعات المتحققة من التعرض لتقنية البودكاست

اشباعات التعرض لتقنية البودكاست	دائماً		احياناً		لا		الوسط الحسابى	الانحراف المعيارى	الوزن النسبى
	ك	%	ك	%	ك	%			
أولًا :إشباعات المحتوى(المضمون) مجموع الأوزان= ٧١٤.٧									
١- إشباعات توجيهية - مجموع الأوزان =322.9									
معرفة ما يحدث في مصر	٦١	١٥.٦	١٣٢	٣٣.٨	١٩٧	٥٠.٥	٢.٣٤	٠.٧٣	٧٨
التعرف على القضايا والأحداث الجارية	٢٧	٦.٩	١٥١	٣٨.٧	٢١٢	٥٤.٤	٢.٤٧	٠.٦٢	٨٢.٣
طرح موضوعات للتواصل مع الأهل والأصدقاء	٣٧	٩.٥	١٥٦	٤٠	١٩٧	٥٠.٥	٢.٤١	٠.٦٥	٨٠.٣
تساعدني على المشاركة الفاعلة في الأحداث الجارية	٢٩	٧.٤	١٤٨	٣٧.٩	٢١٣	٥٤.٦	٢.٤٧	٠.٦٣	٨٢.٣
٢- إشباعات اجتماعية – مجموع الأوزان = ٣٩١.									
الاندماج الاجتماعي في المحيط	٥٦	١٤.١٤	١٦٣	٤١.٨	١٧١	٤٣.٨	٢.٢٩	٠.٧٠	٧٦.٣
اكتساب مهارات جديدة من الآخرين	٣٣	٨.٥	١٥٩	٤٠.٨	١٩٨	٥٠.٨	٢.٤٨	٠.٦٤	٨٠.٦
الحصول على معلومات للمناقشة مع الآخر	٢٢	٥.٦	١٨٦	٤٧.٤	١٨٣	٤٦.٩	٢.٤١	٠.٥٩	٨٠.٣
التعرف على مشاكل الآخرين وهمومهم	٤٧	١٢.١	١٧٤	٤٤.٦	١٦٩	٤٣.٣	٢.٣١	٠.٦٧	٧٧

معرفة كيفية قضاء احتياجاتي الشخصية	٤٣	١١	١٧٢	٤٤.١	١٥٧	٤٤.٩	٢.٣٣	٠.٦٦	٧٧.٦
ثانيًا: إشباعات عملية الاتصال (الوسيلة) – مجموع الأوزان= ٧٧٥.٤									
١- إشباعات شبه توجيهية – مجموع الأوزان= ٣٠٧.٩									
التخلص من الملل والتوتر	٤٥	١١.٥	١٨٩	٤٨.٥	١٥٦	٤٠	٢.٢٨	٠.٦٥	٧٦
السعي نحو نسيان الهموم الشخصية	٥٣	١١	١٦٩	٤٣.٣	١٧٨	٤٥.٦	٢.٣٤	٠.٦٦	٧٨
الرغبة في الراحة والاسترخاء	٥٠	١٢.٨	١٨٣	٤٦.٩	١٧٥	٤٠.٣	٢.٢٧	٠.٦٧	٧٥.٦
الهروب من الحياة اليومية	٧٢	٦.٩	١٩٨	٥٠.٨	١٦٥	٢٤.٣	٢.٣٥	٠.٦٠	٧٨.٣
٢- إشباعات شبه اجتماعية – مجموع الأوزان= ٤٦٧.٥									
تُشعرني بالمتعة والسعادة	٧٤	١٩	١٤٣	٣٦.٧	١٧٣	٤٤.٤	٢.٢٥	٠,٧٥	٧٥
القضاء على وقت الفراغ	٢٧	٦.٩	١٦٨	٤٣.١	١٩٥	٥٠	٢.٤٣	٠.٦٢	٨١
التخلص من الشعور بالوحدة	٥٢	١٣.٣	١٧١	٤٣.٨	١٦٧	٤٢.٨	٢.٢٩	٠.٦٨	٧٦.٣
الفضول وتقدير الذات	٣١	٧.٩	١٧٤	٤٤.٦	١٨٥	٤٧.٤	٢.٣٩	٠.٦٣	٧٩.٦
التميز عن الآخرين	٤٩	١٢.٦	٢٠٢	٥١.٨	١٣٩	٣٥.٦	٢.٢٣	٠.٦٥	٧٤.٣
معرفة عادات وتقاليد الشعوب الأخرى	٣٧	٩.٥	١٤٤	٣٦.٩	٢٠٩	٥٣.٦	٢.٤٤	٠.٦٦	٨١.٣

إجمالي أوزان الإشباعات = ١٤٩٠.

تتنوع إشباعات الشباب المصري فى استخدامه لتقنية البودكاست؛ حيث جاءت إشباعات الوسيلة في مقدمة الإشباعات المتحققة من التعرض للبودكاست، وبلغ مجموع العبارات الدالَّة عليه بوزن نسبي قدره ٧٧٥.٤% ، وجاءت الإشباعات شبه الاجتماعية بمجموع أوزان ٤٦٧.٥% ، والإشباعات شبه التوجيهية بمجموع أوزان قدره 307.9 % ، بينما جاءت إشباعات المحتوى في الترتيب الثاني من حيث مجموع أوزان عباراته وبلغ مجموع الوزن النسبي له 714.7 % ،مقسَّمة إلى إشباعات اجتماعية بمجموع أوزان بلغ 391.8 %، ثم إشباعات توجيهية بمجموع أوزان قدره 322.9%، حيث تشير نتائج الجدول إلى أن متغيرات" زيادة معرفتي بالأحداث الجارية، وقدرتي على فهم الواقع الراهن والمشاركة في فعالياته، والاطلاع على تجارب الآخرين"، شكَّلت أهم أوجه الاستفادة المتحققة للشباب المصري نتيجة تعرضه لتقنية البودكاست بوزن نسبي ٨٢.٣% لكل منهما، تلاها التعرف على ثقافة الشعوب بوزن نسبي 81.3 %، ثم الحصول على موضوعات تصلح للنقاش مع الآخرين، ومعرفة ثقافات جديدة والانفتاح على العالم، ثم جاء باقي الإشباعات، كما يشير الجدول رقم (٩).

كما جاءت إشباعات المحتوى التوجيهية في مقدمة الإشباعات المتحققة نتيجة استخدام تقنية البودكاست من حيث معرفة الوضع في مصر، والأحداث الجارية.

أمَّا إشباعات المحتوى الاجتماعية فقد تضمَّنت الارتباط مع الآخر واكتساب معلومات عن الآخرين، ثم الحصول على معلومات للمناقشة، وهو ما يدل على تعدد الإشباعات التي استطاعت تقنية البودكاست تحقيقها.

تاسعاً: تأثيرات تقنية البودكاست في الشباب المصري

جدول رقم (١٠) يوضح تأثيرات تقنية البودكاست في الشباب المصري

الرأى / نوع التأثيرات	موافق		محايد		معارض		المتوسط الحسابى	الانحراف المعيارى
	ك	%	ك	%	ك	%		
أولًا :التأثيرات المعرفية ن = ٤٠٠								
١- جعلتني أكثر وعياً بالقضايا و الأحداث فى مجتمعى	٣٠٥	٧٦.٢٥	٣٣٧	٨٤.٢٥	١١٩	٢٩.٧٥	١.١٨٨٠٠	٠.٧١٦٥
٢-أصبحتُ أستطيع التصرف فى كثير من المواقف	٦٨	١٧	١٧	٥٤.٢٥	٢٣٦	٥٩	١.٩٤١٠٠	٠.٧٧٧٥
٣-أصبحتُ أكثر اقتناعًا بضرورة التعاون بين افراد المجتمع	٢٧	٦.٧٥	٦٣	١٥.٧٥	٤٥	١١.٢٥	١.٨٩١٥٠	٠.٧٢٠٦
ثانياً : التأثيرات الوجدانية ن=٤٠٠								
٤- الشعور بالامل فى غد مشرق	٢٣٥	٥٨.٥٧	٢٢٨	٥٧	٣٣٣	٨٣.٢٥	١.٩١٠٠	٠.٧٢٣٧
٥-الاعتقاد بنجاح بعض المبادرات الفرديه فى مجالات معينة فى المجتمع	١١٥	٢٨.٧٥	١٠٥	٢٦.٢٥	١٢٤	٣١	١.٥١٩٩	٠.٦٥١٠
٦-الشعور بالفخر لانتمائى للوطن المصرى والعربى	٥٠	١٢.٥	٦٧	١٦.٧٥	٤٣	١٠.٥٧	١.٩٢٩٠	٠.٧٦٢٠

ثالثاً : التأثيرات السلوكية ن= ٤٠٠								
7-شاركت بنشر ملفات البودكاست الايجابيةعبر مواقع التواصل الاجتماعى	٥٢	١٣	٣٠.٧٥	١٢٣	٤١	١٠.٢٥	٢.١٥٠٠	٠.٧٥٣٠
٨-- أسهمت في توعية محيطي الجماهيرى ببعض العادات السيئة التى يجب التخلى عنها	١٣٥	٣٣.٧٥	٦٣.٢٥	٢٥٣	١٢٧	٣١.٧٥	١.٤٠٥٠	٠.٥٣٢١
9- اسهمت فى نقل بعض تجارب النجاح لاصدقائى المقربين	٢١٣	٥٣.٢٥	٦	٢٤	٢٣٢	٥٨.٠	٢.٢١٠٠	٠.٢٢٤٣

تكشف نتائج الجدول وجود تأثيرات لمتابعة تقنية البودكاست في عيِّنة الدراسة، وقد تمثَّلت في التأثيرات المعرفية التي تتضمن العبارات أرقام (١.٢.٣) ، والتأثيرات الوجدانية التي تتضمن العبارات (٤.٥.٦)، والتأثيرات السلوكية التي تتضمن العبارات أرقام (٧.٨.٩) .

ويُلاحَظ من خلال بيانات الجدول رقم (١٠) ارتفاع نسبة التأثيرات السلوكية عن التأثيرات الأخرى؛ حيث جاء تأثير(الاسهام فى نقل بعض تجارب النجاح لاصدقائى المقربين) في مقدمة التأثيرات جميعها بمتوسط 2.2100 ، ثم متغير مشاركة المبحوثين فى نشر ملفات البودكاست الايجابية عبر مواقع التواصل الاجتماعى في المركز الثاني بمتوسط 2.1500، وأنها أسهمت في توعية محيطي الجماهيرى ببعض العادات السيئة التى يجب التخلى عنها بمتوسط 1.4050 .

أمَّا التأثيرات الوجدانية فقد ورد تأثير الشعور بالفخر لانتمائى للوطن المصرى والعربى بمتوسط ١.٩٢٩٠ ، والشعور بالامل فى غد مشرق بمتوسط 1.9100 ،

أمَّا الاعتقاد بنجاح بعض المبادرات الفرديه فى مجالات معينة فى المجتمع فجاء بمتوسط 1.5199 .

وبالنسبة للتأثيرات المعرفية فقد جاء متغير" أصبحتُ أستطيع التصرف فى كثير من المواقف "بمتوسط قدره 1.94100 ، أصبحتُ أكثر اقتناعًا بضرورة التعاون بين افراد المجتمع "بمتوسط 1.89150 ، و" جعلتني أكثر وعياً بالقضايا والأحداث فى مجتمعى "بمتوسط 1.18800 .

ويلاحظ من خلال هذه النتائج أن التأثيرات السلوكية جاءت أكثر وضوحاً في إجابات المبحوثين، وهو ما يتفق مع الواقع المصري حيث تكثر مشاركات الشباب لبعض فيديوهات البودكاست فى بعض الاهتمامات مثل تعليم اللغات والتوعية من الامراض والتعريف ببعض برامج التكنولوجيا الجديدة او العاب الفيديو و الانيميشن وغيرها من الموضوعات التى تهم الشباب وذلك عبر مواقع التواصل الاجتماعى او عبر مدوناتهم الشخصية .

الخلاصة

باتت تقنية البودكاست جزء مهم من منظومة الإعلام الجديد ويمكن اعتبار تلك المنصات بمثابة قنوات إعلامية مفتوحة لنشر الآراء والمعلومات والأفكار بين فئة الشباب الذى تولد لديه الشعور أن الإعلام التقليدي لا يمثله، وعليه فقد توصلت الدراسة إلى عدد من النتائج، أهمها:

١. يستخدم الشباب المصرى تقنية البودكاست باعتبارها اعلاماً بديلاً للقنوات الاعلامية التقليدية يتميز بالسهولة فى الحصول على المعلومة وسرعة نشرها وقِلَّة تكلفتها فهى خدمة مجانية، وامكانية الإستماع إليها والقيام بأمور أخرى في نفس الوقت بعكس القراءة التي تستحوذ على الإنتباه الكلي فضلاً عن سهولة تحميلها في مشغل الوسائط والإستماع إليها في أي وقت وايقافها ليتم استكمالها وقت الحاجة، كما يمكن للمستخدم التقدم إلى النقطة التي تعجبه تاركا النقاط التي لا تعجبه.

٢. أن "البودكاستيين" الممثلين للقائم بالاتصال فى البودكاست يتميزون عن غيرهم من القائمين بالاتصال فى وسائل الاعلام التقليدية باسلوب عرض وتقديم ما يطرحونه من مواضيع تلمس واقعهم بطريقة ساخرة أو فكاهية. وهذا المزج بين النقد والسخرية، غائبا بشكل ما عن "القائمين بالاتصال فى الوسائل التقليدية"، حيث الجدية تطغى على كيفية طرح الموضوع.

٣. تفاوُت حجم تعرض الشباب المصري لتقنية البودكاست؛ حيث جاءت معدلات الاستخدام غير الدائم فى المرتبة الاولى يليها معدلات الاستخدام الدائم واخيراً الاستخدام النادر لهذه التقنية التكنولوجية، فوسائل الإعلام الجديد استطاعت إعادة تشكيل خارطة العمل الاتصالي بما تحمله من خصائص، مثل: عالمية الانتشار

وسرعة الوصول للمعلومات والتفاعل وتعدد الوسائط وقلة التكلفة، وهو ما جعل الشباب يستفيدون من كل الخدمات التي توفرها هذه الوسائط.

٤. يفضل الشباب استخدام تقنية البودكاست الذى يتناول قضايا المجتمع وتطوير الذات وعرض تجارب النجاح وريادة الاعمال والمشكلات الاجتماعية وطرحها للنقاش وتقديم حلول وبدايل حلول لها مما يدل على رغبة الشباب المصرى فى تطوير الذات ومناقشة المعوقات الاجتماعية المحيطة به داخل مجتمعه بهدف التغلب عليها وتخطيها للانطلاق فى حياة جديدة صحية وناجحة.

٥. تراجع اهتمام الشباب المصرى بالبودكاست الذى يناقش القضايا السياسية، مما يدل على عزوف الشباب المصرى اللآن عن الاهتمام اوالمشاركة فى الشأن السياسى تاركاً إياه للنخب الحاكمة، أو للنخب المعارضة – خاصة بعد نجاح ثورة ٣٠ يونيو– ويدل ايضاً على ثقتهم فى قيادتهم السياسية التى تدير الامور وفق منظور مرضى لهم وادراكهم ان اعادة بناء الوطن لن يكون الا بالعمل وتطوير الذات والخروج من نفق التواكل على الحكومة فى توفير فرص العمل.

٦. بينت الدراسة عدم اقبال الشباب المصرى بالبودكاست الذى يناقش القضايا الدينية مما يعبر عن ارتفاع درجة وعى الشباب بعدم التعرض والانصات للامور الدينية الا من خلال القنوات الشرعية الموثوق فيها لعظم تاثير الفكر الدينى بشكل عام على الأنساق الإجتماعية والإقتصادية والسياسية والأمنية فى المجتمع بكافة طبقاته وشرائحه خاصة فى اوساط الشباب التي تسعى إلى التغيير بطبيعتها ولديها استعداد لتقبل ما يعرض ويبث ، وهذا انما يدل على ارتفاع وعى الشباب فى هذا الشأن بشكل ايجابى .

٧. شكَّلت الدوافع المعرفية اهم دوافع التعرض لتقنية البودكاست، حيث تصدرت دوافع (التزود بالمعلومات) ، يليها دوافع الاتصال المتبادل، ودوافع التسلية والمتعة ، ثم دوافع الهروب من ضغوط الحياة اليومية، ودوافع التفاعل الاجتماعي.

٨. يعتمد الشباب المصري على تقنية البودكاست بغرض زيادة المعرفة بالأحداث الجارية، والقدرة على فهم الواقع الراهن والمشاركة في فعالياته، والاطلاع على تجارب الآخرين والتعرف على ثقافة الشعوب والحصول على موضوعات تصلح للنقاش مع الآخرين، ومعرفة ثقافات جديدة وخيراً الانفتاح على العالم .

٩. يهتم الشباب المصري بإنتاج مضامين إعلامية بعد استخدامه للبودكاست ونشرها عبر منصات الكترونية خاصة بهم كمواقع التواصل الاجتماعى بغرض مشاركة الاخرين بها ، وتحوى هذه المضامين قيم ايجابية مثل العدالة الاجتماعية والحرية والمساواة والديمقراطية السليمة والانتماء الوطني والحوار مع الآخر والتسامح ، وهو ما يُبرز الاستخدامات المتنامية للبودكاست لدى الشباب عينة الدراسة، ويعكس وجهات نظر ومواقف ترتبط بتوجهات وانتماءات الشباب المصري .

١٠. بينت النتائج أن الشباب المصري يتعرض لتقنية البودكاست بدوافع نفعية أكثر من تعرضه لتلك التقنية بدوافع طقوسية، فهى تشبع لديهم دوافع المعرفة وزيادة المعلومات في المجالات الاجتماعية، وتجعلهم يشعرون بنوع من الإحساس بالذات، بالإضافة إلى ما تُحقِّقه من متعة وتسلية وقضاء الوقت والاسترخاء والهروب من أعباء الحياة اليومية.

١١. اثر التعرض لتقنية البودكاست ايجابياً على سلوك الشباب حيث ساعدهم فى نقل بعض تجارب النجاح لاصدقائهم ، والاسهام في توعية محيطهم الجماهيرى ببعض العادات السيئة التى يجب التخلى عنها.

المصادر والمراجع

(*) يقوم منتج برنامج البودكاست –وقد يكون أي شخص في منزله– بتسجيل وإصدار حلقات البودكاست، ونشرها على حلقات دورية بوضعها على سيرفر أو خادم مخصص لاستضافة الملفات الصوتية للبودكاست، ويحصل المشترك أو المستمع في ذلك البودكاست على تحديث بالحلقات الجديدة فور صدورها عند اتصاله بالإنترنت، وذلك باستخدام تقنية للمزامنة تسمى Syndication بمعنى أن موقع البودكاست الذي يحتوي على الملفات الصوتية للحلقات يستخدم خلاصة آر إس إس RSS المعروفة بـ RSS Feed وهي ملف XML يُنشأ تلقائيًا ويتضمن قائمة بالحلقات التي صدرت عن البودكاست، وتقوم برامج التقاط البودكاست مثل آيتيونز iTunes وستتشر Stitcher بتحميل هذه الخلاصة بشكل دوري لمعرفة ما إذا تم إصدار حلقة جديدة من البودكاست، وتقوم بتنبيه المشترك بوجود حلقات جديدة وتحميلها تلقائيًا أو عند طلب المشترك، كما تقوم بالإشارة إلى الحلقات التي استمع إليها المشترك وتعتبرها حلقات قديمة أو "تم الاستماع إليها".

(**)–Ben Hammersley: Audible revolution, Why online radio is booming ,The Guardian , Feb 11, 2004

https://www.theguardian.com/media/2004/feb/12/broadcasting.digitalmedia

1. Nah, Seungah, Saxton, Gregory, "Modeling the adoption and use of social media by nonprofit organizations", New Media & Society.

http://arxiv.org/ftp/arxiv/papers/1208/1208.3394.pdf

(***)جوجل أدسنس (Google AdSense) هو برنامج إعلاني تابع لشركة جوجل يسمح لأصحاب مواقع الويب بوضع إعلانات علي مواقعهم من خلاله، والإعلانات

تختلف شكلا، إما تكون إعلانات مكتوبة Text Advertisements أو إعلانات مصورة Image Advertisements أو إعلانات فيديو Video Advertisement وهذه الإعلانات تخدم معلنين قد تعاقدوا مع جوجل مسبقا، بحيث يعرض جوجل إعلاناتهم بمقابل مادي يقتسمه جوجل مع أصحاب المواقع التي تظهر فيها الإعلانات. يتم الدفع للإعلانات إما باحتساب عدد الضغطات التي قام بها الزوار Per-Click أو باحتساب عدد المرات التي ظهر فيها الإعلان على الموقع المعلن Per-impression.

للمزيد من المعلومات راجع:

https://ar.wikipedia.org/wiki/%D8%AC%D9%88%D8%AC%D9%84_%D8%A3%D 8%AF%D8%B3%D9%86%D8%B

٢- نجوى عبد السلام : أنماط ودوافع استخدام الشباب المصري لشبكة الإنترنت، الموتمر العلمي الرابع لكلية الإعلام، الإعلام وقضايا الشباب،(كلية الإعلام ، جامعة القاهرة ، مايو ١٩٩٨).

٣- حنان جنيد : تكنولوجيا الاتصال التفاعلى "الإنترنت" وعلاقتة بدرجة الوعي السياسي لدى طلاب الجامعات الخاصة المصرية، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، (يناير- مارس ٢٠٠٣) كلية الإعلام- جامعة القاهرة

4-Boulianne, S. : Connecting, Informing, And Mobilizing Youth And The Advantaged: The Role Of The Internet in Political Engagement (Unpublished Doctoral Dissertation). The University of Wisconsin, Wisconsin, USA ,2007.

5-MUN-YOUNG CHUNG: Podcast Use Motivations And Patterns Among Colleges Students, Master Of Science .,A.Q.

Miller School of Journalism and Mass Communications , College of Arts and Sciences ,KANSAS STATE UNIVERSITY, Manhattan, Kansas , 2008
https://scholar.google.ro/scholar?hl=ro&as_sdt=0%2C5&q=uses = +of+podcast&btnG

6- Raake, J. and Bonds, J(2008) : My Space And Facebook: Applying The Uses And Gratification Theory To Exploring Friend- Networking Sites. Cyberpschology And Behavior, 11(2), 169-174

7- Cozma, R. and Ancu, M.(2009). My space politics: Uses and Gratification of befriending candidates. Journal of Broadcasting and Electronic Media, (53)4, 567-583.

8- Urista, M., Dong, Q., and Day, K. (2009): Explaining why young Adults Use MySpace and Facebook Through Uses and Gratifications Theory. Human Communication, 12(2), 215-229

9-Steven McClung &Kristine Johnson (2010) Examining the Motives of Podcast Users، Journal of Radio & Audio Media, Volume 17, 2010 - Issue 1 .

١٠- مختار حمزه صالح : تأثيرات الاعلام الجديد على المتلقى السودانى، (دكتوراة: جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا ،٢٠١٦) .
http://repository.sustech.edu/handle/123456789/1288/browse?value=%D8%AD%D9%85%D8%B2%D9%87%2C+%D9%85%D8%AE%D8%AA%D8%

A7%D8%B1+%D8%AD%D9%85%D8%B2%D9%87+%D8%B5%D8%A7%D9%84%D8%AD&type=author

١١- حيدر محمد زين عبد الكريم : دور الإعلام التفاعلي في التغيير الاجتماعي، دراسة على عينة من المواقع الإلكترونية (الفيس بوك – التوتير) في الفترة من ٢٠٠٨-٢٠١٢ م ، (رسالة دكتوراه غير منشورة ، جامعة أم درمان الإسلامية، ٢٠١٣).

١٢- ليلى الضو سليمان : مواقع التواصل الاجتماعي ودورها في التحولات الحضارية للشباب،(دكتوراة ، جامعة أم درمان الإسلامية، ٢٠١٧) .

URI: http://repository.sustech.edu/handle/123456789/15964

١٣- سلوى محمد أحمد عزازي : استخدام المواقع الإخبارية والإشباع المتحقق، (رسالة دكتوراة ، جامعة عين شمس ، ٢٠١٧).

http://kenanaonline.com/users/azazystudy/posts/124095

(***)-مجلة إديسون للبحوث هى مجلة معنية باجراء دراسات عن على سلوك المستهلك، و التركيبة السكانية للجمهور والديموغرافيات لمناطق معينة، لتوفير بيانات ومعلومات يمكن الوثوق بها من قبل الشركات للمعلنين والوكالات ومشتري الوسائط.

14- The podcast consumer(2017) : April 18, 2017/0 , Podcast Research, Podcasts /by Edison Research

/http://www.edisonresearch.com/the-podcast-consumer-2017

15- Nah, Seungah, Saxton, Gregory : “Modeling the Adoption And Use Of Social Media By Nonprofit Organizations”, New Media & Society.

http://arxiv.org/ftp/arxiv/papers/1208/1208.3394.pdf

16- David L. Swanson; "Gratification Seeking Media Exposure and Audience Interpretations: Some Directions for Research", Journal of Broadcasting and Electronic Media, 1987, vol 31, No. 3. P. 237- 245.

17- Katz, k., Blumler, J. G., Gurevitch, M.,:"Utilization of Mass Communication By the Individual", in Jay G. Blumler, Elihu Katz (eds.), The Uses of Mass Communication: Current perspectives on Gratifications Research, (Sage Publications, USA, 1974), 3rd , edition, p. 21-22.

18. Lawerence A.Wenner, : "The Nature of New Gratification" In P. Palmgreen, L.A. Wenner, K.E. Rosengren, Media Gratifications Research: current Perspectives, (Beverly Hills, Sage, 1985), p. 171-193.

19-http://www.mcit.gov.eg/ar

20- http://www.youm7.com/Tags/Index?id=1108774&tag=%D8%B9%D9%85%D9%84%D8%A7%D8%A1-%D8%A7%D9%84%D8%A7%D9%86%D8%AA%D8%B1%D9%86%D8%AA

21- http://www.taqaway.net/ar/stakeholders