مجلة البحوث الإعلامية

مجلة علمية محكمة تصدر عن جامعة الأزهر/كلية الإعلام

رئيس مجلس الإدارة: أ. د / سلامة داود - رئيس جامعة الأزهر.

رئيس التحرير : أ. د / رضا عبدالواجد أمين - أستاذ الصحافة والنشر وعميد كلية الإعلام.

نائب رئيس التحرير : أ.م. د / سامح عبدالغني - وكيل كلية الإعلام للدراسات العليا والبحوث.

مساعدو رئيس التحرير:

- أ. د / محمود عبدالعاطي - الأستاذ بقسم الإذاعة والتليفزيون بالكلية
- أ. د / فهد العسكر - أستاذ الإعلام بجامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية (المملكة العربية السعودية)
- أ. د / عبد الله الكندي - أستاذ الصحافة بجامعة السلطان قابوس (سلطنة عمان)
- أ. د / جلال الدين الشيخ زيادة - أستاذ الإعلام بالجامعة الإسلامية بأم درمان (جمهورية السودان)

مدير التحرير: أ. د / عرفه عامر - الأستاذ بقسم الإذاعة والتليفزيون بالكلية

سكرتيرو التحرير:

د / إبراهيم بسيونى - مدرس بقسم الصحافة والنشر بالكلية.

د / مصطفى عبد الحى - مدرس بقسم الصحافة والنشر بالكلية.

د / أحمد عبده - مدرس بقسم العلاقات العامة والإعلان بالكلية.

د / محمد كامل - مدرس بقسم الصحافة والنشر بالكلية.

التدقيق اللغوي:

أ/ عمر غنيم - مدرس مساعد بقسم الصحافة والنشر بالكلية.

أ/ جمال أبو جبل - مدرس مساعد بقسم الصحافة والنشر بالكلية.

المراسلات:

- القاهرة- مدينة نصر - جامعة الأزهر - كلية الإعلام - ت: ٠٢٢٥١٠٨٢٥٦
- الموقع الإلكتروني للمجلة: http://jsb.journals.ekb.eg
- البريد الإلكتروني: mediajournal2020@azhar.edu.eg

- العدد التاسع والستون- الجزء الثاني - جمادى الآخر ١٤٤٥هـ - يناير ٢٠٢٤م
- رقم الإيداع بدار الكتب المصرية: ٦٥٥٥
- الترقيم الدولي للنسخة الإلكترونية: ٢٦٨٢ - ٢٩٢ x
- الترقيم الدولي للنسخة الورقية: ٩٢٩٧ - ١١١٠

الهيئة الاستشارية للمجلة

١. أ.د/ على عجوة (مصر)

أستاذ العلاقات العامة وعميد كلية الإعلام الأسبق بجامعة القاهرة.

٢. أ.د/ محمد معوض. (مصر)

أستاذ الإذاعة والتليفزيون بجامعة عين شمس.

٣. أ.د/ حسين أمين (مصر)

أستاذ الصحافة والإعلام بالجامعة الأمريكية بالقاهرة.

٤. أ.د/ جمال النجار (مصر)

أستاذ الصحافة بجامعة الأزهر.

٥. أ.د/ مي العبدالله (لبنان)

أستاذ الإعلام بالجامعة اللبنانية، بيروت.

٦. أ.د/ وديع العزعزي (اليمن)

أستاذ الإذاعة والتليفزيون بجامعة أم القرى، مكة المكرمة.

٧. أ.د/ العربي بوعمامة (الجزائر)

أستاذ الإعلام بجامعة عبد الحميد بن باديس بمستغانم، الجزائر.

٨. أ.د/ سامي الشريف (مصر)

أستاذ الإذاعة والتليفزيون وعميد كلية الإعلام، الجامعة الحديثة للتكنولوجيا والمعلومات.

٩. أ.د/ خالد صلاح الدين (مصر)

أستاذ الإذاعة والتليفزيون بكلية الإعلام -جامعة القاهرة.

١٠. أ.د/ رزق سعد (مصر)

أستاذ العلاقات العامة - جامعة مصر الدولية.

قواعد النشر

تقوم المجلة بنشر البحوث والدراسات ومراجعات الكتب والتقارير والترجمات وفقًا للقواعد الآتية:

- **يعتمد النشر على رأي اثنين من المحكمين المتخصصين في تحديد صلاحية المادة للنشر.**
- **ألا يكون البحث قد سبق نشره في أي مجلة علمية محكمة أو مؤتمرًا علميًا.**
- **لا يقل البحث عن خمسة آلاف كلمة ولا يزيد عن عشرة آلاف كلمة ... وفي حالة الزيادة يتحمل الباحث فروق تكلفة النشر.**
- **يجب ألا يزيد عنوان البحث (الرئيسي والفرعي) عن ٢٠ كلمة.**
- **يرسل مع كل بحث ملخص باللغة العربية وآخر باللغة الانجليزية لا يزيد عن ٢٥٠ كلمة.**
- **يزود الباحث المجلة بثلاث نسخ من البحث مطبوعة بالكمبيوتر .. ونسخة على CD، على أن يكتب اسم الباحث وعنوان بحثه على غلاف مستقل ويشار إلى المراجع والهوامش في المتن بأرقام وترد قائمتها في نهاية البحث لا في أسفل الصفحة.**
- **لا ترد الأبحاث المنشورة إلى أصحابها .... وتحتفظ المجلة بكافة حقوق النشر، ويلزم الحصول على موافقة كتابية قبل إعادة نشر مادة نشرت فيها.**
- **تنشر الأبحاث بأسبقية قبولها للنشر .**
- **ترد الأبحاث التي لا تقبل النشر لأصحابها.**

جميع الآراء الواردة في المجلة تعبر عن رأي صاحبها ولا تعبر عن رأي المجلة

محتويات العدد

كثافة تعرض طلبة الجامعة لأخبار العنف والجريمة في صحافة الهاتف الذكي وعلاقتها بالتشوهات المعرفية ٥٩١
أ.م.د/ أحمد عبد الكافي عبد الفتاح

منهجية ممارسة الإثنوغرافيا الافتراضية على وسائل التواصل الاجتماعي - في ضوء النظرية المُجَذرة المُرتكزة (Grounded Theory) ٦٥٥
أ.م.د/ انتصار محمد السيد سالم

خطاب مواقع الصحف المصرية الخاصة حول كفاءة الأداء الحكومي في تحسين جودة حياة المواطنين ٧٣١
أ.م.د. فوزي عبد الرحمن الزعبلاوي

سيميائية صورة العدوان على غزة على صفحات المؤسسات الدينية وتفاعلية المستخدمين: الصفحة الرسمية للأزهر الشريف أنموذجًا ٨٠٥
د/ رحاب محمد محروس حسين

التأثيرات السلوكية لمشاهدة الدراما عبر المنصات الرقمية على الشباب ٨٥٥
د/ منة الله حسين مأمون

مصداقية برامج البودكاست كمصدر للمعلومات والأخبار لدى الجمهور المصري - دراسة تحليلية وميدانية ٩٠٣
د/ هبة محمد شفيق عبد الرازق

دور الصفحات الرسمية للوزارات المصرية في تقديم أبعاد التنمية المستدامة وعلاقتها بتعزيز الانتماء لدى الشباب المصري ١٠٣١
د/ مها مصطفى بخيت

- توظيف الخدمات الرقمية في الوزارات المصرية وتأثيرها في رضا الجمهور: (في ضوء نموذج UTAUT ونموذج E-service Quality Modell) ١١٤١
  د/ حازم ناصر حسين

- الإعلام الرقمي وتأثيره على القيم الاجتماعية بين الأجيال- دراسة ميدانية مقارنة بين الكبار والصغار ١٢١٣
  د/ شيرين جمال حسن

- واقع الصحافة العربية في ظل تقنيات الذكاء الاصطناعي «دراسة تحليلية ميدانية» ١٢٨٩
  راشد صلاح الدين راشد عبد الحليم

م	القطاع	اسم المجلة	اسم الجهه / الجامعة	ISSN-P	ISSN-O	السنه	نقاط المجله
1	الدراسات الإعلامية	المجلة العربية لبحوث الإعلام و الإتصال	جامعة الأهرام الكندية، كلية الاعلام	2536-9393	2735-4008	2023	7
2	الدراسات الإعلامية	المجلة العلمية لبحوث الإذاعة والتلفزيون	جامعة القاهرة، كلية الإعلام	2356-914X	2682-4663	2023	7
3	الدراسات الإعلامية	المجلة العلمية لبحوث الإعلام و تكنولوجيا الإتصال	جامعة جنوب الوادي، كلية الإعلام	2536-9237	2735-4326	2023	7
4	الدراسات الإعلامية	المجلة العلمية لبحوث الصحافة	جامعة القاهرة، كلية الإعلام	2356-9158	2682-4620	2023	7
5	الدراسات الإعلامية	المجلة العلمية لبحوث العلاقات العامة والإعلان	جامعة القاهرة، كلية الإعلام	2356-9131	2682-4671	2023	7
6	الدراسات الإعلامية	المجلة المصرية لبحوث الإعلام	جامعة القاهرة، كلية الإعلام	1110-5836	2682-4647	2023	7
7	الدراسات الإعلامية	المجلة المصرية لبحوث الرأي العام	جامعة القاهرة،كلية الإعلام، مركز بحوث الراى العام	1110-5844	2682-4655	2023	7
8	الدراسات الإعلامية	مجلة البحوث الإعلامية	جامعة الأزهر	1110-9297	2682-292X	2023	7
9	الدراسات الإعلامية	مجلة البحوث و الدراسات الإعلامية	المعهد الدولي العالي للإعلام بالشروق	2357-0407	2735-4016	2023	7
10	الدراسات الإعلامية	مجلة إتحاد الجامعات العربية لبحوث الإعلام و تكنولوجيا الإتصال	جامعة القاهرة، جمعية كليات الاعلام العربية	2356-9891	2682-4639	2023	7
11	الدراسات الإعلامية	مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط	Egyptian Public Relations Association	2314-8721	2314-873X	2023	7
12	الدراسات الإعلامية	المجلة المصرية لبحوث الاتصال الجماهيري	جامعة بني سويف، كلية الإعلام	2735-3796	2735-377X	2023	7
13	الدراسات الإعلامية	المجلة الدولية لبحوث الإعلام والاتصالات	جمعية تكنولوجيا البحث العلمي والفنون	2812-4812	2812-4820	2023	7

مصداقية برامج البودكاست كمصدر للمعلومات والأخبار لدى الجمهور المصري - دراسة تحليلية وميدانية

The Credibility of the Podcast Programs as a Source of News and Information for the Egyptian Audience: An Analytical and Field Study

د/ هبة محمد شفيق عبد الرازق

مدرس بقسم الصحافة الإخبارية، كلية الإعلام، جامعة عين شمس

Email: heba.shafeek@masscomm.asu.edu.eg

ملخص الدراسة

مع توسع منصات التدوين والبث الصوتي وزيادة أعداد برامج البودكاست، وانتشار البودكاست الإخباري الذي تقدمه المؤسسات الإعلامية المختلفة؛ المصرية، والعربية، والدولية، ظهرت الحاجة لمعرفة مدى مصداقية برامج البودكاست كمصدر للمعلومات والأخبار لدى الجمهور المصري، وتحليل عناصر مصداقية برامج البودكاست ودراسة العوامل المؤثرة فيها. واعتمدت الدراسة على النموذج البنائي للمصداقية، وإطار تحليل مصداقية البودكاست (PodCred). وأوضحت نتائج الدراسة التحليلية التزام برامج البودكاست، عينة الدراسة، بأغلب العوامل التي من شأنها تحقيق مكونات المصداقية التي شملت؛ الدقة، والشمول، والحالية، والفورية، والواقعية، والموضوعية، والتوازن، والصدق، والأهمية، والتفاعلية، وتوصلت نتائج الدراسة الميدانية إلى أن غالبية المبحوثين يثقون في البودكاست الإخباري «بدرجة متوسطة» بنسبة (64.7%)، وأن يوتيوب جاء في الترتيب الأول من بين التطبيقات التي يستخدمها الجمهور للاستماع إلى البودكاست، يليه «جوجل بودكاست Google Podcasts» و«سبوتيفاي Spotify»، و«آبل بودكاست Apple Podcasts» و«ساوندكلاود Sound Cloud»، وجاء بودكاست العربية، وبودكاست المصري اليوم، وبودكاست سكاي نيوز العربية، في مقدمة البودكاست الإخباري التي يتابعها الجمهور عينة الدراسة، وفيما يتعلق بمؤشرات مصداقية البودكاست، أظهرت النتائج أن مؤشر «الدقة» جاء في المرتبة الأولى ضمن مؤشرات مصداقية البودكاست، أما بالنسبة لعناصر المصداقية في البودكاست الإخباري، فجاءت «التفاعلية» في الترتيب الأول، يليها «الأهمية» في الترتيب الثاني، وفي الترتيب الثالث «الفورية».

الكلمات المفتاحية: مصداقية، البودكاست، البودكاست الإخباري، النموذج البنائي للمصداقية.

Abstract

With the expansion of blogging and podcasting platforms, and the spread of news podcasts provided by various media institutions; Egyptian, Arab, and international. There was a need to study the credibility of podcasts as a source of information and news for the Egyptian audience and analyze the elements of the credibility of podcast programs and the factors affecting them. The study relied on the structural model of credibility and the podcast credibility analysis framework (PodCred). The results of the analytical study showed that the podcast programs -the study sample- adhered to most of the factors that would achieve the components of credibility, which included accuracy, comprehensiveness, currentness, immediacy, realism, objectivity, balance, honesty, importance, and interactivity. The results of the study indicated that most of the respondents trust news podcasts (64.7%). YouTube ranked first among the applications that the audience used to listen to podcasts, followed by “Google Podcasts,” “Spotify,” “Apple Podcasts,” and “Sound Cloud.” Al-Arabiya Podcast, Al-Masry Al-Youm Podcast, and The Sky News Arabic are at the forefront of the news podcasts. the results showed that the “accuracy” indicator came in first place among the podcast credibility indicators. As for the credibility elements of the news podcast, “Interactivity” came in first rank, followed by “importance” in second rank, and in third rank was “immediacy”.

Key Words: Credibility, Podcast, News Podcast, Structural Model of Credibility.

مقدمة:

تشهد تطبيقات الإعلام الجديد اهتماماً كبيراً من جانب عديد من البحوث الإعلامية؛ نظراً للدور الذي أصبحت تؤديه في الوقت الحالي، وتعد المدونات الصوتية واحدة من الظواهر الإعلامية الحديثة التي انتشرت مؤخراً عبر المواقع والمنصات الرقمية التي تتيح خدمات البث المباشر والتدوين الصوتي، وفي الآونة الأخيرة توسعت المواقع الإخبارية المصرية والعربية والدولية في استخدام منصات التدوين الصوتي من أجل تقديم برامج صوتية إذاعية عبرها، منها المتخصص ومنها العام، ليكون البودكاست أداة رقْمية جديدة توظفها المواقع الإخبارية من أجل بث المحتوى الصوتي الإخباري.

وظهرت المدونات الصوتية (البودكاست) في أواخر عام 2004، وفقًا لما نشره الصحفي بالجارديان البريطانية (Ben Hammersley)في مقال بعنوان "الثورة المسموعة (الصوتية)" (Audible revolution)، الذي أوضح أن المدونات الصوتية استفادت من تقنيات عديدة مثل مشغلات (MP3)، و(Apple's iPod)، وتوافرها لدى المستخدمين بشكل دائم عبر الهواتف المحمولة في جيوبهم، ولأن برامج إنتاج الصوت رخيصة أو مجانية، والمدونات على الويب جزء ثابت من الإنترنت؛ فجميع تلك المكونات هيأت الطريق لطفرة جديدة في راديو الهواة، ومع انتشار خدمات الإنترنت والهواتف الذكية تضاعف عدد مستخدمي تقنية البودكاست، التي بدأت كملفات صوتية بالأساس واسعة الانتشار في الدول الغربية ثم انتقلت إلى دول العالم.

وأوضحت إحصاءات موقع (statista.com) وفقًا لدراسة أُجريت في يوليو 2021 حول الاستخدام العالمي للبودكاست، أن عدد مستمعي البودكاست في جميع أنحاء العالم زاد بشكل مطرد، ومن المتوقع أن يرتفع أكثر، وبلغ عدد مستمعي البودكاست عام 2020 في جميع أنحاء العالم 332.2 مليون مستخدم للإنترنت، بينما ارتفع هذا العدد

إلى 383.7 في عام 2021، ولدى كوريا الجنوبية أكبر عدد من المستمعين على مستوى العالم، ويُعدَّ (Spotify) و(Apple Podcasts) أكثر المنصات استخداماً، والمضامين الكوميدية أكثر أنواع البودكاست شيوعًا في الولايات المتحدة الأمريكية.

أما المُدوِّنات الصوتية العربية فبدأت في الانتشار عام 2008، بعدد 639 بودكاست، ثم شهد التدوين الصوتي العربي نموًّا متسارعًا خلال الأعوام 2011، و2015، و2020 مع جائحة كورونا، وكشف استطلاع للرأي أجرته منصة البودكاست العربي (2019) أن 39٪ من المستخدمين يعتمدون على (Apple Podcast) في الوصول إلى محتوى برامج البودكاست العربية، ومع تنوع المدونات الصوتية وتزايد أعدادها تنوعت الموضوعات التي تناقشها، منها؛ السياسة، والاقتصاد، والاستثمار والأعمال، والموضة وأسلوب الحياة، والتغذية، والصحة، والتكنولوجيا، والتعليم، والأخبار، وتطوير الذات، والصحة النفسية، والسفر، والألعاب، لذا ظهرت أهمية دراسة مصداقية المدونات الصوتية كمصدر للمعلومات والأخبار لدى الجمهور المصري.

الدراسات السابقة:

بعد الاطلاع على الدراسات السابقة، أمكن عرضها في محور واحد يُركِّز على الدراسات التي تناولت المدونات الصوتية (بودكاست) كالآتي:

سعت دراسة (Cho, et.al., 2023)[1] لمعرفة دوافع استخدام المستمعين الكوريين لبرامج البودكاست الإخبارية وعلاقتها ببنية المشاركة السياسية فيها "كوريا الجنوبية: تأثير الوساطة للمناقشة السياسية"، وكشفت نتائج الدراسة عن خمسة دوافع شملت: الدعم الاجتماعي، والملاءمة، وسهولة الحصول على المعلومات السياسية، والتحويل/ الاستخدام المعتاد، والاستخدام البديل/ التدفق غير الرسمي. وأكدت الدراسة أيضاً أن مستوى الإشباع المطلوب لبودكاست الأخبار السياسية يختلف باختلاف التوجهات السياسية للمستمعين، وأن لدى الليبراليين دوافع أقوى نحو سهولة الاستخدام، وسهولة الحصول على المعلومات السياسية، والتحويل/ الاستخدام المعتاد مقارنة بالمحافظين، علاوة على ذلك، وجد هذا البحث أن دوافع الدعم الاجتماعي، والاستخدام البديل، والتحويل/ الاستخدام المعتاد (diversion/ habitual use)تميل إلى التأثير في

المناقشات السياسية مع الآخرين، سواء عبر شبكة الإنترنت أو خارجها، ويمكن لهذه العملية أن تشجعهم على المشاركة السياسية أيضاً.

وطبقت دراسة (English, et.al., 2023)[2] استبانة على عينة من (333) مبحوثًا من المستمعين لبرامج البودكاست الرياضي، فمع توسع المدونات الصوتية في المجال الرياضي تغير شكل ومحتوى البرامج الصوتية التي تُقدم محتوى عن الرياضة، وركَّزت الدراسة على جمهور برنامج (الكلمة الأخيرة The final word) الذي يقدم محتوى عالميًّا عن رياضة الكريكيت، وخلصت نتائج الدراسة إلى أن جمهور البودكاست الرياضي أبدوا إعجاباً بالتغيرات التي حدثت في إنتاج المحتوى الرياضي والبيئة الإعلامية الرقمية المتغيرة، وأوضح الجمهور أن تلك البرامج تمتاز بقدر أكبر من الثقة في المعلومات المقدمة، كما أنها تتيح تفاعلًا أكبر مع المستخدمين.

وبحثت دراسة (Yu-Fei Chiu, 2023)[3] في الأطر المستخدمة ببرنامج البودكاست التايواني (Bailingguo News) فيما يتعلق بحركة مشروع تعديل قانون مكافحة المجرمين عام 2019، وأوضحت نتائج الدراسة أن الأطر التي استخدمها المذيعون في تغطية أخبار الحركة والمتظاهرين وحكومتي الصين وهونغ كونغ، والرسالة التي نشروها إلى التايوانيين، أظهرت أن الحركة والمحتجين تم تأطيرهما بشكل إيجابي، وتأطير الحكومتين الصينية وهونج كونج بشكل سلبي، ووجود أربعة قضايا رئيسة في المقاطع الصوتية، هي: "الديمقراطية"، و"التضامن والتشابه"، و"التعاطف"، و"الحزن".

فيما سعت دراسة (Lee, et.al., 2023)[4] لمعرفة كيف تعكس برامج البودكاست بكوريا الجنوبية التغيرات في المعايير والممارسات الصحفية؟ ومقارنة بودكاست الصحفيين المحترفين مع بودكاست غير الصحفيين، والغرض من هذه الدراسة هو معرفة ما إذا كانت معايير الموضوعية الصحفية وممارسات حراسة البوابة تُلاحظ في البرامج الصوتية للأخبار والشؤون الجارية، وأظهرت النتائج أن المعايير والممارسات الصحفية غالبًا ما تكون غير واضحة في البودكاست، وعلى وجه التحديد، عملت هذه الدراسة على قياس معايير الموضوعية بثلاث طرق: (1) التعبير عن الرأي والسرد بضمير المتكلم، (2) أنواع الأدلة/ الأسباب المستخدمة، (3) شفافية الأدلة/ الأسباب، وأظهرت النتائج أن 15.8٪

من الجمل تضمنت آراء و3.1٪ تضمنت روايات بضمير المتكلم، وثلاث من أصل 10 حلقات (31.7٪) لم تتضمن أي دليل، وأن نصف الأدلة/ الأسباب فقط كانت تتسم بالشفافية (56.4٪)، كما أظهرت النتائج أن مراقبة المعايير والممارسات تختلف اعتماداً على ما إذا كان مضيفو البودكاست ينتمون إلى وسائل الإعلام التقليدية أم لا، وبالنسبة للشخصيات التي أجريت معها المقابلات في الحلقات عينة الدراسة فشملت رواد الحملات الانتخابية بنسبة (46.7٪)، يليهم الصحفيون من المؤسسات الإخبارية المرتبطة بالبودكاست بنسبة (28.7٪).

وحللت دراسة (Lindgren and Jorgensen, 2023)[5] مجموعة من برامج البودكاست الصحية، إذ أظهرت أزمة فيروس كورونا أهمية المعلومات الصحية الجديرة بالثقة، التي يمكن الوصول إليها، وأوضحت نتائج الدراسة أن المؤسسات الإخبارية قدمت بشكل متزايد البث الصوتي لإبقاء جماهيرها على اطلاع، وأن قدرة البودكاست على إشراك المستمعين تجعل منه وسيلة وثيقة الصلة لدراسة تهديد عالمي للصحة العامة من خلال عدسة الصحافة البناءة، وأشارت الدراسة إلى أن كلًا من الصحافة البناءة والبودكاست يتميزان بتجارب حية للمصادر، فالصحافة البنَّاءة تركز على تمكين الجماهير كصحافة مُوجَّهة نحو الحلول تتقاطع مع البودكاست السردي، الذي اتضح من خلال إنتاج سلسلة بودكاست حول مقاومة مضادات الميكروبات (AMR)، والقدرة على سرد القصص الصحية المعقدة والمخيفة في كثير من الأحيان، وخلص البحث إلى أن البث الصوتي يمكن أن يضع الأفراد المتأثرين بمقاومة مضادات الميكروبات بوصفهم مصادر للمعلومات، لا ضحايا.

وتناولت دراسة (Mehendale and Jaggi, 2023)[6] ممارسات البث الصوتي الإخباري عبر البودكاست في الهند، كإحدى ممارسات الصحافة المتأنية (slow journalism)، من خلال ملاحظات غرفة الأخبار والمقابلات المتعمقة، وكشفت الدراسة عن السمات المحددة لممارسات اختيار الأخبار وإنتاجها لدى الصحفيين العاملين في مجال البث الصوتي، التي تتلاءم مع إطار العمل الصحفي المتأني، كما سُرِدت من خلال وجهات نظرهم الخاصة كممارسين، وأوضحت نتائج الدراسة أن من الخصائص

المميزة للبودكاست الإخباري: الإنتاج التعاوني، وقيم الأخبار المحددة، والسرد القصصي الدقيق، وأن هذه الممارسة تناسب إطار العمل الصحفي المتأني، والأهم من ذلك أن بناء مثل هذه الممارسة خيار واعٍ من جانب الصحفيين لمعالجة الأخطاء المنهجية التي تعاني منها الصحافة، الناجمة عن السرعة، إضافة إلى ذلك، يُظهر البث الإخباري وعدًا بتيسير خطاب اجتماعي متعدد وجهات النظر يأمل الصحفيون من خلاله في استعادة ثقة الجمهور المفقودة في الصحافة.

وكشفت دراسة (Whipple, et.al., 2023)[7] عن تصورات مستمعي البودكاست حول الوظائف الصحفية له، وأوضحت نتائج الدراسة أنه على الرغم من أن المستمعين الأمريكيين يتفقون على أن البودكاست شكل من أشكال الصحافة، وطريقة للبقاء على اطلاع على الأخبار والأحداث الجارية، ومصدر قيّم للمعلومات، إلا أنهم أكثر تشككًا في البودكاست عند مقارنته بمصادر المعلومات الإخبارية التقليدية، وأن متغير العمر هو الفئة الديموغرافية الوحيدة التي تظهر فروقًا في معدل الاستماع للبودكاست، ويفضل الجمهور البودكاست وسيلة لتبادل المعلومات، تتمتع بمزايا عديدة مقارنةً بمنافسيها، فهي تصل إلى الجماهير الأصغر سنًّا، وتتطلب تكاليف إنتاج أقل، وتعزز الروابط العاطفية بين الجماهير والمستمعين؛ إلا أن نتائج الدراسة أشارت إلى أن الجمهور قد يجد صعوبة في بناء الثقة والولاء للبودكاست، وقد يرجع ذلك لعدم وجود مجموعة مشتركة من المعايير الأخلاقية والمعايير التحريرية، ولأن البودكاست ما زال وسيلة للهواة.

واستكشفت دراسة (Lewis Tennant, 2023)[8] الطرق والأساليب التي يدير بها تسعة منتجي بودكاست مستقلين من نيوزيلندا المحتوى الخاص بهم، إضافة إلى دوافعهم لذلك، بالاعتماد على أداة المقابلة، وأوضحت نتائج الدراسة تأثر المشاركين بالاعتبارات الأخلاقية عند إنتاج المحتوى بنظرتهم للعالم، وتجاربهم وملاحظاتهم كمستهلكين للمحتوى، والأشخاص والأماكن المهمة في حياتهم اليومية، وعلى الرغم من أن منتجي البودكاست الذين شاركوا في هذه الدراسة ليسوا ملزمين باللوائح أو التوجيهات الرسمية للنشر والتحرير، فقد حاولوا تطبيق المبادئ الصحفية والأخلاقية على إنتاج

محتواهم وبثّه، أي أنهم أخذوا في الاعتبار المآزق الأخلاقية والتحريرية التي نشأت أثناء عملية الإنتاج، وكان هذا الاعتبار مرتبطًا بإحساسهم باحتياجات جمهور البودكاست الخاص بهم، مع الأخذ في الاعتبار تجاربهم ووجهات نظرهم كمستهلكين لوسائل الإعلام، وعلى الرغم من استقلالية البودكاست، ومعارضة وجود تشريع يحكم البث الصوتي عبر الإنترنت، إلا أن المشاركين في هذه الدراسة رأوا أهمية إنشاء مجموعة غير رسمية من إرشادات البثّ الصوتي أو مدونة ممارسات طوعية لمقدمي البث الصوتي في نيوزيلندا.

وهدفت دراسة (**إسماعيل محمد**، 2023)[9] إلى رصد دوافع استخدام الشباب الجامعي لتقنية البودكاست والمحتوى الإذاعي الذي تبثه، وعلاقتها بتعرضهم لبرامج الراديو التقليدي، وأوضحت نتائج الدراسة أن الطلاب الجامعيين عينة الدراسة يفضلون الاستماع إلى البودكاست أكثر من الراديو التقليدي بنسبة (69.5٪)، وأن أسباب التفضيل تعود إلى إمكانية تحميل الحلقات، وكونها وسيلة تكنولوجية حديثة تتيح إمكانية التفاعل مع المتابعين، تتميز بسهولة الوصول إلى المحتوى الصوتي، ويمكن للمستخدمين نشر المحتوى عبر مواقع التواصل الاجتماعي، وحصلت عبارة (السرعة والفورية في نقل الأحداث) على نسبة (59.5٪) كأحد أسباب تفضيل استخدام تقنية البودكاست.

فيما سعت دراسة (**منى هاشم، وأمنية عبد الرحمن أحمد**، 2023)[10] لرصد وتحليل حلقات برامج البودكاست العربية (المصري اليوم، وسكاي نيوز العربية)، والتعرف على ماهية تفضيلات الجمهور لهذه المنصات ودوافع استخدامها، وأظهرت نتائج الدراسة التحليلية اعتماد المعالجة الإعلامية في برامج البودكاست على المعالجة المختلطة، كما ميَّزها توظيف الاستمالات المختلفة التي جمعت بين الاستمالات العاطفية والعقلانية والتخويفية، فيما أوضحت نتائج الدراسة الميدانية أن أول الإشباعات المتحققة من التعرض للبودكاست هي التعرف على القضايا والأحداث، ثم التعبير عن وجهة النظر، وجاءت الدوافع النفعية في المرتبة الأولى، يليها الدوافع الطقوسية.

واستهدفت دراسة (**ماجد بن فهد الشيبانى**، 2022)[11] الكشف عن دوافع تعرض الجمهور السعودي لإذاعات الإنترنت (البودكاست) وأنماط التعرض، من أجل قياس الإشباعات المتحققة من المتابعة، وهي دراسة ميدانية طبقت استبانة على عينة عمدية

من الجمهور السعودي المتابع لبودكاست (ثمانية)، وأوضحت نتائج الدراسة أن الموضوعات التعليمية هي أكثر المضامين التي يتابعها الجمهور، يليها الموضوعات الاجتماعية، ثم الموضوعات التقنية والتكنولوجية، وجاء من أبرز دوافع التعرض للبودكاست (متابعة الأحداث) بنسبة (83٪)، وأن ما نسبته (78.4٪) من أفراد العينة يتابعون محطات البودكاست الوطنية.

وحاولت دراسة (**يارا غنام**، 2022)[12] التعرف إلى طبيعة استخدام الإعلاميين الأردنيين للبودكاست والإشباعات المتحققة منه، وأوضحت نتائج الدراسة أن أفضل أنواع البودكاست لدى الإعلاميين الأردنيين بودكاست المقابلات، يليها البودكاست الحواري، وأنهم يفضلون الاستماع للموضوعات الاجتماعية والسياسية عبر البودكاست، وأن أهم الدوافع النفعية التي دفعت المبحوثين للاستماع للبودكاست أنه يساعد على فهم الواقع، واستغلال وقت الفراغ، والقرب إلى صوت المجتمع وقضاياه، كما عدَّ الإعلاميون الأردنيون البودكاست وسيطًا إعلاميًّا جديدًا بجانب كونه عملية للإنتاج الإعلامي لا تتطلب كادرًا فنيًّا كبيرًا، ويتسم بقدر من الحرية والبُعد عن الرقابة العامة على المحتوى، وأن أهم مميزاته أنه يُعدَّ مكانًا للإبداع والتجديد.

وتناولت دراسة (Apirakvanalee and Zha, 2022)[13] كيفية تقديم خدمة BBC العالمية لمبادرة الحزام والطريق الصينية China's Belt and Road Initiative (BRI)، التي حازت اهتمامًا دوليًّا كبيرًا وأثَّرت بشكل ملحوظ في الاقتصاد والسياسة العالميين، من خلال استخدام الإطار المنهجي لتحليل قيم الأخبار الخطابية Discursive News Values Analysis (DNVA)، دراسة تحليلية وميدانية، ونوقشت القضايا الاقتصادية والبيئية بشكل متكرر في روايات مبادرة الحزام والطريق في حلقات البث الصوتي، وسادت القيمة الإخبارية الإيجابية في الحلقات، إلا أن القيم السلبية جاءت في المقدمة، وكشفت النتائج كيف تتشكل قيم الأخبار، واتفقت الحلقات الأربع من البودكاست، مع وجود اختلافات طفيفة، في نمط مماثل في القيم الإخبارية، كما يظهر في روايات الأشخاص بالمقابلات مع مقدمي البرنامج.

وهدفت دراسة (Martínez-Costa, et.al., 2022)[14] إلى تحليل محتوى برامج البودكاست التي تقدمها المؤسسات الصحفية الإسبانية، واستخدمت الدراسة منهجية التحليل النوعي والكمي للمحتوى الصوتي، لعينة مكونة من (925) حلقة نشرتها (7) مدونات صوتية إخبارية، وأوضحت نتائج الدراسة أن المؤسسات الصحفية تعدَّ البودكاست جزءاً من خدماتها الإخبارية، وتناولت الشئون الجارية باستخدام القالب الحواري، من خلال إنتاجات أصلية متسلسلة تُنشر عبر موقع الويب الخاص بالصحيفة، التي أتاحتها على منصات البودكاست الرقمية.

وحللت دراسة (**الخوالدة ومنصور**، 2022)[15] بودكاست (حرر) لمعرفة كيفية تناول القضايا الإعلامية، وآلية تقديمها، والسمات التي تميز البودكاست، وأوضحت نتائج الدراسة أن المعالجة المستخدمة في البودكاست جاء في مقدمتها المعالجة (التحليلية)، يليها (التقريرية)، وأن البرنامج وظَّف الاستمالات العقلانية والعاطفية، وأن فئة (القالب الحواري) كانت الأعلى، واعتمد البودكاست على الشخصيات ذات الصلة بالموضوع مصدراً للمعلومات، وجاءت الموضوعات الثقافية في المرتبة الأولى، يليها الموضوعات الاجتماعية ثم السياسية.

وهدفت دراسة [16] (Renisyifa, Sunarti and Pebriyanti, 2022) إلى معرفة مستوى مصداقية البودكاست في نقل المعلومات للجمهور، وهي دراسة وصفية، أُجريت من خلال مراقبة عديد من منصات البودكاست، واقتصر الباحث فقط على بيانات المقابلات والتحقق منها عبر ملاحظة المحتوى الصوتي المنشور على عدد من هذه المنصات، وأشارت نتائج هذه الدراسة إلى أن مصداقية برامج البودكاست في تقديم المعلومات العامة عالية جدًّا؛ لأنها جزء من توضيح المعلومات المتداولة للجمهور، وأن الاستماع إلى بودكاست حول موضوع معين يمكن أن يُحفِّز عقل الجمهور لتلقي المعلومات، وهو ما يعادل قراءة كتاب.

وفحصت دراسة (Chan-Olmsted and Wang, 2022)[17] الفروق بين البودكاست الذي يبث عبر الوسائط الرقمية، والراديو التقليدي، من منظور التحفيز والاستخدام (the perspectives of motivation and usage)، بالتطبيق على

المستمعين في الولايات المتحدة، وكشفت النتائج أن البث الصوتي وسيلة متميزة ذات خصائص فريدة من نوعها، وليس امتداداً متنقلًا حسب الطلب لمنصات الصوت الموجودة مثل الراديو، ويُعدَّ استخدام برامج البودكاست، خاصةً على المنصات الرقمية المعقدة اليوم، متعدد الأبعاد، ويجب قياسه من جوانب متعددة، كما أظهرت النتائج أن المحتوى الترفيهي والمعلوماتي كان الأبرز على منصات البودكاست ومحفزًا للجمهور لمتابعته، وأسهم ظهور المشاهير والمؤثرين أيضاً في التغيير؛ لأنهم يجذبون مستمعين جدداً إلى البث الصوتي، وتناولت هذه الدراسة تفاعلات المستخدمين مع وسيلة البث فقط، لذا أوصت بإجراء دراسة لكيفية تفاعل المستخدمين مع شخصيات البودكاست والمستخدمين الآخرين، بما يسهم في فهم الجمهور من منظور التقليد المفاهيمي شبه الاجتماعي (the para-social conceptual tradition).

وفي السياق ذاته، حللت دراسة (Perdomo and Rodrigues-Rouleau, 2022)[18] بودكاست صحيفة نيويورك تايمز، والطرق الجديدة للمطالبة بالسلطة الصحفية؛ إذ يُروج للشفافية بشكل متزايد أداة إستراتيجية لرفع مستوى السلطة الصحفية، وأجرت الدراسة تحليلًا موضوعيًّا نوعيًّا لبودكاست Caliphate الذي تنشره صحيفة نيويورك تايمز، وأوضحت نتائج الدراسة فيما يتعلق بالسلطة الصحفية، أن "الشفافية" كما تُقدم عبر البودكاست عينة الدراسة تُستخدم سلاحًا إستراتيجيًا لدعوة الجماهير للإعجاب ببراعة مراسلي البرنامج وشخصياتهم والتزام بالمعايير الصحفية.

فيما اهتمت دراسة (**عبد الرزاق، وبورحلى**، 2021)[19] بالإجابة عن سؤال "كيف يسهم البودكاست الاجتماعي عبر مواقع التواصل في تنمية المسؤولية والوعي المجتمعي لدى المستخدمين الجزائريين؟"، وأوضحت نتائج الدراسة أن ما نسبته (75.71٪) من أفراد العينة يتابعون مضامين البودكاست والتدوين الصوتي من خلال الروابط والإحالات المتاحة على صفحات مواقع التواصل الاجتماعي، وأن نسبة (60٪) من المبحوثين أكدوا أن مشاهدتهم لحلقات البودكاست زادت من وعيهم الاجتماعي، وأن نسبة (88.57) أكدوا أن البودكاست يسهم في طرح القضايا التي تهم المجتمع، وفي مقدمتها القضايا الاجتماعية ثم السياسية والاقتصادية.

وعُنيت دراسة (**فائزة بوزيد**، 2020)[20] بتحليل آليات الخطاب الديني الذي يبثه الدعاة الجدد عبر البودكاست، وأوضحت نتائج الدراسة أن الخطاب الديني الذي يقدمه الدعاة الجدد لا يختلف كثيراً عن الخطاب التقليدي في المحتوى والجوهر، لكن يوجد اختلاف في القالب من حيث اللغة، كما تأثر الخطاب بالوعاء الإلكتروني الذي يُبث من خلاله، الذي أصبح وسيلة العصر والأكثر استخداماً بين مختلف فئات المجتمع.

وسعت دراسة (Emily O'Connell, 2020)[21] لمعرفة طبيعة التأثيرات السياسية في البودكاست الأمريكي، وأساليب تأطير الأخبار السياسية، وبناء الأجندات في مجال البودكاست بشكل أفضل كممارسة شائعة، وماهية بعض آثارها على الموقف السياسي والمعرفة السياسية للمستمعين؛ إذ تنوعت المدونات الصوتية الإخبارية السياسية في ميولها الأيديولوجية والموضوعات التي نوقشت، ولكنها غالبًا ما تمزج الأخبار الإعلامية مع نوع من العناصر الأسلوبية الأكثر ليونة، مما يؤهل عديدًا منها لتكون معلومات ترفيهية سياسية تشبه أشكال الوسائط التقليدية، مثل البرامج الحوارية الإذاعية والبرامج الحوارية المسائية، كما أن هذا التهجين الناشئ في نوع الوسيلة (Hybrid Genres) له عواقب، لذا اعتمدت هذه الأطروحة على نظريات نظام الوسائط الهجين والتأطير والإقناع، وأجرت الدراسة تحليلًا نوعيًّا لمحتوى التكتيكات الخطابية المستخدمة في البرامج الصوتية السياسية الأمريكية الشهيرة، وأوضحت النتائج أن إطارات المعلومات والترفيه يمكن أن يكون لها تأثير كبير في كل من الموقف السياسي والمعرفة السياسية، وأنه عند مقارنتها بالأخبار الصعبة، فإن إطارات المعلومات والترفيه هذه أكثر إقناعًا وأكثر إفادة قليلًا.

وقيّمت دراسة (Salas and Márquez, 2019)[22] المدونات الصوتية الإخبارية التي تبث من مدينة بوبيلا بالمكسيك؛ إذ يُعدَّ البودكاست إحدى الأدوات التعاونية المتنوعة التي تُنفَّذ في الصحافة الرقمية، كونه تنسيقًا سهل البث والوصول للمستمعين يمكن أن يوفر مساحة ديناميكية وإبداعية لمحترفي التواصل الاجتماعي، وهي دراسة وصفية، حللت حلقات البودكاست الإخباري، وأوضحت النتائج أن المتغيرات التي يجب أخذها في الاعتبار هي: وظيفة البودكاست وآلية إنتاجه، وكانت الفئات المستخدمة

لتقييم التسجيلات هي: الإنتاج، والوظيفة الصحفية، والنشر، وأظهرت النتائج أن البودكاست في الغالب تسجيلات كاملة أو جزئية للبرامج الحية وظيفتها إعلامية في المقام الأول، ولا تُطبَّق كبرنامج للصحافة الاستقصائية.

وسعت دراسة (John L. Sullivan, 2019)[23] لمعرفة دور المنصات الرقمية في البث الصوتي وتأثيراتها في الوضع الناشئ، واستفادت الدراسة من الإطار النظري لـ"نيبورج وبويل" Nieborg and Poell's theoretical framework لفهم تأثيرات المنصات في الثقافة، لفهم التغييرات الجارية في البث الصوتي بشكل أفضل، وأوضحت نتائج الدراسة أن الوظائف الثلاث لمنصات المحتوى الصوتي تتمثل في التخزين، والاكتشاف، والاستهلاك، كما تعمل التحالفات الإستراتيجية بين منصات الاكتشاف والاستهلاك، على وجه الخصوص، على تحريك البث الصوتي في اتجاه منصات المحتوى المتكاملة تمامًا، مثل YouTube وFacebook وTwitter، كما أن سوق البودكاست يمر بتحول سريع، مدفوعًا إلى حد كبير باهتمام عمالقة التكنولوجيا الكبار، مثل Apple وSpotify وGoogle.

وبحثت دراسة (**أمل خطاب**، 2017)[24] العلاقة بين السلوك الاتصالي للشباب المصري واستخدام تقنية البودكاست، للكشف عن الإشباعات المتحققة منها والتأثيرات السلوكية، وأوضحت نتائج الدراسة تفضيل المبحوثين عينة الدراسة لبرامج البودكاست التي تهتم بالقضايا والمشكلات الاجتماعية، يليها البودكاست الاقتصادي، ثم البودكاست الذي يهتم بأخبار الإنترنت والتقنية الجديدة، وتنوعت دوافع الشباب لاستخدام تقنية البودكاست، وجاءت دوافع (التزود بالمعلومات) في الترتيب الأول، وأن عينة الدراسة تتعرض لتقنية البودكاست بدوافع نفعية أكثر من تعرضها لدوافع طقوسية، وجاءت إشباعات الوسيلة في مقدمة الإشباعات المتحققة، فيما جاءت التأثيرات السلوكية في مقدمة التأثيرات المتحققة.

وحاولت دراسة (**العابد السيد على**، 2017)[25] الإجابة عن تساؤل رئيس هو "ما تأثير يوتيوب من خلال برامج البودكاست على الطلبة الجامعيين الجزائريين؟"، وأوضحت نتائج الدراسة أن في مقدمة دوافع الطلبة المعرفية لمتابعة برامج البودكاست (حب

الاطلاع) بنسبة (61٪)، وفي الترتيب الثاني (معرفة الأخبار الجديدة)، وأخيراً (اكتساب مهارات جديدة)، أما بالنسبة للدوافع الاجتماعية، فجاءت عبارة (لزيادة خبرتي في التعامل مع الآخرين) بنسبة (42.4٪)، يليها عبارة (محاربة بعض الآفات الاجتماعية)، وأخيراً (البحث عن حلول لمشكلات اجتماعية معينة)، كما أن تفاعل الجمهور عينة الدراسة (أحياناً) مع محتوى برامج البودكاست جاء في الترتيب الأول للتفاعل مع المحتوى بنسبة (55.9٪).

وكشفت دراسة (Koo, Chung and Kim, 2015)[26] عن دور بودكاست "Naneun Ggomsuda"، وكيف تغيَّرت وسائل التواصل الاجتماعي السياسية في كوريا الجنوبية؛ إذ أظهرت الانتخابات الرئاسية مستوى عالياً من المشاركة السياسية من خلال استخدام الإنترنت القائم على البث الصوتي عبر الهواتف الذكية، وأشارت نتائج الدراسة إلى أن عوامل نجاح البودكاست السياسي في كوريا يرجع إلى استخدام الفكاهة، واستخدام تقنية البودكاست لنشر المعلومات، والاستفادة منها بوصفها وسيلة منخفضة التكلفة وسهلة الاستخدام، واستفاد البودكاست السياسي في كوريا من عدم وجود رقابة على المحتوى الصوتي.

التعليق على الدراسات السابقة:

- بالنسبة للنظريات المستخدمة: قدمت دراسة (Renisyifa, Sunarti and Pebriyanti, 2022) إطار تحليل مصداقية البودكاست Podcred framework، واعتمدت دراسة (Koo, Chung and Kim, 2015) على نموذج DeLone وMcLean's IS والإطار النظري الاعتقاد والرغبة والنية (BDI)، واقترحت نموذجاً يبحث في تأثيرات ثلاثة أبعاد للجودة في إنتاج البودكاست يشمل (الأنظمة والمحتوى والخدمة)، ووظَّفت دراسة (Lee, et.al., 2023) نظرية حارس البوابة، واستخدمت دراسة (Apirakvanalee and Zha, 2022) تحليل قيم الأخبار الخطابية (DNVA) Discursive News Values Analysis، واستندت دراسة (ماجد الشيباني، 2023) في إطارها النظري إلى الاستخدامات والإشباعات، ونظرية ثراء الوسيلة، ونظرية الاعتماد

على وسائل الإعلام. واعتمدت دراسة (الخوالدة ومنصور 2022) ودراسة (Yu-Fei Chiu, 2023) على نظرية الأطر الخبرية، واستعانت دراسة (Chan-Olmsted and Wang, 2022) بمنظور التحفيز والاستخدام (the perspectives of motivation and usage)، واستخدمت دراسة (إسماعيل محمد، 2023) عدداً من المداخل النظرية شملت مدخل الاستخدامات والإشباعات، ونظرية انتشار المبتكرات والأفكار المستحدثة، ونموذج تقبل التكنولوجيا، ووظَّف عدد من الدراسات السابقة نظرية الاستخدامات والإشباعات كما في دراسة (غزال وبورحلي، 2021)، ودراسة (أمل خطاب، 2017)، ودراسة (العابد علي، 2017)، ودراسة (يارا غنام، 2022)، أما دراسة (منى هاشم، أمنية عبد الرحمن، 2023) فاعتمدت على نموذج تقبل التكنولوجيا، ونموذج الاستخدامات والتأثيرات.

- بالنسبة لأدوات الدراسة: استخدمت دراسة (Lewis Tennant, 2023) مجموعات النقاش البؤرية، وركَّزت على التشريعات الإعلامية التي تتعلق بممارسات القائمين على إنتاج البودكاست، واستخدمت دراسة (Mehendale and Jaggi, 2023) أداة المقابلة المتعمقة بجانب أداة الملاحظة، أما دراسة (Whipple, et.al., 2023)، ودراسة (ماجد الشيباني، 2023)، (وأمل خطاب، 2017)، فطبقت أداة الاستبانة.
- وبالنسبة لنوع الدراسة ومنهجها: جاءت أغلب الدراسات السابقة وصفية، أما بالنسبة للمنهج فاستند أغلبها إلى منهج المسح الإعلامي، واعتمدت دراسة (Yu-Fei Chiu, 2023) ودراسة دراسة (Koo, Chung and Kim, 2015)، ودراسة (Yu-Fei Chiu, 2023) على دراسة الحالة.
- وفيما يتعلق بحجم العينة: بالنسبة للدراسات الميدانية، بلغ حجم العينة في دراسة (Whipple, et.al., 2023) 1025 مبحوثًا، وفي دراسة (ماجد الشيباني، 2023) بلغ حجم العينة 220 مبحوثًا، وفي دراسة (غزال وبورحلي، 2021) بلغ حجم العينة 70 مفردة، وبالنسبة لحجم العينة بالدراسات التحليلية حللت

دراسة (Lee, et.al., 2023) 101 حلقة، تضمنت 13237 جملة تتعلق بالانتخابات الرئاسية لعام 2022 في كوريا الجنوبية، وحللت دراسة (Cho, et.al., 2023) 30 بودكاست، أما دراسة (الخوالدة ومنصور، 2022)، فبلغ حجم العينة التحليلية 10 حلقات، وشملت عينة الدراسة الميدانية 59 مبحوثًا، وفي دراسة (أمل خطاب، 2023) بلغ حجم العينة 400 مبحوث، ومن الدراسات التي طُبقت على القائمين بالاتصال نجد دراسة (يارا غنام، 2022) التي طبقت أداة الاستبانة على عينة قوامها 217 مبحوثًا من الإعلاميين الأردنيين واستعانت بالمقابلات المُقنَّنة، وأجرت دراسة (Lewis Tennant, 2023) مقابلات مع (9) من منتجي البودكاست، أما بالنسبة لدراسة (منى هاشم، أمنية عبد الرحمن، 2023) فحللت 712 حلقة من البودكاست الإخباري، وطبقت أداة الاستبانة على 400 مبحوث، ومن الدراسات التي قارنت بين البودكاست ووسائل الإعلام التقليدية نجد دراسة (Mehendale and Jaggi, 2023)، ودراسة (إسماعيل محمد، 2023).

- بالنسبة لأنواع البودكاست وفقًا للموضوعات محل الاهتمام: فكانت سياسية مثل دراسة (Koo, Chung and Kim, 2015)، وإخبارية مثل دراسة (منى هاشم، وأمنية عبد الرحمن، 2023)، ودراسة (Perdomo and Rodrigues-Rouleau, 2022)، ودراسة (Yu-Fei Chiu, 2023)، ودراسة (Emily O'Connell, 2020)، ودراسة (Salas and Márquez, 2019)، واجتماعية مثل (عبد الرزاق، وبورحلي، 2021)، ودينية مثل دراسة (فائزة بوزيد، 2020)، أما دراسة (Lindgren and Jorgensen, 2023) فعُنيت بالموضوعات الصحية، واهتمت دراسة (English, et.al., 2023) ببرامج البودكاست الرياضية.

مشكلة الدراسة:

تختلف منصات البودكاست الرقمية عن الوسائل الإعلامية التقليدية في عدد من السمات والخصائص، ومع توسع انتشار منصات التدوين والبث الصوتي، وزيادة أعداد

برامج البودكاست، وظهور البودكاست الإخباري الذي تقدمه المؤسسات الإعلامية المختلفة، المصرية، والعربية، والدولية، ظهرت الحاجة إلى تحليل عناصر مصداقية برامج البودكاست، ودراسة العوامل المؤثرة فيها، من أجل تحديد إلى أي مدى تتسم تلك التقنية الحديثة بعناصر المصداقية التي تتوافر في الوسائل الأخرى، وتشمل: الصدق، والموضوعية، والتوازن، والحالية، والأهمية، والفورية، والشمولية، والواقعية، والدقة، والتفاعلية، ومن ثَمَّ يمكن بلورة مشكلة الدراسة في السعي لمعرفة مستوى مصداقية برامج البودكاست كمصدر للمعلومات والأخبار لدى الجمهور المصري، والكشف عن اتجاهاتهم نحو مؤشرات المصداقية في البودكاست الإخباري، وعناصرها، والعوامل المؤثرة فيها، إضافة إلى تحليل عناصر مصداقية برامج البودكاست الإخباري في إطار نموذج تحليل مصداقية البودكاست (Podcred Analysis framework).

أهمية الدراسة:

1- الأهمية العلمية: تهتم الدراسة الحالية بالبحث في إشكالية مصداقية البودكاست، بوصفها تقنية حديثة، كمصدر للمعلومات والأخبار لدى الجمهور المصري، ومن الأهمية دراسة جمهور المدونات الصوتية (البودكاست) لما يمتاز به هذا الجمهور من سمات بصفته جمهوراً نشطًا يشارك بفاعلية عبر المنصات الرقمية الجديدة والمستحدثة في نشر المعلومات والأخبار وتداولها، أو كما يُسمي بـ"الجمهور النخبوي الافتراضي"، ومن ثمَّ يؤدي جمهور البودكاست دوراً فعالًا في العملية الاتصالية من اختيار المدونة الرقمية التي يتعرض لها ويتفاعل معها ويشاركها عبر المنصات الرقمية الأخرى، كما تُعنى الدراسة الحالية بتحليل عناصر المصداقية ومؤشراتها والعوامل المؤثرة فيها، في عينة من البودكاست الإخباري، بتطبيق الإطار النظري لتحليل بنية المصداقية للبودكاست (The PodCred Analysis framework)، كونها من أوائل الدراسات العربية التي توظف هذا الإطار التحليلي في دراسة البودكاست.

2- الأهمية العملية: تحاول الدراسة تحديد العوامل التي تؤثر في مصداقية المعلومات والأخبار المقدمة عبر برامج البودكاست الإخبارية، مما يساعد على تقديم مقترحات

تهدف لتعزيز مستوى المهنية ومصداقية محتوى البودكاست.

أهداف الدارسة:

1- تحليل عناصر المصداقية والعوامل المؤثرة فيها في برامج البودكاست عينة الدراسة.

2- رصد اتجاهات الجمهور المصري نحو مصداقية برامج البودكاست كمصدر للمعلومات والأخبار.

3- الربط بين تحليل عناصر المصداقية في البودكاست الإخباري عينة الدراسة واتجاهات الجمهور نحوها.

تساؤلات الدراسة:

أولًا: تساؤلات الدراسة التحليلية

1- ما عناصر تحليل المصداقية في برامج البودكاست الإخباري عينة الدراسة التحليلية؟

2- ما مكونات المصداقية في برامج البودكاست الإخباري عينة الدراسة التحليلية؟

ثانيًا: تساؤلات الدراسة الميدانية

1- ما درجة اعتماد الجمهور المصري على برامج البودكاست كمصدر للمعلومات والأخبار؟

2- ما درجة متابعة الجمهور المصري لبرامج البودكاست الإخباري؟

3- ما التطبيقات التي يستخدمها الجمهور المصري في الاستماع لبرامج البودكاست الإخباري؟

4- ما أساليب تفاعل الجمهور المصري مع حلقات برامج البودكاست الإخباري؟

5- ما مستوى ثقة الجمهور المصري في برامج البودكاست كمصدر للمعلومات والأخبار؟

6- ما اتجاهات الجمهور المصري نحو مؤشرات المصداقية ببرامج البودكاست كمصدر للمعلومات والأخبار؟

7- ما اتجاهات الجمهور المصري نحو عناصر المصداقية في برامج البودكاست كمصدر للمعلومات والأخبار؟

8- ما اتجاهات الجمهور المصري نحو العوامل المؤثرة في مصداقية برامج البودكاست كمصدر للمعلومات والأخبار لدى الجمهور المصري؟

9- ما الأساليب التي يستخدمها الجمهور المصري للتحقق من مصداقية المعلومات والأخبار عبر البودكاست؟

فروض الدراسة:

الفرض الأول: توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين درجة ثقة الجمهور المصري في برامج البودكاست ومستوى اعتمادهم عليها كمصدر للمعلومات والأخبار.

الفرض الثاني: توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين مستوى اعتماد الجمهور المصري على برامج البودكاست وإدراكهم لمصداقيتها كمصدر للمعلومات والأخبار.

الفرض الثالث: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين المبحوثين وفقًا للمتغيرات الديموغرافية (النوع، والعمر، والمستوى التعليمي) ومستوى اعتمادهم على برامج البودكاست كمصدر للمعلومات والأخبار.

الفرض الرابع: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين المبحوثين وفقًا للمتغيرات الديموغرافية (النوع، والعمر، والمستوى التعليمي) ودرجة الثقة في المعلومات والأخبار عبر البودكاست.

الفرض الخامس: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين المبحوثين وفقًا للمتغيرات الديموغرافية (النوع، والعمر، والمستوى التعليمي) ومستوى إدراكهم لمصداقية المعلومات والأخبار عبر (البودكاست).

الإطار النظري:

أولًا: النموذج البنائى للمصداقية The Structural Model of Credibility

يعد اكتساب المصداقية من الجمهور أمرًا ضروريًّا، فبدلًا من أن يكونوا مستلمين سلبيين للرسائل، أصبح الجمهور الآن نشطًا بما يكفي لاختيار قنوات الاتصال، خاصةً عندما يهتمون بمشكلة ما[27]، والمصداقية هي "حكم المستخدم على تصديق الرسالة، بالنظر إلى جميع المعلومات الأخرى المتاحة، أي مقارنتها في وسائل أخرى لتحديد مصداقية المعلومات"[28]، والمصداقية هي "خاصية أوسع وأشمل وتعني أن يكون الموضوع أو الوسيلة قابلة للتصديق أو أهلًا للثقة، وهي بمعنى اتسام الرسالة بالصدق في التعبير عن

الحقيقة، والاعتماد على مصادر موثوقة، وتحري الدقة، وتجنب الأخطاء، والحرص على التوازن وعدم الانحياز، والموضوعية مؤشر يحدد درجة صدق المضمون من كذبه، ومن ثمَّ، لتحقيق المصداقية لا بُدَّ من أسس موضوعية"، وقد طرحت دراسات المصداقية ثلاثة مداخل نظرية شكَّلت النموذج البنائي للمصداقية، تمثلت في: المدخل المؤسسي، والمدخل التأثيري، والمدخل الفردي، ووفقًا لذلك توجد أربعة مستويات من المصداقية تتمثل في: المستوى الأول يمثل مصداقية وسائل الإعلام المختلفة، والمستوى الثاني يقيس مصداقية أدوات الإعلام، ويركز المستوى الثالث على الاختلافات بين وسائل الإعلام من خلال المقارنة بين وسائل الإعلام التقليدية ووسائل الإعلام الجديد، والمستوى الرابع يقيس وعي الجمهور بمصداقية وسائل الإعلام[29].

ووفقًا للأدبيات السابقة في دراسات مصداقية وسائل الإعلام، فإن أنواع المصداقية تنقسم بشكل عام إلى: مصداقية المصدر، ومصداقية الوسيلة، ومصداقية الرسالة، وتصنف أنواع المصداقية أيضًا إلى: مصداقية مصادر الأخبار، والمصداقية الشهيرة، والمصداقية السطحية، والمصداقية الخبيرة، والمصداقية المعتقدة، ويتفرع من تلك الأنواع: مصداقية المصدر، ومصداقية الوسيلة، ومصداقية الرسالة، ومصداقية الوظيفة، والمصداقية الاستقطابية، والمصداقية النسبية، والمصداقية المطلقة، ومصداقية الجوهر[30]، أما عناصر المصداقية فتشمل: تفاعلية الوسيلة، وشمولية المعالجة، والأهمية بالنسبة للقضايا والجمهور، والموضوعية والدقة، والتوازن وعدم التحيز، والواقعية والصدق، وفورية التغطية، وتمثلت معايير تقييم المصداقية في: الشفافية مقابل التعتيم والتضليل، والحيادية والموضوعية، والسمعة، والفورية، والدقة مقابل التزييف والتحريف، والأهمية والكفاءة.

وقدَّمت دراسة (Suhb and Lia) نموذجًا لقياس مصداقية معلومات وسائل الإعلام، قائمًا على قياس مصداقية الوسيلة ومصداقية الرسالة، إلا أن الدراسة أدخلت متغير الخبرة الشخصية للفرد Personal Expertise، عاملًا مؤثرًا في إدراك مستوى مصداقية وسائل الإعلام، وتصنف الدراسة أنواع المصداقية إلى الآتي[31]:

1- مصداقية الوسيلة، وتشمل: استقلالية الوسيلة، ومستوى تفاعلية الوسيلة، والشفافية.

2- مصداقية الرسالة: قوة الحجج، وجودة المعلومات.

وفي ضوء تراجع مصداقية وسائل الإعلام، اقترح باحثو الإعلام والاتصال عدة عوامل يمكن أن تكون مسئولة عن هذا الاتجاه[32]، ويعزو بعض الباحثين تراجع ثقة الجمهور في وسائل الإعلام إلى عوامل خارجة عن وسائل الإعلام، مثل استيلاء الشركات الهادفة للربح على المؤسسات الإعلامية وتوحيد التكتلات الإعلامية في أيادٍ قليلة[33]، وهم يجادلون بأن هذه التغييرات التنظيمية تحول تركيز الصحفيين والمؤسسات الإعلامية من دورهم المؤثر في مجتمع ديمقراطي إلى مؤشرات الربحية، ويجادل الباحثون الذين يؤيدون هذا النموذج بأن النتيجة المنطقية لهذا التركيز المفرط على الربحية هي تقليل نفقات صالات التحرير، التي تتداخل مع جودة الأخبار المنخفضة، ومن ثمَّ تضاؤل المصداقية[34].

والقاسم المشترك في هذه التفسيرات حول ماهية مصداقية وسائل الإعلام تأطيرها في المقام الأول على أنها سمة من سمات وسائل الإعلام (أي المصداقية)، التي تعتمد على بعض العوامل لتحقيقها، أو تجاهل تلك العوامل والإجراءات التي من شأنها تحقيق المصداقية لوسائل الإعلام والقائمين بالاتصال[35]، ومع ذلك، فإن النقاش حول معنى المصداقية يختلف بين وسائل الإعلام والقائمين بالاتصال والجمهور، فدراسات مثل (Lee, 2004)[36] و(Peng, 2005)[37] أثبتت أن الخصائص الديموغرافية والنفسية المختلفة للجمهور تشير إلى مستويات مختلفة من المصداقية في وسائل الإعلام بشكل عام، ولمنصات إعلامية محددة، مما يشير إلى أن تصور الجمهور لمصداقية وسائل الإعلام يعتمد على كل من سمات الجمهور والعوامل المستندة إليها وسائل الإعلام لتحقيق المصداقية.

أما بالنسبة لإشكالية المصداقية بوسائل الإعلام الجديد، فقد تبنت دراسة (Nathalia and Kristiana, 2019)[38] نموذجًا بنائيًّا لقياس مصداقية المصدر بوسائل التواصل الاجتماعي يتضمن التفاعل بين العناصر الآتية:

1- مصداقية المصدر Source credibility.

2- دافع البحث عن المعلومات information seeking motive.

3- الدافع الترفيهي entertainment motive.

4- دافع الحفاظ على العلاقات الاجتماعية relationship maintenance motive.

5- نية مشاركة المعلومات information sharing intention .

وأوضح (Kang, 2010)[39] أن عناصر مصداقية المدونات كأحد أشكال الإعلام الجديد تشمل الآتي:

1- مصداقية المصدر (المدون Blogger): وتتضمن خمسة عناصر للقياس: درجة اطلاع المصدر ومعرفته، ودرجة تأثيره في الجمهور، ومستوى الشغف والحماس لمعالجة الموضوع، ودرجة مصداقيته، ودرجة الثقة فيه.

2- مصداقية رسالة المدونة/ مصداقية المحتوى: وتتحقق من خلال الأصالة، والرؤية، وثراء المعلومات، والدقة، والتوازن، والتماسك والملاءمة، والتركيز، والحالية، والشعبية/ الجماهيرية.

وتطويراً لنموذج المصداقية بما يتناسب مع طبيعة البودكاست كوسيلة رقمية تعتمد على البث الصوتي، توظف الدراسة الحالية إطار تحليل بنية مصداقية البودكاست، ويستمد الإطار النظري لتحليل بنية مصداقية البودكاسات (The PodCred Analysis framework) هيكله الأساسي من عديد من المؤشرات في مجال تقييم المصداقية: المحتوى الصوتي (Podcast)، ومنتج المحتوى الصوتي (Podcaster)، ووفقًا لدراسة (Manos Tsagkias, et.al., 2008)[40] فإن إطار تحليل مصداقية البودكاست يشمل العناصر التي يوضحها الجدول الآتي:

جدول (1): عناصر تحليل مصداقية البودكاست

محتوى بودكاست Podcast Content	
1- المحتوى المنطوق Spoken Content	- يحتوي البودكاست على تركيز موضوعي قوي - يتضمن البودكاست ضيوفًا يناقشون الموضوع - استخدام التقارير الميدانية - يحتوي على معلومات موسوعية/ واقعية - يحتوي على مناقشة/ آراء - يحتوي على تعليق/ استشهاد - يحتوي على توصيات/ اقتراحات - مقدم البودكاست يستشهد بالمصادر المختلفة
2- تماسك المحتوى Content Consistency	- يحافظ البودكاست على تركيزه الموضوعي عبر الحلقات - اتساق بنية الحلقة - وجود مراجع أو مصادر موثوقة بالحلقات - نشر الحلقات بانتظام
مُنتج/ مقدم البودكاست (بودكاستر Podcaster)	
1- خطاب المقدم/ المنتج Podcaster Speech	- الطلاقة/ عدم التردد في إدارة وتقديم البودكاست - تقييم سرعة الخطاب - النطق/ الإلقاء - اللهجة
2- أسلوب المقدم/ المنتج Podcaster Style	- استخدام أسلوب المحادثة - استخدام بنية الجمل المعقدة - يشارك المقدم/ المنتج التفاصيل الشخصية - استخدام مفردات واسعة ومبتكرة - استخدام التشبيه - وجود تأثير للمقدم/ المنتج - استخدام الألفاظ الخارجة - استخدام الفكاهة - الحلقات موجزة (الخطاب مختصر)
3- الملف الشخصي (التعريف بالمقدم/ المنتج) Podcaster Profile	- المقدم/ المنتج معروف (يُذكر اسمه في البودكاست) - مهارات المقدم/ المنتج - انتماء المقدم/المنتج - المقدم/ المنتج معروف على نطاق واسع خارج مجال البودكاست (podosphere)

سياق البودكاست Podcast context	
1- **تفاعل البودكاستر (المقدم) مع المستمع** Podcaster/listener interaction	- البودكاستر يخاطب المستمعين مباشرة - حلقات البودكاست تتلقى العديد من التعليقات - يستجيب المقدم (البودكاستر) لتعليقات وطلبات الجمهور - تحتوي صفحة البودكاست أو البيانات الوصفية على روابط لمواد ذات صلة - البودكاست له منتدى
2- **السياق الواقعى** Real world context	- البودكاست بث إذاعي أُعيد نشره - يشير البودكاست إلى الأحداث الجارية - بودكاست له متجر (يتعلق بالبودكاست التجاري والترويجي) - وجود الإعلانات بالبودكاست - البودكاست له راعٍ - يعرض البودكاست الجوائز أو المصادقات
التنفيذ الفنى Technical Execution	
1- **الإنتاج** Production	- مقدمة افتتاحية - الموسيقى الخلفية - صوت المؤثرات الصوتية - تحرير التأثيرات (التلاشي، الانتقال..) - جودة تسجيل الأستوديو/هل توجد ضوضاء أو خلفية صوتية غير مقصودة
2- **البيانات الوصفية** Packaging	- اكتمال البيانات الوصفية على مستوى(RSS feeds) مثل (العنوان والوصف) - اكتملت البيانات الوصفية على مستوى الحلقة (مثل العنوان والتاريخ) - استخدام علامات ID3(حاوية بيانات لتخزين ملفاتMP3) - الصوت متوفر بجودة عالية/جودة متعددة - وجود شعار الـ (RSS feeds) - الحلقات قُدمت مصاحبة بالصور
3- **مشاركة المحتوى** Distribution	- اسم بسيط للبودكاست - مشاركة البودكاست عبر المنصات المختلفة - بوابة للبودكاست - تحميل موثوق

وقد أشارت تلك الدراسة إلى أن إطار تحليل مصداقية البودكاست PodCred هو إطار لتقييم مصداقية وجودة ملفات البودكاست المنشورة على الإنترنت، يتكون من سلسلة من المؤشرات المصممة لدعم التنبؤ بعوامل تفضيل المستمع لبودكاست على آخر، بافتراض أن كليهما يحمل المحتوى الإعلامي نفسه، وتُجمَع المؤشرات في أربع فئات تتعلق بمحتوى البودكاست، ومقدم البودكاست، ومذيع البودكاست، والسياق أو التنفيذ الفني للبودكاست، واعتمدت الدراسة على مصطلح "المصداقية" تسمية تشمل معنى الجدارة بالثقة والخبرة، والمقبولية النوعية للمستمعين.

وإطار تحليل البودكاست الخاص بـ (Manos Tsagkias) مستوحى من البحث والدراسة لمصداقية المدونات، وهي وسيلة أخرى يهيمن عليها المحتوى الذي يُنشئه المستخدمون، كما أن إطار (PodCred) مشتق من مراجعة الأدبيات المتعلقة بمصداقية وسائل الإعلام الأخرى، ودراسة استقصائية للمعايير الإلزامية للبث الصوتي[41].

ووفقًا لدراسة [42](Renisyifa, Sunarti and Pebriyanti, 2022) تعتمد مصداقية البودكاست على أكثر من أسلوب للقياس، وغالبًا ما يكون هذا النوع من إدراك المصداقية ذاتيًا يتعلق بالمستمع أو المستخدم، وفي عمليات تقييم مصداقية برامج البودكاست، يجب الأخذ في الاعتبار جودة الإنتاج معيارًا يقدم تقييمًا أكثر شمولًا لتحديد مصداقية عمليات البث الصوتي، ومن خلال نموذج تقييم متقدم يأخذ في الاعتبار الطبيعة الرقمية لتكوين البودكاست، وفي هذا السياق، حددت دراسة (Nelson & Faux, 2016) عوامل مصداقية البودكاست وقسَّمتها إلى خمسة عوامل، لكل منها عدد من المؤشرات: الخبرة والاعتمادات، ودقة المعلومات، وجودة المعلومات، وجودة الإنتاج، وحداثة المعلومات المُقدَّمة، كما قدَّم (Nelson وFaux) دليلًا لتقييم مصداقية المدونات الصوتية (Podcast Evaluation Rubric) للحكم على المصداقية الرقمية للبودكاست(Podcast's Digital Credibility) على النحو الآتي[43]:

جدول (2): عوامل ومؤشرات مصداقية البودكاست

العوامل	المؤشرات
الخبرة والاعتمادات Expertise and Credentials	- من هو المُعد/ الكاتب/ المؤلف/ المقدم للبودكاست؟ - ما مؤهلاته؟ هل هو قائم بالاتصال ذو مصداقية؟ - ما الاعتمادات والحقوق الخاصة بالتكوين الصوتي للبودكاست؟ - هل يمكن التواصل مع منتج البودكاست؟ - إذا كان هناك ضيوف في تركيب برنامج وفقرات البودكاست، فمن هم وهل هم مصادر موثوقة؟ - من منتج البودكاست؟
الدقة Accuracy	- هل يمكن التحقق من المعلومات؟ - هل توجد ملاحظات توفر روابط للقضايا التي نوقشت في حلقة البودكاست؟ - هل المعلومات المقدمة تتسم بالشمولية؟ - هل الحقائق والمعلومات معروضة بوضوح؟ وهل يمكن فهمها؟
جودة المعلومات Quality of Information	- إلى أي مستوى اتسق معالجة التكوين الصوتي بالبودكاست وموضوعه؟ - هل الهدف من البودكاست واضح؟ - هل تأثر المحتوى الصوتي بالجهات الإعلانية وشركات الرعاية؟ - هل عُرضت المعلومات بتسلسل منطقي؟
جودة الإنتاج Production Quality	- الجودة الشاملة للتكوين الصوتي في البودكاست. - تحرير البودكاست. - الضوضاء البيئية (التشويش) على تكوين الصوت. - تحسينات الصوت وجودة نقائه.
الحالية Currency	- هل توفرت تواريخ رفع حلقة البودكاست على التطبيق؟ - هل يعرض البودكاست رأياً واحداً فقط؟ - ما الدافع لمناقشة موضوع البودكاست؟ - هل يسهل الوصول للبودكاست؟

ويمثل النموذج البنائي للمصداقية أحد الأطر النظرية المُفسِّرة لمصداقية وسائل الإعلام الجديد، خاصة مع ظهور عديد من منصات وتطبيقات البث والتدوين الصوتي، وانتشار المدونات الصوتية وبرامج البودكاست كنموذج لإعلام تشاركي جديد، يعتمد عليه المستخدمون في الحصول على المعلومات والأخبار، **ومن ثمَّ توظف الدراسة الحالية** النموذج البنائي للمصداقية وإطار تحليل بنية مصداقية البودكاست لتحليل مصداقية

برامج البودكاست عينة الدراسة، وقياس اتجاهات الجمهور نحو مصداقياتها كمصدر للمعلومات والأخبار.

ثانيا: نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام Media Dependency Theory

كانت هناك عدة محاولات من الباحثين لتوضيح ما إذا كان لوسائل الإعلام تأثير أم أنه مجرد افتراض نظري خاطئ، وحاول عدد من علماء الاجتماع إيجاد السياق النظري الملائم لتحليل تأثيرات وسائل الإعلام؛ بداية من Durkheim 1933، وMead 1934، إلى Marx 1961، وكلها أدبيات لم تركز بشكل مباشر على تأثيرات وسائل الإعلام، وإنما دفعت بالتصور القائل بأن كلًا من الوسيلة والجمهور يمثل عناصر تكاملية وجزءاً لا يتجزأ من نظام اجتماعي أكبر[44]، ومن أجل فهم أفضل لنظرية الاعتماد على وسائل الإعلام Media System Dependency (MSD) لا بُدَّ من فهم الاستخدامات والإشباعات لتحديد أوجه التشابه والاختلاف، فكلا النظريتين تُعِدان الجمهور عنصراً فعالًا في عملية الاتصال، وعلى الرغم من شيوع النظريتين في بحوث الإعلام، فإن كلًا من الاستخدامات والاعتماد حتى الآن لم يستطيعا تقديم رد ووصف كامل عن السؤال: "لماذا يتعرض الجمهور لوسائل الإعلام؟".

وعرَّف كلٌّ منDeFleur وRokeach نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام، أو ما يرمز لها بـ (MDT) بأنها: اعتماد الجمهور على ما تقدمه وسائل الإعلام من أجل إشباع حاجات وتحقيق أهداف، وهي علاقة اعتماد متبادلة متداخلة ومعقدة تؤثر في مواقف الجمهور واتجاهاته وأجندة اهتماماته، فدرجة الاعتماد متغير رئيس لفهم متى ولماذا تؤثر الرسائل الإعلامية في اتجاهات الجمهور ومعتقداته وسلوكه ومشاعره[45].

وتفترض النظرية أن الناس أصبحوا أكثر اعتماداً على وسائل الإعلام، وأن وسائل الإعلام أصبحت أقوى في تأثيرها على إدراكاتهم وسلوكياتهم، وتفترض أن درجة الاعتماد وأهداف الاعتماد تتغير بتغير العوامل الوسيطة كالبيئة الاجتماعية، وأن أي تغير في عوامل الاعتماد يؤثر في نظام الاعتماد ككل؛ لأن علاقات الاعتماد ليست عملية أحادية الاتجاه one-way monolithic process، بل هي تفاعلات متشابكة[46].

ويمكن إجمال فروض النظرية فيما يلي:

1- يعتمد الأفراد على وسائل الإعلام للحصول على المعلومات، ومن ثمَّ فإنه كلما زاد اعتماد الفرد على الوسيلة لتلبية احتياجاته، زادت أهمية وسائل الإعلام في حياة الفرد[47].

2- كلما زادت درجة اعتماد الفرد على وسائل الإعلام زادت إمكانية تحقق تأثيرات الاعتماد المعرفية والوجدانية والسلوكية[48].

3- تختلف درجة اعتماد الأفراد على وسائل الإعلام وأهداف اعتمادهم باختلاف خصائصهم الديموغرافية.

4- تقل درجة اعتماد الأفراد على وسائل الإعلام كلما توافرت لديهم مصادر بديلة للحصول على المعلومات.

5- تزداد إمكانية أن تحقق الرسائل الإعلامية نطاقًا واسعًا من التأثيرات المعرفية والوجدانية والسلوكية عندما توفر وسائل الإعلام معلومات متميزة ودقيقة وكافية تمسّ حياة الأفراد اليومية ومصالحهم بشكل مباشر[49].

6- البيئة الاجتماعية والفرد هما جوهر علاقة الاعتماد على وسائل الإعلام، ومن ثَمَّ يزداد اعتماد الأفراد على وسائل الإعلام في أوقات الأزمات والكوارث والحروب وتفشي الأمراض لإزالة الغموض أو التهديدات المحيطة بالبيئة الاجتماعية، حتى يتمكنوا من اتخاذ القرارات[50].

7- تختلف أهداف تعرض الأفراد من وسيلة لأخرى؛ إذ يتعرض الفرد للتلفزيون لتحقيق أهداف وإشباعات مختلفة عن تلك التي تتحقق من خلال تعرضه للصحف، بمعنى آخر، يعتمد الأفراد على وسائل إعلامية مختلفة لإشباع احتياجات مختلفة[51].

8- كلما زادت ثقة الجمهور في وسائل الإعلام كمصدر للحصول على المعلومات، زادت درجة اعتماد الجمهور على وسائل الإعلام[52].

أما بالنسبة لتوظيف نظرية الاعتماد في دراسة وسائل الإعلام الرقمية، فمن الواضح أن نظرية الاعتماد ونموذج الاستخدامات يعززان من نموذج الجمهور النشط active audience models، إذ تتباين درجة نشاط الجمهور وفاعليته في مستويات

مختلفة من المشاركة، ويلجأ الجمهور إلى وسائل الإعلام في ظل ظروف متنوعة، فأفراد جمهور وسائل الإعلام من فئات مختلفة ومتنوعة، من ثَمَّ يميلون إلى أنواع مختلفة من حيث الكم والكيف، سواء في التعامل أو التفاعل مع وسائل الإعلام خلال عملية الاتصال[53].

وتتسم نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام بالمرونة في التطبيق على مختلف وسائل الاتصال، كالإنترنت والقنوات الفضائية، حتى تطبيقات الموبايل، فقد امتد تأثير الوسائل الرقمية إلى المستوى الواسع macro (وسائل الإعلام) والمستوى الفردي micro (الفرد)، فقد أدى ظهور شبكة الإنترنت إلى تغيير علاقات الاعتماد وامتدت إلى التأثير في النظام الاجتماعي نفسه[54]، وظهرت علاقات اعتماد جديدة تختلف عن علاقات اعتماد الأفراد على وسائل الإعلام التقليدية، ليفتح مجالًا جديدًا لإعادة النظر في عدد من المصطلحات التي طرأت حديثًا على علاقات الاعتماد، منها التواصل أو الارتباط بالإنترنت، ووقته[55]، كما أن التطور التكنولوجي الهائل جعل عددًا من الدراسات تتجه نحو تقديم نموذج جديد للاعتماد، ليظهر ما يسمى بالمساحة الخاصة بالفرد Myspace، حيث عديد من البدائل ومصادر المعلومات التي تتيح قدرًا كبيرًا من التفاعل والاعتماد النشط والتأثيرات المختلفة[56].

وقد اتخذت دراسات الاعتماد على وسائل الإعلام عددًا من الاتجاهات، تمثَّل الاتجاه الأول في دراسة اعتماد الجمهور على وسائل الإعلام في أوقات الأزمات، وتمثَّل الاتجاه الثاني في دراسة دور وسائل الإعلام في عملية التوعية والتنمية وآثار اعتماد الأفراد على وسائل الإعلام، أما الاتجاه الثالث فتمثَّل في دراسة تغير علاقات الاعتماد بعد التقدم التكنولوجي، واختلاف درجات الاعتماد بين وسائل الإعلام التقليدية والحديثة، لمعرفة تأثير الوسائل الإعلامية الحديثة على الوسائل التقليدية في محاولة لفهم التغيرات التي أحدثتها تلك الوسائل في علاقات الاعتماد، ومستوى الاعتماد على الإعلام البديل.

لذا تتضح أهمية اللجوء إلى قياس اتجاهات الجمهور نحو الوسائل الرقمية، من خلال تركيز الدراسة الحالية على الاتجاه الثالث في توظيف نظرية الاعتماد على وسائل

الإعلام من أجل دراسة علاقة الجمهور بالمستحدثات التكنولوجية؛ إذ تؤدي التكنولوجيا دوراً رئيساً في عملية التواصل ونقل المعلومات والأخبار، وتظهر أهمية التفسير الاجتماعي لاعتماد الفئات المختلفة من الجمهور على الوسائل التكنولوجية؛ إذ تتأثر علاقة الاعتماد على الوسائل الرقمية والمواقف والأنماط السلوكية المتعلقة باستخدام التكنولوجيا، إضافة إلى المتغيرات الديموغرافية[57].

من ثَم توظف الدراسة الحالية نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام لاختبار العلاقة بين مستوى الاعتماد على برامج البودكاست كمصدر للمعلومات والأخبار ودرجة الثقة فيها، واختبار العلاقة بين مستوى الاعتماد على برامج البودكاست كمصدر للمعلومات والأخبار وإدراك مصداقية البودكاست، بوصفها تقنية حديثة الانتشار تستخدم البث الصوتي عبر المنصات الرقمية، وتُعد بديلًا لوسائل الإعلام التقليدية في الحصول على المعلومات والأخبار.

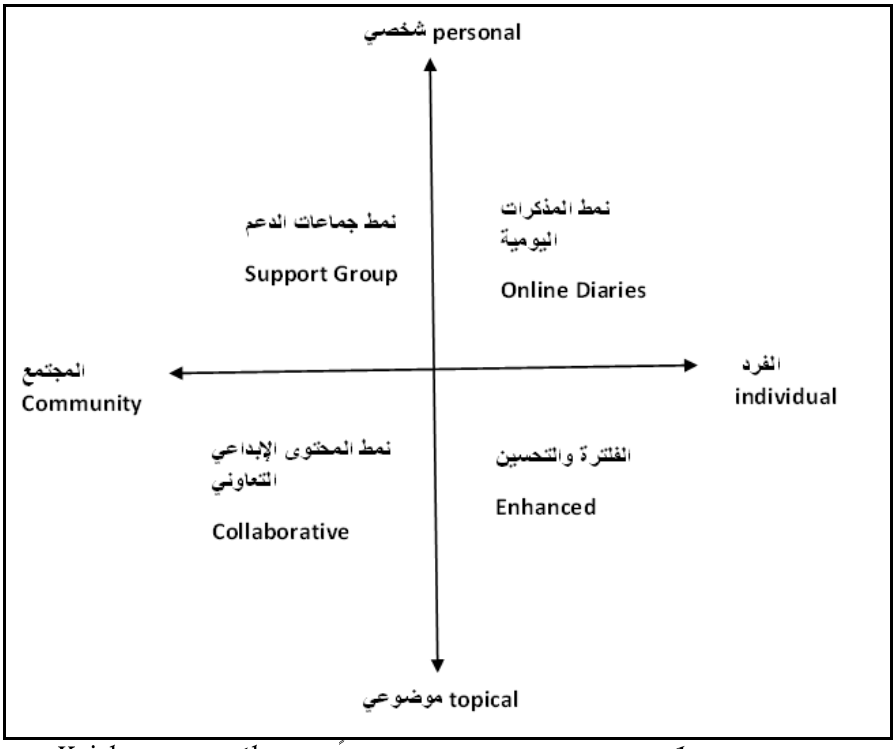
الإطار المعرفي:

المدونات الصوتية (البودكاست):

تُعدَّ المدونات الصوتية أحد أنواع المدونات الإلكترونية التي ظهرت مع ويب 2.0، وصُنفت المدونات الإلكترونية إلى: المدونات المكتوبة (اللفظية)، والمدونات الصوتية، والمدونات المُصوَّرة، والمدونات التي تستخدم الوسائط المتعددة (الملتيميديا). وقدمت (Susan Herring) تصنيفًا للمدونات الإلكترونية بجميع أنواعها قائمًا على نموذج (Krishmanmurthey) (2002) (شكل 1)، الذي يجمع بين الأبعاد الأربعة (الفرد- المجتمع)، (الشخصي- الموضوعي)، وقد انتقدت هذا النموذج لافتقاده لعدد من تصنيفات المدونات، وأبرزها المدونات المعرفية، أو ما أشارت إليه بـ (The K-blog)[58]، التي تقدم المعلومات والمعارف للجمهور.

والمدونات الصوتية عبارة عن وسائط رقمية بشكل ملفات mp3 وmp4، يتم تحميلها عبر الإنترنت، وتتيح للمستخدم الاستماع إليها في أي مكان وزمان[59]؛ لكن نجد عدة تعريفات للمدونات الصوتية كالآتي: المدونة الصوتية هي "ملفات صوتية مخزنة على شبكة الإنترنت قابلة للتحميل والاستماع من قِبل المستخدمين، لا تتقيد بوقت معين للاستماع"[60]، وهي أيضًا "تقنية لبث المحتوى الصوتي لا ترتبط بموعد بث البرنامج؛ إذ

يمكن تحميله عند توفره على الإنترنت، وهي حصيلة المزج بين المدونات الشخصية مع البث الإذاعي والصوت الرقمي، والبودكاست الإذاعي يختلف تماماً عن الاستماع المباشر عبر الإنترنت؛ لأن المستمعين قادرون على حمل البرنامج معهم والاستماع إليه حينما يكونون مستعدين لذلك"[61]، وتُنشأ المدونات الصوتية من خلال الجمع بين "الصوت" و"التدوين"، فتدوين الصوت (Audioblogging) هو امتداد للتدوين؛ إذ يستبدل المدونون الجزء الأكبر من المنشورات النصية بالتسجيلات الصوتية، وتستمر الصور - الشائعة في المدونات- في مرافقة السرد الصوتي بالمشاركات المُدوَّنة، ويُشار إلى إدخالات المدونات الصوتية التي نُشِرت حديثًا باسم "مشاركة/ منشور post"[62]، أما بالنسبة للبودكاست، فإن كلمة "podcasting" مشتقة من مزيج من (Pod) المأخوذة من "ipod" الذي أنتجته شركة أبل (Apple)وكلمة "البث" (casting)، اختصاراً لكلمة (broadcast)، ويشير المفهوم إلى عملية تنزيل البرامج الصوتية عبر الإنترنت (مثل البرامج الحوارية أو برامج الموسيقا المستضافة) بتنسيق رقمي للاستماع إليها بما يناسب المستخدم[63]، أما أوجه التشابه والاختلاف بين المدونات الصوتية والبودكاست فتتمثل أوجه التشابه في: نوع المحتوى، والتسجيلات الصوتية، واستخدام RSS لمشاركة المحتوى، وشعبيته بين الجمهور المستخدم للإنترنت، أما عن أوجه الاختلاف فتتمثل في: طبيعة المحتوى، وطرق التعبير عنه، والتفاعل مع الجمهور[64].



شكل (1): تصنيف المدونات الإلكترونية وفقاً لـ (Krishmanmurthey)

ونستنتج أن البث الصوتي تقنية تسمح للمستخدمين بالاشتراك في المحتوى الرقمي عبر الإنترنت، يُسترجع ويُخزَّن تلقائيًّا على جهاز كمبيوتر أو جهاز وسائط محمول، أو هواتف ذكية، وقد يكون المحتوى الرقمي عبارة عن ملفات صوتية أو صوت به صور ثابتة أو صوت وفيديو، ويسمى منتج أو صانع محتوى البودكاست (podcaster)، وأشار (Hodges., et.al., 2008)[65] إلى مصطلحات أخرى مستخدمة مثل: البودكاست المُحسَّن (enhanced podcast) وهي ملفات أو وسائط صوتية تتضمن صوراً وعناوين وروابط ويب إضافية ضمن مواضع زمنية محددة داخل أجزاء من التسجيل، ويستعرض المستخدمون وقت تشغيل البودكاست الصور أو روابط الويب عندما يكون التشغيل ضمن الأجزاء المحددة بالتسجيل الصوتي، أما الفودكاست (vodcast) فهو اختصار لمصطلح (Video-on-Demand-cast)، ويمكن أيضًا أن يطلق عليه نسخة فيديو من تسجيل بودكاست، وهو ملف فيديو رقمي أو مجموعة من الملفات، أو

سلسلة من ملفات الفيديو المتاحة للتنزيل عبر الإنترنت، يُطلق على كل تسجيل أو ملف فردي حلقة (vodcast)، يُستضاف إما من فرد أو مجموعة بهدف إجراء المحادثة أو بث الأخبار أو مشاركة القصص، ويُطلق على منشئ مقطع الفيديو اسم (vodcaster)، كما ظهر مصطلح صحافة البودكاست (podcast journalism)، بتوظيف المؤسسات الصحفية للبث الصوتي لتقليل نفقات الإنتاج والوصول إلى الجمهور، كما استخدم الصحفيون منصات التدوين الصوتي والبث عبر الإنترنت لنشر المعلومات والأخبار والتقارير، خاصة في المؤسسات التي تتبنى اتجاه الصحافة المتأنية (Slow Journalism).

وتصنف أنواع البودكاست إلى: بودكاست المقابلات الشخصية حيث يوجد مضيف يجري مقابلة مع ضيف جديد في كل حلقة، والبودكاست المنفرد حيث يتحدث منشئ البودكاست إلى الجمهور مباشرة، والبودكاست الثنائي حيث يجري شخصان محادثة مباشرة، وبودكاست الفريق حيث مضيف واحد وعدة ضيوف، والبودكاست الواقعي الذي يقدم معلومات عن أحداث واقعية أو سرد قصص، وأخيراً البودكاست الدرامي[66]. وتشتمل المدونات الصوتية على عدد من السمات والخصائص المميزة، منها:

1- لا تحتاج إلى الإنترنت للاستماع إليها، فبعد تحميل الحلقات يمكن الاستماع إليها دون الحاجة إلى الإنترنت.

2- تعد وسيلة سهلة الاستخدام، فلا تتطلب سوى برنامج أو تطبيق بودكاست عبر أجهزة الهواتف الذكية أو اللوحية أو أجهزة اللابتوب أو الكمبيوتر الشخصي، وغالباً ما تأتي بعض أجهزة الهواتف الذكية بتطبيق بودكاست، مثل: Spotify، أو Google podcast، أو Apple Podcast.

3- تعد وسيلة سهلة الانتشار، ومن ثمَّ الوصول إلى الجمهور المستهدف، نتيجة لسهولة استخدامها.

4- تنوع الموضوعات والمعلومات والقضايا والأفكار التي تتناولها المدونات الصوتية المختلفة، منها الإخباري العام، ومنها المتخصص، مثل: الاقتصادي والرياضي والصحي والتعليمي، وغيرها من المحتويات متخصصة المضمون والجمهور.

5- يمكن الاستماع إلى المدونات الصوتية (البودكاست) في أي وقت وأي مكان، ولا تتطلب البقاء في مكان معين وقت إذاعة الحلقات.

6- إمكانية استخدامها أثناء ممارسة الأنشطة الروتينية اليومية، مثل القيادة وممارسة الرياضة، وغيرهما.

7- تُعدَّ وسيلة غير مكلفة للحصول على المعلومات واكتساب المعارف والمهارات، تؤدي دوراً في نشر المعلومات والأخبار والمحتوى التعليمي.

8- إمكانية استرجاع حلقات البودكاست المؤرشفة في أي وقت عبر تطبيقات التدوين الصوتي.

9- الألفة والعفوية مع المتلقي؛ إذ توفر المدونات الصوتية جودة صوت عالية في البث، وتسمح للمستمعين بالتعليق والنقاش، واقتراح الموضوعات.

10- مصدر ملائم ومحمول وشائع بشكل متزايد لنقل المعلومات ونشر المعرفة[67].

ووفقًا لـ (Huann and Thong)، تتميز المدونات الصوتية بترتيب الملفات الصوتية من الأحدث إلى الأقدم، مع أرشفة آلية وتنظيم، كما تتيح سهولة نشر محتوى جديد، ومشاركة المحتوى من خلال (Really Simple Syndication RSS feeds)[68].

أما بالنسبة لمهارات التدوين الصوتي، فتشمل[69]:

1- تحديد هدف البودكاست.

2- مهارة إعداد مادة البودكاست.

3- كتابة سيناريو للبودكاست.

4- مهارة تحديد الأدوات المستخدمة للبودكاست.

5- مهارة إعداد الصوت للإنتاج.

6- التسجيل الصوتي.

7- إضافة المؤثرات الصوتية المناسبة.

8- مهارة حفظ الحلقة ورفعها على منصات التدوين الصوتي.

ومن أسباب انتشار البودكاست[70]:

1- التكلفة الاقتصادية: تنخفض تكاليفها لاعتمادها على منصات للتدوين الرقمي ونشرها عبر شبكات التواصل الاجتماعي.

2- الفاعلية والتأثير: تنتشر الوسائط المسموعة أكثر من النصوص المكتوبة.

3- تفتيت الجماهير: تتوجه الفنون المقدمة عبر الوسائط الرقمية الصوتية إلى جمهور محدد، مما يصنع ألفة بين الجمهور المتلقي ومقدم البودكاست، وتصبح أكثر جماهيرية.

4- الاستثمار في الوقت: تتيح تحميل الحلقات والاستماع إليها في أي وقت ومكان.

5- التلقي المرن: تتيح منصات وملفات التدوين الصوتي إمكانيات مثل: تنزيل الحلقات، وبدء الحلقات عند نقطة زمنية محددة، والتحكم في سرعة الصوت، وتحميلها على الهواتف الذكية.

6- المؤثرات التفاعلية: تتيح إضافة صورة ثابتة مع البث الصوتي، أو إضافة خلفية موسيقية، وغيرها من المؤثرات المسموعة التي تسعى للتأثير في المتلقي.

7- التنوع والتخصصية: تلبي احتياجات الجمهور في شتى المجالات والموضوعات.

وتتضمن مقومات إنتاج البودكاست: موضوع البودكاست، وميكروفونًا، وجهاز كمبيوتر، وبرنامجًا لتسجيل الصوت، واتصالًا بالإنترنت، وملف معلومات البودكاست، وتلقيمات RSS Feeds، والإعلان عن البودكاست والترويج له[71].

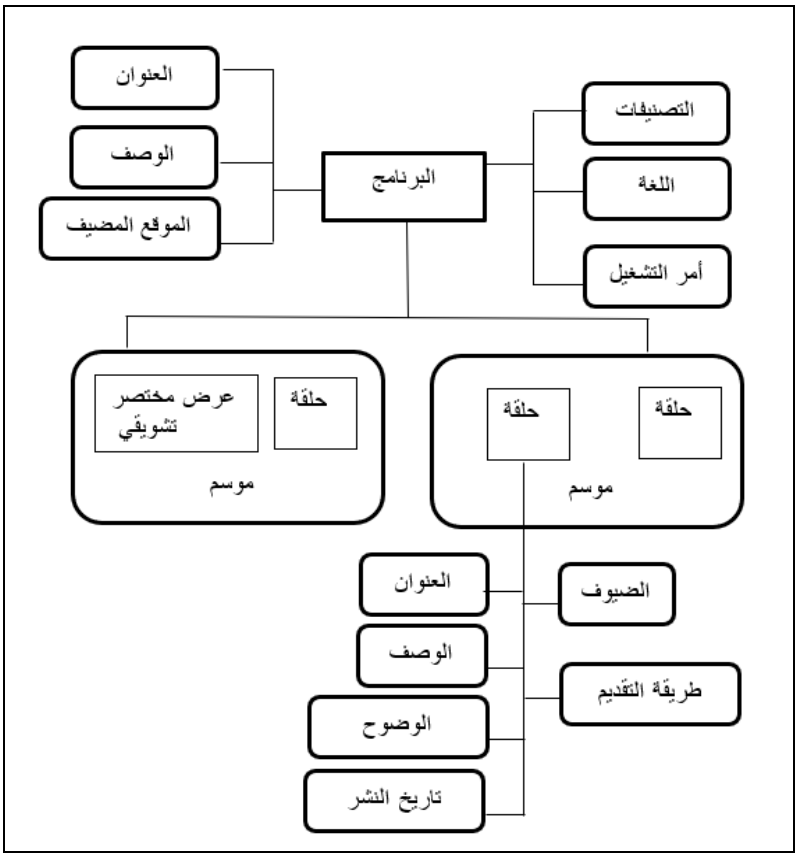
ويشار إلى أن تقنية (RSS) طُوِّرت في (1999) بواسطة (Netscape)، وكُتبت بلغة الويب (XML)، وتوفر تلقيمات (RSS) للقارئ أو المستخدم إرشادات حول المحتوى الموجود في موجز معين، نظرًا لأن البث الصوتي ظهر كتقنية في بداية القرن الحادي والعشرين قبل ظهور وسائل التواصل الاجتماعي، فإن بنيته اللامركزية تتمحور حول خدمة RSS، المعروفة أيضًا باسم "Really Simple Syndication". عندما أضافت شركة Apple تجميع RSS إلى متجر iTunes Music Store الخاص بها في عام 2005[72].

وفي (شكل 2) مثال في صفحة رابط (RSS) لبودكاست مصراوي، تظهر فيه تفاصيل لغة الويب المستخدمة في محتوى الحلقة الأخيرة التي تم رفعها عبر منصات البث الصوتي، وفيها تظهر تفاصيل تتعلق بمنتج البودكاست، وحقوق الملكية، واللغة، والملخص، وزمن البودكاست، وتاريخ وتوقيت نشر البودكاست، وغيرها من البيانات الوصفية عبر الرابط (anchor.fm/s/8bf9cc58/podcast/rss).

```
<title>Masrawy | مصراوي</title>
                        <link>https://www.masrawy.com/</link>
                </image>
                <generator>Anchor Podcasts</generator>
                <lastBuildDate>Sat, 22 Jul 2023 11:53:46 GMT</lastBuildDate>
                <atom:link href="https://anchor.fm/s/8bf9cc58/podcast/rss" rel="self"
type="application/rss+xml"/>
                <author><![CDATA[Masrawy | مصراوي]]></author>
                <copyright><![CDATA[Masrawy | مصراوي]]></copyright>
                <language><![CDATA[ar]]></language>
                <atom:link rel="hub" href="https://pubsubhubbub.appspot.com/"/>
                <itunes:author>Masrawy | مصراوي</itunes:author>
```

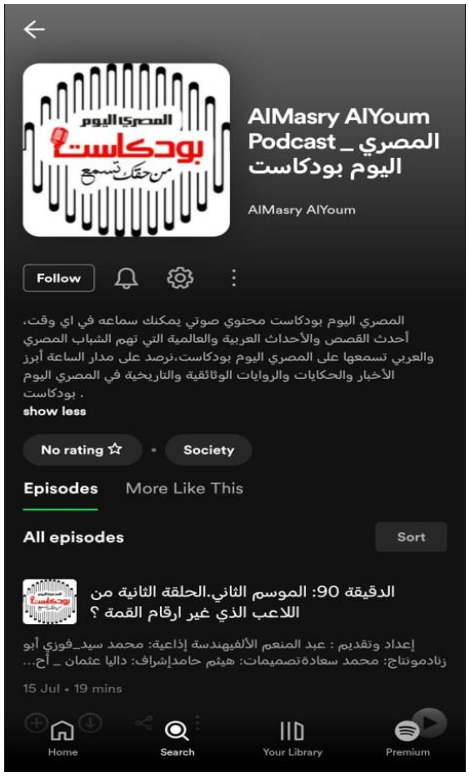
شكل (2): يظهر جزءا من لغة الويب المستخدمة عبر رابط (RSS) لبودكاست مصراوي

فالمستخدم يتصل بمحتوى متسلسل عبر عنوان URL، ومن خلاله تُرسل إشعارات التحديث تلقائيًا عند إضافة حلقات جديدة إلى الخلاصة أو التلقيمات (Feed)، وفي حالة إزالة البيانات من (RSS)، فإنها لن تكون متوفرة للمستخدم، وتُستخدم تلك التقنية بشكل شائع لعناوين الأخبار وتحديثات المدونات، إلا أنها مرتبطة الآن إلى حد كبير بمساحة البث الصوتي (البودكاست)، على الرغم من الجهود المبذولة للابتعاد عن البنية التقنية (RSS)، التي يصفها بعض الخبراء التقنيين بأنها "تقنية قديمة"[73]، أما بالنسبة للتوصيف التقني للبودكاست المعتمد على تقنية (RSS)[74]، فهي كما يوضحها (شكل 3).

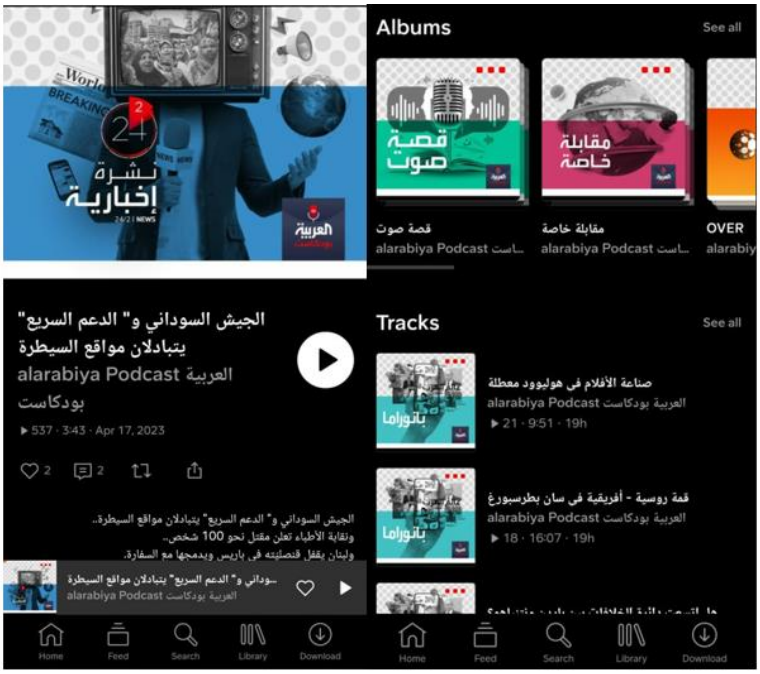


شكل (3): هيكل البيانات الوصفية المرتبطة بالبودكاست

وتشمل البيانات الوصفية التي تتوفر بواسطة منشئ البودكاست عبر (RSS): التصنيفات، واللغة، وأمر التشغيل الخاص بالحلقات، وترتيب الاستماع إليها، العنوان والوصف، ووضوح المحتوى الصوتي، وتاريخ نشر البودكاست، وبتطبيق خصائص هذا النموذج نجد مثال شكل (4) وشكل (5).

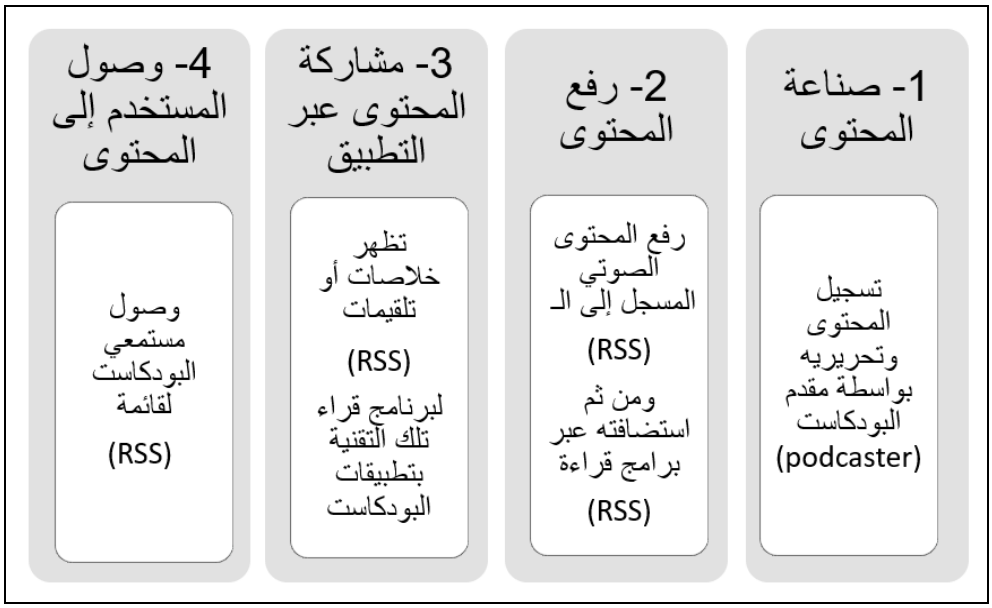


شكل (4): البيانات الوصفية المُنشأة بواسطة (المصري اليوم- بودكاست) عبر تطبيق Spotify



شكل (5): البيانات الوصفية المُنشأة بواسطة (العربية بودكاست) عبر تطبيق SoundCloud

فبعد تسجيل الحلقة، يقوم مسئول البث بتحميل معلومات الحلقة إلى تلقيمات (RSS)، مستخدمة لغة الويب، الذي تستضيفه شركة مضيفة للبودكاست (host) مقابل رسوم شهرية رمزية، وتوجد مجموعة متنوعة من شركات الاستضافة، التي تُعد موجز ويب لـ (RSS)، ولكن عدداً قليلًا من الشركات هي الأكثر استخداماً مثل(Libsyn وPodbean وBlubrry). ثم تُدفع هذه الخلاصات إلى برامج قراءة (RSS)مثل تطبيق (Apple Podcast)، وفي حالة (Apple Podcasts) يمكن فقط الاستماع إلى ملفات البودكاست المعتمدة التي تفي بمتطلبات إرسال محددة على التطبيق، ووفقًا لـ(Wirtschafter, 2023)[75]، فإن مراحل إنتاج البودكاست تتبع مساراً عامًّا بداية من التسجيل الصوتي إلى مرحلة وصول المستمع للمحتوى، كما يوضح (شكل 6).



شكل (6): مراحل إنتاج البودكاست ورفعه عبر تطبيقات البودكاست القارئة لتقنية (RSS)

وتتنوع المنصات الرقمية التي يُبث من خلالها، أو ما تسمى بـ " pod catchers"، وهي برامج تُشغِّل تقنية (RSS) وتجمع البودكاست تلقائيًّا، وهي تطبيقات يستخدمها المستخدمون للاشتراك والاستماع إلى المدونات الصوتية، وتشمل: أبل بودكاست (Apple Podcasts)، وسبوتيفاي (Spotify)، وجوجل بودكاست (Google Podcasts)، وديزر(Deezer)، وأوفر كاست (Over Cast)، وستتشرز (Stitchers)، وباز (Buzz)، وبودكاست إندكس (Podcast Index)، وبودكاست أدكت (Podcast Addict)، وكاسترو (Castro)، وكاستبوكس (Cast box)، وبودتشاسر (Pod chaser)، وبوكيتكاست (Pocket Casts)، وليسننوت (Listen Notes)، وبلاير (إف إم) (Player Fm)، وجود بودز (Good Pods)، وبودفريند (Pod friend)، وساوندكلاود (Sound Cloud)، وتطبيق أنكور (Anchor)، وتطبيق أوديابل (Audible) الذي أطلقته أمازون، كما يستخدم بعض منتجي المحتوى الرقمي منصة يوتيوب (YouTube) لبث حلقات بودكاست، وأطلقت شركة ميتا (Meta)في بداية عام 2023 خاصية قنوات البودكاست عبر تطبيق التواصل الاجتماعي إنستجرام (Instagram)، بجانب المنصات الصوتية الأخرى، وغيرها من التطبيقات التي تسمح

بالتدوين والبث الصوتي للمستخدمين، وبما تتيحه من مميزات تفاعلية مع الجمهور المتلقي.

شكل (7): نماذج لتطبيقات التدوين والبث الصوتى

ونجد عديداً من المدونات الصوتية تبث باللغة العربية، منها البودكاست الإخباري، مثل: (العربية بودكاست)، و(الجزيرة بودكاست)، وبودكاست (المصري اليوم)، وبودكاست (أخبار الآن)، وبودكاست (مصراوي)، وبودكاست (إندبندنت عربية)، وبودكاست (BBC News عربي)، وبودكاست (BBC إكسترا- عربي)، وبودكاست (سكاي نيوز العربية)، وبودكاست (CNN عربية)، وبودكاست (SBS عربي 24)، وبودكاست (أخبار الأمم المتحدة)، وبودكاست إذاعة الصين الدولية بالعربية (CRI)، وبودكاست راديو كندا الدولي (RCI).

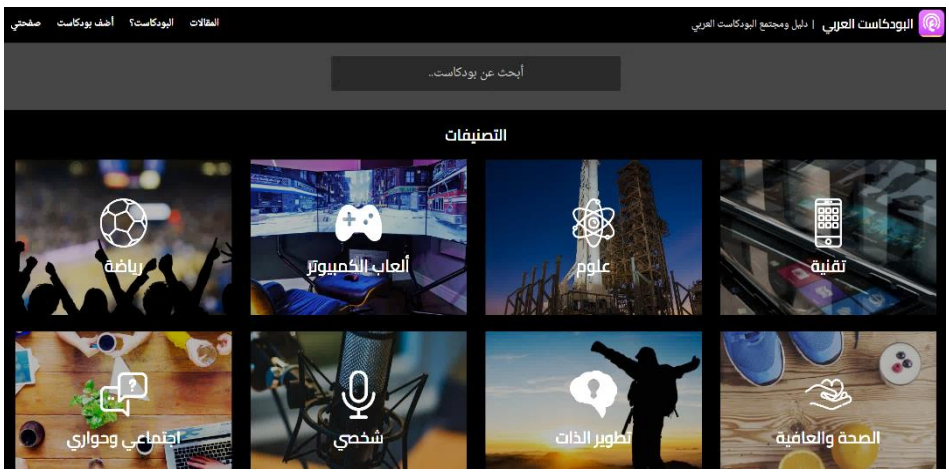
شكل (8): نماذج للمدونات الصوتية (بودكاست) التابعة لمؤسسات إعلامية

أما بالنسبة للمدونات الصوتية الاقتصادية، فنجد منها ما يبثه أفراد، على سبيل المثال: بودكاست بزنس بالعربي لـ(أحمد رشاد)، يقدم بالعامية المصرية، وهو بودكاست عربي خاص بالتطوير الذاتي، والقيادة الذاتية، وإدارة الوقت، يعرض لمهارات الحياة المهنية، وكيفية بناء الشخصية الناجحة، وكيفية الوصول إلى تفكير متوازن. وبودكاست "مع نجيب في المصنع"، يقدم بالعامية المصرية، وهو بودكاست يكشف تفاصيل رحلة رواد الأعمال وأسرار مشوارهم وأدق التفاصيل التي من خلالها وصل المبدعون للقمة، وبودكاست (اقتصادي) مع سيف القواسمي، يجمع ما بين اللغة العربية الفصحى والعامية، ويهتم البودكاست بعالم الاقتصاد والأعمال ويقدم شرحاً لمفاهيم الاقتصاد الحديث، مع طرح الحلول للمشكلات التي تواجه أصحاب الأعمال.

أما بالنسبة لبرامج التدوين الصوتي التي تبثها مؤسسات إعلامية، فنجد بودكاست (سوالف بيزنس)، و(بودكاست السوق)، و(بودكاست مع التجار)، تبثها منصة ثمانية (باللهجة السعودية)، وهي شركة سعودية متخصصة في صنع الأفلام الوثائقية وبرامج التدوين الصوتي (بودكاست). وبودكاست (الاقتصادية) الذي تبثه CNN الاقتصادية، ويتناول قضايا الاقتصاد العالمي، وبودكاست (نشرة اقتصادية) الذي يبثه

موقع العربية، وبودكاست حروب الأعمال الذي يبثه (بودكاست الجزيرة)، وبودكاست (الاقتصاد والناس) التابع لمنصة (DZ).

أما عن برامج البودكاست التي تقدم المعلومات الصحية، فمنها بودكاست كيف الصحة؟ مع الدكتورة يارا المهندي، وتبثه (إندبندنت عربية) عبر (Spotify)، وبودكاست (نشرة صحة) الذي تبثه العربية بودكاست، وبودكاست غذاء ودواء، وبودكاست (عش بصحة)، وبودكاست (قسطرة مع د. عمر عصفور)، وبودكاست (إنسولين)، وبودكاست (كلكم دكاترة)، وبودكاست (دكتور تاك)، وبودكاست (دردشات صيدلانية)، وبودكاست (سيروتونين)، وبودكاست (أسعف). إضافة إلى المدونات الصوتية التي تهتم بالصحة النفسية، مثل بودكاست (استشارات نفسية)، وبودكاست (الصحة النفسية: افهم نفسك)، وبودكاست (نفس ومايك)، وبودكاست (رحلة الصحة النفسية)، ومن المدونات متنوعة المجالات والموضوعات التي تناقَش: بودكاست (فنجان)، وبودكاست (تقرير). كما يتيح موقع البودكاست العربي (ar-podcast.com) عديدًا من البرامج الصوتية المتنوعة، منها: (الإخبارية، والاقتصادية، والعلمية، والصحية، والاجتماعية، والتكنولوجية.. وغيرها)، تُقدم في العالم العربي (شكل 8)، إضافة إلى منصة بوديو (Podu.co).



شكل (9): نموذج لتصنيفات بودكاست عبر منصة البودكاست العربي

الإطار المنهجى والإجرائى للدراسة:

نوع الدراسة ومنهجها: تنتمي الدراسة الحالية إلى الدراسات الاستطلاعية التي تستهدف الكشف عن عناصر مصداقية البودكاست الإخباري ومؤشراتها، ورصد الظاهرة موضوع الدراسة، وتقديم تفسيرات حولها، وتركز الدراسة الحالية على تحليل عناصر مصداقية برامج البودكاست الإخبارية عينة الدراسة، وقياس مستوى إدراك الجمهور المصري لمصداقية برامج البودكاست الإخبارية.

أدوات الدراسة:

- **أداة تحليل مصداقية برامج (البودكاست):**

استخدمت الدراسة أداة التحليل الكيفي لعناصر مصداقية برامج البودكاست الإخبارية عينة الدراسة، واستندت الدراسة في ذلك إلى إطار تحليل عناصر مصداقية البودكاست الذي قدَّمته دراسة (Manos Tsagkias, et.al., 2008)[76]، وتمثلت تلك العناصر في الآتي:

- **محتوى بودكاست** Podcast Content: المحتوى المنطوق، وتماسك المحتوى.
- **منتج/ مقدم البودكاست (بودكاستر**Podcaster): خطاب المقدم/ المنتج، وأسلوب المقدم/ المنتج، والملف الشخصي (التعريف بالمقدم/ المنتج).
- **سياق البودكاست** Podcast context: تفاعل البودكاستر (المقدم) مع المستمع، والسياق الواقعي.
- **التنفيذ الفنى** Technical Execution: الإنتاج، والبيانات الوصفية، ومشاركة المحتوى.
- **مكونات المصداقية، وتشمل:** الدقة، والشمول، والحالية، والفورية، والواقعية، والموضوعية، والتوازن.

- **صحيفة الاستقصاء:**

اعتمدت الدراسة على صحيفة الاستقصاء التي تُعدَّ أكثر أدوات جمع البيانات استخداماً في منهج المسح، وتضمنت الصحيفة عدداً من المقاييس التي حُدِّدت وصيغت لقياس متغيرات الدراسة، ولتحقيق أهدافها واختبار الفروض الخاصة بها، وشملت المحاور الآتية:

أولًا: مستوى الاعتماد ودرجة الثقة في برامج البودكاست كمصدر للمعلومات والأخبار.

ثانيًا: درجة الثقة في برامج البودكاست كمصدر للمعلومات والأخبار.

ثالثًا: مستوى إدراك الجمهور لمصداقية برامج البودكاست كمصدر للمعلومات والأخبار والعوامل المؤثرة فيها.

رابعًا: خصائص الجمهور المصري المستخدم لبرامج البودكاست الإخبارية.

إجراءات الصدق والثبات:

1. اختبار الصدق Validity: للتأكد من صدق الاستمارة وصلاحيتها للتطبيق أداة لجمع بيانات الدراسة، فقد عُرضت الاستمارة على مجموعة من المحكمين الأكاديميين لاستشارتهم وإبداء الملاحظات، وتم التحقق من صدق الاستبانة من خلال استخدام أسلوب الاختبار القبلي وإعادة الاختبار من خلال التطبيق الأولي (Pre-Test)للاستمارة على عينة عشوائية تعادل 10٪ من إجمالي العينة، وبناءً عليه أُجريت بعض التعديلات على الاستبانة.
2. اختبار الثبات Reliability: من خلال إعادة تطبيق الاختبار (Re-Test) على 25 مفردة من إجمالي مفردات العينة، وذلك بعد أسبوعين من التطبيق الأول للاستمارة، ثم مقارنة نتائج التطبيقين، وكانت قيمة معامل الارتباط لصدق الاتساق الداخلي لمقاييس الدراسة هي 0.896، أي أن درجة الثبات بلغت 89٪، مع الأخذ في الاعتبار أن الدراسة تتعامل مع دوافع وآراء واتجاهات تتسم بالتغير وعدم الاستمرارية، وبالاعتماد على اختبار ألفا كرونباخ (Cronbach's Alpha)، تم حساب قيمة معامل الثبات بالنسبة للاستبانة بعد التطبيق الفعلي التي بلغت 0.960 لإجمالي عدد 139 عبارة، وهي تدل على ثبات نسبي للمقياس.

جدول (3): معاملات ثبات الأبعاد المختلفة للاستبانة

البُعد/ المحور	عدد العبارات	قيمة ألفا كرونباخ
مستوى الاعتماد على برامج البودكاست كمصدر للمعلومات والأخبار	47	0.932
درجة الثقة في برامج البودكاست كمصدر للمعلومات والأخبار	17	0.921
مستوى إدراك الجمهور لمصداقية برامج البودكاست كمصدر للمعلومات والأخبار والعوامل المؤثرة فيها	75	0.975

يتضح من الجدول السابق تقارب نسب الثبات بين الأبعاد والمتغيرات المختلفة للاستبانة، كما يتضح أن معاملات ثبات الأبعاد المختلفة قد تراوحت ما بين (0.921 – 0.975)، وهي قيم دالة على ارتفاع ثبات المقياس كلما اقتربت القيمة من الواحد الصحيح.

مجتمع الدراسة:

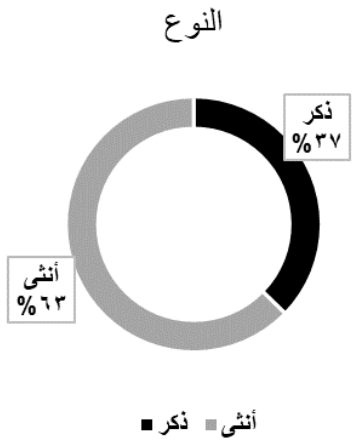
مجتمع الدراسة التحليلية: برامج البودكاست الإخبارية المصرية والعربية والدولية.

مجتمع الدراسة الميدانية: الجمهور المصري المستخدم لبرامج البودكاست.

عينة الدراسة:

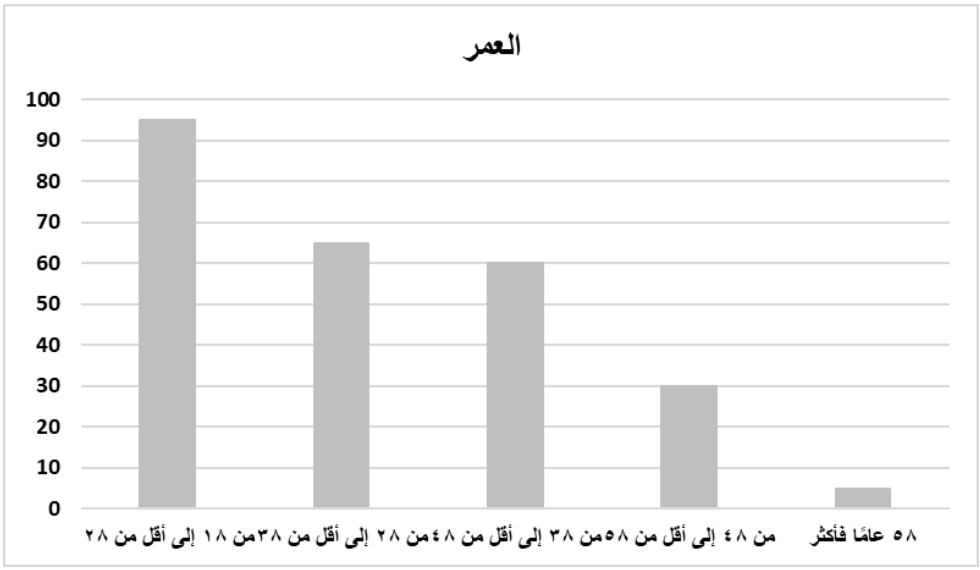
عينة الدراسة التحليلية: شملت العينة التحليلية (المصري اليوم بودكاست) عينة للبودكاست الإخباري المصري، و(العربية بودكاست) عينة من البودكاست الإخباري العربي، وبودكاست (سكاي نيوز بالعربية) عينة للبودكاست الإخباري الدولي، وباستخدام أسلوب الحصر الشامل لجميع الحلقات المتاحة في البودكاست الإخباري عينة الدراسة بإجمالي 862 حلقة، وجاءت جميع الحلقات المتاحة عبر المنصات الرقمية من (بودكاست نيوز) الذي يبثه المصري اليوم بودكاست بعدد (30) حلقة، وكانت جميع الحلقات المتاحة عبر المنصات الرقمية من (بودكاست النشرة الإخبارية: الأخبار في دقيقتين) الذي يبثه بودكاست العربية عدد (500) حلقة، وبلغت جميع الحلقات المتاحة عبر المنصات الرقمية من (بودكاست أخبار اليوم) الذي يبثه سكاي نيوز بالعربية عدد (332) حلقة، ووقع الاختيار على برامج البودكاست بالعينة التحليلية بناءً على ما توصلت إليه الدراسة الميدانية، فقد جاءت برامج البودكاست سالفة الذكر في مقدمة البودكاست الإخباري التي يتابعها الجمهور.

عينة الدراسة الميدانية: تمثَّلت عينة الدراسة الميدانية في عينة عمدية من الجمهور المصري قوامها (255) مبحوثًا، في المرحلة العمرية (18 عامًا حتى 58 عامًا فأكثر)، من الجمهور المستخدم لتقنية البودكاست، ويتعرض للمحتوى المقدم عبرها، وطبقت الدراسة الاستبانة الإلكترونية عبر Google Form في جمع بيانات الدراسة، ووزعت الاستمارة عبر منصات البودكاست التي تتيح التعليق والتواصل بين المستخدمين، وصفحات المؤسسات الإعلامية التي تنتج البودكاست الإخباري، وعبر التواصل مع مستمعي برامج البودكاست من خلال حساباتهم عبر فيسبوك، خلال الفترة من 1 أغسطس حتى 1 أكتوبر 2023. وتمثلت خصائص عينة الدراسة في الآتي•:

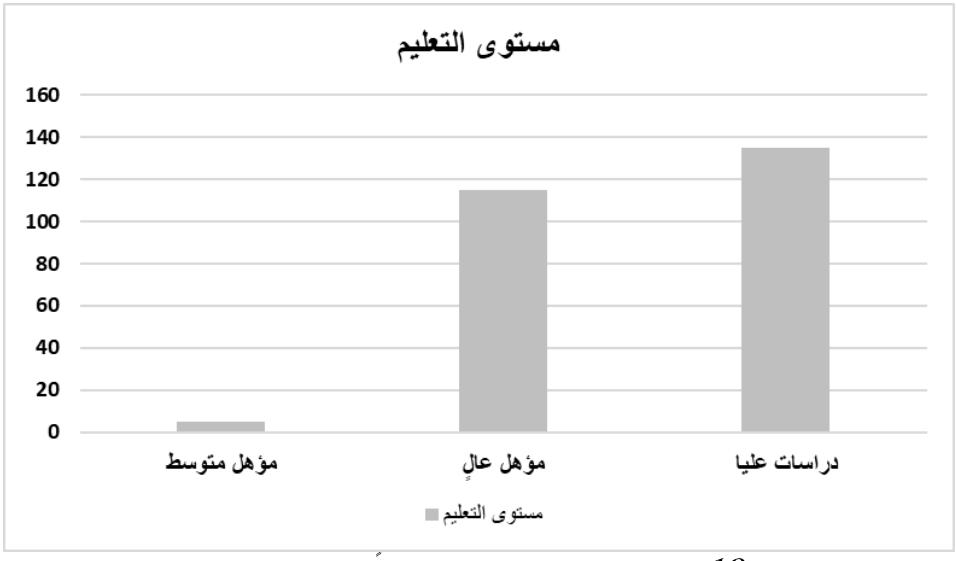


شكل (10): توزيع الجمهور عينة الدراسة وفقًا لمتغير النوع

•اقتصرت الدراسة على المتغيرات الديمغرافية، المتمثلة في (النوع، والعمر، ومستوى التعليم)، ولم تلجأ إلى متغير المستوى الاقتصادي نظرًا لكون تطبيقات البودكاست مجانية تمامًا ومتاحة للجميع، وسهلة الاستخدام، ويسهل الوصول إليها، كما يمكن الاستماع إلى الحلقات عبر تطبيقات البودكاست أو من خلال المواقع الإلكترونية الإخبارية التي تُنتج برامج البودكاست الإخباري، كما يمكن تحميل الحلقات والاستماع إليها لاحقًا، وخدماتها متاحة لجميع المستخدمين.



شكل (11): توزيع الجمهور عينة الدراسة وفقًا لمتغير العمر



شكل (12): توزيع الجمهور عينة الدراسة وفقًا لمتغير مستوى التعليم

منهجية قياس متغيرات الدراسة:

استعانت الدراسة في صياغة مقاييس متغيرات الدراسة وعباراتها بالدراسات التي تناولت مصداقية البودكاست، وشملت: دراسة [77] (Manos Tsagkias, et.al., 2008)، ودراسة (Renisyifa, [78]Sunarti and Pebriyanti, 2022) ، ودراسة

Nelson and William (2016)[79]. بجانب الاستفادة من الإسهامات التي قدمتها الدراسات التي عُنيت بمصداقية وسائل الإعلام الجديد، وشملت: دراسة (Linda Bose, et.al., 2023)[80]، ودراسة (Qiong Gong, et.al., 2022)[81]، ودراسة (Ann Rousseau, 2022)[82]، ودراسة (Chuanlin Ning, 2022)[83]، ودراسة (Siyu Liu, 2021)[84]، ودراسة (Heejun Kim,2019)[85]، ودراسة (Nathalia and Kristiana, 2019)[86]، ودراسة (Chee Youn Kang, 2017)[87]، ودراسة (Minjeong Kang, 2010)[88].

أولًا: مقياس مؤشرات مصداقية برامج البودكاست الإخباري

يتكون المقياس من 13 عبارة تقيس اتجاهات الجمهور نحو مؤشرات مصداقية برامج البودكاست الإخباري، وبلغ مجموع درجات المقياس 39 درجة، وُزِّعت كما يلي: تحديد درجة واحدة باستخدام مقياس ليكرت الثلاثي: موافق ثلاث درجات، محايد درجتان، معارض درجة واحدة.

وشمل المقياس المؤشرات الآتية:

1- **الخبرة والاعتمادات:** وشمل العبارات الآتية" تتأثر ثقتي في البرنامج بمستوى خبرة مقدم/ منتج البودكاست"، "وجود حقوق الملكية الفكرية الخاصة بالبودكاست يجعلني أكثر إيمانًا بمصداقية وأصالة المحتوى"، "إذا كان مقدم البودكاست معروفًا فإنه يكون ذا مصداقية"، "تزيد المصداقية إذا كانت مصادر المعلومات وضيوف الحلقات معروفة وموثوقًا فيها".

2- **الدقة:** "تزيد مصداقية البودكاست إذا توافر فيه روابط لمصادر المعلومات"، و"إن وضوح المعلومات وشمولها يزيد من مصداقية البودكاست".

3- **جودة المعلومات:** "إن وضوح هدف البودكاست يجعله أكثر مصداقية"، "إن وجود معلن أو شركات رعاية للبودكاست يجعله أكثر مصداقية"، "إن عرض المعلومات بتسلسل منطقي يجعل البودكاست أكثر مصداقية".

4- **جودة الإنتاج:** "تؤثر جودة الصوت والمؤثرات المستخدمة في مستوى مصداقية البودكاست"، "إن العرض الموضوعي والمتوازن للمعلومات يجعل البودكاست أكثر مصداقية".

5- **الحالية:** "إن توافر معلومات الحلقات وبيانات التاريخ والعنوان والوصف مؤشرات لمصداقية البودكاست"، "تشير حداثة الموضوعات والأخبار التي يقدمها البودكاست إلى مصداقيته".

ثانيا: مقياس عناصر مصداقية برامج البودكاست الإخباري

يتكون المقياس من 31 عبارة تقيس اتجاه الجمهور نحو عناصر المصداقية ببرامج البودكاست الإخباري، وبلغ مجموع درجات المقياس 93 درجة، وُزِّعت كما يلي: تحديد درجة واحدة باستخدام مقياس ليكرت الثلاثي: موافق ثلاث درجات، محايد درجتان، معارض درجة واحدة.

وشمل المقياس العناصر الآتية:

1- **الدقة:** "يوفر البودكاست روابط لمصادر المعلومات"، "المعلومات المقدمة صحيحة وحقيقية"، "الآراء المقدمة منطقية".

2- **الشمول:** "تتميز المعلومات المقدمة بالشمولية والوضوح"، "يقدم البودكاست وجهات النظر المختلفة"، "يهتم البودكاست بعرض جميع تفاصيل الخبر".

3- **الحالية:** "توافر معلومات الحلقات وبيانات التاريخ والعنوان والوصف"، "الحالية والحداثة للموضوعات والأخبار التي يقدمها البودكاست".

4- **الفورية:** "الفورية في نقل الأخبار والأحداث".

5- **الواقعية:** "يقدم البودكاست المعلومات والأخبار كما هي في الواقع دون مبالغة أو إثارة"، "يعرض البودكاست تفاصيل الأحداث كما وقعت دون زيادة أو نقصان".

6- **الموضوعية:** "يستعين البودكاست بالأرقام والاحصاءات الدقيقة"، "يقدم البودكاست جميع وجهات النظر"، "يفصل البودكاست بين الخبر والرأي"، "يؤثر وجود شركة راعية للبودكاست أو معلن في موضوعية البودكاست".

7- **التوازن:** يتميز البودكاست بالعرض المتوازن للمعلومات والآراء.

8- **الصدق:** "يستعين البودكاست بروابط للمصادر والوثائق ومقاطع الفيديو"، "الآراء المستعان بها منطقية وتخلو من المبالغة"، "البودكاست يعرض المعلومات بتسلسل منطقي"، "هدف البودكاست من مناقشة القضايا والموضوعات واضح".

9- **الأهمية:** "يناقش البودكاست موضوعات وقضايا مهمة"، "يراعي البودكاست اهتمامات الجمهور".

10- **التفاعلية:** يتيح البودكاست التعليق أو الرد على الحلقة"، "يتيح البودكاست التواصل المباشر مع مقدم البرنامج"، "يتيح البودكاست روابط للمصادر والموضوعات المشابهة"، "يتيح البودكاست إمكانية مشاركة الحلقات عبر منصات التواصل الاجتماعي"، "يتيح البودكاست إمكانية المتابعة ودعوة الأصدقاء"، "يتيح البودكاست إمكانية التفاعل بـ لايك Like"، يتيح البودكاست إمكانية نسخ رابط الحلقة"، "يتيح البودكاست إمكانية تحميل الحلقات"، "يتيح البودكاست إمكانية إضافة الحلقة لقائمة الملفات الصوتية Add to playlist".

ثالثًا: مقياس العوامل المؤثرة في مصداقية برامج البودكاست الإخباري

يتكون المقياس من 24 عبارة تقيس اتجاه الجمهور نحو عناصر المصداقية ببرامج البودكاست الإخباري، وبلغ مجموع درجات المقياس 72 درجة، وُزِّعت كما يلي: تحديد درجة واحدة باستخدام مقياس ليكرت الثلاثي: موافق ثلاث درجات، محايد درجتان، معارض درجة واحدة.

وشمل المقياس العوامل الآتية:

- **عوامل مرتبطة بمحتوى البودكاست:** "يركز محتوى البودكاست على موضوع محدد"، "يتضمن البودكاست ضيوفًا يناقشون موضوع الحلقة"، "يستخدم البودكاست التقارير الميدانية"، "يتضمن البودكاست معلومات وأحداثًا واقعية"، "يعرض البودكاست وجهات النظر والآراء المختلفة"، "يقدم توصيات واقتراحات فعلية تناسب موضوع الحلقة"، "يستخدم البودكاسات الاستشهادات من المصادر المختلفة"، "يعتمد البودكاست على مصادر معلومة موثوق بها"، "تُنشر حلقات البودكاست بانتظام".

- **عوامل مرتبطة بمنتج/ مقدم البودكاست:** "يتصف مقدم البودكاست بالطلاقة ووضوح الصوت، وسلامة النطق"، "يمتلك المقدم حصيلة لغوية واسعة"، "يمتلك المقدم القدرة على الاختصار والتلخيص لمضمون الحلقة"، "يراعي مقدم حلقة البودكاست آداب الحديث والألفاظ المستخدمة"، "يقدم تعريفًا بنفسه والمؤسسة الإعلامية التي ينتمي إليها".
- **عوامل مرتبطة بسياق البودكاست:** "يتفاعل مقدم/ منتج البودكاست مع الجمهور عبر التعليقات ويستجيب لطلباتهم واقتراحاتهم"، "مقدم البودكاست يخاطب المستمعين مباشرة"، "تحتوي الحلقة على روابط ذات صلة بالموضوع"، "يوجد منتدى أو حساب للبودكاست عبر مواقع التواصل الاجتماعي للتواصل مع الجمهور"، "يهتم البودكاست بالموضوعات والقضايا والأخبار الحالية التي تهم الجمهور"، "البودكاست الإخباري الذي تتابع هو برنامج أُعِدّ من أجل النشر عبر تطبيقات التدوين والبث الصوتي لجمهور الإنترنت".
- **عوامل مرتبطة بالإنتاج الفنى:** "البيانات الوصفية واضحة وكاملة (اسم البودكاست، وصف البودكاست، عنوان الحلقة، وصف الحلقة، التاريخ،...)"، "توظف الروابط والصور والنصوص داخل البودكاست"، "إمكانيات التفاعل المختلفة مع البودكاست (تحميل الحلقات، المشاركة وإعادة النشر، المتابعة، الإعجاب، التعليق..)"، "جودة الإنتاج (وجود مقدمة افتتاحية، جودة الصوت، التأثيرات الصوتية والموسيقا...)".

التعريفات الإجرائية

البودكاست: برامج البث الصوتي عبر المنصات الرقمية المخصصة للبودكاست.

البودكاست الإخباري: برامج البث الصوتي عبر المنصات الرقمية المخصصة للبودكاست، التي تهتم بتقديم المحتوى الإخباري للجمهور.

الأساليب الإحصائية المستخدمة:

لجأت الباحثة إلى المعاملات والاختبارات الإحصائية الآتية في تحليل بيانات الدراسة: التكرارات البسيطة والنسب المئوية، والمتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية، والوزن النسبي الذي يحسب بالمعادلة التالية: (المتوسط الحسابي×100)/

الدرجة العظمى للعبارة، ومعامل "ألفا كرونباخ" (Cronbach's Alpha)، واستُخدم لاختبار الثبات لأسئلة الاستبانة، اختبارات كا[2] (Chi Square) لجداول التوافق لدراسة الدلالة الإحصائية للعلاقة بين متغيرين من المتغيرات الاسمية، معامل ارتباط بيرسون (Pearson Correlation Coefficient) لدراسة شدة العلاقة الارتباطية واتجاهها بين متغيرين من نوع الفئة أو النسبة، اختبار (T-Test) لدراسة الدلالة الإحصائية للفروق بين المتوسطات الحسابية لمجموعتين من المبحوثين، وتحليل التباين ذي البُعد الواحد (One way Analysis of Variance) المعروف اختصاراً بـ(ANOVA) لدراسة الدلالة الإحصائية للفروق بين المتوسطات الحسابية لأكثر من مجموعتين من المبحوثين، والاختبار البعدي (Post Hoc Test) بطريقة (L.S.D) لمعرفة مصدر التباين بين المجموعات والتأكد من وجود فروق بينها.

نتائج الدراسة

نتائج الدراسة التحليلية

أولًا: المصري اليوم بودكاست

شكل (13): بودكاست نيوز مع أفنان أشرف

حللت الدراسة عدد (30) حلقة من (بودكاست نيوز)، الذي يبثه المصري اليوم بودكاست، وأوضحت نتائج الدراسة الآتي:

جدول (4): عناصر تحليل مصداقية بودكاست نيوز

عناصر التحليل		مستوى تحققها	
		تحقق	لم يتحقق
المحتوى المنطوق Spoken Content	يحتوي البودكاست على تركيز موضوعي قوي	*	
	يتضمن البودكاست ضيوفًا يناقشون الموضوع		*
	يستخدم البودكاست تقارير ميدانية		*
	يحتوي على معلومات موسوعية/ واقعية	*	
	يحتوي على مناقشة/ آراء		*
	يحتوي على تعليق/ استشهاد	*	
	يحتوي على توصيات/ اقتراحات		*
	مقدم البودكاست يستشهد بمصادر مختلفة	*	
تماسك المحتوى Content Consistency	يحافظ البودكاست على تركيزه الموضوعي عبر الحلقات	*	
	تتسم بنية الحلقة بالاتساق	*	
	توجد مراجع أو مصادر موثوقة في الحلقات	*	
	تُنشر الحلقات بانتظام		*
خطاب المقدم/المنتج Podcaster Speech	يتميز المقدم بالطلاقة /عدم التردد في إدارة البودكاست وتقديمه	*	
	سرعة الخطاب جيدة ومناسبة	*	
	النطق/ الإلقاء واضح وسليم	*	
	اللهجة واضحة وسليمة	*	
أسلوب المقدم/ المنتج Podcaster Style	استخدام أسلوب المحادثة		*
	استخدام بنية الجمل المعقدة	*	
	يشارك المقدم/ المنتج التفاصيل الشخصية		*
	استخدام مفردات واسعة ومبتكرة		*
	استخدام التشبيه		*
	وجود تأثير لرأي المقدم/ المنتج		*
	استخدام ألفاظ خارجة		*
	استخدام الفكاهة		*
	الحلقات موجزة (الخطاب مختصر)	*	
الملف الشخصي (التعريف بالمقدم/ المنتج) Podcaster Profile	المقدم/ المنتج معروف (يُذكر اسمه في البودكاست)	*	
	المقدم/ المنتج يمتلك مهارات تقديم	*	
	يذكر المقدم/ المنتج انتماءه المؤسسي	*	
	المقدم/ المنتج معروف على نطاق واسع خارج مجال البودكاست (podosphere)	*	

عناصر التحليل		مستوى تحققها	
		تحقق	لم يتحقق
تفاعل البودكاستر (المقدم) مع المستمع Podcaster/listener interaction	البودكاستر يخاطب المستمعين مباشرة	*	
	حلقات البودكاست تتلقى تعليقات عديدة		*
	يستجيب المقدم (البودكاستر) لتعليقات الجمهور وطلباته		*
	تحتوي صفحة البودكاست أو البيانات الوصفية على روابط لمواد ذات صلة		*
	البودكاست له منتدى		*
السياق الواقعي Real world context	البودكاست بث إذاعي أعيد نشره		*
	يشير البودكاست إلى الأحداث الجارية	*	
	بودكاست له متجر (يتعلق بالبودكاست التجاري والترويجي)		*
	وجود إعلانات بالبودكاست		*
	البودكاست له راعٍ		*
	يعرض البودكاست الجوائز أو المصادقات		*
الإنتاج Production	مقدمة افتتاحية	*	
	الموسيقا الخلفية	*	
	صوت المؤثرات الصوتية	*	
	تحرير التأثيرات (التلاشي، الانتقال...)	*	
	جودة تسجيل الأستوديو جيدة لا يشوبها ضوضاء أو خلفية صوتية غير مقصودة	*	
البيانات الوصفية Packaging	اكتمال البيانات الوصفية على مستوى (RSS feeds) (مثل العنوان والوصف)	*	
	اكتملت البيانات الوصفية على مستوى الحلقة (مثل العنوان والتاريخ)	*	
	استخدام علامات ID3 (حاوية بيانات لتخزين ملفات MP3)	*	
	الصوت متوفر بجودة عالية/ جودة متعددة	*	
	شعار (RSS feeds)		*
	الحلقات قُدمت مصاحبة بالصور		*
مشاركة المحتوى Distribution	اسم بسيط للبودكاست	*	
	مشاركته عبر المنصات المختلفة	*	
	توجد بوابة بودكاست		*
	يتيح تحميلًا موثوقًا		*

تشير بيانات الجدول السابق إلى الآتي:

فيما يتعلق بمحتوى بودكاست Podcast Content: كان محتوى البودكاست يركز على هدف البودكاست وموضوعه، وبذلك يتحقق اتساق بنية الحلقة، كما أن جميع الحلقات تسير على الوتيرة نفسها، وبالأسلوب نفسه من حيث التقديم والمحتوى والأخبار المختصرة، وتضمن موضوعات واقعية تهم الجمهور المصري وتتعلق بحياتهم اليومية، يذكر في تقديم البودكاست "انتظرونا لمعرفة أهم الأحداث والتفاصيل اليومية والأخبار الخدمية والقرارات الرئاسية والوزارية"، كما احتوى البودكاست على استشهادات من أقوال مصادر مع استعانته بمصادر متنوعة ذات مصداقية؛ إلا أن البودكاست تجاهل استضافة ضيوف بالحلقة، ولم يستعن بتقارير ميدانية، ولم تقدم الحلقات أي اقتراحات أو توصيات أو حلولًا تخص الموضوعات التي ركَّزت عليها، **وقد يرجع ذلك** إلى الطبيعة السريعة لنشرات الأخبار المسموعة التي تقدم أخباراً ومعلومات مختصرةً بشدة، وتتضمن أهم معلومة بالخبر يحتاج المستمع إلى معرفتها، إلا أن أكثر مًا أثر سلبيًّا في مصداقية البودكاست في هذا المحور هو عدم انتظام إنتاج الحلقات ونشرها عبر منصات البودكاست، على الرغم من أن مؤسسة المصري اليوم هي من تنتجه، ويُعدَّ انتظام البودكاست في النشر أهم عنصر لتحقيق المصداقية.

وفيما يتعلق بمنتج/ مقدم البودكاست (بودكاستر Podcaster): تميز المقدم بالطلاقة وعدم التردد في إدارة البودكاست وتقديمه، وكانت سرعة الخطاب جيدة ومناسبة، كما كان النطق والإلقاء واضحًا وسليمًا، إلا أنه تأثر أحيانًا باللهجة العامية المصرية، رغم حرص مقدم البرنامج على الالتزام باللغة العربية الفصحى، واستخدام بنية جمل معقدة، وأبرز ما ميَّز بودكاست نيوز هو الحلقات الموجزة والخطاب المختصر، ويُعرِّف المقدم في بداية الحلقة بنفسه وبالمؤسسة التي ينتمي إليها؛ إلا أن البرنامج اقتصر على الحديث المباشر من جانب المقدم، والاكتفاء بإلقاء الأخبار السياسية والاقتصادية والاجتماعية، ولم يستخدم البودكاست أسلوب المحادثة التي من شأنها أن تخلق جوًّا من الحوار مع المصادر أو الضيوف، والألفة مع المستمع، **ويرجع ذلك إلى** الطبيعة الإخبارية، فبالطبع لم يشارك المقدم التفاصيل الشخصية، ولم يظهر رأيه، وابتعد عن استخدام التشبيه أو الفكاهة، وهذا أيضًا يزيد من مصداقية بودكاست نيوز.

وبالنسبة لسياق البودكاست Podcast context: نجح مقدم البرنامج في مخاطبة المستمعين مباشرة، كما تناول المحتوى الإخباري الأحداث الجارية المحلية والإقليمية والدولية، إلا أن الحلقات لم تتلق تعليقات كثيرة، لذلك لم يستجب المقدم (البودكاستر) لتعليقات الجمهور وطلباته، ولم تحتوِ صفحة البودكاست أو البيانات الوصفية على روابط لمواد ذات صلة أو مصادر أخرى، وقد تأثرت مصداقية بودكاست نيوز سلباً بسبب عدم تحقق عناصر سياق البودكاست، **وبذلك** فإن بودكاست المصري اليوم يجب أن يراعي تلك العناصر من أجل تحقيق مصداقية أكبر لدى المستمعين.

وفيما يتعلق بالتنفيذ الفنى Technical Execution: تميز البودكاست بوجود مقدمة افتتاحية، وموسيقا خلفية، ومؤثرات صوتية، ووضوح الصوت ونقائه، كما حرص البودكاست على إضافة بيانات وصفية من العنوان والوصف والتاريخ بكل حلقة؛ إلا أن البودكاست لم يتح إمكانية تحميل الحلقات، ولم يظهر شعار(RSS feeds) .

جدول (5): تقييم مكونات مصداقية بودكاست نيوز

تقييم مكونات مصداقية البودكاست		مستوى تحققها	
		تحقق	لم يتحقق
الدقة	يوفر البودكاست روابط لمصادر المعلومات		*
	المعلومات المقدمة صحيحة وحقيقية	*	
	الآراء المقدمة منطقية	*	
الشمول	تتميز المعلومات المقدمة بالشمولية والوضوح	*	
	يقدم البودكاست وجهات نظر مختلفة		*
	يهتم البودكاست بعرض تفاصيل الخبر		*
الحالية	توافر معلومات الحلقات وبيانات التاريخ والعنوان والوصف	*	
	الحالية والحداثة للموضوعات والأخبار التي يقدمها البودكاست	*	
الفورية	الفورية في نقل الأخبار والأحداث	*	
الواقعية	يقدم البودكاست المعلومات والأخبار كما هي في الواقع دون مبالغة أو إثارة	*	
	يعرض البودكاست تفاصيل الأحداث كما وقعت دون زيادة أو نقصان	*	
الموضوعية	يستعين البودكاست بالأرقام والإحصاءات الدقيقة	*	
	يقدم البودكاست جميع وجهات النظر		*
	يفصل البودكاست بين الخبر والرأي	*	
	يؤثر وجود شركة راعية للبودكاست أو معلن في موضوعية البودكاست		*
التوازن	يتميز البودكاست بالعرض المتوازن للمعلومات والآراء		*
الصدق	يستعين البودكاست بروابط للمصادر والوثائق ومقاطع الفيديو		*

تقييم مكونات مصداقية البودكاست		مستوى تحققها	
		تحقق	لم يتحقق
	الآراء المستعان بها منطقية وتخلو من المبالغة	*	
	البودكاست يعرض المعلومات بتسلسل منطقي	*	
	هدف البودكاست من مناقشة القضايا والموضوعات واضح	*	
الأهمية	يناقش البودكاست موضوعات وقضايا مهمة	*	
	يراعي البودكاست اهتمامات الجمهور	*	
التفاعلية	يتيح البودكاست التعليق أو الرد على الحلقة	*	
	يتيح البودكاست التواصل المباشر مع مقدم البرنامج		*
	يتيح البودكاست روابط للمصادر والموضوعات المشابهة		*
	يتيح البودكاست إمكانية مشاركة الحلقات عبر منصات التواصل الاجتماعي	*	
	يتيح البودكاست إمكانية المتابعة ودعوة الأصدقاء	*	
	يتيح البودكاست إمكانية التفاعل بـ لايك Like	*	
	يتيح البودكاست إمكانية نسخ رابط الحلقة	*	
	يتيح البودكاست إمكانية تحميل الحلقات		*
	يتيح البودكاست إمكانية إضافة الحلقة لقائمة الملفات الصوتية Add to playlist	*	

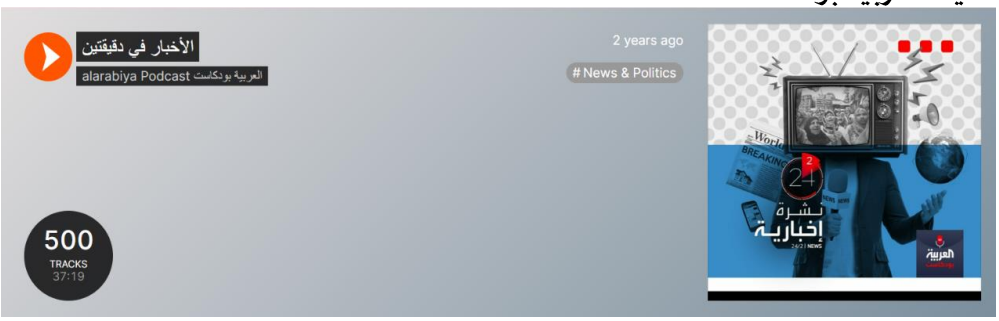
يتضح من بيانات الجدول السابق أن بودكاست نيوز حقق "**الدقة**"، من خلال تقديم معلومات صحيحة وحقيقية، والآراء المقدمة منطقية، إلا أن البودكاست لم يحقق "**الشمول**"، وتحققت "**الحالية**" من خلال توافر معلومات الحلقات وبيانات التاريخ والعنوان والوصف، وحداثة الموضوعات والأخبار التي يقدمها البودكاست.

وتميز البودكاست بالفورية في نقل الأخبار والأحداث، كما استعان البودكاست بالأرقام والإحصاءات، ولم يظهر رأي مقدم البودكاست في تقديم المحتوى الإخباري، **الأمر الذي يشير** إلى مراعاة البودكاست الممارسات التي تحقق المصداقية، ويؤكد الجوانب المهنية التي التزم بها البرنامج، كما راعى اهتمامات الجمهور، وقدم الأخبار التي تهتم بالقضايا السياسية والاجتماعية والاقتصادية.

كما تميز البودكاست بـ"**التفاعلية**" رغم ضعف تفاعل الجمهور، بإتاحته إمكانية التعليق أو الرد على الحلقة، وإمكانية مشاركة الحلقات عبر منصات التواصل الاجتماعي،

وإمكانية المتابعة ودعوة الأصدقاء، وأتاح البودكاست إمكانية التفاعل بـ لايك Like، ونسخ رابط الحلقة، وإضافة الحلقة لقائمة الملفات الصوتية Add to playlist.

ثانيا: العربية بودكاست



شكل (14): بودكاست النشرة الإخبارية: الأخبار في دقيقتين

حلَّلت الدراسة عدد (500) حلقة من (بودكاست النشرة الإخبارية: الأخبار في دقيقتين) الذي يبثه بودكاست العربية، وأوضحت نتائج الدراسة الآتي:

جدول (6): عناصر تحليل مصداقية بودكاست النشرة الإخبارية

عناصر التحليل		مستوى تحققها	
		تحقق	لم يتحقق
المحتوى المنطوق Spoken Content	يحتوي البودكاست على تركيز موضوعي قوي	*	
	يتضمن البودكاست ضيوفًا يناقشون الموضوع		*
	يستخدم البودكاست تقارير ميدانية		*
	يحتوي على معلومات موسوعية/ واقعية	*	
	يحتوي على مناقشة/ آراء	*	
	يحتوي على تعليق/ استشهاد	*	
	يحتوي على توصيات/ اقتراحات		*
	مقدم البودكاست يستشهد بمصادر مختلفة	*	
تماسك المحتوى Content Consistency	يحافظ البودكاست على تركيزه الموضوعي عبر الحلقات	*	
	تتسم بنية الحلقة بالاتساق	*	
	توجد مراجع أو مصادر موثوقة في الحلقات	*	
	تُنشر الحلقات بانتظام	*	
خطاب المقدم/المنتج Podcaster Speech	يتميز المقدم بالطلاقة /عدم التردد في إدارة البودكاست وتقديمه	*	
	سرعة الخطاب جيدة ومناسبة	*	
	النطق/ الإلقاء واضح وسليم	*	

	عناصر التحليل	مستوى تحققها	
		تحقق	لم يتحقق
	اللهجة واضحة وسليمة	*	
أسلوب المقدم/ المنتج Podcaster Style	استخدام أسلوب المحادثة		*
	استخدام بنية الجمل المعقدة	*	
	يشارك المقدم/ المنتج التفاصيل الشخصية		*
	استخدام مفردات واسعة ومبتكرة	*	
	استخدام التشبيه		*
	وجود تأثير لرأي المقدم/ المنتج		*
	استخدام ألفاظ خارجة		*
	استخدام الفكاهة		*
	الحلقات موجزة (الخطاب مختصر)	*	
الملف الشخصى (التعريف بالمقدم/ المنتج) Podcaster Profile	المقدم/ المنتج معروف (يذكر اسمه في البودكاست)		*
	المقدم/ المنتج يمتلك مهارات تقديم	*	
	يذكر المقدم/ المنتج انتماءه المؤسسي	*	
	المقدم/ المنتج معروف على نطاق واسع خارج مجال البودكاست (podosphere)	*	
تفاعل البودكاستر (المقدم) مع المستمع Podcaster/listener interaction	البودكاستر يخاطب المستمعين مباشرة	*	
	حلقات البودكاست تتلقى تعليقات عديدة		*
	يستجيب المقدم (البودكاستر) لتعليقات وطلبات الجمهور		*
	تحتوي صفحة البودكاست أو البيانات الوصفية على روابط لمواد ذات صلة		*
	البودكاست له منتدى		*
السياق الواقعى Real world context	البودكاست بث إذاعي أعيد نشره		*
	يشير البودكاست إلى الأحداث الجارية	*	
	بودكاست له متجر (يتعلق بالبودكاست التجاري والترويجي)		*
	وجود إعلانات في البودكاست		*
	البودكاست له راعٍ		*
	يعرض البودكاست الجوائز أو المصادقات		*
الإنتاج Production	مقدمة افتتاحية	*	
	موسيقا الخلفية	*	
	صوت مؤثرات صوتية	*	
	تحرير التأثيرات (التلاشي، الانتقال...)	*	
	جودة تسجيل الأستوديو جيدة لا يشوبها ضوضاء أو خلفية صوتية غير مقصودة	*	

عناصر التحليل		مستوى تحققها	
		تحقق	لم يتحقق
البيانات الوصفية Packaging	اكتمال البيانات الوصفية على مستوى (RSS feeds) (مثل العنوان والوصف)	*	
	اكتملت البيانات الوصفية على مستوى الحلقة (مثل العنوان والتاريخ)	*	
	استخدام علامات ID3 (حاوية بيانات لتخزين ملفات MP3)	*	
	الصوت متوفر بجودة عالية/ جودة متعددة	*	
	شعار (RSS feeds)		*
	الحلقات قُدمت مصاحبة بالصور		*
مشاركة المحتوى Distribution	اسم بسيط للبودكاست	*	
	مشاركته عبر المنصات المختلفة	*	
	توجد بوابة بودكاست	*	
	يتيح تحميلًا موثوقًا		*

تشير بيانات الجدول السابق إلى الآتي:

فيما يتعلق بمحتوى البودكاست Podcast Content: اهتم بودكاست العربية بالموضوعية، واحتوى على معلومات واقعية وأحداث حقيقية على المستوى الإقليمي والدولي، وتميز بعرض الرأي والرأي الآخر، واستعان باستشهادات من مصادر مختلفة، وتميز بانتظام نشر حلقات البودكاست؛ إلا أن البودكاست لم يأتِ بضيوف يناقشون الموضوع، ولم يستخدم البودكاست تقارير ميدانية، بل اكتفى بسرد المعلومات وتصريحات المصادر.

وفيما يتعلق بمنتج/ مقدم البودكاست (بودكاستر Podcaster): تميز مقدم البودكاست بالطلاقة في إدارة البودكاست وتقديمه، واللغة السليمة، وأسلوب الإلقاء غير الممل، واتضحت مهارات المقدم اللغوية، من خلال استخدام بنية جمل معقدة، واستخدام مفردات واسعة ومبتكرة، وبالطبع كانت الحلقات موجزة والخطاب مختصراً، بما يناسب المحتوى الإخباري الذي يبث في دقيقتين، وامتلك مقدم البودكاست مهارات جيدة في التقديم وجذب المستمعين؛ إلا أن المقدم لم يُعرِّف بنفسه، ولم يستعن بأسلوب المحادثة في تقديم البودكاست، وبالطبع يعد منتج البودكاست مؤسسة إعلامية معروفة خارج مجال البودكاست.

وبالنسبة لسياق البودكاست Podcast context: اتسم أسلوب البودكاست بمخاطبة المستمعين، كما تناول محتوى البودكاست الأحداث الجارية؛ إلا أن البودكاست على الرغم من إتاحته لإمكانية التعليق، في الغالب لم يُعلِّق المستمعون عليه، **وتتشابه هذه النتيجة** مع بودكاست المصري اليوم الذي أتاح أيضاً للجمهور التعليق على البودكاست عبر تطبيق ساوندكلاود، وبالنسبة لتوفير روابط مع حلقات البودكاست، فلم تحتوِ أي من حلقات البودكاست على روابط خارجية لموضوعات مشابهة، أو وصلات لمصادر أخرى حول الموضوع.

وفيما يتعلق بالتنفيذ الفنى Technical Execution: شملت حلقات البودكاست مقدمة افتتاحية، وموسيقا خلفية، ومؤثرات صوتية مميزة، بجانب الجودة العالية للتسجيل، ودرجة نقاء الصوت، وتميز البودكاست باسم بسيط يعبر بشكل مباشر عن محتواه، وللبودكاست موقع إلكتروني توجد فيه حلقات البودكاست مؤرشفة يمكن الاستماع إليها من خلال الموقع الإخباري للمؤسسة الإعلامية، أو من خلال تطبيقات البودكاست التي توضع روابطها بالموقع، كما حرص البودكاست على إضافة البيانات الوصفية من العنوان والوصف والتاريخ بكل حلقة، ويبث بودكاست النشرة الإخبارية (الأخبار في دقيقتين) عبر مجموعة متنوعة من التطبيقات، مثل تطبيق ساوندكلاود، وأمازون وميوزيك، وجوجل بلاي، وغيرها من التطبيقات؛ إلا أن البودكاست لم يتح إمكانية تحميل الحلقات، ولم يظهر شعار (RSS feeds).

جدول (7): تقييم مكونات مصداقية بودكاست النشرة الإخبارية

تقييم مكونات مصداقية البودكاست		مستوى تحققها	
		تحقق	لم يتحقق
الدقة	يوفر البودكاست روابط لمصادر المعلومات		*
	المعلومات المقدمة صحيحة وحقيقية	*	
	الآراء المقدمة منطقية	*	
الشمول	تتميز المعلومات المقدمة بالشمولية والوضوح	*	
	يقدم البودكاست وجهات نظر مختلفة	*	
	يهتم البودكاست بعرض جميع تفاصيل الخبر	*	
الحالية	توافر معلومات الحلقات وبيانات التاريخ والعنوان والوصف	*	

تقييم مكونات مصداقية البودكاست		مستوى تحققها	
		تحقق	لم يتحقق
	الحالية والحداثة للموضوعات والأخبار التي يقدمها البودكاست	*	
الفورية	الفورية في نقل الأخبار والأحداث	*	
الواقعية	يقدم البودكاست المعلومات والأخبار كما هي في الواقع دون مبالغة أو إثارة	*	
	يعرض البودكاست تفاصيل الأحداث كما وقعت دون زيادة أو نقصان	*	
الموضوعية	يستعين البودكاست بالأرقام والإحصاءات الدقيقة	*	
	يقدم البودكاست جميع وجهات النظر	*	
	يفصل البودكاست بين الخبر والرأي	*	
	وجود شركة راعية للبودكاست أو معلن في موضوعية البودكاست		*
التوازن	يتميز البودكاست بالعرض المتوازن للمعلومات والآراء	*	
الصدق	يستعين البودكاست بروابط للمصادر والوثائق ومقاطع الفيديو		*
	الآراء المستعان بها منطقية وتخلو من المبالغة	*	
	البودكاست يعرض المعلومات بتسلسل منطقي	*	
	هدف البودكاست من مناقشة القضايا والموضوعات واضح	*	
الأهمية	يناقش البودكاست موضوعات وقضايا مهمة	*	
	يراعي البودكاست اهتمامات الجمهور	*	
التفاعلية	يتيح البودكاست التعليق أو الرد على الحلقة	*	
	يتيح البودكاست التواصل المباشر مع مقدم البرنامج		*
	يتيح البودكاست روابط للمصادر والموضوعات المشابهة		*
	يتيح البودكاست إمكانية مشاركة الحلقات عبر منصات التواصل الاجتماعي	*	
	يتيح البودكاست إمكانية المتابعة ودعوة الأصدقاء	*	
	يتيح البودكاست إمكانية التفاعل بـ لايك Like	*	
	يتيح البودكاست إمكانية نسخ رابط الحلقة	*	
	يتيح البودكاست إمكانية تحميل الحلقات		*
	يتيح البودكاست إمكانية إضافة الحلقة لقائمة الملفات الصوتية Add to playlist	*	

يتضح من الجدول السابق أن بودكاست النشرة الإخبارية حقق "**الدقة**"، من خلال تقديم معلومات صحيحة وحقيقية، والآراء المقدمة منطقية، وحقق "**الشمول**" من خلال تنوع وجهات النظر، ووضوح المعلومات، بجانب الاهتمام إلى حدٍّ ما بعرض جميع تفاصيل الخبر، وتحققت "**الحالية**" من خلال توافر معلومات الحلقات وبيانات التاريخ والعنوان والوصف، وحداثة الموضوعات والأخبار التي يقدمها البودكاست، إضافة إلى "**الفورية**" في نقل الأخبار والأحداث، كما تميز البودكاست بتحقيق "**الواقعية والموضوعية**" من خلال تقديم المعلومات والأخبار كما هي في الواقع دون مبالغة، والاستعانة بالأرقام والإحصاءات الدقيقة، وحاول البودكاست إلى حدٍّ ما عرض وجهات النظر، أما بالنسبة **للتفاعلية**، فلم يتح بودكاست النشرة الإخبارية روابط لموضوعات مشابهة، ولم يسمح بتحميل الحلقات، كما لم يوفر إمكانية التواصل المباشر مع مقدم البرنامج، **وقد يرجع ذلك** إلى الطبيعة الإخبارية للبودكاست التي تقتصر على إلقاء الأخبار وتقديم المعلومات، ولا يوجد مساحة للمناقشة المباشرة مع المستمعين؛ نظرًا لوقت البرنامج الذي لا يزيد عن دقيقتين.

ثانيا: بودكاست سكاي نيوز بالعربية

شكل (15): بودكاست أخبار اليوم

حللت الدراسة عدد (332) حلقة من (بودكاست أخبار اليوم) الذي يبثه سكاي نيوز بالعربية، وأوضحت نتائج الدراسة الآتي:

جدول (8): عناصر تحليل مصداقية بودكاست أخبار اليوم

عناصر التحليل		مستوى تحققها	
		تحقق	لم يتحقق
المحتوى المنطوق Spoken Content	يحتوي البودكاست على تركيز موضوعي قوي	*	
	يتضمن البودكاست ضيوفًا يناقشون الموضوع	*	
	يستخدم البودكاست التقارير الميدانية	*	
	يحتوي على معلومات موسوعية/ واقعية	*	
	يحتوي على مناقشة/ آراء	*	
	يحتوي على تعليق/ استشهاد	*	
	يحتوي على توصيات/ اقتراحات		*
	مقدم البودكاست يستشهد بمصادر مختلفة	*	
تماسك المحتوى Content Consistency	يحافظ البودكاست على تركيزه الموضوعي عبر الحلقات	*	
	تتسم بنية الحلقة بالاتساق	*	
	توجد مراجع أو مصادر موثوقة في الحلقات	*	
	تُنشر الحلقات بانتظام	*	
خطاب المقدم/المنتج Podcaster Speech	يتميز المقدم بالطلاقة/ عدم التردد في إدارة البودكاست وتقديمه	*	
	سرعة الخطاب جيدة ومناسبة	*	
	النطق/ الإلقاء واضح وسليم	*	
	اللهجة واضحة وسليمة	*	
أسلوب المقدم/ المنتج Podcaster Style	استخدام أسلوب المحادثة	*	
	استخدام بنية جمل معقدة	*	
	يشارك المقدم/ المنتج التفاصيل الشخصية		*
	استخدام مفردات واسعة ومبتكرة	*	
	استخدام التشبيه	*	
	وجود تأثير لرأي المقدم/ المنتج	*	
	استخدام ألفاظ خارجة		*
	استخدام الفكاهة		*
	الحلقات موجزة (الخطاب مختصر)	*	
الملف الشخصي (التعريف بالمقدم/ المنتج) Podcaster Profile	المقدم/ المنتج معروف (يُذكر اسمه في البودكاست)		*
	المقدم/ المنتج يمتلك مهارات تقديم	*	
	يذكر المقدم/ المنتج انتماءه المؤسسي		*
	المقدم/ المنتج معروف على نطاق واسع خارج مجال البودكاست (podosphere)	*	

عناصر التحليل		مستوى تحققها	
		تحقق	لم يتحقق
تفاعل البودكاستر (المقدم) مع المستمع Podcaster/listener interaction	البودكاستر يخاطب المستمعين مباشرة	*	
	حلقات البودكاست تتلقى تعليقات عديدة		*
	يستجيب المقدم (البودكاستر) لتعليقات الجمهور وطلباته		*
	تحتوي صفحة البودكاست أو البيانات الوصفية على روابط لمواد ذات صلة	*	
	البودكاست له منتدى		*
السياق الواقعي Real world context	البودكاست بث إذاعي أُعيد نشره		*
	يشير البودكاست إلى الأحداث الجارية	*	
	بودكاست له متجر (يتعلق بالبودكاست التجاري والترويجي)		*
	وجود إعلانات في البودكاست		*
	البودكاست له راعٍ		*
	يعرض البودكاست الجوائز أو المصادقات		*
الإنتاج Production	مقدمة افتتاحية	*	
	موسيقا خلفية	*	
	صوت المؤثرات الصوتية	*	
	تحرير التأثيرات (التلاشي، الانتقال...)	*	
	جودة تسجيل الأستوديو جيدة لا يشوبها ضوضاء أو خلفية صوتية غير مقصودة	*	
البيانات الوصفية Packaging	اكتمال البيانات الوصفية على مستوى (RSS feeds) (مثل العنوان والوصف)	*	
	اكتملت البيانات الوصفية على مستوى الحلقة (مثل العنوان والتاريخ)	*	
	استخدام علامات ID3 (حاوية بيانات لتخزين ملفات MP3)	*	
	الصوت متوفر بجودة عالية/ جودة متعددة	*	
	شعار (RSS feeds)		*
	الحلقات قُدمت مصاحَبة بالصور		*
مشاركة المحتوى Distribution	اسم بسيط للبودكاست	*	
	مشاركته عبر المنصات المختلفة	*	
	توجد بوابة بودكاست	*	
	يتيح تحميلًا موثوقًا	*	

تشير بيانات الجدول السابق إلى الآتي:

فيما يتعلق بمحتوى بودكاست Podcast Content: تضمن البودكاست ضيوفًا يناقشون الموضوع، واستخدم البودكاست تقارير ميدانية، وقدم معلومات عن أحداث واقعية، وتنوعت المصادر والاستشهادات المستخدمة، كما اتسمت بنية الحلقات بالاتساق والتماسك، ونُشرت حلقات البودكاست بانتظام، كما ركَّز البودكاست على المعالجة الموضوعية للأحداث الجارية. **وبذلك** يتضح اهتمام بودكاست أخبار اليوم بالممارسات التي تحقق قدراً كبيراً من المصداقية، التي تميز بها عن بودكاست نيوز، وبودكاست الأخبار في دقيقتين.

وفيما يتعلق بمنتج/ مقدم البودكاست (بودكاستر Podcaster): تميز مقدم البودكاست بالطلاقة في إدارة البودكاست وتقديمه، واللغة السليمة، وأسلوب الإلقاء غير الممل، واتضحت مهارات المقدم اللغوية، من خلال استخدام بنية جمل معقدة، واستخدام مفردات واسعة ومبتكرة، وبالطبع كانت الحلقات موجزة والخطاب مختصراً، بما يناسب المحتوى الإخباري المقدم، وتميز بودكاست أخبار اليوم باستخدامه أسلوب المحادثة، وامتلك مقدم البودكاست مهارات جيدة في التقديم وجذب المستمعين؛ إلا أن المقدم لم يُعرِّف بنفسه، وبالطبع يُعدَّ منتج البودكاست مؤسسة إعلامية معروفة خارج مجال البودكاست، **وهنا يلاحظ** أيضاً اهتمام كبير بعدد من الممارسات المهنية من جانب منتج أو مقدم البودكاست؛ إذ تحققت أغلب ممارسات ومؤشرات هذا العنصر المهم في إطار تحليل مصداقية البودكاست.

وبالنسبة لسياق البودكاست Podcast context: اتسم أسلوب البودكاست بمخاطبة المستمعين بأسلوب يصنع حالة من الألفة مع الجمهور، ولم يتح البودكاست إمكانية التعليق، وبالنسبة لتوفر روابط مع حلقات البودكاست، فلم تحتوِ أي من حلقات البودكاست على روابط خارجية لموضوعات مشابهة، أو وصلات لمصادر أخرى حول الموضوع، **وهذه النتيجة** تتفق مع ما توصلت إليه الدراسة عند تحليل مصداقية بودكاست نيوز وبودكاست الأخبار في دقيقتين، فقد كانت التفاعلية تقتصر على الإعجاب بالمنشور ومشاركته.

وفيما يتعلق بالتنفيذ الفنى Technical Execution: شملت حلقات البودكاست مقدمة افتتاحية، وموسيقا خلفية، ومؤثرات صوتية مميزة، بجانب الجودة العالية للتسجيل، ودرجة نقاء الصوت، وتميز البودكاست باسم بسيط، والبودكاست له موقع إلكتروني توجد فيه حلقات مؤرشفة يمكن الاستماع إليها من خلال الموقع الإخباري أو من خلال تطبيقات البودكاست التي توضع روابطها، كما حرص البودكاست على إضافة البيانات الوصفية من العنوان والوصف والتاريخ بكل حلقة، وأتاح إمكانية تحميل الحلقات، **ويلاحظ** أن بودكاست أخبار اليوم كان أكثر اهتماماً من بودكاست نيوز، وبودكاست الأخبار في دقيقتين بالممارسات المتعلقة بعملية التنفيذ الفني والإنتاج.

جدول (9): تقييم مكونات مصداقية بودكاست أخبار اليوم

تقييم مكونات مصداقية البودكاست		مستوى تحققها	
		تحقق	لم يتحقق
الدقة	يوفر البودكاست روابط لمصادر المعلومات		*
	المعلومات المقدمة صحيحة وحقيقية	*	
	الآراء المقدمة منطقية	*	
الشمول	تتميز المعلومات المقدمة بالشمولية والوضوح	*	
	يقدم البودكاست وجهات نظر مختلفة	*	
	يهتم البودكاست بعرض جميع تفاصيل الخبر	*	
الحالية	توافر معلومات الحلقات وبيانات التاريخ والعنوان والوصف	*	
	الحالية والحداثة للموضوعات والأخبار التي يقدمها البودكاست	*	
الفورية	الفورية في نقل الأخبار والأحداث	*	
الواقعية	يقدم البودكاست المعلومات والأخبار كما هي في الواقع دون مبالغة أو إثارة	*	
	يعرض البودكاست تفاصيل الأحداث كما وقعت دون زيادة أو نقصان	*	
الموضوعية	يستعين البودكاست بالأرقام والاحصاءات الدقيقة	*	
	يقدم البودكاست جميع وجهات النظر	*	
	يفصل البودكاست بين الخبر والرأي	*	
	يؤثر وجود شركة راعية للبودكاست أو معلن في موضوعية البودكاست		*
التوازن	يتميز البودكاست بالعرض المتوازن للمعلومات والآراء	*	
الصدق	يستعين البودكاست بروابط للمصادر والوثائق ومقاطع الفيديو		*

تقييم مكونات مصداقية البودكاست		مستوى تحققها	
		تحقق	لم يتحقق
	الآراء المستعان بها منطقية وتخلو من المبالغة	*	
	البودكاست يعرض المعلومات بتسلسل منطقي	*	
	هدف البودكاست من مناقشة القضايا والموضوعات واضح	*	
الأهمية	يناقش البودكاست موضوعات وقضايا مهمة	*	
	يراعي البودكاست اهتمامات الجمهور	*	
التفاعلية	يتيح البودكاست التعليق أو الرد على الحلقة		*
	يتيح البودكاست التواصل المباشر مع مقدم البرنامج		*
	يتيح البودكاست روابط للمصادر والموضوعات المشابهة		*
	يتيح البودكاست إمكانية مشاركة الحلقات عبر منصات التواصل الاجتماعي	*	
	يتيح البودكاست إمكانية المتابعة ودعوة الأصدقاء	*	
	يتيح البودكاست إمكانية التفاعل بـ لايك Like	*	
	يتيح البودكاست إمكانية نسخ رابط الحلقة	*	
	يتيح البودكاست إمكانية تحميل الحلقات	*	
	يتيح البودكاست إمكانية إضافة الحلقة لقائمة الملفات الصوتية Add to playlist	*	

تشير بيانات الجدول السابق إلى أن بودكاست أخبار اليوم التزم إلى حدٍّ كبير بالعوامل التي تحقق المصداقية، فعلى مستوى "**الدقة**" كانت المصادر المستعان بها موثوقة، والآراء تقدم على لسان مصادرها، وليس نقلًا عنها، مما يزيد من الثقة في البودكاست الإخباري، وذلك على عكس ما قدمه بودكاست المصري اليوم وبودكاست العربية.

وبالنسبة "**للشمول**"، فقد شمل وضوح الهدف، والمعلومات وآراء المصادر، واهتم بجميع وجهات النظر والآراء المتعلقة بالموضوع، كما تطرق إلى التفاصيل ذات الصلة بالموضوع، وحقق البودكاست "**الحالية**" و"**الفورية**" من خلال توافر معلومات الحلقات وبيانات التاريخ والعنوان والوصف وحداثة الموضوعات والأخبار التي يقدمها البودكاست، وارتباطها بأحداث حالية، بجانب الفورية في نقل الأحداث.

أما بالنسبة لـ"**الموضوعية**" و"**الواقعية**"، فإن بودكاست أخبار اليوم من سكاي نيوز عربية، يقدم المعلومات والأخبار كما هي في الواقع دون مبالغة، وكان أكثر البودكاست

الإخباري اهتماماً بتفاصيل الخبر، وغالباً ما ناقشت الحلقة الواحدة من البودكاست قضية محددة أو خبراً محدداً دون التطرق لأخبار مختلفة، بحيث تقدم معالجة شاملة ومتعمقة تعكس مختلف وجهات النظر، وتوظف عدداً من أنواع المصادر المختلفة، واستشهادات من وثائق وأرقام وتقارير ميدانية ومراسلين، إلا أنه أحياناً ظهر رأي المقدم، ولُوحظ ذلك في مقدمة البرنامج، لكن خلال الحلقة كان الفصل واضحاً بين الرأي والخبر.

وبالنسبة للصدق والتوازن، فقد تميز البودكاست بالعرض المتوازن للمعلومات والآراء، وكانت الآراء المستعان بها منطقيةً وتخلو من المبالغة، مع عرض المعلومات بتسلسل منطقي، وناقش البودكاست موضوعات وقضايا مهمة، وكان هدف البودكاست من مناقشة القضايا والموضوعات واضحاً، وركَّز البودكاست بشكل كبير على القضايا السياسية، ولم يتح بودكاست أخبار اليوم الرد أو التعليق على الحلقة، والتواصل المباشر مع مقدم برنامج البودكاست، وروابط للمصادر والموضوعات المشابهة.

نتائج الدراسة الميدانية

أولًا: النتائج العامة للدراسة

جدول (10): العلاقة بين درجة اعتماد الجمهور المصري على برامج البودكاست كمصدر للمعلومات والأخبار والمتغيرات الديموغرافية

المتغيرات		ن	درجة الاعتماد						قيمة كا^2	درجة الحرية	مستوى المعنوية
			دائما		أحيانًا		نادرا				
			ك	٪	ك	٪	ك	٪			
النوع	ذكر	95	15	15.7	54	57	26	27.3	30.854	2	0.000
	أنثى	160	-	-	110	68.7	50	31.3			
العمر	من 18 إلى أقل من 28 عاما	95	15	15.7	55	58	25	26.3	49.745	8	0.000
	من 28 إلى أقل من 38 عاما	65	-	-	45	69.2	20	30.8			
	من 38 إلى أقل من 48 عاما	60	-	-	55	91.6	5	8.4			
	من 48 إلى أقل من 58 عاما	30	-	-	15	50	15	50			
	58 عاما فأكثر	5	-	-	5	100	-	-			
مستوى التعليم	مؤهل متوسط	5	-	-	5	100	-	-	21.871	8	0.000
	مؤهل عال	115	15	13	70	61	30	26			
	دراسات عليا	135	-	-	100	74	35	26			
الإجمالى		15	5.9	175	68.6	65	25.5	ن=255			

توضح بيانات الجدول السابق أن غالبية المبحوثين يعتمدون على برامج البودكاست كمصدر للمعلومات والأخبار "**أحيانًا**" بنسبة (68.6٪)، وهي نسبة مرتفعة، تدل على حرص المبحوثين عينة الدراسة على متابعة برامج البودكاست، يليه الاعتماد على تلك البرامج في الحصول على المعلومات والأخبار "**نادرا**"، بنسبة (25.5٪)، فيما جاء الاعتماد على تلك البرامج "**دائما**" بنسبة (5.9٪)، **مما يعنى** اهتمام الجمهور المصري إلى حدٍّ ما ببرامج البودكاست.

أما بالنسبة لاختبار العلاقة بين درجة اعتماد الجمهور المصري على برامج البودكاست كمصدر للمعلومات والأخبار والمتغيرات الديموغرافية، فأوضحت النتائج وجود علاقة بين درجة الاعتماد وكل من (النوع، والعمر، ومستوى التعليم)؛ لأن قيمة كا^2=

30.854، 49.745، 21.871، على التوالي، وجميعها قيم دالة عند مستوى معنوية أقل من 0.05. ومن ثمَّ **يمكن استنتاج** أن درجة المتابعة تختلف وفقًا لمتغيرات النوع، والعمر، ومستوى التعليم. **وقد يرجع** ذلك إلى مميزات برامج البودكاست ومنصاتها، وما تمتاز به من سمات وخصائص تختلف عن وسائل الإعلام التقليدية، فهي وسيلة سهلة الاستخدام، ويمكن للمستمعين تحميل الحلقات، كما أن تطبيقاتها مجانية.

جدول (11): البودكاست الإخبارية التي يتعرض لها المبحوثون

الوسيلة	درجة المتابعة						المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الوزن النسبي	الاستجابة	الترتيب
	دائما		أحيانًا		نادرا						
	ك	٪	ك	٪	ك	٪					
العربية بودكاست	35	13.7	112	44	108	42.3	1.7059	0.69572	65.86	أحيانًا	1
بودكاست المصرى اليوم	45	17.6	120	47.1	90	35.3	1.8235	0.70727	60.78	أحيانًا	2
بودكاست سكاى نيوز العربية	45	17.6	120	47.1	90	35.3	1.8235	0.70727	60.78	أحيانًا	3
بودكاست أخبار الآن	35	13.7	125	49	95	37.3	1.7647	0.67545	58.82	أحيانًا	4
بودكاست مصراوى	40	15.7	115	45.1	100	39.2	1.7647	0.70399	58.82	أحيانًا	5
بودكاست CNN عربية	40	15.7	105	41.2	110	43.1	1.7255	0.71756	57.51	نادرا	6
بودكاست BBC News عربى	20	7.8	110	43.1	125	49	1.5882	0.63297	52.94	نادرا	7
بودكاست BBC إكسترا- عربى	25	9.8	100	39.2	130	51	1.5882	0.66334	52.94	نادرا	8
الجزيرة بودكاست	35	13.7	75	29.4	145	56.9	1.5686	0.72239	52.28	نادرا	9
بودكاست إندبندنت عربية	35	13.7	60	23.5	160	62.7	1.5098	0.72559	50.32	نادرا	10
بودكاست أخبار الأمم المتحدة	30	11.8	65	25.5	160	62.7	1.4902	0.69793	49.67	نادرا	11

الوسيلة	درجة المتابعة						المتوسط الحسابى	الانحراف المعيارى	الوزن النسبى	الاستجابة	الترتيب
	دائما		أحيانا		نادرا						
	ك	٪	ك	٪	ك	٪					
بودكاست SBS عربى 24	25	9.8	70	27.5	160	62.7	1.4706	0.66856	49.02	نادرا	12
بودكاست راديو كندا الدولى (RCI)	20	7.8	45	17.6	190	74.5	1.3333	0.61691	44.44	نادرا	13
بودكاست إذاعة الصين الدولية بالعربية (CRI)	5	2	55	21.5	195	76.5	1.2549	0.47963	41.83	نادرا	14

توضح بيانات الجدول السابق أن **بودكاست العربية**، **وبودكاست المصري اليوم**، **وبودكاست سكاي نيوز العربية**، **وبودكاست أخبار الآن**، **وبودكاست مصراوي**، جاءت في مقدمة البودكاست الإخبارية التي يتابعها الجمهور عينة الدراسة بأوزان نسبية بلغت (65.86٪)، و(60.78٪)، و(60.78٪)، و(58.82٪)، و(58.82٪)، على التوالي، وذلك لصالح المتابعة "**أحيانًا**"، فيما كانت متابعة الجمهور نادراً لبرامج البودكاست الإخباري الدولية. **ويرجع ذلك** إلى اهتمام **بودكاست العربية** بعديد من القضايا التي تهتم بالشأن الدولي والإقليمي والعربي بشكل عام، واتسم أسلوب بودكاست العربية بالإيقاع السريع الذي يشبه إيقاع برامج الراديو التقليدية، بجانب تنوع الموضوعات ومجالات الاهتمام، فنجد العربية بودكاست يقدم برنامج الأخبار في دقيقتين، وبرنامج أخبار الاقتصاد في دقيقتين، وبرنامج أخبار الرياضة في دقيقتين، والصحة في دقيقتين بالتركيز على أهم الأحداث والموضوعات التي تهم الجمهور بشكل مختصر ومباشر، كما أن النشرة الإخبارية تتميز بانتظام نشرها يومياً، وهو ما يعطي للبودكاست مصداقية لدى الجمهور، كما يظهر تنوع البرامج والموضوعات عبر بودكاست العربية من خلال مجموعة من البرامج تزيد عن 40 برنامجًا يبث عبر موقع العربية بودكاست،تهتم بالتاريخ، واللغة، والأفلام، والسياسة، والبيئة، والعلوم، والثقافة، والأدب، والرياضة، والاقتصاد، وغيرها

من الموضوعات التي تخاطب اهتمامات قطاع كبير من جمهور مستخدمي البودكاست. وبالنسبة **لبودكاست المصري اليوم**، فخلال الفترة التي طبقت فيها الدراسة الحالية لوحظ اهتمام المصري اليوم ببرنامجين ينشرهما عبر موقعه ومنصات البث الصوتي، وهما بودكاست نيوز، ويقدم أهم الأخبار المحلية والإقليمية والدولية، وبرنامج الدقيقة 90 وهو برنامج رياضي، يحلل ويناقش أهم الأحداث الرياضية، لذلك، فتلك النوعية من البرامج تجذب أيضًا قطاعًا كبيرًا من الجمهور المهتم بالشأن العام، أو المهتم بالمجال الرياضي. أما **بودكاست سكاي نيوز بالعربية**، فيقدم مجموعة كبيرة من البرامج في مختلف الاهتمامات والمجالات، بلغ عددها 60 برنامجًا، أبرزها بودكاست (أخبار اليوم) الإخباري، وبودكاست (المحفظة) الاقتصادي، وبودكاست (تك كاست) الذي يهتم بالتكنولوجيا، وبودكاست (نفسيتي) الذي يناقش موضوعات الصحة النفسية، و(أثير الكرة) الرياضي، وبودكاست (هُن كاست) الذي يناقش اهتمامات المرأة وقضاياها، وبرنامج (لغة الرجال)، وبرنامج (صحة ولياقة)، ومن ثمَّ فإن التنوع الكبير الذي تركز فيه سكاي نيوز على قطاعات وشرائح مختلفة من جماهير مستمعي البودكاست يجعله ضمن تفضيلات جمهور مستمعي البودكاست.

جدول (12): التطبيقات التي يستخدمها المبحوثون في الاستماع لبرامج البودكاست الإخبارية

التطبيقات	ك	٪
يوتيوب (YouTube)	170	26.2
جوجل بودكاست (Google Podcasts)	130	20
سبوتيفاي (Spotify)	65	10
أبل بودكاست (Apple Podcasts)	55	8.5
ساوندكلاود (Sound Cloud)	50	7.7
بودكاست إندكس (Podcast Index)	25	3.8
بلاير (إف إم) (Player Fm)	25	3.8
ديزر(Deezer)	20	3.1
ستتشرز (Stitchers)	20	3.1
بودكاست أدكت (Podcast Addict)	15	2.3
تطبيق أوديابل (Audible)	15	2.3
أوفر كاست (Over Cast)	10	1.5
كاسترو (Castro)	10	1.5
جود بودز (Good Pods)	10	1.5
بودفريند (Pod friend)	10	1.5
باز (Buzz)	5	0.8
كاستبوكس (Cast box)	5	0.8
بوكيتكاست (Pocket Casts)	5	0.8
ليسننوت (Listen Notes)	5	0.8
بودتشاسر (Pod chaser)	-	-
أمازون ميوزك (Amazon music)	-	-

توضح بيانات الجدول السابق أن "**يوتيوب** YouTube"، و"**جوجل بودكاست** Google Podcasts"، و"**سبوتيفاي**Spotify"، و"**أبل بودكاست** Apple Podcasts"، و"**ساوندكلاود** Sound Cloud"، جاءت في مقدمة التطبيقات التي يستخدمها الجمهور عينة الدراسة في الاستماع للبودكاست الإخباري، وذلك بنسب بلغت (26.2٪)، و(20٪)، و(10٪)، و(8.5٪)، و(7.7٪)، على التوالي. فيما ندر استخدام تطبيقات أخرى مثل **باز، وكاستبوكس، وبوكيتكاست، وليسننوت، وبودتشاسر**، وربما **يرجع ذلك** إلى تفضيل الجمهور لاستخدام تطبيقات البودكاست التي تأتي مع أجهزة الهاتف المحمول، كما أن تطبيقات

المحتوى الصوتي توفر جودة عالية للصوت، وإمكانية تحميل الحلقات وسهولة الوصول إليها، وإمكانية مشاركة المحتوى مع الأصدقاء وعبر شبكات التواصل الاجتماعي، كما أنهم يفضلون يوتيوب وسيلة لمتابعة برامج البودكاست؛ نظراً لأن بعض حلقات البودكاست تُحمَّل صوتية فقط على يوتيوب، وتتيح إمكانية تنزيل الحلقة للاستماع إليها لاحقًا (download)، وبعض برامج البودكاست الأخرى تبث عبر تطبيقات البودكاست كمحتوى صوتي، وتصوِّر الحلقة أثناء البث ورفعها عبر حساب يوتيوب، الأمر الذي يزيد من حجم الجمهور المستهدف.

جدول (13): مستوى تفاعل المبحوثين مع برامج البودكاست الإخبارية

طريقة التفاعل مع البودكاست	مستوى التفاعل						المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الوزن النسبي	الاستجابة	الترتيب
	دائما		أحيانًا		نادرا						
	ك	٪	ك	٪	ك	٪					
الإعجاب بالمنشور	85	33.3	130	51	40	15.7	2.1765	0.67887	72.55	أحيانًا	1
متابعة (Follow) لقنوات البودكاست	75	29.4	105	41.2	75	29.4	2.0000	0.76847	66.66	أحيانًا	2
التواصل مع منتج/ مقدم حلقات البودكاست	45	17.6	155	60.8	55	21.6	1.9608	0.62622	65.36	أحيانًا	3
لا أبدى أى تفاعل	45	17.6	110	43.1	100	39.2	1.7843	0.72399	59.47	أحيانًا	4
أقترح موضوعات للنقاش بالبودكاست	40	15.7	110	43.1	105	41.2	1.7451	0.71108	58.17	أحيانًا	5
التعليق على البودكاست	40	15.7	100	39.2	115	45.1	1.7059	0.72346	56.86	نادرا	6
متابعة (Follow) لصفحات قنوات البودكاست بشبكات التواصل الاجتماعى	35	13.7	100	39.2	120	47.1	1.6667	0.70618	55.55	نادرا	7
أدعو الأصدقاء لمتابعة البودكاست والاستماع لحلقاته	15	5.9	105	41.2	135	52.9	1.5294	0.60682	50.98	نادرا	8

طريقة التفاعل مع البودكاست	مستوى التفاعل						المتوسط الحسابى	الانحراف المعياري	الوزن النسبى	الاستجابة	الترتيب
	دائما		أحيانًا		نادرا						
	ك	٪	ك	٪	ك	٪					
مشاركة (إعادة نشر) الحلقات على صفحتى الشخصية بشبكات التواصل الاجتماعى	15	5.9	105	41.2	135	52.9	1.5294	0.60682	50.98	نادرا	9
تحميل الحلقات	15	5.9	100	39.2	140	54.9	1.5098	0.60754	50.32	نادرا	10
أبدى رأيى في الموضوع المطروح	30	11.8	70	27.5	155	60.8	1.5098	0.69793	50.32	نادرا	11
التواصل المباشر مع البرامج التى تتيح مشاركة الجمهور	20	7.8	70	27.5	165	64.7	1.4314	0.63540	47.71	نادرا	12

توضح بيانات الجدول السابق أن **الإعجاب بالمنشور، ومتابعة** (Follow) **لقنوات البودكاست، والتواصل مع منتج/ مقدم حلقات البودكاست، وعدم إبداء أي تفاعل، واقتراح موضوعات للنقاش بالبودكاست**، جاءت في مقدمة طرق تفاعل الجمهور مع البودكاست الإخباري الذي يتابعه عينة الدراسة بأوزان نسبية بلغت (72.55٪)، و(66.66٪)، و(65.36٪)، و(59.47٪)، و(58.17٪)، على التوالي، وذلك لصالح المتابعة "**أحيانًا**"، فيما ندرت الطرق الأخرى التي يتفاعل بها الجمهور مع البودكاست الإخباري، مثل **التعليق على البودكاست، ومتابعة** (Follow) **لصفحات قنوات البودكاست بشبكات التواصل الاجتماعى، ودعوة الأصدقاء لمتابعة البودكاست والاستماع لحلقاته، ومشاركة (إعادة نشر) الحلقات على صفحتى الشخصية بشبكات التواصل الاجتماعى، وتحميل الحلقات، وإبداء الرأي في الموضوع المطروح، والتواصل المباشر مع البرامج التى تتيح مشاركة الجمهور. ويتضح مما سبق** أن تفاعل الجمهور مع البودكاست ينحصر بشكل أساسي في متابعة البودكاست، والإعجاب بالحلقات، وأخيرًا التعليق باقتراح موضوع للنقاش، وكان عدم التفاعل سائدًا بين الجمهور المستخدم لمنصات البودكاست، فعندما يهتم الجمهور بالمحتوى المقدم يبدأ بالإعجاب به، ثم يبدأ في متابعة البودكاست، والتواصل مع مقدم البودكاست، والتعليق على المنشورات، ثم الانتقال من مجرد المتابعة

والتفاعل عبر تطبيقات بث البودكاست، إلى متابعة البودكاست عبر المواقع وشبكات التواصل الاجتماعي، أما بالنسبة للمستخدمين الذين لا يبدون أي تفاعل مع المحتوى فقد يرجع ذلك إلى أن بعض التطبيقات التي يستخدمها الجمهور للاستماع إلى البودكاست لا تتيح إمكانية التعليق مثل جوجل بودكاست.

جدول (14): العلاقة بين درجة ثقة المبحوثين في المعلومات والأخبار التى تبثها برامج البودكاست والمتغيرات الديموغرافية

المتغيرات		ن	درجة الثقة						قيمة كا^2	درجة الحرية	مستوى المعنوية
			أثق بدرجة كبيرة		أثق بدرجة متوسطة		أثق بدرجة ضعيفة				
			ك	٪	ك	٪	ك	٪			
النوع	ذكر	95	35	36.8	45	47.3	15	15.7	26.918	2	0.000
	أنثى	160	20	12.5	125	78.7	15	9.4			
العمر	من 18 إلى أقل من 28 عاما	95	35	36.8	60	63.2	-	-	46.238	8	0.000
	من 28 إلى أقل من 38 عاما	65	10	6.5	45	69.2	10	15.3			
	من 38 إلى أقل من 48 عاما	60	5	8.3	45	7.5	10	16.6			
	من 48 إلى أقل من 58 عاما	30	5	16.6	15	50	10	33.4			
	58 عاما فأكثر	5	-	-	5	100	-	-			
مستوى التعليم	مؤهل متوسط	5	5	100	-	-	-	-	32.897	4	0.000
	مؤهل عال	115	35	30.4	70	60.8	10	8.8			
	دراسات عليا	135	15	11.1	100	74	20	14.9			
الإجمالى		255=ن	55	21.6	170	66.7	30	11.8			

توضح بيانات الجدول السابق أن غالبية المبحوثين يثقون في المعلومات والأخبار التي تبثها برامج البودكاست "**بدرجة متوسطة**" بنسبة (66.7٪)، وهي نسبة مرتفعة، تدل على الثقة النسبية في المعلومات والأخبار التي تقدمها برامج البودكاست عبر تطبيقات البودكاست، يليها الثقة "**بدرجة كبيرة**"، نسبة (21.6٪)، فيما جاءت درجة **الثقة المنخفضة** بنسبة (11.8٪). **وتؤكد النتيجة الحالية** ما أوضحته النتائج المتعلقة بمستوى اعتماد الجمهور عينة الدراسة على البودكاست كمصدر للمعلومات والأخبار، فقد كان في المقدمة الاعتماد أحياناً، وبذلك يتضح أن العلاقة بين مستوى الاعتماد ودرجة الثقة علاقة طردية، فكلما زاد مستوى الاعتماد ارتفعت درجة الثقة، والعكس صحيح.

أما بالنسبة لاختبار العلاقة بين درجة ثقة المبحوثين في المعلومات والأخبار التي تبثها برامج البودكاست والمتغيرات الديموغرافية، فأوضحت النتائج وجود علاقة بين درجة الثقة وكل من (النوع، والعمر، ومستوى التعليم)؛ لأن قيمة كا^2= 26.918، 46.238، 32.897، على التوالي، وجميعها قيم دالة عند مستوى معنوية أقل من 0.05. ومن ذلك **يمكن استنتاج** أن درجة الثقة في المعلومات والأخبار التي تبثها برامج البودكاست تختلف وفقًا لمتغيرات النوع، والعمر، ومستوى التعليم.

جدول (15): العلاقة بين درجة ثقة المبحوثين في برامج البودكاست الإخباري التى تبثها برامج البودكاست والمتغيرات الديموغرافية

المتغيرات		ن	درجة الثقة						قيمة كا^2	درجة الحرية	مستوى المعنوية
			أثق بدرجة كبيرة		أثق بدرجة متوسطة		أثق بدرجة ضعيفة				
			ك	٪	ك	٪	ك	٪			
النوع	ذكر	95	30	31.5	45	47.3	20	21.2	19.990	2	0.000
	أنثى	160	25	15.6	120	75	15	9.4			
العمر	من 18 إلى أقل من 28 عاما	95	30	31.5	60	63.1	5	5.4	55.452	8	0.000
	من 28 إلى أقل من 38 عاما	65	15	23	40	61.6	10	15.4			
	من 38 إلى أقل من 48 عاما	60	5	8.3	50	83.4	5	8.3			
	من 48 إلى أقل من 58 عاما	30	5	16.6	10	33.4	15	50			
	58 عاما فأكثر	5	–	–	5	100	–	–			
مستوى التعليم	مؤهل متوسط	5	–	–	5	100	–	–	11.789	4	0.019
	مؤهل عال	115	35	30.4	65	56.5	15	13.1			
	دراسات عليا	135	20	14.8	95	70.4	20	14.8			
الإجمالى		255=ن	55	21.6	165	64.7	35	13.7			

توضح بيانات الجدول السابق أن غالبية المبحوثين يثقون في البودكاست الإخباري "**بدرجة متوسطة**" بنسبة (64.7٪)، وهي نسبة مرتفعة تدل على الثقة النسبية في برامج البودكاست الإخباري، يليها الثقة "**بدرجة كبيرة**"، نسبة (21.6٪)، فيما جاءت درجة الثقة المنخفضة بنسبة (13.7٪). **وتؤكد النتيجة الحالية** ما توصلت إليه بيانات جدول (14)، التي أوضحت أن المبحوثين يثقون في برامج البودكاست عمومًا بدرجة متوسطة، أما بالنسبة لاختبار العلاقة بين درجة ثقة المبحوثين في برامج البودكاست الإخباري

والمتغيرات الديموغرافية، فأوضحت النتائج وجود علاقة بين درجة الثقة وكل من (النوع، والعمر، ومستوى التعليم)؛ لأن قيمة كا^2= 19.990، 55.452، 11.789، على التوالي، وجميعها قيم دالة عند مستوى معنوية أقل من 0.05. ومن ذلك **يمكن استنتاج** أن درجة الثقة في برامج البودكاست الإخباري تختلف وفقًا لمتغيرات النوع، والعمر، ومستوى التعليم، **ومن ثم تؤكد هذه النتيجة** ما توصلت إليه الدراسة الحالية؛ إذ تختلف درجة الاعتماد على البودكاست كمصدر للمعلومات والأخبار وفقًا للمتغيرات الديموغرافية.

جدول (16): أسباب ثقة المبحوثين في برامج البودكاست كمصدر للمعلومات والأخبار

أسباب الثقة	ك	٪
تقدم تغطية فورية للأحداث الحالية	135	23.2
الانفراد ببعض الأخبار والأحداث والمعلومات	110	18.9
تهتم بتناول تفاصيل الأحداث والموضوعات وتقدم معالجة عميقة	75	12.9
دقة المعلومات التى تقدمها واستخدام الأرقام والإحصاءات	70	12
التوازن في المعالجة وعدم انحيازها	55	9.4
تبتعد عن الإثارة والتهويل	50	8.6
تتيح التفاعل مع مقدم/ منتج البودكاست	45	7.7
يتسم مقدم البودكاست أو الجهة المنتجة بسمعة طيبة	40	6.8

توضح بيانات الجدول السابق أسباب ثقة المبحوثين في برامج البودكاست الإخباري كمصدر للمعلومات والأخبار، وقد جاء في مقدمتها "**تقديم تغطية فورية للأحداث الحالية**" بنسبة (23.2٪)، يليه "**الانفراد ببعض الأخبار والأحداث والمعلومات**" بنسبة (18.9٪)، يليه "**تهتم بتناول تفاصيل الأحداث والموضوعات وتقدم معالجة عميقة**" بنسبة (12.9٪)، ثم "**دقة المعلومات التى تقدمها واستخدام الأرقام والإحصاءات**" بنسبة (12٪)، فيما جاءت أقل النسب لأسباب: "**توازن المعالجة وعدم انحيازها**"، و"**تبتعد عن الإثارة والتهويل**"، و"**تتيح التفاعل مع مقدم/منتج البودكاست**"، و"**يتسم مقدم البودكاست أو الجهة المنتجة بسمعة طيبة**" بنسب بلغت (9.4٪)، و(8.6٪)، و(7.7٪)، و(6.8٪)، على التوالي. **ويتضح من النتيجة السابقة** أنه لكي يكسب البودكاست الإخباري ثقة المستمعين فلا بُدَّ من تقديم تغطية فورية للأحداث، والانفراد في المعلومات التي يقدمها، وأن تكون المعالجة عميقة ومتوازنة، تبتعد عن المبالغة، بجانب توظيف الأساليب المنطقية

في الإقناع، لذا لا بُدَّ أن يهتم منتجو البودكاست الإخباري بتلك العوامل التي تزيد من درجة ثقة المستمعين في المحتوى والوسيلة والقائم بالاتصال.

جدول (17): أسباب عدم ثقة المبحوثين في برامج البودكاست كمصدر للمعلومات والأخبار

أسباب عدم الثقة	ك	٪
تقدم معالجة سطحية للأخبار والأحداث	25	21.7
تعتمد على الإثارة والتهويل	20	17.3
تقدم معالجة متحيزة وغير متوازنة	20	17.3
لا تهتم بالموضوعات والقضايا الحالية	15	13
تتأثر المعالجة بمصالح الشركات والجهات الراعية للبودكاست	15	13
مقدم البودكاست أو الجهة المنتجة غير معروفة أو محددة	10	8.6
لا تتيح التفاعل مع مقدم/ منتج البودكاست	10	8.6

توضح بيانات الجدول السابق أسباب عدم ثقة المبحوثين في برامج البودكاست الإخباري كمصدر للمعلومات والأخبار، وقد جاء في مقدمتها أنها "**تقدم معالجة سطحية للأخبار والأحداث**" بنسبة (21.7٪)، يليه "**تعتمد على الإثارة والتهويل**" بنسبة (17.3٪)، يليه "**تقدم معالجة متحيزة وغير متوازنة**" بنسبة (17.3٪)، ثم "**لا تهتم بالموضوعات والقضايا الحالية**" بنسبة (13٪)، ثم "**تتأثر المعالجة بمصالح الشركات والجهات الراعية للبودكاست**" بنسبة (13٪). فيما جاءت أقل النسب لأسباب: "**مقدم البودكاست أو الجهة المنتجة غير معروفة أو محددة**"، و"**لا تتيح التفاعل مع مقدم/ منتج البودكاست**" بنسب بلغت (8.6٪). **وتوضح هذه النتيجة** أن الممارسات التي من شأنها التأثير سلباً في ثقة الجمهور في البودكاسات الإخباري أبرزها المعالجة السطحية والمتحيزة، ومصالح الشركات الراعية، وعدم إتاحة التفاعلية، وعلى منتجي البودكاست تجنب الممارسات التي تقلل من ثقة المستمعين في البرنامج.

جدول (18): اتجاهات الجمهور نحو مؤشرات مصداقية البودكاست الإخبارى

	العبارات	الاتجاه						المتوسط الحسابى	الانحراف المعيارى	الوزن النسبى	الاستجابة	الترتيب
		موافق		محايد		معارض						
		ك	٪	ك	٪	ك	٪					
الخبرة والاعتمادات	تتأثر ثقتى في البرنامج بمستوى خبرة مقدم/ منتج البودكاست	75	29.4	165	64.7	15	5.9	2.2353	0.54658	74.51	محايد	9
	وجود حقوق الملكية الفكرية الخاصة بالبودكاست يجعلنى أكثر إيمانا بمصداقية المحتوى وأصالته	110	43.1	130	51	15	5.9	2.3725	0.59396	79.08	محايد	8
	إذا كان مقدم البودكاست معروفاً فإنه يكون ذا مصداقية	90	35.3	150	58.8	15	5.9	2.2941	0.57144	76.47	محايد	11
	تزيد المصداقية إذا كانت مصادر المعلومات وضيوف الحلقات معروفين وموثوقاً بهم	115	45.1	120	47.1	20	7.8	2.3725	0.62622	79.08	محايد	7
الدقة	تزيد مصداقية البودكاست إذا توافر فيه روابط لمصادر المعلومات	155	60.8	95	37.3	5	20	2.5882	0.53154	86.27	موافق	1
	وضوح المعلومات وشمولها يزيد من مصداقية البودكاست	145	56.9	105	41.2	5	2	2.5490	0.53660	84.96	موافق	2
جودة المعلومات	وضوح هدف البودكاست يجعله أكثر مصداقية	140	54.9	100	39.2	15	5.9	2.4902	0.60745	83.00	موافق	3
	وجود معلن أو شركات رعاية للبودكاست يجعله أكثر مصداقية	45	17.6	160	62.7	50	19.6	1.9804	0.61125	66.01	محايد	13
	عرض المعلومات بتسلسل	110	43.1	140	54.9	5	2	2.4118	0.53154	80.39	محايد	5

العبارات		الاتجاه						المتوسط الحسابى	الانحراف المعياري	الوزن النسبى	الاستجابة	الترتيب
		موافق		محايد		معارض						
		ك	٪	ك	٪	ك	٪					
	منطقى يجعل البودكاست أكثر مصداقية											
جودة الإنتاج	تؤثر جودة الصوت والمؤثرات المستخدمة في مستوى مصداقية البودكاست	75	29.4	160	62.7	20	7.8	2.2157	0.57211	73.85	محايد	12
	العرض الموضوعى والمتوازن للمعلومات يجعل البودكاست أكثر مصداقية	125	49	120	47.1	10	3.9	2.4510	0.57211	81.70	موافق	4
الحداثة	توافر معلومات الحلقات وبيانات التاريخ والعنوان والوصف مؤشر لمصداقية البودكاست	105	41.2	150	58.8	-	-	2.4118	0.49312	80.39	محايد	6
	تشير حداثة الموضوعات والأخبار التى يقدمها البودكاست إلى مصداقيته	75	29.4	180	70.6	-	-	2.2941	0.45654	76.47	محايد	10

توضح بيانات الجدول السابق أن اتجاهات الجمهور نحو مؤشرات مصداقية البودكاست الإخباري جاء في مقدمتها عبارة "**تزيد مصداقية البودكاست إذا توافر فيه روابط لمصادر المعلومات**"، بوزن نسبي (86.27٪) لصالح من أجابوا بـ(موافق)، يليها في المرتبة الثانية عبارة "**وضوح المعلومات وشمولها يزيد من مصداقية البودكاست**"، بوزن نسبي (84.96٪)، لصالح من أجابوا بـ(موافق)، وكلتا العبارتين تقيسان مؤشر الدقة في البودكاست الإخباري، وفي المرتبة الثالثة عبارة "**وضوح هدف البودكاست يجعله أكثر مصداقية**" بوزن نسبي (83.00٪) لصالح من أجابوا بـ(موافق)، يليها عبارة "**العرض الموضوعى والمتوازن للمعلومات يجعل البودكاست أكثر مصداقية**"، بوزن نسبي (81.70) لصالح من أجابوا بـ(موافق)، يليها عبارة "**عرض المعلومات بتسلسل منطقى يجعل**

البودكاست أكثر مصداقية"، بوزن نسبي بلغ (80.39٪)، يليها عبارة "**توافر معلومات الحلقات وبيانات التاريخ والعنوان والوصف مؤشر لمصداقية البودكاست"**، بوزن نسبي (80.39٪)، ثم عبارة "**تزيد المصداقية إذا كانت مصادر المعلومات وضيوف الحلقات معروفين وموثوقًا بهم"**، بوزن نسبي (79.08٪)، فيما جاءت أقل الأوزان النسبية لعبارات: "**تتأثر ثقتى في البرنامج بمستوى خبرة مقدم/ منتج البودكاست"**، و"**وجود حقوق الملكية الفكرية الخاصة بالبودكاست يجعلنى أكثر إيمانًا بمصداقية المحتوى وأصالته"**، و"**إذا كان مقدم البودكاست معروفًا فإنه يكون ذا مصداقية"**، و"**تشير حداثة الموضوعات والأخبار التى يقدمها البودكاست إلى مصداقيته"**، و"**تؤثر جودة الصوت والمؤثرات المستخدمة في مستوى مصداقية البودكاست"**، و"**وجود معلن أو شركات رعاية للبودكاست يجعله أكثر مصداقية"**.

جدول (19): جدول تجميعى لمؤشرات مصداقية البودكاست الإخباري

مؤشرات مصداقية البودكاست الإخباري	المتوسط الحسابى	الانحراف المعياري	الوزن النسبى
الخبرة والاعتمادات	2.3186	0.41228	77.28
الدقة	2.5686	0.50606	85.62
جودة المعلومات	2.2941	0.38941	76.47
جودة الإنتاج	2.3333	0.47233	77.77
الحالية	2.3529	0.37509	78.43

توضح بيانات الجدول السابق أن **مؤشر "الدقة"** جاء في المرتبة الأولى ضمن مؤشرات مصداقية البودكاست بوزن نسبي (85.62٪)، **وهو ما يؤكد النتيجة السابقة**، من أن عبارات مؤشر الدقة المتمثلة في: "**تزيد مصداقية البودكاست إذا توافر فيه روابط لمصادر المعلومات"**، و"**وضوح المعلومات وشمولها يزيد من مصداقية البودكاست"** جاءت الأعلى في الوزن النسبي لصالح الاتجاه الموافق، **الأمر الذي يؤكد** أهمية توافر روابط لمصادر المعلومات بالبودكاست الإخباري، وضرورة الاهتمام بشمولية المعلومات ووضوحها، ويلي مؤشر الدقة في المرتبة الثانية **مؤشر "الحالية"** بوزن نسبي بلغ (78.43٪)، وشمل مؤشر الحالية العبارات: "**توافر معلومات الحلقات وبيانات التاريخ والعنوان والوصف مؤشر لمصداقية البودكاست"**، و"**تشير حداثة الموضوعات والأخبار التى يقدمها البودكاست إلى مصداقيته"**، وفي المرتبة الثالثة **مؤشر "جودة الإنتاج"**، بوزن نسبي (77.77٪)، وشمل عبارات: "تؤثر جودة الصوت والمؤثرات المستخدمة في مستوى مصداقية البودكاست"، و"العرض الموضوعي والمتوازن للمعلومات يجعل البودكاست أكثر مصداقية"، وفي المرتبة

الرابعة "**مؤشر الخبرة والاعتمادات**" بوزن نسبي بلغ (77.28٪)، وضم العبارات الآتية: "**تتأثر ثقتى في البرنامج بمستوى خبرة مقدم/ منتج البودكاست**"، و"**وجود حقوق الملكية الفكرية الخاصة بالبودكاست يجعلنى أكثر إيمانا بمصداقية المحتوى وأصالته**"، و"**إذا كان مقدم البودكاست معروفا فإنه يكون ذا مصداقية**"، و"**تزيد المصداقية إذا كانت مصادر المعلومات وضيوف الحلقات معروفين وموثوقاً فيهم**"، وجاء في المرتبة الأخيرة مؤشر "**جودة المعلومات**"، بوزن نسبي بلغ (76.47٪)، وضمَّ عبارات: "**وضوح هدف البودكاست يجعله أكثر مصداقية**"، و"**وجود معلن أو شركات رعاية للبودكاست يجعله أكثر مصداقية**"، و"**عرض المعلومات بتسلسل منطقى يجعل البودكاست أكثر مصداقية**".

ويتضح من بيانات الجدولين السابقين (18) و(19)، أنه لكي يحقق البودكاست الإخباري المصداقية لدى الجمهور، فلا بُدَّ أن يأخذ في الاعتبار مؤشر الدقة في مقدمة مؤشرات المصداقية من خلال توافر مصادر المعلومات المختلفة، وروابط للاطلاع على معلومات إضافية تؤكد ما يطرحه البودكاست من معلومات وأحداث، ومؤشر الحالية، بحيث تتسم الأخبار والمعلومات بالجدة والحداثة، مع ضرورة الاهتمام بمؤشرات الخبرة والاعتمادات، وجودة المعلومات والإنتاج. **كما يمكن تفسير** تقدم مؤشر الدقة على بقية المؤشرات لتركيزه على صدق المحتوى، ووضوحه، وشموليته، فإذا كانت المعلومات المقدمة يشوبها الغموض، ولا يوجد مصادر تناقشها، ولا يستطيع المستمع التحقق منها، ستتأثر بالضرورة مصداقية البودكاست أو البرنامج لدى الجمهور، لذا فإنه من وجهة نظر الجمهور عينة الدراسة، يعد مؤشر الدقة أهم ما يؤثر في المصداقية.

جدول (20): اتجاه الجمهور نحو عناصر مصداقية البودكاست الإخبارى

عناصر مصداقية البودكاست		الاتجاه						المتوسط الحسابى	الانحراف المعيارى	الوزن النسبى	الاستجابة	الترتيب
		موافق		محايد		معارض						
		ك	٪	ك	٪	ك	٪					
الدقة	يوفر البودكاست روابط لمصادر المعلومات	95	37.3	160	62.7	-	-	2.3725	0.48443	79.08	محايد	12
	المعلومات المقدمة صحيحة وحقيقية	75	29.4	170	66.7	10	3.9	2.2549	0.51905	75.16	محايد	25
	الآراء المقدمة منطقية	70	27.5	165	64.7	20	7.8	2.1961	0.56190	73.20	محايد	28
الشمول	تتميز المعلومات المقدمة بالشمولية والوضوح	105	41.2	150	58.8	-	-	2.4118	0.49312	80.39	محايد	9
	يقدم البودكاست وجهات نظر مختلفة	110	43.1	140	54.9	5	2	2.4118	0.53154	80.39	محايد	10
	يهتم البودكاست بعرض تفاصيل الخبر	90	35.3	165	64.7	-	-	2.3529	0.47882	78.43	محايد	17
الحالية	توافر معلومات الحلقات وبيانات التاريخ والعنوان والوصف	120	47.1	130	51	5	2	2.4510	0.53660	81.70	محايد	2
	الحالية والحداثة للموضوعات والأخبار التى يقدمها البودكاست	90	35.3	165	64.7	-	-	2.3529	0.47882	78.43	محايد	16

عناصر مصداقية البودكاست		الاتجاه						المتوسط الحسابى	الانحراف المعياري	الوزن النسبى	الاستجابة	الترتيب
		موافق		محايد		معارض						
		ك	٪	ك	٪	ك	٪					
الفورية	الفورية في نقل الأخبار والأحداث	120	47.1	130	51	5	2	2.4510	0.53660	81.70	محايد	3
الواقعية	يقدم البودكاست المعلومات والأخبار كما هى في الواقع دون مبالغة أو إثارة	75	29.4	175	68.6	5	2	2.2754	0.48919	75.85	محايد	24
	يعرض البودكاست تفاصيل الأحداث كما وقعت دون زيادة أو نقصان	80	31.4	170	66.7	5	2	2.2941	0.49780	76.47	محايد	21
الموضوعية	يستعين البودكاست بالأرقام والإحصاءات الدقيقة	95	37.3	160	62.7	-	-	2.3725	0.48443	79.08	محايد	13
	يقدم البودكاست جميع وجهات النظر	80	31.4	155	60.8	20	7.8	2.2353	0.58148	74.51	محايد	27
	يفصل البودكاست بين الخبر والرأى	90	35.3	150	58.8	15	5.9	2.2941	0.57144	76.47	محايد	22
	يؤثر وجود شركة راعية للبودكاست أو معلن في موضوعية البودكاست	80	31.4	145	56.9	30	11.8	2.1961	0.62807	73.20	محايد	29
التوازن	يتميز البودكاست بالعرض المتوازن للمعلومات والآراء	85	33.3	165	64.7	5	2	2.3137	0.50549	77.12	محايد	20
الصدق	يستعين البودكاست بروابط	90	35.3	150	58.8	15	5.9	2.2941	0.57144	76.47	محايد	23

عناصر مصداقية البودكاست		الاتجاه						المتوسط الحسابى	الانحراف المعياري	الوزن النسبى	الاستجابة	الترتيب
		موافق		محايد		معارض						
		ك	٪	ك	٪	ك	٪					
للمصادر والوثائق ومقاطع الفيديو												
الآراء المستعان بها منطقية وتخلو من المبالغة		60	23.5	165	64.7	30	11.8	2.1176	0.58347	70.59	محايد	31
البودكاست يعرض المعلومات بتسلسل منطقى		100	39.2	140	54.9	15	5.9	2.3333	0.58413	77.78	محايد	19
هدف البودكاست من مناقشة القضايا والموضوعات واضح		100	39.2	140	54.9	15	5.9	2.3333	0.58413	77.78	محايد	18
يناقش البودكاست موضوعات وقضايا مهمة	الأهمية	160	62.7	85	33.3	10	3.9	2.5882	0.56737	86.27	موافق	1
يراعى البودكاست اهتمامات الجمهور	الأهمية	120	47.1	115	45.1	20	7.8	2.3922	0.62991	79.74	موافق	11
يتيح البودكاست التعليق أو الرد على الحلقة	التفاعلية	125	49	115	45.1	15	5.9	2.4314	0.60363	81.05	موافق	5
يتيح البودكاست التواصل المباشر مع مقدم البرنامج	التفاعلية	85	33.3	150	59.8	20	7.8	2.2549	0.59005	75.16	محايد	26
يتيح البودكاست روابط للمصادر والموضوعات المشابهة	التفاعلية	80	31.4	135	52.9	40	15.7	2.1569	0.66913	71.90	محايد	30
يتيح البودكاست إمكانية مشاركة	التفاعلية	120	47.1	115	45.1	20	7.8	2.3922	0.62991	79.74	موافق	11

عناصر مصداقية البودكاست	الاتجاه						المتوسط الحسابى	الانحراف المعياري	الوزن النسبى	الاستجابة	الترتيب
	موافق		محايد		معارض						
	ك	٪	ك	٪	ك	٪					
الحلقات عبر منصات التواصل الاجتماعى											
يتيح البودكاست إمكانية المتابعة ودعوة الأصدقاء	122	47.1	118	46.2	15	5.9	2.4118	0.6106	80.39	موافق	7
يتيح البودكاست إمكانية التفاعل بـ لايك Like	125	49	110	43.1	20	7.8	2.4118	0.63297	80.39	موافق	8
يتيح البودكاست إمكانية نسخ رابط الحلقة	120	47.1	125	49	10	3.9	2.4314	0.57008	81.05	محايد	6
يتيح البودكاست إمكانية تحميل الحلقات	110	43.1	125	49	20	7.8	2.3529	0.62189	78.43	محايد	15
يتيح البودكاست إمكانية إضافة الحلقة لقائمة الملفات الصوتية Add to playlist	105	41.2	140	54.9	10	3.9	2.3725	0.55984	79.08	محايد	14

توضح بيانات الجدول السابق أنه بالنسبة للعبارات التي تقيس اتجاهات الجمهور نحو عناصر مصداقية البودكاست الإخباري، فقد جاء في المرتبة الأولى عبارة "**يناقش البودكاست موضوعات وقضايا مهمة**" بوزن نسبي (86.27٪) لصالح الاتجاه الموافق، وتقيس اتجاه الجمهور نحو عنصر الأهمية، يليها عبارة "**توافر معلومات الحلقات وبيانات التاريخ والعنوان والوصف**"، وتقيس عنصر الحالية، بوزن نسبي (81.70)، وعبارة "**الفورية في نقل الأخبار والأحداث**" وتقيس عنصر الفورية، بوزن نسبي (81.70٪)، لصالح الاتجاه الموافق فيما يتعلق بعنصر التفاعلية، ثم عبارتا "**يتيح**

البودكاست التعليق أو الرد على الحلقة" و"يتيح البودكاست إمكانية نسخ رابط الحلقة"، بوزن نسبي (81.05٪) لكل منهما، ثم عبارتا "**يتيح البودكاست إمكانية المتابعة ودعوة الأصدقاء**"، و"**يتيح البودكاست إمكانية التفاعل بـ لايك** Like"، بوزن نسبي (80.39٪)، و(80.39٪)، وفيما يتعلق بعنصر الشمول جاءت عبارتا "**تتميز المعلومات المقدمة بالشمولية والوضوح**"، و"**يقدم البودكاست وجهات النظر المختلفة**"، بوزن نسبي (80.39٪) لكل عبارة، لصالح الاتجاه المحايد، فيما شملت العبارات الأقل في الوزن النسبي "الآراء المقدمة منطقية"، "يؤثر وجود شركة راعية للبودكاست أو معلن في موضوعية البودكاست"، "الآراء المستعان بها منطقية وتخلو من المبالغة"، "يتيح البودكاست روابط للمصادر والموضوعات المشابهة"، وقد بلغ الوزن النسبي لكل عبارة على التوالي (73.20٪)، (73.20٪)، و(71.90)، و(70.59٪). **ويرجع سبب مجيء** العبارات سالفة الذكر الأقل أهمية من وجهة نظر الجمهور عينة الدراسة، لأن برامج البودكاست التي جاءت في مقدمة البرامج التي يحرص عل متابعتها المبحوثون (بودكاست العربية، وبودكاست المصري اليوم، وبودكاست سكاي نيوز العربية)، لم تتأثر بالشركات الراعية، وجاءت الآراء المقدمة بها منطقية دون مبالغة، إضافة إلى أن جميع هذه البرامج لم تستعن بالروابط أو تضف مصادر المعلومات بالوصف، **وهذه النتيجة تتفق مع** ما توصلت إليه نتائج الدراسة التحليلية المتعلقة بتحليل عناصر مصداقية البودكاست الإخباري.

جدول (21): جدول تجميعي يوضح عناصر مصداقية البودكاست الإخباري

عناصر مصداقية البودكاست الإخباري	المتوسط الحسابى	الانحراف المعياري	الوزن النسبى
الدقة	2.2745	0.40071	75.81
الشمول	2.3922	0.37825	79.74
الحالية	2.4020	0.44390	80.06
الفورية	2.4510	0.53660	81.70
الواقعية	2.2843	0.43534	76.14
الموضوعية	2.2745	0.41873	75.81
التوازن	2.3137	0.50549	77.12
الصدق	2.2696	0.46566	75.65
الأهمية	2.4902	0.54781	83.00
التفاعلية	2.3573	0.48166	87.57

يتضح من بيانات الجدول السابق أن أكثر مكونات المصداقية، التي يرى الجمهور أنها متوفرة بالبودكاست الإخباري، هي "التفاعلية" في المرتبة الأولى بوزن نسبي (87.57٪)، وبالنسبة للعبارات التي تقيس عنصر التفاعلية فقد جاءت على النحو: "يتيح البودكاست التعليق أو الرد على الحلقة"، "يتيح البودكاست التواصل المباشر مع مقدم البرنامج"، "يتيح البودكاست روابط للمصادر والموضوعات المشابهة"، "يتيح البودكاست إمكانية مشاركة الحلقات عبر منصات التواصل الاجتماعي"، "يتيح البودكاست إمكانية المتابعة ودعوة الأصدقاء"، "يتيح البودكاست إمكانية التفاعل بـ لايك Like"، "يتيح البودكاست إمكانية نسخ رابط الحلقة"، "يتيح البودكاست إمكانية تحميل الحلقات"، "يتيح البودكاست إمكانية إضافة الحلقة لقائمة الملفات الصوتية Add to playlist"، وبلغت الأوزان النسبية لتلك العبارات (81.05)، (75.16)، (71.90)، (79.74)، (80.39)، (80.39)، (81.05)، (78.43)، (79.08)، على التوالي. يليها "الأهمية" بوزن نسبي (83.00٪)، وهذه النتيجة تتفق مع ما توصلت إليه النتائج السابقة، وضمَّ عنصر الأهمية عبارتي: "يناقش البودكاست موضوعات وقضايا مهمة"، و"يراعي البودكاست اهتمامات الجمهور" بوزن نسبي (86.27) و(79.74) على التوالي، يليهما "الفورية" بوزن نسبي (81.70٪)، يليه عنصر "الحالية" بوزن نسبي (80.06٪)، ثم "الشمول" بوزن نسبي (79.74٪)، يليه "التوازن" بوزن نسبي (77.12٪)، ثم "الواقعية"، و"الموضوعية"، و"الدقة"، و"الصدق" بأوزن نسبية بلغت (76.14٪)، و(75.81٪)، و(75.81٪)، و(75.65٪). وتوضح النتيجة السابقة أنه على الرغم من أهمية عناصر الدقة والموضوعية والصدق والواقعية، التي عبر عنها مؤشر الدقة ضمن النتيجة التي توصلت إليها الدراسة فيما يتعلق بمؤشرات المصداقية، فإن عنصر التفاعلية من أهم عناصر المصداقية من وجهة نظر المبحوثين، فالتفاعلية تسمح بعملية اتصالية يكون فيها الجمهور نشطًا، ويكون القائم بالاتصال مهتمًّا بتقويم العملية الاتصالية، وتلبية احتياجات الجمهور واهتماماته، ومن ثمَّ تحقيق فاعلية اتصالية عبر تطبيقات البث الصوتي لبرامج البودكاست.

ويتضح من بيانات الجدولين السابقين (20) و(21)، أنه بالنسبة لعناصر مصداقية البودكاست الإخباري، فإن عنصر التفاعلية جاء في المقدمة، يليه عنصر الأهمية، والفورية، **وتتفق النتيجة الحالية** مع ما توصلت إليه الدراسة التحليلية؛ إذ اهتمت برامج البودكاست محل الدراسة بأغلب الممارسات التي من شأنها تحقيق التفاعلية، وتشمل: إتاحة التعليق أو الرد على الحلقة، وإتاحة التواصل المباشر مع مقدم البرنامج، وإتاحة روابط للمصادر والموضوعات المشابهة، وإمكانية مشاركة الحلقات عبر منصات التواصل الاجتماعي، وإمكانية المتابعة ودعوة الأصدقاء، وإمكانية التفاعل بالإعجاب Like، وإمكانية نسخ رابط الحلقة، وإمكانية تحميل الحلقات، وإمكانية إضافة الحلقة لقائمة الملفات الصوتية Add to playlist. **فعلى الرغم من** عدم وجود مدونة سلوك مهني تحكم ممارسات القائمين بالاتصال في مجال إنتاج البودكاست، إلا أن الجمهور عينة الدراسة رأى ضرورة أن يحقق البودكاست الذي يستمعون إليه قدراً من المصداقية يعكس المهنية والخبرة والاحترافية، التي يجب أن تميز المؤسسات الإعلامية المنتجة للبودكاست والعاملين بها.

جدول (22): اتجاهات الجمهور نحو العوامل المؤثرة في مصداقية البودكاست

	العوامل المؤثرة في مصداقية البودكاست	الاتجاه						المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الوزن النسبي	الاستجابة	الترتيب
		موافق		محايد		معارض						
		ك	٪	ك	٪	ك	٪					
عوامل مرتبطة بمحتوى البودكاست	يركز محتوى البودكاست على موضوع محدد	110	43.1	140	54.9	5	2	2.4118	0.53154	80.39	محايد	6
	يتضمن البودكاست ضيوفا يناقشون موضوع الحلقة	105	41.2	140	54.9	10	3.9	2.3725	0.55984	79.08	محايد	10
	يستخدم البودكاست التقارير الميدانية	85	33.3	170	66.7	-	-	2.3333	0.47233	77.77	محايد	15
	يتضمن البودكاست معلومات وأحداثًا واقعية	115	45.1	135	52.9	5	2	2.4314	0.53444	81.04	محايد	3
	يعرض	105	41.2	145	56.9	5	2	2.3922	0.52790	79.74	محايد	7

العوامل المؤثرة في مصداقية البودكاست		الاتجاه						المتوسط الحسابى	الانحراف المعياري	الوزن النسبى	الاستجابة	الترتيب
		موافق		محايد		معارض						
		ك	٪	ك	٪	ك	٪					
البودكاست وجهات النظر والآراء المختلفة												
يقدم توصيات واقتراحات فعلية تناسب موضوع الحلقة		80	31.4	170	66.7	5	2	2.2941	0.49780	76.47	محايد	19
يستخدم البودكاسات استشهادات من مصادر مختلفة		95	37.3	155	60.8	5	2	2.3529	0.51831	78.43	محايد	11
يعتمد البودكاست على مصادر معلومة وموثوق فيها		80	31.4	160	62.7	15	5.9	2.2549	0.55568	75.16	محايد	23
تُنشر حلقات البودكاست بانتظام		95	37.3	140	54.9	20	7.8	2.2941	0.60491	76.47	محايد	20
يتصف مقدم البودكاست بالطلاقة ووضوح الصوت، وسلامة النطق	عوامل مرتبطة بمنتج/مقدم البودكاست	110	43.1	135	52.9	10	3.9	2.3911	0.56396	79.70	محايد	9
يمتلك المقدم حصيلة لغوية واسعة		105	41.2	125	49	25	9.8	2.3137	0.64265	77.12	محايد	18
يمتلك المقدم القدرة على الاختصار والتلخيص لمضمون الحلقة		95	37.3	150	58.8	10	3.9	2.3333	0.54940	77.77	محايد	16
يراعى مقدم حلقة البودكاست آداب الحديث والألفاظ		125	49	105	41.2	25	9.8	2.3922	0.66042	79.74	موافق	8

العوامل المؤثرة في مصداقية البودكاست		الاتجاه						المتوسط الحسابى	الانحراف المعياري	الوزن النسبى	الاستجابة	الترتيب
		موافق		محايد		معارض						
		ك	٪	ك	٪	ك	٪					
	المستخدمة											
عوامل مرتبطة بسياق البودكاست	يقدم تعريفًا بنفسه والمؤسسة الإعلامية التى ينتمى إليها	90	35.3	145	56.9	20	7.8	2.2745	0.56784	75.81	محايد	21
	يتفاعل مقدم/ منتج البودكاست مع الجمهور عبر التعليقات ويستجيب لطلباتهم واقتراحاتهم	90	35.3	140	54.3	25	9.8	2.2549	0.62252	75.16	محايد	24
	مقدم البودكاست يخاطب المستمعين مباشرة	105	41.2	135	52.9	15	5.9	2.3529	0.58939	78.43	محايد	12
	تحتوى الحلقة على روابط ذات صلة بالموضوع	90	35.3	145	56.9	20	7.8	2.2745	0.59784	75.81	محايد	22
	يوجد منتدى أو حساب للبودكاست عبر مواقع التواصل الاجتماعى للتواصل مع الجمهور	105	41.2	135	52.9	15	5.9	2.3529	0.58939	78.43	محايد	13
	يهتم البودكاست بالموضوعات والقضايا والأخبار الحالية التى تهم الجمهور	130	51	110	43.1	15	5.9	2.4510	0.60554	81.70	موافق	1
	البودكاست الإخبارى الذى تتابع هو برنامج تم إعداده	120	47	120	47	15	6	2.4118	0.60106	80.39	موافق	5

العوامل المؤثرة في مصداقية البودكاست		الاتجاه						المتوسط الحسابى	الانحراف المعياري	الوزن النسبى	الاستجابة	الترتيب
		موافق		محايد		معارض						
		ك	٪	ك	٪	ك	٪					
من أجل النشر عبر تطبيقات التدوين والبث الصوتى لجمهور الإنترنت												
البيانات الوصفية واضحة وكاملة (اسم البودكاست، وصف البودكاست، عنوان الحلقة، وصف الحلقة، التاريخ،...)	عوامل مرتبطة بالإنتاج الفنى	110	43.1	120	47.1	25	9.8	2.3333	0.64803	77.77	محايد	17
توظف الروابط والصور والنصوص داخل البودكاست		105	41.2	135	52.9	15	5.9	2.3529	0.58939	78.43	محايد	14
إمكانيات التفاعل المختلفة مع البودكاست (تحميل الحلقات، المشاركة وإعادة النشر، المتابعة، الإعجاب، التعليق..)		130	51	105	41.2	20	7.8	2.4314	0.63540	81.04	موافق	2
جودة الإنتاج (وجود مقدمة افتتاحية، جودة الصوت، التأثيرات الصوتية والموسيقا...)		115	45.1	130	51	10	3.9	2.4118	0.56737	80.39	محايد	4

يتضح من بيانات الجدول السابق أنه بالنسبة للعبارات التي تقيس اتجاهات الجمهور نحو العوامل المؤثرة في مصداقية البودكاست الإخباري، جاء في المرتبة الأولى عبارة "**يهتم البودكاست بالموضوعات والقضايا والأخبار الحالية التى تهم الجمهور**"، بوزن نسبي (81.70)، وفي المرتبة الثانية عبارة "**إمكانيات التفاعل المختلفة مع البودكاست (تحميل الحلقات، المشاركة وإعادة النشر، المتابعة، الإعجاب، التعليق..)**"، بوزن نسبي (81.04٪)، وفي المرتبة الثالثة عبارة "**يتضمن البودكاست معلومات وأحداثًا واقعية**"، وبوزن نسبي (81.04٪)، يليها عبارات "**جودة الإنتاج (وجود مقدمة افتتاحية، جودة الصوت، التأثيرات الصوتية والموسيقا...)**"، و"**البودكاست الإخباري الذي تتابع هو برنامج تم إعداده من أجل النشر عبر تطبيقات التدوين والبث الصوتى لجمهور الإنترنت**"، وعبارة "**يركز محتوى البودكاست على موضوع محدد**"، وبوزن نسبي (80.39٪) لكل عبارة، يليها عبارة "**يعرض البودكاست وجهات نظر وآراء مختلفة**"، بوزن نسبي (79.74٪). وجاءت أقل العبارات في الوزن النسبي عبارة "**تحتوي الحلقة على روابط ذات صلة بالموضوع**"، وعبارة "**يقدم تعريفًا بنفسه والمؤسسة الإعلامية التى ينتمى إليها**"، بوزن نسبي (75.81٪) لكل منهما، وعبارة "**يعتمد البودكاست على مصادر معلومة وموثوق فيها**"، وعبارة "**يتفاعل مقدم/ منتج البودكاست مع الجمهور عبر التعليقات ويستجيب لطلباتهم واقتراحاتهم**"، بوزن نسبي (75.16٪) لكل منهما.

وتؤكد هذه النتيجة مع ما توصلت إليه نتائج الدراسة الحالية فيما يتعلق بمؤشرات مصداقية البودكاست، وبالتحديد (مؤشر الإنتاج)، الذي أوضح أن المصداقية تتأثر بجودة الصوت والمؤثرات المستخدمة في البودكاست، وأن العرض الموضوعي والمتوازن للمعلومات يجعل البودكاست أكثر مصداقية، إضافة إلى عناصر المصداقية، وبالتحديد عنصر (التفاعلية)، الذي جاء في مقدمة أهم العناصر المكونة لمصداقية البودكاست الإخباري، وعنصر (الحالية)؛ إذ أوضح المبحوثون تفضيلهم لبرامج البودكاست التي تهتم بالموضوعات والقضايا الحديثة وتعرض الأحداث الحالية.

جدول (23): جدول تجميعي للعوامل المؤثرة في مصداقية البودكاست

العوامل المؤثرة في مصداقية البودكاست	المتوسط الحسابى	الانحراف المعياري	الوزن النسبى
عوامل مرتبطة بمحتوى البودكاست	2.3486	0.38251	78.28
عوامل مرتبطة بمنتج/ مقدم البودكاست	2.3412	0.49453	78.04
عوامل مرتبطة بسياق البودكاست	2.3497	0.49301	78.32
عوامل مرتبطة بالإنتاج الفنى	2.3824	0.49444	79.41

يتضح من بيانات الجدول السابق أن أكثر العوامل التي يرى الجمهور أنها تؤثر في مصداقية البودكاست الإخباري، هي: "**العوامل المرتبطة بالإنتاج الفنى**" في المرتبة الأولى بوزن نسبي (79.41٪)، يليها "**العوامل المرتبطة بسياق البودكاست**" في المرتبة الثانية بوزن نسبي (78.32٪)، ثم "**العوامل المرتبطة بمحتوى البودكاست**" بوزن نسبي (78.28٪)، وأخيراً "**العوامل المرتبطة بمنتج/ مقدم البودكاست**" بوزن نسبي (78.04٪). **وتتفق هذه النتيجة** مع ما توصلت إليه الدراسة التحليلية بالنسبة لعناصر إطار تحليل مصداقية برامج البودكاست عينة الدراسة؛ إذ أوضحت النتائج اهتمام برامج البودكاست محل الدراسة بعناصر التنفيذ الفني Technical Execution التي شملت: الإنتاج Production، والبيانات الوصفية Packaging، ومشاركة المحتوى Distribution.

جدول (24): الأساليب التى يتبعها الجمهور في التحقق من مصداقية المعلومات والأخبار التى تبثها برامج البودكاست

أساليب التحقق من مصداقية المعلومات والأخبار بالبودكاست	مستوى التفاعل						المتوسط الحسابى	الانحراف المعياري	الوزن النسبى	الاستجابة	الترتيب
	دائما		أحيانًا		نادرا						
	ك	٪	ك	٪	ك	٪					
أبحث عن مصدر آخر للتأكد من مصداقية المعلومات والأخبار التى يقدمها البودكاست	115	45.1	125	49	15	5.9	2.3922	0.59784	79.74	أحيانًا	1
أقارن بين ما تقدمه برامج البودكاست ووسائل الإعلام الأخرى	100	39.2	135	52.9	20	7.8	2.3137	0.61125	77.12	أحيانًا	3
ألجأ إلى وسائل الإعلام التقليدية للتأكد من صحة المعلومات والأخبار بالبودكاست	90	35.3	125	49	40	15.7	2.1961	0.69790	73.20	أحيانًا	5
ألجأ إلى مواقع الإنترنت وشبكات التواصل الاجتماعى للتحقق من صحة المعلومات والأخبار بالبودكاست	90	35.3	140	54.9	25	9.8	2.2549	0.62252	75.16	أحيانًا	4
أناقش المعلومات والأخبار مع الآخرين للتأكد من صحتها	105	41.2	135	52.9	15	5.9	2.3529	0.58939	78.43	أحيانًا	2
أصدق ما تبثه برامج البودكاست من معلومات وأخبار لثقتى في مقدمها	60	23.5	150	58.8	45	17.6	2.0588	0.64024	68.62	أحيانًا	6
لا أتخذ أى إجراء للتأكد من صحة المعلومات والأخبار التى تبثها برامج البودكاست	45	17.6	140	54.9	70	27.5	1.9020	0.66566	63.40	أحيانًا	7

توضح بيانات الجدول السابق أنه بالنسبة للعبارات التي تقيس اتجاهات الجمهور نحو أساليب التحقق من مصداقية المعلومات والأخبار بالبودكاست، أن عبارة "**أبحث عن مصدر آخر للتأكد من مصداقية المعلومات والأخبار التى يقدمها البودكاست**" جاءت في المرتبة الأولى بوزن نسبي (79.74٪)، وفي المرتبة الثانية عبارة "**أناقش المعلومات والأخبار مع الآخرين للتأكد من صحتها**"، بوزن نسبي (78.43٪)، وفي المرتبة الثالثة عبارة "**أقارن بين ما تقدمه برامج البودكاست ووسائل الإعلام الأخرى**"، بوزن نسبي

(77.12٪)، وفي المرتبة الرابعة عبارة "**ألجأ إلى مواقع الإنترنت وشبكات التواصل الاجتماعى للتحقق من صحة المعلومات والأخبار بالبودكاست**"، بوزن نسبي (75.16٪)، يليها عبارة "**ألجأ إلى وسائل الإعلام التقليدية للتأكد من صحة المعلومات والأخبار بالبودكاست**" في المرتبة الخامسة بوزن نسبي (73.20٪)، ثم عبارة "**أصدق ما تبثه برامج البودكاست من معلومات وأخبار لثقتى في مقدمها**"، بوزن نسبي (68.62٪)، وفي المرتبة الأخيرة جاءت عبارة "**لا أتخذ أي إجراء للتأكد من صحة المعلومات والأخبار التى تبثها برامج البودكاست**"، بوزن نسبي (63.40٪). **ومن ثمَّ يمكن القول:** إنه إذا اهتزت ثقة المستمعين فيما يقدمه البودكاست الإخباري ومصداقية برامجه، يلجأ الجمهور إلى الوسائل الإعلامية التقليدية والرقمية من أجل التحقق من صدق المعلومات، والمقارنة بين ما نشر عبر الإنترنت والصحف والتلفزيون وما قدمه البودكاست، ووفقًا للبيئة الاجتماعية للفرد قد يتناقش مع أقرانه والآخرين حول صحة المعلومات التي تلقاها من البودكاست، وعلى الجانب الآخر، إذا التزم منتجو البودكاست بالمؤشرات والعناصر والعوامل التي تسهم في تحقيق المصداقية وتعلي من المهنية، فإن الجمهور لن يلجأ إلى أي وسيلة أخرى للتأكد من المعلومات، لثقته المرتفعة في الوسيلة.

ثانيا: اختبار فروض الدراسة

الفرض الأول: توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين درجة ثقة الجمهور المصري في برامج (البودكاست) ومستوى اعتمادهم عليها كمصدر للمعلومات والأخبار.

جدول (25): العلاقة بين مستوى التوقعات لدى المبحوثين ومتغيرات الدراسة

المتغير	مستوى الاعتماد	
درجة الثقة ببرامج البودكاست	معامل ارتباط بيرسون	0.557
	الدلالة	0.000

يتبين من الجدول السابق **وجود علاقة دالة إحصائيًا** بين درجة ثقة الجمهور في برامج البودكاست ومستوى الاعتماد على البودكاست كمصدر للمعلومات والأخبار؛ لأن قيمة معامل ارتباط بيرسون=0.557، وهي قيمة دالة عند مستوى معنوية أقل من (0.05)، **وهذه علاقة قوية تؤكد أنه كلما زادت درجة الثقة في برامج البودكاست زاد اعتماد الجمهور على البودكاست كمصدر للمعلومات والأخبار.**

ومن الجدول السابق، يمكن قبول الفرض القائل **بوجود علاقة دالة إحصائيًا بين**

درجة ثقة الجمهور المصري في برامج (البودكاست) ومستوى اعتمادهم عليها كمصدر للمعلومات والأخبار.

الفرض الثانى: توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين مستوى اعتماد الجمهور المصري على برامج (البودكاست) وإدراكهم لمصداقيتها كمصدر للمعلومات والأخبار.

جدول (26): العلاقة بين مستوى التوقعات لدى المبحوثين ومتغيرات الدراسة

المتغير	مستوى الاعتماد	
إدراك مصداقية البودكاست	معامل ارتباط بيرسون	0.013
	الدلالة	0.835

يتبين من الجدول السابق **عدم وجود علاقة دالة إحصائيًا** بين مستوى اعتماد الجمهور المصري على برامج (البودكاست) ومستوى إدراكهم لمصداقيتها كمصدر للمعلومات والأخبار؛ لأن قيمة معامل ارتباط بيرسون=0.013، وهي قيمة غير دالة عند مستوى معنوية أكبر من (0.05).

ومن الجدول السابق، يمكن رفض الفرض القائل **بوجود علاقة دالة إحصائيًا بين مستوى اعتماد الجمهور المصري على برامج (البودكاست) وإدراكهم لمصداقيتها كمصدر للمعلومات والأخبار.**

الفرض الثالث: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين المبحوثين وفقًا للمتغيرات الديموغرافية (النوع، والعمر، والمستوى التعليمى) ومستوى اعتمادهم على برامج (البودكاست) كمصدر للمعلومات والأخبار.

جدول (27): الفروق بين عينة الدراسة تبعا لمتغير النوع

المتغير	النوع	العدد	المتوسط	الانحراف المعياري	قيمة ت	مستوى الدلالة
مستوى الاعتماد على برامج (البودكاست) كمصدر للمعلومات والأخبار	ذكر	95	2.0000	0.56493	4.783	0.006
	أنثى	160	1.6875	0.46497		

يتبين من الجدول السابق الخاص بالفروق بين أفراد عينة الدراسة تبعًا لمتغير النوع لإجمالي العبارات التي تقيس درجة اعتماد الجمهور على برامج (البودكاست) كمصدر للمعلومات والأخبار، وباستخدام اختبار T-Test لدراسة الدلالة الإحصائية للفروق بين المتوسطات الحسابية لمجموعتين من المبحوثين، أنه **توجد فروق دالة إحصائيًا بين الذكور والإناث** عند مستوى معنوية (0.00) بالنسبة إلى درجة الاعتماد على برامج (البودكاست) كمصدر للمعلومات والأخبار؛ إذ بلغت قيمة (ت) (4.783)، وهي قيمة دالة

عند مستوى معنوية أقل من (0.05)، وذلك لصالح الذكور؛ إذ بلغ متوسط درجة الاعتماد على **برامج (البودكاست) كمصدر للمعلومات والأخبار** لدى المبحوثين من الذكور (2.0000) مقارنة بمتوسط بلغ (1.6875) بالنسبة للمبحوثين من الإناث، **مما يعنى** أن المبحوثين من الذكور أكثر اعتماداً على برامج (البودكاست) كمصدر للمعلومات والأخبار، **ومن ثمَّ** يؤثر متغير النوع بدرجة كبيرة في مستوى الاعتماد على برامج البودكاست في الحصول على المعلومات والأخبار.

جدول (28): الفروق بين عينة الدراسة تبعا لمتغير العمر

المتغير	العمر	العدد	المتوسط	الانحراف المعياري	قيمة ف	مستوى الدلالة
مستوى الاعتماد على برامج (البودكاست) كمصدر للمعلومات والأخبار	من 18 إلى أقل من 28 عاما	95	1.8947	0.64369	5.124	0.001
	من 28 إلى أقل من 38 عاما	65	1.6923	0.46513		
	من 38 إلى أقل من 48 عاما	60	1.9167	0.27872		
	من 48 إلى أقل من 58 عاما	30	1.5000	0.50855		
	58 عاما فأكثر	5	2.0000	0.00000		

يتبين من الجدول السابق الخاص بالفروق بين أفراد عينة الدراسة تبعاً لمتغير العمر لإجمالي العبارات التي تقيس درجة اعتماد الجمهور على برامج (البودكاست) كمصدر للمعلومات والأخبار، وباستخدام تحليل التباين في اتجاه واحد (One Way ANOVA) لدراسة الدلالة الإحصائية للفروق بين المتوسطات الحسابية لأكثر من مجموعتين من المبحوثين، أنه **توجد فروق دالة إحصائيًا بين المبحوثين وفقًا للعمر** عند مستوى معنوية أقل من (0.05) بالنسبة إلى إجمالي العبارات التي تقيس درجة الاعتماد على برامج البودكاست؛ إذ بلغت قيمة (ف) (5.124)، وهي قيمة دالة إحصائيًّا عند مستوى معنوية (0.00)، وذلك لصالح الفئة العمرية (58 عامًا فأكثر)؛ إذ بلغ متوسط مستوى الاعتماد على برامج (البودكاست) كمصدر للمعلومات والأخبار للمبحوثين من الفئة العمرية (58 عامًا فأكثر) (2.0000) مقارنة بمتوسط بلغ (1.9167) و(1.8947) و(1.6923)، و(1.5000)، بالنسبة للمبحوثين من الفئات العمرية (من 38 إلى أقل من 48 عامًا)، و (من 18 إلى أقل من 28 عامًا)، و(من 28 إلى أقل من 38 عامًا)، و(من 48 إلى أقل

من 58 عاماً)، على التوالي، **مما يعنى** أن المبحوثين من الفئة العمرية (58 عاماً فأكثر) أكثر تعرضاً لبرامج البودكاست الإخبارية، **وقد يرجع ذلك** إلى تشابه برامج البودكاست مع الراديو التقليدي في اعتمادها على الصوت فقط، ومن ثمَّ فإن متغير العمر يؤثر بشكل كبير في مستوى الاعتماد على برامج البودكاست في الحصول على المعلومات والأخبار؛ إذ توجد فروق في مستوى الاعتماد على برامج البودكاست الإخبارية بين الفئات العمرية المختلفة.

جدول (29): الفروق بين عينة الدراسة تبعاً لمتغير مستوى التعليم

المتغير	مستوى التعليم	العدد	المتوسط	الانحراف المعياري	قيمة ف	مستوى الدلالة
مستوى الاعتماد على برامج (البودكاست) كمصدر للمعلومات والأخبار	مؤهل متوسط	5	2.0000	0.00000	2.241	0.108
	مؤهل عال	115	1.8696	0.61447		
	دراسات عليا	135	1.7407	0.43986		

يتبين من الجدول السابق الخاص بالفروق بين أفراد عينة الدراسة تبعاً لمتغير مستوى التعليم لإجمالي العبارات التي تقيس درجة اعتماد الجمهور على برامج (البودكاست) كمصدر للمعلومات والأخبار، وباستخدام تحليل التباين في اتجاه واحد (One Way ANOVA) لدراسة الدلالة الإحصائية للفروق بين المتوسطات الحسابية لأكثر من مجموعتين من المبحوثين، أنه **لا توجد فروق دالة إحصائيًا بين المبحوثين وفقًا لمستوى التعليم** عند مستوى معنوية أكبر من (0.05) بالنسبة لإجمالي العبارات التي تقيس درجة الاعتماد على برامج البودكاست؛ إذ بلغت قيمة (ف) (2.241)، وهي قيمة غير دالة إحصائيًّا عند مستوى معنوية (0.108)؛ إذ لا يوجد اختلاف معنوي بين درجات متوسطات متغير المستوى التعليمي، وبلغ أعلى متوسط لدرجات الاعتماد بالنسبة للمبحوثين الحاصلين على مؤهل متوسط (2.0000)، مقابل (1.8696) و(1.7407) بالنسبة للمبحوثين الحاصلين على مؤهل عالٍ والحاصلين على الدراسات العليا على التوالي، **ويتضح من النتيجة السابقة** أن التعرض لبرامج البودكاست لا يتأثر بمستوى التعليم، نظراً لأن الوسائل الرقمية أصبحت سهلة الاستخدام ومتاحة لكل من لديه المعرفة باستخدام الوسائل التكنولوجية، كالإنترنت وتطبيقات الموبايل.

ومن ثَم يمكن قبول الفرض جزئيًا؛ إذ تبين وجود فروق دالة إحصائيًّا وفقًا لمتغير مستوى الاعتماد على برامج (البودكاست) كمصدر للمعلومات والأخبار وكل من: (متغير النوع، ومتغير العمر)، في حين تبين عدم وجود فروق دالة إحصائيًّا بين مستوى الاعتماد على برامج (البودكاست) كمصدر للمعلومات والأخبار وفقًا لمتغير مستوى التعليم.

الفرض الرابع: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين المبحوثين وفقًا للمتغيرات الديموغرافية (النوع، والعمر، والمستوى التعليمى) ودرجة الثقة في المعلومات والأخبار عبر (البودكاست).

جدول (30): الفروق بين عينة الدراسة تبعا لمتغير النوع

المتغير	النوع	العدد	المتوسط	الانحراف المعياري	قيمة ت	مستوى الدلالة
درجة الثقة في المعلومات والأخبار عبر (البودكاست)	ذكر	95	2.1053	0.72161	0.559	0.000
	أنثى	160	2.0625	0.49764		

يتبين من الجدول السابق الخاص بالفروق بين أفراد عينة الدراسة تبعًا لمتغير النوع لإجمالي العبارات التي تقيس درجة ثقة الجمهور في المعلومات والأخبار عبر (البودكاست)، وباستخدام اختبارT-Test لدراسة الدلالة الإحصائية للفروق بين المتوسطات الحسابية لمجموعتين من المبحوثين، أنه **توجد فروق دالة إحصائيًا بين الذكور والإناث** عند مستوى معنوية (0.00) بالنسبة إلى درجة الاعتماد على برامج (البودكاست) كمصدر للمعلومات والأخبار؛ إذ بلغت قيمة (ت) (0.559)، وهي قيمة دالة عند مستوى معنوية أقل من (0.05)، وذلك لصالح الذكور؛ إذ بلغ متوسط ثقة الجمهور في المعلومات والأخبار عبر (البودكاست) لدى المبحوثين من الذكور (2.1053) مقارنة بمتوسط بلغ (2.0625) بالنسبة للمبحوثين من الإناث، **مما يعنى** أن المبحوثين من الذكور أكثر ثقة في برامج (البودكاست) كمصدر للمعلومات والأخبار، ومن ثمَّ تتأثر درجة ثقة المبحوثين في برامج البودكاست الإخباري بمتغير النوع بشكل كبير.

جدول (31): الفروق بين عينة الدراسة تبعاً لمتغير العمر

المتغير	العمر	العدد	المتوسط	الانحراف المعياري	قيمة ف	مستوى الدلالة
درجة الثقة في المعلومات والأخبار عبر (البودكاست)	من 18 إلى أقل من 28 عاما	95	2.2632	0.54987	6.844	0.000
	من 28 إلى أقل من 38 عاما	65	2.0769	0.62017		
	من 38 إلى أقل من 48 عاما	60	2.0000	0.41169		
	من 48 إلى أقل من 58 عاما	30	1.6667	0.75810		
	58 عاما فأكثر	5	2.0000	0.00000		

يتبين من الجدول السابق الخاص بالفروق بين أفراد عينة الدراسة تبعًا لمتغير العمر لإجمالي العبارات التي تقيس درجة ثقة الجمهور في برامج (البودكاست) كمصدر للمعلومات والأخبار، وباستخدام تحليل التباين في اتجاه واحد (One Way ANOVA) لدراسة الدلالة الإحصائية للفروق بين المتوسطات الحسابية لأكثر من مجموعتين من المبحوثين، أنه **توجد فروق دالة إحصائيًا بين المبحوثين وفقًا للعمر** عند مستوى معنوية أقل من (0.05) بالنسبة إلي إجمالي العبارات التي تقيس درجة ثقة الجمهور في برامج البودكاست كمصدر للمعلومات والأخبار؛ إذ بلغت قيمة (ف) (6.844)، وهي قيمة دالة إحصائيًّا عند مستوى معنوية (0.00)، وذلك لصالح الفئة العمرية (من 18 إلى أقل من 28 عامًا)؛ إذ بلغ متوسط مستوى الثقة في برامج (البودكاست) كمصدر للمعلومات والأخبار للمبحوثين من الفئة العمرية (من 18 إلى أقل من 28 عامًا) (2.2632) مقارنة بمتوسط بلغ (2.0769) و(2.0000) و(2.0000)، و(1.6667)، بالنسبة للمبحوثين من الفئات العمرية (من 28 إلى أقل من 38 عامًا) و(من 38 إلى أقل من 48 عامًا)، و(58 عامًا فأكثر)، و(من 48 إلى أقل من 58 عامًا)، على التوالي، **مما يعني** تأثر درجة الثقة في برامج البودكاست بمتغير العمر، وأن المبحوثين من الفئة العمرية (من 18 إلى أقل من 28 عامًا) أكثر ثقة في برامج البودكاست الإخباري.

جدول (32): الفروق بين عينة الدراسة تبعاً لمتغير مستوى التعليم

المتغير	مستوى التعليم	العدد	المتوسط	الانحراف المعياري	قيمة ف	مستوى الدلالة
درجة الثقة في المعلومات والأخبار عبر (البودكاست)	مؤهل متوسط	5	2.0000	0.00000	2.781	0.064
	مؤهل عال	115	2.1739	0.63882		
	دراسات عليا	135	2.0000	0.54636		

يتبين من الجدول السابق الخاص بالفروق بين أفراد عينة الدراسة تبعاً لمتغير مستوى التعليم لإجمالي العبارات التي تقيس درجة ثقة الجمهور في برامج (البودكاست) كمصدر للمعلومات والأخبار، وباستخدام تحليل التباين في اتجاه واحد (One Way ANOVA) لدراسة الدلالة الإحصائية للفروق بين المتوسطات الحسابية لأكثر من مجموعتين من المبحوثين، أنه **لا توجد فروق دالة إحصائيًا بين المبحوثين وفقًا لمستوى التعليم** عند مستوى معنوية أكبر من (0.05) بالنسبة لإجمالي العبارات التي تقيس درجة الاعتماد على برامج البودكاست؛ إذ بلغت قيمة (ف) (2.781)، وهي قيمة غير دالة إحصائيًّا عند مستوى معنوية (0.064)؛ إذ لا يوجد اختلاف معنوي بين درجات متوسطات متغير المستوى التعليمي، وبلغ أعلى متوسط لدرجات الاعتماد بالنسبة للمبحوثين الحاصلين على مؤهل عالٍ (2.1739)، مقابل (2.0000) و(2.0000) بالنسبة للمبحوثين الحاصلين على مؤهل متوسط والحاصلين على الدراسات العليا على التوالي؛ **النتيجة التى تؤكد** أن التعرض لبرامج البودكاست الإخباري والثقة في محتواها لا تتأثر بمستوى التعليم.

ومن ثَم يمكن قبول الفرض جزئيًا؛ إذ تبين وجود فروق دالة إحصائيًّا وفقًا لمتغير درجة الثقة في المعلومات والأخبار عبر (البودكاست) وكل من: (متغير النوع، ومتغير العمر). في حين تبين عدم وجود فروق دالة إحصائيًّا بين درجة الثقة في المعلومات والأخبار عبر (البودكاست) وفقًا لمتغير مستوى التعليم.

الفرض الخامس: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين المبحوثين وفقًا للمتغيرات الديموغرافية (النوع، والعمر، والمستوى التعليمى) ومستوى إدراكهم لمصداقية المعلومات والأخبار عبر (البودكاست).

جدول (33): الفروق بين عينة الدراسة تبعاً لمتغير النوع

المتغير	النوع	العدد	المتوسط	الانحراف المعيارى	قيمة ت	مستوى الدلالة
مستوى إدراك مصداقية البودكاست	ذكر	95	2.2748	0.43318	2.549	0.000
	أنثى	160	2.3911	0.29432		

يتبين من الجدول السابق الخاص بالفروق بين أفراد عينة الدراسة تبعاً لمتغير النوع لإجمالي العبارات التي تقيس مستوى إدراك الجمهور لمصداقية البودكاست، وباستخدام اختبار T-Test لدراسة الدلالة الإحصائية للفروق بين المتوسطات الحسابية لمجموعتين من المبحوثين، أنه **توجد فروق دالة إحصائيًا بين الذكور والإناث** عند مستوى معنوية (0.00) بالنسبة إلى مستوى إدراك الجمهور لمصداقية البودكاست؛ إذ بلغت قيمة (ت) (2.549)، وهي قيمة دالة عند مستوى معنوية أقل من (0.05)، وذلك لصالح الإناث؛ إذ بلغ متوسط مستوى إدراك الجمهور لمصداقية البودكاست لدى المبحوثين من الإناث (2.3911) مقارنة بمتوسط بلغ (2.2748) بالنسبة للمبحوثين من الذكور، **مما يعنى** أن المبحوثين من الإناث أكثر إدراكًا لمصداقية برامج البودكاست، **وبذلك** فإن إدراك مصداقية البودكاست يتأثر بمتغير النوع.

جدول (34): الفروق بين عينة الدراسة تبعاً لمتغير العمر

المتغير	العمر	العدد	المتوسط	الانحراف المعيارى	قيمة ف	مستوى الدلالة
مستوى إدراك مصداقية البودكاست	من 18 إلى أقل من 28 عاما	95	2.3607	0.31567	1.142	0.337
	من 28 إلى أقل من 38 عاما	65	2.3405	0.39046		
	من 38 إلى أقل من 48 عاما	60	2.3162	0.34305		
	من 48 إلى أقل من 58 عاما	30	2.3333	0.43835		
	58 عاما فأكثر	5	2.6618	0.00000		

يتبين من الجدول السابق الخاص بالفروق بين أفراد عينة الدراسة تبعاً لمتغير العمر لإجمالي العبارات التي تقيس مستوى إدراك الجمهور لمصداقية البودكاست، وباستخدام تحليل التباين في اتجاه واحد (One Way ANOVA) لدراسة الدلالة الإحصائية للفروق بين المتوسطات الحسابية لأكثر من مجموعتين من المبحوثين، أنه **لا**

توجد فروق دالة إحصائيًا بين المبحوثين وفقًا للعمر عند مستوى معنوية أكبر من (0.05) بالنسبة لإجمالي العبارات التي تقيس مستوى إدراك الجمهور لمصداقية البودكاست؛ إذ بلغت قيمة (ف) (1.142)، وهي قيمة غير دالة إحصائيًّا عند مستوى معنوية (0.337)؛ إذ لا يوجد اختلاف معنوي بين درجات متوسطات متغير العمر، وبلغ أعلى متوسط مستوى إدراك الجمهور لمصداقية البودكاست بالنسبة للمبحوثين من الفئة العمرية (58 عامًا فأكثر) (2.6618)، مقابل (2.3607) و(2.3405) و(2.3333)، و(2.3162)، بالنسبة للمبحوثين من الفئات العمرية (من 18 إلى أقل من 28 عامًا)، و(من 28 إلى أقل من 38 عامًا) و(من 38 إلى أقل من 48 عامًا) و(من 48 إلى أقل من 58 عامًا) على التوالي، **ويتضح من ذلك** أن إدراك مصداقية برامج البودكاست لا يتأثر بمتغير الفئة العمرية.

جدول (35): الفروق بين عينة الدراسة تبعًا لمتغير مستوى التعليم

المتغير	مستوى التعليم	العدد	المتوسط	الانحراف المعياري	قيمة ف	مستوى الدلالة
مستوى إدراك مصداقية البودكاست	مؤهل متوسط	5	2.1176	0.00000	1.107	0.332
	مؤهل عال	115	2.3453	0.39457		
	دراسات عليا	135	2.3584	0.32541		

يتبين من الجدول السابق الخاص بالفروق بين أفراد عينة الدراسة تبعًا لمتغير مستوى التعليم لإجمالي العبارات التي تقيس مستوى إدراك مصداقية البودكاست، وباستخدام تحليل التباين في اتجاه واحد (One Way ANOVA) لدراسة الدلالة الإحصائية للفروق بين المتوسطات الحسابية لأكثر من مجموعتين من المبحوثين، أنه **لا توجد فروق دالة إحصائيًا بين المبحوثين وفقًا لمستوى التعليم** عند مستوى معنوية أكبر من (0.05) بالنسبة لإجمالي العبارات التي تقيس مستوى إدراك مصداقية البودكاست؛ إذ بلغت قيمة (ف) (1.107)، وهي قيمة غير دالة إحصائيًّا عند مستوى معنوية (0.332)؛ إذ لا يوجد اختلاف معنوي بين درجات متوسطات متغير المستوى التعليمي، وبلغ أعلى متوسط لدرجات مستوى إدراك مصداقية البودكاست بالنسبة للمبحوثين الحاصلين على الدراسات العليا (2.3584)، مقابل (2.3453) و(2.1176) بالنسبة للمبحوثين الحاصلين على مؤهل عالٍ ومؤهل متوسط، على التوالي، **ويتضح من هذه**

النتيجة أن إدراك مصداقية برامج البودكاست لا يتأثر بمتغير مستوى التعليم، فقد جاءت الفروق طفيفة بين المؤهل المتوسط والمؤهل العالي، والدراسات العليا.

ومن ثَم يمكن قبول الفرض جزئيًا؛ إذ تبين وجود فروق دالة إحصائيًّا وفقًا لمتغير مستوى إدراك مصداقية البودكاست ومتغير النوع، في حين تبين عدم وجود فروق دالة إحصائيًّا بين مستوى إدراك مصداقية البودكاست وفقًا لمتغيري مستوى التعليم والعمر.

مناقشة نتائج الدراسة:

اهتمت الدراسة الحالية بالكشف عن مستوى مصداقية برامج البودكاست التي تستخدم المنصات الرقمية للبث الصوتي، كمصدر للمعلومات والأخبار لدى الجمهور المصري، والوقوف على العناصر والمؤشرات والعوامل التي تزيد من مصداقية برامج البودكاست الإخباري، بالاعتماد على النموذج البنائي للمصداقية، وإطار تحليل بنية مصداقية البودكاست (Podcred).

وأظهرت نتائج الدراسة أن غالبية المبحوثين يعتمدون على برامج البودكاست كمصدر للمعلومات والأخبار "أحيانًا" بنسبة (68.6٪)، **واتفقت هذه النتيجة** مع توصلت إليه دراسة (**أمل خطاب**، 2017)؛ إذ يستمع المبحوثون إلى برامج البودكاست (أحيانًا) بنسبة (71.8٪)، **كما اتفقت مع النتائج** التي توصلت إليها دراسة (**ماجد الشيباني**، 2022) التي أشارت إلى أن الجمهور السعودي يتعرض (أحيانًا) لبرامج البودكاست بنسبة (53٪)، و(دائمًا) بنسبة (47٪). **كما اتفقت** مع دراسة (Renisyifa, Sunarti and Pebriyanti, 2022)، التي أظهرت نتائجها أن الفئة العمرية 20 عامًا وأكثر تظهر اهتمامًا بالبودكاست. **واختلفت النتيجة الحالية** مع ما توصلت إليه دراسة (**إسماعيل محمد**، 2023)، التي أوضحت أن الطلاب الجامعيين يتابعون برامج البودكاست (دائمًا) بنسبة (40٪)، يليها (أحيانًا) بنسبة (36.5٪)، وأخيرًا نادرًا بنسبة (23.5٪)، **واختلفت مع** دراسة (**يارا غنام**، 2022) التي أوضحت أن المبحوثين يتابعون برامج البودكاست (غالبًا)، وقد أشارت **دراسة** (Koo, Chung and Kim, 2015) إلى الأفراد الأكبر سنًّا الذين يعيشون على الجانب الآخر من الفجوة الرقمية، غير المعتادين على استخدام الأجهزة الذكية، أقل تعرضًا للبودكاست، كما أظهرت دراسة (Whipple,

(et.al., 2023، أن المستمعين الأصغر سنًّا يستمعون لبرامج البودكاست بتكرار أكبر من الأكبر سنًّا، وأن متغير المرحلة العمرية هو العامل الديموغرافي الذي تختلف فيه أفراد العينة من حيث درجة المتابعة.

وأوضحت النتائج أن بودكاست العربية، وبودكاست المصري اليوم، وبودكاست سكاي نيوز العربية، وبودكاست أخبار الآن، وبودكاست مصراوي، في مقدمة البودكاست الإخباري التي يتابعها الجمهور، **واتفقت هذه النتيجة جزئيًا** مع ما توصلت إليه دراسة (**منى هاشم، وأمنية عبد الرحمن** 2023)، التي أشارت إلى أن بودكاست العربية جاء في مقدمة البودكاست الإخباري الذي يتابعه الجمهور المصري بنسبة (34.3٪)، يليه بودكاست سكاي نيوز العربية بنسبة (24.8٪)، يليه بودكاست BBC بنسبة (24.8٪)، وبودكاست المصري اليوم بنسبة (8.5٪)، وبودكاست الجزيرة بنسبة (4٪)، وبودكاست إندبندنت عربية بنسبة (1.8٪).

وجاءت تطبيقات "يوتيوب YouTube"، و"جوجل بودكاست Google Podcasts"، و"سبوتيفاي Spotify" في مقدمة التطبيقات التي يستمع إليها الجمهور، **وتتفق هذه النتيجة** مع ما أكدته دراسة (**العابد على**، 2017)؛ **إذ** يفضل الطلاب الجامعيون التعرض لبرامج البودكاست عبر يوتيوب، **كما اتفقت مع النتيجة التى توصلت إليها الدراسة الحالية جزئيًا** مع ما توصلت إليه دراسة (**يارا غنام**، 2022)، فقد جاء تطبيق (**ساوندكلاود** Soundcloud) في المرتبة الأولى ضمن التطبيقات التي يفضل المبحوثون الاستماع إليها، يليه (Apple Podcast)، وجاء في الترتيب الأخير تطبيقات (Cast box وpodcast addict وstitchers). **كما اتفقت النتيجة الحالية جزئيًا** مع ما توصلت إليه دراسة (**إسماعيل محمد**، 2023)، التي أوضحت أن تطبيق (ساوندكلاود) جاء في مقدمة التطبيقات التي يستخدمها الطلاب في الاستماع لبرامج البودكاست بنسبة 48.8٪، يليها (جوجل بودكاست)، ثم (سبوتيفاي)، وأخيرًا (أبل بودكاست). **واتفقت مع ما أوضحته** دراسة (Chan-Olmsted and Wang, 2022)، بأن الصوتي لم يعد مجرد امتداد للراديو المحمول حسب الطلب، فقد تطور إلى وسيلة أكثر تطورًا وفريدة من نوعها مع شرائح مستخدمين متنوعة، مما يوفر منصة صوتية

بديلة ومتميزة لحملات الاتصال/ التسويق، ومن المرجح تعزيز هذا التحول من خلال شعبية المنصات الأخرى غير المصممة خصيصًا للصوت (مثل YouTube) كقنوات جديدة للاستماع إلى البودكاست.

وبالنسبة لأساليب التفاعل مع البودكاست، **اختلفت النتيجة التى توصلت إليها الدراسة الحالية** مع ما توصلت إليه دراسة (**منى هاشم، وأمنية عبد الرحمن**، 2023)، بالنسبة لطريقة تفاعل الجمهور مع برامج وحلقات البودكاست، فقد جاء في المرتبة الأولى (مشاركة ملفات البودكاست على مواقع التواصل الاجتماعي)، يليها (تحميل حلقات البودكاست وتعديلها ونشرها على الصفحات الشخصية)، ثم (الإعجاب بالملفات المنشورة)، ثم (التعليق على الموضوعات المهمة)، ثم (الاشتراك في القنوات الخاصة بالبودكاست)، وفي المرتبة الأخيرة (الاشتراك في صفحات منتجي البودكاست بشبكات التواصل الاجتماعي، والتواصل المباشر مع الحلقات). **واتفقت جزئيًا** مع ما توصلت إليه دراسة (**إسماعيل محمد**، 2023) حيث جاء في الترتيب الأول (أعلق على الموضوعات المهمة) بنسبة (59.3٪)، وفي الترتيب الثاني (أسجل إعجاباً على الملفات)، وفي الترتيب الثالث (أشترك في القنوات الخاصة بالبودكاست)، وفي الترتيب الرابع (أُشارك المحتوى)، وجاء في الترتيب الأخير عبارة (دعوة الأصدقاء للمتابعة، وتحميل حلقات البودكاست، والتواصل مع منشئ المحتوى) كأقل أساليب التفاعل مع محتوى البودكاست التي يستخدمها الجمهور عينة الدراسة.

وفيما يتعلق بثقة الجمهور في برامج البودكاست كمصدر للمعلومات والأخبار، **اختلفت النتيجة التى توصلت إليها الدراسة الحالية** مع ما توصلت إليه دراسة (**العابد على**، 2017) حيث يثق (49.2٪) من عينة الدراسة فيما تقدمه برامج البودكاست، وأجاب ما نسبته (47.5٪) بأنهم حياديون، فيما عارض ذلك ما نسبته (3.4٪) من أفراد العينة. **كما اختلفت النتيجة الحالية** مع ما توصلت إليه دراسة (Whipple, et.al., 2023)، حيث يثق مستمعو البودكاست في البث الصوتي بدرجة أقل من معظم مصادر المعلومات الأخرى، باستثناء الأخبار عبر الإنترنت والبرامج الإخبارية الساخرة، كما أن أساليب مقدمي برامج البودكاست غير الرسمية في سرد القصص والقوالب

الحوارية، وتحررهم من أوقات البث المحددة واللوائح الصارمة، قد تسهم أيضًا في تصور أن البودكاست أقل جدارة بالثقة من وسائل تبادل المعلومات والاتصال التقليدية الأكثر رسوخًا وتنظيمًا ذات المعايير الأكثر صرامة، إضافة إلى ذلك، أظهرت نتائج الدراسة عدم وجود فروق بين الثقة في التقارير الصوتية والمطبوعة، ولكنها وجدت اختلافات كبيرة في مستويات الثقة عند مقارنتها بالفيديو الذي يتيح للجمهور رؤية الأحداث بدلًا من الاستماع إليها، ولأن الثقة في البودكاست أقل من الراديو، وهو الوسيط الصوتي الآخر الذي تم فحصه، فمن المهم النظر في "إمكانية أن تكون التكنولوجيا نفسها مسؤولة عن خلق إشباعات جديدة" من أجل "زيادة نطاق أبحاث U&G وملاءمتها وقوتها لشرح استخدام الوسائط الجديدة"، وأثبتت أن الناس غالبًا ما لا يثقون في التقنيات الجديدة، بغض النظر عن المنصة والوسيلة، وعلى الرغم من أن المدونات الصوتية ليست جديدة تمامًا، إلا أنها تظل طريقًا جديدة نسبيًّا لاستهلاك المعلومات لعديد من المستخدمين، ويمكن أن يؤدي عدم الثقة المتأصل في التقنيات الجديدة دورًا في ثقة مستمعي البودكاست بالوسيلة كمصدر للمعلومات.

واهتمت الدراسة الحالية بمعرفة أسباب ثقة المبحوثين في برامج البودكاست الإخباري كمصدر للمعلومات والأخبار، وجاء في مقدمتها أنها تقدم تغطية فورية للأحداث الحالية، وتنفرد ببعض الأخبار والأحداث والمعلومات، كما تهتم بتناول تفاصيل الأحداث والموضوعات وتقدم معالجة عميقة، **واتفقت هذه النتيجة جزئيًا** مع ما توصلت إليه دراسة (**العابد على**، 2017) حيث وافق ما نسبته (78٪) من أفراد العينة على أن برامج البودكاست تفتح مجالًا لمعرفة مستجدات القضايا، وأن ما نسبته (84.7٪) وافقوا على التأثير الإيجابي لبرامج البودكاست، فقد أبدوا إعجابهم بطريقة برامج البودكاست في تناول القضايا الجديدة، **كما اتفقت النتيجة الحالية جزئيًا** مع ما توصلت إليه دراسة (**أمل خطاب**، 2017)، بما يؤكد ما خلصت إليه الدراسة الحالية، التي أظهرت تنوع أسباب اعتماد الشباب على تقنية البودكاست، وجاء في الترتيب الأول (أنها وسيلة تثير موضوعات جديدة) بنسبة (30.54٪)، وفي الترتيب الثاني (تقدم المعلومات بشكل جديد) بنسبة (23.89٪)، وفي المرتبة الثالثة (كونها وسيلة محايدة لا تخضع للرقابة) بنسبة

(21.39٪)، يليها عبارة (تساعد على اكتساب الخبرات) بنسبة (12.6٪)، وأخيراً (وسيلة لتحقيق التفاعل مع الأحداث الجارية) بنسبة (11.5٪).

وأشارت دراسة (Lee, et. al., 2023) إلى أن المدونات الصوتية الإخبارية التي يقدمها صحفيون محترفون تابعون لوسائل الإعلام التقليدية تختلف عن المدونات الصوتية التي يقدمها مدونون صوتيون لا ينتمون إلى وسائل الإعلام الرئيسية، وذلك قياساً على الالتزام بالمعايير والممارسات الصحفية، من خلال مقارنة الأنواع الثلاثة المختلفة للبودكاست الإخبارية المتعلقة بالأحداث الجارية، التي تُعدَّ ممثلة وشعبية في كوريا الجنوبية، ووجدت نتائج هذه الدراسة أن القائمين على البث الصوتي لم يتمكنوا غالباً من اتباع معايير الموضوعية ودور الصحفيين المحترفين في حراسة البوابة، علاوة على ذلك، فإن القائمين على البث الصوتي غير المنتمين إلى مؤسسات إعلامية رئيسية غالباً ما يتقاسمون دورهم مع الآخرين، مثل السياسيين والخبراء، بمعنى آخر، نظرت هذه الدراسة في اختلاف المعايير والممارسات الصحفية اعتماداً على تدريب مدوّني البودكاست وخبرتهم وانتمائهم إلى وسائل الإعلام الرئيسية.

وقد تبين من النتائج أن المبحوثين رأوا أن مصداقية البودكاست تزيد إذا توافرت روابط لمصادر المعلومات، ووجود هدف واضح من البودكاست، وشمولية المعلومات، كما رأى المبحوثون أن توافر معلومات الحلقات وبيانات التاريخ والعنوان والوصف مؤشر لمصداقية البودكاست، وتشير حداثة الموضوعات والأخبار ومصادر المعلومات الموثوق فيها التي يقدمها البودكاست إلى مصداقيته.

واتفقت النتيجة الحالية مع ما توصلت إليه دراسة (Renisyifa, Sunarti and Pebriyanti, 2022)، التي أكدت أن استخدام البودكاست كوسيلة إعلامية للجمهور له مصداقية جيدة يمكن تطبيقها، فالفضاء العام الذي أصبح مفتوحاً على نطاق واسع بشكل متزايد منذ وجود وسائل التواصل الاجتماعي قد أدى إلى ظهور البودكاست على السطح، كما أن وجود خدمة البودكاست التي كانت في الأصل على شكل صوت فقط قد تغلغل الآن في تصور مقاطع الفيديو التي تُعرض لتسهيل تفسير محتوى المعلومات للمتلقي، وتتضمن مكونات البودكاست التي يجب أخذها في الاعتبار إمكانية

الاعتماد، ودقة المعلومات وجودتها، وجودة الإنتاج، وكل هذه الأشياء ترتبط ارتباطًا وثيقًا بالمكونات التي تدعم تشغيل البودكاست وبث المعلومات وإيصالها للجمهور عبر تطبيقات البودكاست، وبالنظر إلى تطور الرقمنة التي تركز على الوسائل البصرية والسمعية، فإن برامج البودكاست ليست مجرد ملفات صوتية، ولكن يمكن إضافتها إلى مقاطع الفيديو بحيث تنقل الصوت بجانب جو المحادثة، ومن ثمَّ تجذب الجمهور العام.

وأشارت دراسة (Koo, Chung and Kim, 2015) إلى أن من بين أبعاد جودة البودكاست، فإن جودة المحتوى وجودة خدمة الاتصال في الوقت الفعلي لهما تأثير كبير في الرغبة في المشاركة السياسية، ومن المثير للاهتمام أن جودة أنظمة البودكاست لا تظهر تأثيراً كبيراً، وبحثت الدراسة في عوامل النجاح الحاسمة لنظام البودكاست، بما في ذلك جودة المحتوى الاجتماعي، وجودة الخدمة والقضايا الاجتماعية، وقد أوضحت وجود تأثيرات لبرامج البودكاست في الجوانب السياسية والاجتماعية والتجارية.

واتفقت نتائج الدراسة الميدانية مع ما توصلت إليه نتائج الدراسة التحليلية، فظهر عنصر التفاعلية من خلال إتاحة البودكاست إمكانية التعليق أو الرد على حلقة البودكاست، وإمكانية مشاركة الحلقات عبر منصات التواصل الاجتماعي، وإمكانية المتابعة ودعوة الأصدقاء، وإمكانية التفاعل بـ لايك Like، وإمكانية نسخ رابط الحلقة وإضافة الحلقة لقائمة الملفات الصوتية Add to playlist، ولم تتح برامج البودكاست عينة الدراسة التواصل المباشر مع مقدم البرنامج، أو روابط للمصادر والموضوعات المشابهة، وتميز بودكاست سكاي نيوز بإمكانية تحميل الحلقات عبر تطبيق سبوتيفاي. **واتفقت نتائج الدراسة الحالية** مع ما توصلت إليه دراسة (Renisyifa, Sunarti and Pebriyanti, 2022)، التي أكدت أهمية اعتماد المعلومات الموجودة في البودكاست على تخصص مقدم البودكاست، بحيث يتمكن القائمون على البودكاست من خلال بناء المصداقية من أن يصبحوا مقدمين دقيقين وموثوقين، ويساعدون في تحفيز عقل الجمهور ليكون قادراً على التفكير بشكل أكبر، وكذلك تخيل التصور المطروح والتفكير بشكل نقدي أكثر من أجل الحصول على الإلهام وتحقيق الإبداع.

خاتمة الدراسة:

تُعدَّ المدونات الصوتية أدوات تساعد وسائل الإعلام على التكيف مع المجال الرقمي من خلال إعطاء أهمية للصوت لتوسيع تأثيرها الصحفي في مجال التدوين الصوتي[89]، وفي هذا العصر الذي يتسم بالسرعة العالية لتدفق المعلومات، من المحتمل أن تصبح معلومات كثيرة أخباراً مُزيَّفة، لذا فإن وسائل الإعلام وسيلة أساسية لتوفير المعلومات العامة، بحيث تتأثر ثقة الجمهور بشكل كبير بمصداقية وسائل الإعلام ذات الصلة، وتُعدَّ برامج البودكاست ظاهرة جديدة في العصر الرقمي، فقد أصبحت أحد الوسائط الجديدة التي يستخدمها الجمهور للعثور على معلومات متنوعة[90]، فعلى الرغم من أن جمهور البودكاست ليس كبيراً مثل المحتوى الصوتي والمرئي، فإن برامج البودكاست بدأت في النمو وأصبح لها سوقها الخاص، وبدأت في اختراق التطور الهائل المتزايد للعالم الرقمي، وبالطبع سيستمر وجودها في النمو[91]، وقد ركَّزت الدراسة الحالية على تحليل عناصر مصداقية البودكاست الإخباري ومؤشراتها والعوامل المؤثرة فيها، واتجاهات الجمهور نحوها.

وأوضحت نتائج الدراسة التحليلية التزام برامج البودكاست- عينة الدراسة- بأغلب العوامل التي من شأنها تحقيق مكونات المصداقية التي شملت: الدقة، والشمول، والحالية، والفورية، والواقعية، والموضوعية، والتوازن، والصدق، والأهمية، والتفاعلية. فبالنسبة لبودكاست نيوز، الذي يبثه المصري اليوم بودكاست، فكان محتوى البودكاست يُركِّز على هدف البودكاست وموضوعه، وتميز المقدم بالطلاقة وعدم التردد في إدارة البودكاست وتقديمه، وتناول المحتوى الإخباري الأحداث الجارية المحلية والإقليمية والدولية؛ إلا أن الحلقات تلقت تعليقات محدودة، وكان تفاعل الجمهور مع الحلقات ضعيفًا، سواء بالتعليق أو الإعجاب (لايك)، وبالنسبة لبودكاست النشرة الإخبارية، الذي يبثه بودكاست العربية، فقد اهتم بالموضوعية، واحتوى على معلومات واقعية وأحداث حقيقية على المستوى الإقليمي والدولي، وتميز بعرض الرأي والرأي الآخر، واستعان باستشهادات من مصادر مختلفة، وتميز بانتظام نشر حلقات البودكاست، أما بالنسبة لبودكاست أخبار اليوم الذي يبثه بودكاست سكاي نيوز العربية، فتفوق على بودكاست المصري اليوم وبودكاست العربية في الالتزام بالاحترافية والمهنية التي من شأنها تحقيق

أعلى مستوى من المصداقية، ويرجع ذلك لالتزامه بالممارسات التي تحقق الدقة، والصدق، والتوازن، والشمولية، والواقعية والموضوعية، بجانب تركيز الحلقة الواحدة في البودكاست على موضوع محدد تناقش فيه جميع الآراء والمصادر، وتستعين بالتقارير الميدانية وجميع أنواع المصادر المرتبطة بالقضية أو الخبر، بجانب وجود مذيعين يقدمان معًا البرنامج ويديران الحلقة، ويصنع الحديث بينهما وأسلوب الانتقال من مصدر لآخر جوًّا من الألفة، وتؤثر تلك العناصر مجتمعة في مستوى الثقة والتفاعلية مع المتلقي.

وأشارت نتائج الدراسة الميدانية إلى أن غالبية المبحوثين يعتمدون على برامج البودكاست كمصدر للمعلومات والأخبار "أحيانًا" بنسبة (68.6٪)، وأن يوتيوب جاء في الترتيب الأول من بين التطبيقات التي يستخدمها الجمهور للاستماع للبودكاست، واقتصرت أساليب التفاعل مع حلقات البودكاست على: الإعجاب بالمنشور، ومتابعة (Follow) لقنوات البودكاست، والتواصل مع منتج/ مقدم حلقات البودكاست، وعدم إبداء أي تفاعل، واقتراح موضوعات للنقاش بالبودكاست، وأن غالبية المبحوثين يثقون في البودكاست الإخباري "بدرجة متوسطة" بنسبة (64.7٪)، يليها الثقة "بدرجة كبيرة" بنسبة (21.6٪).

وفيما يتعلق بمؤشرات مصداقية البودكاست، فقد أظهرت النتائج أن مؤشر "الدقة" جاء في المرتبة الأولى ضمن مؤشرات مصداقية البودكاست بوزن نسبي (85.62٪)، يليه مؤشر "الحالية" بوزن نسبي بلغ (78.43٪)، وفي المرتبة الثالثة مؤشر "جودة الإنتاج"، بوزن نسبي (77.77٪)، وفي المرتبة الرابعة "مؤشر الخبرة والاعتمادات" بوزن نسبي بلغ (77.28٪)، وجاء في المرتبة الأخيرة مؤشر "جودة المعلومات"، بوزن نسبي بلغ (76.47٪). أما بالنسبة لعناصر المصداقية بالبودكاست الإخباري، فجاءت "التفاعلية" في الترتيب الأول بوزن نسبي (87.57٪)، يليها "الأهمية" في الترتيب الثاني بوزن نسبي (83.00٪)، وفي الترتيب الثالث "الفورية" بوزن نسبي (81.70٪)، وفي الترتيب الرابع "الحالية" بوزن نسبي (80.06٪)، وفي الترتيب الخامس "الشمول" بوزن نسبي (79.74٪)، وفي الترتيب السادس "التوازن" بوزن نسبي (77.12٪)، وأخيرًا

جاءت "الواقعية"، و"الموضوعية"، و"الدقة"، و"الصدق" بأوزان نسبية بلغت (76.14٪)، و(75.81٪)، و(75.81٪)، و(75.65٪).

أما بالنسبة للعوامل المؤثرة في مصداقية البودكاست الإخباري، فنجد "العوامل المرتبطة بالإنتاج الفني" في المرتبة الأولى، يليها "العوامل المرتبطة بسياق البودكاست"، ثم "العوامل المرتبطة بمحتوى البودكاست"، وأخيراً "العوامل المرتبطة بمنتج/ مقدم البودكاست"، وبالنسبة لأساليب التحقق من مصداقية المعلومات والأخبار بالبودكاست، جاء في الترتيب الأول عبارة "أبحث عن مصادر أخرى للتأكد من مصداقية المعلومات والأخبار التي يقدمها البودكاست"، وفي الترتيب الثاني عبارة "أناقش المعلومات والأخبار مع الآخرين للتأكد من صحتها"، وفي الترتيب الثالث عبارة "أقارن بين ما تقدمه برامج البودكاست ووسائل الإعلام الأخرى"، وفي الترتيب الرابع عبارة "ألجأ إلى مواقع الإنترنت وشبكات التواصل الاجتماعي للتحقق من صحة المعلومات والأخبار بالبودكاست"، وفي الترتيب الخامس "ألجأ إلى وسائل الإعلام التقليدية للتأكد من صحة المعلومات والأخبار بالبودكاست"، وأخيراً عبارة "أصدق ما تبثه برامج البودكاست من معلومات وأخبار لثقتي في مقدمها".

توصيات الدراسة:

1- توصي الدراسة بضرورة توسع المواقع الإخبارية والصحف الإلكترونية في استخدام منصات التدوين الصوتي وبث المحتوى الإخباري عبر تقنية البودكاست.

2- الاهتمام بالعوامل التي تدعم مصداقية المحتوى الإخباري المقدم عبر منصات التدوين الصوتي وبرامج البودكاست التي تبثها المؤسسات الصحفية الإعلامية.

3- ضرورة توافر إحصاءات حول مستخدمي البودكاست في مصر وعدد منصات وبرامج البودكاست المصري، فعلى الرغم من وجود (75.66) مليون مستخدم للإنترنت في مصر؛ إلا أنه لا تتوافر إحصاءات حول المدونات الصوتية ومستخدميها.

4- توصي الدراسة بإجراء مزيد من الدراسات حول البودكاست، من حيث اتجاه النخب الإعلامية نحوه كوسيط إعلامي جديد، إضافة إلى التعرف على دوافع القائمين على إنتاج برامج البودكاست واتجاهاتهم نحوه، ورؤيتهم المستقبلية لمجال العمل في برامج البودكاست.

5- الاهتمام بتقديم دورات تدريبية في مجال صناعة محتوى البودكاست، تُركِّز على الجانب النظري والتطبيقي.

6- الاهتمام بزيادة أعداد برامج البودكاست المصرية الإخبارية، مع ضرورة الأخذ في الاعتبار المؤشرات والعناصر والعوامل المؤثرة في مصداقية البودكاست، من أجل إنتاج حلقات تبث عبر منصات البودكاست تتميز بجودة إنتاج عالية.

مراجع الدراسة:

[1] Cho, Yoon Y., Park, Ahran, and Choi, 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.

[2] English, Peter, Burgess, Jacqueline, and Jones, Christian, "The Final Word on sports podcasts: Audience perceptions of media engagement and news consumption"**, Media International Australia**, Vol. 187, No. (1) 2023, pp.8–20.

[3] Chiu, Yu-Fei, "How the Taiwanese Podcast Bailingguo News Framed the 2019 Hong Kong Movement: A Framing Analysis of the Anti-Extradition Law Amendment Bill", **Master thesis**, School of Mass Communications, College of Arts and Sciences University of South Florida,2023.

[4] Lee, Na Yeon, Kim, Jeehyun and Kim, Changsook, "How do South Korean podcasts reflect changes in journalistic norms and practices? Comparing podcasts of professional journalists with podcasts of non-journalists, **Media International Australia**, Vol. 187, No. (1), 2023, pp. 21–38.

[5] Lindgren, Mia, Jorgensen, Britta, "Podcasting and constructive journalism in health stories about antimicrobial resistance (AMR)", **Media International Australia**, Vol. 187, No. (1), 2023, pp.73–87.

[6] Mehendale, Sneha Gore and Jaggi, Ruchi Kher, "Remedying the fractured domain through slow journalism: A case of journalistic podcasting in India", **Media International Australia**, Vol. 187, No. (1), 2023, pp. 57–72.

[7] Whipple, Kelsey, Ashe, Ivy, and Cueva Chacón, Lourdes M., "Examining Podcast Listeners' Perceptions of the Journalistic Functions of Podcasts", **Electronic News: Broadcast and Mobile Journalism**, Vol. 17, No. (1), 2023, pp. 40–66.

[8] Tennant, Lewis, "Podcasting and ethics: Independent podcast production in New Zealand", **Convergence: The International Journal of Research into New Media Technologies**, Vol. 0, No. (0), 2023, pp.1–17

[9] إسماعيل محمد إبراهيم، "دوافع استخدام الشباب الجامعي للمحتوى الرقمي عبر تقنية البودكاست وعلاقته بأنماط تعرضهم للراديو التقليدي"، **مجلة البحوث والدراسات الإعلامية**، العدد (25)، 2023، ص.ص.197-178.

[10] منى هاشم، أمنية عبد الرحمن، "اتجاهات **المواقع** الإخبارية المصرية والعربية لاستخدام تقنية البودكاست وعلاقتها بتفضيلات الجمهور المصري"، **المجلة المصرية لبحوث الاتصال الجماهيري**، المجلد (5)، العدد (1)، 2023، ص.ص. 736-834.

[11] ماجد بن فهد الشيباني، "دوافع تعرض الجمهور السعودي لإذاعات الإنترنت "البودكاست" والإشباعات المتحققة منه: دراسة مسحية لعينة من متابعي بودكاست "ثمانية" في المملكة العربية السعودية"، **المجلة المصرية لبحوث الإعلام**، العدد 79، 2022، ص.ص. 433 - 466.

[12] يارا غنام، "استخدامات الإعلاميين الأردنيين للبودكاست والإشباعات المتحققة منه"، **رسالة ماجستير غير منشورة**، جامعة اليرموك،2022.

[13] Apirakvanalee, Laksup and Zha, Yida, "Telling stories from the New Silk Road: A news discourse analysis of BBC's podcast episodes on the Belt and Road Initiative", **Journalism**, Vol. 0, No. (0), 2022, pp. 1–19.

[14] Martínez-Costa, María-Pilar, Amoedo-Casais, Avelino, Moreno-Moreno, Elsa, "The value of podcasts to journalism: analysis of digital native media brands' offerings, production and publishing in Spain", **Profesional de la información**, v. (31), n. (5), 2022.

[15] مؤمن محمد سلامة الخوالدة، وتحسين بشير منصور، "القضايا الإعلامية في البودكاست الأردني: برنامج حرر أنموذجًا"، **رسالة ماجستير غير منشورة**، جامعة اليرموك، 2022.

[16] Renisyifa, A., Sunarti, S., Pebriyanti, A., **Op.cit.**

[17] Chan-Olmsted, Sylvia and Wang, Rang, "Understanding podcast users: Consumption motives and Behaviors", **New Media & Society**, Vol. 24, No. (3), 2022, pp. 684–704.

[18] Perdomo, Gabriela and Rodrigues-Rouleau, Philippe, "Transparency as meta journalistic performance: The New York Times' Caliphate podcast and new ways to claim journalistic authority", **Journalism**, Vol. 23, No. (11), 2022, pp.2311–2327.

[19] عبد الرزاق غزال، وفاء بورحلي، البودكاست الاجتماعي بين تنمية المسؤولية وخلق الوعي المجتمعي: دراسة وصفية على عينة من مستخدمي تدوينات المضامين الصوتية، **مجلة علوم الإنسان والمجتمع**، مجلد (10)، العدد (4)، 2021، ص.ص.645 - 663.

[20] فائزة بوزيد، آليات الخطاب الديني المتجدد عبر تطبيقات الإعلام الرقمي: دراسة في محتوى بودكستات الدعاة الجدد: الداعية حسني مصطفى على الفيس بوك نموذجًا، **الخطاب والتواصل**، العدد (7)، 2020، ص.ص. 2011-228.

[21] O'Connell, Emily, "Hybrid Systems and Hybrid Genres: Exploring U.S. Political Podcast Framing Tactics and Effects", **Doctoral Dissertation**, school of communication American university, 2020.

[22] Salas, Paola Eunice Rivera, and Márquez, Octavio Ricardo Montoya, "Evaluation of News Podcasts: An Approach to Broadcasters of Puebla City", **Revista de Comunicación de la SEECI**, No. (48), 2019, pp. 109-123

[23] Sullivan, John L., The Platforms of Podcasting: Past and Present, **Social Media + Society**, 2019, pp. 1–12.

[24] أمل محمد خطاب، "السلوك الاتصالي للشباب المصري في علاقته بالتقنيات التكنولوجية المتطورة "البودكاست نموذجا": دراسة في استخدام الشباب المصري لتقنية البودكاست والإشباعات المتحققة والتأثيرات السلوكية المتوقعة"، **مجلة كلية الآداب**، العدد (47)، الجزء(4)، 2017، ص.ص. 127- 171.

[25] العابد السيد علي، "تأثير اليوتيوب من خلال برامج البودكاست على الطلبة الجامعيين: دراسة ميدانية على عينة من طلبة ماستر قسم الإعلام والاتصال لجامعة قاصدي مرباح"، **رسالة ماجستير غير منشورة**، قسم علوم الاتصال والإعلام، جامعة قاصدي مرباح، الجزائر، 2017.

[26] Koo, Chulmo, Chung, Namho, Kim, Dan J., "How do social media transform politics? The role of a podcast, 'Naneun Ggomsuda' in South Korea", **Information Development**, Vol. 31, No. (5), 2015, pp. 421–434.

[27] Rubin, A., "The uses-and-gratifications perspective of media effects. In J. Bryant & D. Zillmann (Eds.)", **Media effects: Advances in theory and research** , 2nd ed., 2002, pp. 525-548.

[28] صفا عثمان، **مرجع سابق**، ص. 279.

[29] حمدان خضر، خضير عباس، "مستويات مصداقية الصحافة في إطار النموذج البنائي للمصداقية"، **مجلة الباحث الإعلامي**، العدد 31، 2016، ص.166.

[30] **المرجع السابق نفسه**، ص. ص. 171-181.

[31] Lia, Ruohan, and Suhb, Ayoung, "The Third Information Systems International Conference Factors Influencing Information credibility on Social Media Platforms: Evidence from Facebook Pages", **Procedia Computer Science**, Vol. (72), 2015, pp. 314 – 328.

[32] Hickey, N., "Money lust". **Columbia Journalism Review**, vol. 37, No. (2), 1998, pp. 3-28.

[33] Bagdikian, B. H., "**The media monopoly",** Boston, MA: Beacon, (5th ed.), 1997.

[34] Chen, R., Thorson, E., & Lacy, S., "The impact of newsroom investment on newspapers revenues and profits: Small and medium newspapers, 1998-2002", **Journalism & Mass Communication Quarterly**, vol. 82, No. (3), 2005, pp. 516-532.

[35] Oyedeji, Tayo, "The Credible Brand Model: The Effects of Ideological Congruency and Customer-Based Brand Equity on Media and Message Credibility", **Doctoral Dissertation**, the Faculty of the Graduate School at the University of Missouri,2008.

[36] Lee, Tien-Tsung, "The Liberal Media Myth Revisited: An Examination of Factors Influencing Perceptions of Media Bias", **Journal of Broadcasting & Electronic Media**, Vol. 49, No. (1), 2004, pp. 43-64.

[37] Peng, Z., "Ideology and Source Credibility: Partisan Perception Bias in Believability of CNN, Fox News and PBS", **Paper presented at the AEJMC Summer 2005 conference**, 2005.

[38] Nathalia, Theodosia C., and Yustisia Kristiana, "The Source Credibility in Social Media", **Conference: Proceedings of the 1st International Conference on Economics, Management, Accounting and Business**, ICEMAB 2018, 8-9 October 2018, Medan, North Sumatra, Indonesia, 2018.

[39] Kang, Minjeong, "Measuring Social Media Credibility: A Study on a Measure of Blog Credibility", **A paper Submitted to for the 2009 Ketchum Excellence in Public Relations Research Award,** the Institute for Public Relations,2010.

[40] Tsagkias, Manos, "PodCred: A Framework for Analyzing Podcast Preference", **Conference: Proceedings of the 2nd ACM Workshop on Information Credibility on the Web, WICOW 2008**, Napa Valley, California, USA, October 30, 2008.

[41] Tsagkias, Manos. **Op.cit.,** p.1**.**
[42] Renisyifa, A., Sunarti, S., Pebriyanti, A., "Podcast Media Credibility as a Means of Fulfilling Public Information", **International Journal of Research and Applied Technology**, Vol. 2, No. (1), 2022, pp. 226-232.
[43] Nelson, David R. & Faux II, William V., "Evaluating Podcast Compositions: Assessing Credibility, Challenges, and Innovation", **The Journal of Social Media in Society**, vol. 5, No. (1), 2016, pp. 38- 64.
[44] Ball-Rokeach, S. J. & DeFleur, M. L., **Op.cit.,** Ball-Rokeach, S. J. & DeFleur, M. L., "A Dependency Model of Mass-Media Effects", UAS: Sage Publications, **Communication Research,** vol.(3), no.(1), January 1976, p.4.
[45] Ball-Rokeach, S. J. & DeFleur, M. L., **Op.cit.,** pp.5-6.
[46] Cheng, John William & Mitomo, Hitoshi, "Media Dependency, Usage and Trust in a Time of Crisis – A Case Study of the Great East Japan Earthquake", **Project Report**, Japan: Waseda University, Institute of Asia-Pacific Studies, 2015**,** p.4.
[47] Odek, Adhiambo, "Eunice the impact of mobile phone use on interpersonal (face to face) communication amongst the students of the university of Nairobi main campus", **Master Thesis,** University of Nairobi: School of Journalism, 2015, p.14
[48] Ball-Rokeach, S. J. & DeFleur, M. L., **Op.cit.,** p.6.
[49] **Ibid.,** p.7.
[50] Cheng, John William & Mitomo, Hitoshi, **Op.cit.,** p. 4.
[51] Becker, Lee B. & Fruit, Jeffrey W.,"The Growth of TV Dependence: Tracing the Origins of the Political Malaise", Acapulco, Mexico: **the International Communication Association at the 30th International Conference**, May 18-24, 1980.pp.2
[52] Ognyanova, Katherine and Ball-Rokeach, Sandra, Political Efficacy on the Internet: A Media System Dependency Approach", UK: Emerald Group Publishing Limited, **Communication and Information Technologies Annual Political, Participation, and Production Studies in Media and Communications**, vol.(9), 2015, p.16.
[53] Ruggiero, Thomas E.," Uses and Gratifications Theory in the 21st Century", USA: Rouledge- Taylor and Francis Group, **Mass Communication & Society**, vol.(3),no.(1), 2000, p.8.
[54] Foster, Brent, "Understanding Media System Dependency In The Information Age: The Digital Ripple Effect", **Doctoral Dissertation,** UAS: University of Missouri-Columbia, The Faculty of the Graduate School, 2004**,** p.1.
[55] Jung, Joo-Young, "**Media Dependency Theory",** Wiley, 2017, pp. 324.
[56] Rosenberry, Jack, and Vicker, Lauren A., "**Applied Mass Communication Theory: A Guide for Media Practitioners",** Routledge, 2nd Edition, 2017**,** p.129.
[57] **Kaiser, Tamás and Gadár, László, "Survey data on the attitudes towards digital technologies and the way of managing e-governmental tasks",** Data in Brief, **Volume 46, February 2023.**
[58] Herring, Susan C., Scheidt, Lois Ann, Wright, Elijah, and Bonus, Sabrina., "Weblogs as a Bridging Genre", **Information Technology & People**, 2005, pp.5-6.

[59] Shahramiri, P., and Gorjian, B., "The Effect of Podcast transcription Activities on Intermediate and Advanced EFL Learners' Writing Accuracy", **Advances in Digital Multimedia**, vol. (1), no. (4), 2013.
[60] Siegle, D. (2007). Podcasts and Blogs: Learning Opportunities on the Information Highway. **Gifted Child Today.** (30)3, 14-21.
[61] عبد الرزاق غزال، وفاء بورحلي، **مرجع سابق**، ص. 655.
[62] Tan, Yuh Huann, Mong, Kok Thong, "**Audioblogging and Podcasting in Education educational Technology Division"**, Ministry of Education, Singapore, 2006, p.p.1.
[63] - Rose, B., and Rosin, L., "**The infinite dial: Radio's Digital Platforms",** Arbitron Radio Listening Report, 2006, pp.1-19.
- Cebeci, Zeynel , Tekdal, Mehmet, "Using Podcasts as Audio Learning Objects", **Interdisciplinary Journal of e-Skills and Lifelong Learning**, vo. (2), no. (1), 2006, pp.48.
[64] Tan, Yuh Huann, Mong, Kok Thong, **op.cit.**, 11.
[65] Hodges, Charles B., Stackpole-Hodges, Christene L., "Self-Efficacy, Self-Regulation, And Cognitive Style as Predictors of Achievement with Podcast Instruction", **Educational Computing Research**, Vol. 38, No. (2), 2008, pp.139-153.
[66] يارا غنام، **مرجع سابق**، ص.ص. 44-45.
[67] Casares, Donald Robert, Jr., "The Pedagogical Potential of Podcasts: Using Digital Audio to Enhance Learning in Marriage and Family Counseling Courses", **The Family Journal: Counseling and Therapy for Couples and Families**, Vol. 31, no. (1), 2023, pp. 11-20.
[68] Tan, Yuh Huann, Mong, Kok Thong, **op.cit**.,p.5.
[69] زكريا بن يحيى لالو "فعالية برنامج تدريبي في تقنية الوسائط المتعددة في التحصيل وتنمية مهارات إنتاج الشرائح المتزامنة صوتيًا لدى طلاب كلية التربية"، **مجلة جامعة أم القرى للعلوم التربوية والاجتماعية والإنسانية**، مجلد (18)، العدد (1)، 2006، ص.ص. 9-43.
[70] بدر بن علي المقبل المطوع، "المدونات الصوتية الأدبية في المشهد الثقافي السعودي: دراسة وصفية تحليلية"، **مجلة العلوم الإنسانية والإدارية**، العدد 25، 2021، ص.ص.57-82.
[71] يارا غنام، **مرجع سابق**، ص.ص. 45-46.
[72] Sullivan, John L., **Op.cit.,** p.9.
[73] Wirtschafter, Valerie, "**Appendices for Audible Reckoning: How Top Political Podcasts Spread Unsubstantiated and False Claims",** 2023.p.1.
[74] Jones, Rosie, et.al. "**Current Challenges and Future Directions in Podcast Information Access",** 2021.
[75] Wirtschafter, Valerie, **op.cit.**p.2.
[76] Tsagkias, Manos, "PodCred: A Framework for Analyzing Podcast Preference", **Conference: Proceedings of the 2nd ACM Workshop on Information Credibility on the Web, WICOW 2008**, Napa Valley, California, USA, October 30, 2008.
[77] Tsagkias, Manos, **op.cit**.
[78] Renisyifa, A., Sunarti, S., Pebriyanti, A., **Op.cit.**
[79] Nelson, David R. & Faux II, William V., **Op.cit.**

[80] Bose, Linda, Egelhofer, Jana Laura, and Lecheler, Sophie, "Short but Critical? How Fake News" and "AntiElitist" Media Attacks Undermine Perceived Message Credibility on Social Media", **Communication Research**, 2023, pp.1–25.
[81] Gong, Qiong, Verboord, Marc and Wang, Yijing, "Media usage and political trust among young adults in China: The role of media credibility, trust in sources and political membership", **Global Media and Communication**, Vol. 18, No. (3), 2022, pp. 301–321
[82] Rousseau, Ann, "The role of task relevance and information credibility in adolescents' internalization of and reliance on social media ideals", **New Media & Society**, 2022,pp. 1–22.
[83] Ning, Chuanlin, Guo, Difan, Wu, Jing and Gao, Hao, "Media Exposure and Media Credibility Influencing Public Intentions for Influenza Vaccination", **Vaccines**, Vol. (10), No. (526), 2022, pp. 1-12.
[84] Liu, Siyu, "How In-U.S. Chinese College Students Consume Covid-19 Information on Social Media: Examining the Relationship Between Media Credibility And Media Dependency", **Master Thesis,** Boston University College of Communication, 2021.
[85] Kim, Heejun, "Credibility Assessment of Health Information on Social Media: Discovering Credibility Factors, Operationalization, and Prediction", **Doctoral Dissertation**, University of North Carolina at Chapel Hill, School of Information and Library Science, 2019.
[86] Nathalia, Theodosia C., Kristiana, Yustisia, "The Source Credibility in Social Media", **Conference: Proceedings of the 1st International Conference on Economics, Management, Accounting and Business**, ICEMAB 2018, 8-9 October 2018, Medan, North Sumatra, Indonesia, 2019.
[87] Kang, Chee Youn, "Revisiting The Cognitive Mediation Model in The Digital Age: A Cross-Cultural Study Of Facebook As A Venue For News And Political Information Sources, Facebook Use And Credibility Among New Media Users In South Korea And The United States", **Doctoral Dissertation,** College of Mass Communication and Media Arts in the Graduate School Southern Illinois University Carbondale, 2017.
[88] Kang, Minjeong, "**Measuring Social Media Credibility: A Study on a Measure of Blog Credibility"**, S. I. Newhouse School of Public Communications, Syracuse University, 2010.
[89] Martínez-Costa, et.al., Op.cit., p.1.
[90] Renisyifa, Sunarti and Pebriyanti, **Op.cit**., p.226.
[91] **Ibid**, p.231.

References

Cho, Yoon Y., Park, Ahran, and Choi, 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.

- English, Peter, Burgess, Jacqueline, and Jones, Christian, “The Final Word on sports podcasts: Audience perceptions of media engagement and news consumption”**, Media International Australia**, Vol. 187, No. (1) 2023, pp.8–20.

- Chiu, Yu-Fei, “How the Taiwanese Podcast Bailingguo News Framed the 2019 Hong Kong Movement: A Framing Analysis of the Anti-Extradition Law Amendment Bill”, **Master thesis**, School of Mass Communications, College of Arts and Sciences University of South Florida,2023.

- Lee, Na Yeon, Kim, Jeehyun and Kim, Changsook, “How do South Korean podcasts reflect changes in journalistic norms and practices? Comparing podcasts of professional journalists with podcasts of non-journalists, **Media International Australia**, Vol. 187, No. (1), 2023, pp. 21–38.

- Lindgren, Mia, Jorgensen, Britta, “Podcasting and constructive journalism in health stories about antimicrobial resistance (AMR)”, **Media International Australia**, Vol. 187, No. (1), 2023, pp.73–87.

- Mehendale, Sneha Gore and Jaggi, Ruchi Kher, “Remedying the fractured domain through slow journalism: A case of journalistic podcasting in India”, **Media International Australia**, Vol. 187, No. (1), 2023, pp. 57–72.

- Whipple, Kelsey, Ashe, Ivy, and Cueva Chacón, Lourdes M., “Examining Podcast Listeners’ Perceptions of the Journalistic Functions of Podcasts”, **Electronic News: Broadcast and Mobile Journalism**, Vol. 17, No. (1), 2023, pp. 40–66.

- Tennant, Lewis, “Podcasting and ethics: Independent podcast production in New Zealand”, **Convergence: The International Journal of Research into New Media Technologies**, Vol. 0, No. (0), 2023, pp.1–17

-'Ibrahim, I. (2023). "dawafie aistikhdam alshabab aljamieii lilmuhtawaa alraqmii eabr tiqniat albudkast waealaqatih bi'anmat taearudihim lilraadyu altaqlidi", majalat albuhuth waldirasat al'iielamiati, 25(4).

- Hashim, M. (2023), "aitijahat almawaqie al'iikhbariat almisriat walearabiat liaistikhdam tiqniat albudkast waealaqatiha bitafdilat aljumhur almisrii", almajalat almisriat libuhuth alaitisal aljamahiri, 1(2). 736-834.

-Alshiybani, F. (2022)."dawafie taearud aljumhur alsueudii li'iidhaeat al'iintirnit "albudkasti" wal'iishbaeat almutahaqiqat minhu: dirasat mushiat lieayinat min mutabiei budkast "thmania" fi almamlakat alearabiat alsaeudiati", almajalat Almisria libuhuth al'iielami, 79(3). 433 - 466.

- Ghnam, Y. (2022)."aistikhdamat al'iielamiiyn al'urduniyayn lilbudkast wal'iishbaeat almutahaqiqat munha", risalat majistir ghayr manshuratin, jamieat Alyarmuk.

- Apirakvanalee, Laksup and Zha, Yida, “Telling stories from the New Silk Road: A news discourse analysis of BBC’s podcast episodes on the Belt and Road Initiative”, **Journalism**, Vol. 0, No. (0), 2022, pp. 1–19.
- Martínez-Costa, María-Pilar, Amoedo-Casais, Avelino, Moreno-Moreno, Elsa, “The value of podcasts to journalism: analysis of digital native media brands’ offerings, production and publishing in Spain”, **Profesional de la información**, v. (31), n. (5), 2022.
-Alkhawalidati, M. (2022). watahsin bashir mansur, "alqadaya al'iielamiat fi albudkast al'urduniy: barnamaj harar anmwdhjan", risalat majistir ghayr manshuratin, jamieat Alyarmuk.
- Chan-Olmsted, Sylvia and Wang, Rang, “Understanding podcast users: Consumption motives and Behaviors”, **New Media & Society**, Vol. 24, No. (3), 2022, pp. 684–704.
- Perdomo, Gabriela and Rodrigues-Rouleau, Philippe, “Transparency as meta journalistic performance: The New York Times’ Caliphate podcast and new ways to claim journalistic authority”, **Journalism**, Vol. 23, No. (11), 2022, pp.2311–2327.
-Ghazal, A. (2021). albudkast alaijtimaeiu bayn tanmiat almaswuwliat wakhalq alwaey almujtamaei: dirasatan wasfiatan ealaa eayinat min mustakhdimi tadwinat almadamin alsawtiati, majalat eulum al'iinsan walmujtamaei, 4(1).
-Bouzid, F. (2020). alyat alkhitab aldiynii almutajadid eabr tatbiqat al'iielam alraqamii: dirasatan fi muhtawaa budikistat aldueaat aljuddu: aldaaeiat husni mustafaa ealaa alfis buk nmwdhjan, alkhitab waltawasulu, 7 (2).
- O’Connell, Emily, “Hybrid Systems and Hybrid Genres: Exploring U.S. Political Podcast Framing Tactics and Effects”, **Doctoral Dissertation**, school of communication American university, 2020.
- Salas, Paola Eunice Rivera, and Márquez, Octavio Ricardo Montoya, “Evaluation of News Podcasts: An Approach to Broadcasters of Puebla City”, **Revista de Comunicación de la SEECI**, No. (48), 2019, pp. 109-123
- Sullivan, John L., The Platforms of Podcasting: Past and Present, **Social Media + Society**, 2019, pp. 1–12.
-khatab, A. (2017)."alsuluk alaitisaliu lilshabab almisrii fi ealaqatih bialtaqniaat altiknulujiat almutatawira "albudkast namudhaja": dirasatan fi aistikhdam alshabab almisrii litiqniat albudkast wal'iishbaeat almutahaqiqat waltaathirat alsulukiat almutawaqaeati", majalat kuliyat aladab, 47(5). 127- 171.
-Ali, A. (2017)."tathir alyutyub min khilal baramij albudkast ealaa altalabat aljamieiiyn: dirasat maydaniat ealaa eayinat min talabat mastar qism al'iielam walaitisal lijamieat qasidi mirbah", risalat majistir ghayr manshuratin, qism eulum alaitisal wal'iielami, jamieat Kasdi-Merbah, Aljazayar.
- Koo, Chulmo, Chung, Namho, Kim, Dan J., “How do social media transform politics? The role of a podcast, ‘Naneun Ggomsuda’ in South Korea”, **Information Development**, Vol. 31, No. (5), 2015, pp. 421–434.

- Rubin, A., “The uses-and-gratifications perspective of media effects. In J. Bryant & D. Zillmann (Eds.)”, **Media effects: Advances in theory and research** , 2nd ed., 2002, pp. 525-548.

-Khadr, H. (2016)."mustawayat misdaqiat alsahafat fi 'iitar alnamudhaj albinayiyi lilmisdaqiati", majalat Albahith al'iielamii, 31(3).

- Lia, Ruohan, and Suhb, Ayoung, “The Third Information Systems International Conference Factors Influencing Information credibility on Social Media Platforms: Evidence from Facebook Pages”, **Procedia Computer Science**, Vol. (72), 2015, pp. 314 – 328.

- Hickey, N., “Money lust”. **Columbia Journalism Review**, vol. 37, No. (2), 1998, pp. 3-28.

- Bagdikian, B. H., “**The media monopoly”,** Boston, MA: Beacon, (5th ed.), 1997.

- Chen, R., Thorson, E., & Lacy, S., “The impact of newsroom investment on newspapers revenues and profits: Small and medium newspapers, 1998-2002”, **Journalism & Mass Communication Quarterly**, vol. 82, No. (3), 2005, pp. 516-532.

- Oyedeji, Tayo, “The Credible Brand Model: The Effects of Ideological Congruency and Customer-Based Brand Equity on Media and Message Credibility”, **Doctoral Dissertation**, the Faculty of the Graduate School at the University of Missouri,2008.

- Lee, Tien-Tsung, “The Liberal Media Myth Revisited: An Examination of Factors Influencing Perceptions of Media Bias”, **Journal of Broadcasting & Electronic Media**, Vol. 49, No. (1), 2004, pp. 43-64.

- Peng, Z., “Ideology and Source Credibility: Partisan Perception Bias in Believability of CNN, Fox News and PBS”, **Paper presented at the AEJMC Summer 2005 conference**, 2005.

- Nathalia, Theodosia C., and Yustisia Kristiana, “The Source Credibility in Social Media”, **Conference: Proceedings of the 1st International Conference on Economics, Management, Accounting and Business**, ICEMAB 2018, 8-9 October 2018, Medan, North Sumatra, Indonesia, 2018.

- Kang, Minjeong, “Measuring Social Media Credibility: A Study on a Measure of Blog Credibility”, **A paper Submitted to for the 2009 Ketchum Excellence in Public Relations Research Award,** the Institute for Public Relations,2010.

- Tsagkias, Manos, “PodCred: A Framework for Analyzing Podcast Preference”, **Conference: Proceedings of the 2nd ACM Workshop on Information Credibility on the Web, WICOW 2008**, Napa Valley, California, USA, October 30, 2008.

- Renisyifa, A., Sunarti, S., Pebriyanti, A., “Podcast Media Credibility as a Means of Fulfilling Public Information”, **International Journal of Research and Applied Technology**, Vol. 2, No. (1), 2022, pp. 226-232.

- Nelson, David R. & Faux II, William V., "Evaluating Podcast Compositions: Assessing Credibility, Challenges, and Innovation", **The Journal of Social Media in Society**, vol. 5, No. (1), 2016, pp. 38- 64.
- Cheng, John William & Mitomo, Hitoshi, "Media Dependency, Usage and Trust in a Time of Crisis – A Case Study of the Great East Japan Earthquake", **Project Report**, Japan: Waseda University, Institute of Asia-Pacific Studies, 2015**,** p.4.
- Odek, Adhiambo, "Eunice the impact of mobile phone use on interpersonal (face to face) communication amongst the students of the university of Nairobi main campus", **Master Thesis,** University of Nairobi: School of Journalism, 2015, p.14
- Becker, Lee B. & Fruit, Jeffrey W.,"The Growth of TV Dependence: Tracing the Origins of the Political Malaise", Acapulco, Mexico: **the International Communication Association at the 30th International Conference**, May 18-24, 1980.pp.2
- Ognyanova, Katherine and Ball-Rokeach, Sandra, Political Efficacy on the Internet: A Media System Dependency Approach", UK: Emerald Group Publishing Limited, **Communication and Information Technologies Annual Political, Participation, and Production Studies in Media and Communications**, vol.(9), 2015, p.16.
- Ruggiero, Thomas E.," Uses and Gratifications Theory in the 21st Century", USA: Rouledge- Taylor and Francis Group, **Mass Communication & Society**, vol.(3),no.(1), 2000, p.8.
- Foster, Brent, "Understanding Media System Dependency In The Information Age: The Digital Ripple Effect", **Doctoral Dissertation,** UAS: University of Missouri-Columbia, The Faculty of the Graduate School, 2004**,** p.1.
- Jung, Joo-Young, "**Media Dependency Theory",** Wiley, 2017, pp. 324.
- Rosenberry, Jack, and Vicker, Lauren A., "**Applied Mass Communication Theory: A Guide for Media Practitioners",** Routledge, 2nd Edition, 2017**,** p.129.
- **Kaiser, Tamás and Gadár, László, "Survey data on the attitudes towards digital technologies and the way of managing e-governmental tasks",** Data in Brief, **Volume 46, February 2023.**
- Herring, Susan C., Scheidt, Lois Ann, Wright, Elijah, and Bonus, Sabrina., "Weblogs as a Bridging Genre", **Information Technology & People**, 2005, pp.5-6.
- Shahramiri, P., and Gorjian, B., "The Effect of Podcast transcription Activities on Intermediate and Advanced EFL Learners' Writing Accuracy", **Advances in Digital Multimedia**, vol. (1), no. (4), 2013.
- Siegle, D. (2007). Podcasts and Blogs: Learning Opportunities on the Information Highway. **Gifted Child Today.** (30)3, 14-21.
- Tan, Yuh Huann, Mong, Kok Thong, "**Audioblogging and Podcasting in Education educational Technology Division"**, Ministry of Education, Singapore, 2006, p.p.1.
- - Rose, B., and Rosin, L., "**The infinite dial: Radio's Digital Platforms",** Arbitron Radio Listening Report, 2006, pp.1-19.

- Cebeci, Zeynel , Tekdal, Mehmet, "Using Podcasts as Audio Learning Objects", **Interdisciplinary Journal of e-Skills and Lifelong Learning**, vo. (2), no. (1), 2006, pp.48.
- Tan, Yuh Huann, Mong, Kok Thong, **op.cit.**, 11.
- Hodges, Charles B., Stackpole-Hodges, Christene L., "Self-Efficacy, Self-Regulation, And Cognitive Style as Predictors of Achievement with Podcast Instruction", **Educational Computing Research**, Vol. 38, No. (2), 2008, pp.139-153.
- Casares, Donald Robert, Jr., "The Pedagogical Potential of Podcasts: Using Digital Audio to Enhance Learning in Marriage and Family Counseling Courses", **The Family Journal: Counseling and Therapy for Couples and Families**, Vol. 31, no. (1), 2023, pp. 11-20.
-Zakaria, L. (2006). "fealiat barnamaj tadribiun fi taqniat alwasayit almutaeadidat fi altahsil watanmiat maharat 'iintaj alsharayih almutazaminat swtyan ladaa tulaab kuliyat altarbiati", majalat jamieat Om Alquraa lileulum altarbawiat walaijtimaeiat wal'iinsaniati, 1(2). 9-43.
-Al-Mutawa, B. (2021). "almudawanat alsawtiat al'adabiat fi almashhad althaqafii alsaeudii: dirasat wasfiat tahliliata", majalat aleulum al'iinsaniat wal'iidariati, 25(3).
- Wirtschafter, Valerie, "**Appendices for Audible Reckoning: How Top Political Podcasts Spread Unsubstantiated and False Claims",** 2023.p.1.
- Jones, Rosie, et.al. "**Current Challenges and Future Directions in Podcast Information Access",** 2021.
- Tsagkias, Manos, "PodCred: A Framework for Analyzing Podcast Preference", **Conference: Proceedings of the 2nd ACM Workshop on Information Credibility on the Web, WICOW 2008**, Napa Valley, California, USA, October 30, 2008.
- Bose, Linda, Egelhofer, Jana Laura, and Lecheler, Sophie, "Short but Critical? How Fake News" and "AntiElitist" Media Attacks Undermine Perceived Message Credibility on Social Media", **Communication Research**, 2023, pp.1–25.
- Gong, Qiong, Verboord, Marc and Wang, Yijing, "Media usage and political trust among young adults in China: The role of media credibility, trust in sources and political membership", **Global Media and Communication**, Vol. 18, No. (3), 2022, pp. 301–321
- Rousseau, Ann, "The role of task relevance and information credibility in adolescents' internalization of and reliance on social media ideals", **New Media & Society**, 2022,pp. 1–22.
- Ning, Chuanlin, Guo, Difan, Wu, Jing and Gao, Hao, "Media Exposure and Media Credibility Influencing Public Intentions for Influenza Vaccination", **Vaccines**, Vol. (10), No. (526), 2022, pp. 1-12.
- Liu, Siyu, "How In-U.S. Chinese College Students Consume Covid-19 Information on Social Media: Examining the Relationship Between Media Credibility And Media Dependency", **Master Thesis,** Boston University College of Communication, 2021.

- Kim, Heejun, "Credibility Assessment of Health Information on Social Media: Discovering Credibility Factors, Operationalization, and Prediction", **Doctoral Dissertation**, University of North Carolina at Chapel Hill, School of Information and Library Science, 2019.
- Nathalia, Theodosia C., Kristiana, Yustisia, "The Source Credibility in Social Media", **Conference: Proceedings of the 1st International Conference on Economics, Management, Accounting and Business**, ICEMAB 2018, 8-9 October 2018, Medan, North Sumatra, Indonesia, 2019.
- Kang, Chee Youn, "Revisiting The Cognitive Mediation Model in The Digital Age: A Cross-Cultural Study Of Facebook As A Venue For News And Political Information Sources, Facebook Use And Credibility Among New Media Users In South Korea And The United States", **Doctoral Dissertation,** College of Mass Communication and Media Arts in the Graduate School Southern Illinois University Carbondale, 2017.
- Kang, Minjeong, "**Measuring Social Media Credibility: A Study on a Measure of Blog Credibility"**, S. I. Newhouse School of Public Communications, Syracuse University, 2010.

Journal of Mass Communication Research «J M C R»

A scientific journal issued by Al-Azhar University, Faculty of Mass Communication

Chairman: Prof. Salama Daoud President of Al-Azhar University

Editor-in-chief: Prof. Reda Abdelwaged Amin

Dean of Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

Deputy Editor-in-chief: Dr. Sameh Abdel Ghani

Vice Dean, Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

Assistants Editor in Chief:

Prof. Mahmoud Abdelaty
- Professor of Radio,Television, Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

Prof. Fahd Al-Askar
- Media professor at Imam Mohammad Ibn Saud Islamic University (Kingdom of Saudi Arabia)

Prof. Abdullah Al-Kindi
- Professor of Journalism at Sultan Qaboos University (Sultanate of Oman)

Prof. Jalaluddin Sheikh Ziyada
- Media professor at Islamic University of Omdurman (Sudan)

Managing Editor: Prof. Arafa Amer
- Professor of Radio,Television, Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

Editorial Secretaries:

Dr. Ibrahim Bassyouni: Lecturer at Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

Dr. Mustafa Abdel-Hay: Lecturer at Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

Dr. Ahmed Abdo : Lecturer at Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

Dr. Mohammed Kamel: Lecturer at Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

Arabic Language Editors : Omar Ghonem, Gamal Abogabal, Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

Correspondences

- Al-Azhar University- Faculty of Mass Communication.
- Telephone Number: 0225108256
- Our website: http://jsb.journals.ekb.eg
- E-mail: mediajournal2020@azhar.edu.eg

Issue 69 January 2024 - part 2

Deposit - registration number at Darelkotob almasrya /6555

International Standard Book Number "Electronic Edition" 2682- 292X

International Standard Book Number «Paper Edition»9297- 1110

Rules of Publishing

Our Journal Publishes Researches, Studies, Book Reviews, Reports, and Translations according to these rules:

- Publication is subject to approval by two specialized referees.
- The Journal accepts only original work; it shouldn't be previously published before in a refereed scientific journal or a scientific conference.
- The length of submitted papers shouldn't be less than 5000 words and shouldn't exceed 10000 words. In the case of excess the researcher should pay the cost of publishing.
- Research Title whether main or major, shouldn't exceed 20 words.
- Submitted papers should be accompanied by two abstracts in Arabic and English. Abstract shouldn't exceed 250 words.
- Authors should provide our journal with 3 copies of their papers together with the computer diskette. The Name of the author and the title of his paper should be written on a separate page. Footnotes and references should be numbered and included in the end of the text.
- Manuscripts which are accepted for publication are not returned to authors. It is a condition of publication in the journal the authors assign copyrights to the journal. It is prohibited to republish any material included in the journal without prior written permission from the editor.
- Papers are published according to the priority of their acceptance.
- Manuscripts which are not accepted for publication are returned to authors.