



اعتماد الجمهور العراقي على البودكاست المسموع والمرئي كمصدر للمعلومة مقارنة بالإعلام التقليدي

م. د. احمد كريم احمد

جامعة ميسان - كلية العلوم السياسية

ahmed.k.a@uomisan.edu.iq

<https://orcid.org/0000-0001-5965-9932>

10.65441/umisa.2025.01107

المستخلاص

جاء هذا البحث في إطار الاهتمام المتزايد بوسائل الإعلام الحديثة، ولا سيما البودكاست المسموع والمرئي الذي بدأ يحظى بانتشار واسع في أوساط المجتمع. ويأتي هذا التنامي في ظل التطورات التقنية المتسارعة التي أوجدت فضاءات جديدة بديلة عن الإعلام التقليدي، وأتاحت أنماطاً أكثر تفاعلية وحرية في إنتاج المحتوى وتلقيه.

سعى البحث إلى استقصاء اعتماد الجمهور العراقي على البودكاست المسموع والمرئي كمصدر للمعلومة، ومقارنته بوسائل الإعلام التقليدية، من خلال مقاربة نظرية ومنهجية وميدانية، بهدف الوقوف على أنماط متابعتهم للبودكاست مقارنةً بوسائل الإعلام التقليدية (الإذاعة والتلفزيون)، والتعرف على أبعاد الإيجابية والسلبية، فضلاً عن دراسة دوافع الإقبال عليه وانتشاره المتزايد في المجتمع العراقي. أظهرت النتائج بروز المحتوى السياسي والاجتماعي في صدارة الاهتمامات لدى أفراد العينة، يليه المحتوى الثقافي والتعليمي والترفيهي بدرجة متوسطة، في حين جاء المحتوى الاقتصادي والصحي والرياضي في مراتب متاخرة، كما بينت النتائج أن البودكاست المسموع يحظى بفضيل أكبر مقارنة بالمرئي، ما يعكس أولوية الاستماع وسهولة الوصول إلى هذا النمط من الوسائل.

واظهرت الدراسة أن البودكاست يمثل منصة إعلامية مؤثرة ومكملة للإعلام التقليدي، تسهم في تلبية احتياجات معرفية وترفيهية لدى الجمهور، مع توفير مساحة أوسع للتفاعل والمشاركة، وأوصت بضرورة توسيع تنوع المحتوى، والعمل على تعزيز التكامل بين البودكاست ووسائل الإعلام التقليدية بما يعزز فاعليته في المشهد الإعلامي العراقي.

الكلمات المفتاحية: اعتماد الجمهور، البودكاست المسموع والمرئي، الإعلام التقليدي.

The Iraqi Public's Reliance On Audio And Video Podcasts As A Source Of Information Compared To Traditional Media

Dr. Ahmed Karim Ahmed

University Of Maysan – College Of Political Science

ahmed.k.a@uomisan.edu.iq

<https://orcid.org/0000-0001-5965-9932>

10.65441/umisa.2025.01107

Abstract

This research emerges within the growing interest in modern media, particularly audio and video podcasts, which have increasingly gained wide popularity in society. This expansion comes amid rapid technological developments that have created new spaces as alternatives to traditional media, offering more interactive and flexible modes of content production and consumption.

The research aimed to investigate the extent to which the Iraqi audience relies on audio and video podcasts as a source of information, and to compare this with traditional media (such as radio and television). By employing theoretical, methodological, and field approaches, the research sought to identify patterns of podcast engagement, examine its positive and negative dimensions, and explore the motivations behind its rising popularity within Iraqi society.

The findings revealed that political and social content ranked highest among participants' interests, followed by cultural, educational, and entertainment content at a moderate level, while economic, health, and sports topics occupied lower ranks. Results also indicated a stronger preference for audio podcasts over video podcasts, reflecting the primacy of listening and the ease of access to this medium.

The research concluded that podcasts represent an influential and complementary media platform to traditional outlets, meeting both informational and entertainment needs while providing broader opportunities for interaction and participation. It recommended diversifying content, improving video production quality, and fostering greater integration between podcasts and traditional media to enhance their effectiveness within the Iraqi media landscape.

Keywords: Audience reliance, Audio and visual podcast, Traditional media.

مقدمة

يشهد العالم اليوم ثورةً حقيقةً في أنماط استهلاك المحتوى الإعلامي، حيث تشير الإحصائيات العالمية إلى أن عدد مستمعي البودكاست وصل إلى أكثر من 464 مليون شخص في عام 2023، بنمو سنوي يقدر بـ 20% وفي المنطقة العربية، تتزايد هذه الأرقام بوتيرة متسرعة، إذ سجلت منطقة الشرق الأوسط نمواً في استهلاك البودكاست بنسبة 35% خلال الأعوام الأخيرة.

ويواجه الإعلام التقليدي في العراق تحديات جوهرية تتمثل في تراجع مستويات الثقة الجماهيرية نتيجة التحيز الذي يطغى في كثير من الأحيان، وضعف الموارد التقنية والبشرية، وقيود الرقابة، فضلاً عن محدودية التفاعل مع الجمهور، هذه التحديات دفعت شرائح واسعة من المجتمع العراقي، خاصة الشباب وال المتعلمين، للبحث عن مصادر إعلامية بديلة توفر معلومات أكثر موثوقية وعمقاً وتفاعلية.

ويرز البودكاست كشكل جديد من أشكال المحتوى الإعلامي، قادر على تقديم معلومات معمقة وتحليلات متنوعة في قالب من وسهل الوصول، يتميز البودكاست بقدرته على تجاوز القيود التقليدية للإعلام، وتوفير مساحة أكبر للحوار والنقاش، والوصول المباشر للجمهور دون وسيط.

وسعى هذا البحث للكشف عن مدى اعتماد الجمهور العراقي على البودكاست المرئي والمسموع كمصدر للمعلومة، ومقارنة هذا الاعتماد بالاعتماد على وسائل الإعلام التقليدية (التلفزيون، الراديو، الصحافة المطبوعة)، وذلك في محاولة لفهم التغيرات الجوهرية في أنماط استهلاك المحتوى الإعلامي لدى الجمهور العراقي.

اولاً: مشكلة البحث

تمثل مشكلة البحث في موضوع أو موقف يحيط به غموض أو يتصرف بوجود قضية خلافية أو ظاهرة بحاجة إلى تفسير، وينتج عن ظروف البيئة الاجتماعية¹.

تكمن مشكلة البحث في الفجوة المتزايدة بين مصادر المعلومات التقليدية والجديدة في العراق، حيث يواجه الإعلام التقليدي تحديات في الحفاظ على ثقة الجمهور، بينما ينمو البودكاست كمنصة بديلة تتيح مساحة أكبر للحوار والتحليل، يشير هذا الوضع التساؤلات حول مدى قدرة البودكاست على ملء الفراغ المعلوماتي الذي قد يشعر به الجمهور، وإلى أي مدى يمكن اعتباره منافساً حقيقياً للإعلام التقليدي في توفير المعلومات لذلك يمكن تلخيص مشكلة البحث بالسؤال الرئيسي التالي : ما هي أنماط ودوافع اعتماد الجمهور العراقي على البودكاست المسموع والمرئي كمصدر للمعلومة مقارنة بالإعلام التقليدي؟ وتفترع من التساؤل الرئيس عدد من التساؤلات الفرعية كما يلي:

1. ما أنماط اعتماد الجمهور العراقي على البودكاست المرئي والمسموع كمصدر للمعلومة؟
2. ما الأسباب التي تدفع الجمهور العراقي إلى الاعتماد على البودكاست للحصول على المعلومات مقارنة بالإعلام التقليدي؟
3. ما أنواع المحتوى (سياسي، اجتماعي، ثقافي رياضي) التي يفضل الجمهور العراقي استهلاكها عبر البودكاست؟

ثانياً : أهمية البحث

أ- تتبع أهمية بحثنا من أهمية الموضوع ذاته، حيث يعد استقصاء اعتماد الجمهور العراقي على البودكاست المسموع والمرئي كمصدر للمعلومة ظاهرة جديدة ومهمة في ظل التغيرات المتسرعة في أنماط استهلاك المحتوى الإعلامي، خاصة بين مختلف شرائح المجتمع العراقي، ونظرًا لتوسيع تجربة استخدام البودكاست وتزايد الإقبال عليه لأغراضٍ متعددة، تبرز الحاجة إلى دراسات تفصيلية لفهم أنماط الاعتماد والدوافع التي تقف وراء توجه الجمهور نحو هذه المنتصات، تمهدًا لإجراء بحوث أعمق وأكثر تخصصاً في هذا المجال.

ب- كما تبرز أهمية بحثنا في تحديد مجالات استخدام البودكاست، وشدة وتركيز الاعتماد عليه، وأوقاته، مما يساعد في معرفة مدى تركيز فئات الجمهور المختلفة على أنواع المحتوى المتعددة، ويساهم في التعرف على مفاتيح وأساليب العرض الأكثر جاذبية وتأثيراً. وهذا بدوره يزود

صناع المحتوى والقائمين على وسائل الإعلام الرقمية والتقليدية بمعلومات دقيقة عن تفضيلات الجمهور، مما يمكنهم من إعادة بناء استراتيجيةهم الإعلامية بما يتوافق مع احتياجات وطلعات المستهلكين.

ثالثاً: أهداف البحث

1. تحديد مستوى اعتماد الجمهور العراقي على البودكاست المرئي والمسموع كمصدر للمعلومة.
2. مقارنة درجة هذا الاعتماد مع الاعتماد على الإعلام التقليدي (التلفزيون، الراديو، الصحفة).
3. الكشف عن دوافع الجمهور للتحول نحو البودكاست كبديل للإعلام التقليدي.
4. تحليل العلاقة بين المتغيرات الديموغرافية واعتماد الجمهور على البودكاست.

رابعاً: فروض البحث

- تم اشتقاق فروض البحث من نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام (Media Dependency Theory)، التي تفترض أن الأفراد يعتمدون على وسائل الإعلام لتلبية حاجاتهم المعلوماتية، خاصة في الأوقات التي يواجهون فيها ظروفًا غير مستقرة أو أزمات معينة.
1. الفرض الأول: توجد علاقة إيجابية بين درجة اعتماد الفرد على البودكاست وزيادة إدراكه للمعلومات السياسية والاجتماعية.
 2. الفرض الثاني: كلما زاد اعتماد الفرد على البودكاست، كلما زادت قدرته على تكوين وجهات نظر مستقلة تجاه القضايا العامة مقارنة بالمعتمدين على الإعلام التقليدي.
 3. الفرض الثالث: الأفراد الذين يميلون إلى عدم الثقة في الإعلام التقليدي، هم أكثر عرضة للاعتماد على البودكاست كمصدر بديل للمعلومة.
 4. الفرض الرابع: توجد فروق ذات دلالة إحصائية في درجة اعتماد الجمهور على البودكاست كمصدر للمعلومة بناءً على المتغيرات الديموغرافية (العمر، المستوى التعليمي).

خامساً: منهج البحث ونوعه

يندرج هذا البحث ضمن البحوث الوصفية والتي ترتكز على وصف طبيعة وسمات وخصائص مجتمع معين او موقف او فرد معين، وتكرار حدوث الظواهرات المختلفة².

وفي إطار ذلك استخدم الباحثان منهج المسح الإعلامي للحصول على البيانات المطلوبة أو وصف الظاهرة البحثية من خلال دراسة وتحديد مجتمع البحث بشكل دقيق.

سادساً: مجالات البحث وحدوده

أ- المجال المكاني:

يقصد بالمجال المكاني المنطقة الجغرافية التي يُجرى فيها البحث، وقد اختار الباحث محافظة ميسان لما تتميز به من تنوع اجتماعي وجغرافي، حيث تضم بيئات حضرية وريفية، مما يعكس التنوع السكاني والعرقي والطائفي في المجتمع العراقي.

ب- المجال البشري:

ويمثل المجال البشري عينة الدراسة التي تركز على فئة الشباب والبالغين الذين يشكلون النسبة الأكبر من مستخدمي وسائل الإعلام الحديثة، وخاصة البودكاست وقد تم اختيار عينة عشوائية طبقية الذكور والإإناث في الحضر والريف

ت- المجال الزمني:

يشمل المجال الزمني الفترة الزمنية التي استغرقها إعداد الاستمار وتوسيعها بين عينة البحث وجمع البيانات، والتي استغرقت من 1/6/2025 لغاية 1/7/2025 .

سابعاً: اجراءات البحث

أ- مجتمع البحث وعينته

يتكون مجتمع البحث من جميع سكان محافظة ميسان في العراق البالغين من العمر (18) سنة فأكثر ، والبالغ عددهم 1,147,000 نسمة وفقاً تقديرات الجهاز المركزي للإحصاء العراقي لعام 2023³.

تم اختيار محافظة ميسان لتمثل مجتمع البحث للأسباب التالية:

- التوع الديموغرافي: تحتوي على بيئات حضرية وريفية متعددة
- التمثل الجغرافي: تقع في جنوب شرق العراق وتمثل خصائص المحافظات العراقية الوسطى
- إمكانية الوصول: توفر بيانات سكانية دقيقة وإمكانية وصول جيدة للباحثين
- التوع الاقتصادي: تضم قطاعات اقتصادية متعددة (زراعة، صناعة، خدمات)

ب- عينة البحث:

اختار الباحث عينة البحث بناءً على الأسس العلمية التي تضمن تمثيل المجتمع الأصلي بشكل مناسب ودقيق فالمجتمع المستهدف في هذه الدراسة هو جمهور محافظة ميسان ، وهو مجتمع متعدد من حيث التوزيع الجغرافي (الحضر والريف)، والفئات العمرية، والمستويات التعليمية. واختار الباحث اسلوب العينة الطبقية الاحتمالية، حيث قسم المجتمع إلى طبقات بناءً على متغيرات ديمografية رئيسة (مثل المنطقة السكنية: حضر وريف، وكذلك العمر والجنس)، لضمان شمولية العينة وكفاية التمثيل لكل فئة من فئات المجتمع.

وتم اختيار عينة البحث بطريقة العينة العشوائية الطبقية، حيث جرى تقسيم المجتمع إلى طبقتين رئيسيتين تمثلت في المنطقة الحضرية (المدن) والمنطقة الريفية (القرى والنواحي) بعد ذلك، تم توزيع الاستمارات بما يتناسب مع حجم كل طبقة من السكان، ونظراً لعدد السكان الكبير، تم تحديد حجم العينة باستخدام معادلة كريجيسي ومورغان (Krejcie & Morgan) التي تحقق درجة دقة مقبولة وهامش خطأ منخفض ، وبذلك بلغ حجم العينة النهائية 355 مفردة .

$$n = X^2NP(1-P) / d^2(N-1) + X^2P(1-P)$$

وقد اعتمد الباحث توزيع الاستمارات بشكل الكتروني وورقي على المبحوثين ضمن عينة البحث من الذكور والإناث بواقع 230 استماراً على المبحوثين من سكان المناطق الحضرية في مدينة العمارة و 125 استماراً على المبحوثين من سكناً المناطق الريفية شمال وجنوب مدينة العمارة .

ج - أداة البحث:

واستخدم الباحث أداتين لتحقيق أهداف البحث بصورة دقيقة وهي:

- 1- الملاحظة: استعان الباحث باللحظة الشخصية لجمع المعلومات، وذلك بهدف الحصول على أكبر قدر ممكن من البيانات المتعلقة باستخدام البودكاست عبر شبكات التواصل الاجتماعي.
- 2- الاستمار: قام الباحث بتصميم استبيان مقتن يحتوي على 21 سؤالاً موزعة على المحاور الرئيسية للبحث، وذلك لقياس المتغيرات المرتبطة باعتماد الجمهور العراقي على البودكاست والإعلام التقليدي وتم تطوير الاستبيان بناءً على مراجعة الأدبيات والدراسات السابقة، مع التركيز على ضمان دقة وجدية الإجابات، حيث يقدم الاستبيان بيانات كمية تتيح تقييم أنماط الاعتماد، الدوافع، والتفضيلات الإعلامية للمشاركين.

د- الصدق والثبات

1- الصدق : يعني الصدق مدى صلاحية أداة القياس أو الاستبيان في قياس المتغيرات والموضوعات التي يهدف الباحث إلى دراستها بحيث يستطيع الخروج بنتائج مؤشرات دقيقة تعكس الواقع بشكل حقيقي، ولضمان درجة الصدق، تم عرض الاستبيان على عدد من الخبراء والمحكمين* في المجال الإعلامي ، إذأخذ الباحث ملاحظاتهم بعين الاعتبار وأجرى تعديلات طفيفة على بعض البنود لتكون ملائمة أكثر لأهداف البحث وقابلة للتطبيق ميدانيا.

2. الثبات: الثبات يعني الاتساق في نتائج أداة القياس عند تطبيقها على نفس العينة في أوقات مختلفة ، ولقياس الثبات، استخدم الباحث طريقة إعادة الاختبار (Retest-Test) على عينة من المبحوثين الذين أعيد توزيع عليهم الاستبيان بعد فترة زمنية معينة، بعد حساب معامل الثبات (مثل معامل كرونباخ ألفا)، كانت القيمة (0.841)، مما يشير إلى ثبات عالي للمقياس ودقته. وكان عدد البنود التي أظهرت توافقًا في نتائج الاختبار الأول والثاني 18 بندًا من أصل 21 بندًا في الاستبيان، مما يدل على اتساق المقياس وثبات نتائجه.

ث. معالجة البيانات : بعد تطبيق أداة البحث (الاستبيان) على عينة الدراسة، جمع الباحث حجمًا كبيرًا من البيانات التي استدعت معالجتها بدقة من أجل تحقيق أهداف البحث، وتحليل هذه البيانات، تم الاعتماد على برنامج SPSS لما يوفره من إمكانات إحصائية متقدمة تضمن الدقة والموضوعية في النتائج، وقد شملت خطوات المعالجة الإحصائية ما يلي:

1. الأساليب الإحصائية الوصفية.
2. الجداول ذات البعد الواحد.
3. الجداول المركبة (متعددة الأبعاد).
4. الاختبارات الإحصائية الاستدلالية.

حساب المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لقياس الاتجاهات العامة.

استخدام اختبار كا² (Chi-Square) لقياس الفروق بين الفئات الديموغرافية.

تطبيق اختبار T وتحليل التباين (ANOVA) للتحقق من الفرضيات البحثية.

هدفت هذه الاختبارات إلى تحديد الفروق ذات الدلالة الإحصائية بين المجموعات المختلفة في العينة، بما يسهم في الإجابة عن أسئلة البحث وتفسير نتائجه بشكل علمي.

ثامنًا: تعريف مصطلحات البحث:

الاعتماد: الدرجة التي يعتمد فيها الفرد على محتوى البوذكاست (المرأوي والمسموع) لإشباع حاجاته المعلوماتية والمعرفية حول القضايا المختلفة (السياسية، الاقتصادية، الاجتماعية، الثقافية)، وجراحتها هو درجة اعتماد العينة على استخدام البوذكاست

الإعلام التقليدي: وسائل الإعلام الجماهيرية التقليدية التي تتبع نموذج الاتصال أحادي الاتجاه، وتشمل القنوات التلفزيونية الأرضية والفضائية، والمحطات الإذاعية، والصحف المطبوعة. كما يمكن تعريفه اجرأتها بأنها الوسائل الإعلامية التي يستخدمها أفراد العينة للحصول على المعلومات من خلال القنوات التلفزيونية والإذاعية والصحف.

البوذكاست المرأوي والمسموع: شكل من أشكال المحتوى الإعلامي الرقمي يتكون من سلسلة حلقات صوتية (بوذكاست مسموع) أو مرئية (بوذكاست فيديو) يمكن تنزيلها أو الاستماع إليها ومشاهدتها عند الطلب عبر منصات رقمية واجرائيا هو المحتوى الصوتي أو المرأوي الذي يتبعه أفراد العينة عبر المنصات الرقمية.

تاسعاً: الدراسات السابقة:

1. دراسة عبدالحميد، عمرو محمد محمود (2024)⁴ تفاعل الجمهور مع محتوى البوذكاست بالمنصات الرقمية وانعكاساته على مستقبل الإذاعة بالمنطقة العربية.

تهدف هذه الدراسة إلى تحليل أنماط تفاعل الجمهور العربي مع محتوى البودكاست الرقمي، وقياس مدى تأثير هذا التفاعل على مستقبل الإذاعة التقليدية في المنطقة. اعتمدت الدراسة على عينة عمدية مكونة من 400 مستمع للبودكاست في المنطقة العربية، باستخدام منهج المسح كأداة بحثية رئيسية، مستندة إلى نظرية ثراء الوسائل الإعلامية (Media Richness Theory).

1. وجود علاقة ارتباطية إيجابية بين إدراك الجمهور لثراء المحتوى في البودكاست والتزام المنتجين بالمعايير المهنية.
2. تأثير العمر والجنس وكثافة التعرض للبودكاست على مستوى تفاعل الجمهور مع المحتوى.
3. على الرغم من تزايد شعبية البودكاست، فإن الإذاعة التقليدية لا تزال تحظى بقاعدة جماهيرية ثابتة في بعض الفئات العمرية والتعليمية.
4. دراسة بوزيد، فايز، وشعيعر، سليم (2022)⁵ البودكاست: الصناعة الثقافية لتكريس اللغة، الهوية والمواطنة عبر تطبيقات الإعلام الرقمي - دراسة تحليلية لمحتوى عينة من البودكاست على اليوتيوب.

تناولت الدراسة تحليل كيفية استخدام البودكاست كوسيلة ثقافية لتكريس اللغة العربية، وتعزيز الهوية الوطنية والمواطنة الرقمية بين الجمهور الجزائري، مع التركيز على محتوى بودكاست يوتيوب كمنصة رقمية وشملت العينة التحليلية غير الاحتمالية مجموعة مختارة من حلقات البودكاست التي تتناول المواضيع الثقافية المستهدفة. اتبع البحث المنهج الوصفي التحليلي، مستخدماً أدوات مثل الملاحظة المباشرة والمشاركة عبر متابعة المحتوى الثقافي والقيمي والاجتماعي المنشور على "الفيسبوك"، إلى جانب تحليل محتوى YouTube وخرجت الدراسة بعدة نتائج من ابرزها :

1. البودكاست يساهم في بناء الهوية الوطنية والمواطنة الرقمية من خلال محتواه الذي يتناول القضايا الاجتماعية والسياسية.
2. المحتوى التحليلي في البودكاست يفتح حواراً جديداً أكثر تفاعلاً وحيوية مقارنة بوسائل الإعلام التقليدية.
3. دراسة (How Americans Use and Engage with Podcasts)⁶ (2023) Pew Research Center كيف يستخدم الأميركيون البودكاست وينتقلون معه.

سعت الدراسة إلى بيان كيفية استخدام الأميركيين للبودكاست وأنماط تفاعلهم معه، وفهم الاتجاهات الاستهلاكية والديموغرافية ولجأت الدراسة إلى استخدام منهج مسحى كمى قائم على استطلاع رأي عام بالاعتماد على عينة تمثلية من البالغين الأميركيين وأبرز النتائج التي توصلت إليها الدراسة :

1. معدل الاستماع العالي 49% من البالغين الأميركيين استمعوا للبودكاست في الأشهر الـ12 الماضية
2. التوزيع العمرى المتوازن 36% من المستمعين تتراوح أعمارهم بين 12-34 سنة، 30% بين 35-54 سنة، 34% أكثر من 55 سنة.
3. ثلثا مستمعي البودكاست (67%) يقولون أنهم أوصوا ببودكاست لشخص آخر، و60% استمعوا للبودكاست قبل صديق أو فرد من العائلة.

4. دراسة : Perceptions of the Examining Podcast Listeners' ⁷ (2022) Whipple, Ashe, & Cueva Chacón

"Journalistic Functions of Podcasts"

كشف تصورات مستمعي البودكاست للوظائف الصحفية للبودكاست" سعت الدراسة إلى معرفة تصورات مستمعي البودكاست في الولايات المتحدة الأمريكية حول الوظائف الصحفية للبودكاست وكيف يتعامل الجمهور مع البودكاست كوسيلة إعلامية ومصدر للأخبار والمعلومات بالاعتماد على منهج مسحى كمى يعتمد على استطلاعات الرأي لجمع البيانات حول تصورات المستمعين وعينة تمثلت 529 من مستمعي البودكاست وفهم النتائج التي توصلت إليها :

1. الوظيفة الإعلامية المستمعون يدركون البودكاست كوسيلة إعلامية موثوقة لنقل الأخبار والمعلومات
2. التفاعل مع المحتوى المستمعون يتفاعلون بشكل مختلف مع البودكاست الصحفى مقارنة بالوسائل التقليدية
3. مصداقية المصدر تصورات إيجابية حول مصداقية البودكاست كمصدر للمعلومات الصحفية

4. دراسة (New Media, New Practices? A Study of the First Spanish Podcast)⁸ (David García-Marín 2022)

"Community and Its Pioneers"

وسائل إعلام جديدة، ممارسات جديدة؟ دراسة حول أول مجتمع بودكاست إسباني ورواده "هدف هذه الدراسة إلى تحليل البدايات المبكرة للبوذكاست في إسبانيا والدور الحاسم الذي ادته مجموعه من منتجي البوذكاست الهواة الإسبان في تطوير هذا المجال الإعلامي الجديد وتركز الدراسة تحديداً على تعريف الأعمال التجريبية ونواتج رواد البوذكاست في إسبانيا كشكل جديد من التعبير عن السردية الشخصية باستخدام التنسيق الصوتي ، واستخدم الباحث منهج إثنوغرافي بثلاث أدوات - مقابلات مع 15 رائداً، مراجعة وثائقية، وملحوظة بالمشاركة ، وتكونت عينة الدراسة العينة من 15 من رواد البوذكاست الإسبان من مختلف المجالات، وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج من أهمها :

1. توصلت الدراسة إلى أن أول مجتمع بودكاست إسباني تشكل كمجتمع تعلم تعاوني مفتوح المصدر قائم على مبادئ الذكاء الجماعي.
2. كشفت الدراسة عن تشابه واضح بين تطور البوذكاست والراديو في إسبانيا، حيث بدأت كلتاهما كأشطة غير مهنية بفضل عمل الهواة والمتحمسين. في كلا الوسطين .

3. أظهرت النتائج أن المنتجين الإسبان طوروا نماذج متطرفة للبوذكاست العابر للوسائط تمتد إلى ما وراء التنسيق الصوتي التقليدي.

4. دراسة Sullivan "The Platforms of Podcasting: Past and Present": (منصات البوذكاست: الماضي

والحاضر

هدفت الدراسة للكشف عن تطور منصات البوذكاست من الماضي إلى الحاضر وفهم البنية التحتية المتشظية للبوذكاست التي تعتمد على تقنية RSS، وكيف أثرت هذه البنية على انتشار المنصات المختلفة منذ عام 2005 واستخدمت منهج تحليلي تاريخي يتبع تطور منصات البوذكاست عبر الزمن مع تحليل البنية التقنية والاقتصادية للصناعة بالاعتماد على عينة شملت تحليل لمنصات البوذكاست المختلفة وتطورها التاريخي وأبرز النتائج التي حصلت عليها الدراسة:

1. البنية الامريكية البوذكاست يحتفظ ببنية لامركزية بفضل تقنية RSS مما يقاوم هيمنة المنصات الكبيرة.
2. تشظي المنصات تعدد منصات البوذكاست منذ 2005 أدى إلى تنوع في طرق الوصول والاستهلاك.
3. مقاومة المركزية البوذكاست يمثل نموذجاً مقاوِماً للمركزية الرقمية السائدة في وسائل الإعلام الأخرى.

التعليق على الدراسات السابقة والتشابه والاختلاف مع دراستنا

اكتدت الدراسات السابقة على الدور المتضاد للبوذكاست كمنصة إعلامية تتميز بتقديم محتوى أكثر تفاعلاً مقارنة بالإعلام التقليدي، وهو ما يتوافق مع نتائج دراستنا التي أشارت إلى أهمية البوذكاست كمصدر إعلامي متكامل وليس بديلاً كاملاً للإعلام التقليدي، وأبرزت دراسة بوزيد وشيعير (2022) كيف يسهم البوذكاست في تعزيز الهوية الرقمية واللغة الوطنية من خلال محتواه الذي يركز على القضايا الاجتماعية والسياسية، وهو ما يتشابه مع ترکيز دراستنا على المحتوى السياسي والاجتماعي كأبرز اهتمامات الجمهور العراقي.

وفي سياق مشابه، أظهرت دراسة عبدالحميد (2024) وجود علاقة إيجابية بين تفاعل الجمهور مع محتوى البوذكاست الرقمي ومستقبل الإذاعة التقليدية، مما يدعم نتائج دراستنا التي بينت أن البوذكاست يشكل منصة إعلامية مؤثرة تعتمد عليها شرائح مختلفة من الجمهور العراقي مع تفاوتات ديمografية.

أما دراسة García-Marín، التي تناولت البوذكاست من منظور تطور الهواة إلى مجتمع إعلامي متتطور، فتقاطع مع دراستنا في الاعتراف بنمو البوذكاست كوسيلة إعلامية، لكنها تختلف في التركيز على الجمهور العراقي ودمج البوذكاست المرئي والمسموع، مع تبني المنهج الوصفي الكمي.

وتنقق نتائج دراسة Pew Research Center (2023) مع دراستنا فيما يخص التوزيع العمري المتوازن بين مستمعي البوذكاست و تسلط دراسة Sullivan (2019) الضوء على الطبيعة الامريكية والتقنية المتعددة لمنصات البوذكاست، وهو جانب يؤكّد أهمية التنوع في المحتوى والإمكانات التي توفرها هذه المنصات، ما يتماشى مع توصيات دراستنا بشأن تطوير الإنتاج المرئي وتعزيز التكامل مع الوسائل التقليدية في العراق.

كما تدعم دراسة Whipple (2023) إدراك الجمهور لمصداقية البوذكاست كمصدر إعلامي موثوق، وهو ما يتوافق مع استنتاجات دراستنا حول تفضيل الجمهور للبوذكاست كمصدر معلومات بديل، مع التركيز على التفاعل مقارنة بالإعلام التقليدي.

لذلك تضيف دراستنا بعدها فيما في الجانب المحلي عن طريق التركيز على الجمهور العراقي واختلاف أنماط الاعتماد بين البوذكاست المرئي والمسموع، وتطبيق نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام لفهم التغيرات في سلوك المتلقى الإعلامي في بيئه تواجه تحديات متعددة للإعلام التقليدي.

الاطار النظري

اولاً : البوذكاست المفهوم والنشأة والانتشار :

البوذكاست يعرف بأنه مجموعة من الملفات الصوتية أو المرئية، غالباً من نوع MP3 ، وهو تقنية إعلامية رقمية حديثة تتيح للمستخدم الحصول على برامج صوتية ومرئية عبر شبكة الإنترنت، يمكن الاستماع إليها أو مشاهتها عند الطلب، وقد نشأت الفكرة أساساً من الهواة المهتمين بالمحظى الصوتي أو الموسيقي، وأصبحت اليوم من أكثر الوسائل الإعلامية استخداماً¹⁰ .

تعود النشأة الأولى لمصطلح "البوذكاست" إلى عام 2004، وهو مصطلح مشتق من كلمتي Broadcast و iPod (منتجات Apple)، ليدل على ملفات صوتية رقمية يمكن الاستماع إليها حسب الطلب، بعيداً عن قيود البث التقليدي¹¹ .

وتؤكد الدراسات إلى أن البوذكاست بات يشكل جزءاً من مشهد الإعلام الرقمي الحديث، إذ أصبح يقدم محتوى متنوغاً يشمل الأخبار، والرياضة، والموسيقى، إلى جانب البرامج الحوارية والتعليمية¹²

ويعتبر الإعلامي البريطاني بين هيمرزلي (Ben Hemmersley) أول من استخدم مصطلح "بوذكاست" في مقال نشرته صحيفة The Guardian عام 2004، إذ كان يسعى إلى إيجاد مصطلح مناسب لوسيط جديد يعتمد على الصوت الرقمي فقام بدمج كلمتي: "بود" (Pod) المأخوذة من جهاز iPod التابع لشركة آبل، و"كاست" (Cast) المأخوذة من الكلمة Broadcasting التي تعني "البث الإذاعي"¹³ وأشار في كتابه بان "البوذكاست يبدو كمشروع يجمع بين التدوين التفاعلي والتواصل الحميمي مع المستمع، مدعاوماً بسهولة تحميله وتشغيله عبر مشغل MP3 ، ويتجه لنقدم الأفضل، ليس فقط للمستمع، بل ليكون تجربة إعلامية عالمية أيضاً".

كما لفت تقرير معهد رويتز للأخبار الرقمية عام 2023 أن استهلاك البوذكاست آخذ في الارتفاع نتيجة لتوجه المستخدمين نحو الصوتيات وتجنب التعرض المفرط للشاشات، خاصة في ظل الانتشار الواسع لتطبيقات الهواتف الذكية، وقد أظهرت البيانات أن نحو 34% من المشاركين في 20 دولة يستمعون للبوذكاست شهرياً، فيما أشار 29% منهم إلى أنهم يقضون وقتاً أطول في الاستماع¹⁴ .

أما على مستوى المنطقة العربية، فقد اشار تقرير نادي دبي للصحافة أن نسبة الاستماع ارتفعت في المنطقة العربية بمعدل 65%， وأن 80% من الجمهور يفضلون البوذكاست باللغة العربية، فيما يفضل 78% الحلقات باللهجات المحلية ، وعلى المستوى العالمي بلغ عدد المستمعين عام 2023 نحو 464.7 مليوناً مع نشر أكثر من 70 مليون حلقة، مع توقيعات بزيادة لافتة في الاستماع عربياً¹⁵ .

و يتكون البوذكاست من ملفات صوتية أو مرئية، تنشر عبر شبكة الإنترنت باستخدام برنامج متخصص تُعرف باسم "بودكاسترز" ، ويمكن تحميل هذه الملفات على أجهزة الكمبيوتر أو الهواتف الذكية والاستماع إليها في أي وقت، وتتنوع موضوعاته ما بين السياسية، والاقتصادية، والثقافية، والاجتماعية، والرياضية، والتلفزيونية كما يمكن أن تتخذ شكل برنامج حوارية أو تعليمية أو قصصية أو موسيقية¹⁶ ، و تعمل تقنية البوذكاست وفق مبدأ "التدوين الصوتي أو المرئي" ، اذ يتم نشر المحتوى عبر الإنترنت أو تسجيله على وسائل أخرى بهدف الاستماع إليه في وقت لاحق حسب رغبة المستخدم¹⁷ ، واخذت تقنية البوذكاست تنتشر على المستوى الإعلامي بشكل ملحوظ منذ عام 2014، بوصفها وسيلة صوتية رقمية يمكن من خلالها إيصال المحتوى إلى الجمهور، سواء عبر التشغيل المباشر أو تحميله على أجهزة الكمبيوتر للإستماع إليه لاحقاً¹⁸ .

وفي ضل التطور المتتصاعد للبوذكاست والمرورنة التي يتمتع بها ، بطبعته التفاعلية وصوره العميقه والمعالجة المعرفية الدقيقة التي يقدمها، جاء ليعكس تحولاً في المعايير الإعلامية التقليدية، اذ انسجم مع متطلبات الصحافة الرقمية، وفتح مجالاً للخروج من القيود التي فرضتها

المؤسسات الإعلامية التقليدية، سواء على صعيد المضمون أو طريقة التقديم في ضل عدم قدرة وسائل الإعلام التقليدية كالإذاعة والتلفزيون على الاستمرار في تقديم رسائل موحدة موجهة إلى جماهير عريضة بشكل عام، كما كانت تفعل في السابق حين كانت تمثل الصوت المهيمن في عالم البث¹⁹ ، لذلك نجد أن صناعة وإنتاج البوتاست شهدت تطويراً وانتشاراً ملحوظاً على المستوى العالمي وتشير الإحصائيات إلى أن حجم السوق العالمية للبوتاست وصل إلى 30.03 مليار دولار في عام 2024، ومن المتوقع أن ينمو بمعدل نمو سنوي قدره 27.6% وصولاً إلى عام 2030²⁰ .

وبيّنت الإحصائيات إلى أن إجمالي عدد البوتاستات المسجلة حول العالم يبلغ 4,509,765 بودكاست حتى أبريل 2025، إذ أشارت مؤسسة Podcast Index أن البوتاستات القصيرة جداً أو التجريبية، مثل تلك التي تتألف من حلقة واحدة مدتها عشرون ثانية، لا تُحسب ضمن تلك الإحصاءات ، طبقاً للمعايير المعتمدة يجب أن يتضمن البرنامج على الأقل ثلاثة حلقات، غالباً ما تكون إحدى هذه الحلقات بمثابة مقدمة، على أن تكون إحدى الحلقات مدة ثلاثة دقائق على الأقل²¹ .

ثانياً: أنواع البوتاست :

تتعدد أنواع البوتاست تبعاً لطبيعة المحتوى المقدم ووسائل عرضه، ويمكن تصنيفها إلى ثلاثة أنماط رئيسية:

1. البوتاست الصوتي (Audio Podcasts): وهو من أكثر الأنواع شيوعاً، ويتألف من سلسلة حلقات صوتية يمكن للمستمعين تنزيلها والاستماع إليها عبر أجهزتهم الذكية أو الهواتف الشخصية. وتتنوع موضوعاته ما بين الأخبار ، والسياسة ، والترفيه ، والتعليم ، مما يجعله وسيلة إعلامية مرنّة وشاملة تلبّي مختلف الاهتمامات²² .

2. البوتاست المرئي (Video Podcasts): هذا النوع يتميز بإضافة عنصر الفيديو إلى المحتوى الصوتي، غالباً ما يتم تصوير الحلقات في استúديوهات أو مواقع خارجية. وتتضمن البوتاستات المرئية مقابلات مع ضيوف ، أو عروضاً تقديمية وتوضيحية ، إضافة إلى مقاطع فيديو تكميلية تُثري التجربة البصرية للمستخدم²³

3. البوتاست المعزز (Enhanced Podcasts): يعد هذا النوع من البوتاست تجربة تفاعلية متقدمة، حيث يُدمج المحتوى الصوتي بعناصر متعددة مثل النصوص ، والصور ، ومقاطع الفيديو ، والرسوم المتحركة . وتكون أهميته في قدرته على تقديم تجربة غنية وشاملة تُثْهم في تعزيز فهم المستمع وزيادة تفاعله مع المادة المقدمة²⁴ .

ثالثاً : البوتاست من ناحية طريقة التقديم :

وهناك من يصنف البوتاست من حيث طريقة التقديم والعرض إلى ثلاثة أنواع وهي²⁵ :-

1. البوتاست الفردي: يقدمه شخص واحد، منخفض التكلفة، سهل الإنتاج، يتطلب خبرة في مجال محدد، غالباً ما يكون ترفيهياً.
2. البوتاست الثنائي: يقدمه شخصان يتبادلان الأدوار ، يتميز بالحوار التفاعلي والأجواء المرحة حتى عند مناقشة موضوعات جادة.
3. بوتكاست المقابلات: يعتمد على استضافة ضيف مختلف في كل حلقة، يتميز بالتنوع وتقديم محتوى مركز ومفيد.

يسعى البحث إلى دراسة اعتماد الجمهور في محافظة ميسان على البوذكاست، المرئي والمسموع، كمصدر للمعلومة مقارنة بالإعلام التقليدي، مع التركيز على الفروق الديموغرافية ، ولجأ الباحث إلى العينة الطبقية كأسلوب للاختيار، إذ قسم مجتمع الدراسة إلى طبقات وفقاً للمنطقة السكنية (حضري وريف) والجنس، ثم تم اختيار عينة تمثيلية من كل طبقة ، وكانت النتائج كما يأتي :

جدول (1): توزيع أفراد العينة حسب العمر

المرتبة	النسبة المئوية	النكرار	الفئة العمرية
1	36.6%	130	سنّة 18-24
2	29.6%	105	سنّة 25-34
3	19.7%	70	سنّة 35-44
4	9.9%	35	سنّة 45-54
5	4.2%	15	سنّة فأكثر 55
-	100%	355	المجموع

توضح البيانات في الجدول أعلاه أن فئة الشباب (18-24 سنّة) جاءت في المرتبة الأولى بنسبة 36.6% من العينة، مما يشير إلى أن هذه الفئة هي الأكثر تمثيلاً في الدراسة، يليها فئة (25-34 سنّة) بنسبة 29.6%. أما الفئات الأكبر سنّاً فتقل نسب تمثيلها بشكل واضح، مما يعكس ميل الباحثين والشباب أكثر نحو استخدام البوذكاست كمصدر للمعلومة.

جدول (2): توزيع أفراد العينة حسب الجنس

المرتبة	النسبة المئوية	النكرار	الجنس
1	58.9%	209	ذكر
2	41.1%	146	أنثى
-	100%	355	المجموع

تشير النتائج في الجدول رقم (2) إلى أن الذكور يشكلون الغالبية في العينة بنسبة 58.9%， بينما تمثل الإناث 41.1%. قد يعكس ذلك إقبالاً أكبر للذكور مقارنة بإناث.

جدول (3): توزيع أفراد العينة حسب المستوى التعليمي

المرتبة	النسبة المئوية	النكرار	المستوى التعليمي
1	40.8%	145	بكالوريوس
2	25.4%	90	ماجستير
3	11.3%	40	دبلوم/مهني
4	9.9%	35	ثانوية
5	7.0%	25	أقل من الثانوية
6	5.6%	20	دكتوراه
-	100%	355	المجموع

يظهر الجدول رقم (3) ان أصحاب المستوى الجامعي (بكالوريوس وماجستير) جاءت بالمرتبة الأولى والثانية بنسبة تجاوزت 66 %، مما يعكس أن غالبية المشاركون من المتعلمين أو المهتمين بالمستويات التعليمية العليا، وهو ما قد يؤثر إيجابياً على اعتمادهم على مصادر إعلامية رقمية مثل البوتاست.

جدول (4): توزيع أفراد العينة حسب المنطقة السكنية

المرتبة	النسبة المئوية	النكرار	المنطقة السكنية
1	64.8%	230	حضري
2	35.2%	125	ريفي
-	100%	355	المجموع

تشير البيانات في الجدول أعلاه إلى أن نسبة المشاركين من المناطق الحضرية أكبر بكثير من المناطق الريفية، حيث شكل الحضر 64.8% من العينة، وهذا يعكس اختلاف إمكانية الوصول إلى الإنترن特 والبوتاست حسب المناطق.

جدول (5): مدى استماع أو مشاهدة البوتاست

المرتبة	النسبة المئوية	النكرار	الإجابة
1	84.5%	300	نعم
2	15.5%	55	لا
-	100%	355	المجموع

الغالبية العظمى من العينة (84.5%) تستمع أو تشاهد البوتاست، مما يؤكد انتشار هذه الوسيلة الإعلامية الرقمية بين جمهور محافظة ميسان. في المقابل، نسبة (15.5%) لم تعتمد البوتاست كمصدر معلومات.

جدول (6): عدد ساعات الاستماع أو المشاهدة اليومية للبوتاست

المرتبة	النسبة المئوية	النكرار	الفئة الزمنية
1	40.0%	142	أقل من ساعة
2	30.1%	107	ساعة 1-2
3	16.6%	59	ساعات 2-3
4	13.2%	47	أكثر من 3 ساعات
-	100%	355	المجموع

تشير النتائج في الجدول أعلاه إلى أن أكبر نسبة من المشاركون (40%) يقضون أقل من ساعة يومياً في متابعة البوتاست، بينما يقضي حوالي 30% فتره بين ساعة وساعتين، وحوالي 16.6% بين ساعتين وثلاث ساعات. أما من يقضون أكثر من ثلاث ساعات فيمثلون 13.2%. هذا يعكس نمط استهلاك معتدل لدى غالبية العينة، مع وجود شريحة أقل تتبع بشكل مكثف..

جدول (7): نوع البوذكاست المفضل (اختيار متعدد)

المرتبة	النسبة المئوية	النوع	النوع
1	70.1%	249	سياسي
2	63.4%	225	اجتماعي
3	50.1%	178	ثقافي/ تعليمي
4	46.8%	166	ترفيهي
5	33.2%	118	اقتصادي
6	23.4%	83	صحي
7	20.0%	71	رياضي
		355	المجموع

في الجدول أعلاه يتتصدر المحتوى السياسي اهتمامات الجمهور بنسبة 70.1%， يليه المحتوى الاجتماعي بنسبة 63.4%. المحتوى الثقافي/ التعليمي والترفيهي يحتلان المراتب الوسطى، بينما تتراجع نسب الاهتمام بالمحتوى الاقتصادي والصحي والرياضي. هذا يبرز توجه الجمهور نحو القضايا العامة والمجتمعية أكثر من الموضوعات الترفيهية أو التخصصية.

جدول (8): تفضيل نوع البوذكاست من حيث الشكل

المرتبة	النسبة المئوية	النوع	النوع
1	46.8%	166	مسمع فقط
2	36.6%	130	كلامها
3	16.6%	59	مرئي فقط
-	100%	355	المجموع

يظهر الجدول أعلاه ان قرابة نصف المشاركون (46.8%) يفضلون البوذكاست المسمع فقط، بينما يفضل 36.6% الجمع بين النوعين المسمع والمرئي. أما البوذكاست المرئي فقط فيحظى بأقل نسبة تفضيل (16.6%). ويعكس ذلك استمرار جاذبية المحتوى الصوتي التقليدي حتى في ظل انتشار المحتوى المرئي على المنصات الرقمية.

جدول (9): ساعات متابعة الإعلام التقليدي يومياً

المرتبة	النسبة المئوية	الفئة الزمنية
1	39.4%	أقل من ساعة
2	31.0%	ساعة 1-2
3	16.9%	ساعات 2-3
4	9.9%	أكثر من 3 ساعات
5	2.8%	لا شيء
-	100%	المجموع

يبين الجدول أن غالبية أفراد العينة (39.4%) يتبعون الإعلام التقليدي لأقل من ساعة يومياً، ما يعكس انخفاض الاعتماد على وسائل الإعلام التقليدية مقابل التحول إلى المنصات الرقمية وتشير نسبة 31% من المتابعين بين 1-2 ساعة إلى وجود شريحة تحافظ على متابعة معتدلة، غالباً للاتلاع على الأخبار العاجلة أو البرامج المفضلة أما المتابعون لمدة 3 ساعات أو أكثر من 3 ساعات فيشكلون نسبة أقل (9.9% على التوالي)، مما يدل على وجود جمهور ملتزم نسبياً بالإعلام التقليدي في المقابل، تشير نسبة 2.8% من الأفراد الذين لا يتبعون الإعلام التقليدي إطلاقاً إلى التحول الكامل لبعض الأفراد نحو الإعلام الرقمي أو قلة الاهتمام بالبرامج التقليدية.

نستنتج من ذلك الغالبية العظمى من العينة (70.4%) تتبع الإعلام التقليدي أقل من ساعتين يومياً، ما يعكس تراجع دوره النسبي مقارنة بالإعلام الرقمي.

جدول (10): مصدر الثقة في الإعلام التقليدي

المرتبة	النسبة المئوية	النكرار	المصدر
1	39.4%	140	التلفزيون
2	25.4%	90	الراديو
3	19.7%	70	الصحف
4	15.5%	55	لا أثق بأي منها
-	100%	355	المجموع

يوضح الجدول أعلاه أن التلفزيون هو المصدر الأكثر متابعة لدى أفراد العينة بنسبة 39.4%，يليه الراديو بنسبة 25.4%，ثم الصحف بنسبة 19.7%. أما 15.5% من المشاركون فلا يثرون بأي من وسائل الإعلام التقليدية.

يشير ذلك إلى استمرار دور التلفزيون كوسيلة إعلامية رئيسية، بينما يظهر انخفاض ثقة بعض الجمهور بالإعلام التقليدي بشكل عام، ما يعكس التحول التدريجي نحو وسائل الإعلام الرقمية والمصادر البديلة للحصول على المعلومات.

جدول (11): استخدامات البوتاست والإعلام التقليدي

العبارة	لا أوفق بشدة	لا أوفق	محايد	أوفق	أوفق بشدة
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	
البوتاست يوفر تحليلاً عميقاً ومعلومات مفصلة	5.6%	9.9%	14.1%	45.1%	25.3%
البوتاست متاح عند الطلب ويمكن الاستماع في أي وقت	4.2%	4.2%	7.0%	33.8%	50.7%
الإعلام التقليدي أكثر مصداقية وموثوقية	19.7%	25.4%	39.4%	11.3%	4.2%
البوتاست أقل تحيزاً من الإعلام التقليدي	7.1%	8.5%	12.7%	42.3%	28.2%
استخدام البوتاست للحصول على المعلومات السياسية	19.7%	39.4%	25.4%	11.3%	4.2%
استخدام البوتاست للمعلومات الاجتماعية والثقافية	8.5%	7.1%	11.3%	45.1%	28.2%
الاعتماد على البوتاست كخبر موثوق دون التحقق	11.3%	31.0%	39.4%	14.1%	4.2%
اللجوء للبوتاست للحصول على رأي عميق وتحليل موضوعي	4.2%	5.6%	9.9%	47.9%	31.0%

يتضح من نتائج الجدول أعلاه إلى أن البوذكاست يحظى بقدر كبير لدى المشاركين لقدرته على تقديم محتوى تحليلي عميق وموضوعي، حيث بلغت نسبة الموافقة الإجمالية على عبارة "البوذكاست يوفر تحليلاً عميقاً ومعلومات مفصلة" 70.4%， و"اللجوء للبوذكاست للحصول على رأي عميق وتحليل موضوعي" 78.9%. كما أن المرونة في الاستماع عند الطلب جعلت البوذكاست يحظى بأعلى وزن نسبي بين العبارات (84.5%).

في المقابل، أبدى المشاركون تحفظاً واضحاً تجاه الاعتماد على الإعلام التقليدي والمعلومات السياسية من البوذكاست، حيث بلغت نسبة الموافقة على "الإعلام التقليدي أكثر مصداقية وموثوقية" 15.5% فقط، وعلى "استخدام البوذكاست للحصول على المعلومات السياسية" 15.5% أيضاً، مما يعكس تراجع الثقة في الإعلام التقليدي وقيود استخدام البوذكاست في المجال السياسي.

أما فيما يخص المجالات الاجتماعية والثقافية، فقد أبدى المشاركون تقييمًا إيجابياً للبوذكاست (73.3% موافقة)، كما أظهرواوعيًّا بضرورة التحقق من صحة الأخبار وعدم الاعتماد الكلي على البوذكاست كمصدر موثوق (18.4% موافقة).

بشكل عام، تبرز النتائج البوذكاست كوسيلة إعلامية موثوقة ومرنة وموضوعية، خاصة في التحليل والمجالات الاجتماعية، مع محدودية دوره في المجال السياسي، وتعكس وعي الجمهور بأهمية التتحقق من المعلومات.

جدول (12) درجات إجابات أفراد عينة الدراسة على عبارات استخدام البوذكاست والاعلام التقليدي

المرتبة	العبارة	الوزن النسبي	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي
3	البوذكاست يوفر تحليلاً عميقاً ومعلومات مفصلة	70.4%	1.15	3.85
1	البوذكاست متاح عند الطلب ويمكن الاستماع في أي وقت	84.5%	0.89	4.31
8	الإعلام التقليدي أكثر مصداقية وموثوقية	15.5%	1.08	2.35
2	البوذكاست أقل تحيزاً من الإعلام التقليدي	70.5%	1.22	3.89
7	استخدام البوذكاست للحصول على المعلومات السياسية	15.5%	1.15	2.35
4	استخدام البوذكاست للمعلومات الاجتماعية والثقافية	73.3%	1.28	3.82
6	الاعتماد على البوذكاست كخبر موثوق دون التتحقق	18.4%	1.05	2.58
5	اللجوء للبوذكاست للحصول على رأي عميق وتحليل موضوعي	78.9%	1.02	4.05

يتضح من نتائج الجدول إلى أن البوذكاست يحظى بقدر مرتفع من المشاركين في عدة جوانب. فقد جاءت أعلى نسبة للوزن النسبي من حيث الموافقة الإجمالية على عبارة "البوذكاست متاح عند الطلب ويمكن الاستماع في أي وقت" بنسبة 84.5%， محتلة المرتبة الأولى، ويعكس المتوسط الحسابي 4.31 ميلاً نحو الموافقة مع انحراف معياري منخفض نسبياً (0.89) يشير إلى اتساق آراء المشاركين حول هذه الخاصة.

كما أظهر المشاركون تقديرًا كبيراً لموضوعية البوذكاست مقارنة بالإعلام التقليدي، حيث بلغت الموافقة الإجمالية على عبارة "البوذكاست أقل تحيزاً من الإعلام التقليدي" 70.5%， محتلة المرتبة الثانية، مع متوسط حسابي 3.89 وانحراف معياري 1.22. وجاءت عبارة "البوذكاست يوفر تحليلاً عميقاً ومعلومات مفصلة" في المرتبة الثالثة بنسبة موافقة 70.4%， مما يعكس اعتراف الجمهور بالقدرة التحليلية للبوذكاست.

فيما يخص المجالات الاجتماعية والثقافية، جاءت عبارة "استخدام البوذكاست للمعلومات الاجتماعية والثقافية" في المرتبة الرابعة بنسبة موافقة 73.3%， بينما جاء "اللجوء للبوذكاست للحصول على رأي عميق وتحليل موضوعي" في المرتبة الخامسة بنسبة 78.9%， ما يدل على أهمية البوذكاست في تقديم محتوى موضوعي وتحليلي متعمق.

فيما سجلت العبارات المرتبطة بالإعلام التقليدي والمجال السياسي نسباً منخفضة من الموافقة : الإعلام التقليدي أكثر مصداقية وموثوقية " المرتبة الثامنة بنسبة 15.5% ، وعبارة استخدام البوذكاست للحصول على المعلومات السياسية "المرتبة السابعة بنسبة 15.5%، اما الاعتماد على البوذكاست كخبر موثوق دون التحق "المرتبة السادسة بنسبة 18.4%

تشير هذه النتائج إلى أن المشاركون يفضلون البوذكاست لمرونته، موضوعيته، وتحليله المعمق، بينما يبدون تحفظاً تجاه الاعتماد على الإعلام التقليدي أو البوذكاست في المجال السياسي دون تحقق، مما يعكس وعي الجمهور بأهمية التقييم النبدي للمصادر الإعلامية.

جدول (13): مصدر المعلومات الأول في حالة الأزمات والأحداث الطارئة

المرتبة	النسبة المئوية	النكرار	المصدر
1	39.4%	140	التلفزيون
2	22.5%	80	وسائل التواصل الاجتماعي
3	14.1%	50	البوذكاست
4	8.5%	30	الراديو
5	7.1%	25	مصادر رسمية حكومية
6	4.2%	15	الصحف
7	4.2%	15	أخرى
-	100%	355	المجموع

يبين الجدول أن التلفزيون يبقى المصدر الأول للمعلومات في الأزمات والأحداث الطارئة بنسبة 39.4%، يليه وسائل التواصل الاجتماعي بنسبة 22.5%， ثم البوذكاست بنسبة 14.1%. وتشير النتائج إلى أن الجمهور ما زال يعتمد على الإعلام التقليدي والبصري (التلفزيون) كمصدر سريع وموثوق في المواقف الطارئة، بينما تلعب وسائل الإعلام الرقمية، بما فيها البوذكاست، دوراً ثانوياً في توفير المعلومات، وتعكس هذه النسب تفاوت ثقة الجمهور وسرعة وصول المعلومات عبر الوسائط المختلفة، مع استمرار أهمية التلفزيون في الأزمات مقارنة بالوسائل الأخرى.

جدول (14): تأثير البوذكاست على تشكيل الآراء السياسية

المرتبة	النسبة المئوية	النكرار	درجة التأثير
1	33.8%	120	(3) تأثير متوسط
2	25.4%	90	(4) تأثير كبير
3	14.1%	50	(2) تأثير قليل
4	11.3%	40	(1) لا تأثير
5	9.9%	35	(5) تأثير كبير جداً
-	100%	355	المجموع

المتوسط الحسابي: 3.12 / الانحراف المعياري: 1.25

يوضح الجدول أن غالبية المشاركون يرون أن البوذكاست له تأثير متوسط إلى كبير في تشكيل آرائهم السياسية، حيث بلغت نسبة المتأثرين تأثيراً متوسطاً أو كبيراً 59.2% (33.8% + 25.4%). في المقابل، 25.4% من المشاركون يرون أن تأثيره قليل أو معدوم، بينما اعتبر 9.9% أن تأثيره كبير جدًا.

يعكس المتوسط الحسابي 3.12 على مقاييس من 1 إلى 5 تأثيراً معتدلاً للبودكاست على الوعي السياسي للمستمعين، مع انحراف معياري 1.25 يشير إلى تفاوت في درجة التأثير بين المشاركين. تشير النتائج إلى أن البودكاست يلعب دوراً مهماً، لكنه ليس المصدر الرئيسي لتشكيل الآراء السياسية، ويعتمد تأثيره على اهتمام المستمع ومقدار الاعتماد على هذه الوسيلة للحصول على المعلومات السياسية.

جدول (15): مشاركة محتوى البودكاست مع الآخرين

المرتبة	النسبة المئوية	النكرار	الإجابة
1	53.5%	190	نعم
2	46.5%	165	لا
-	100%	355	المجموع

يوضح الجدول أن أكثر من نصف المشاركين في العينة (53.5%) يشاركون محتوى البودكاست مع الآخرين، بينما لا يقومون بذلك.

تشير النتائج إلى أن البودكاست يتمتع بقدرة على الانتشار بين المستمعين من خلال المشاركة الشخصية، مما يعكس جاذبيته وتأثيره في نقل المعلومات والمحتوى الثقافي والاجتماعي بين الأفراد. كما يبرز الجدول دور المستمعين ك وسيط فعال في نشر المحتوى، ما يزيد من تأثير البودكاست خارج حدود الجمهور المباشر.

اختبار الفرضيات الإحصائية

الفرضية الأولى : توجد علاقة إيجابية بين درجة اعتماد الفرد على البودكاست وزيادة إدراكه للمعلومات السياسية والاجتماعية" (Pearson Correlation)

النتيجة:

- معامل الارتباط = 0.62
- مستوى الدلالة 0.01 < (p)
- القرار: قبول الفرضية

توجد علاقة إيجابية قوية ذات دلالة إحصائية بين اعتماد الفرد على البودكاست وزيادة إدراكه للمعلومات السياسية والاجتماعية. "الفرضية الثانية" كلما زاد اعتماد الفرد على البودكاست، كلما زادت قدرته على تكوين وجهات نظر مستقلة تجاه القضايا العامة مقارنة بالمعتقدات على الإعلام التقليدي

الاختبار المستخدم: التحليل التمييزي (Discriminant Analysis)

النتيجة:

- المجموعة مرتفعة الاعتماد: متوسط = 4.2
- المجموعة منخفضة الاعتماد: متوسط = 3.1
- مستوى الدلالة 0.05 < (p)
- القرار: قبول الفرضية

الفرضية الثالثة لأفراد الذين يميلون إلى عدم الثقة في الإعلام التقليدي، هم أكثر عرضة للاعتماد على البودكاست كمصدر بديل للمعلومة. الاختبار المستخدم: معامل الارتباط بين مقاييس الثقة في الإعلام التقليدي والاعتماد على البودكاست

النتيجة:

- معامل الارتباط = $0.54 - 0.54$
- مستوى الدلالة $0.01 < p$
- القرار: قبول الفرضية

توجد علاقة عكسية ذات دلالة إحصائية، مما يعني أن قلة الثقة في الإعلام التقليدي ترتبط بزيادة الاعتماد على البوتاست. الفرضية الرابعة توجد فروق ذات دلالة إحصائية في درجة اعتماد الجمهور على البوتاست بناءً على المتغيرات الديموغرافية (العمر، المستوى التعليمي)

الاختبار المستخدم: تحليل التباين الأحادي (One-Way ANOVA)

النتيجة:

- الفروق بين الفئات العمرية $0.05 < p$
- الفروق بين المستويات التعليمية $0.05 < p$
- القرار: قبول الفرضية

:الفئة العمرية 18-34 كانت الأعلى اعتماداً على البوتاست، وكذلك حملة البكالوريوس والماجستير. الشباب والأعلى تعليماً هم الأكثر اعتماداً على البوتاست، مما يعكس توجه هذه الفئات نحو المحتوى الرقمي والتفاعلية.

الاستنتاجات

وقد توصل الباحثان إلى عدد من الاستنتاجات في معرض تحقيق أهداف البحث وهي :

1. البوتاست، خاصة المسموع، أصبح يشكل مصدراً مهماً للمعلومات لدى الجمهور العراقي، مع تزايد الاعتماد عليه خصوصاً بين الفئات الشابة والمتعلمة.
2. يوضح التوزيع الموضوعي للمحتوى المفضل أن الجمهور يبحث في البوتاست عن قضايا تمس واقعه المباشر، وخاصة السياسة والمجتمع، بينما يظل الاهتمام بالمجالات الأخرى محدوداً.
3. استمرار تفضيل البوتاست المسموع يشير إلى تقدير الجمهور لسهولة الاستماع أثناء القيام بأنشطة أخرى، ما يجعله أكثر عملية من المحتوى المرئي.
4. لا يلغى البوتاست دور الإعلام التقليدي، بل يقدم نموذجاً تكاملاً يوفر مساحة للنقاشات العميقه والمحتوى المتخصص الذي قد لا يتسع له الإعلام التقليدي.

الوصيات

- 1- تشجيع صانعي البوتاست العراقيين على التوسيع في مجالات الصحة، الرياضة، والاقتصاد لتلبية احتياجات أوسع من الجمهور.
- 2- تطوير الجانب المرئي للبوتاست لجذب فئات جديدة، خصوصاً من الشباب المهتمين بالمحظى البصري.
- 3- عقد شراكات بين صانعي البوتاست والمؤسسات الإعلامية التقليدية للاستفادة من نقاط القوة لدى الطرفين.
- 5- تنفيذ أبحاث لاحقة ترتكز على الفروق الديموغرافية في الاستماع للبوتاست، وتأثيراته على الرأي العام العراقي.

References

1. Al-Mashhadani, Saad Salman .*Scientific Research Methodology*.Amman: Osama House for Publishing and Distribution, 2019, p. 66
2. Samir Mohammed .*Studies in Research Methodologies: Media Research*.Cairo: Alam Al-Kutub, 2006, p. 131..
3. Central Organization for Statistics .*Population Estimates of Iraq by Governorates, Environment, and Gender for the Year 2023*.Retrieved April 4, 2025
4. Abdelhamid, Amr Mohammed Mahmoud. "Audience Interaction with Podcast Content on Digital Platforms and Its Implications for the Future of Radio in the Arab Region ".*Dirasat: Human and Social Sciences* ,52 no. 2 (2024): 158–177.
5. Bouzid, Faiza, and Salima Chighir. "Podcasting: A Cultural Industry to Consolidate Language, Identity, and Citizenship through Digital Media Applications – An Analytical Study of YouTube Podcast Content." Paper presented at the Conference on Cultural Transformations and Societal Fields in Algerian Society, 2022.
6. Pew Research Center .*How Americans Use and Engage with Podcasts*.Washington, DC: Pew Research Center, 2023 .<https://www.pewresearch.org/journalism/>
7. Whipple, Katherine, Imani Ashe, and Luis M. Cueva Chacón. "Examining Podcast Listeners' Perceptions of the Journalistic Functions of Podcasts ".*Electronic News* ,17 no. 1 (2022): 40–66 .<https://doi.org/10.1177/19312431221137650>.
8. García-Marín, David. "New Media, New Practices? A Study of the First Spanish Podcast Community and Its Pioneers ".*Social Sciences* ,11 no. 7 (2022): 308 .<https://doi.org/10.3390/socsci11070308>.
9. Sullivan, John L. "The Platforms of Podcasting: Past and Present ".*Social Media + Society* ,5 no. 4 .(2019) <https://doi.org/10.1177/2056305119880002>.
10. Bou Jafjouf, Zahra. "Electronic Media and Social Issues in Algeria: Humorous Podcasting as a Model ".*Journal of Media Researcher* ,2018 ,p. 138.
11. Berry, Richard. "Podcasting: Considering the Evolution of the Medium and Its Unique Affordances ".*New Media & Society* 14 ,no. 1 (2016): 7–22.
12. Ghazi, Khaled Mohammed .*The Industry of Lies: How to Understand Alternative Media* !Giza: Arab Press Agency, 2022, pp. 128–130
13. Khattab, Amal Mohammed. "The Communicative Behavior of Egyptian Youth and Its Relation to Advanced Technological Tools – Podcasting as a Model ".*Journal of the Faculty of Arts – Benha University* 47 ,no. 4 (2017): 127–171, p. 130..
14. Newman, Nic, Richard Fletcher, Craig T. Robertson, Kirsten Eddy, and Rasmus Kleis Nielsen .*Reuters Institute Digital News Report 2023*.Oxford: Reuters Institute for the Study of Journalism, University of Oxford, 2023..
15. Bouhmid, M .*Report on the State of Podcasting in the Arab World*.Dubai Press Club, May 29, 2024 .<https://dpc.org.ae/ar/media-centre/news/Dubai-Press-Club-issues-groundbreaking-study-on-the-podcasting-industry-in-the-Arab-world> .Accessed April 22, 2025 .

-
16. Levinson, Paul . *The Latest New Media Tools* .Cairo: Dar Al-Fajr for Publishing and Distribution, 2015, p. 228.
 17. Kanaan, Ali Abdel Fattah . *Electronic Journalism* .Amman: Al-Yazouri Scientific Publishing, 2006, p. 36.
 18. Jham, Bruno C., and Gilberto V. Durães. "Joining the Podcast Revolution ".*Journal of Dental Education* 72 ,no. 3 (2008): 278 .<http://www.jdentaled.org/content/72/3/278.full..>
 19. Al-Yaacoubi, Soumaya . *Podcasting: Work Requirements and Content Characteristics (A Case Study of Al Jazeera Podcast)* .Qatar: Al Jazeera Media Institute, 2020, p. 13.
 20. Singh, S. "Podcast Statistics (2025): Worldwide Listeners, Revenue & Trends." DemandSage, July 25, 2025 . <https://www.demandsage.com/podcast-statistics/>.
 21. Gray, Colin. "Podcast Statistics & Industry Trends 2025: Listens, Gear & More ".*The Podcast Host* ,April 17, 2025 .<https://www.thepodcasthost.com/listening/podcast-industry-stats/20-6-2025> .
 22. Al-Ansari, Ahmed Tawfiq Mohammed . *Alternative Media* .Amman: Al-Yazouri Scientific Publishing, 2020, p. 216..
 23. Ibrahim, Ali Hijazi . *Alternative Media* .Amman: Dar Al-Mu'taz, 2017, p. 231.
 24. Fadhel, Daliou . *Studies in Electronic Media* .Amman: Academic Book Center, 2019, p. 51.
 25. Chohra, Soulimia . *The Role of Educational Podcasting in Activating Distance Learning: A Field Study on a Sample of Podcast Users* .Master's Thesis, Faculty of Humanities and Social Sciences, Department of Media and Communication Sciences, 2023, p. 18

*Prof. Dr. Adel Abdul-Razzaq Al-Ghurairi – College of Media, University of Baghdad
Assist. Prof. Dr. Ali Najm Hawas – Dean of the College of Media, Al-Turath University
Assist. Prof. Dr. Mohammed Ismail Al-Khzali – Imam Jaafar Al-Sadiq University