وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

المدرسة الوطنية العليا للصحافة وعلوم الاعلام

مذكرة تخرج بعنوان:

دور بودكاست مغارب على منصة أثير في تعزيز الوعي التاريخي والثقافي لدى الطلبة

دراسة وصفية لعينة من طلبة الماستر في المدرسة الوطنية العليا للصحافة وعلوم الإعلام خلال الفترة الممتدة من 20 نوفمبر 2024 إلى 20 ماي 2025.

مقدمة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال

تخصص: سمعي بصري وصحافة رقمية

اعداد الطالبة:

بوفافة ريان

تحت إشراف الأستاذ:

ايت طيب عراب

نوقشت بتاريخ 22 جوان 2025

لجنة المناقشة:

د. قريش لخضر..... **رئيسا**

د. أيت طيب عراب..... **مشرفا**

د. فاطمة الزهراء بكوش..... **عضوا**

السنة الجامعية 2025/2024

Ministry Of Higher Education

and Scientific Research Higher

National School of Journalism and Media Sciences

A Graduation Memoir Project Proposal entitled

The Role of the "Maghreb" Podcast on the Athir Platform in Enhancing Historical and Cultural Awareness among Students:

A Descriptive Study of a Sample of Master's Students at the National Higher School of Journalism and Information Sciences during the Period from November 20, 2024, to May 20, 2025

within the requirements for obtaining a master's degree in media and communication science

Specialization: Audio-Visual and Digital

Directed by: **Under the direction of:**

Boufafa Rayane **Ait Tayeb Arab**

Discussed on: 22 June 205

:Members of the jury

Dr.Kouriche Lkhder ..... **President**

Dr.Ait Tayeb Arab.....**Supervisor**

Dr. Bekkouche fatima Zahrar..... **Member**

Academic year:2024/2025


بسم الله الرحمن الرحيم

يَقُولُ الْعِمَادُ الْأَصْفَهَانِيُّ:

"إِنِّي رَأَيْتُ أَنَّهُ مَا كَتَبَ أَحَدُهُمْ فِي يَوْمِهِ كِتَابًا إِلَّا قَالَ فِي غَدِهِ لَوَغِيِّرَ هَذَا لَكَانَ أَحْسَنَ وَلَوْ زِيدَ ذَاكَ لَكَانَ يُسْتَحْسَنُ وَلَوْ قَدِمَ هَذَا لَكَانَ أَفْضَلَ، وَلَوْ تَرَكَ ذَاكَ لَكَانَ أَجَمَّل وَهَذَا مِنْ أَعْظَمِ الْعِبَرِ، وَهُوَ دَلِيلٌ عَلَى اسْتِيلَاءِ النَّقْصِ عَلَى جُمْلَةِ الْبَشَرِ"

اللهم اجعل هذا العمل خالصًا لوجهك، صادقًا في نيّته، نافعًا في أثره، وعلّمني ما ينفعني، وانفعني بما علّمتني، وزدني علمًا.

شكر وعرفان:

الحمد لله أولًا وآخرًا، ظاهرًا وباطنًا، على ما أفاض من نِعَم، وما أمدّ به من عزم، وما منّ به من توفيقٍ وصبرٍ وكرم.

إن كان للعلم ثمرة، فهي لا تنضج إلا بسُقيا من مرّوا بنا وتركوا فينا من الأثر ما لا يُنسى.

أتوجه بخالص الشُكر والامتنان **إلى جميع أساتذتي، وكل من علّمني حرفًا**، ففتح لي بابًا من المعرفة كنت أجهله.

وأخص بالشكر **أستاذي المشرف الدكتور أيت طيب عراب**، الذي بذل من وقته وجهده بسخاء، فكان لتوجيهه ومتابعته الأثر الكبير في هذا العمل.

كما أتقدم بالشكر للصديقة الغالية **سارة محمد معريش**، التي كانت بحقّ مشرفة ثانية لهذا العمل، أحاطتني بعلمها، نصائحها وحرصها الصادق، فكان دعمها سندًا لا يُنسى.

ولا يفوتني أن أشكر **زملاء الدراسة** في تخصص السمعي البصري والصحافة الرقمية بالمدرسة العليا للصحافة وعلوم الإعلام، الذين شكّلوا جزءًا جميلاً من هذه الرحلة **بكم كان الطريق ألطف، والعلم أمتع، والذكرى أجمل.**

وشكر خاص لرفيقات الدرب: **رشا، آية، ليلى، خديجة، مريم، كوثر، شيلاء، فرح، ونور اليقين.** من لم يُخففن الطريق فحسب، بل وسّعن القلب، وبثثن فيه من الطمأنينة ما لا يُوصف... **رفقتكن نعمة، أحمد الله عليها.**

ولكل من **مدّ لي يدًا، أو دعا لي في الغيب، أو آمن بي حين شككت في نفسي... له في قلبي دعاء لا يغيب وامتنان لا ينتهي**

إهداء:

عندما يستشعر المرء بأنه صنيعة قلوب آمنت به واحتضنت ضعفه قبل قوته

فلابد أن يهدي ثمرة جهده إلى **أصحاب الفضل**

إلى داعمي الأول، مشجعي وسندي في كل منعطف، من يؤمن بي أكثر من ايماني بنفسي إلى مَن تهاوى العالم في عينيّ حين اعتلّ، ثم استقام حين ابتسم من جديد إلى والدي العظيم **بوفافة عبد الحكيم**

إلى من علّمتني أن العلم عبادة، وأن الطموح زادُ الإنسان في درب الحياة، إلى من كانت حضنًا دافئًا وأمانًا لا ينضب،

إلى أعظم النِعَم في حياتي، وأجمل أرزاقي... أمي، **يسعد نعيمة**.

إلى الذي علّمني أن عزّ الإنسان في دينه، وأن العلم زادٌ لا ينفع إلا إذا حمله صاحبه بخشية وصدق، شيخي ومعلمي **عمر جويمع**.

إلى **توأم روحي آية** رفيقتي في كل درب، ونصفي الذي يسبقني إلى الفرح والحزن **معًا.**

إلى مُهجتي القلب وشمعتا البيت **رؤية وهبة الرحمٰن**

إلى إخوتي **أنيس، معتصم وهاشم** سندي وملاذي، حماكم الله يامن يشتد بكم عضدي

إلى **جدي وجَدّتَيَّ** دعواتكم نور دربي وبركة حياتي.

إلى **خالي عبد النور** وزوجته الطيبة الذين فتحا لي بيتهما وقلبهما واحتضناني

بحب ودفء طوال سنوات دراستي في العاصمة

إلى **أعمامي وعماتي، أخوالي وخالتي** وكل عائلتي

والى كل **من أحبوني** فأحببت من خلالهم نفسي.

.....

ثم إلى الأرض التي تنزف ولا تنحني...

إلى فلسطين، جرحنا المفتوح وكرامتنا الباقية،

إلى الذين لا نعرف أسماءهم، لكنهم نقشوا أسماءهم في ضمير الإنسانية...

إلى من انطفأت مصابيح مدارسهم، لتشتعل بهم شعلة الأمة... إلى من غابوا عن

الدروس، ليكونوا هم **الدرس الأكبر**.

إلى الحالمين رغم الركام، والناجحين رغم النزيف...

أهديكم هذه المذكرة، لأنها ما وُلدت إلا من نور أنتم زرعتموه فينا، وما كُتبت إلا

ودمكم في القلب نداءٌ لا يسكت.

ملخص الدراسة:

تهدف دراستنا هذه والموسومة ب "دور بودكاست مغارب على منصة أثير في تعزيز الوعي التاريخي والثقافي لدى الطلبة" إلى الكشف عن دور بودكاست "مغارب"، الذي يقدمه الإعلامي محمد الرماش عبر منصة "أثير"، في تعزيز الوعي التاريخي والثقافي لدى الطلبة، وذلك من خلال دراسة وصفية لعينة من طلبة الماستر في المدرسة الوطنية العليا للصحافة وعلوم الإعلام، خلال الفترة الممتدة من 20 نوفمبر 2024 إلى 20 ماي 2025.

تم اختيار بودكاست "مغارب" نظرًا لما يطرحه من محتوى ثري يجمع بين البُعدين التاريخي والثقافي، بأسلوب إعلامي حديث وجذاب، يتماشى مع توجهات الجيل الرقمي واهتماماته.

اعتمدت الدراسة على المنهج المسحي، وتم جمع البيانات عبر استبيان إلكتروني نُشر على مجموعة "منتدى طلبة المدرسة الوطنية العليا للصحافة وعلوم الإعلام" على الفيسبوك، وهو ما سمح بالوصول إلى عينة تمثل جزءًا من جمهور الطلبة الفعليين المتابعين للمحتوى الرقمي.

وقد توصلت الدراسة إلى أن بودكاست "مغارب" ساهم بشكل ملحوظ في تحقيق إشباعات معرفية وثقافية لدى الطلبة، وعزز من وعيهم بالهوية المغاربية وتاريخ المنطقة، كما أظهر تأثيرًا إيجابيًا على تصورهم لقضايا التاريخ والثقافة من خلال أسلوبه السردي المعتمد على الشهادات الواقعية والتجارب الإنسانية.

الكلمات المفتاحية: بودكاست، الوعي التاريخي، الوعي الثقافي، منصة أثير، الإعلام الرقمي

Résumé :

Cette étude, intitulée "Le rôle du podcast Maghreb sur la plateforme Athir dans la promotion de la conscience historique et culturelle chez les étudiants", vise à révéler le rôle du podcast "Maghreb", présenté par le journaliste Mohamed Rermach sur la plateforme Athir, dans la promotion de la conscience historique et culturelle chez les étudiants. Cette étude est menée à travers une analyse descriptive d'un échantillon d'étudiants en master à l'École Nationale Supérieure de Journalisme et des Sciences de l'Information, sur la période allant du 20 novembre 2024 au 20 mai 2025.

Le podcast "Maghreb" a été choisi en raison de la richesse de son contenu, qui allie les dimensions historique et culturelle, présenté dans un style médiatique moderne et attrayant, en adéquation avec les intérêts et les orientations de la génération numérique.

L'étude a révélé que le podcast "Maghreb" a contribué de manière significative à la satisfaction des besoins cognitifs et culturels des étudiants, en renforçant leur conscience de l'identité maghrébine et de l'histoire de la région. Il a également eu un impact positif sur leur perception des questions historiques et culturelles, grâce à son style narratif basé sur des témoignages réels et des expériences humaines.

Mots-clés : Podcast, Conscience historique, Conscience culturelle, Plateforme Athir, Médias numériques.

Abstract:

This study, entitled "The Role of the 'Maghreb' Podcast on the Athir Platform in Enhancing Historical and Cultural Awareness Among Students", seeks to explore the impact of the "Maghreb" podcast, presented by journalist Mohamed Rermach on the Athir platform, in raising historical and cultural awareness among students. The research adopts a descriptive approach applied to a purposive sample of Master's students at the National Higher School of Journalism and Information Sciences, during the period from November 20, .2024, to May 20, 2025

The podcast was chosen for its rich content that blends historical and cultural themes, delivered in a modern and engaging media style that resonates with .the interests of the digital generation

Data was collected through an online questionnaire published on the Facebook group "Forum of Students of the National Higher School of Journalism and Information Sciences", allowing access to a portion of the actual student .audience engaged with digital content

The study revealed that the "Maghreb" podcast significantly contributed to fulfilling the students' cognitive and cultural needs, by strengthening their awareness of Maghreb identity and the region's history. It also had a positive impact on their perception of historical and cultural issues, thanks to its .narrative style based on real-life testimonies and human experiences

Keywords: Podcast, Historical awareness, Cultural awareness, Athir platform, Digital media.

فهرس المحتويات

العنوان	الصفحة
الشكر والعرفان	–
الاهداء	–
ملخص الدراسة	–
فهرس المحتويات	–
فهرس الجداول والاشكال	–
مقدمة	أ
الإطار المنهجي	17
الفصل الأول: الإطار المنهجي	18
إشكالية الدراسة	19
تساؤلات الدراسة	20
دوافع اختيار الموضوع، الذاتية والموضوعية	20
أهمية الدراسة	22
أهداف الدراسة	23
تحديد الإطار المفاهيمي للدراسة	23
نوع الدراسة	31
الإطار الزماني والمكاني للدراسة	31
المنهج المستخدم في الدراسة	32
أدوات البحث المستخدمة في الدراسة	33
مجتمع وعينة البحث	36
الدراسات السابقة	38
الإسناد النظري للدراسة	45
صعوبات الدراسة	51
الإطار النظري	52

فهرس المحتويات

الفصل الثاني: ماهية المنصات الرقمية والبودكاست	53
تمهيد	54
المبحث الأول: المنصات الرقمية، خصائها وأنواعها	55
المطلب الأول: تعريف المنصات الرقمية	55
المطلب الثاني: خصائص المنصات الرقمية	57
المطلب الثالث: أنواع المنصات الرقمية وأهميتها	59
المبحث الثاني: نشأة وتطور البودكاست	62
المطلب الأول: أصل مصطلح البودكاست ونشأته	62
المطلب الثاني: مراحل تطور البودكاست عالميا	64
المطلب الثالث: البودكاست في العالم العربي	67
المبحث الثالث: أنواع وخصائص البودكاست ومميزاته	75
المطلب الأول: أنواع البودكاست	75
المطلب الثاني: خصائص البودكاست	77
المطلب الثالث: مميزات البودكاست كوسيلة إعلامية حديثة	83
خلاصة	84
الفصل الثالث: الوعي التاريخي والثقافي في ظل المنصات الرقمية	85
تمهيد	85
المبحث الأول: مفهوما الوعي الثقافي والوعي التاريخي	86
المطلب الأول: مفهوم الوعي الثقافي	86
المطلب الثاني: الوعي الثقافي والتكنولوجيا	88
المطلب الثالث: مفهوم الوعي التاريخي	89
المبحث الثاني: آليات تعزيز الوعي الثقافي عبر المنصات الرقمية	91
المطلب الأول: مصادر تشكيل الوعي الثقافي في العصر الرقمي	91
المطلب الثاني: الإعلام الرقمي وتشكيل الوعي الثقافي	93
المطلب الثالث: دور المنصات الرقمية في تعزيز الوعي الثقافي	94

فهرس المحتويات

المبحث الثالث: أهمية الوعي التاريخي وتعزيزه في العصر الرقمي	96
المطلب الأول: أهمية الوعي التاريخي وأبعاده	96
المطلب الثاني: تعزيز الوعي التاريخي في ظل البيئة الرقمية	98
خلاصة	100
الإطار التطبيقي	101
الفصل الرابع: تفريغ البيانات وتحليلها	–
تمهيد	103
المبحث الأول: عرض ومناقشة مخرجات spss	104
المطلب الأول: ماهية البودكاست قيد الدراسة	104
المطلب الثاني: التحليل الكمي والكيفي للجداول البسيطة	106
المطلب الثالث: التحليل الكمي والكيفي للجداول المركبة	153
النتائج العامة للدراسة	162
خاتمة	166
قائمة المصادر والمراجع	167
الملاحق	172

فهرس الجداول والاشكال:

رقم الجدول	عنوان الجدول	الصفحة
جدول رقم 01	يوضح خصائص العينة حسب متغير الجنس	106
جدول رقم 02	يوضح خصائص العينة حسب متغير السن	107
جدول رقم 03	يوضح خصائص العينة حسب المستوى الجامعي	108
جدول رقم 04	يوضح توزيع افراد العينة حسب متغير التخصص	109
جدول رقم 05	يمثل وتيرة متابعة بودكاست "مغارب"	111
جدول رقم 06	يمثل منصات متابعة بودكاست" مغارب"	112
جدول رقم 07	مثل نمط متابعة حلقات بودكاست "مغارب" (كاملة، مجتزأة، حسب الموضوع)	113
جدول رقم 08	يمثل أماكن متابعة بودكاست "مغارب"	115
جدول رقم 09	يمثل توقيت تفضيل متابعة بودكاست" مغارب"	117
جدول رقم 10	يمثل دوافع متابعة بودكاست" مغارب"	118
جدول رقم 11	يمثل آراء الطلبة حول أسلوب المشوق في عرض الوقائع التاريخية في بودكاست" مغارب."	119
جدول رقم 12	يمثل مدى إسهام بودكاست" مغارب " في تعزيز وعي الطلبة بالهوية المغاربية والتاريخ المشكل لثقافتها	121
جدول رقم 13	يمثل آراء المبحوثين حول مدى شعورهم بأن بودكاست "مغارب" يربطهم بجذورهم المغاربية.	123
جدول رقم 14	يمثل الإشباعات المحققة بعد متابعة بودكاست "مغارب."	125
جدول رقم 15	يمثل توزيع العينة حسب الأنشطة التي يقومون بها بعد استماع بودكاست" مغارب."	128

فهرس الجداول والاشكال:

جدول رقم 16	دور بودكاست "مغارب" في تغيير نظرة المشاركين لبعض الشخصيات أو الأحداث المغاربية.	130
جدول رقم 17	يوضح مدى مساهمة بودكاست "مغارب" في تعزيز وعي العينة بتاريخ وثقافة المنطقة المغاربية.	133
جدول رقم 18	رأي العينة في مدى توفّق بودكاست "مغارب" في معالجة القضايا المهمة بطريقة ممتعة وواضحة.	135
جدول رقم 19	مدى تحفيز بودكاست "مغارب" للجمهور على البحث والقراءة حول المواضيع المطروحة.	137
جدول رقم 20	تأثير حلقات بودكاست "مغارب" في تغيير التصورات المسبقة عن تاريخ وثقافة المغرب الكبير.	139
جدول رقم 21	يوضح أكثر المواضيع التي ساهمت في تغيير نظرة المشاركين للتاريخ وثقافة المغرب الكبير عبر البودكاست "مغارب."	141
جدول رقم 22	يوضح تقييم عينة الدراسة للابتكار في طرح المواضيع من خلال استخدام سرد القصص، التركيز على الشخصيات غير المعروفة... إلخ.	143
جدول رقم 23	تقييم عينة الدراسة لمدى دعم محتوى حلقات بودكاست" مغارب "بالأدلة والبراهين (وثائق، شهادات، إحصائيات...).	145
جدول رقم 24	يمثل آراء المبحوثين حول مدى تقييم حلقات بودكاست "مغارب" لمعلومات جديدة لم تكن معروفة سابقا.	147
جدول رقم 25	توزيع إجابات عينة الدراسة حول أثر إحدى حلقات بودكاست "مغارب" في تعزيز الوعي التاريخي أو الثقافي.	149
جدول رقم 26	يوضح توزيع إجابات أفراد العينة حول أسباب تأثرهم بإحدى حلقات بودكاست "مغارب" تاريخيا أو ثقافيا.	150
جدول رقم 27	يوضح وتيرة المتابعة لبودكاست "مغارب" حسب متغير النوع.	151
جدول رقم 28	يوضح دوافع متابعة بودكاست "مغارب" حسب متغير النوع.	153

فهرس الجداول والاشكال:

جدول رقم 29	يوضح الإشباعات المحققة من متابعة بودكاست "مغارب" حسب متغير المستوى الدراسي.	154
جدول رقم 30	يوضح مدى مساهمة بودكاست "مغارب" في تعزيز الوعي بتاريخ وثقافة المنطقة المغاربية حسب متغير التخصص.	156

قائمة الاشكال:

رقم الشكل	عنوان الشكل	الصفحة
الشكل رقم 01	يوضح خصائص العينة حسب متغير الجنس	107
الشكل رقم 02	يمثل نمط متابعة حلقات بودكاست "مغارب" (كاملة، مجتزأة، حسب الموضوع)	113
الشكل رقم 03	يمثل دوافع متابعة بودكاست "مغارب"	119
الشكل رقم 04	يمثل آراء الطلبة حول الأسلوب المشوق في عرض الوقائع التاريخية في بودكاست "مغارب"	122
الشكل رقم 05	يمثل آراء المبحوثين حول مدى شعورهم بأن بودكاست "مغارب" يربطهم بجذورهم المغاربية	126
الشكل رقم 06	يمثل الاشباعات المحققة بعد متابعة بودكاست مغارب	128
الشكل رقم 07	يوضح مدى مساهمة بودكاست مغارب في تعزيز وعي العينة بتاريخ وثقافة المنطقة المغاربية	135

مقدمة:

في ظل التغيرات المتسارعة التي يشهدها العالم نتيجة التحولات الرقمية والتطورات التكنولوجية المتلاحقة، أصبحت وسائل الإعلام الجديدة، وعلى رأسها المنصات الرقمية، تحتل مكانة مركزية في تشكيل الوعي الجمعي وتوجيه الرأي العام. فقد أدى الاستخدام المكثف لتكنولوجيا المعلومات والاتصال إلى إعادة تعريف العملية الاتصالية، من خلال تجاوز الوسائل التقليدية إلى وسائط جديدة أكثر تفاعلية ومرونة.

ومن بين هذه الوسائط الحديثة، برز البودكاست كصيغة إعلامية رقمية تعتمد أساسًا على الصوت، يُبث عبر الإنترنت، ويُحمّل ليستمع إليه المستخدم في الوقت والمكان المناسبين له. ويمثل البودكاست اليوم واحدًا من أكثر أشكال الإعلام الرقمي انتشارًا، خاصةً في الأوساط الشبابية والجامعية، لما يقدمه من محتويات متنوعة تمس اهتماماتهم الثقافية، التاريخية، والاجتماعية، في قالب بسيط وجذاب.

وفي هذا الإطار، يندرج بودكاست "مغارب"، على منصة أثير وهو بودكاست حواري يُقدمه الإعلامي محمد الرماش، يغوص في قصص دول شمال إفريقيا الاجتماعية والثقافية والسياسية، عبر قراءة معمّقة تستنطق الواقع من خلال التجارب، مما يقدّم مدخلاً لقراءة التاريخ والواقع بعين استشرافية، تُبرز الإرث الحقيقي للشعوب المغاربية. هذا الطابع الخاص جعل منه نموذجًا مميزًا للبودكاست الثقافي الموجه نحو إعادة تشكيل وعي الأفراد، خصوصًا لدى فئة الطلبة الجامعيين.

مقدمة

وانطلاقًا من الأهمية المتزايدة لهذا النوع من المحتوى الرقمي، جاءت دراستنا الموسومة بـ: "دور بودكاست مغارب على منصة أثير في تعزيز الوعي التاريخي والثقافي لدى الطلبة – دراسة وصفية لعينة من طلبة الماستر في المدرسة الوطنية العليا للصحافة وعلوم الإعلام "، محاولةً منا لتسليط الضوء على مدى تأثير هذا البودكاست في تشكيل وعي الطلبة، وتوسيع آفاقهم الفكرية والثقافية.

وقد قسمنا هذه الدراسة إلى أربعة فصول رئيسية:

الفصل الأول جاء تحت عنوان الإطار المنهجي، وقد تضمن العديد من النقاط المنهجية، بداية بصياغة الإشكالية، تساؤلاتها، تحديد أهميتها وأهدافها، أسباب اختيار الموضوع وتحديد المفاهيم نظريًا وإجرائيًا، والدراسات السابقة والجوانب التي استفدنا منها من خلالها. أما الجانب المنهجي الآخر فيتمثل في الخطوات التالية من تحديد المنهج، مجتمع البحث والعينة المراد دراستها، مع الأدوات المستخدمة في الدراسة.

أما الفصل الثاني، فقد شكّل الإطار النظري للدراسة، وقد خصصناه لفهم السياق العام للمنصات الرقمية والبودكاست، ثم تطرقنا لمفهومي الوعي الثقافي والوعي التاريخي، والوقوف على دور هذه الوسائط في تعزيزهما.

في حين خُصّص الفصل الثالث لدراسة الوعي التاريخي والثقافي في ظل المنصات الرقمية، حيث سعينا لفهم طبيعة العلاقة بين هذه المنصات، خاصة البودكاست، ومدى مساهمتها في تعزيز هذا النوع من الوعي لدى الطلبة.

أما الفصل الرابع، فقد تضمن الجانب التطبيقي للدراسة، حيث تم تفريغ البيانات المجمعة من عينة البحث في برنامجSPSS ، الذي مكّننا من إجراء التحليلين الكمي والكيفي للمعطيات، بهدف استكشاف مدى تأثير بودكاست "مغارب" على الوعي التاريخي والثقافي للطلبة، والوقوف على أهم المؤشرات والنتائج المتوصّل إليها.

وقد اختُتمت الدراسة بعرض النتائج العامة، متبوعة بالخاتمة، قائمة المراجع، ثم الملاحق.

الإطار المنهجي

الفصل الأول:

الإطار المنهجي

1. إشكالية الدراسة:

يشهد العالم اليوم تطورات تكنولوجية ورقمية متسارعة، مما ساهم في تحول جذري في مشهد الإعلام والاتصال. فقد أصبح البودكاست، كأحد أشكال الإعلام الرقمي الحديثة حيث يشهد انتشارًا واسعًا بين الأوساط الجامعية والشبابية، وذلك بفضل مرونته وقدرته على تلبية احتياجات المستمعين في الوقت والمكان الذي يناسبهم. هذا النوع من المحتوى الرقمي يعكس تغيرًا جوهريًا في كيفية استهلاك المعرفة والثقافة، إذ يقدم محتوى صوتيًا متنوعًا يتم تحميله على الأجهزة الذكية، ما يتيح للمستمعين الوصول إليه بسهولة ويسر.

في هذا الإطار، يبرز بودكاست "مغارب" الذي يُقدمه الإعلامي محمد الرماش عبر منصة "أثير"، حيث يغوص في قضايا تاريخية وثقافية وسياسية...الخ تخص دول شمال إفريقيا، مع تقديم سرديات حوارية تستعرض تجارب الشعوب المغاربية. ويمثل هذا البودكاست نموذجًا مميزًا في مجال الإعلام الرقمي الثقافي، خاصة أنه يسهم في تشكيل الوعي التاريخي والثقافي لدى الأفراد، خصوصًا لدى فئة الشباب الجامعيين.

لكن على الرغم من الانتشار الواسع للبودكاست بين هذه الفئة، لا توجد دراسات أكاديمية كافية تركز على تأثير هذا النوع من المحتوى الرقمي على الوعي الثقافي والتاريخي للطلبة الجامعيين، خصوصًا في السياق الجزائري. من هنا، تبرز أهمية هذه الدراسة التي تهدف إلى استكشاف دور بودكاست "مغارب" في تعزيز الوعي التاريخي والثقافي لدى طلبة الماستر في المدرسة الوطنية العليا للصحافة وعلوم الإعلام.

ويتمثل السؤال الرئيسي لهذه الدراسة في: ما دور بودكاست "مغارب" على منصة "أثير" في تعزيز الوعي التاريخي والثقافي لدى طلبة الماستر في المدرسة الوطنية العليا للصحافة وعلوم الإعلام؟

من أجل الإجابة على هذا السؤال، تم صياغة مجموعة من التساؤلات الفرعية التي تتمحور حول جوانب متعددة من استخدام الطلبة لبودكاست "مغارب" وتأثيره عليهم، وهي:

- ما هي أنماط وعادات استماع طلبة الماستر لبودكاست "مغارب"؟
- ما هي الدوافع التي تجعل الطلبة يستمعون إلى بودكاست "مغارب"؟
- ما الاشباعات المتحققة من استماع الطلبة لبودكاست "مغارب"؟
- ما مدى إسهام بودكاست "مغارب" في تعزيز وعي الطلبة بتاريخ وثقافة المنطقة المغاربية؟

تسعى هذه الدراسة إلى تقديم إجابات علمية حول تأثير البودكاست في تشكيل الوعي الثقافي والتاريخي للطلبة، وبالتالي فتح آفاق جديدة لفهم دور الإعلام الرقمي في تعزيز الهوية الثقافية لدى الأجيال الجديدة في ظل التحولات الرقمية.

1. أسباب اختيار الدراسة:

من المتعارف عليه أن اختيار اي موضوع للدراسة، يكون نتيجةً لجملة من الدوافع أو الأسباب التي تجعل الباحث يرى فيه أهمية أكاديمية وعلمية، سواء من حيث جدته، اشكاليته، أو الفجوات المعرفية التي يسعى لسدها. وفي دراستنا هذه توجد العديد من الأسباب التي دفعتنا

لاختيار موضوع "دور بودكاست 'مغارب' على منصة 'أثير' في تعزيز الوعي الثقافي والتاريخي لدى الطلبة" والتي تنوعت بين أسباب موضوعية وأخرى ذاتية، يمكن إيجازها فيما يلي:

أ. **الأسباب الموضوعية:**

- قلة الدراسات التي تتناول العلاقة بين البودكاست وبناء الوعي التاريخي والثقافي في السياق الجامعي الجزائري (في حدود ما اطلعنا عليه).
- زيادة استخدام فئة الطلبة للمحتويات الرقمية، خصوصًا البودكاست، كمصدر معاصر لاكتساب المعرفة.
- تميُّز بودكاست "مغارب" في طرح مواضيع ذات بعد تاريخي وثقافي باستخدام أدوات إعلامية حديثة، يجعله نموذجًا فريدًا يستحق الدراسة.

ب. **الأسباب الذاتية:**

- الشغف بمحتوى البودكاست باعتباره وسيلة إعلامية حديثة تُوظَّف في إيصال الأفكار والتأثير في الجمهور بطريقة حوارية وجذابة.
- الاهتمام الشخصي بالمضامين الإعلامية التي تُعنى بالهوية والتاريخ والثقافة.
- المتابعة الشخصية لبودكاست "مغارب" والإعجاب بطريقته في تقديم محتوى عميق بأسلوب بسيط وحواري.
- الاعجاب بكيفية توظيف التجارب الإنسانية والشهادات الحية في تعزيز الفهم والوعي.

- الرغبة في دراسة دور البودكاست في تلبية احتياجات الطلبة الجامعيين المعرفية والثقافية، وكيف يمكن أن يُسهم في تعزيز فهمهم للواقع التاريخي والثقافي
- تحويل الفضول الشخصي تجاه هذا النوع من المحتوى إلى دراسة علمية موثقة.

2. أهمية الدراسة:

تبرز أهمية هذه الدراسة من أهمية الموضوع الذي تتناوله، إذ تركز على أداة إعلامية رقمية حديثة، وهي البودكاست، وبشكل خاص بودكاست "مغارب"، الذي يُعالج مواضيع ذات بعد تاريخي وثقافي ترتبط بمنطقة شمال إفريقيا. ويُعد هذا الموضوع من المواضيع المستجدة في الحقل الأكاديمي، لاسيما في ميدان علوم الإعلام والاتصال، نظرًا لتزايد الإقبال على هذا النوع من المحتوى من طرف فئة الطلبة الجامعيين.

وتكمن أهمية هذه الدراسة في سعيها للكشف عن دور البودكاست في التأثير على وعي الشباب الجامعي تجاه القضايا الثقافية والتاريخية، في سياق رقمي يتّسم بتعدد المنصات وسرعة تداول المعلومات، ما يطرح تساؤلات حول مدى فاعلية هذه الوسائط في ترسيخ الوعي والمعرفة. كما تُعد هذه الدراسة من المحاولات القليلة، في حدود ما اطّلعنا عليه، التي تعالج العلاقة بين البودكاست وبناء الوعي التاريخي والثقافي في الوسط الجامعي الجزائري، مما يمنحها قيمة بحثية مضافة، ويجعلها مرجعًا يمكن البناء عليه في الدراسات المستقبلية المهتمة بتأثير الوسائط الرقمية على تشكيل وعي الجمهور.

3. أهداف الدراسة:

تتمثل أهداف الدراسة في جملة من النقاط أهمها:

-التعرف على مدى متابعة الطلبة الجامعيين لبودكاست "مغارب" ومحتواه التاريخي والثقافي.

-دراسة كيفية مساهمة بودكاست "مغارب" في تلبية احتياجات الطلبة الثقافية والتاريخية وتعزيز الوعي لديهم.

-الوقوف على طبيعة المواضيع التي يطرحها بودكاست "مغارب" ومدى ارتباطها بقضايا واهتمامات الشباب.

-إبراز أهمية البودكاست كوسيلة إعلامية جديدة في دعم الهوية والانتماء التاريخي والثقافي.

-الكشف عن علاقة الطلبة بمنصات البودكاست كمصادر معرفية وتثقيفية بديلة عن الوسائط التقليدية.

4. تحديد الإطار المفاهيمي للدراسة:

أ. مفهوم الدور:

-لُغةً: يمكن فهم كلمة (الدور) بدلالة الحركة في محيط أو بيئة معينة من الفعل (دار)، دوراً، ودوراناً، بمعنى طاف حول الشيء، ويقال أيضاً دار حوله، وبه، وعليه، وعاد إلى الموضع الذي أبتدأ منه [1]، إذ يعرف قاموس (وبيستر) مصطلح الدور لغوياً بأنه الجزء الذي يؤديه الشخص في موقف محدد، وكذلك هو المركز أو المنصب الذي يحتله الفرد، والذي يحدد

[1] إبراهيم مصطفى، وآخرون، المعجم الوسيط المكتبة الإسلامية للطباعة والنشر، القاهرة، 1972، ص 302.

واجباته وحقوقه الاجتماعية[1]، وكذلك فإن الدور هو مجموعة طرق الحركة في مجتمع ما التي تسم بطابعها سلوك الافراد وفي ممارسة وظيفة خاصة[2]، وهناك من يرى إنه السلوك المتوقع من شاغل أو لاعب المركز الاجتماعي، كما إن هناك من يرى أن الدور أنموذج منظم للسلوك ومتعلق بوضع معين للفرد في تركيبة تفاعلية[3].

-اصطلاحا: أما اصطلاحا فهو الممارسة الفعلية، أي ترجمة التصور إلى سلوكيات وقرارات عملية وهنا تثار قضية الاتساق بين الدور كتصور أو توجه عام وبين ممارسة هذا الدور، ولا يعد الدور تصوراً فقط بل اقتناع وقدرات وإمكانات وأيضاً لممارسته بفعالية واقتدار[4]

أما مورينو "morino"، قد عرف الدور بالتجربة الخارجة للأفراد، تفرض عدة ممثلين على المستوى التفاعلي، أي الدور هو تصور مزدوج فهو منبه وفي نفس الوقت استجابة، وبذلك فهو يحدد تصرفين متتابعين للفرد، إذ تعيين الدور يعني تعيين المنبه والاستجابة عنه[5]

-إجرائيا: هو المهمة أو الوظيفة التي يؤديها بودكاست مغارب، من خلال تقديم معلومات ومضامين وموضوعات ثقافية وتاريخية لجمهوره، بهدف تعزيز المعرفة وتشكيل الوعي الثقافي والتاريخي، بما يسهم في بناء الاتجاهات وتكوين السلوكيات ذات الصلة.

---

[1] New websters Dictionary, U.S.A Lexicon Publications, 1993, p862.

[2] إحسان محمد حسن، موسوعة علم الاجتماع، الدار العربية للموسوعات، ط1، بيروت، 1999، ص 289.

[3] صادق الأسود، علم الاجتماع السياسي (أسسه وأبعاده)، مطبعة دار الحكمة، جامعة بغداد، 1990، ص 123.

[4] – مجيد حميد شهاب البدري الدور الإقليمي لتركيا في ترتيبات الأمنية الجديدة وأثرها في الأمن القومي العربي، أطروحة دكتوراه (غير منشورة)، كلية الآداب، جامعة بغداد 1997، ص 311.

[5] حبيبة زلاقي، نظرية الدور بين الأصول الاجتماعية والتوظيف في التحليل السياسي، مجلة القانون والعلوم السياسية، العدد 17، جامعة باتنة الجزائر، ص773.

ب. مفهوم البودكاست:

-لُغةً: الاسم مركب من شقين بود pod ويشير إلى مخزن أو مستودع أو إلى جهاز مشغل الصوت الشهير من شركة أبل ipod، كاست cast، وتعني البث[1].

-اصطلاحا: تم اقتراح الكلمة في الأصل من قبل Ben Hamersley، ويعرف على أنه ملف صوتي رقمي يتم إتاحته على الانترنت لتنزيله على جهاز كومبيوتر أو جهاز جوال وعادة ما يكون متاحا كسلسة أو نسق رقمي، ويمكن للمستخدمين متابعته تلقائيا بمجرد الاشتراك في القناة الخاصة به، كما يجمع مصطلح podcasting بين البث وبين ipod، وتشير ملفات بودكاست إلى نشر المحتوى الصوتي الرقمي على موقع ويب، وهذه الملفات قابلة للتنزيل إلى مشغل 3MP أو كومبيوتر واحد.[2]

يعرفه الخليفة على أنه تقنية تقوم أساسا على فكرة التدوين الصوتي والمرئي، ونشره عبر الانترنت أو تسجيله بأجهزة أخرى، والاستماع إليه لاحقا في أي وقت ..[3]

ويعرف أيضا على أنه عبارة عن ملف وسائط رقمي أو (سلسلة من الملفات) يتم مشاركتها على الانترنيت، ويمكن لهذه الملفات أن تكون صوتا وفيديو، ويطلق بعضهم على الفيديو (vodcast)، هذه الملفات عادة تكون ضمن سلسلة من الحلقات حيث يمكن للمستمعين

[1] وحدة لإذاعة المركز العربي لتبادل الأخبار والبرامج، إنتاج البودكاست الإذاعي، ص5

[2] رقية بولسنان، ديناميكية البودكاست في العملية التعليمية، مجلة دراسات إنسانية واجتماعية، جامعة وهران 02، العدد 2، 2019، الجزائر، ص 108

[3] إيمان بنت محمد بن زيد المعولية، أثر توظيف تقنية البودكاست في تنمية مهارة الإستماع في مادة اللغة الإنجليزية لدى طلاب الصف الأول بمحافظة جنوب الباطنة، المجلة الدولية للدراسات التربوية والنفسية وزارة التربية والتعليم سلطنة عمان المجلد العاشر العدد الأول، ص 172.

الحصول على حلقات جديدة بشكل تلقائي عند اشتراكهم في قناة الناشر على أحد برامج التقاط البودكاست podcatchers مثل تطبيق podcastapp على أجهزة أبل التي تستخدم نظام ios وتطبيق ستيتشر stitcher لأجهزة الأندرويد.[1]

وأشار ستانلي (Stanly, 2005) بأن تقنية البودكاست عبارة عن برامج مسموعة أو مرئية على الشبكة العنكبوتية في ملفات صوتية بامتداد (3Mp)، تكون جاهزة للتحميل من قبل المتعلمين لحفظها على حواسبهم الشخصية أو على أي مشغل (3Mp) تجعل بالإمكان الاستماع إليها في أي وقت وفي وأي مكان.

-إجرائيا: هو محتوى صوتي رقمي يُبث عبر الإنترنت في شكل حلقات متسلسلة، يتيح للمستمعين متابعته في الوقت والمكان الذي يختارونه، ويتميز بطابعه الحواري أو السردي وقدرته على تقديم محتوى معرفي وتثقيفي بوساطة لغة بسيطة. وفي هذه الدراسة، يُقصد به بودكاست مغارب الذي يُقدمه الإعلامي محمد الرماش ويُبث على منصة "أثير" التابعة لشبكة الجزيرة. يركز البودكاست على تقديم موضوعات تاريخية وثقافية ترتبط بواقع شعوب دول المغرب العربي، من خلال شهادات وتجارب واقعية، بما يساهم في تعزيز الوعي الثقافي والتاريخي لدى المستمع، خاصة الطلبة الجامعيين.

[1] زيان بن على الحمود البودكاست، مفهومه، وإنتاجه، ونشره، واستخداماته في التعليم، جامعة الملك سعود المملكة العربية السعودية من 2.

ج. مفهوم المنصة:

-اصطلاحا: وتعرف المنصة Platform على أنها المكان الذي تتجمع فيه مجموعات أصحاب المصلحة الواحدة، بموجب قواعد مشاركة محدد بوضوح، من أجل تبادل الافكار والسلع والخدمات، وأي شيء آخر يمكن تبادله بين البشر، أو أجهزة الكومبيوتر، أو الآلات أو الأجهزة التي تتصرف نيابة عن البشر.[1]

-إجرائيا: يقصد بها في هذه الدراسة: منصة "أثير" الرقمية التابعة لشبكة الجزيرة، والتي تبث من خلالها محتوى متنوعًا بصيغة البودكاست، وتُعد وسيطًا رقميا يتفاعل من خلاله الجمهور مع موضوعات ثقافية، تاريخية، اجتماعية وغيرها مثل تلك التي يعرضها بودكاست مغارب. وتُستخدم المنصة في هذه الدراسة باعتبارها أداة لقياس مدى مساهمة هذا المحتوى في تعزيز الوعي الثقافي والتاريخي لدى الطلبة الجامعيين.

د. مفهوم التعزيز:

-لغة: في اللغة العربية، يُشتق مصطلح "التعزيز" من الجذر "عزّز"، الذي يحمل معاني متعددة تتعلق بالقوة والدعم. ورد في معجم المعاني الجامع:

عزَّزَ: أي قَوَّى، شَدَّدَ، دَعَّمَ، نَصَرَ.

تَعْزِيز: مصدر الفعل "عزَّزَ"، ويعني: تقوية، تدعيم، تأكيد.

[1] SIEMENS (2016), The role of platforms for digitalization of European industry, Irvine, California, USA, P4.

مثال: "عزَّزَ الجيشُ مواقِعَهُ" أي قَوَّاها ودَعَّمَها.[1]

-اصطلاحا: هو النشاط الذي يقوم على تقوية الاستجابة وزيادة معدلها أو جعلها أكثر احتمالية للحدوث، ويرتكز على مثيرات بيئية تأتى بعد السلوك وتزيد من احتمالية تكراره، ويمكن تعريفه أيضا بأنه العملية التي تعمل بها مثير ما أو حدث معين على تقوية أو زيادة احتمالية ظهور السلوك.[2]

كما يعرف التعزيز وظيفيا من خلال نتائجه على السلوك، فإذا أدت توابع السلوك زيادة احتمال حدوثه في المستقبل تكون تلك التوابع معززة ويكون ما حدث تعزيزا، وبناء على ذلك فإنه من الخطأ القول على سبيل المثال: لقد استخدمت التعزيز ولكنه فشل في تقوية السلوك، الآن التعزيز هو تقوية السلوك فإذا لم يؤدي إلى تقوية السلوك فهو ليس تعزيز أصلا.[3]

-إجرائيا: هو نوع من التأثيرات الإيجابية أو السلبية التي تُمارس على السلوك الفردي أو الجماعي من خلال محتوى إعلامي، مما يؤدي إلى زيادة أو تقليل احتمالية تكرار ذلك السلوك في المستقبل.

---

[1] المعاني، موقع المعاني الجامع، مادة "عزز"، متاح على الرابط: https://www.almaany.com/ar/dict/ar-ar/تعزيز/ (تاريخ الاطلاع: 25أمارس 2025).

[2] مي العبد الله عبد الكريم شين: المعجم في المفاهيم الحديثة للأعلام والاتصال، ط1، دار النهضة العربية، لبنان 2014، ص103

[3] يوسف لازم كماش، عبد الكاظم جليل حسان: سيكولوجية التعلم والتعليم، ط1، دار الخليج للصحافة والنشر، الأردن 2028، ص191.

هـ. مفهوم الوعي:

-**لُغة:** الوعي في اللغة العربية يُشتق من الجذر "وَعَى"، ويعني حفظ الشيء وفهمه، والقدرة على إدراكه بوضوح. كما يُستخدم للدلالة على إدراك الإنسان لواقعه وفهمه للأمور بشكل شامل، والقدرة على تمييز المعلومات وتحليلها.[1]

كما ورد في معجم لسان العرب لابن منظور :"الوَعْيُ: حِفْظ القلبِ الشيءَ. وعَى الشيءَ والحديث يَعِيه وَعْياً وأَوْعاه: حَفِظَه وفَهِمَه وقَبِلَه، فهو واعٍ، وفلان أَوْعَى من فلان أَي أَحْفَظُ وأَفْهَمُ."[2]

-**إصلاحا:** الوعي يعني إدراك الفرد لنفسه والبيئة المحيطة به، وهو على درجات من الوضوح والتعقيد والوعي بهذا المعنى يتضمن إدراك الفرد لنفسه ولوظائفه العقلية والجسمية وإدراكه لخصائص العالم الخارجي، وأخيرا إدراكه لنفسه باعتباره عضوا في الجماعة. [3]

ويعرف أيضا على أنه عبارة عن اتجاه عقلي انعكاسي، يمكن الفرد من إدراك ذاته، وإدراك البيئة المحيطة به، والجماعة التي ينتمي إليها كعضو، ويذهب جورج ميد G. Mead إلى أن عمليات الاتصال تساعد الفرد على النظر إلى نفسه، والقيام بدور الآخرين وتعتبر عملية الإستدماج للآخرين أو تمثل الظروف المحيطة شرطا أساسيا لظهور الوعي.[4]

---

[1] المعاني، موقع المعاني الجامع، مادة "وعي"، متاح على: https://www.almaany.com/ar/dict/ar-ar/الوعي/ (تاريخ الاطلاع 25 مارس 2025)

[2] ابن منظور، لسان العرب، الجزء الخامس عشر، مادة "وعي"، ص 396.

[3] إسماعيل سلمان أبو جلال: الإذاعة ودورها في الوعي الأمني، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن، 2012، ص 15.

[4] محمد الجوهري وآخرون علم الاجتماع ودراسة الإعلام والاتصال، دار المعرفة الجامعية، مصر، 1992، ص 289-290.

-الوعي كلمة تعبر عن حالة عقلية فيها العقل بحالة إدراك وعلى تواصل مباشر مع محيطه الخارجي عن طرق منافذ الوعي التي تتمثل عادة بحواس الإنسان الخمس.[1]

-إجرائيا: الوعي هو القدرة على إدراك الذات والبيئة المحيطة والتفاعل معها، ويشمل أيضا القدرة على التفاعل والتأقلم مع المواقف والتحديات بشكل مدرك ومفهوم. ويتضمن في سياق هذه الدراسة

الوعي الثقافي: وهو إدراك الطالب للأنماط والقيم والعادات والمعارف التي تشكّل هويته الثقافية، وقدرته على فهمها والتفاعل معها بوعي نقدي ومسؤول،

والوعي التاريخي: الذي يتمثل في إدراكه للأحداث والسياقات التاريخية وربطها بحاضره، بما يعزز فهمه لجذوره وهويته وسياقه الحضاري.

5. نوع الدراسة:

تندرج هذه الدراسة ضمن الدراسات المسحية الوصفية، والتي تهدف إلى دراسة واقع الأحداث والظواهر كما هي في الواقع، من خلال جمع البيانات حول الظاهرة المدروسة وتحليلها بهدف وصفها بدقة. تسعى هذه الدراسة إلى وصف دور بودكاست "مغارب" على منصة "أثير" في تعزيز الوعي التاريخي والثقافي لدى الطلبة.

وفقًا لـ "أحمد بن مرسلي"، فإن البحوث الوصفية هي: " الطريقة العلمية التي تمكن الباحث من التعرف على الظاهرة المدروسة من حيث العوامل المكونة لها، والعلاقات السائدة فيها كما

[1] مصطفى حسيبة المعجم الفلسفي، ط1، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن، 2009، ص 694.

هي في الحيز الواقعي ضمن ظروفها الطبيعية غير المصطنعة، من خلال جمع المعلومات والبيانات المحققة لذلك". [1]

6. الإطار الزماني والمكاني للدراسة:

أ. الإطار الزماني:

وهو الفترة التي تمتد من 20 نوفمبر 2024 إلى 20 ماي 2025، حيث تم جمع البيانات وتحليلها خلال هذه الفترة الزمنية المحددة.

ب. الإطار المكاني:

الدراسة تستهدف عينة من طلبة الماستر في المدرسة الوطنية العليا للصحافة وعلوم الإعلام.

7. المنهج المُستخدم في الدراسة:

يعرف المنهج على أنه الوسيلة التي يمكن من خلالها الوصول إلى الحقيقة أو مجموعة الحقائق في أي موقف من المواقف ومحاولة اختبارها للتأكد من صلاحيتها في مواقف أخرى وتعميمها، وهي هدف كل بحث علمي "[2]. وقد اعتمدنا في هذه الدراسة على المنهج المسحي الذي يندرج ضمن الدراسات المسحية كونه المنهج المناسب لدراستنا والذي يعرف على أنه المنهج الذي يعتمد على دراسة الواقع أو الظاهرة كما توجد في الواقع، ويهتم بوصفها وصفا

[1] سلاطنية بلقاسم حسان الجيلالي، محاضرات في المنهج والبحث العلمي،ط1، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر 2009، ص 25.

[2] العرباوي سحنون، محاضرات وأعمال موجهة لطلبة السنة أولى جذع مشترك في ميدان علوم وتقنيات الأنشطة البدنية والرياضية، جامعة محمد بوضياف – وهران –، 2020/2019، ص 07

دقيقا ويعبر عنها تعبيرا كميا أو كيفيا، فالوصف الكيفي يصف لنا الظاهرة، ويوضح خصائصها.

كما يعرف بأنه إحدى الطرق المعتمدة لدراسة نوعيات من الأبحاث، والتي تستوجب اختيار مجتمع دراسة بأكملها أو عينات دراسية تمثل أغلبية المجتمع ن وذلك بهدف الإحاطة بوصف الظواهر باستخدام الكثير من أدوات البحث العلمي قصد التمكن من جمع أكبر كم من المعلومات حول عينات الدراسة، مثل: الاستقصاءات والاستبيانات والمقابلات والاستخبارات وبطاقات الملاحظة[1].

8. أدوات البحث المستخدمة في الدراسة:

نجاح أي بحث علمي يرتبط أيضا باختيار وفعالية الأداة المستخدمة والمناسبة في جمع البيانات، ونظرا لطبيعة موضوعنا دور بودكاست مغارب على منصة أثير في تعزيز الوعي التاريخي والثقافي لدى الطلبة، فقد اعتمدنا على أداة رئيسية لجمع البيانات، بهدف تحقيق أكبر قدر من الدقة والعمق في استقصاء آراء الطلبة حول بودكاست "مغارب"، وهي:

❖ **أداة الاستمارة الالكترونية (الاستبيان الإلكتروني):** كأداة رئيسية في دراستنا، فهي عبارة عن قائمة من الأسئلة تعد بشكل جيد لمعرفة آراء ومعتقدات واتجاهات الآخرين نحو

[1] إسماعيل سيبوكر، نجلاء نجاحي، مقال حول أهمية المنهج الوصفي للبحث في العلوم الإنسانية، جامعة قاصدي مرباح ورقلة، الجزائر، 2019، ص 50.

موضوع معين [1] ،وهذا ما جعلنا نختارها كأداة أساسية نظرا لما توفره من سهولة في جمع المعلومات والبيانات عن الظاهرة المتعلقة بدراستنا تم تصميم استبيان موجّه لطلبة الماستر في المدرسة الوطنية العليا للصحافة وعلوم الإعلام، وتوزيعه عبر مجموعة مغلقة على مواقع التواصل الاجتماعي خاصة بطلبة المدرسة، ليتماشى مع خصوصية العينة القصدية. وقد تضمن الاستبيان مجموعة من الأسئلة المغلقة والمفتوحة موزعة على محاور الدراسة، بهدف جمع بيانات كمية حول أنماط الاستماع، الدوافع، الاشباعات، ومدى تأثير البودكاست على الوعي التاريخي والثقافي.

وقُسمت الاستمارة على النحو التالي:

- البيانات الشخصية.
- المحور الأول: أنماط وعادات استماع طلبة الماستر لبودكاست "مغارب"
- المحور الثاني: الدوافع وراء متابعة بودكاست "مغارب"
- المحور الثالث: الاشباعات المتحققة من متابعة بودكاست مغارب
- المحور الرابع: إسهام بودكاست "مغارب" في تعزيز الوعي التاريخي والثقافي لدى الطلبة

اختبارا الصدق والثبات:

[1] علي معمر عبد المؤمن، مناهج البحث في العلوم الاجتماعية، الأساليب والتقنيات والأساليب، دار المكتبة الوطنية، بنغازي ليبيا، 2008، ص204

تم اختبار صلاحية استمارة الاستبيان في جمع البيانات من خلال إجراء اختباري الصدق والثبات لها، وذلك على النحو التالي:

- **اختبار الصدق (Validity):** يعنى الصدق الظاهري صدق المقياس المستخدم ودقته في قياس المتغير النظري أو المفهوم المراد قياسه وللتحقق من صدق المقياس المستخدم في البحث تم عرض استمارة الاستبيان على عدد من المحكمين والأساتذة في مجال علوم الاعلام والاتصال، مع ملخص يتضمن أهداف الدراسة وتساؤلاتها، وهم أساتذة ومدرسون في المدرسة العليا للصحافة وكليات الإعلام، حيث بلغ عددهم (5) خمسة محكمين وتم الأخذ بتوجيهاتهم ومقترحاتهم، وبعد إجراء ما يلزم من تعديل تم عرض الاستمارة مرة ثانية على المحكمين، وأخذت شكلها النهائي.
- **اختبار الثبات (Reliability):** يقصد به الوصول إلى اتفاق متوازن في النتائج بين الباحثين عند استخدامهم لنفس الأسس والأساليب بالتطبيق على نفس المادة الإعلامية، أي محاولة الباحث تخفيض نسب التباين لأقل حد ممكن من خلال السيطرة على العوامل التي تؤدى لظهوره في كل مرحلة من مراحل البحث، حيث قامت الباحثة بتطبيق اختبار الثبات على عينة الدراسة بعد تحكيم استمارة الاستبيان، وقد بلغ معامل الثبات (ألفا كرونباخ) 0.728، وهي قيمة مقبولة تُشير إلى درجة جيدة من الاتساق الداخلي. وتدل على أن الأداة البحثية المستخدمة تتمتع بمستوى مناسب من الثبات يسمح بالاعتماد على نتائجها في الدراسة.

- **معامل الثبات (Cronbach's Alpha لمتغيرات الدراسة[1]:**

Cronbach's Alpha
0.728

- **تحكيم الاستبيان:**

اسم الأستاذ	الرتبة	الجامعة
أ.د فضيل دليو	بروفيسور	جامعة قسنطينة 3
أ.د أحمد فلاق	بروفيسور	جامعة الجزائر 3
د. حمزاوي حكيم	دكتور	المدرسة الوطنية العليا للصحافة وعلوم الاعلام
د. سعدون نسرين	دكتورة	المدرسة الوطنية العليا للصحافة وعلوم الاعلام
د. سهيلة طويل	دكتورة	المدرسة الوطنية العليا للصحافة وعلوم الاعلام

[1] مخرجات spss

9. مُجتمع البحث وعينة الدراسة:

أ. مُجتمع البحث:

إن تحديد مجتمع البحث أحد خطوات البحث العلمي في الدراسة، وأساس نجاح البحث فهي تتطلب من الباحث الدقة البالغة في اختيار الأفراد أو جمهور الدراسة.

حيث يُعرف مجتمع البحث أنه مجموعة عناصر له خاصية أو عدة خصائص مشتركة تميزه عن غيره من العناصر الأخرى، والذي يجري عليها البحث أو التقصي. كما يعرف أيضا أنه " مجموعة المفردات التي تستهدف الباحث دراستها لتحقيق نتائج الدراسة، ويمثل المجتمع الكل أو مجموع الأكثر الذي يريد الباحث دراسته ويتم تعميم النتائج على كل المفردات". [1]

وبناءً عليه ارتأينا أن يكون مجتمع دراستنا متمثلًا في طلبة الماستر بالمدرسة الوطنية العليا للصحافة وعلوم الإعلام، وتم اختيار عينة قصدية من بينهم، بحكم تكوينهم الأكاديمي الذي يجعلهم أكثر قدرة على تتبع البرامج وتحليل مضامينها الإعلامية، خاصة تلك المتعلقة بالوعي الثقافي والتاريخي. كما أن اهتمامهم بالإعلام الرقمي والبودكاست، واطلاعهم على مختلف أنماط المحتوى السمعي، يجعلهم فئة مناسبة لاستقصاء آرائهم حول دور بودكاست "مغارب" في تشكيل وعيهم المعرفي.

[1] موريس انجرس، منهجية البحث في العلوم الانسانية، دار القصبة، الجزائر، 2004، ص 102.

ب. عينة الدراسة:

تُعرف العينة على أنها مجموعة من الأفراد مكونة للمجتمع الذي أخذت منه لتمثله ويتوقف صدق العينة للمجتمع على طريقة اختيار نوع العينة وحجمها [1]

–العينة القصدية: تُستخدم العينة القصدية للحصول على المعلومات من فئة محددة تتوفر فيها معايير يحددها الباحث، كتوفر المعرفة أو الاهتمام بموضوع الدراسة.

وبناءً على التواصل مع إدارة المدرسة الوطنية العليا للصحافة وعلوم الإعلام، تبيّن أن عدد طلبة الماستر في المدرسة يبلغ 350 طالبًا، وهم يشكّلون مجتمع الدراسة. وقد تم اختيار عينة قصدية من بين هؤلاء، تشتمل على طلبة الماستر المتابعين لبودكاست "مغارب"، باعتبارهم الفئة الأنسب لتقديم آراء دقيقة حول دور هذا البودكاست في تعزيز المعرفة التاريخية والثقافية. تم توزيع الاستبيان إلكترونيًا عبر مجموعة "منتدى طلاب المدرسة العليا للصحافة وعلوم الإعلام" على موقع فيسبوك، وهي مجموعة مغلقة مخصصة لتبادل المنشورات والمضامين الأكاديمية بين الطلبة. ورغم أن الاستبيان كان متاحًا لجميع أعضاء المجموعة، إلا أنه تم اعتماد 82 استجابة فقط لعينة الدراسة، نظرًا لتوفر شرط الاطلاع أو التفاعل مع محتوى بودكاست "مغارب"، وهو ما يجعل هذه العينة مناسبة لتحقيق أهداف البحث وتوفير بيانات ذات صلة دقيقة.

[1] محمد الصاوى محمد مبارك، البحث العلمي أسسه وطريقة كتابته، المكتبة الأكاديمية، مصر، القاهرة، 1997، ص 40

10. الدراسات السابقة:

أ. الدراسات المحلية:

-الدراسة الأولى:

دراسة عبد الرزاق غزال ووفاء بورحلي بعنوان **البودكاست الاجتماعي بين تنمية المسؤولية وخلق الوعي المجتمعي: دراسة وصفية على عينة من مستخدمي تدوينات المضامين الصوتية والمرئية في الجزائر**، نُشرت في مجلة علوم الإنسان والمجتمع، العدد 10، ديسمبر 2021، الصفحات 645–663 وقد طرحت تساؤل حول كيف يساهم البودكاست الاجتماعي بمضامينه المختلفة عبر مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية المسؤولية والوعي المجتمعي لدى المستخدم الجزائري؟ واستخدمت عينة قصدية من المستخدمين الفعليين للتدوينات الصوتية والمرئية للبودكاست قوامها 70 مفردة من مختلف الجامعات الجزائرية، وجاءت نسبة 11.17 % من المبحوثين يتعرضون لمضامين البودكاست والتدوين المرئي – الصوتي من خلال الروابط والاحالات التي تتيحها مختلف الصفحات على موقع الفايسبوك والتي هم من مشتركيها في الاساس، فيما تتعرض نسبة 11.17 % لهذا الشكل من التدوين من خلال اليوتيوب مباشرة، وكلاهما يتابعانها بشكل دائم ودوري في حين أن 71.4% يتعرضون إليها بالصدفة ويتابعونها بشكل مستمر ؛ كما أكدت نسبة 71.44 % أن البودكاست الجزائري يسهم بشكل واضح في طرح القضايا التي تهم المجتمع الجزائري بصفة عامة وأتت في مقدمة هذه القضايا، القضايا الاجتماعية ثم السياسية، وأكدت نسبة 11% من المبحوثين على أن مشاهدتهم لحلقات

البودكاست والتدوين الصوتي المرئي زاد من وعيهم الاجتماعي، وتمثلت مظاهر ذلك في ارتفاع إحساسهم بالمسؤولية الاجتماعية نحو الوطن والمواطنة وكيفية تحسين علاقتهم مع الافراد المحيطة بهم، فيما رأت نسبة 21 أن هذه المواقع لم تؤثر في ذلك بأي شكل من الاشكال، فيما اعتقدت نسبة 24.72% من المبحوثين أن مشاهدتهم للبودكاست لم يقدم لهم أي إضافة في نطاق التنشئة السياسية وبرروا ذلك في أن محتواه قائم على النقد فقط كما تبتعد أهدافه عن التوعية وتقديم المعرفة السياسية الحقيقية، وأشارت الدراسة إلى أن معظم المستخدمين يتعرضون للبودكاست بدوافع متعددة منها ما يتعلق بالحصول على المعلومات التي يجهلونها في مختلف المجالات، ومنها ما يتعلق بالجوانب المرتبطة بالترفيه، وأن رغم ما تبثه مواقع التواصل الاجتماعي من تأثيرات على التغيرات الاجتماعية المختلفة سواء بالإيجاب أو السلب إلا أن البودكاست في الجزائر لم ينجح حسب الدراسة في تجاوز الترفيه إلى تنمية المسؤولية والوعي المجتمعي للفرد الجزائري، وهو ما دفع إلى إعادة النظر في صناعة المحتوى والمضامين المقدمة من طرف القائمين على هذا النوع من الإعلام مع ضرورة وضع آليات محكمة لمواجهة المحتوى غير الهادف أو الذي يتجاوز إلى التأثير سلبيا.

تعقيب:

– ساعدتنا نتائج هذه الدراسة في فهم دوافع الاستماع للبودكاست بين الشباب الجزائري، مما مكن مقارنته بدوافع الاستماع لبودكاست "مغارب".

– تُبرز هذه الدراسة أهمية جودة المحتوى في تحقيق التأثير المرجو، مما يدعم تحليل تأثير بودكاست "مغارب" في تعزيز الوعي التاريخي والثقافي.

ب. الدراسات العربية:

–الدراسة الثانية:

بعنوان "**فاعلية البودكاست الإذاعي في بناء الوعي الثقافي لدى الشباب السعودي**" لـ أحمد بن عبد العزيز بن سويدان، والمنشورة في "المجلة العربية لبحوث الإعلام والاتصال"، العدد 45، أبريل–يونيو 2024، تم جمع بيانات الدراسة عبر استبيان إلكتروني موجه لعينة بلغت 400 مفردة من الشباب السعودي تتراوح أعمارهم بين 18 –35 سنة كما اعتمدت على المنهج الوصفي التحليلي.

تمثلت تساؤلات الدراسة في:

–ما مدى تفاعل الشباب السعودي مع برامج البودكاست الثقافية؟

–ما دوافعهم للاستماع؟

–ما تقييمهم لمستوى المعالجة الثقافية؟

–ما مدى ثقتهم في المحتوى وما طبيعة التأثير الاتصالي المتحقق من التفاعل مع البودكاست الثقافي؟

وقد توصلت الدراسة إلى أن البودكاست يُعد وسيلة فعالة في تعزيز الوعي الثقافي والمعرفي لدى الشباب، وأن الشباب يولون ثقة عالية لهذا النوع من المحتوى.

اما أبرز دوافع الاستماع فكانت: البحث عن المعرفة، التعبير عن الرأي، متابعة قضايا الشباب، وتطوير الذات. أيضا توصلت الى أن البودكاست يتميز بسهولة الوصول، والاستماع عند الطلب، ما يرفع معدلات التفاعل وأن استخدام الأسلوب القصصي ساهم في جذب الانتباه، كما لوحظ ضعف مهني في بعض الحلقات من حيث اللغة أو المعالجة الفكرية

-تعقيب:

وفرت هذه الدراسة مرجعًا علميًا يوضح أثر البودكاست في بناء الوعي الثقافي، وهو ما يتقاطع مباشرة مع موضوع مذكرتنا كما استفدنا من الإطار النظري (الاستخدامات والاشباعات) وتوظيفه في تحليل بودكاست مغارب واعتمدنا على نتائجها في المقارنة مع نتائج مذكرتنا فيما يخص دوافع الاستماع، وطرق التفاعل، والثقة في المحتوى.

-الدراسة الثالثة:

"**اعتماد الشباب الجامعي المصري على البودكاست وتأثيراته عليهم**" لمنية إسحاق إبراهيم محمد المنشورة في مجلة الإعلام والاتصال الحديثة، العدد 12، يناير 2023 وقد تم إجراء الدراسة باستخدام المنهج المسحي على عينة مكونة من 400 طالب جامعي مصري تتراوح أعمارهم بين 18 و30 سنة. هدفت الدراسة إلى معرفة مدى اعتماد الشباب على البودكاست كمصدر إعلامي وتأثير هذا الاعتماد على معرفتهم واهتماماتهم. تم جمع البيانات عبر استبيان إلكتروني تناول:

-أنواع المحتوى المفضلة لديهم في البودكاست.

-الدوافع وراء الاستماع للبودكاست ومدى الثقة في المحتوى المقدم وأيضا التأثيرات السلوكية والمعرفية الناتجة عن الاستماع للبودكاست.

كما توصلت الدراسة إلى النتائج التالية:

أظهرت النتائج أن الشباب يعتمدون بشكل متزايد على البودكاست كمصدر للمعلومات، خصوصًا في مجالات الثقافة والتاريخ والتنمية الذاتية، وكانت أبرز دوافع الاستماع هي البحث عن المعرفة، الترفيه، وتطوير الذات.

-سجلت ثقة عالية في محتوى البودكاست، مع تقدير الأسلوب السردي المشوق لجذب الانتباه.

-لوحظت بعض الفوارق في جودة المحتوى من حيث اللغة والتنسيق المهني، وهو ما أثر على التقييم العام لبعض الحلقات.

تعقيب:

- استفدنا من هذه الدراسة في اعتماد نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام كنظرة تفسيرية لفهم دوافع متابعة بودكاست "مغارب" وتفاوت وتيرة المتابعة والثقة بالمحتوى.

-كما ساعدتنا نتائجها في مقارنة مستوى الاعتماد والثقة في المحتوى مع نتائج دراستنا، مما عزز من فهمنا لدور البودكاست كوسيلة إعلامية تؤثر في الجمهور المستهدف.

ج. الدراسات الأجنبية:

-الدراسة الرابعة:

دراسة **Wachirapon Srimahalap**: 2020 التي تحمل عنوان **Exploring Why Thai People Listen to Podcasts**"، والسؤال الرئيسي لهذه الدراسة تمثل في لماذا يستمع التايلانديون إلى ملفات البودكاست؟ هدفت إلى التعرف على العوامل التي تحفز الجمهور على الاستماع إلى البودكاست، ولمعرفة اتجاه المستمعين نحو البودكاست، وكذلك تقديم بعض التوصيات لتحسين خدمة البودكاست وقد استخدمت الدراسة المقابلة المتعمقة في الحصول على الاستجابات، كانت غالبية المشاركين من الإناث (72) والذكور (28)، تراوحت أعمار المشاركين بين 23 و35 عاما، وتوصلت بأن غالبية المشاركين (72) قضوا من يومين إلى خمسة أيام في الأسبوع الاستماع إلى البودكاست بينما أجاب (28) بأنهم يستمعوا إلى البودكاست يومياً، وأن البودكاست لها خصائص فريدة تختلف عن التطبيقات الأخرى، وكانت أهم دوافع الاستماع التعليم، شغل وقت الفراغ، الإعلان، وأن مصداقية Podcaster هي أحد عوامل التحفيز التي تضمنت قدرة البودكاسترز على الاتصال، والقدرة على التلخيص، والمتحدثين الضيوف المشهورين ؛ لذلك، فإن الجمع بين هذه العوامل من شأنه أن يزيد من نيتهم الاستماع إلى البودكاست في جوانب مختلفة وأشارت الدراسة إلى أن الموضوع الذي كان ذا صلة بالمواقف والاتجاهات الحالية والاهتمامات الشخصية ركز عليه المشاركون أكثر من غيره، وأنهم يميلون إلى الاستماع إلى المحتوى المرتبط باهتماماتهم.

تعقيب:

– استفدنا من نتائجها في المقارنة مع نتائجنا، خصوصًا فيما يتعلق بتكرار الاستماع، والعوامل التي تحفز المتلقي، مثل مصداقية المقدم وطريقة عرض المحتوى.

– أعطتنا الدراسة مؤشرات مهمة حول أهمية الموضوعات المرتبطة بالاهتمامات الشخصية، وهو ما ساعدنا في تفسير تفاعل الطلبة مع مضامين بودكاست "مغارب".

–الدراسة الخامسة:

وعلى نفس السياق هدفت دراسة **Nicky Stephani, Maya R, Reni** (2021) التي جاءت بعنوان " **Why We Like Podcasts: A Review of Urban Youth's Motivations for Using Podcasts**"، إلى التعرف على سبب اختيار الشباب للبودكاست مقارنة بوسائل الإعلام الأخرى. وكذلك التعرف على الدوافع الكامنة وراء تفضيل الشباب الحضري للمدونة الصوتية، تم جمع بيانات الدراسة عن طريق استبيان الكتروني تم نشره على مواقع التواصل الاجتماعي، بلغت عينة الدراسة 350 مفردة تتراوح أعمارهم بين 18–24 عاماً، من 151 ذكور (43%) و199 فتيات (57%)، وتوصلت بأن أهم دوافع استماع الشباب إلى البودكاست تتمثل في أربع: التعليم، الترفيه، ورواية القصص الاجتماعية ومهام متنوعه أخرى، واشارت الدراسة إلى الموقف الايجابي للشباب الحضري نحو تقنية البودكاست وأنه أصبح جزءا أساسياً في حياة الشباب، وأن البودكاست كوسيط إعلامي جديد زاد قدرة الأفراد في الحصول على المعلومات التي يريدونها، كما مكن أيضا استخدام

البودكاست تسهيل احتياجات الطلاب للتعلم والتفاعل مع الآخرين في التعليم عبر الإنترنت، وأنهم قادرون على تكوين علاقات شخصية من خلال البودكاست.

تعقيب:

توفير مرجع علمي حديث يوضح دوافع استخدام البودكاست بين الشباب، مما ساعدنا في فهم السياق العام لاستخدامات البودكاست في تعزيز الوعي الثقافي والتاريخي.

الاستفادة من الإطار النظري المستخدم (نظرية الاستخدامات والاشباعات) في تحليل دوافع الاستماع لبودكاست "مغارب".

مقارنة نتائج الدراسة مع نتائج مذكرتنا، خاصة فيما تعلق بتكرار الاستماع، والثقة في المحتوى، وتأثير البودكاست على سلوكيات المستمعين.

11. الإسناد النظري للدراسة:

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

أولاً: نظرية الاستخدامات والاشباعات Uses & Gratifications:

من خلال مفهوم الوظيفة والفروق الفردية الذي تؤكده هذه النظرية، والذي يضفي صفة الإيجابية على جمهور وسائل الإعلام[1] ،فمن خلال منظور الاستخدامات لم تعد الجماهير مجرد مستقبلين سلبيين لرسائل الاتصال الجماهيري، وإنما يختار الأفراد بوعي وسائل الاتصال

[1] كافي، مصطفى يوسف نظريات الاتصال والإعلام الجماهيري عمان: دار الإعصار العلمي للنشر والتوزيع، ط 1.

التي يرغبون في التعرض لها، ونوع المضمون الذي يلبي حاجاتهم النفسية والاجتماعية من خلال قنوات المعلومات والترفيه المتاحة، ويحقق منظور الاستخدامات والاشباعات ثلاثة أهداف رئيسية هي:

-السعي إلى اكتشاف كيف يستخدم الأفراد وسائل الاتصال، وذلك بالنظر إلى الجمهور النشط الذي يستطيع أن يختار ويستخدم الوسائل التي تشبع حاجاته وتوقعاته.

-شرح دوافع التعرض لوسيلة معينة من وسائل الاتصال والتفاعل الذي يحدث نتيجة هذا التعرض.

-التأكيد على نتائج استخدام وسائل الاتصال بهدف فهم عملية الاتصال الجماهيري.

فإن التصنيف الذي قدمه روبن ووينداهل[1] للاستخدامات والدوافع يُعتبر هو الأشهر، فقد صنفها كما يلي:

-**دوافع نفعية:** وهي اختيار الجمهور لوسيلة محددة ومحتوى معين من مضمونها لإشباع حاجته للمعلومات والمعرفة، وتمثل هذه الدوافع الاستخدام الهادف للمحتوى المقدم الذي يرتبط بإشباع الحاجة للمعرفة، واكتساب المعلومات وارتفاع إدراك واقعية المضامين المقدمة.

-**دوافع طقوسية:** وهي استخدام الجمهور لوسائل الإعلام بهدف تمضية الوقت والتنفيس والاسترخاء، والهروب من الروتين اليومي، وتزجية الفراغ، وبالتالي يكون الجمهور أقل نشاطاً أثناء التعرض لهذه الوسائل بدوافع طقوسية، وبالتالي تقل أهدافه أثناء هذا التعرض.

[1] Joseph R. Dominick: The Dynamics of Mass Communication 5th (New York: McGraw Hill, 1996).

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

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

وبعد الأثر الذي حققه الإعلام الجديد ووسائله على مجتمعات المستخدمين والمتابعين لها؛ كثرت الدراسات التي اكتشفت إمكانية تطبيق فروض هذه النظرية على واقع الإعلام الجديد وشبكات التواصل الاجتماعي، مثل الدراسة التي أجراها شونج واوستريا،[1] ودراسة هاس ويونج [2]ودراسة رايس[3] الذين أثبتوا جدوى الاعتماد على هذه النظرية في دراسة وتحليل دوافع وغايات الاستخدام ومستوى الاشباعات المتحققة منها لدى مستخدمي الإنترنت ومواقع التواصل الاجتماعي. وقد يتحقق ذلك في البودكاست الذي يُعتبر نموذجاً لراديو الإنترنت إضافة لكونه

[1] Chung, Christina, and Kristine Austria. "Social Media Gratification and Attitude toward Social Media Marketing Messages: A Study of the Effect of Social Media Marketing Messages on Online Shopping Value." Proceedings of the Northeast Business & Economics Association (2010).

[2] Quan-Haase, Anabel, and Alyson L. Young. "Uses and gratifications of social media: A comparison of Facebook and instant messaging." Bulletin of science, technology & society, (2010).

[3] رايس علي ابتسام (2019) استخدام الطلبة الجامعيين الجزائريين لموقع الفايسبوك (جامعة وهران) دراسة استطلاعية في الأنماط والآثار على ضوء نظرية الاستخدامات والاشباعات،مجلة آفاق للعلوم العدد 33-51.

تطوراً للبث الإذاعي الرقمي كظاهرة تخضع لدراسة الاشباعات المتحققة لجمهور مستخدميها كهدف من أهداف هذه الدراسة يتلاءم مع افتراضات النظرية.

واستندت هذه الدراسة على افتراضات هذه النظرية لتوافقها مع أهداف الدراسة في كشف دوافع التعرض للبودكاست ومعرفة الاشباعات المتحققة لدى أفراد العينة من تعرضهم للمحتوى الرقمي المقدم من خلاله ويعتمد مدخل الاستخدامات والاشباعات على فروض أساسية هي:

-أن جمهور وسائل الإعلام جمهور إيجابي نشط وفعال في عملية الاتصال الجماهيري ويستخدمون وسائل الاتصال المختلفة لإشباع حاجاتهم وتحقيق أهدافهم.[1]

-أفراد الجمهور لديهم القدرة على تحديد دوافع تعرضهم وحاجاتهم التي يسعون إلى تلبيتها، لذلك فهم يختارون الوسائل المناسبة لإشباع هذه الحاجات [2]

-التأكيد على اختياره لوسائل الاتصال المختلفة وللمضامين التي تؤدي إلى إشباع احتياجاته.[3]

-التأكيد على أن الجمهور واع بشكل كافٍ ليختار الوسائل والمضمون الذي يشبع حاجاته، فالأفراد هم الذين يستخدمون وليست وسائل الاتصال هي التي تستخدم الأفراد.

-يمكن الاستدلال على المعايير الثقافية السائدة في المجتمع من خلال استخدام الجمهور لوسائل الاتصال وليس من خلال محتواها فقط.

---

[1] Denis Mc Quail, Mass Communication Theory, 4th ed. (Britain: Alder Press, (2000).

[2] عبد الباقي، عثمان فكري (2006) استخدامات النخبة المصرية لوسائل الإعلام، دراسة ميدانية رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، ص 45.

[3] الذاري، الحسن علي (2011) استخدامات الشباب اليمني للصحف الإلكترونية والاشباعات المتحققة، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة أسيوط، كلية الآداب، ص 33

إسقاط نظرية الاستخدامات والاشباعات على الدراسة:

وقد استخدمنا نظرية الاستخدامات والاشباعات في هذه الدراسة لفهم الدوافع التي تجعل الطلبة يلجؤون إلى بودكاست مغارب، وما هي الاشباعات المعرفية والثقافية التي يحصلون عليها من خلاله. فالبودكاست لا يُستهلك بشكل عشوائي، بل يُختار من طرف الطلبة لتلبية حاجات محددة، مثل تعزيز الفهم للتاريخ المغاربي، أو ربط معلوماتهم بالواقع الثقافي والاجتماعي. كما تسمح هذه النظرية بتحديد الفروق بين الطلبة في دوافعهم، وهل يتعلق الأمر بالبحث عن التسلية، أو بالتكوين الذاتي، أو بملء فراغ معرفي لا توفره القنوات التقليدية.

ثانياً: نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام:

إذ تشير النظرية إلى أهمية الوسيلة لدى أفراد الجمهور المتلقي الذي يستقي معلوماته منها وتأكيدها أن الأفراد يعتمدون على وسائل الإعلام لمعرفة ما يدور حولهم، والحصول على التوجيه والمساعدة في اتخاذ القرارات المناسبة والمشاركة المجتمعية، وأساليب التعامل مع مختلف المواقف الجديدة.

وتفترض هذه النظرية مجموعة افتراضات منها:

1-كلما زادت درجة الاستقرار الاجتماعي قل اعتماد الأفراد على وسائل الإعلام والعكس.

2- تزداد درجة الاعتماد على النظام الإعلامي السائد في المجتمع في حالة قلة قنوات الإعلام الأخرى ويقل الاعتماد عليه في حالة وجود قنوات بديلة للحصول على الأخبار والمعلومات.

3-يختلف الأفراد في درجة اعتمادهم على وسائل الإعلام نتيجة اختلافهم على الأهداف والمصالح والحاجات الفردية.[1]

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

إسقاط نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام على الدراسة:

جاءت هذه الدراسة مستندة إلى هذه النظرية لاختبار مدى اعتماد الطلبة على بودكاست مغارب كمصدر للمعلومات المتعلقة بموضوع الدراسة ومدى تأثيره في تشكيل رؤيتهم للتاريخ والثقافة المغاربية. فمع ندرة المحتوى الإعلامي المتخصص في هذا المجال، يصبح البودكاست وسيلة بديلة يعتمد عليها الطلبة في بناء معرفتهم، ما يزيد من تأثيره المحتمل على تصوراتهم وهويتهم الثقافية. كما تُمكن هذه النظرية من ربط مستوى الاعتماد بمستوى التأثير، وفهم كيف أن الاستماع المتكرر قد يؤدي إلى تغييرات دائمة في الوعي التاريخي والمعرفي.

[1] أبو إصبع صالح، (2006)، الاتصال والإعلام في المجتمعات المعاصرة، عمان دار المجدلاوي.

12. صعوبات الدراسة:

في غالب الدراسات التي يُجريها الباحثون تظهر لهم بعض الصعوبات، خاصة في مجال الإعلام والاتصال، وهذا راجع إلى طبيعة الظاهرة الاتصالية وتعقيداتها المستمرة. وعليه، نورد فيما يلي أبرز الصعوبات التي واجهتنا في إنجاز هذه الدراسة:

-حداثة الموضوع وقلة المراجع العلمية المتخصصة في مجال البودكاست، لاسيما تلك التي تتناول آثاره الاتصالية والمعرفية على الجمهور.

-ضيق الوقت المخصص لإنجاز هذه الدراسة في ظل التزامات أخرى دراسية وميدانية.

-ضعف التفاعل مع استمارة الاستبيان رغم نشرها في مجموعة مغلقة تضم عددًا معتبرًا من طلبة المدرسة، إلا أن عدد المشاركين الفعليين بلغ 82 مفردة فقط، وهو عدد محدود نسبيًا مقارنة بحجم الفئة المستهدفة.

-تفاوت مستوى الاطلاع على بودكاست "مغارب" بين أفراد العينة، حيث لم يكن جميع طلبة الماستر في الإعلام على دراية أو متابعة فعلية لمحتواه، مما صعّب الوصول إلى مفردات تتوافق تمامًا مع شروط العينة وأهداف الدراسة.

الإطار النظري

الفصل الثانـي:

ماهية المنصات الرقمية والبودكاست

تمهيد:

يشهد العصر الحالي تحولًا سريعًا في المشهد الإعلامي، حيث أصبح للإعلام الرقمي والمنصات الإلكترونية دور محوري في تشكيل الوعي ونقل المعرفة. من بين هذه المنصات الرقمية، يبرز البودكاست كأداة إعلامية حديثة ذات تأثير كبير، يجذب فئات واسعة من الجمهور، خاصةً الشباب. ويمتاز البودكاست بتقديم محتوى صوتي مرن يناقش موضوعات متنوعة وبأساليب مبتكرة، مما يجعله وسيلة مميزة في ظل التطورات التكنولوجية المتسارعة.

في هذا الفصل، سيتم التطرق إلى ماهية المنصات الرقمية، مع تقديم تعريف شامل لها، واستعراض خصائصها وأنواعها المختلفة. كما سيتم التوقف عند نشأة البودكاست وتطوره، إضافة إلى مميزاته وخصائصه التي جعلت منه نموذجًا إعلاميًا معاصرًا يستحق الاهتمام، كما يُمهّد هذا الفصل للفهم النظري الذي تبنى عليه الدراسة في إطار البيئة الرقمية الجديدة.

المبحث الأول: المنصات الرقمية خصائصها وأنواعها

المطلب الأول: تعريف المنصات الرقمية

ظهر لفظ plate-forme في القرن الخامس عشر وفق قاموس الأكاديمية الفرنسية، بينما تم تداول المصطلح فيما بعد باللغة الانجليزية platforme في مجالات السياسة، والعمل النقابي، أما بمعناها الخاص المتداول في مجال التكنولوجيا الرقمية والإنترنت الدال على المنصات الرقمية" فقد ظهر مع التحول الذي طرأ على مجموع الشركات العالمية مثل شركة أمازون، وغوغل...الخ[1].

كما أن مصطلح المنصة أصبح أكثر المصطلحات شيوعا وانتشارا في العقد الماضي، وبلغ المصطلح ذروته في الشهرة خلال جائحة كورونا في 2020، حينما لجأت مختلف الدول بمؤسساتها، وقطاعاتها، وشركاتها، بالاعتماد على المنصات الرقمية للعمل عن بعد، وتقديم الخدمات في مختلف المجالات فظهرت منصات رقمية للتعلم، الصحة، وأخرى لتقديم الطعام، النقل، كما ظهرت منصات رقمية إعلامية متخصصة وذات توجه خدماتي، مثل منصات رصد ومكافحة الاخبار الكاذبة.[2]

[1] سيف السويدي، (2020)، صناعة المنصات الرقمية، ط1، ماليزيا، منصة أريد، ص 17

[2] بلال خالد الحفناوي (2021)، استراتيجيات المنصات الرقمية موقع الرأي، https://alrai.com/article/10580492/ تم التصفح 2025/04/26، على الساعة 22 سا و15 د.

انتشر مفهوم المنصات الرقمية في الآونة الأخيرة بقوة في الوطن العربي، وخاصة في الجزائر وأصبح هناك جمهور يفضل التعرض للمحتوى الموجود على تلك المنصات، كونها مختلفة في الشكل والمضمون دون إدراك المعنى الصحيح لها، وعدم التفرقة والخلط بينها وبين الموقع والبوابة.

فضبط مفهوم المنصات الرقمية، يعد خطوة مهمة للفصل والتمييز بينها وبين المفاهيم المشابهة لها، تتداخل معها في كون الحامل واحد، وتختلف معها في قدرة استيعابها، تصميمها وحتى الخدمات المقدمة من خلالها.

وتعرف المنصة **Platform**: على أنها المكان الذي تتجمع فيه مجموعات أصحاب المصلحة الواحدة، بموجب قواعد مشاركة محدد بوضوح، من أجل تبادل الافكار والسلع والخدمات، وأي شيء آخر يمكن تبادله بين البشر، أو أجهزة الكومبيوتر، أو الآلات أو الأجهزة التي تتصرف نيابة عن البشر [1].

أما المنصة الرقمية: **Digital Platform** فتعرف بأنها البيئة التفاعلية التي تقوم بتوظيف جميع التقنيات المختلفة المرتبطة بالويب كما تجمع المنصة الإلكترونية بين مميزات أنظمة المحتوى وبين شبكات التواصل الاجتماعي المختلفة، مثل توتير فيسبوك وغيرها.[2]

[1] SIEMENS (2016), The role of platforms for digitalization of European industry, Irvine, California, USA, P4.

[2] منى الحداد (2022)، المنصات الرقمية او الالكترونية منصة أريد https://portal.arid.my/ar-LY/Posts/ تم التصفح 2025/04/26، على الساعة 23 سا و30 د.

المنصات الرقمية: هي البيئة التفاعلية، التي تقوم بتوظيف جميع التقنيات المرتبطة بالويب، والتي تحتوي على عرض متماسك متناسق، تقني وتجاري للولوج إلى العالم البعيد، والخدمات التفاعلية والغير تفاعلية التي يمكن أن تذاع أو تقدم عبر الويب، كما يمكن أن تخضع للدفع، ويكون الولوج إليها محدودا أو مجانا.[1]

ويمكن تعريف المنصات الرقمية أنها فضاءات إلكترونية متعددة الأشكال، مخصصة لخدمة مجالات معينة عبر شبكة الإنترنت، حيث تُمكّن الأفراد أو المؤسسات من إنشاء مواقع تحمل أسماء وعناوين خاصة تميزها عن غيرها. هذه المنصات تنشط ضمن الفضاء الافتراضي وتُربط ببعضها البعض عبر شبكات تُشبه ما يُعرف بـ "رق المعلومات السريعة" (autoroutes de l'information). وتُعتبر كل منصة بمثابة نقطة عبور للمعلومات، تسمح بتداولها واستقبالها انطلاقًا من هويتها الرقمية المتمثلة في اسمها وعنوانها الإلكتروني.

المطلب الثاني: خصائص المنصات الرقمية

تعتبر المنصات الرقمية واحدة من أبرز تجليات تكنولوجيا الإعلام الرقمي، من حيث التقنية والاستخدام وهذا ما يمكن إبرازه في الآتي:

- لديها قدرة التوسع على نطاق عالمي، وقد تصل الى كل شخص لديه امكانية الوصول الى الإنترنت.

[1] Meyer, Laurence. Digital platforms:definition and strategic value, IDATE, Montpellier, P135.

- توفر المنصات الرقمية شفافية الأسعار، والخدمات، مع إمكانية مقارنة العروض، ورضا العملاء على مستوى غير مسبوق، وبالتالي تزيد من المنافسة.[1]
- متاحة لجميع مستخدميها في كل مكان، فهي ليست محصورة أو مقيدة بمكان أو بإقليم محدد.
- تبقى المعلومات والأخبار محفوظة ومتاحة عند النشر، وبعد ذلك بسنوات، ويمكن الرجوع إليها في كل مكان وزمان.[2]
- سهولة الاستخدام وقلة التكلفة، حيث ساعد في زيادة عددها وتخصصها أكثر فأكثر.
- دمقرطة الإعلام والوسائل من خلال تعزيز المشاركة والاستهلاك والاستخدام.
- التفاعلات هي أساس نجاح كل منصة، فهي التي تخلق القيمة بين مطوري التطبيقات ومستخدميها، ومع زيادة عدد المشاركين في كلا الجانبين، تزداد هذه القيمة، ويسمى هذا النموذج بالنموذج الشبكي التفاعلي.[3]
- تتيح المنصات الوصول المتكافئ للجميع الى السوق، فبدلا من مشاهدة التليفزيون، يمكننا صناعة الافلام.
- الديناميكية تعني أن المزيد من المستخدمين ينجبون المزيد من المستخدمين.

---

[1] SIEMENS, (2016), The role of platforms for digitalization of European industry, Irvine, California, USA, P 6.

[2] فهد بن عبد العزيز الغفيلي (2017)، الإعلام الرقمي اشكاله ووظائفه وسبل تفعيله، ط1، الرياض، مكتبة الملك فهد الوطنية، ص27

[3] سيف السويدي، (2020)، مرجع سبق ذكره، ص 18.

- المستهلك المنتج داخل المنصة؛ يشكل قيمة جديدة، وموارد إضافية فائضة تزيد من محتوى المنصة، وتقوي التفاعلات بين المستخدمين[1]
- تجميع البيانات والإحصاءات عن الجمهور من خلال زيارة المستخدمين للمنصات الرقمية، وذلك من خلال تسجيل كل زائر جديد يوميا، وكذا الاستفادة من المؤشرات الإحصائية[2].

المطلب الثالث: أنواع المنصات الرقمية وأهميتها

1. أنواع المنصات الرقمية:

يمكن تصنيف المنصات الرقمية إلى أربعة أنواع:

1. منصات متكاملة **Integrated platforms**:

تمثل منصة معاملات ومنصة ابتكار في نفس الوقت، تشمل هذه الفئة شركات مثل Apple التي لديها منصات مطابقة مثل App store ومنصات الألعاب مثل XBOX

2. منصات الابتكار **Innovation platforms**:

عبارة عن تقنية، أو منتج، أو خدمة تعمل كأساس تقوم فوقها الشركات الأخرى، بتطوير تقنيات، أو منتجات أو خدمات تكميلية، لابتكار منتجات جديدة كليا، كالتطبيقات والمواقع والأنظمة مثل Android وIOS.

[1] سيف السويدي، عصر المنصات المستقبل للمنصات، محاضرة برعاية منصة أبصر للتعليم الالكتروني باللغة العربية https://abser.org (الزيارة 2025/04/26) ص 18.

[2] ياس، خيضر البياتي (2014). الاعلام الجديد الدولة الافتراضية الجديدة، ط1، عمان، دار البداية، ص 202.

3. منصات المعاملات **Transactinal platforms**:

هي تقنية أو منتج أو خدمة، تعمل كوسيط أو قناة تسهل التبادل أو المعاملات بين مختلف المستخدمين أو المشترين او الموردين مثل منصة Airbnb) العقار والسياحة ومنصات التجارة الإلكترونية، ومنصات الدفع الإلكتروني مثل PayPal وStripeو PayFot، منصة النقل التشاركي مثل Uber.

4. منصات الاستثمار **Investment platform**:

تتكون من الشركات التي طورت استراتيجية محفظة منصة، وتعمل كشركة قابضة أو مستثمر نشط في منصة أو كليهما[1].

5. المنصات الاجتماعية**Social networking platforms** :

توفر فضاءات افتراضية لإنشاء مجتمعات رقمية تربط فيما بينها مجموعة من العلاقات والتفاعلات المتبادلة من بينها: facebook 12) .linkedin(فيسبوك، twittre تويتر،) flickr( )فليكر ،)instagram(انستغرام[2].

2. أهمية المنصات الرقمية:

تتجلى أهمية المنصات الرقمية فيما يلي:

[1] Peter C. Evans, Annabelle Gawer, (2016), The Rise of the Platform Enterprise, A Global Survey, THE EMERGING PLATFORM ECONOMY SERIES, The Center for Global EnterpriseJ, ANUARY, p9.

[2] سيف، السويدي، (2020)، صناعة المنصات الرقمية، مرجع سبق ذكره. ص 23.

- منحت فرصا كبيرة للفئات المبتكرة للتعبير عن آرائها وتوصيل أفكارها للجماهير حول العالم.
- ساهمت المنصات الرقمية في إلغاء المسافات والحدود القارية، واختلاف اللغات واللهجات.
- ساهمت في ظهور جيل جديد من المستخدمين الرقميين المؤمنين بأهمية التفاعل والتواصل، والمشاركة في حل المشاكل والصعوبات التي تواجههم.
- استطاعت المنصات الرقمية أن تتخطى الأزمات والأوبئة والحروب، وتقديم خدماتها لمستخدميها دون عناء التنقل.
- وفرت المنصات الرقمية مساحة كافية لمستخدميها قصد النقد والتعليق والمشاركة والتفاعلية.[1]

[1] نسرين بوطاروس،"المنصات الرقمية الإعلامية الجزائرية بين تحدي الواقع والتطلع نحو المستقبل"، مجلة الإعلام والمجتمع، المجلد 8، العدد 1، جوان 2024، ص 350.

المبحث الثاني: نشأة وتطور البودكاست

المطلب الأول: أصل مُصطلح البودكاست ونشأته

يعود تاريخ البودكاست إلى عام 2000، عندما اقترح الكاتب المتخصص في التكنولوجيا دوك سيرل (Doc Searls) مصطلح الخيار الشخصي الرقمي (p–o–d) للإشارة إلى تقنية جديدة كانت تسمح للمستخدمين بتخزين وتشغيل ملفات الصوت الرقمية، وفي نفس العام أيضا اقترح الكاتب المتخصص في التكنولوجيا تريستان لويس (Tristan Louis)فكرة البودكاست في مسودته، أطلق لويس على الفكرة اسم podcatching"، وهي مصطلح مشتق من كلمتين هما "Pod" و"Catching". كلمة "Pod" تشير إلى أجهزة iPod المحمولة التي كانت شائعة في ذلك الوقت، وكلمة "Catching" تعني "التقاط". وبالتالي، فإن مصطلح podcatching" يعني التقاط محتوى الصوت الرقمي من جهاز iPod، ثم تنفيذ تقنية البودكاست[1]،

لكن الانطلاقة الحقيقية للبودكاست كانت بحلول سنة 2004، وجاءت تسميته بفضل الصحفي بن هامرسلي بعد أن نشر في نفس العام مقالا في الصحيفة البريطانية The Guardian حول ازدهار راديو الانترنيت والذي أبدى من خلاله عن حيرته في وصف ذلك النوع من الراديو خاصة أنه قابل للتنزيل على أجهزة أبل التي كانت قد طرحت في ذلك الوقت مشغل

[1]–أنس قصي نعمان، وياسين طه موسى،البودكاست أنواعه وقوالبه الفنية ومنصات الاستماع"دراسة وصفية"، مجلة الجامعة العراقية، العدد 67، الجزء 3، ص615.

الصوت الشهير الآيبود، إلا أنه نجح في صياغة ذلك الاسم المتعارف عليه حاليا بعد دمج كلمة "بود" و"كاست "التي تعني البث لتصبح "بودكاست[1].

ورغم أن تلك التسمية تم اعتمادها منذ 2004 إلى غاية اليوم، إلا أن البعض كان قد اعترض عليها. فقد نشر الصحفي أندرو ماكجيفرن مقالا في موقع Podcasthero أوضح فيه أن هناك الكثيرين ممن حاولو تغيير الإسم من "بودكاست" إلى شيء آخر، باعتبار الكلمة تدل على أن الاستماع لتلك البرامج يقتصر على أجهزة الآيبود، إلا أن هذا خطأ بالطبع، إذ أن هذه الخاصية متاحة لأي جهاز قادر على تشغيل ملفات الصوت 3MP، لافتا إلى أن كل عامين كان أحدهم يطرح بين الحين والآخر فكرة إعادة التسمية لكن كل المحاولات باءت بالفشل في النهاية.

وأشار إلى أنه خلال عام 2005 تم إعلان كلمة "البث الصوتي" كلمة العام من قبل قاموس "نيو أوكسفورد الأمريكي" مما أعطى لمصطلح بودكاست" بعض المصداقية باعتبارها الكلمة الرسمية لوسائل الاعلام التقليدية التي أصبحت تعمل عبر الأنترنيت.

كل ذلك لا يعني أن العمل على فكرة البودكاست بدأت عام 2004، إذ أن محاولات النشر بدأت منذ سنوات قليلة من ذلك التاريخ. وفقا لما كتب في مجلة"[2]."blubrry

[1] –أمينة عبد الرحمن– منى هاشم، اتجاهات المواقع الإخبارية المصرية والعربية لاستخدام تقنية البودكاست وعلاقتها بتفضيلات الجمهور المصري ،المجلة المصرية لبحوث الاتصال الجماهيري، كلية الإعلام، جامعة بني سويف، مصر،ص 762–763.

[2] 10–04–2025، 15:25، https://www.e3lam.com/523438–

المطلب الثاني: مراحل تطور البودكاست عالميا

منذ ظهرت تطبيقات الجيل الثاني من الإنترنت 2.0Web، انتشرت المدونات الالكترونية التي تسمح للمدون بكتابة المقالات والموضوعات في مختلف المجالات، فكانت مساحات مفتوحة للمستخدم ليتحول إلى كاتب وصانع محتوى، كما تسمح للقارئ بإبداء رأيه فيما يقرأه وهو ما مثل نقلة نوعية في عملية التواصل بشكل عام وسمح برد الفعل الفوري بل والتفاعل بين الكاتب والقارئ من خلال المدونات، ومع التطور وظهور الجيل الثالث Web 3.0، انتشرت المدونات بشدة وزاد استخدامها وتنوعت أشكال التدوين ما بين النصي الذي يعتمد بشكل كامل على كتابة المقالات العلمية أو الأدبية أو غيرها، وتدوين الصور الذي يعتمد على نشر الصور بمختلف مضامينها والتعليق عليها، والتدوين بالفيديو الذي يركز على نشر مقاطع الفيديو القصيرة والطويلة، وأخيرا التدوين الصوتي Podcast الذي يعتمد على بث المقاطع الصوتية عبر الإنترنت من خلال قنوات صوتية متخصصة بمختلف المجالات. ظهر التدوين الصوتي لأول مرة في عام 2004 على يد الأمريكيين آدم كارى وديف وينر حيث قاما بنشر سلسلة من الملفات الصوتية على صفحتهما الخاصة على شكل ندوات ممزوجة بالموسيقي والأغاني، ولاقت استحسانا من الكثير من المستمعين في الولايات المتحدة،[1] في 2005 اختيرت كلمة Podcasting ككلمة العام طبقا لمعجم New Oxford American

[1] منية إسحاق إبراهيم محمد، "اعتماد الشباب الجامعي المصري على البودكاست وتأثيراته عليهم: دراسة مسحية في ضوء نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام"، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، العدد 84 (ج2)، أعمال المؤتمر العلمي الدولي الـ28 لكلية الإعلام، يوليو/سبتمبر 2023 ص 1023،1022.

Dictionary حيث كان من المتوقع ان هذه الخدمة الصوتية الحديثة ستؤثر على صناعة الإذاعة التقليدية، وفي 2007 أطلقت apple تطبيق iTunes الذي يعد من أوائل التطبيقات التي نشرت التدوينات الصوتية للمستمعين، وفي 2013 أعلنت الوصول ل 1 بليون مشترك للبودكاست.

مر البودكاست منذ ظهوره بمرحلة ثبات، حيث لم يكن المحتوى الصوتي متاحا إلا عبر أجهزة الـ iPod، والهواتف الذكية التي لم تكن متاحة للجميع، ولم يكن المحتوى سوى بعض البرامج الإذاعية التي تحولت إلى بودكاست. وحينما كان المستخدم يحاول تحميل البودكاست للاستماع إليه فيما بعد، كان ضعف الإنترنت ومساحة الأجهزة المحمولة الصغيرة تصيبه بالإحباط وهو ما حد من تطور هذه التقنية آنذاك. ولكن ظهور الأجهزة اللوحية وتطور الهواتف الذكية وانتشارها، إلى جانب تقدم خدمات الإنترنت مهد الطريق أمام انتشار البودكاست بشدة ولكنه منذ بدأ في الانتشار وصناعة البودكاست تمر بعدة قفزات فنرى تضاعف عدد قنوات البودكاست في العالم، ليقفز من مليون قناة قبل شهر مارس 2020 إلى ما يفوق مليوني قناة في 2021، مع انتاج يزيد عن 47 مليون حلقة صوتية تم بثها.[1]

ونرى تنامي سوق البودكاست المتزايد الذي استقطب إليه كبرى الشركات العالمية، على غرار شركة آبل التي تستحوذ لوحدها على ما يقارب 40 بالمائة من قنوات البودكاست عالميًا، ليحقق في 2021 أزيد من 2 مليار دولار كعائدات للإعلانات.

[1] منية إسحاق إبراهيم محمد، مرجع سبق ذكره، ص1022.

نوقش التدوين الصوتي من ناحية ارتباطه بالعديد من الوسائل الإعلامية الصوتية، فقد اعتبر، على سبيل المثال، متداخلا بشدة مع الاذاعة متشاركا معها في التقنيات والمحتوى، ومشابها للموسيقى الالكترونية من ناحية اضفاء الطابق الشخصي والمعالجة. بينما كان ما يميز البودكاست عن الوسائل الاعلامية الصوتية هو مجموعة فريدة من الممارسات والمعاني الثقافية التي تتداخل كليا مع تقنيات نشره وتنظيمه واستهلاكه. والأكثر اهمية هو كيف يستهلكه جمهور الاعلام بشكل مختلف تماما عن الوسائل الاعلامية الصوتية لان ما يميز الوسيلتين يكمن في عقول وسلوكيات الجمهور وتطور مفهوم التدوين الصوتي عبر السنوات ليتحرر من ارتباطه بتقنية RSS، إلى منصات ومواقع وتطبيقات متنوعة يمكن للمستخدم تحميل الملف الصوتي من خلالها، ثم لم تعد هذه الخاصية مميزة وأساسية في البودكاست، حتى ظهر ما يجمع بين الملفات الصوتية والمرئية ليسمي ببودكاست الفيديو Vodcast، ويتم نشره حاليا من خلال مواقع نشر مقاطع الفيديو كموقع اليوتيوب وغيرها.[1]

[1] منية إسحاق إبراهيم محمد، مرجع سبق ذكره، ص1022.

المطلب الثالث: البودكاست في العالم العربي

انتشر التدوين الصوتي بشكل كبير بين الشركات والجامعات ومختلف المنظمات والمؤسسات التي استخدمته لأغراض إعلامية وترويجية وتعليمية متنوعة. حتى أنفقت الشركات على إعلانات البودكاست 497 مليون دولار خلال عام 2018. لذا كان من المتوقع زيادة الإيرادات لتتجاوز المليار دولار عام 2021 طبقا لتقرير ثورة البودكاست من مؤسسة amaz السعودية. ازداد انتشار البودكاست تدريجيا، كما ازداد اهتمام صناع المحتوى والصحافيين بهذا النوع بشكل متسارع، ذكر تقرير أكاديمية مهارات حول مبادرات البودكاست في الوطن العربي وصول عدد برامج البودكاست النشطة في العالم العربي إلى 413 برنامجا في الشهور الثلاثة الأخيرة من عام 2022 وأكثر من 40 ألف حلقة بودكاست في العام 2021 بحسب إحصاءات منصة البودكاست العربي.

وعلى الرغم من الإقبال العربي على إنتاج واستهلاك المحتوى المرئي، إلا أن البودكاست وجد طريقاً إلى الجمهور، ويعود ذلك لأسباب متعددة أهمها المرونة وكسب الوقت، اذ يمكن الاستماع الى البرامج أثناء قيادة السيارة، أو في وسائل النقل، أو أثناء ممارسة الرياضة، أو حتى الطبخ، وبالتالي فهو لا يتطلب تركيزاً بما أنه يعمل في الخلفية أثناء ممارسة النشاطات اليومية الروتينية.[1]

[1] منية إسحاق إبراهيم محمد، مرجع سبق ذكره، ص1022.

ويواجه البودكاست عربيا تحديات كثيرة على رغم تزايد الاهتمام به من ضمنها الرقابة سواء كانت رقابة ذاتية أو مفروضة من قبل السلطات الرسمية، وقلة معرفة مستهلكي وسائل الإعلام بالبودكاست وان قطاع شركات البودكاست في العالم العربي ناشئ ومازال في طور التحسين والتطوير إلى حد كبير، فضلا عن التحدي الكبير المتمثل بتمويل شركات الإنتاج من أجل ضمان نجاحه واستمراريته.

عندما نأتي لأول بودكاست عربي تم إنتاجه في منطقة الخليج، يأتي في مقدمتها ووفقاً لعبد الرحمن العمران المؤسس المشارك للمنصة الافتراضية بودكاست بالعربي، فقد بدأ إنتاجها في السعودية عام 2008 ؛ فكان برنامجي سعودي گيمر، وكشكول هي الأقدم في المملكة وكليهما يركز على صناعة ألعاب الفيديو، ثم بودكاست Sciware" الذي أنشأه الدكتور محمد قاسم في عام 2009، وأطلق محمد كشميري موقع "البودكاست العربي" منذ العام 2013 لرغبته في استكشاف وأرشفة برامج البودكاست العربية المختلفة، وفي عام 2017 أسس عبد الرحمن العمران مبادرة بودكاست بالعربي" لتكوين مجتمع للشغوفين بالبودكاست ويتواجد بالمجتمع أكثر من 2800 عضو من صناع ومستمعي ومنتجي البودكاست، وفي نهاية عام 2020 تم الاندماج بين موقع البودكاست العربي"، ومجتمع بودكاست بالعربي" لصناعة وجهة واحدة لكل ما يحتاجه عالم البودكاست العربي.[1]

[1] منية إسحاق إبراهيم محمد، مرجع سبق ذكره، ص1023.

وفي 2020 أعلن مركز الشباب العربي، إطلاق بودكاست الشباب العربي"، كمنصة جديدة في متناول الشباب العربي، تسهم في تطوير محتوى إبداعي بالاستفادة من التكنولوجيا وتطبيقاتها الحديثة. ويهدف بودكاست الشباب العربي" إلى صناعة محتوى عربي نوعي، من الشباب وإلى الشباب بمقاييس عالمية من حيث القصص والكتابة والإنتاج الإعلامي، وتقديم قصص الشباب العربي وتجاربه، والمساهمة في نشر المعرفة في الوطن العربي، وعرض قصص ملهمة، وشرح مفاهيم عميقة بأسلوب قصصي يحفز الشباب ويثري الثقافة وينشر المعرفة، عبر الاستثمار في صعود أدوات البودكاست لصناعة المحتوى الهادف.

وفي مصر بدأ موقع "المصري اليوم" في توظيف تقنية البودكاست في تطوير محتواها، من خلال إنتاج 150 حلقة من برامج البودكاست الآتية درب النور"، و"حكايات منسية"، وأكلات وتوابل"، و"أصوات السماء" خلال شهر رمضان 2021، وتراوحت عدد مرات الاستماع إليها بين 1500 إلى 1700 مرة أسبوعياً، وذلك بالإضافة إلى التدوينات الصوتية الأخرى التي تخاطب مختلف فئات الجمهور وتلبي احتياجاته المعرفية، والترفيهية، والثقافية مثل برنامج من حقك تسمع" وهو برنامج توك شو إخباري، وهناك برنامج "كلام تك" مع "أيمن صلاح" والذي يقوم بتبسيط المعلومات التقنية للمستخدمين .[1]

كما وقع مركز الشباب العربي خلال المنتدى الرقمي الأول لأعضاء النسخة الأولى من برنامج بودكاست الشباب العربي، مذكرة تفاهم مع منصة "محتوايز" السعودية الرائدة في صناعة

[1] منية إسحاق إبراهيم محمد، مرجع سبق ذكره، ص1023.

البودكاست والمحتوى الصوتي العربي، لتقديم خدمات التدريب والدعم لأعضاء البرنامج ليكونوا جزءاً من شراكات تضم 10 مؤسسات إقليمية ودولة متخصصة في صناعة البودكاست والتدوين الصوتي، نظرا إلى النمو الهائل للبودكاست عالميا، فهو يمثل فرصة للشباب العربي لإحداث تأثير دولي لا يتطلب الكثير من الإمكانيات الفنية والاستثمارات المالية.

تتضمن تقديم عدة دورات تدريبية لشباب وشابات من معظم دول العالم العربي، حول أساسيات إعداد البودكاست بما يشمل طريقة إعداد التصور العام للبودكاست وطريقة تسميته ومن ثم تسمية حلقاته وكتابة وإعداد نصوصه، وأساسيات الإنتاج الصوتي وتشمل مقرراتها التدريبية جودة الصوت ومستواه وإزالة الضوضاء والصدى وتخفيض أصوات الخلفية وحلول أخرى.

وأساسيات تسويق البودكاست وتحديد الجمهور المستهدف وقنوات التسويق واستراتيجياته ووسائل الإعلام المملوكة والمكتسبة والمدفوعة، وكذلك أفضل الأدوات والمراجع التسويقية.

كما تقدم محتوايز في إطار هذه الشراكة جلسات استشارية للمحتوى، تشمل كيفية كتابة المحتوى وآلية إنتاجه بناء على نوع البودكاست مع التدرب على مختلف أنماطه مثل البودكاست الحواري والقصصي والفردي والنقاشي والخيالي وسواها من أنواع المحتوى.[1]

وبموجب الشراكة أيضاً، يتم اختيار خمسة برامج لتكون ضمن برامج صناع المحتوى الخاص بمحتوايز، وتنال تلك البرامج رعاية خاصة بينها جلسات استشارية للمحتوى والتسويق طوال

[1] منية إسحاق إبراهيم محمد، مرجع سبق ذكره، ص1024.

العام إلى جانب توفير منصة رقمية لإدارة الحملات وإعادة نشر الحلقات من حسابات محتوايز في منصات التواصل الاجتماعي.

وبعدما بدأ الانتباه لأهمية هذه التقنية الإعلامية الجديدة نجد أن الإمارات العربية المتحدة أطلقت مهرجان البودكاست Dubai PodFest في عام 2021، بهدف مشاركة الخبرات والتجارب في تحويل البودكاست إلى مصدر دخل، وتبادل الخبرات وتنمية المهارات بين صناع بودكاست لتحقيق نموه وانتشاره عربيًا، وجذب واستقطاب مختلف المنصات العالمية وإيجاد الحلول الرقمية لتعزيز المحتوى العربي، وعقد لقاءات وجلسات مع أفضل خبراء ومتحدثي البودكاست في العالم، وضم أكثر من 40 متحدث من مختلف أنحاء العالم في دورته الأولى. وفي هذه الدورة الأولى تم إطلاق عدة مبادرات هامة كخطوة نحو تأسيس وبناء بودكاست عربي وتوجيه الأنظار على ان صناعة البودكاست هي صناعة ثقيلة تتنافس عليها كبريات الشركات التقنية العملاقة في العالم، تتمثل بعض هذه المبادرات في:

-احتضان مليون صانع بودكاست عربي من جميع أنحاء العالم وفق ثلاثة مستويات احتضان رعاية وتبني، بهدف النهوض بسوق البودكاست العربي، بالتواصل مع شركات عالمية وعقد اتفاقيات معها منها منصة zencastr التي منحت اشتراكا مجانيا للمشاركين في المبادرة من صانعي بودكاست العرب.[1]

[1] منية إسحاق إبراهيم محمد، مرجع سبق ذكره، ص 1024.

-الإعلان عن اليوم العالمي للبودكاست العربي والاحتفال به في يوم 7 يوليو من كل سنة، وهو ما قد يساهم في نهوض صناعة البودكاست في العالم العربي، ويكون له أثر ملموس في توجيه شرائح كبيرة ومتنوعة لصناعة البودكاست، خصوصا وأن السوق العربي متعطش بشدة للبودكاست وفيه مواهب واعدة، كما تم إطلاق موقع إلكتروني لصناع المحتوى ومهندسي الصوت وكتاب مؤلفين ومخرجين وموسيقيين ومستمعين للانخراط في هذه المبادرة والمساهمة في بناء البودكاست العربي وتطويره.

-أطلقت مبادرة "هي تصنع البودكاست" لتمكين صانعة البودكاست العربية من كافة مقومات هذه الصناعة الراقية، وذلك أسوة بأخواتها في العالم اللواتي تفوقن وأبدعن في هذا المجال وتسعى المبادرة إلى تشجيعها ودعوتها لولوج عالم البودكاست خصوصا في مجالات التعليم والتربية والأسرة والصحة والجمال، مع العمل على توفير الدعم سواء من هيئات حكومية ومنظمات خاصة في جميع أنحاء العالم.

ولحقته الدورة الثانية في نوفمبر 2022، بحضور عدد كبير من المدونين الصوتيين والأكاديميين الذين أطلقوا العديد من الجلسات حول البودكاست العربي ومستقبله، وطرفي عالم البودكاست الصوت والصورة، كما ناقش أيضا الجانب المادي والتمويل وتأثير ذلك على تطوير البودكاست في العالم العربي، والعديد من القضايا والمتغيرات الخاصة بهذا المجال.[1]

[1] منية إسحاق إبراهيم محمد، مرجع سبق ذكره، ص 1025.

أما في الأردن فقد أطلقت اليونسكو وبدعم من البرنامج الدولي لدعم الاتصال مبادرتين للبودكاست خلال 2022، إحداهما ركزت على التربية الإعلامية والمعلوماتية وكيف يُمكن استخدام وسائل الإعلام لمكافحة المعلومات المضللة، والأخرى ركزت على قصص الشباب والصعوبات والتحديات التي واجهوها خلال جائحة كورونا. ومن خلال هاتين المبادرتين تم استهداف 40 شاباً وشابة من الصحفيين والإعلاميين أو ناشطين في التربية الإعلامية والمعلوماتية وحرية التعبير.

هدفت هذه الشراكة إلى نشر مهارات التربية الإعلامية والمعلوماتية، وتمكين الشباب وتزويدهم بالأدوات المناسبة لتحسين مهاراتهم وقدراتهم على إنتاج المحتوى الرقمي باللغة العربية. بالإضافة لتدريب المشاركين على إنتاج برامج البودكاست الخاصة بهم. وتم تنفيذ المبادرتين بالتعاون مع شبكتين رائدتين في صناعة البودكاست في الأردن (صوت) و(صدى بودكاست). وطبقا لدراسة مؤسسة مهارات 2022، فان المنصات وشبكات البودكاست العربية تجمع على ان تفضيلها لهذا النوع من أشكال عرض المحتوى سببه تكاليف إنتاجه الزهيدة مقارنة مع الأشكال الأخرى، إضافة إلى حرية صناعة المحتوى من خلال رواية القصة الصوتية، وتزايد إقبال الجمهور على هذا النوع من أشكال العرض الإعلامي.[1]

وذكرت بعض المنصات وبرامج البودكاست ان هذا الشكل يتميز بقدرته على منح الراحة للضيوف خلال رواية قصصهم لاسيما في القضايا الحساسة كتعنيف النساء والتعبير الذاتي

[1] منية إسحاق إبراهيم محمد، مرجع سبق ذكره، ص 1026.

المتنوع. كما تقل الرقابة الحكومية على المحتوى لان وسيلة النشر عبر الإنترنت ليست كوسائل الإعلام التقليدية.

وهناك جانب آخر اعتبرته بعض المنصات مهما وجعلها تفضل البودكاست، وهو طبيعة البودكاست من حيث الإتاحة للمستمع حرية اختيار المحتوى وحرية اختياره لوقت الاستماع مثلا أثناء العمل أو الرياضة، إضافة إلى اهتمام الشركات الكبيرة بنشر البودكاست ك "أبل بودكاست" و"غوغل بودكاست" و"أنغامي" وغيرها من الشركات.[1]

[1] منية إسحاق إبراهيم محمد، مرجع سبق ذكره، ص 1026.

المبحث الثالث: أنواع وخصائص البودكاست ومميزاته

المطلب الأول: أنواع البودكاست

هناك العديد من أنواع البودكاست المتاحة، وفيما يلي نذكر أبرز أنواع البودكاست المعروفة ومميزات كل منها :

1-بودكاست المقابلات: تتضمن مضيفاً أو اثنين يستمعان ويتحدثان إلى ضيف واحد أو أكثر، حول موضوع ما ميزتها الأساسية هي إمكانية طرح العديد من النقاط والأفكار المتنوعة، لكنها تحتاج إلى وقت إضافي لتنظيم مواعيد الاجتماع مع الضيوف.

2-بودكاست المحادثات: هنا يلعب مضيفين اثنين دور المتحدثين، حيث يتناقشان فيما بينهما عن مواضيع مختلفة بشكل مشابه للمحادثات بين مذيعين على الراديو.

3-بودكاست المحادثة الفردية: فيها يعلب مضيف واحد فقط دور الطارح للموضوع المتحدث عنه بالتفصيل بالطبع يجب أن يكون الموضوع عميقاً، ويكون الشخص المتحدث متخصصاً أو خبيراً في ذلك الموضوع.

4-بودكاست القصص: المؤدي في هذا النوع من صناعة البودكاست مضيف أو أكثر ويقوم بدور راوي القصص، حيث يقص في كل حلقة قصة ذات مغزى، تقدم عبرة وفائدة للجمهور حول موضوع معين.[1]

[1] الأسمري، عبد الله بن سعيد. (2024). المتطلبات المهارية والتقنية لصناعة البودكاست لدى طلاب أقسام الإنتاج المرئي والمسموع في المملكة العربية السعودية: دراسة ميدانية، المجلة الجزائرية لبحوث الإعلام والرأي العام، المجلد7، العدد(1)، ص198.

5-بودكاست الطاولة المستديرة: سميت بذلك لأنها تتضمن أكثر من ثلاثة مضيفين يتحدثون حول موضوع معين كما لو كانوا على طاولة مستديرة لمناقشة أمر ذو أهمية للمتابعين.

6-البودكاست المسرحي: شبيه ببودكاست القصص، إلا أن المضيف هنا يلعب أدوار الشخصيات بشكل حي عبر تغيير الأصوات والنبرات، بمعنى أنه لم يعد راو للقصة، وإنما يتقمص دور الشخصيات بنفسه. [1]

[1] الأسمري، عبد الله بن سعيد. مرجع سبق ذكره، ص98.

المطلب الثاني: خصائص البودكاست

يتميز البودكاست بعدة خصائص تجعله وسيلة فعالة ومرنة لنقل المحتوى الصوتي والتفاعل مع الجماهير. وهذه بعض الخصائص البارزة له:

1. سهولة الإنتاج والتوزيع:

يعتبر البودكاست وسيلة إنتاج محتوى سهلة وميسرة، حيث يمكن للأفراد أو الجهات الصغيرة إنشاء محتوى بودكاست باستخدام معدات بسيطة مثل ميكروفون وبرامج تسجيل صوتي. بعد ذلك، يمكن توزيع المحتوى بسهولة عبر منصات البودكاست المختلفة مما يسمح للمستمعين بالوصول إليه بسهولة.

2. تنوع المحتوى:

يتيح البودكاست للمنتجين إمكانية تناول مواضيع متنوعة تتناسب مع اهتمامات مختلف الجماهير. يمكن أن يتضمن المحتوى البودكاستي مواضيع تعليمية، ثقافية، فنية رياضية، سياسية ترفيهية، وغيرها، مما يجعله ملائما لشرائح متنوعة من المستمعين.[1]

3. إمكانية الاستماع في أي وقت ومكان:

يعتبر البودكاست مرافقًا مثاليًا لأولئك الذين يرغبون في الاستماع إلى المحتوى أثناء القيام بالأنشطة اليومية مثل القيادة، أو ممارسة الرياضة، أو العمل بفضل إمكانية الوصول إلى

[1] https://mohamedsamirsaid.com/what-is-a-podcast/[1] تم الاطلاع بتاريخ 26-04-2025 22:00 سا

البودكاست في أي وقت ومن أي مكان يمكن للمستمعين الاستمتاع بالمحتوى دون الحاجة إلى الاستقرار في مكان محدد أو الاعتماد على جدول زمني محدد.

4. تنمية مهارات الاستماع والتفكير:

يعتبر الاستماع إلى البودكاست فرصة لتطوير مهارات الاستماع الفعّالة والتفكير النقدي حيث يتطلب الاستماع الانتباه والتركيز لفهم المحتوى واستيعاب الأفكار والمعلومات المطروحة. بالإضافة إلى ذلك، يمكن أن يشجع المحتوى المتنوع والمثير للاهتمام في البودكاست على توسيع آفاق المستمعين وتحفيزهم على التفكير الإبداعي والتفاعل مع المواضيع بشكل أكبر.

5. إمكانية الاستماع في أي وقت ومكان:

يعتبر البودكاست مرافقًا مثاليًا لأولئك الذين يرغبون في الاستماع إلى المحتوى أثناء القيام بالأنشطة اليومية مثل القيادة، أو ممارسة الرياضة، أو العمل بفضل إمكانية الوصول إلى البودكاست في أي وقت ومن أي مكان يمكن للمستمعين الاستمتاع بالمحتوى دون الحاجة إلى الاستقرار في مكان محدد أو الاعتماد على جدول زمني محدد.[1]

6. تنمية مهارات الاستماع والتفكير:

يعتبر الاستماع إلى البودكاست فرصة لتطوير مهارات الاستماع الفعّالة والتفكير النقدي حيث يتطلب الاستماع الانتباه والتركيز لفهم المحتوى واستيعاب الأفكار والمعلومات المطروحة.

[1] https://mohamedsamirsaid.com/what-is-a-podcast/[1] تم الاطلاع بتاريخ 26-04-2025 22:00 سا

بالإضافة إلى ذلك، يمكن أن يشجع المحتوى المتنوع والمثير للاهتمام في البودكاست على توسيع آفاق المستمعين وتحفيزهم على التفكير الإبداعي والتفاعل مع المواضيع بشكل أكبر.[1]

[1] https://mohamedsamirsaid.com/what-is-a-podcast/ تم الاطلاع بتاريخ 26-04-2025 22:00 سا

المطلب الثالث: مميزات البودكاست كوسيلة إعلامية حديثة

أورد (Geoghegan and Klasss) أن من أبرز ما يجعل البودكاست عظيما هي عدة نقاط:

1. أنه اوتوماتيكي: **Automatic**

يمكن تحميل البودكاست بشكل تلقائي. يكفي أن يعرف المستخدم أي القنوات يفضلها، فلا يجب عليه ان يبحث عنها، ولكن البودكاست هو من يأتي باحثا عن المستخدم، يمكن للمستخدم الاشتراك في البودكاست المفضل من خلال RSS أو برمجيات تسمي Podcast aggregator وPodcatcher، تمكن المستخدم من تحميل البودكاست الجديد تلقائيا عند إتاحته. لا مزيد من البحث عبر الإنترنت وإضاعة الوقت في زيارة عدة مواقع إلكترونية للبحث عن البودكاست المفضل.

2. سهولة التحكم **Easy to control**:

في عالم البودكاست المستخدم هو المسيطر، ويترك له حرية الاختيار. فكما يمكن الاشتراك في القنوات المفضلة يمكن أيضا إلغاء الاشتراك بكل سهولة. وأيضا يستطيع المستخدم ابقاء هويته سرية كما يحدث في الاستماع للراديو. كما لا يقلق المستخدم من وجود الفيروسات والرسائل غير المرغوب بها spams.[1]

[1] منية إسحاق إبراهيم محمد، مرجع سبق ذكره

وتضيف الباحثة انه أيضا يتضمن تحكم المستخدم في إعادة الاستماع إذا أراد، أو التحكم في سرعة الاستماع، بحيث يتم تخطي أجزاء معينة أو إعادة الاستماع لأجزاء بعينها سواء بغرض الاستفادة منها والتركيز عليها، أو لفهمها إذا ما تعذر فهمها واستيعابها في المرة الأولى.

3. سهولة الحمل **Portable**:

البودكاست هي ملفات صوتية بصيغ مختلفة معدة ليتم سماعها عبر أجهزة محمولة. مثلما تطور الأمر من الأسطوانات إلى أشرطة الكاسيت ثم الأسطوانات المدمجة CD وأخيرا وصلنا الملفات 3mp التي تتميز بجودة ونقاء صوت أفضل من موجات الراديو المعتادة. بالإضافة إلى ميزة سهولة التحميل من الإنترنت إلى أجهزة محمولة لا تربط المستخدم بالجلوس على مكتبه. يقدم البودكاست محتوى صوتي أو مرئي واضح ونقي وثابت يمكن للمستخدم حمله والاستمتاع به في أي وقت وأي مكان.

دوام الإتاحة **Always available**:[1]

إمكانية الاستمتاع بالبودكاست وقتما يريد المستخدم هو جزء هام من نجاحه وانتشاره. يعد البودكاست وكأنه راديو وتليفزيون تحت الطلب on demand وقابل للتغير طبقا لجدول المستخدم الزمني. فهو يرفع القلق عن المستخدم من ان يفوت موعد البودكاست المفضل مثلما كان الأمر مع الإذاعة أو التليفزيون، فهو يحرر المستخدم من الاستهلاك طبقا لمواعيد محددة

[1] منية إسحاق إبراهيم محمد، مرجع سبق ذكره

قبلا تحكمها وسائل الإعلام التقليدية، فالبودكاست سيظل ينتظر المستخدم على جهازه المحمول حتى يسمح وقته بالاستماع.

تقدم كل المميزات السابق ذكرها أفضلية للبودكاست في النشر والاستماع لهذه التقنية. بمرور الأيام تزداد عدد قنوات البودكاست التي يتم إنشاؤها وإنتاجها وتحميلها على مستوى العالم حول كل موضوع يمكن تخيله، وبشكل مجاني يطلق الهواة والشغوفون والمحترفون محتوى جديد منتج بجمال واحترافية كل يوم، وكله متاح ليحمله المستخدم ويستمع إليه. تتشكل مجتمعات وتتبادل معلومات وتناقش كافة النظريات في كل المجالات حتى الغريب منها.[1]

[1] منية إسحاق إبراهيم محمد، مرجع سبق ذكره

خلاصة:

وفي الأخير، يمكن القول إن المنصات الرقمية لم تعد مجرد أدوات تقنية، بل أصبحت فضاءات جديدة تعيد تشكيل العلاقة بين الفرد والمعرفة. والبودكاست، كإحدى مظاهرات هذا التحول، يقدم نموذجًا إعلاميًا مرنًا، يتجاوز الأساليب التقليدية في تقديم المحتوى، ليرتبط أكثر بتجربة الإنسان، واحتياجاته المعرفية، وفضوله لفهم العالم من حوله.

فهو ليس مجرد وسيلة صوتية، بل انعكاس لتحوّل أعمق في طريقة إنتاج وتلقي المعرفة، واستجابة لمتغيرات اجتماعية وثقافية تسعى لإعادة تعريف دور الإعلام في حياة الأفراد.

الفصل الثالث:

الوعي التاريخي والثقافي في ظل

المنصات الرقمية

تمهيد:

بعد التطرق في الفصل الأول إلى المنصات الرقمية والبودكاست بوصفهما من أبرز ملامح البيئة الإعلامية الجديدة، يأتي هذا الفصل للغوص في البُعد المعرفي والتأثيري لهذه الوسائط، من خلال التركيز على مفهومي الوعي التاريخي والوعي الثقافي لدى الجمهور، لا سيما فئة الطلبة.

ففي ظل التغيرات المتسارعة التي يشهدها العالم، أصبحت الحاجة ملحة إلى محتوى إعلامي يُعيد ربط الأفراد بجذورهم الثقافية والتاريخية، ويعزز فهمهم لهويتهم، وهي المهمة التي بدأ ينهض بها البودكاست من خلال ما يتيحه من مساحة للسرد، والتفكير النقدي، والتفاعل مع قضايا الهوية والذاكرة الجماعية.

يهدف هذا الفصل إلى تقديم خلفية نظرية لمفاهيم الوعي التاريخي والثقافي، وخصائص كل منهما، ثم تسليط الضوء على واقع هذا الوعي لدى الطلبة، مع إبراز كيف ساهمت الوسائط الرقمية – وعلى رأسها البودكاست – في إعادة تشكيل علاقتهم بالماضي والحاضر من منظور ثقافي وتاريخي تفاعلي.

المبحث الأول: مفهوما الوعي الثقافي والوعي التاريخي

المطلب الأول: مفهوم الوعي الثقافي

تعتبر الثقافة المعبر الحقيقي لما وصلت إليه البشرية من تقدم فكري فمن خلالها يتم رسم المفاهيم والتصورات كما يتم رسم القيم والسلوك، وقد ارتبطت الثقافة بالوجود الإنساني ارتباطا ملازمًا مع تطور الحياة الإنسانية من خلال ما يقدمه الإنسان من إبداع وإنتاج في مختلف المجالات، فالثقافة هي المنظومة المتعددة والمتشابكة تتضمن اللغات والمعتقدات والمعارف والفنون والقيم والأعراف والعادات والتقاليد الاجتماعية والمهارات التي يمتلكها أفراد مجتمع معين.

في حين تعرف الثقافة بأنها المضامين الثقافية التي يتلقاها الفرد والجماعة من المصادر الإعلامية فتشكل معتقداتهم وتصوراتهم ومفاهيمهم وقيمهم التي تؤثر في تكوين سلوكهم وعاداتهم وتقاليدهم وأنماط حياتهم .[1]

يقصد بالثقافة الكيان المادي والروحي لمجتمع من المجتمعات ويدخل في ذلك التراث واللغة والدين وعادات المجتمع .[2]

[1] فؤاد علي العاجز، دور التربية الترويحية في نشر الوعي الثقافي بين طلبة المدارس الثانويين من وجهة نظر معلمي التربية الرياضية بمحافظة غزة وسبل تطويره (غزة الجامعة الإسلامية، مجلة الجامعة الإسلامية، المجلد 17، 2009م) ص 421-452.

[2] سهير محمد حسن، بحث التحليل الاجتماعي لأغراض الخدمة المكتبية، تجربة عين الصيرة، جمعية الرعاية المتكاملة، مكتبة عين الصيرة، د ت، ص 3.

وقد عرفها مالك بن نبي على أنها مجموعة من الصفات الخلقية والقيم الاجتماعية التي تؤثر في الفرد منذ ولادته وتصبح لا شعوريًا، وهي العلاقة التي تربط سلوكه بأسلوب الحياة في الوسط الذي ولد فيه. [1]

فالوعي الثقافي هو إدراك الفرد ووعيه بدوره في المحافظة على تراثه الثقافي ومبادئه الأصلية وحمايتها من الشوائب ومن أي تأثيرات وافدة

– الوعي الثقافي هو مشروع ثقافي نهضوي واسع لإحياء الفكر وتعميق الرؤية الأصيلة في مختلف مجالات المعرفة والحياة.

[1] عبد المجيد شكري، الإذاعات المحلية لغة العصر القاهرة: دار الفكر العربي 2006م، ص113.

المطلب الثاني: الوعي الثقافي والتكنولوجيا

فتحت ثورة الاتصالات الحالية، عصراً جديداً من التطور الثقافي للإنسان، فجعلت من الممكن لكل شعوب العالم أن تتعرف على بعضها وبشكل خاص الثقافة والتبادل الثقافي ونقل القيم والمبادئ والعلوم والمعارف والآداب والفنون هذا التنوع الثقافي وتعدد الثقافات سيظل قائماً بين الشعوب بفضل الوسائل التكنولوجية الحديثة ولكن برغم هذا الانفتاح على ثقافة الآخرين، فإن ذلك لا يتسنى له إلغاء الثقافة الخاصة بالمجتمع وبأفراده ولا بهويته الذاتية التي ترتبط عضوياً بالمكان، ومما لا شك فيه أن تقدماً هائلاً في تكنولوجيا المعلومات قد تحقق في البلدان المتقدمة، حيث تستخدم أنواع مختلفة من الوسائط الإلكترونية الحديثة في التعليم على مستويات عدة. [1]

من خلال هذا يتضح أنّ التكنولوجيا الحديثة، رغم ما تحمله من تحديات، تمثل فرصة حقيقية لتعزيز الوعي الثقافي لدى الأفراد والمجتمعات. فهي لم تعد مجرد أدوات لنقل المعلومات، بل أصبحت منصات لإنتاج المعرفة وتبادلها، ومجالات رحبة للتعبير عن الهوية الثقافية بكل أبعادها، إنّ استخدام الوسائل الرقمية بوعي وإدراك يجعل من الإنسان شريكًا في صنع الثقافة لا مجرد مستهلك لها، ويفتح أمامه آفاقًا جديدة لإعادة تقديم موروثه الثقافي بطريقة تواكب روح العصر وتخاطب الأجيال الجديدة بلغتها وأدواتها. ومن هنا فإنّ الوعي الثقافي في عصر

[1] حامد سعيد الجبر، وآخرون، "واقع دور شبكات التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي الثقافي لدى طالبات كلية التربية الأساسية في دولة الكويت"، مجلة كلية التربية، جامعة الأزهر، العدد 171، الجزء الثاني، ديسمبر 2017، ص98.

التكنولوجيا لم يعد خيارًا، بل ضرورة تفرضها التحولات المتسارعة، لضمان الحفاظ على الخصوصية الثقافية وسط موجات العولمة الجارفة، ولصناعة مستقبل ثقافي أصيل ومتجدد في آنٍ معًا.

المطلب الثالث: مفهوم الوعي التاريخي

–يُعرف الوعي التاريخي بأنه التبصر الدائم والهادف بالتاريخ القريب والبعيد الذاتي والموضوعي الحاصل – أي التبصر – من خلال التوغل المركز في قراءة صفحات التجارب البشرية الكثيرة والمتنوعة وفحصها وتدبر أبعادها وخلفياتها واكتشاف المؤثرات والسنن التي ساهمت في بعثها وإيجادها قصد التزود والاعتبار ومحاولة تفهم الأسس النفسية للكثير من الأحداث والصراعات والانفعالات والتأثيرات والحروب الحاصلة والمتولدة عبر الأيام في تاريخ البشرية الحافل والطويل.[1]

–الوعي التاريخي هو "إدراك وربط الأسباب بمسبباتها، وربط الحوادث التاريخية في إطار علاقتها الزمنية والمكانية، كما أنه حالة متقدمة من الحس التاريخي الذي يقف عند إحساس الفرد أو الجماعة بقيمة الزمن والأحداث".

[1] فاطمة قدورة الشامي، علم التاريخ تطور مناهج الفكر وكتابة البحث العلمي من أقدم العصور إلى القرن العشرين، دار النهضة العربية، بيروت: 2001، ص175

-ويعرف أيضا بأنه: "ترابط مركب بين تفسيرات وتحليلات الفرد لأحداث الماضي وعلاقتها بتصوراته حول وقائع الحاضر، وتوقعاته المستقبلية من الزاوية السياسية والاقتصادية والاجتماعية القائمة على ما لدى الفرد من أدلة منطقية تبرر التوقعات التي يتبناها".

-كما يعرف بأنه عملية عقلية تمكن الفرد من إدراك الأشياء المحيطة به ويتغير لدى الفرد بتغير معرفته نحو قضية معينة مما يترتب عليه تغيير مشاعره وسلوكه، ويساعد فى قراءة الماضي والحاضر والمستقبل".

المبحث الثاني: آليات تعزيز الوعي الثقافي عبر المنصات الرقمية

المطلب الأول: مصادر تشكيل الوعي الثقافي في العصر الرقمي

هناك العديد من المصادر التي تنمي الثقافة لدى الأفراد والمجتمعات من أبرزها ما يأتي:

1. القراءة: من أهم المصادر التي تشكل ثقافة الأفراد، فتمكنهم الاطلاع على جوانب المعرفة وتسهم في تشكيل المعرفة والثقافة، لذلك يجب أن يراعي القارئ ما تقدمه النسخ الإلكترونية عبر المنصات الرقمية بما يعزز الوعي الثقافي ويزيد الحصيلة اللغوية.
2. مشاهدة الأفلام: دخلت الأفلام بأنواعها المختلفة في تشكيل ثقافة ووعي الأفراد باطلاعهم على جانب كبير من الموروث الثقافي الاجتماعي للحضارات وللدول الأخرى، كما أسهمت التكنولوجيا في تطوير تلك الصناعة من خلال البرامج المتطورة، كما أسهمت الأفلام في بيان بعض الحلول لبعض المشكلات الاجتماعية العامة وتصحيح العديد من المشكلات.
3. الانترنت ومواقع التواصل والمنصات الرقمية: أسهم كل ذلك في إحداث ثورة معرفية وثقافية غير مسبوقة، وغير مسيطر عليها في أغلب المجتمعات من خلال ما يقدمونه من مساهمات في التواصل الإنساني، والحصول السريع على المعلومة، مما سهل الدخول إلى الثقافات والحضارات المختلفة التي أثرت المخزون الثقافي والفكري والمعرفي لشعوب العالم وأحدثت تغيرات عديدة.[1]

[1] المجلة العربية لبحوث الإعلام والاتصال، كلية الإعلام، جامعة الدول العربية، العدد 46، يوليو – سبتمبر 2024، ص70،71.

4. ظهور العديد من القنوات الفضائية والتي تعنى بنشر الثقافة وبث البرامج ذات الأهداف النبيلة، أو تقديم محتويات ممنهجة.

5. الاهتمام بالمبدعين: إنشاء أندية عديدة والتي تعنى بالمحافظة عليهم ودعمهم وصقل شخصياتهم حتى يبدعوا أكثر فيما يقدمون.

6. انتشار ثقافة العمل التطوعي: انتشرت على الصعيد المحلي والدولي حملات التبادل الشبابي والثقافي بين الدول في المجالات التطوعية والكشفية وغيرها، وعزز ذلك من قدرة العديد من الفئات في التعرف بثقافات الشعوب الأخرى.

من خلال هذا وفي ظل التحولات المتسارعة التي فرضها العصر الرقمي، لم تعد مصادر تشكيل الوعي الثقافي تقليدية كما كانت، بل أصبحت ترتكز بشكل أساسي على الوسائط الرقمية التفاعلية، بما في ذلك المنصات الاجتماعية، والبودكاست، والمحتوى المرئي والمسموع المنتشر عبر الإنترنت. فقد سهّل هذا العصر الوصول إلى المعرفة، وفتح المجال أمام الأفراد لاكتساب ثقافة متعددة الأبعاد عبر نقرات بسيطة. فأصبح التفاعل مع الأحداث، وتبادل الآراء، والانفتاح على الثقافات الأخرى لا يتطلب أكثر من اتصال بشبكة الإنترنت.[1]هذا التحول الرقمي العميق غيّر من طبيعة تلقي الثقافة، حيث لم يعد المتلقي مجرد مستقبل سلبي، بل أصبح فاعلًا ومشاركًا في صناعة المحتوى وتوجيهه.

[1] المجلة العربية لبحوث الإعلام والاتصال، مرجع سبق ذكره، ص70.

المطلب الثاني: الإعلام الرقمي وتشكيل الوعي الثقافي

1. يُعد الإعلام الرقمي قوة محورية في تشكيل وعي الأفراد الثقافي، نظرًا لسرعة انتشاره وقدرته على الوصول الواسع، إذ يعمل على نقل المعلومة والرموز والقيم بشكل لحظي، ما يغير من أنماط التفكير والسلوك الثقافي لدى المتلقّي.[1]
2. أسهم الإعلام الرقمي في تعميق الوعي الثقافي لدى الشباب، من خلال المنصات التعليمية الرقمية، ومحتويات التبادل الثقافي، والكتب المفتوحة، إلا أن هذا التأثير لا يخلو من التحديات المتعلقة بتشويه المفاهيم أو نشر ثقافات استهلاكية سطحية[2]
3. كما ساهم الإعلام الرقمي في نشر الثقافة العالمية على حساب الخصوصية الثقافية المحلية، إذ قد يؤدي الانفتاح غير المنضبط إلى ذوبان الهويات الثقافية التقليدية، خاصة في ظل غياب استراتيجية رقمية لحماية التراث.[3]

[1] علي محمد عبد الحميد. "الإعلام الرقمي والوعي الثقافي: جدلية التأثير والتأثر"، مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، العدد 15، 2021، ص. 45. رابط: https://journals.uob.edu.bh/article/12345، تاريخ الاطلاع 20 ماي 2025، 14:40سا.

[2] بوقرة، نوال،"وسائط الإعلام الرقمي وبناء الوعي الثقافي عند الشباب"، مجلة دراسات إعلامية، العدد 8، 2020، ص. 88. رابط: https://revues.univ-alger.dz/media-awareness، تم الاطلاع بتاريخ 20 ماي 2025، على 14:50سا.

[3] حمدي سناء،"التحديات الثقافية في ظل الإعلام الجديد"، مجلة الآداب الرقمية، العدد 5، 2019، ص 103. رابط: https://www.digitalculturejournal.org/issues/5، تاريخ الزيارة: 20 ماي 2025، على 15:00سا.

4. ومن ناحية أخرى، أتاح الإعلام الرقمي للمجتمعات المهمشة التعبير عن ثقافتها وموروثها، من خلال المنصات التفاعلية التي تمنح الأفراد إمكانية إنتاج ونشر محتوى يعكس هويتهم، ما يخلق وعيًا جمعيًا جديدًا حول التنوع الثقافي.[1]

المطلب الثالث: دور المنصات الرقمية في تعزيز الوعي الثقافي

في ظل التحوّل الرقمي المتسارع، أصبحت المنصات الرقمية فضاءً حيويًا لا يقتصر فقط على الترفيه أو التواصل، بل تحول إلى أداة فاعلة في تعزيز الوعي الثقافي ويظهر ذلك من خلال:

1. المنصات وسيلة قوية للحفاظ على التراث الثقافي: فمن خلال ما يقدم عبر الإنترنت، يمكن تخزين المقاطع والقصص والتقاليد والعادات القيمة للأجيال القادمة. وتضمن هذه الأرشيفات الرقمية أن يظل التراث الثقافي متاحاً ومحمياً، حتى في مواجهة التدهور أو الكوارث الطبيعية.
2. المنصات بمثابة بوابة لتعزيز التراث الثقافي على نطاق عالمي: حيث يمكن الوصول إلى جمهور واسع يتجاوز الحدود الجغرافية كإقامة الندوات في العديد من المدن والبلدان والقرى والمناطق.

[1] جفال عادل، "الثقافة والهامش في الفضاء الرقمي"، مجلة وسائط معاصرة، العدد 11، 2021، ص 60، رابط: https://www.mediacontent.org/contemporarymedia ،تاريخ الزيارة: 20ماي 2025، على 15:15 سا.

3. تسمح المنصات وما يعرض من خلالها كالصور المميزة والسرد القصصي الجذاب والتجارب الغامرة أن يعرض جمال وتنوع التراث الثقافي لجمهور أوسع: وذلك يعزز التفاهم والتقدير بين الثقافات، كما تعمل المنصات كمحفز للابتكار الثقافي والإبداع. ومن خلال مزج أشكال الفن التقليدي مع تقنيات الوسائط الحديثة، يمكن إنشاء محتوى خلاب يبث حياة جديدة في التراث الثقافي.

4. تسمح المنصات بالتجوال في الواقع الافتراضي للمواقع التاريخية والتطبيقات التفاعلية: فتمكن المنصات إعادة صياغة التراث وإعادة تفسيره، مما يجعله ملائماً وجذاباً لكل وقت وكل متابع.

5. يمكن أن توفر المنصات ملجأ ممتاز للمجتمعات المهمشة لاستعادة تراثها الثقافي والاحتفال به: ففي كثير من الحالات يتم التغاضي عن التقاليد والممارسات الثقافية أو تهميشها، ولكن من خلال المنصات، تستطيع هذه المجتمعات مشاركة قصصها، وتحدي الصور النمطية، وتأكيد هويتها الثقافية ويلعب هذا التمكين دوراً محورياً في الحفاظ على الممارسات الثقافية المهددة بالانقراض وإحيائها، مما يضمن بقائها للأجيال القادمة.[1]

[1] المجلة العربية لبحوث الإعلام والاتصال، مرجع سابق ص 73.

المبحث الثالث: أهمية الوعي التاريخي وتعزيزه في العصر الرقمي

المطلب الأول: أهمية الوعي التاريخي وأبعاده

1. أهمية الوعي التاريخي:

-تعد دراسة التاريخ والوعي بالماضي أمراً هاماً بالنسبة للفرد والمجتمع معاً فمن خلال دراسة التاريخ يمكن للفرد اكتشاف وتسجيل الكثير من الحقائق التي تتعلق بالجنس البشري، وهذا الوعي بالماضي يتلقاه الفرد وهو طفل صغير وينمو لديه عبر مراحل حياته من خلال تعليمه وتعلمه.

-يعد الوعي التاريخي أمر مهم فتراث أي أمة هو نواة بقائها ودعامة وجودها الحضاري، والإلمام به يعني التعرف على الماضي والحاضر والمستقبل، وأن أي أمة لن تستطيع أن تسير قدماً إلى الأمام بخطى راسخة إلا إذا أدركت جذور تراثها وربطت خيوط ماضيها بحاضرها ومستقبلها.

-يساعد الوعي التاريخي على فهم الأحداث التاريخية وذلك باستدعاء جذورها وأسبابها، ومعرفة ظروفها ووقت وقوعها، كما أنه يساعد على الفهم الواسع والمعقول والموضوعي لأبعاد الأحداث التاريخية وتداعياتها وأثارها بهدف تكوين رؤية تجاهها.[1]

[1] عبد الحميد فتحي عبد الحميد الحولة،وآخرون،"فاعلية استراتيجية الدعامات التعليمية الإلكترونية لتنمية الوعي التاريخي والتفكير البصري والاندماج الدراسي لدى عينة من تلاميذ المرحلة الإعدادية الأزهرية"، مجلة جامعة النجوم للعلوم التربوية والتنمية، المجلد 17، العدد 05، أبريل 2023، ص374،375.

-الفرد الذي يتسم بالوعي التاريخي يستطيع أن يشعر بقيمة الأعمال التاريخية المنجزة ويفكر في المعنى الباطني لهذه الأعمال، والذي يمكن أن يفيده كشخص ويفيد كذلك مجتمعه، فمعنى الماضي يصبح واضحاً وذا مغزى من خلال فهم الحاضر وبالتالي يتم وضع الحقائق في علاقات، وإعطاء معنى جديد لها لم يكن موجود من قبل.

-يعمل على التحليل الاجتماعي للحاضر في ضوء خبرات الماضي، والمشاركة الاجتماعية في سبيل حل المشكلات المعاصرة، وتنقية الحاضر من شوائبه تحقيقاً لمستقبل أفضل.

-يعمل على تفاعل الافراد مع الأحداث والقضايا المعاصرة لتقليل الفجوة بين الأحداث والتطورات.

2. أبعاد الوعي التاريخي: يمكن تقسيم الوعي التاريخي للأبعاد التالية:

أ. **البعد المعرفي:** ويتمثل في المعرفة التاريخية اللازمة للإنسان، وتشمل الحقائق -المعلومات - المفاهيم - التعميمات).

ب. **البعد المهاري:** ويتمثل في الوعي بالمعرفة التاريخية من خلال امتلاك الفرد مجموعة من المهارات التي تمكنه من الربط والنقد والتحليل واتخاذ القرار فيما يتعلق بالأحداث والقضايا التاريخية.

ج. البعد الوجداني: ويتمثل في مجموعة القيم الخلقية والاجتماعية التي يكتسبها الفرد من خلال المعرفة التاريخية، والتي من خلالها يتشكل لديه الاتجاهات الإيجابية.[1]

[1] عبد الحميد فتحي عبد الحميد الحولة، وآخرون، مرجع سابق، ص377.

المطلب الثاني: تعزيز الوعي التاريخي في ظل البيئة الرقمية

في ظل التحولات المتسارعة التي تعرفها البيئة الرقمية، بات تعزيز الوعي التاريخي يتطلب مقاربات جديدة تتماشى مع أنماط استهلاك المحتوى لدى الأفراد، خاصة الشباب. ولم يعد الخطاب التاريخي حكرًا على الكتب المدرسية أو الوثائقيات التقليدية، بل أصبح يُعاد تقديمه بأساليب حديثة من خلال الوسائط الرقمية والبودكاستات ومنصات التواصل، ما يفتح آفاقًا واسعة لإعادة ربط الأجيال بجذورها وتاريخها المشترك، وفيما يلي أبرز المظاهر التي ساهمت بها البيئة الرقمية في تعزيز الوعي التاريخي:

أ. إتاحة الوصول الواسع إلى المعلومات التاريخية: وفرت الأرشيفات الرقمية وقواعد البيانات على الإنترنت إمكانيات غير مسبوقة للوصول إلى المصادر التاريخية، مما أتاح لجمهور واسع التفاعل مع التاريخ وتفسيره، وساهم في دمقرطة المعرفة التاريخية.

ب.تحوّل مفهوم الحقيقة التاريخية: في العصر الرقمي، لم يعد هناك تصور واحد "مطلق" للحقيقة، بل أصبحت هناك مستويات متعددة للحقيقة بفعل وفرة المعلومات، مما دفع المؤرخين إلى التحلي بالنقد والحيطة عند التعامل مع المعطيات الرقمية كما يفعلون مع المصادر الورقية.[1]

[1] المعرض الدولي للنشر والكتاب، "الكتابة التاريخية الرقمية.. الأسلوب الجديد في التأريخ"، نُشر في 6 جوان 2023، تم الاطلاع عليه في 18ماي 2025 على 18:30 سا. https://siel.ma/cp-infos-jour/

ج. قوة الصورة وتأثيرها على الوعي: أصبحت الصورة الرقمية (الفيديو، الإنفوغراف، الصور التوثيقية...) تؤثر بشكل أكبر وأسرع على المتلقي مقارنة بالنص الورقي، مما يعيد تشكيل الوعي التاريخي ويجعله أكثر حيوية وتفاعلاً.

د. الحفاظ على الذاكرة التاريخية ومشاركتها: تُمكن التقنيات الرقمية من توثيق المخطوطات، وتحديد أماكنها وأزمنتها، وتوفيرها للجمهور من دون الحاجة إلى السفر أو الوصول المادي إلى المكتبات، مما يُسهم في صون الذاكرة الجماعية.

هـ. إعادة بناء الروايات التاريخية بطرق جديدة: من خلال أدوات العرض الرقمي (مثل الخرائط التفاعلية، النمذجة ثلاثية الأبعاد، الواقع الافتراضي...)، يمكن إعادة تصور الأحداث التاريخية بطريقة تسمح بفهم أعمق وأكثر ارتباطًا بالواقع.

و. فتح آفاق جديدة للحوار الثقافي: تتيح الكتابة التاريخية الرقمية التفاعل مع الثقافات الأخرى والانفتاح عليها، مما يعزز من فهمنا الجماعي للتاريخ ويدعم الحوار بين الحضارات.

ز. إشراك الشباب والجامعات: راهن عدد من الأكاديميين على أدوار الشباب والمراكز الجامعية في تطوير أدوات رقمية جديدة وتقديم مساهمات فعلية في نشر التاريخ الرقمي، مما يعزز اندماج الأجيال الجديدة في الوعي التاريخي المعاصر.[1]

[1] المعرض الدولي للنشر والكتاب، مرجع سبق ذكره.

خلاصة:

وفي الأخير، فإن الوعي التاريخي والثقافي ليس تراكماً معرفياً فحسب، بل هو عملية حية يُعيد من خلالها الإنسان وصل ذاته بجذوره وفهم حاضره في ضوء ماضيه.

وإذا كان الإعلام سابقًا يختزل هذه العلاقة في صور جامدة وسرديات أحادية، فإن الوسائط الرقمية الحديثة، وعلى رأسها البودكاست، فتحت أفقًا جديدًا لهذا الوعي، من خلال ما تتيحه من سرد متعدد، وتجارب معيشة تُروى من زوايا مختلفة.

فالبودكاست لا يُعيد فقط تشكيل علاقة الطالب بالمعرفة، بل يمنحه فرصة ليكون جزءًا من الحكاية، لا مجرد متلقٍّ لها، ويستعيد بذلك صوته في سرد تاريخه، وفهم ثقافته، وبناء وعيه بذاته ومجتمعه.

الإطار التطبيقي

الفصل الرابع:

تفريغ البيانات وتحليلها

تمهيد:

يتناول هذا الفصل الجانب التطبيقي من الدراسة، حيث نعرض فيه نتائج الاستمارة التي تم توزيعها على عينة قصدية مكوّنة من 82 طالبًا من طلبة الماستر بالمدرسة الوطنية العليا للصحافة وعلوم الإعلام، بهدف استقراء آرائهم ومواقفهم من بودكاست "مغارب" على منصة "أثير"، ومدى إسهامه في تعزيز وعيهم التاريخي والثقافي.

يشمل المبحث الأول ثلاثة مطالب رئيسية، نبدأ فيها بتقديم نبذة تعريفية عن البودكاست محل الدراسة، ثم ننتقل إلى عرض وتحليل الجداول الإحصائية المستخرجة بواسطة برنامج SPSS، من خلال تقسيمها إلى جداول بسيطة وأخرى مركبة، مع تقديم تحليل كمي وكيفي لكل فئة. ويُختتم الفصل بعرض لأبرز نتائج الدراسة، متبوعًا بخاتمة تُلخّص ما تم التوصل إليه.

المبحث الأول: عرض ومناقشة مخرجات SPSS

المطلب الأول: ماهية البودكاست قيد الدراسة

1. لمحة عن البودكاست:

بودكاست "مغارب" هو بودكاست حواري يقدمه الإعلامي محمد الرماش، يغوص في قصص دول شمال إفريقيا الاجتماعية والثقافية والسياسية، من خلال قراءة تقف خارج النص، وحكاية الواقع عبر استحضار الشهود أو أصحاب التجارب. يشكل ذلك مدخلاً لقراءة التاريخ والواقع بعين استشرافية، تبرز الإرث الحقيقي للشعوب المغاربية

2. لمحة عن مقدم البودكاست:

محمد الرماش هو صحفي وإعلامي مغربي، حاصل على درجة الدكتوراه في العلوم الإنسانية والاجتماعية من جامعة ابن طفيل في المغرب. بدأ مسيرته الصحفية من إذاعة بي بي سي عربي، ثم انتقل إلى شبكة الجزيرة ليعمل مراسلًا في باريس لسنوات عديدة. يعمل حاليًا في قناة الجزيرة، حيث يقدّم العديد من البرامج الحوارية والتحليلية التي تناقش قضايا سياسية واجتماعية وثقافية في العالم العربي.[1]

[1] موقع مملكة العلم، محمد رماش: السيرة الذاتية، https://www.maleilms.net/ (تم الاطلاع عليه بتاريخ 2025/05/22، سا 22:00)

يُقدّم حاليًا بودكاست مغارب على منصة أثير التابعة لشبكة الجزيرة، كما يقدّم برنامج "مواطنون من الدرجة الثانية" على المنصة ذاتها، حيث يعالج قضايا المواطنة في أوروبا عبر سلسلة وثائقية. إلى جانب ذلك، قدّم في السابق عددًا من الأفلام الوثائقية، من أبرزها:

"الذاكرة المنسية: حكاية الصحراء الغربية"، "صراع الهوية: الأمازيغ في المغرب"

يُعرف محمد الرماش بجرأته في طرح المواضيع الحساسة ومناقشتها بشكل موضوعي، دون تردد في التعبير عن رأيه. كما يُدافع عن قضايا الحرية والديمقراطية وحقوق الإنسان، ويُناصر نضال الشعوب العربية في كفاحها من أجل التحرر والعدالة الاجتماعية. ورغم أن بعض آرائه أثارت الجدل، إلا أنه يحظى باحترام كبير من قبل شريحة واسعة من الجمهور العربي.

3. الجوائز التي تحصل عليها بودكاست "مغارب":[1]

تحصّل البودكاست على جائزتين من SIGNAL سيغنال العالمية للبودكاست، متفوقًا بذلك على أبرز البودكاستات العالمية في هذا المجال، وعلى الرغم من انطلاقته الحديثة التي لم تتجاوز ثلاث سنوات، استطاع "مغارب" أن يثبت نفسه كمنافس قوي وفعّال، من خلال إنتاج 12 حلقة حتى اليوم.

كانت البداية مع حلقة "التراث الأندلسي في إسبانيا" رفقة أديبة روميرو، والتي تجاوزت مشاهداتها 5.8 مليون مشاهدة، ما أهلها للفوز بالميدالية الذهبية لأفضل حلقة تاريخية. وقد

[1] رويا السعودية، أثير تتألق عالميًا وتحصد ثلاث جوائز في جوائز سيغنال العالمية للبودكاست، تاريخ الاطلاع 22-05-2025 على الساعة 22:30، https://royasaudi.com/

قدمت هذه الحلقة رؤية متعمقة حول تاريخ الموريسكيين وإرثهم الثقافي في إسبانيا، مشددة على أهمية الحفاظ عليه، وذلك عبر جزأين.



المصدر: الصفحة الرسمية لمنصة أثير

إلى جانب ذلك، يتميز بودكاست "مغارب" بتنوع موضوعاته الثقافية والاجتماعية، حيث يسلط الضوء على التنوع الثقافي في منطقة المغرب العربي، وينقل للمستمعين تاريخها وثقافاتها، مبرزًا أهمية هذا التنوع الحضاري بوصفه تراثًا عريقًا.[1]

[1] رويا السعودية، مرجع سبق ذكره.

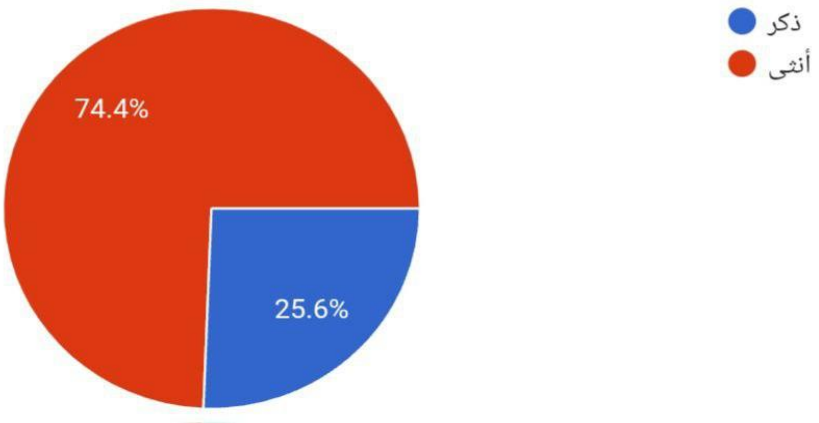
عرض وتحليل نتائج الدراسة الميدانية:

المطلب الثاني: التحليل الكمي والكيفي للجداول البسيطة

❖ **الجدول رقم:01 يمثل توزيع أفراد العينة حسب متغير النوع**

المتغير	النوع	التكرار	النسبة المئوية
الجنس	ذكر	21	%25.6
	انثى	61	%74.4
المجموع		**82**	**%100**

المصدر: من إعداد الطالبة وفق مخرجات spss



شكل رقم(01): يمثل توزيع أفراد العينة حسب متغير النوع

يوضح الجدول أعلاه كيفية توزيع المبحوثين حسب متغير النوع، حيث نلاحظ أن معظم أفراد العينة هم من فئة الإناث بنسبة قدرت ب 74.4% في حين بلغت نسبة الذكور ب 25.6% ويُشير هذا التوزيع إلى هيمنة واضحة للعنصر النسوي ضمن عينة الدراسة، وقد يُفسر هذا التوزيع بكون عدد الطالبات يفوق عدد الطلبة في هذا التخصص، مما انعكس على نسبة المشاركة في الدراسة .

❖ **الجدول رقم 2: توزيع أفراد العينة حسب متغير السن (العمر):**

المتغير	الفئة	التكرار	النسبة المئوية
العمر	من 20 الى 23 سنة	59	%72
	من 24 الى 27 سنة	23	%28
	28 سنة فما فوق	00	%00
المجموع		**82**	**%100**

المصدر: من إعداد الطالبة وفق مخرجات spss

من خلال بيانات الجدول، يتبين أن أكبر نسبة من عينة الدراسة كانت ضمن الفئة العمرية من 20 إلى 23 سنة، بنسبة 72%، أي ما يعادل 59 مبحوثًا.

بينما بلغت نسبة المشاركين الذين تتراوح أعمارهم بين 24 و27 سنة 28%، أي ما يعادل 23 مبحوثًا، في حين لم تُسجل أي مشاركة من الفئة التي تفوق أعمارها 28 سنة.

ويُظهر هذا التوزيع أن معظم المشاركين ينتمون إلى الفئة العمرية الشابة، وهو ما يعكس إلى حد كبير التركيبة العمرية المعتادة لطلبة الماستر، حيث يندرج أغلبهم ضمن الفئة ما بين 20 و27 سنة.

وربما يُشير هذا إلى أن فئة الشباب قد تكون من بين الفئات الأكثر تفاعلًا مع البودكاست والإعلام الرقمي، نظرًا لطبيعة اهتماماتها وسهولة تأقلمها مع الوسائط الحديثة

❖ **الجدول رقم (03) : توزيع أفراد العينة حسب متغير المستوى الجامعي**

المتغير	البيان	التكرار	النسبة المئوية
المستوى الجامعي	سنة أولى ماستر	13	%15.9
	سنة ثانية ماستر	26	%31.7
	سنة ثالثة ماستر	43	%52.4
المجموع		**82**	**%100**

المصدر: من إعداد الطالبة وفق مخرجات spss

يوضح الجدول أن أعلى نسبة من أفراد العينة تنتمي إلى السنة الثالثة ماستر، بنسبة 52.4%، أي ما يعادل 43 مبحوثًا، تليها فئة السنة الثانية ماستر بنسبة 31.7% (26 مبحوثًا)، ثم فئة السنة الأولى ماستر بنسبة 15.9% (13 مبحوثًا).

ويُشير هذا التوزيع إلى أن أكثر من نصف المشاركين هم من طلبة السنة الثالثة ماستر، وهي الفئة التي يُتوقّع أن تكون قد قضت وقتًا أطول في التكوين الجامعي، ما قد يجعلها أكثر إلمامًا بالقضايا الثقافية والتاريخية، وكذلك أكثر احتكاكًا بالمنتجات الإعلامية مثل البودكاست.

وقد يكون ارتفاع نسبة المشاركة من هذه الفئة ناتجًا عن وعيها بأهمية الدراسات الأكاديمية، واستعدادها للمساهمة في البحوث ذات الصلة بمجال تخصصها.

❖ **الجدول رقم (04) : توزيع أفراد العينة حسب متغير التخصص:**

المتغير	البيان	التكرار	النسبة المئوية
التخصص	إتصال مؤسساتي	09	%11
	صحافة سمعية بصرية ورقمية	32	%39
	صحافة وإتصال رياضي	13	%15.9

	جيوسياسية وسائل الإعلام	20	%24.4
	وسائل الإعلام ثقافة ومجتمع	08	%9.8
المجموع		**82**	**%100**

المصدر: من إعداد الطالبة وفق مخرجات spss

يوضح الجدول أن تخصص الصحافة السمعية البصرية والرقمية سجّل أعلى نسبة من المشاركين، بـ 39%، أي ما يعادل 32 مبحوثًا، يليه تخصص الجيوسياسية وسائل الإعلام بنسبة 24.4% (20 مبحوثًا)، ثم تخصص الصحافة والاتصال الرياضي بنسبة 15.9% (13 مبحوثًا). أما تخصص الاتصال المؤسساتي فمثّله 9 مبحوثين بنسبة 11%، وأخيرًا تخصص وسائل الإعلام، ثقافة ومجتمع بنسبة 9.8% (8 مبحوثين)، ويُبيّن هذا التوزيع تنوّع التخصصات الأكاديمية لعينة الدراسة، مع هيمنة نسبية لتخصص الصحافة السمعية البصرية والرقمية، وهو ما قد يرتبط بطبيعة الموضوع المدروس، باعتباره ذا صلة وثيقة بالمجال الرقمي والإنتاج السمعي البصري، كما أن ارتفاع نسبة مشاركة الطلبة من هذا التخصص قد يُشير إلى اهتمامهم المتزايد بالبودكاست كوسيلة إعلامية حديثة، تتقاطع بشكل مباشر مع ميدان تكوينهم الأكاديمي والمهني.

❖ **الجدول رقم(05) يمثل وتيرة متابعة بودكاست "مغارب"**

المتغير	البيان	التكرار	النسبة المئوية
ما وتيرة متابعتك لبودكاست "مغارب"	يوميا	05	%6.1
	اسبوعيا	13	%15.9
	شهريا	04	%4.9
	عند توفر الوقت	43	%52.4
	نادرا	17	%20.7
المجموع		**82**	**%100**

المصدر: من إعداد الطالبة وفق مخرجات spss

يكشف الجدول الخامس أن نسبة 52.4% من عينة الدراسة تتابع بودكاست "مغارب" عند توفر الوقت، وهي أعلى نسبة مسجلة، تليها نسبة 20.7% ممن يتابعونه نادراً، مقابل 15.9% أسبوعياً، و6.1% يومياً، مما يعكس نمط متابعة غير منتظم يرتبط غالبًا بعوامل الوقت الشخصي أو توافر المحتوى. وقد يعود ذلك إلى عدم انتظام نشر حلقات البودكاست من طرف المنصة نفسها أو سلوك الجمهور الشبابي في استهلاك المحتوى الرقمي، الذي يتميز بالمرونة والاختيار حسب الحاجة، وقد توافقت هذه النتيجة مع ما توصلت إليه دراسة عبدا لرزاق غزال ووفاء بورحلي (2021)، حيث بيّنت أن نسبة كبيرة من المستخدمين يتعرضون للبودكاست "بالصدفة ويتابعونه باستمرار"، ما يعكس أيضًا نمط متابعة غير دوري ولكنه مستمر.

كما أظهرت دراسة أحمد بن سويدان (2024) أن أحد أسباب التفاعل العالي مع البودكاست الثقافي هو سهولة الوصول وإمكانية الاستماع عند الطلب، وليس بالضرورة التكرار المنتظم، وهو ما يدعم تفسير تفضيل العينة للاستماع عند توفر الوقت كما تنسجم هذه النتائج مع نظرية الاستخدامات والإشباعات التي قمنا بالإشارة اليها في الاسناد النظري والتي تُؤكد أن الجمهور يُقبل على الوسيلة متى أحس أنها تُشبع حاجاته، سواء معرفية أو وجدانية، دون ارتباط زمني صارم.

❖ **الجدول رقم(06): يمثل منصات متابعة بودكاست "مغارب".**

المتغير	البيان	التكرار	النسبة المئوية
عبر أي منصة تتابع بودكاست "مغارب"؟	يوتيوب	67	%81.7
	سبوتيفاي	05	%6.1
	أبل بودكاست	04	%4.9
	اخرى	06	%7.3
المجموع		**82**	**%100**

المصدر: من إعداد الطالبة وفق مخرجات spss

تشير النتائج المرفقة في الجدول إلى أن أغلب أفراد العينة (81.7%) يفضلون متابعة بودكاست "مغارب" عبر منصة يوتيوب، في حين يختار 6.1% منهم سبوتيفاي، و4.9% يستخدمون منصة آبل بودكاست، والباقي يتابعون عبر منصات أخرى مثل تطبيق الجزيرة 360 ومقاطع Reels على الإنستغرام بنسبة 7.3%، ويُظهر هذا التوزيع أن يوتيوب هي

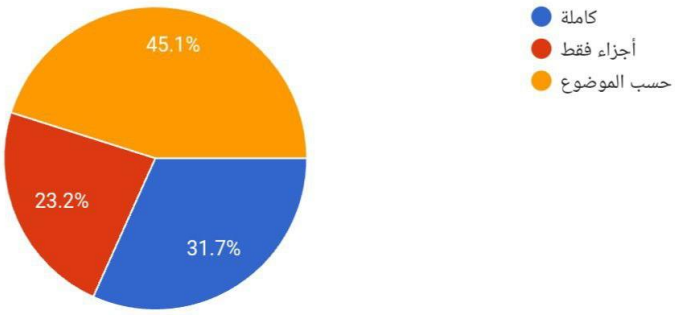
المنصة الأكثر شعبية بين المستمعين لبودكاست "مغارب"، ربما بسبب توفرها على محتوى مرئي وصوتي، وسهولة الاستخدام، وانتشارها الواسع بين فئة الشباب.

كما يشير إلى تنوع الوسائل التي يعتمد عليها المستمعون في متابعة البودكاست، ما يعكس تعدد الخيارات الرقمية المتاحة لهم.

❖ **الجدول رقم (07): يمثل نمط متابعة حلقات بودكاست "مغارب" (كاملة، مجتزأة، حسب الموضوع)**

المتغير	البيان	التكرار	النسبة المئوية%
هل تتابع الحلقات كاملة أم مجتزأة؟	كاملة	26	31.7
	اجزاء فقط	19	%23.2
	حسب الموضوع	37	%45.1
المجموع		**82**	**%100**

المصدر: من إعداد الطالبة وفق مخرجات spss



شكل رقم (02): يمثل نمط متابعة حلقات بودكاست "مغارب" (كاملة، مجتزأة، حسب الموضوع)

يكشف الجدول أن غالبية المشاركين في الدراسة (بنسبة 45.1%) يفضلون متابعة حلقات بودكاست "مغارب" حسب الموضوع المطروح، بينما أشار 31.7% إلى أنهم يتابعون الحلقات كاملة، في حين اكتفى 23.2% بمتابعة أجزاء فقط.

تشير هذه النتائج إلى أن الاختيار الموضوعي يمثل عاملاً حاسمًا في قرار الاستماع، وهو ما يدل على وعي نقدي لدى الجمهور في استهلاك المحتوى السمعي، حيث ينجذب المستمع نحو الحلقات التي تتقاطع مع اهتماماته أو حاجاته المعرفية، وهذا ما تؤكده نظرية الاستخدامات والإشباعات، حيث ينخرط الجمهور في استهلاك الوسائط بشكل انتقائي وواعٍ بحثًا عن محتوى يلبي تطلعاته الخاصة، دون التقيّد بالمتابعة الكاملة أو المنتظمة، وتتوافق هذه المعطيات مع ما توصلت إليه دراسة Wachirapon Srimahalap (2020)، والتي أظهرت أن المستمعين يختارون الحلقات بناءً على الموضوعات التي تثير اهتمامهم، ويُفضّلون الاستماع المجتزأ في كثير من الحالات. كما دعمت نتائج Nicky Stephani وآخرين (2021) هذه الفكرة، حيث بينت أن الشباب الحضري يميلون إلى الاستهلاك المرن للمحتوى الرقمي حسب الأولوية والاهتمام.

بناء على ذلك، فإن تعزيز الجاذبية الموضوعية للحلقات، من خلال اختيار عناوين دقيقة ووصف غني بالمعلومة، قد يكون له دور محوري في جذب عدد أكبر من المستمعين وتوسيع دائرة التفاعل مع بودكاست "مغارب".

❖ **الجدول رقم (08): يمثل أماكن متابعة بودكاست "مغارب"**

المتغير	البيان	التكرار	النسبة المئوية%
أين تتابع عادة بودكاست "مغارب" ؟	في المنزل	37	45.1
	اثناء التنقل	31	%37.8
	في الجامعة او مكان الدراسة	00	%0.00
	في اماكن عامة	4	4.9
	اثناء ممارسة نشاطات بدنية	7	8.5
	اخرى	3	3.7
المجموع		**82**	**%100**

المصدر: من إعداد الطالبة وفق مخرجات spss

يكشف الجدول أن النسبة الأكبر من المشاركين في الدراسة يتابعون بودكاست "مغارب " في المنزل بنسبة بلغت 45.1% (37 فردًا)، تليها نسبة معتبرة تمثل 37.8%ممن يستمعون إليه أثناء التنقل، خاصة في وسائل النقل. بينما لم يُسجّل أي فرد متابعة الحلقات في الجامعة أو مكان الدراسة، وسجلت نسب أقل للاستماع في أماكن عامة (4.9%)وأثناء ممارسة نشاطات بدنية (8.5%)، في حين بلغت نسبة "أخرى" 3.7.% ما يعكس تباينًا واضحًا في أماكن الاستماع، وبما أن عينة دراستنا تتكون من طلبة الماستر في المدرسة العليا للصحافة

وعلوم الإعلام، فمن الطبيعي أن يُشكّل وقت التنقل الطويل داخل حافلات نقل الطلبة أحد الفضاءات الأساسية لاستهلاك المحتوى الصوتي، مثل البودكاست، خاصة في ظل الروتين اليومي وضغط الجدول الدراسي. هذا ما يفسر ارتفاع نسبة الاستماع أثناء التنقل، باعتباره وقتًا فراغيًا غير مستغل يُحوّله الطلبة إلى فرصة للتعلّم واكتساب المعرفة.

تتوافق هذه النتيجة مع ما توصلت إليه دراسة Wachirapon Srimahalap (2020)، التي أشارت إلى أن المستمعين غالبًا ما يستهلكون البودكاست أثناء أداء أنشطة روتينية لا تتطلب تركيزًا ذهنيًا عاليًا، مثل التنقل أو التمارين الرياضية، مما يُسهل عملية دمج المعرفة في الحياة اليومية، كما دعمت دراسة أحمد بن سويدان (2024) فكرة أن مرونة البودكاست وسهولة الوصول إليه في أي زمان ومكان تجعله وسيلة مفضلة لدى الشباب، خاصةً عند توفر سماعات وأجهزة محمولة.

هذا التوجه ينسجم تمامًا مع نظرية الاستخدامات والإشباعات، التي تؤكد أن الجمهور، وخصوصًا الطلبة، يختار الوسيلة الإعلامية التي تلائم وقته، وحاجاته، ونمط حياته. فالبودكاست يُتيح لهم الجمع بين التعلّم والترفيه دون تعطيل أنشطتهم الأخرى، وهو ما يُعد من أبرز نقاط قوة بودكاست "مغارب".

❖ **الجدول رقم (09): يمثل توقيت تفضيل متابعة بودكاست "مغارب"**

المتغير	البيان	التكرار	النسبة المئوية

في أي وقت تفضل المشاهدة أو الاستماع إلى بودكاست "مغارب"؟	صباحا	13	%15.9
	مساء	15	%18.3
	قبل النوم	43	%52.4
	لا وقت محدد	11	%13.4
المجموع		**82**	**%100**

المصدر: من إعداد الطالبة وفق مخرجات spss

يكشف الجدول أن غالبية المشاركين في الدراسة، بنسبة 52.4% (43 فرداً من أصل 82)، يفضلون الاستماع أو مشاهدة بودكاست "مغارب" قبل النوم، تليها نسبة 18.3% ممن يفضلونه مساءً، ثم 15.9% صباحاً، في حين أفاد 13.4% بأنه لا وقت محدد لديهم للمتابعة. ويعكس هذا التوزيع أن فئة كبيرة من العينة تختار الأوقات الهادئة والخاصة – كفترة ما قبل النوم – لمتابعة المحتوى، وهو ما يُرجح حاجة الجمهور إلى محتوى تأملي، سردي، وذو طابع معرفي في نهاية يومهم.

تتوافق هذه النتيجة مع ما ورد في دراسة Wachirapon Srimahalap (2020) التي أشارت إلى أن المستمعين غالباً ما يفضلون استهلاك البودكاست في أوقات الراحة والانعزال، لما يوفره من محتوى سردي ومرن يناسب اللحظات الهادئة. كما دعمت دراسة أحمد بن سويدان (2024) هذا الطرح، حين أكدت أن البودكاست يُستهلك بشكل أكبر عند توفر الجو المناسب ذهنيًا، وليس بالضرورة في أوقات محددة بالروتين اليومي، ومن جانب آخر، فإن

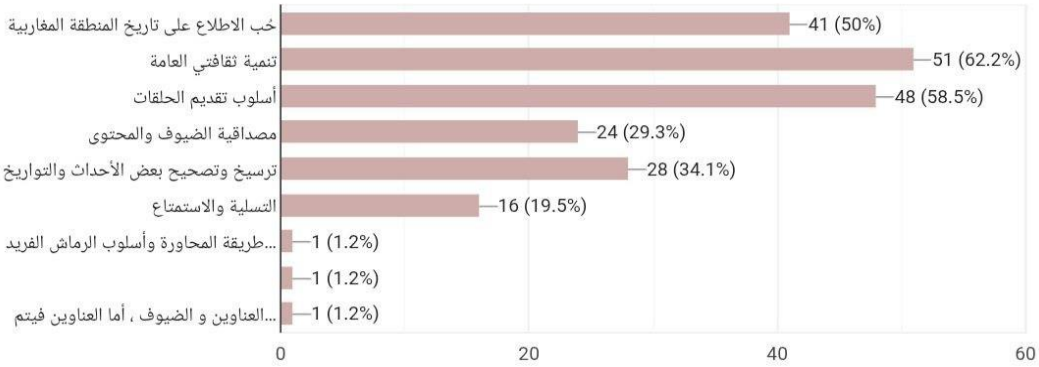
النتيجة تنسجم بوضوح مع نظرية الاستخدامات والإشباعات، حيث يسعى الطلبة، خصوصاً في أوقات الراحة، إلى إشباع حاجاتهم المعرفية والثقافية من خلال وسائط مرنة كالبودكاست، في بيئة خالية من التشتت الذهني، وهو ما يعزز التلقي الإيجابي للمعلومة ويجعل من توقيت الاستماع عاملاً مؤثراً في التجربة الإعلامية.

❖ **الجدول رقم (10): يمثل دوافع متابعة بودكاست "مغارب"**

المتغير	البيان		التكرار	النسبة المئوية
ما الذي يدفعك إلى متابعة بودكاست "مغارب"؟	حُب الاطلاع على تاريخ المنطقة المغاربية	نعم	41	%50.0
		لا	41	%50.0
	المجموع		**82**	**%100**
	تنمية ثقافتي العامة	نعم	52	%63.4
		لا	30	%36.6
	المجموع		**82**	**%100**
	أسلوب تقديم الحلقات	نعم	30	%36.6
		لا	52	%63.4
	المجموع		**82**	**%100**
	مصداقية الضيوف والمحتوى	نعم	11	%13.4
		لا	71	%86.6
	المجموع		**82**	**%100**
	يتميز بالصدق ترسيخ وتصحيح بعض الأحداث والتواريخ.	نعم	10	%12.2
		لا	72	%87.8
	المجموع		**82**	**%100**
	التسلية والاستمتاع	نعم	8	%9.8

		لا	74	%90.2
	المجموع		**82**	**%100**

المصدر: من إعداد الطالبة وفق مخرجات spss



شكل رقم (03): يمثل دوافع متابعة بودكاست "مغارب"

أظهرت نتائج الجدول أن أبرز دافعين دفعا الطلبة لمتابعة بودكاست "مغارب" هما تنمية الثقافة العامة بنسبة 63.4%، وحب الاطلاع على تاريخ المنطقة المغاربية بنسبة 50%.

وهذا يعكس توجهًا معرفيًا واضحًا لدى الطلبة، حيث يُعد البودكاست أداة لتعزيز معارفهم وربطهم بهويتهم التاريخية والثقافية، خاصة في ظل ندرة المحتوى الإعلامي الذي يتناول المنطقة المغاربية بعمق.

أما بقية الدوافع، فرغم أنها جاءت بنسب أقل، إلا أنها تقدم مؤشرات مهمّة حول كيفية تلقي الطلبة للمحتوى:

أسلوب تقديم الحلقات (36.6%) كان محفزًا لثلث العينة تقريبًا، ما يشير إلى أهمية الطريقة التي يُقدّم بها المحتوى، ويُبرز دور الإخراج والأسلوب التواصلي في جذب المتابع. هذا معطى مهم، خاصة في البيئة الرقمية التي تنافس فيها عدة منصات على انتباه المستخدم.

مصداقية الضيوف والمحتوى (13.4%) وترسيخ وتصحيح بعض الأحداث والتواريخ (12.2%) يدلان على أن نسبة من الطلبة تنجذب للبودكاست بسبب دقته وعمقه في تناول الأحداث. هذا يبرز أن هناك فئة – ولو صغيرة – تتابع الحلقات بعين ناقدة وتهتم بالمصداقية، ما يعكس وعيًا إعلاميًا متقدمًا لدى بعض الطلبة.

التسلية والاستمتاع (9.8%)، رغم كونها النسبة الأقل الا أنها تبرز أن البودكاست لا يُنظر إليه فقط كمصدر معلومات، بل يجد فيه البعض أيضًا جانبًا من المتعة والراحة النفسية. وهذا جانب لا ينبغي إغفاله، لأنه يعكس مدى قدرة البودكاست على الدمج بين الفائدة والمتعة، وهي ميزة مهمة في الإعلام الرقمي المعاصر.

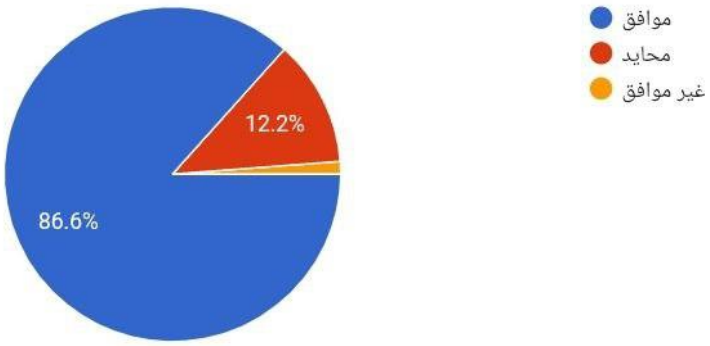
تنسجم هذه النتائج مع ما أكدته نظرية الاستخدامات والإشباعات، التي تنظر للجمهور على أنه فاعل يختار الوسيلة الإعلامية بناءً على دوافعه المتنوعة، سواء كانت معرفية، وجدانية أو حتى ترفيهية.

كما نجد توافقًا ملحوظًا مع ما توصلت إليه دراسة Wachirapon Srimahalap (2020)، التي أشارت إلى تنوع دوافع الاستماع للبودكاست بين المعرفة، الترفيه، وتقدير طريقة التقديم. وكذلك مع دراسة أحمد بن عبد العزيز بن سويدان التي أبرزت أن أسلوب التقديم والمصداقية يمكن أن يؤثرا بشكل كبير على قرارات الجمهور في متابعة المحتوى الثقافي

❖ **الجدول رقم(11): يمثل آراء الطلبة حول الأسلوب المشوق في عرض الوقائع التاريخية في بودكاست "مغارب"**

المتغير	البيان	التكرار	النسبة المئوية
أتابع بودكاست "مغارب " لأنه يعرض وقائع تاريخية بأسلوب مشوق"	موافق	71	%86.6
	محايد	10	%12.2
	غير موافق	01	%1.2
المجموع		**82**	**%100**

المصدر: من إعداد الطالبة وفق مخرجات spss



شكل رقم(04): يمثل آراء الطلبة حول الأسلوب المشوق في عرض الوقائع التاريخية في بودكاست "مغارب"

تشير نتائج هذا الجدول إلى أن الغالبية الساحقة من الطلبة (86.6%) وافقوا على أن بودكاست "مغارب" يعرض الوقائع التاريخية بأسلوب مشوق، وهي نسبة مرتفعة جدًا تعبّر عن رضا كبير لدى الجمهور المستهدف من حيث تقديم المحتوى التاريخي. بينما اختار 12.2%خيار محايد، و 1.2 فقط عبّروا عن عدم موافقتهم.

هذا التقييم الإيجابي يرجع غالبًا إلى أسلوب محمد الرماش التواصلي في التقديم، الذي يجمع بين الحكي والسرد الوثائقي، وربما اعتماده على شهادات حية وعناصر درامية تجعل من المحتوى التاريخي تجربة إنسانية حية وقريبة من المستمع، لا مجرد سرد جامد للأحداث.

من الزاوية النظرية، تبرز نظرية الاستخدامات والإشباعات مرة أخرى، حيث يظهر أن واحدًا من أبرز الإشباعات التي يُحققها بودكاست "مغارب" هو الإشباع المعرفي بأسلوب جذّاب، مما يجعل الطالب يشعر بالإشباع المعرفي والمتعة الفكرية في آنٍ واحد.أما بالمقارنة مع الدراسات السابقة، فيلاحظ توافق كبير مع: دراسة أحمد بن عبدالعزيز بن سويدان (2023) التي أكدت أن الأسلوب المشوّق في سرد الأحداث يعزّز من قابلية المتابعة لدى فئة الشباب.دراسة Nicky Stephani وآخرين (2021) التي وجدت أن أحد الدوافع المركزية للاستماع للبودكاست لدى الشباب الحضري هو "الطريقة السردية المحفّزة"، ما يتطابق مع نتائج هذا الجدول.وأيضًا دراسة Wachirapon Srimahalap (2020) التي أظهرت أن الجماهير تبحث في البودكاست عن "محتوى معقد يُقدم بطريقة مبسطة وجذابة"، وهو ما يبدو أن بودكاست "مغارب" قد نجح في تحقيقه.وعليه، يمكن القول إن أسلوب العرض ليس مجرد

وسيلة، بل هو عنصر محوري في تعزيز حضور البودكاست وقوّته التأثيرية لدى الجمهور الجامعي، خاصة في المواضيع التي قد تبدو تقليديًا ثقيلة كالتاريخ والسياسة.

❖ **الجدول رقم(12): يمثل مدى إسهام بودكاست "مغارب" في تعزيز وعي الطلبة بالهوية المغاربية والتاريخ المشكّل لثقافتها**

المتغير	البيان	التكرار	النسبة المئوية
ساهم بودكاست "مغارب " بزيادة وعيي اتجاه الهوية المغاربية والتاريخ المشكل لثقافتها	موافق	69	%84.1
	محايد	12	%14.6
	غير موافق	01	%1.2
المجموع		**82**	**%100**

المصدر: من إعداد الطالبة وفق مخرجات spss

تكشف نتائج هذا الجدول عن اتفاق واسع بين طلبة المدرسة العليا للصحافة وعلوم الإعلام على أن بودكاست "مغارب" ساهم في تعزيز وعيهم بالهوية المغاربية والتاريخ الذي شكّل هذه الهوية. إذ عبّر 84.1% من المبحوثين عن موافقتهم على هذا الطرح، وهو ما

يُعدّ مؤشراً قوياً على التأثير الإيجابي للمحتوى التاريخي والثقافي للبودكاست على الفئة المدروسة.

ورغم أن نسبة المحايدين بلغت 14.6%، فإنها لا تُقلل من وضوح الاتجاه العام، بينما اقتصرت نسبة غير الموافقين على 1.2% فقط، ما يدل على وجود شبه إجماع حول القيمة التوعوية للبودكاست في هذا الجانب.

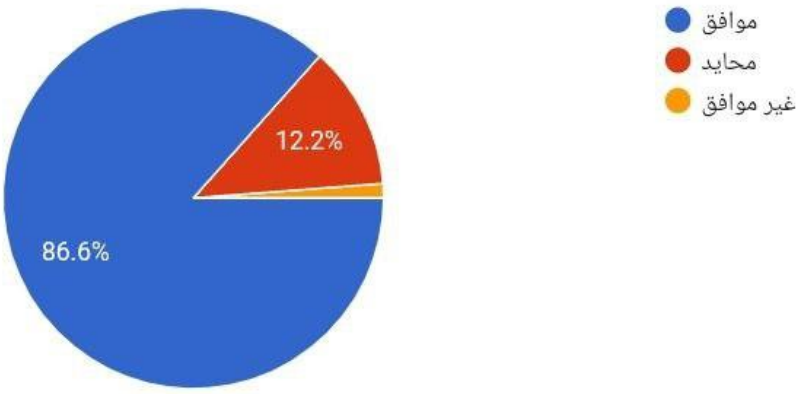
تتفق هذه النتائج مع ما توصلت إليه دراسة أحمد بن عبد العزيز بن سويدان، التي أثبتت أن للبودكاست قدرة كبيرة على بناء الوعي الثقافي لدى الشباب، خاصة عندما يُوظف بأسلوب جذاب ومبسط. كما تتوافق النتائج مع دراسة Nicky Stephani وآخرين (2021)، التي أكدت أن من بين دوافع الاستماع للبودكاست لدى الشباب هو الارتباط بالهوية الثقافية والتاريخية وتعزيز الوعي الذاتي بها.

كما يمكن ربط هذه النتيجة بنظرية الاستخدامات والإشباعات، حيث يظهر أن الطلبة وجدوا في بودكاست "مغارب" إشباعًا لحاجة معرفية تتعلّق بالفهم الأعمق لهويتهم الثقافية والتاريخية. فالاستماع لهذا النوع من المحتوى لم يكن ترفًا أو مجرد تسلية، بل وُجّه بدافع الحاجة إلى تعزيز الوعي الذاتي والانتماء الحضاري.

❖ **الجدول رقم (13): يمثل آراء المبحوثين حول مدى شعورهم بأن بودكاست "مغارب" يربطهم بجذورهم المغاربية**

المتغير	البيان	التكرار	النسبة المئوية
أشعر أن بودكاست "مغارب " يربطني أكثر بجذوري المغاربية	موافق	69	%84.1
	محايد	13	%15.9
	غير موافق	00	%00
المجموع		**82**	**%100**

المصدر: من إعداد الطالبة وفق مخرجات spss



شكل رقم (05): يمثل آراء المبحوثين حول مدى شعورهم بأن بودكاست "مغارب" يربطهم بجذورهم المغاربية

يكشف الجدول أن غالبية المشاركين في الدراسة (بنسبة 84.1%) عبّروا عن موافقتهم على أن بودكاست "مغارب" يربطهم أكثر بجذورهم المغاربية، في حين عبّر 15.9% عن موقف محايد، ولم يُسجّل أيّ رفض لهذا الطرح.

تشير هذه البيانات إلى أن لبودكاست "مغارب" أثرًا وجدانيًا يتجاوز حدود الترفيه أو المعلومة، إذ يبدو أنه ينجح في إحياء علاقة المستمعين بتاريخهم المشترك، ويُعيد فتح نوافذ للتفكّر في الجذور الثقافية لشعوب المنطقة المغاربية. هذا الربط العاطفي والفكري يُعد من أبرز الإشباعات التي يسعى إليها الجمهور في استهلاك الوسائط السمعية، خاصة في ظل ضعف تمثيل هذا البعد في وسائل الإعلام التقليدية.

وتتوافق هذه النتيجة مع ما توصلت إليه دراسة أحمد بن عبد العزيز بن سويدان حول فاعلية البودكاست في بناء الوعي الثقافي، حيث أكد أن المواد السمعية ذات الطابع السردي قادرة على ترسيخ قيم الانتماء الثقافي لدى الشباب، إذا ما تم تقديمها بأسلوب جاذب ومرتبط بسياقاتهم اليومية.

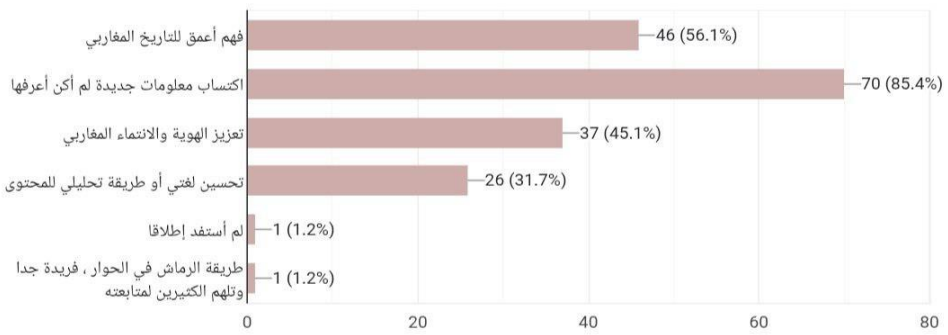
وتتماشى هذه النتيجة كذلك مع طرح نظرية الاستخدامات والإشباعات، التي تفترض أن الجمهور يتّجه نحو المضامين الإعلامية التي تُلبي حاجاته الخاصة، سواء كانت معرفية، وجدانية، أو حتى تلك المرتبطة بتعزيز الشعور بالانتماء. وفي هذا السياق، يبدو أن بودكاست "مغارب" لا يُقدّم محتوى تاريخيًا فحسب، بل يؤدي وظيفة أعمق تتمثل في تعزيز ارتباط الجيل الجديد بأصوله الثقافية والجغرافية، من خلال سرد القصص والأحداث التي تمسّ الوجدان

الجمعي. بناءً عليه، يُمكن القول إن بودكاست "مغارب" يضطلع بدور مهم في إعادة تشكيل العلاقة بين الجمهور الشاب وتاريخهم المشترك، عبر تجربة استماع تزاوج بين المعرفة والإحساس بالانتماء، ما يجعله نموذجًا ناجحًا للبودكاست الثقافي في المنطقة.

❖ **الجدول رقم (14): يمثل الاشباعات المحققة بعد متابعة بودكاست مغارب**

المتغير	البيان		التكرار	النسبة المئوية
ما الإشباعات التي حققتها بعد متابعة بودكاست مغارب ؟	فهم أعمق للتاريخ المغاربي	نعم	47	%57.3
		لا	35	%42.7
	المجموع		**82**	**%100**
	اكتساب معلومات جديدة لم اكن اعرفها	نعم	71	%86.6
		لا	11	%13.4
	المجموع		**82**	**%100**
	تعزيز الهوية والانتماء المغاربي	نعم	35	%42.7
		لا	47	%57.3
	المجموع		**82**	**%100**
	تحسين لغتي او طريقة تحليلي للموضوع	نعم	21	%25.6
		لا	61	%74.4
	المجموع		**82**	**%100**
	لم استفد اطلاقا	نعم	1	%1.2
		لا	81	%98.8
	المجموع		**82**	**%100**

المصدر: من إعداد الطالبة وفق مخرجات spss



شكل رقم (06): يمثل الاشباعات المحققة بعد متابعة بودكاست مغارب

يكشف الجدول أن أعلى نسبة إشباع حققها بودكاست "مغارب" تمثلت في اكتساب معلومات جديدة لم يكن المشاركون يعرفونها من قبل، حيث أشار إلى ذلك 86.6% من أفراد العينة. تعكس هذه النتيجة قوة المحتوى من حيث القيمة المعرفية، وقدرته على تقديم معلومات نوعية ومغايرة للمألوف، مما يشير إلى أن البودكاست نجح في سد فجوة معرفية حقيقية لدى الجمهور، خاصة فيما يتعلق بالتاريخ المغاربي المهمش أو المغيّب في بعض المناهج الرسمية.

في السياق ذاته، صرّح 57.3% من المشاركين بأنهم حصلوا على فهم أعمق للتاريخ المغاربي بعد الاستماع للبودكاست. ويُبرز هذا المعطى بعدًا تفسيريًا معرفيًا أكثر عمقًا، يُظهر أن البودكاست لا يكتفي بعرض الأحداث، بل يعيد تركيبها وسردها بطريقة تساعد المتلقي على ربطها بالواقع، وهو ما يعزز إشباع حاجات الفهم والتفسير ضمن نظرية الاستخدامات والإشباعات.

أما بخصوص البعد الوجداني والثقافي، فقد أشار 42.7% من المبحوثين إلى أن متابعة البودكاست عززت لديهم الهوية والانتماء المغاربي. ورغم أن النسبة متوسطة، إلا أنها ذات دلالة قوية على أن المحتوى قادر على تحفيز الانتماء إلى فضاء مغاربي مشترك، وإعادة تشكيل التصورات حول الهوية الجامعة للشعوب المغاربية، وهو ما يمثل أحد أهداف البودكاست الأساسية.

في المقابل، سجّل 25.6% فقط من المشاركين أنهم استفادوا من البودكاست في تحسين لغتهم أو طريقة تحليلهم للموضوعات. وتُظهر هذه النتيجة أن "مغارب" لا يُركّز بوضوح على تطوير المهارات اللغوية أو التحليلية، أو أن هذا الجانب لا يُعدّ من أولويات جمهور البودكاست، الذي يُقبل عليه أساسًا لأغراض معرفية وثقافية لا تعليمية منهجية، أما عن نسبة الذين صرّحوا بأنهم لم يستفيدوا إطلاقًا من متابعة البودكاست، فقد بلغت 1.2% فقط، وهي نسبة ضئيلة جدًا تُؤكّد أن "مغارب" يحقق على الأقل درجة مقبولة من الرضا لدى الغالبية الساحقة من جمهوره، حتى وإن تنوّعت دوافعهم واختلفت مستويات تفاعلهم مع المحتوى.

وهذا ما توصلت إليه دراسة أحمد بن عبد العزيز بن سويدان (2022)، التي أكدت على فعالية البودكاست الإذاعي في بناء الوعي الثقافي والمعرفي لدى الشباب، خاصة حين يرتبط المحتوى بهويتهم وسياقهم التاريخي.

كما تتقاطع هذه النتائج مع دراسة عبد الرزاق غزال ووفاء بورحلي (2021)، والتي بينت أن الوسائط الرقمية البديلة مثل البودكاست تساهم في توسيع مدارك الجمهور المغاربي وتشكيل وعي جديد حول قضاياه وهويته الجماعية.

❖ **الجدول رقم (15): يمثل توزيع العينة حسب الأنشطة التي يقومون بها بعد الاستماع لبودكاست "مغارب"**

المتغير	البيان		التكرار	النسبة المئوية
		نعم	42	%51.2

هل تقوم بأي من هذه الأنشطة بعد متابعة حلقات مغارب ؟	البحث عن مصادر اضافية حول الموضوع	لا	40	%48.8
	المجموع		**82**	**%100**
	مناقشة المحتوى مع الاصدقاء	نعم	38	%46.3
		لا	44	%53.7
	المجموع		**82**	**%100**
	مشاركة الحلقات على وسائل التواصل	نعم	13	%15.9
		لا	69	%84.1
	المجموع		**82**	**%100**
	اكتفي بالمشاهدة فقط	نعم	28	%34.1
		لا	54	%65.9
	المجموع		**82**	**%100**

المصدر: من إعداد الطالبة وفق مخرجات spss

يوضح الجدول أن أبرز نشاط يقوم به المشاركون بعد متابعة حلقات بودكاست "مغارب" هو البحث عن مصادر إضافية حول الموضوع، حيث صرّح بذلك 51.2% من أفراد العينة. تعكس هذه النتيجة أن المحتوى الذي يقدمه "مغارب" يثير فضولًا معرفيًا ويطرح أسئلة مفتوحة، تدفع المتلقي إلى استكمال ما بدأه البودكاست من طرح، عبر البحث الذاتي. وهذا دليل على أن البودكاست يُحقّق إشباعًا معرفيًا عميقًا يتجاوز تلقي المعلومات إلى الرغبة في الاستزادة

والتحقق، وهو ما يندرج ضمن حاجات "الإشباع المعرفي التوسعي" في إطار نظرية الاستخدامات والإشباعات.

في السياق ذاته، أفاد 46.3% من المبحوثين بأنهم يناقشون محتوى البودكاست مع أصدقائهم، وهي نسبة معتبرة تُبرز وجود تأثير اجتماعي للمحتوى، حيث يتحوّل من مجرد تجربة فردية إلى موضوعٍ للتداول الجماعي، ما يشير إلى إشباع الحاجة إلى التفاعل والمشاركة الاجتماعية، وتعزيز العلاقات من خلال تبادل وجهات النظر حول قضايا ذات طابع مشترك وتاريخي.

أما بالنسبة لمشاركة الحلقات على وسائل التواصل الاجتماعي، فقد عبّر 15.9% فقط من المشاركين عن قيامهم بذلك. ورغم أن النسبة منخفضة، إلا أنها قد تعود إلى طبيعة الجمهور المستهدف، الذي قد يفضّل التفاعل الصامت أو الاستهلاك الداخلي للمحتوى دون التعبير العلني عنه. كما قد تدل على أن البودكاست لم يطوّر بعد آليات تشجيع فعّالة لمشاركة المحتوى رقميًا، وهو ما قد يُعدّ نقطة يمكن تعزيزها مستقبلًا.

من جهة أخرى، أشار 34.1% من المشاركين إلى أنهم يكتفون بالمشاهدة فقط دون أي فعل لاحق، وهي نسبة توضح أن نسبة معتبرة من الجمهور لا تقوم بأي تفاعل بعد الاستماع. وقد يكون هذا راجعًا إلى نوع المتلقين الذين يستهلكون البودكاست لأغراض معرفية فقط، دون رغبة في الانخراط أو النقاش، أو بسبب عدم توفر بيئة محفّزة على التفاعل.

تتوافق هذه النتائج مع ما توصّلت إليه دراسة أحمد بن عبد العزيز بن سويدان (2022)، التي أكدت على أن البودكاست الإذاعي عندما يكون غنيًا بالمحتوى ويرتبط بالسياق الثقافي

والتاريخي للمتلقي، فإنه ينجح في تحفيز البحث والاستكشاف الذاتي، كما يعزّز من فرص تفاعل المستمع مع محيطه.

كما تتقاطع النتائج أيضًا مع دراسة عبد الرزاق غزال ووفاء بورحلي (2021)، والتي خلصت إلى أن الوسائط الرقمية البديلة، مثل البودكاست، لا تخلق فقط وعيًا جديدًا، بل تساهم أيضًا في بناء مجتمعات نقاشية مصغّرة حول قضايا الهوية والتاريخ المغاربي، وهو ما يفسّر نسب المناقشة والتفاعل الاجتماعي التي سجّلها البودكاست في هذا السياق.

❖ **الجدول رقم (16): دور بودكاست "مغارب" في تغيير نظرة المشاركين لبعض الشخصيات أو الأحداث المغاربية**

المتغير	البيان	التكرار	النسبة المئوية
هل كان لبودكاست "مغارب " دور في تغيير نظرتك لبعض الشخصيات أو الأحداث المغاربية	لا	04	%4.9
	نعم جزئيا	47	%57.3
	نعم كليا	31	%37.8
المجموع		**82**	**%100**

المصدر: من إعداد الطالبة وفق مخرجات spss

يكشف هذا الجدول أثر بودكاست "مغارب" في إعادة تشكيل نظرة الجمهور لبعض الشخصيات أو الأحداث المغاربية. حيث صرّح 57.3% من المشاركين أن البودكاست غيّر نظرتهم جزئيًا، فيما أكد 37.8% منهم أنه غيّرها كليًا، مقابل نسبة ضئيلة فقط (4.9%) قالت إن البودكاست لم يؤثر في نظرتها إطلاقًا.

وتُظهر هذه النتائج أن بودكاست مغارب نجح إلى حد كبير في زعزعة بعض الصور النمطية أو السرديات الرسمية المتعلقة بالتاريخ والشخصيات المغاربية، وقدم بدائل تفسيرية جديدة ساهمت في إعادة بناء تصوّر الجمهور للماضي والحاضر المغاربي، سواء عبر الشهادات الحية أو التحليلات التاريخية والسياقية التي يطرحها مقدم البودكاست.

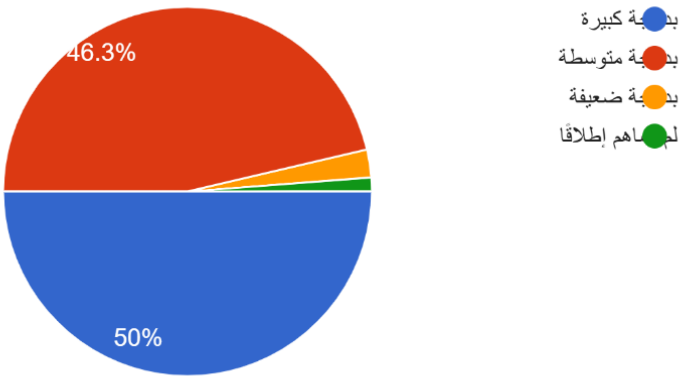
وفي هذا السياق، تتقاطع هذه النتيجة مع ما توصّلت إليه دراسة أحمد بن عبد العزيز بن سويدان (2022)، التي أكدت على قدرة البودكاست الإذاعي في تغيير نظرة الشباب للموضوعات الثقافية والتاريخية، خاصة عندما يُقدَّم المحتوى بأسلوب إنساني تفاعلي وسرد قصصي.

❖ **الجدول رقم (17): يوضح مدى مساهمة بودكاست مغارب في تعزيز وعي العينة بتاريخ وثقافة المنطقة المغاربية**

المتغير	البيان	التكرار	النسبة المئوية

الى أي مدى تعتقد أن بودكاست "مغارب " ساهم في تعزيز وعيك بتاريخ وثقافة المنطقة المغاربية؟	بدرجة كبيرة	41	%50
	بدرجة متوسطة	38	%46.3
	بدرجة ضعيفة	02	%2.4
	لم يساهم إطلاقا	01	%1.2
المجموع		**82**	**%100**

المصدر: من إعداد الطالبة وفق مخرجات spss



شكل رقم (07): يوضح مدى مساهمة بودكاست مغارب في تعزيز وعي العينة بتاريخ وثقافة المنطقة المغاربية

يكشف الجدول أن نصف المشاركين (50%) يرون أن بودكاست "مغارب" ساهم في تعزيز وعيهم بتاريخ وثقافة المنطقة المغاربية بدرجة كبيرة، وهي نسبة مرتفعة تعكس التأثير القوي للبودكاست في تقديم محتوى معرفي يُعيد ربط الجمهور بجذوره التاريخية والثقافية.

كما أن 46.3% من المبحوثين قيّموا مساهمة البودكاست بدرجة "متوسطة"، ما يعني أن نحو 96.3% من العينة أجمعوا بدرجات متفاوتة على وجود أثر لبودكاست مغارب في تعزيز وعيهم بالتاريخ والثقافة المغاربية، أما النسبة المتبقية (3.6%) فقد انقسمت بين من رأى أن الأثر كان "ضعيفًا" (2.4%) أو من لم يلاحظ أي أثر إطلاقًا (1.2%)، وهي نسب هامشية تؤكد مجددًا أن الغالبية الساحقة وجدت قيمة معرفية حقيقية في البودكاست. وتتقاطع هذه النتائج مع ما ورد في دراسة عبد الرزاق غزال ووفاء بورحلي (2021)، التي بينت أن الوسائط الإعلامية البديلة، وعلى رأسها البودكاست، تُمثّل اليوم منابر فعالة لتأريخ الذاكرة الجماعية وتعزيز الوعي بالهوية والثقافة المحلية، خصوصًا لدى الشباب الذين يبحثون عن سرديات بديلة عن التاريخ الرسمي أو المهيمن.

كما يمكن فهم هذا التأثير في ضوء نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام، التي تؤكد أن الجمهور يزيد من اعتماده على الوسيلة الإعلامية حين يبحث عن تفسير للواقع وفهم أعمق للقضايا التي تمسّه مباشرة. وبما أن التاريخ والثقافة المغاربية لا تحظى غالبًا بتغطية كافية أو معمّقة في الوسائل التقليدية، فإن "مغارب" يُعد مصدرًا موثوقًا وضروريًا للجمهور في هذا المجال، ما يفسّر حجم التأثير الذي سجّله لدى المتلقين.

وبالتالي، يمكن القول أن بودكاست "مغارب" نجح في أداء دور تثقيفي ملموس، وأسهم في ترسيخ وعي تاريخي وثقافي أعمق لدى جمهوره، وهي من الأهداف الأساسية التي تتماشى مع إشباعات الفهم والمعرفة ضمن نظرية الاستخدامات والإشباعات، وتعكس في الوقت نفسه تصاعد الاعتماد على وسائل الإعلام الجديدة كبديل فعال لسدّ الفجوات المعرفية القائمة

❖ **الجدول رقم (18): رأي العينة في مدى توفّق بودكاست "مغارب" في معالجة القضايا المهمة بطريقة ممتعة وواضحة**

المتغير	البيان	التكرار	النسبة المئوية
هل ترى أن بودكاست "مغارب" يُعالج قضايا مهمة بطريقة ممتعة وواضحة؟	ابدا	00	%00
	نادرا	00	%00
	احيانا	9	%11
	غالبا	35	%42.7
	دائما	38	46.3
المجموع		**82**	**%100**

المصدر: من إعداد الطالبة وفق مخرجات spss

يكشف الجدول أن الغالبية العظمى من العينة ترى أن بودكاست "مغارب" يُعالج القضايا المهمة بأسلوب ممتع وواضح، إذ صرّح 46.3% من المبحوثين أن ذلك يحدث "دائمًا"، و42.7% قالوا "غالبًا"، أي أن قرابة 89% من العينة عبّرت عن تقييم إيجابي عالٍ

ولافتٌ في هذا الجدول أنه لم يختر أي مشارك "أبدًا" أو "نادرًا"، ما يبرز مكانة البودكاست كوسيلة فعّالة ومحبوبة لدى الجمهور الجامعي، إذ تُظهر هذه النتائج أن بودكاست "مغارب" نجح في تحقيق مجموعة من الإشباعات لدى الطلبة، خصوصًا الإشباع المعرفي: من خلال طرح قضايا مغاربية مهمة ذات بعد تاريخي وثقافي والإشباع الوجداني والترفيهي: عبر الأسلوب الممتع والواضح، الذي يُبقي المتلقي مشدودًا.

وهذا يثبت أن الطلبة يختارون البودكاست بوعي بحثًا عن محتوى يُشبع حاجاتهم، تمامًا كما تفترض نظرية الاستخدامات والإشباعات.

من جانب آخر وبما أن الغالبية تُقر أن بودكاست مغارب يُعالج القضايا المهمة بطريقة فعالة، فهذا يدل على أن الطلبة يعتمدون عليه لفهم واقعهم المغاربي. فكلما زاد إدراكهم لجودة الطرح، زادت ثقتهم بالمصدر، وزاد أثره في بناء مواقفهم واتجاهاتهم تجاه القضايا التي يُناقشها، وهو جوهر نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام.

تتقاطع هذه النتائج مع ما خلصت إليه دراسة أحمد بن عبد العزيز بن سويدان (2022)، التي أكدت أن البودكاست يُعد من أبرز الوسائط المؤثرة في إعادة تشكيل وعي الشباب تجاه القضايا الثقافية والاجتماعية.

وتُعززها كذلك نتائج دراسة Wachirapon Srimahalap (2020) التي أكدت أن السهولة والمتعة في الطرح تُعتبر من أقوى دوافع متابعة البودكاست لدى الشباب.

❖ **الجدول رقم (19): مدى تحفيز بودكاست "مغارب" للجمهور على البحث والقراءة حول المواضيع المطروحة**

المتغير	البيان	التكرار	النسبة المئوية
هل حفّزك بودكاست "مغارب " على البحث أو القراءة حول مواضيع معينة؟	نعم	76	%92.7
	لا	06	%7.3
المجموع		**82**	**%100**

المصدر: من إعداد الطالبة وفق مخرجات spss

يكشف الجدول أن نسبة 92.7% من المشاركين صرّحوا بأن بودكاست "مغارب" حفّزهم على البحث أو القراءة حول مواضيع معينة طُرحت في الحلقات، وهي نسبة عالية جدًا تعبّر عن تفاعل معرفي واستجابي واضح مع المحتوى، ما يدل على أن البودكاست لا يكتفي بعرض المعلومات فحسب، بل يفتح آفاقًا معرفية تدفع الجمهور للغوص أكثر في المواضيع المتناولة، تنسجم هذه النتائج بشكل كبير مع نظرية الاستخدامات والإشباعات، حيث يظهر أن الجمهور لا يستهلك المحتوى فقط بشكل ترفيهي أو عابر، بل يستخدمه

لإشباع حاجات معرفية، من خلال التحفيز على البحث والتوسع في الفهم، وهو ما يعكس سلوكًا استباقيًا للجمهور يعبّر عن مشاركته النشطة في العملية الإعلامية.

كما ترتبط هذه النتائج أيضًا بـ نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام، إذ توضح أن الجمهور، في ظل محدودية المصادر التقليدية حول بعض المواضيع المغاربية، بات يعتمد على وسائط رقمية بديلة مثل بودكاست "مغارب" لفهم قضايا تاريخية وثقافية. ويؤدي هذا الاعتماد إلى تعزيز تأثير الوسيلة الإعلامية في تشكيل اهتمامات ومواقف الجمهور.

تتوافق هذه النتيجة مع دراسة أحمد بن عبد العزيز بن سويدان (2022)، التي أبرزت فعالية البودكاست الإذاعي في بناء الوعي الثقافي والمعرفي وتحفيز الشباب على الاستزادة المعرفية بعد الاستماع.

كما تؤكد نتائج دراسة Wachirapon Srimahalap (2020)، أن أحد أبرز دوافع استخدام البودكاست لدى الشباب هو البحث عن التعمق في المواضيع المطروحة.

❖ **الجدول رقم (20): تأثير حلقات بودكاست "مغارب" في تغيير التصورات المسبقة عن تاريخ وثقافة المغرب الكبير**

	البيان	التكرار	النسبة المئوية
هل غيّرت أي حلقة من تصوراتك	نعم	55	%67.1
	لا	27	%32.9

المسبقة عن تاريخ أو ثقافة المغرب الكبير؟			
المجموع		82	%100

المصدر: من إعداد الطالبة وفق مخرجات spss

يكشف الجدول أن 67.1% من المبحوثين صرّحوا بأن إحدى حلقات بودكاست "مغارب" غيّرت تصوّراتهم المسبقة عن تاريخ أو ثقافة المنطقة المغاربية، وهي نسبة مرتفعة تُشير إلى قدرة البودكاست على التأثير في البنية المعرفية والسرديات الذهنية للمستمعين، مما يدل على عمق المحتوى الذي يقدّمه وقوة الطرح الذي يتجاوز السرد السطحي إلى إعادة تشكيل الفهم الجماعي. في المقابل، 32.9% من أفراد العينة أجابوا بـ "لا"، ما يعني أن نحو ثلث المستمعين لم يشعروا بوجود تغيير في تصوراتهم المسبقة، وقد يعود ذلك لأسباب متعددة، منها خلفيتهم المعرفية السابقة أو محدودية انخراطهم العاطفي مع المحتوى.

وتتقاطع هذه النتائج مع نظرية الاستخدامات والإشباعات التي تؤكد أن الجمهور لا يستهلك المحتوى الإعلامي بشكل سلبي، بل يسعى إليه لتحقيق أهداف معينة، منها فهم الواقع والتزود بالمعرفة. وفي هذه الحالة، يبدو أن عدداً كبيراً من المستمعين وجدوا في "مغارب" أداة لإعادة النظر في مفاهيمهم حول التاريخ والثقافة المغاربية، ما يحقّق إشباعًا معرفيًا واضحًا.

ومن جهة أخرى، فإن هذا التغيير في التصورات يعكس أيضًا مبدأ التأثير المعرفي لنظرية الاعتماد على وسائل الإعلام، والتي تفترض أن ازدياد الاعتماد على وسيلة إعلامية خاصة حين تكون موثوقة وغنية معرفيًا يؤدي إلى تأثيرات إدراكية ومعرفية على الجمهور. وبما أن "مغارب" يعالج قضايا مغاربية من زوايا معمّقة وشهادات حية، فإن المستمعين باتوا أكثر عرضة لتبني رؤى جديدة مغايرة لما كان مترسّخًا لديهم من قبل.

❖ **الجدول رقم(21): يوضح أكثر المواضيع التي ساهمت في تغيير نظرة المشاركين لتاريخ وثقافة المغرب الكبير عبر بودكاست مغارب"**

	البيان	النسبة المئوية	التكرار
موضوع الحلقات	التراث الاندلسي	%15.9	13
	حلقة الدكتور بلغيث	%15.9	13
	محمدو ولد صلاحي	%8.5	7
	القذافي	%2.4	2
	قصر قرطاج	%1.2	1
	تاريخ المغرب الحديث	%4.9	4
	عمارة لخوص	%4.9	4

المصدر: من إعداد الطالبة وفق مخرجات spss

أظهر الجدول أن حلقة "التراث الأندلسي" وحلقة "الدكتور بلغيث" تصدرتا قائمة الحلقات الأكثر تأثيرًا في تغيير تصورات المشاركين، حيث حصلت كل واحدة منهما على نسبة 15.9% من إجمالي الاختيارات (13 مبحوثًا لكل حلقة)، ما يعكس قوة المحتوى الذي قدّمه البودكاست في هذين المحورين.

ويُفسَّر التأثير العالي لحلقة "التراث الأندلسي" بكونها أول حلقة نُشرت ضمن بودكاست مغارب، وجاءت في جزئين مميزين استضاف فيهما الصحفي محمد الرماش المؤرخة الإسبانية ذات الأصول الأندلسية أديبة روميرو. وقد جاءت هذه الحلقات بأسلوب شيّق ومضمون عميق وغني بالمعلومات الجديدة حول التراث الإسلامي في الأندلس، ما جعلها تحقق نسب مشاهدة مرتفعة جدًا فاقت 5.8 مليون مشاهدة على مختلف المنصات، بحسب تصريحات المتابعين، مما يعزز تأثيرها في تشكيل وعي جديد لدى الجمهور حول هذا الجانب المنسي من التاريخ المغاربي.

أما حلقة "الدكتور بلغيث"، فتميّزت بطرحها الأكاديمي والتاريخي الدقيق، حيث ساهمت في تفكيك الروايات الرسمية حول تاريخ المنطقة المغاربية، وربط الحاضر بجذور عميقة من المقاومة والهوية، وهو ما جعلها أيضًا تحظى باهتمام واسع وفعالية كبيرة في تصحيح المفاهيم المغلوطة لدى شريحة من الجمهور.

من جهة أخرى، نلاحظ أن حلقة "محمدو ولد صلاحي" نالت نسبة 8.5% (7 مشاركين)، ويُعزى تأثيرها إلى الجانب الإنساني المؤثر الذي تطرقت له الحلقة، من خلال رواية تجربة

الاعتقال في غوانتانامو، والتي مثّلت صدمة للعديد من المتابعين، وأعادت النظر في صورة بعض الأحداث والشخصيات السياسية.

أما بقية الحلقات، مثل: "القذافي" (2.4%)، "قصر قرطاج" (1.2%)، "تاريخ المغرب الحديث" و"عمارة لخوص" (4.9%) لكل منهما، فقد نالت نسبًا أقل، ما قد يُعزى إلى إما قلة انتشارها أو عدم تفاعل الجمهور معها بنفس الدرجة مقارنة بالحلقات السابقة.

وتنسجم هذه النتائج بوضوح مع نظرية الاستخدامات والإشباعات، حيث أن اختيار الجمهور للحلقات التي أثّرت فيهم يعكس بحثهم عن محتوى يُشبِع حاجتهم للفهم والتفسير والتثقيف، ويمنحهم أدوات لإعادة بناء تصوراتهم تجاه القضايا المغاربية. كما تتقاطع هذه المعطيات مع نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام، حيث يبدو أن المتابعين أصبحوا يعتمدون على بودكاست "مغارب" كمصدر موثوق لفهم التاريخ والثقافة، بدلًا من الاكتفاء بالسرديات الرسمية أو التعليمية التقليدية.

❖ **الجدول رقم(22): يوضح تقييم عينة الدراسة للابتكار في طرح المواضيع من خلال استخدام سرد القصص، التركيز على شخصيات غير معروفة...الخ**

المتغير	البيان	التكرار	النسبة المئوية
كيف تُقيّم الابتكار في طرح	تقليدي	01	%1.2
	مقبول	16	%19.5
	متميز	65	%79.3

المواضيع؟ مثلاً : استخدام سرد القصص، التركيز على شخصيات غير معروفة(...			
المجموع		82	%100

المصدر: من إعداد الطالبة وفق مخرجات spss

تُظهر نتائج الجدول أن غالبية المشاركين (بنسبة 79.3%) قيّموا طريقة طرح المواضيع في بودكاست "مغارب" بأنها متميزة، مقابل 19.5% رأوها "مقبولة"، بينما لم يصفها إلا مشارك واحد بأنها "تقليدية". هذا التقييم العالي يُعزى بشكل أساسي إلى توظيف البودكاست لأسلوب السرد القصصي، واستحضاره لشخصيات غير معروفة أو مغيّبة تاريخيًا، مما أضفى بعدًا إنسانيًا وابتكارًا في الطرح جعله مختلفًا عن المحتوى التقليدي. تتوافق هذه النتائج بشكل واضح مع دراسة Wachirapon Srimahalap (2020) التي بيّنت أن دوافع الاستماع للبودكاست لدى الجمهور التايلاندي تمثلت في مصداقية المقدم، طريقة العرض، وملاءمة المواضيع لاهتمامات المستمعين، وهو ما يتجسد في "مغارب" من خلال حسن اختيار الضيوف، والأسلوب الحواري الممتع. كما أشارت الدراسة إلى أن

الجمهور ينجذب أكثر للمواضيع المرتبطة باتجاهاته واهتماماته الشخصية، وهو ما يفسر انجذاب الطلبة لمواضيع الهوية والتاريخ المغاربي، كما نجد انسجامًا مع دراسة Nicky Stephani وآخرين (2021) التي ركزت على دوافع الشباب الحضري في اختيار البودكاست، والتي أظهرت أن السرد القصصي، التعليم، والترفيه هي أبرز ما يجذبهم، وهو ما نجده حاضرًا بقوة في حلقات "مغارب"، التي توظف تقنيات روائية لتقديم المعرفة بطريقة مشوقة ومبسطة. كما أشارت الدراسة إلى أن البودكاست يعزز التفاعل الشخصي لدى المستمعين، ما يعزز الشعور بالقرب والارتباط بالمحتوى.

بالتالي، فإن نتائج الجدول تعكس بشكل واضح فاعلية الأسلوب الذي يتبعه "مغارب"، وهو ما تؤكده الدراسات السابقة التي اعتمدت على نظرية الاستخدامات والإشباعات، حيث يسعى الجمهور إلى إشباع حاجات معرفية وشخصية من خلال المحتوى الذي يجد فيه جودة، ابتكارًا، ومصداقية.

❖ **الجدول رقم(23): تقييم عينة الدراسة لمدى دعم محتوى حلقات بودكاست "مغارب" بالأدلة والبراهين (وثائق، شهادات، إحصائيات...)**

المتغير	البيان	التكرار	النسبة المئوية
هل تعتقد أن المعلومات المقدمة في	لا، المعلومات عامة وغير مدعومة	01	%1.2

الحلقات مدعومة بأدلة كافية)وثائق، شهادات خبراء إحصائيات(..	نعم جزئيا	36	%43.9
	نعم كليا	45	%54.9
المجموع		**82**	**%100**

المصدر: من إعداد الطالبة وفق مخرجات spss

يكشف الجدول أن أغلب المبحوثين يعتبرون أن المعلومات المقدمة في حلقات بودكاست "مغارب" مدعومة بشكل جيّد، حيث صرّح 54.9% منهم أن المعلومات مدعومة كلياً بوثائق، شهادات خبراء، إحصائيات وغيرها من الأدلة. فيما أشار 43.9% من العينة إلى أن المعلومات مدعومة جزئياً، بينما فقط 1.2% من المبحوثين اعتبروا أن المعلومات المقدمة عامة وغير مدعومة.

يُعزز هذا التوزيع الملاحظ وجود نوع من الثقة في مصداقية المحتوى المقدم عبر البودكاست، ويعكس في الوقت نفسه إدراك الجمهور للجهد البحثي الذي يُبذل في تحضير الحلقات، تشير هذه النتائج إلى أهمية الجانب التوثيقي في المحتوى التاريخي والثقافي، خصوصًا لدى جمهور أكاديمي أو شبابي مهتم بالتحقق من مصادر المعرفة، كما أنها تدعم توجهات بودكاست "مغارب" في تقديم محتوى غني يستند إلى مرجعيات موثوقة، مما يعزز من مصداقيته وتأثيره في تشكيل الوعي لدى المستمعين.

❖ **الجدول رقم(24) : يمثل آراء المبحوثين حول مدى تقديم حلقات بودكاست "مغارب" لمعلومات جديدة لم تكن معروفة سابقًا**

المتغير	البيان	التكرار	النسبة المئوية
هل تقدم الحلقات معلومات جديدة لم تكن تعرفها من قبل؟	ابدا	00	%00
	نادرا	00	%00
	أحيانا	9	%11
	غالبا	37	%45.1
	دائما	36	%43.9
المجموع		**82**	**%100**

المصدر: من إعداد الطالبة وفق مخرجات spss

يعرض هذا الجدول آراء المبحوثين حول مدى تقديم بودكاست "مغارب" لمعلومات جديدة وغير مألوفة لهم، إذ نلاحظ أن أعلى نسبة من أفراد العينة أجابت بـ "غالبا" (37 مبحوثًا، بنسبة 45.1%)، تليها الإجابة "دائمًا" (36 مبحوثًا، بنسبة 43.9%)، ما يشير إلى أن الغالبية الساحقة من الطلبة يرون أن حلقات البودكاست توفر لهم معلومات جديدة بشكل متكرر أو دائم. في المقابل، لم يُسجل أي تكرار لخيار "أبدًا" أو "نادرا"، وهو ما يعزز فكرة أن محتوى "مغارب" لا يُكرر المعارف المتداولة، بل يضيف شيئًا جديدًا لمدارك المستمع، أما نسبة الذين أجابوا بـ"أحيانا" فكانت ضعيفة نسبيًا (11%)، ما يُبرز اتساق انطباع العينة حول ثراء المحتوى المعرفي للبودكاست.

تشير هذه النتائج إلى أن بودكاست "مغارب" يتمتع بقدرة عالية على تقديم محتوى معرفي جديد ومميز، ما يعكس جودة البحث والإعداد الذي يسبق كل حلقة. ويؤكد ذلك أيضًا الثقة التي يبنيها البودكاست لدى المستمعين، والتي قد تعود إلى طريقة السرد، والاستعانة بشهادات حية أو ضيوف متخصصين، كما لاحظنا في جداول أخرى. ووِفقًا لنظرية الاستخدامات والإشباعات، التي تفترض أن الجمهور يُقبل على الوسيلة الإعلامية التي تُشبع حاجاته المعرفية والفضولية، يمكن القول إن نتائج هذا الجدول تنسجم مع هذه النظرية، حيث أظهرت أن بودكاست "مغارب" يُشبع حاجة الطلبة إلى اكتساب معارف جديدة لم تكن متاحة لهم من قبل.

❖ **الجدول رقم (25): توزيع إجابات عينة الدراسة حول أثر إحدى حلقات بودكاست مغارب في تعزيز الوعي التاريخي أو الثقافي**

المتغير	البيان	التكرار	النسبة المئوية
هل هناك حلقة من بودكاست مغارب تركت لديك أثرا تاريخيا أو ثقافيا ؟	نعم	78	%95.1
	لا	04	%4.9
المجموع		**82**	**%100**

تشير بيانات الجدول إلى أن نسبة 95.1% من المبحوثين (78 من أصل 82) صرّحوا بوجود حلقة واحدة على الأقل من بودكاست "مغارب" تركت لديهم أثرًا تاريخيًا أو ثقافيًا، مقابل 4.9% فقط (4 مبحوثين) أجابوا بالنفي، ما يدل على اتفاق قوي بين آراء المبحوثين حول تأثير بودكاست "مغارب" في وعيهم التاريخي والثقافي، وتُبرز هذه النتيجة قوة تأثير الحلقات ونجاحها في تحقيق واحدة من أهم أهداف بودكاست "مغارب"، وهو تعزيز الارتباط بالهوية والتاريخ. وهذا ينسجم مع توجهات نظرية الاستخدامات والإشباعات، حيث يُقبل الجمهور على المحتوى الذي يُلبي حاجته للفهم الأعمق للتاريخ والثقافة.

كما تنسجم نتائج هذا الجدول أيضًا مع نظرية الاعتماد على وسائل الاعلام التي تؤكد أن زيادة اعتماد الأفراد على وسيلة إعلامية معينة ترتبط بمدى قدرتها على تلبية احتياجاتهم المعرفية والتفسيرية والتوجيهية، خاصة في المواضيع التي تمس هويتهم ومحيطهم الاجتماعي والثقافي.

❖ **الجدول رقم(26): يوضح توزيع إجابات أفراد العينة حول أسباب تأثرهم بإحدى حلقات بودكاست "مغارب" تاريخيًا أو ثقافيًا**

	البيان	النسبة المئوية	
اذا كانت الإجابة بنعم، لماذا	قدمت لي معلومات جديدة	%39.1	
	صححت لي معلومات سابقة	%26.1	

	اثارت لدي الرغبة في البحث	%34.58	
المجموع		**%100**	

المصدر: من إعداد الطالبة وفق مخرجات spss

يكشف هذا الجدول عن الدوافع التي جعلت الطلبة يشعرون بتأثير إحدى حلقات بودكاست "مغارب" من الناحية التاريخية أو الثقافية. وتوزعت الأسباب كما يلي:

احتلت "قدمت لي معلومات جديدة" المرتبة الأولى بنسبة 39.1%، مما يدل على أن بودكاست "مغارب" يُثري المعرفة التاريخية والثقافية للطلبة، من خلال معطيات لم تكن معروفة لهم من قبل وتليها عبارة "أثارت لدي الرغبة في البحث" بنسبة 34.58%، ما يُشير إلى أن المحتوى الذي يقدمه "مغارب" يحرّك الفضول المعرفي ويدفع الطلبة للتعمّق والبحث في المواضيع المطروحة، وهو مؤشر إيجابي على مدى تفاعليّة البودكاست، أما "صححت لي معلومات سابقة" فبلغت 26.1%، ما يعكس دور "مغارب" في إعادة بناء المفاهيم التاريخية أو الثقافية بطريقة دقيقة وموثوقة.

تنسجم هذه النتائج مع نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام التي تفترض أن الجمهور يزداد اعتماده على وسائل الإعلام حين تكون مصادر المعلومات الأخرى محدودة، أو عندما توفر الوسيلة ما يُشبع حاجاته المعرفية حيث يتّضح هنا أن بودكاست "مغارب" أصبح مصدرًا يعتمد عليه الطلبة للحصول على:

معلومات جديدة موثوقة، تصحيح تصورات تاريخية سابقة ودفعهم للبحث والتعمّق.

المطلب الثالث: التحليل الكمي والكيفي للجداول المركبة

❖ **الجدول رقم (27): يوضح وتيرة المتابعة لبودكاست "مغارب" حسب متغير النوع**

المتغير	ما وتيرة متابعتك لبودكاست "مغارب"؟											
	نادرا		عند توفر الوقت		شهريا		أسبوعيا		يوميا		التسلية والاستمتاع	
	التكرار	النسبة المئوية%	التكرار	النسبة المئوية%	التكرار	النسبة المئوية%	التكرار	النسبة المئوية%	التكرار	النسبة المئوية%	التكرار	النسبة المئوية%
انثى	15	18.3	30	36.6	4	4.9	08	9.8	04	4.9	06	7.4
ذكر	02	2.4	13	15.9	00	0.00	05	6.1	01	1.2	02	2.5
المجموع	**17**	**20**	**43**	**52.4**	**04**	**4.9**	**13**	**15.9**	**5**	**6.1**	**08**	**9.9**

المصدر: من إعداد الطالبة وفق مخرجات spss

حاولنا من خلال هذا الجدول ربط العلاقة بين متغير الجنس ووتيرة المتابعة لبودكاست "مغارب"، حيث أظهرت المعطيات تفاوتًا في سلوك الاستماع بين الذكور والإناث

فقد بيّنت النتائج أن الإناث يُمثلن الشريحة الأكثر متابعة للبودكاست في أغلب الفئات، خاصة فئة "عند توفر الوقت" بنسبة 36.6%، تليها فئة "نادراً" بنسبة 18.3%، ثم "أسبوعياً" بنسبة 9.8%. كما نجد أن فئة "دائماً" و"شهرياً" و"التسلية والاستمتاع" مثّلت نسبًا أقل، لكنها لا تزال تُظهر تواجداً نسويًا أكبر مقارنة بالذكور في كل الفئات تقريبًا.

أما الذكور، فتوزيعهم كان أقل على كافة الفئات، حيث جاءت أعلى نسبة لهم في فئة "عند توفر الوقت" بـ15.9%، تليها "أسبوعياً" بـ6.1%، بينما غابت نسبتهم تمامًا عن فئة "شهرياً" (0%)، وبلغت أدنى نسبة في فئة "يومياً" بـ1.2%.تشير هذه النتائج إلى أن الطالبات أكثر تفاعلاً مع بودكاست "مغارب" من الذكور، سواء من حيث وتيرة المتابعة أو الدافع (التسلية والاستمتاع)، وهو ما قد يُعزى إلى اهتمام الإناث بالقصص الثقافية والتاريخية التي يطرحها البودكاست، أو إلى أنماط استخدام الوسائط المختلفة بين الجنسين كما يمكن تفسيره بتفوق العنصر النسوي في التخصص عددًا واهتمامًا، أو ربما بميول معرفية مختلفة بين الجنسين تجاه الموضوعات الثقافية والتاريخية المطروحة في البودكاست.

❖ **الجدول رقم (28): يوضح دوافع متابعة بودكاست "مغارب" حسب متغير النوع**

	ما الذي يدفعك إلى متابعة بودكاست "مغارب"؟					
	حُب الاطلاع على تاريخ المنطقة المغاربية	تنمية ثقافتي العامة	أسلوب تقديم الحلقات	مصداقية الضيوف والمحتوى	ترسيخ وتصحيح بعض	التسلية والاستمتاع

									الأحداث والتواريخ		
	التكرار	النسبة المئوية%	التكرار	النسبة المئوية%	التكرار	النسبة المئوية%	التكرار	النسبة المئوية%	التكرار	النسبة المئوية%	التكرار	النسبة المئوية%
انثى	31	37.8	37	45.1	21	25.6	08	9.8	08	9.8	06	7.4
ذكر	10	12.2	15	18.3	09	11	03	3.7	02	2.4	02	2.5
المجموع	**41**	**50**	**52**	**63.4**	**30**	**36.6**	**11**	**13.4**	**10**	**12.2**	**08**	**9.9**

المصدر: من إعداد الطالبة وفق مخرجات spss

حاولنا من خلال هذا الجدول ربط العلاقة بين متغير النوع والدوافع التي تُحفّز الطلبة على متابعة بودكاست "مغارب"، حيث كشفت المعطيات تفاوتًا واضحًا في الأولويات المعرفية والتفضيلات بين الذكور والإناث. فقد أظهرت النتائج أن فئة الإناث تُشكّل الشريحة الأكثر انجذابًا إلى الدوافع ذات الطابع المعرفي، إذ جاءت في صدارة الدوافع "تنمية ثقافتي العامة" بنسبة 45.1%، تليها "حب الاطلاع على تاريخ المنطقة المغاربية" بنسبة 37.8%، وهو ما يُعزز فرضية الاهتمام الثقافي والتاريخي لدى الطالبات. كما حلّ "أسلوب تقديم الحلقات" ثالثًا بنسبة 25.6%، وهو مؤشر على أهمية الشكل في جذب المتلقي. في حين

تراجعت دوافع مثل "مصداقية الضيوف والمحتوى" و"ترسيخ بعض الأحداث والتواريخ" إلى نسبة 9.8%، و"التسلية والاستمتاع" بنسبة 7.4% فقط، ما يُؤكد أن الاستماع عند الإناث مدفوع غالبًا بإشباع حاجات معرفية.

أما لدى الذكور، فجاء أيضًا "تنمية الثقافة العامة" كأبرز دافع بنسبة 18.3%، تليها "حب الاطلاع على تاريخ المنطقة" بـ 12.2%، و"أسلوب تقديم الحلقات" بـ 11%. بينما سُجل تراجع لافت في الدوافع الأخرى، مثل المصداقية بـ 3.7% والتسلية بـ 2.5% فقط، ما يعكس بدوره تركيزًا أكبر على المحتوى الجاد والمفيد، ولو بدرجة أقل من الإناث.

❖ **الجدول رقم (29): يوضح الإشباعات المحققة من متابعة بودكاست "مغارب" حسب متغير المستوى الدراسي**

المتغير	ما الإشباعات التي حققتها بعد متابعة بودكاست مغارب ؟									
	فهم أعمق للتاريخ المغاربي		اكتساب معلومات جديدة لم أكن أعرفها		تعزيز الهوية والانتماء المغاربي		تحسين لغتي أو طريقة تحليلي للمحتوى		لم أستفد إطلاقا	
	التكرار	النسبة المئوية %	التكرار	النسبة المئوي ة%	التكرار	النسبة المئوي ة%	التكرار	النسبة المئوي ة%	التكرار	النسبة المئوية %

سنة اولى ماستر	5	6.1	12	14.6	08	9.8	04	4.9	00	0.0
سنة ثانية ماستر	17	20.7	23	28	11	13.4	04	4.9	00	0.0
سنة ثالثة ماستر	25	30.5	36	43.9	16	19.5	13	15.9	1	1.2
المجموع	**47**	**57.3**	**52**	**86.6**	**35**	**42.7**	**21**	**25.6**	**10**	**1.2**

المصدر: من إعداد الطالبة وفق مخرجات spss

من خلال الجدول أعلاه والذي تم ربطه بين متغيري المستوى الدراسي والإشباعات التي حققها الطلبة بعد متابعة بودكاست "مغارب"، من أجل الوقوف على مدى تأثير المحتوى في تلبية احتياجات الطلبة حسب تقدمهم الأكاديمي. أظهرت المعطيات أن طلبة السنة الثالثة ماستر كانوا الفئة الأكثر تحقيقًا للإشباعات بمختلف أنواعها، حيث سجلوا أعلى نسبة في فئة "اكتساب معلومات جديدة لم أكن أعرفها" بنسبة 43.9%، تليها فئة "فهم أعمق للتاريخ المغاربي" بـ30.5%، ثم "تعزيز الهوية والانتماء المغاربي" بـ19.5%، إضافة إلى "تحسين اللغة أو طريقة التحليل" بنسبة معتبرة بـ15.9%، وهو ما يُشير إلى مستوى نضج معرفي وتقدير أكبر للمحتوى الثقافي المتخصص لدى هذه الفئة، كما أنهم الوحيدون الذين سجلوا نسبة وإن كانت ضعيفة ممن لم يحققوا أي استفادة إطلاقًا (1.2%)، أما طلبة السنة الثانية

ماستر، فجاءوا في المرتبة الثانية من حيث تحقيق الإشباعات، حيث بلغت نسبة من اكتسبوا معلومات جديدة 28%، وفئة "فهم أعمق للتاريخ" 20.7%، و"تعزيز الهوية" 13.4%، مع نفس النسبة في تحسين اللغة (4.9%)، ولم تُسجل حالات عدم استفادة، في حين أظهرت نتائج طلبة السنة الأولى ماستر أقل نسب في كافة الفئات، حيث لم تتجاوز نسبة "اكتساب معلومات جديدة" 14.6%، و"فهم أعمق للتاريخ" 6.1%، بينما لم يُحقق أي طالب من هذه الفئة استفادة تُذكر في خانة "لم أستفد إطلاقًا"، وهو ما يمكن تفسيره بكونهم في بداية مشوارهم الجامعي ولم تتشكل لديهم بعد أدوات التفاعل النقدي أو الحاجة الملحة للمحتوى التخصصي.

تشير هذه النتائج إلى أن درجة الاستفادة من بودكاست "مغارب" ترتفع بارتفاع المستوى الدراسي، وكلما تقدم الطالب في مرحلته الأكاديمية، زادت قدرته على تحقيق إشباعات معرفية وتكوينية أعمق من المحتوى. ويتوافق هذا المنحى مع ما تُشير إليه نظرية الاستخدامات والاشباعات، التي تؤكد أن تفضيل الوسيلة واستهلاكها يتغير حسب احتياجات الفرد ومستوى وعيه. وبالتالي، فإن بودكاست "مغارب" يُعد مصدرًا ثقافيًا ومعرفيًا أكثر فاعلية بالنسبة للطلبة المتقدمين أكاديميًا، خاصة مع احتوائه على مضامين تحليلية وتاريخية تحتاج إلى أرضية معرفية لفهمها والاستفادة منها.

الجدول رقم (30): يوضح مدى مساهمة بودكاست "مغارب" في تعزيز الوعي بتاريخ وثقافة المنطقة المغاربية حسب متغير التخصص

	إلى أي مدى تعتقد أن بودكاست "مغارب" ساهم في تعزيز وعيك بتاريخ وثقافة المنطقة المغاربية؟							
التخصص	لم يساهم اطلاقا		بدرجة ضعيفة		بدرجة متوسطة		بدرجة كبيرة	
	التكرار	النسبة المئوية%	التكرار	النسبة المئوية %	التكرار	النسبة المئوية %	التكرار	النسبة المئوية %
اتصال مؤسساتي	0	0.0	1	1.2	06	7.3	02	2.4
صحافة سمعية وبصرية ورقمية	1	1.2	1	1.2	13	15.9	17	20.7
صحافة واتصال رياضي	00	00.0	00	0.00	6	7.3	7	8.5
جيوسياسة وسائل الاعلام	00	0.00	00	0.00	08	9.8	12	14.6
وسائل الاعلام	00	0.00	00	0.00	05	6.1	03	3.7

ثقافة ومجتمع								

حاولنا من خلال الجدول أعلاه ربط العلاقة بين متغير التخصص ومدى شعور الطلبة بأن بودكاست "مغارب" ساهم في تعزيز وعيهم بتاريخ وثقافة المنطقة المغاربية، وذلك بغرض قياس أثر المحتوى حسب خلفية الطالب المعرفية ومجال تكوينه.

أوضحت الاحصائيات أن طلبة تخصص الصحافة السمعية والبصرية والرقمية هم الأكثر شعورًا بالأثر الإيجابي للبودكاست، حيث بلغت نسبة من صرّحوا بأنه ساهم "بدرجة كبيرة" في تعزيز وعيهم 20.7%، و15.9% صرّحوا بـ"درجة متوسطة"، ما يدل على تقبل وانسجام هذا التخصص مع طبيعة المحتوى المقدّم في البودكاست، والذي يجمع بين السرد الإعلامي والتحليل الثقافي، وهي مهارات تُنمّى في هذا المسار الأكاديمي، في المقابل، سجل طلبة تخصص الجيوسياسية ووسائل الإعلام أيضًا نسبًا معتبرة في إدراك أثر البودكاست، حيث بلغت نسبة من قالوا "بدرجة كبيرة" 14.6%، و"درجة متوسطة" 9.8%، وهو ما يُفهم في ضوء اهتمام هذا التخصص بتحليل السياقات الجغرافية والسياسية التي تتقاطع مع ما يطرحه بودكاست "مغارب"، أما تخصص الصحافة والاتصال الرياضي، فرغم طابعه المتخصص في المجال الرياضي، إلا أن هناك من عبّروا عن استفادتهم بدرجة كبيرة (8.5%) أو متوسطة (7.3%)، ما يُشير إلى إمكانية جذب البودكاست لشرائح غير مرتبطة مباشرة بمجاله، ربما بفضل جاذبية الطرح القصصي أو حب الاطلاع الشخصي. في حين جاءت التخصصات الأخرى مثل وسائل الإعلام والثقافة والمجتمع والاتصال المؤسساتي بنسب أقل، حيث لم

تتجاوز نسبة التأثير الكبير أو المتوسط فيها حدود 6.1% و7.3% على التوالي، وهو ما قد يُعزى إما لقلة التفاعل، أو لكون طبيعة التكوين الأكاديمي في هذه التخصصات أقل ارتباطًا بالمضامين التاريخية والثقافية للبودكاست.

تشير هذه البيانات عمومًا إلى أن أثر بودكاست "مغارب" يبرز بشكل أوضح في التخصصات التي تعتمد على التحليل الإعلامي والسرد الثقافي كأدوات تكوين أساسية، فيما يبقى التأثير موجودًا بدرجات متفاوتة في التخصصات الأخرى حسب اهتمام الطلبة الشخصي أو خلفيتهم العامة.

النتائج العامة للدراسة:

من خلال عرض وتحليل بيانات الدراسة تم التوصل إلى النتائج التالية:

أولا: النتائج المتعلقة بالبيانات الشخصية

-أظهرت نتائج الدراسة أن أغلب المتابعين لبودكاست "مغارب" من فئة الإناث، ومن الفئة العمرية الممتدة بين 20 و23 سنة، وهي الشريحة التي تمثل الجيل الجامعي النشط رقميًا، مما يدل على أن فئة الشباب، وخاصة الطالبات، هنّ الأكثر تفاعلًا مع هذا النوع من المحتوى الثقافي.

-تشير النتائج إلى أن معظم المشاركين ينتمون إلى السنة الثالثة ماستر، وهي مرحلة دراسية متقدمة تُظهر نضجًا أكاديميًا واهتمامًا أكبر بالقضايا التاريخية والثقافية، ما يعكس استعداد هذه الفئة للتفاعل مع محتوى معرفي معمّق كالذي يقدّمه بودكاست "مغارب."

ثانيا: النتائج المتعلقة بأنماط وعادات المتابعة

-أظهرت النتائج أن متابعة بودكاست "مغارب" لا تتم وفق نمط منتظم، بل ترتبط غالبًا بتوفر الوقت والاهتمام الشخصي، مما يعكس طبيعة التلقي المرنة لدى الجمهور الجامعي، الذي يختار توقيت الاستماع بناءً على انشغالاته وميوله، لا وفق مواعيد ثابتة.

-كشفت النتائج أن الطلبة لا يلتزمون غالبًا بمتابعة الحلقات كاملة، بل يختارون منها ما يناسب اهتماماتهم، ويتوقف الكثير منهم عند المواضيع التي تثير فضولهم، ما يدل على انتقائية واعية في التلقي. وقد فضّل أغلبهم منصة يوتيوب كوسيلة رئيسية للمتابعة، وهو ما يعكس حضورها القوي بين الطلبة كأداة مرئية/سمعية سهلة الوصول ومتعددة الاستخدامات.

ثالثا: النتائج المتعلقة بدوافع المتابعة

-أظهرت النتائج أن دافع تنمية الثقافة العامة وحب الاطلاع على تاريخ المنطقة المغاربية يُعدان من أبرز الأسباب التي دفعت الطلبة لمتابعة بودكاست "مغارب"، مما يعكس اهتمامًا معرفيًا حقيقيًا لدى الجمهور، ويدل على أن المحتوى الثقافي والتاريخي لا يزال يجد صداه لدى فئة الشباب حين يُقدَّم بطريقة جذابة.

-كشفت الدراسة أن بعض الطلبة ينجذبون للبودكاست بسبب طريقة التقديم والأسلوب الحواري، ولو بنسبة أقل، مما يُشير إلى أهمية الشكل في دعم المضمون، ويُبرز وعيًا متناميًا لدى الجمهور بقيمة التقديم الجيد إلى جانب المعلومات الغنية والمعالجة العميقة.

رابعا: النتائج المتعلقة بالإشباعات المتحققة من المتابعة

-أظهرت الدراسة أن بودكاست "مغارب" نجح في إشباع حاجات معرفية واضحة لدى الطلبة، حيث أشار أكثر من 86% من المشاركين إلى أنهم اكتسبوا معلومات جديدة لم يكونوا يعرفونها من قبل، ما يعكس فاعلية المحتوى في سدّ فراغات معرفية يعاني منها جمهور الشباب، خاصة في الجوانب التاريخية المهمشة .

وتتقاطع هذه النتيجة مع ما توصلت إليه دراسة أحمد بن عبد العزيز بن سويدان (2022)، التي بينت أن البودكاست الإذاعي يمثل أداة فعالة في بناء الوعي الثقافي والمعرفي لدى الشباب، من خلال تقديم محتوى غني يساعد في تعزيز الفهم وتوسيع المدارك الفكرية.

-أبرزت النتائج أن تجربة المتابعة لم تكن سلبية أو محايدة، بل دفعت 51% من الطلبة إلى البحث عن مصادر إضافية بعد الاستماع، وهو ما يدل على أن البودكاست لا يقدّم محتوى جاهزًا فقط، بل يثير تساؤلات ويفتح نوافذ للتفكير والاستكشاف، مما يعزز الإشباع المعرفي النشط والفضول الشخصي.

-عبّر عدد من الطلبة عن شعورهم بارتباط وجداني أعمق بهويتهم المغاربية بعد متابعة الحلقات، حيث أقرّ 84% منهم بأن البودكاست عزز شعورهم بالانتماء إلى جذورهم الثقافية، وهو ما يشير إلى تحقيق إشباع وجداني مرتبط بالهوية والانتماء الحضاري.

خامسا: النتائج المتعلقة بدور بودكاست "مغارب" في تعزيز وعي الطلبة التاريخي والثقافي

-أظهرت نتائج الدراسة أن بودكاست "مغارب" ساهم بوضوح في تعزيز وعي الطلبة بتاريخ وثقافة المنطقة المغاربية، حيث صرّح نصف المشاركين تقريبًا بأن تأثيره كان بدرجة كبيرة، بينما أكد الباقي أن الأثر كان بدرجات متفاوتة، مما يكشف عن حضور معرفي فعّال للبودكاست في تشكيل التصور الجماعي حول قضايا الهوية.

وتتوافق هذه النتيجة مع دراسة عبد الرزاق غزال ووفاء بورحلي (2021)، التي أثبتت دور البودكاست في تنمية الوعي الثقافي لدى الطلبة الجامعيين، خاصة عند تقديم المحتوى في قالب حواري توثيقي يربط الماضي بالحاضر.

–بينت الدراسة أن بعض الحلقات كان لها تأثير خاص في تغيير تصورات مسبقة لدى الطلبة، إذ أقرّ 67% منهم بأن إحدى الحلقات قد غيّرت نظرتهم لشخصية أو حدث مغاربي، ما يعكس قدرة السرد التوثيقي والحواري للبودكاست على زعزعة الصور النمطية وبناء فهم بديل أكثر عمقًا وإنصافًا لتتقاطع نتائج دراستنا مع نتائج دراسة Nicky Stephani وآخرين (2021)، التي أوضحت أن البودكاست قادر على التأثير في آراء المستمعين وإعادة تشكيل مواقفهم تجاه قضايا اجتماعية وثقافية، خاصة إذا استُخدم أسلوب قصصي توثيقي موجه للشباب.

– كشفت النتائج أن 95% من الطلبة شعروا بأن إحدى الحلقات قد تركت لديهم أثرًا تاريخيًا أو ثقافيًا ملموسًا، ما يدل على قوة التأثير الشعوري والمعرفي للحلقات، وقدرتها على الربط بين التلقي الإعلامي والوعي الحضاري، في تجربة تتجاوز الترفيه نحو إعادة بناء الذاكرة الجماعية والوعي الذاتي.

خاتمة :

سعت هذه الدراسة إلى الكشف عن دور بودكاست "مغارب" على منصة "أثير" في تعزيز الوعي التاريخي والثقافي لدى طلبة الماستر في المدرسة الوطنية العليا للصحافة وعلوم الإعلام، وذلك من خلال مقاربة مسحية تناولت أنماط الاستخدام، الدوافع، الإشباعات، والتأثيرات المعرفية والوجدانية لهذا البودكاست.

وقد كشفت النتائج أن "مغارب" لا يقدَّم كمجرد منتج إعلامي ثقافي، بل يشكل تجربة معرفية ووجدانية متكاملة، خاصة لدى فئة الطلبة الجامعيين، الذين أبدوا تفاعلاً ملحوظًا مع محتواه، سواء من حيث الإقبال عليه، أو التأثر به، أو تحفيزهم للبحث والتفكير النقدي بعد الاستماع.

أوضحت المعطيات أن الطلبة يتعاملون مع البودكاست بطريقة مرنة وانتقائية، ما يعكس تحكمهم الذاتي في التلقي وميولهم نحو المضامين التي تستفز فضولهم المعرفي. كما أظهرت الدراسة أن دوافع المتابعة تنبع أساسًا من رغبة أصيلة في تنمية الثقافة العامة والاطلاع على تاريخ المنطقة المغاربية، مما يدل على تعطش معرفي واضح لدى هذه الفئة.

ولم يقتصر دور "مغارب" على الإشباع المعرفي، بل امتد ليشمل أبعادًا وجدانية تمثلت في تعزيز الانتماء الثقافي لدى المستمعين، وتغيير التصورات المسبقة عن شخصيات وأحداث مغاربية، مما يُبرز قدرة السرد القصصي التوثيقي على التأثير العميق في الوعي الجمعي.

ومن خلال هذه النتائج، يمكن القول أن بودكاست "مغارب" نجح في أداء دور فعّال في تعزيز الوعي التاريخي والثقافي لدى الطلبة، وأسهم في إعادة ربطهم بجذورهم الحضارية بأسلوب عصري وجذاب، وهو ما يؤكد أهمية دعم هذا النوع من المبادرات الإعلامية النوعية، وتشجيع إنتاج محتوى صوتي يحترم عقل المستمع، ويستثمر في فضوله، ويُعيد للثقافة والتاريخ مكانتهما في حياة الشباب..

-قائمة المصادر والمراجع:

أولًا: المراجع العربية

- **الموسوعات:**

1. ابن منظور، لسان العرب، الجزء الخامس عشر، مادة "وعي."
2. إحسان محمد حسن، موسوعة علم الاجتماع، الدار العربية للموسوعات، ط1، بيروت، 1999.
3. إبراهيم مصطفى، وآخرون، المعجم الوسيط، المكتبة الإسلامية للطباعة والنشر، القاهرة، 1972.
4. مي العبد الله عبد الكريم شين، المعجم في المفاهيم الحديثة للإعلام والاتصال، ط1، دار النهضة العربية، لبنان، 2014.
5. مصطفى حسيبة، المعجم الفلسفي، ط1، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن، 2009.

- **الكتب:**

1. أبو إصبع، صالح، الاتصال والإعلام في المجتمعات المعاصرة، عمان، دار المجدلاوي، 2006.
2. إسماعيل، سلمان أبو جلال، الإذاعة ودورها في الوعي الأمني، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن، 2012.
3. الجوهري، محمد، وآخرون، علم الاجتماع ودراسة الإعلام والاتصال، دار المعرفة الجامعية، مصر، 1992.
4. الرايس، علي، مناهج البحث في العلوم الاجتماعية، دار الكتب الوطنية، ليبيا، 2008.
5. الصاوي، محمد مبارك، البحث العلمي أسسه وطريقة كتابته، المكتبة الأكاديمية، القاهرة، 1997.

6. الغفيلي، فهد بن عبد العزيز، الإعلام الرقمي: أشكاله ووظائفه وسبل تفعيله، ط1، مكتبة الملك فهد الوطنية، 2017.
7. كافي، مصطفى يوسف، نظريات الاتصال والإعلام الجماهيري، عمان: دار الإعصار العلمي، بدون تاريخ.
8. معمر عبد المؤمن، علي، مناهج البحث في العلوم الاجتماعية، دار المكتبة الوطنية، بنغازي، 2008.
9. ياس، خيضر الليياتي، الإعلام الجديد: الدولة الافتراضية الجديدة، ط1، عمان، دار البداية، 2014.
10. يوسف، لازم كماش، عبد الكاظم جليل حسان، سيكولوجية التعلم والتعليم، ط1، دار الخليج، الأردن، 2018.

- **مذكرات التخرج:**

أ. أطروحات دكتوراه

1. البدري، مجيد حميد شهاب، الدور الإقليمي لتركيا في الترتيبات الأمنية الجديدة وأثرها في الأمن القومي العربي، أطروحة دكتوراه غير منشورة، كلية الآداب، جامعة بغداد، 1997.

ب.رسائل ماجستير

1. الذاري، الحسن علي، استخدامات الشباب اليمني للصحف الإلكترونية والإشباعات المتحققة، رسالة ماجستير، كلية الآداب، جامعة أسيوط، 2011.
2. فكري، عبد الباقي عثمان، استخدامات النخبة المصرية لوسائل الإعلام، رسالة ماجستير، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، 2006.

➢ **الدراسات:**

1. إسحاق، منية، اعتماد الشباب الجامعي المصري على البودكاست وتأثيراته عليهم، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، العدد 84 (ج2)، 2023.
2. إسماعيل سيبوكر، نجلاء نجاحي، حول أهمية المنهج الوصفي للبحث في العلوم الإنسانية، جامعة قاصدي مرباح ورقلة، الجزائر، 2019.
3. الأسمري، عبد الله بن سعيد، المتطلبات المهارية والتقنية لصناعة البودكاست، المجلة الجزائرية لبحوث الإعلام والرأي العام، مج 7، عدد 1، 2024.
4. الجبر، حامد سعيد، وآخرون، واقع دور شبكات التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي الثقافي، مجلة كلية التربية، جامعة الأزهر، العدد 171، 2017.
5. عبد الحميد، علي محمد، الإعلام الرقمي والوعي الثقافي، مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، العدد 15، 2021.
6. عبد الرحمن، أمينة، وهاشم، منى، اتجاهات المواقع الإخبارية المصرية والعربية لاستخدام تقنية البودكاست، المجلة المصرية لبحوث الاتصال الجماهيري.
7. فؤاد، علي العاجز، دور التربية الترويحية في نشر الوعي الثقافي، مجلة الجامعة الإسلامية، مجلد 17، 2009.
8. فتحي، عبد الحميد الحولة، وآخرون، فاعلية استراتيجية الدعامات التعليمية الإلكترونية، مجلة جامعة النجوم للعلوم التربوية، مجلد 17، عدد 5، 2023.

➢ **المقالات العلمية:**

1. الأعرج، بوقرة نوال، وسائط الإعلام الرقمي وبناء الوعي الثقافي عند الشباب، مجلة دراسات إعلامية، العدد 8، 2020.
2. الحداد، منى، المنصات الرقمية أو الإلكترونية، مجلة منصة أريد، 2024.

3. بولسنان، رقية، ديناميكية البودكاست في العملية التعليمية، مجلة دراسات إنسانية واجتماعية، جامعة وهران 2، العدد 2، 2019.

4. جفال، عادل، الثقافة والهامش في الفضاء الرقمي، مجلة وسائط معاصرة، العدد 11، 2021.

5. زلاقي، حبيبة، نظرية الدور بين الأصول الاجتماعية والتوظيف في التحليل السياسي، مجلة القانون والعلوم السياسية، العدد 17، جامعة باتنة.

6. سناء، حمدي، التحديات الثقافية في ظل الإعلام الجديد، مجلة الآداب الرقمية، العدد 5، 2019.

7. عبد الحميد، نسرين، المنصات الرقمية الإعلامية الجزائرية بين تحدي الواقع والتطلع نحو المستقبل، مجلة الإعلام والمجتمع، مج 8، عدد 1، جوان 2024.

8. المعولية، إيمان بنت محمد بن زيد، أثر توظيف تقنية البودكاست في تنمية مهارة الاستماع، المجلة الدولية للدراسات التربوية والنفسية، 2024.

9. نعمان، أنس قصي، وموسى، ياسين طه، البودكاست أنواعه وقوالبه الفنية ومنصات الاستماع، مجلة الجامعة العراقية، العدد 67، الجزء 3.

➢ المواقع الإلكترونية:

1. بلال الحفداوي، استراتيجيات المنصات الرقمية مع موقع الرأي، (26-04-2025). https://alrai.com/article/10580492

2. رويا السعودية، أثير تتألق عالميًا وتحصد ثلاث جوائز في جوائز سيغنال العالمية للبودكاست، تاريخ الاطلاع 22-05-2025 على الساعة 22:30، https://royasaudi.com/

3. المجلة العربية لبحوث الإعلام والاتصال، العدد 46، جامعة الدول العربية، 2024 . موقع إعلام https://www.e3lam.com/523438 اطّلع عليه في 10-04-2025.

4. محاضرة "عصر المنصات"، منصة أبصر https://abser.org : 26-04-2025).

5. المعرض الدولي للنشر والكتاب https://seil.ma/cp-infos-jour : 18-04-2025).

6. منى الحداد، منصة أريد، https://portal.arid.my/ar-LY/posts/ 26-04-2025).

7. موقع المعاني – مادة "عزز https://www.almaany.com/ar/dict/ar-ar اطّلع عليه في 25-03-2025.

8. موقع المعاني – مادة "وعي https://www.almaany.com/ar/dict/ar-ar اطّلع عليه في 25-03-2025.

9. موقع مملكة العلم، محمد رماش: السيرة الذاتية، https://www.maleilms.net/ (تم الاطلاع عليه بتاريخ 2025/05/22، سا 22:00)

- **ثانيًا: المراجع الأجنبية:**

- **الموسوعات:**

1. New Webster's Dictionary, USA: Lexicon Publications, 1993.

- **الدراسات:**

1. University of Bahrain Journals: https://journals.uob.edu.bh

2. Digital Culture Journal: https://www.digitalculturejournal.org/issues/5

3. Contemporary Media Journal: https://www.mediacontent.org/contemporarymedia

- **المقالات العلمية:**

1.Mohamed Samir Said, What is a podcast?,

https://mohamedsamirsaid.com/what-is-a-podcast/ (26-04-2025)

الملاحق

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

المدرسة الوطنية العليا للصحافة وعلوم الإعلام

استمارة استبيان

يسرنا أن نضع بين أيديكم هذه الاستمارة، المخصّصة لجمع المعلومات اللازمة للدراسة التي نقوم بإعدادها، استكمالا لنيل شهادة الماستر تخصص صحافة سمعية بصرية ورقمية بعنوان: "**دور بودكاست مغارب على منصة أثير في تعزيز الوعي التاريخي والثقافي لدى الطلبة –دراسة وصفية لعينة من طلبة الماستر في المدرسة الوطنية العليا للصحافة وعلوم الإعلام خلال الفترة الممتدة من 20 نوفمبر 2024 إلى 20 ماي2025 –**

تهدف هذه الدراسة إلى معرفة مدى إقبال الطلبة على متابعة هذا النوع من المحتوى، واستكشاف أثرها تعزيز معرفتهم بالتاريخ والثقافة في المنطقة المغاربية

ملاحظة:

الإجابة تكون بوضع علامة (×) في الخانة المناسبة

تُستخدم جميع المعلومات الواردة لأغراض علمية فقط، وتُعالج بسرية تامة دون الكشف عن هوية المشاركين.

نشكركم على تعاونكم ومساهمتكم في إنجاح هذا العمل.

الطالبة الاشراف

بوفافة ريان د. ايت طيب عراب

السنة الجامعية 2024/ 2025

البيانات الشخصية:

1-النوع:

-ذكر ☐ -أنثى ☐

2-العمر:

من 20 إلى 23 ☐ من 24 الى 27 ☐ 28 سنة فما فوق ☐

3- المستوى الجامعي:

-سنة أولى ماستر ☐

-سنة ثانية ماستر ☐

-سنة ثالثة ماستر ☐

4-التخصص:

-اتصال مؤسساتي ☐

-صحافة سمعية بصرية ورقمية ☐

-صحافة واتصال رياضي ☐

-جيوسياسية وسائل الإعلام ☐

-وسائل الإعلام ثقافة ومجتمع ☐

المحور الأول: أنماط وعادات متابعة بودكاست "مغارب"

5-ما هي وتيرة متابعتك لبودكاست "مغارب"

-يوميًا ☐

-أسبوعيًا ☐

-شهريا ☐

-عند توفر الوقت ☐

-نادرًا ☐

6-عبر أي منصة تتابع بودكاست "مغارب"؟

-يوتيوب ☐

-سبوتيفاي ☐

-آبل بودكاست ☐

-منصات أخرى: .....

7-هل تتابع الحلقات كاملة أم مجتزأة؟

-كاملة ☐

-أجزاء فقط ☐

- حسب الموضوع ☐

8-أين تتابع عادة بودكاست "مغارب"؟

- في المنزل ☐

-أثناء التنقل (سيارة، حافلة، قطار....) ☐

-في الجامعة أو مكان الدراسة ☐

-في أماكن عامة ☐

أماكن أخرى: .....

9-في أي وقت تفضل المشاهدة أو الاستماع إلى البودكاست؟

- صباحًا ☐

-مساء ☐

-قبل النوم ☐

-أثناء التنقل ☐

-لا وقت محدد ☐

المحور الثاني: الدوافع وراء متابعة بودكاست "مغارب"

10-ما الذي يدفعك إلى متابعة بودكاست "مغارب"؟ (يمكنك اختيار أكثر من إجابة)

-حب الاطلاع على تاريخ المنطقة المغاربية ☐

-تنمية ثقافتي العامة ☐

- أسلوب تقديم الحلقات ☐

- مصداقية الضيوف والمحتوى ☐

- التسلية والاستمتاع ☐

دوافع أخرى أذكرها ....

11-أتابع بودكاست "مغارب" لأنه يعرض وقائع تاريخية بأسلوب مشوق

-موافق ☐

-محايد ☐

-غير موافق ☐

12-ساهم بودكاست "مغارب" بزيادة وعيي اتجاه الهوية المغاربية والتاريخ المشكل لثقافتها

-موافق ☐

-محايد ☐

-غير موافق ☐

13-أشعر أن بودكاست "مغارب" يربطني أكثر بجذوري المغاربية

-موافق ☐

-محايد ☐

-غير موافق ☐

المحور الثالث: الإشباعات المتحققة من متابعة بودكاست مغارب"

14-ما الإشباعات التي حققتها بعد متابعة بودكاست مغارب ؟ (يمكنك اختيار أكثر من إجابة)

- فهم أعمق للتاريخ المغاربي ☐
- اكتساب معلومات جديدة لم أكن أعرفها ☐
- تعزيز الهوية والانتماء المغاربي ☐
- تحسين لغتي أو طريقة تحليلي للمحتوى ☐
- لم أستفد إطلاقا ☐

أخرى .....

15-هل تقوم بأي من هذه الأنشطة بعد متابعة حلقات مغارب ؟ (يمكنك اختيار أكثر من إجابة)

- البحث عن مصادر إضافية حول الموضوع ☐
- مناقشة المحتوى مع زملاء أو أصدقاء ☐
- مشاركة الحلقات على وسائل التواصل ☐

-أكتفي بالمشاهدة فقط ☐

16-هل كان لبودكاست "مغارب" دور في تغيير نظرتك لبعض الشخصيات أو الأحداث المغاربية؟

-نعم كليا ☐

-نعم جزئيًا ☐

-لا ☐

المحور الرابع : إسهام بودكاست "مغارب" في بناء الوعي الثقافي والتاريخي لدى الطلبة

17-إلى أي مدى تعتقد أن بودكاست "مغارب" ساهم في تعزيز وعيك بتاريخ وثقافة المنطقة المغاربية؟

- بدرجة كبيرة ☐

- بدرجة متوسطة ☐

- بدرجة ضعيفة ☐

- لم يساهم إطلاقًا ☐

18-هل ترى أن بودكاست "مغارب" يُعالج قضايا مهمة بطريقة ممتعة وواضحة

- دائما ☐

- غالبا ☐

- أحيانًا ☐

-نادرًا ☐

-أبدا ☐

19-هل حفّزك بودكاست "مغارب" على البحث أو القراءة حول مواضيع معينة؟

-نعم ☐

-لا ☐

20-هل غيّرت أي حلقة من تصوراتك المسبقة عن تاريخ أو ثقافة المغرب الكبير؟

-نعم ☐

-لا ☐

-إذا كانت الاجابة نعم أذكر موضوع الحلقة .....

21-كيف تُقيّم الابتكار في طرح المواضيع؟ (مثلاً: استخدام سرد القصص، التركيز على شخصيات غير معروفة....)

- متميز ☐

- مقبول ☐

- تقليدي ☐

22-هل تعتقد أن المعلومات المقدمة في الحلقات مدعومة بأدلة كافية (وثائق، شهادات خبراء إحصائيات)

-بشكل مُفصّل ☐

-بشكل جزئي ☐

-لا، المعلومات عامة وغير مدعومة ☐

23-هل تُقدم الحلقات معلومات جديدة لم تكن تعرفها من قبل؟

- دائمًا ☐

-غالبا ☐

-أحيانًا ☐

-نادرًا ☐

-أبدا ☐

24-هل هناك حلقة من بودكاست مغارب تركت لديك أثرا تاريخيا أو ثقافيا ؟

-نعم ☐

-لا ☐

إذا كانت الإجابة نعم لماذا؟.....

-قدمت لي معلومات جديدة ☐

-صححت لي معلومات سابقة ☐

-أثارت لدي رغبة في البحث والتوسع في الموضوع ☐

أخرى.....