

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

المستخلص

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 مقارنة نظرية ومنهجية وميدانية، بهدف الوقوف على أنماط متابعتهم للبودكاست مقارنة بوسائل الإعلام التقليدية (كالإذاعة والتلفزيون)، والتعرف على أبعاده الإيجابية والسلبية، فضلاً عن دراسة دوافع الإقبال عليه وانتشاره المتزايد في المجتمع العراقي. أظهرت النتائج بروز المحتوى السياسي والاجتماعي في صدارة الاهتمامات لدى افراد العينة، يليه المحتوى الثقافي والتعليمي والترفيهي بدرجة متوسطة، في حين جاء المحتوى الاقتصادي والصحي والرياضي في مراتب متأخرة، كما بينت النتائج أن البودكاست المسموع يحظى بتفضيل أكبر مقارنة بالمرئي، ما يعكس أولوية الاستماع وسهولة الوصول إلى هذا النمط من الوسائط.

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 ثورة حقيقية 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 متسارعة، 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 والمتعلمين، للبحث عن مصادر إعلامية بديلة توفر معلومات أكثر موثوقية وعمقاً وتفاعلية.

وبرز البودكاست كشكل جديد من أشكال المحتوى الإعلامي، قادر على تقديم معلومات معمقة وتحليلات متنوعة في قالب مرن 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.

أولاً: مشكلة البحث

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

تكمّن 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 كمُنصة بديلة تتيح مساحة أكبر للحوار والتحليل، يثير 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 : ماهي أنماط ودوافع اعتماد الجمهور العراقي على البودكاست المسموع والمرئي كمصدر للمعلومة مقارنة بالإعلام التقليدي ؟ وتتفرع 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- تتبّع أهمية بحثنا من أهمية الموضوع ذاته، حيث يعد استقصاء اعتماد الجمهور العراقي على البودكاست المسموع والمرئي كمصدر للمعلومة ظاهرة جديدة ومهمة في ظل التغيرات المتسارعة في أنماط استهلاك المحتوى الإعلامي، خاصة بين مختلف شرائح المجتمع العراقي، ونظراً لتوسع تجربة استخدام البودكاست وتزايد الإقبال عليه لأغراض متعددة، تبرز الحاجة إلى دراسات تفصيلية لفهم أنماط الاعتماد والدوافع التي تقف وراء توجه الجمهور نحو هذه المنصات، تمهيداً 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 المتنوعة، 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 استراتيجياتهم الإعلامية بما يتوافق مع احتياجات وتطلعات 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، الصحافة).
3. الكشف عن دوافع الجمهور للتحويل 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 تركز على وصف طبيعة وسمات وخصائص مجتمع معين أو موقف أو فرد معين، وتكرار حدوث الظواهر 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 والإناث في الحضر والريف

ت- المجال الزمني:

يشمل المجال الزمني الفترة الزمنية التي استغرقتها إعداد الاستمارة وتوزيعها بين عينة البحث وجمع البيانات، والتي استغرقت من 2025 / 6/1 لغاية 2025/ 7/1 .

سابعاً: إجراءات 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 لتقديرات الجهاز المركزي للإحصاء العراقي لعام 2023³.
تم اختيار محافظة ميسان لتمثل مجتمع البحث للأسباب التالية:
- التنوع الديموغرافي: تحتوي على بيانات حضرية وريفية متنوعة
- التمثيل الجغرافي: تقع في جنوب شرق العراق وتمثل خصائص المحافظات العراقية الوسطى
- إمكانية الوصول: توفر بيانات سكانية دقيقة وإمكانية وصول جيدة للباحثين
- التنوع الاقتصادي: تضم قطاعات اقتصادية متنوعة (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 متنوع من حيث التوزيع الجغرافي (الحضر والريف)، والفئات العمرية، والمستويات التعليمية. واختار الباحث أسلوب العينة الطبقية الاحتمالية، حيث قُسم المجتمع إلى طبقات بناءً على متغيرات ديموغرافية رئيسية (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 كريجسي ومورغان (Krejcie & Morgan) التي تحقق درجة دقة مقبولة وهامش خطأ منخفض ، وبذلك بلغ حجم العينة النهائي 355 مفردة .

$$n = \frac{X^2NP(1-P)}{d^2(N-1) + X^2P(1-P)}$$

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

ج - أداة البحث:

واستخدم الباحث اداتين لتحقيق اهداف البحث بصورة دقيقة وهي:

- 1- الملاحظة: استعان الباحث بالملاحظة الشخصية لجمع المعلومات، وذلك بهدف الحصول على أكبر قدر ممكن من البيانات المتعلقة باستخدام البودكاست عبر شبكات التواصل الاجتماعي.
- 2- الاستمارة: قام الباحث بتصميم استبيان مقنن 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 ومؤشرات دقيقة تعكس الواقع بشكل حقيقي، ولضمان درجة الصدق، تم عرض الاستبيان على عدد من الخبراء والمحكمين* في المجال الإعلامي ، إذ أخذ الباحث ملاحظاتهم بعين الاعتبار وأجرى تعديلات طفيفة على بعض البنود لتكون ملائمة أكثر لأهداف البحث وقابلة للتطبيق ميدانياً.

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 توافقاً في نتائج الاختبار الأول والثاني 18 بنداً من أصل 21 بنداً في الاستبيان، مما يدل على اتساق المقياس وثبات نتائجه.

ث. معالجة البيانات : بعد تطبيق أداة البحث (الاستبيان) على عينة الدراسة، جمع الباحث حجماً كبيراً من البيانات التي استدعت معالجتها بدقة من أجل تحقيق أهداف البحث، وتحليل هذه البيانات، تم الاعتماد على برنامج SPSS لما يوفره من إمكانيات 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 كاي² (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 يساهم في الإجابة عن أسئلة البحث وتفسير نتائجه بشكل علمي.

ثامناً: تعريف مصطلحات البحث:

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

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

البودكاست المرئي والمسموع: شكل من أشكال المحتوى الإعلامي الرقمي يتكون من سلسلة حلقات صوتية (بودكاست مسموع) أو مرئية (بودكاست فيديو) يمكن تنزيلها أو الاستماع إليها ومشاهدتها عند الطلب عبر منصات رقمية وإجرائياً هو المحتوى الصوتي أو المرئي الذي يتابعه أفراد العينة عبر المنصات الرقمية.

تاسعاً: الدراسات السابقة:

1. دراسة عبدالحميد، عمرو محمد محمود (2024)⁴ تفاعل الجمهور مع محتوى البودكاست 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 الوسائط 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، فايزة، وشيغير، سليمة (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 أبرزها :

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 تفاعلية وحيوية مقارنة بوسائل الإعلام التقليدية.
 3. دراسة : (Pew Research Center (2023)⁶ ("How Americans Use and Engage with Podcasts") كيف يستخدم الأمريكيون البودكاست ويتفاعلون معه.
- سعت الدراسة الى بيان كيفية استخدام الأمريكيين للبودكاست وأنماط تفاعلهم معه، وفهم الاتجاهات الاستهلاكية والديموغرافية ولجأت الدراسة الى استخدام منهج مسحي كمي قائم على استطلاع رأي عام بالاعتماد على عينة تمثيلية من البالغين الأمريكيين و أبرز النتائج التي توصلت اليها الدراسة :

1. معدل الاستماع العالي 49% من البالغين الأمريكيين استمعوا لبودكاست في الأشهر الـ 12 الماضية
2. التوزيع العمري 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، و 60% استمعوا لبودكاست تم توصيته من قبل صديق أو فرد من العائلة.

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

كشفت تصورات مستمعي البودكاست للوظائف الصحفية للبودكاست " سعت الدراسة الى 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 مسحي كمي يعتمد على استطلاعات الرأي لجمع البيانات حول تصورات المستمعين وعينة تمثلت 529 من مستمعي البودكاست واهم النتائج التي توصلت اليها :

1. الوظيفة الإعلامية المستمعون يدركون البودكاست كوسيلة إعلامية موثوقة لنقل الأخبار والمعلومات
2. التفاعل مع المحتوى المستمعون يتفاعلون بشكل مختلف مع البودكاست الصحفي مقارنة بالوسائل التقليدية
3. مصداقية المصدر تصورات إيجابية حول مصداقية البودكاست كمصدر للمعلومات الصحفية
4. دراسة (David García-Marín 2022)⁸ "New Media, New Practices? A Study of the First Spanish Podcast " "Community and Its Pioneers

وسائل إعلام جديدة، ممارسات جديدة؟ دراسة حول أول مجتمع بودكاست إسباني ورواده "هدفت هذه الدراسة إلى تحليل البدايات المبكرة للبودكاست في إسبانيا والدور الحاسم الذي أدته مجموعته من منتجي البودكاست الهواة الإسبان في تطوير هذا المجال الإعلامي الجديد وتركز الدراسة تحديداً على تعريف الأعمال التجريبية ودوافع رواد البودكاست في إسبانيا كشكل جديد من التعبير عن السرديات الشخصية باستخدام التنسيق الصوتي ، واستخدم الباحث منهج إثنوغرافي بثلاث أدوات - مقابلات مع 15 رائداً، مراجعة وثائقية، وملاحظة بالمشاركة ، وتكونت عينة الدراسة العينة من 15 من رواد البودكاست الإسبان من مختلف المجالات، وتوصلت الدراسة الى 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 البودكاست والراديو في إسبانيا، حيث بدأت كلاهما كأنشطة غير مهنية بفضل عمل الهواة والمتحمسين. في كلا الوسطين.

3. أظهرت النتائج أن المنتجين الإسبان طوروا نماذج متطورة للبودكاست العابر للوسائط تمتد إلى ما وراء التنسيق الصوتي التقليدي.
4. دراسة Sullivan (2019)⁹ ("The Platforms of Podcasting: Past and Present"): منصات البودكاست: الماضي والحاضر

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

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

التعليق على الدراسات السابقة والتشابه والاختلاف مع دراستنا

أكدت الدراسات السابقة على الدور المتصاعد للبودكاست كمنصة إعلامية تتميز بتقديم محتوى أكثر تفاعلية مقارنة بالإعلام التقليدي، وهو ما يتوافق مع نتائج دراستنا التي أشارت إلى أهمية البودكاست كمصدر إعلامي مكمل وليس بديلاً كاملاً للإعلام التقليدي، و أبرزت دراسة بوزيد وشيغير (2022) كيف يسهم البودكاست في تعزيز الهوية الرقمية واللغة الوطنية من خلال محتواه الذي يركز على القضايا الاجتماعية والسياسية، وهو ما يتشابه مع تركيز دراستنا على المحتوى السياسي والاجتماعي كأبرز اهتمامات الجمهور العراقي.

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

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

و تتفق نتائج دراسة Pew Research Center (2023) مع دراستنا فيما يخص التوزيع العمري المتوازن بين مستمعي البودكاست و تسلط دراسة Sullivan (2019) الضوء على الطبيعة اللامركزية والتقنية المتعددة لمنصات البودكاست، وهو جانب يؤكد 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 لمصادقية البودكاست كمصدر إعلامي موثوق، وهو ما يتوافق مع استنتاجات دراستنا حول تفضيل الجمهور للبودكاست كمصدر معلومات بديل، مع التركيز على التفاعل مقارنة بالإعلام التقليدي. لذلك تضيف دراستنا بُعداً مهماً في الجانب المحلي عن طريق التركيز على الجمهور العراقي واختلاف أنماط الاعتماد بين البودكاست المرئي والمسموع، وتطبيق نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام لفهم التغيرات في سلوك المتلقي الإعلامي في بيئة تواجه تحديات متعددة للإعلام التقليدي.

الاطار النظري

اولا : البودكاست المفهوم والنشأة والانتشار :

البودكاست 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 مشاهدتها عند الطلب، وقد نشأت الفكرة أساساً من الهواة المهتمين بالمحتوى الصوتي أو الموسيقي، وأصبحت اليوم من أكثر الوسائل الإعلامية استخداماً"¹⁰ . تعود النشأة الأولى لمصطلح "البودكاست" الى عام 2004، وهو مصطلح مشتق من كلمتي iPod Broadcast و (منتجات Apple)، ليدل على ملفات صوتية رقمية يمكن الاستماع إليها حسب الطلب، بعيداً عن قيود البث التقليدي¹¹. وتؤكد الدراسات إلى أن البودكاست بات يشكل جزءاً من مشهد الإعلام الرقمي الحديث، إذ أصبح يقدم محتوى متنوعاً يشمل الأخبار، والرياضة، والموسيقى، إلى جانب البرامج الحوارية والتعليمية¹².

ويعتبر الإعلامي البريطاني بين هيمرزلي (Ben Hemmersley) أول من استخدم مصطلح "بودكاست" 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 كلمة Broadcasting التي تعني "البث الإذاعي"¹³ وأشار في كتابته بأن "البودكاست يبدو كمشروع يجمع بين التكوين التفاعلي والتواصل الحميمي مع المستمع، مدعوماً بسهولة تحميله وتشغيله عبر مشغل MP3 ، ويتجه لتقديم الأفضل، ليس فقط للمستمع، بل ليكون تجربة إعلامية عالمية أيضاً".

كما لفت تقرير معهد رويترز للأخبار الرقمية عام 2023 أن استهلاك البودكاست أخذ 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 للبودكاست شهرياً، فيما أشار 29% منهم إلى أنهم يقضون وقتاً أطول في الاستماع¹⁴.

أما على مستوى المنطقة العربية، فقد أشار تقرير نادي دبي للصحافة أن نسبة الاستماع ارتفعت في المنطقة العربية بمعدل 65%، وأن 80% من الجمهور يفضلون البودكاست 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 توقعات بزيادة لافتة في الاستماع عربياً¹⁵.

و يتكون البودكاست من ملفات صوتية أو مرئية، تُنشر عبر شبكة الإنترنت باستخدام برامج متخصصة تُعرف باسم "بودكاسترز"، ويمكن تحميل هذه الملفات على أجهزة الحاسوب أو الهواتف الذكية والاستماع إليها في أي وقت، وتتنوع موضوعاته ما بين السياسية، والاقتصادية، والثقافية، والاجتماعية، والرياضية، والترفيهية كما يمكن أن تتخذ شكل برامج حوارية أو تعليمية أو قصصية أو موسيقية¹⁶، وتعمل تقنية البودكاست وفق مبدأ "التدوين الصوتي أو المرئي"، إذ يتم نشر المحتوى عبر الإنترنت أو تسجيله على وسائط أخرى بهدف الاستماع إليه في وقت لاحق حسب رغبة المستخدم¹⁷ ، واخذت تقنية البودكاست تنتشر على المستوى الاعلامي بشكل ملحوظ منذ عام 2014، بوصفها وسيلة صوتية رقمية يمكن من خلالها إيصال المحتوى إلى الجمهور، سواء عبر التشغيل المباشر أو تحميله على أجهزة الحاسوب للاستماع إليه لاحقاً¹⁸.

وفي ظل التطور المتصاعد للبودكاست والمرونة التي يتمتع بها ، بطبيعته التفاعلية وصوره العميقة والمعالجة المعرفية الدقيقة التي يقدمها، جاء ليعكس تحولاً في المعايير الإعلامية التقليدية، إذ 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 نحد ان صناعة وإنتاج البودكاست شهدت تطوراً وانتشاراً ملحوظاً على المستوى العالمي و تشير الإحصائيات إلى أن حجم السوق العالمية للبودكاست وصل إلى 30.03 مليار دولار في عام 2024، ومن المتوقع أن ينمو بمعدل نمو سنوي قدره 27.6% وصولاً إلى عام 2030²⁰.

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

ثانياً: أنواع البودكاست :

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

1. البودكاست الصوتي (Audio Podcasts): وهو من أكثر الأنواع شيوعاً، ويتألف من سلسلة حلقات صوتية يُمكن للمستمعين تنزيلها والاستماع إليها عبر أجهزتهم الذكية أو الحواسيب الشخصية. وتتنوع موضوعاته ما بين الأخبار، والسياسة، والترفيه، والتعليم، مما يجعله وسيلة إعلامية مرنة وشاملة تلبي مختلف الاهتمامات²².
2. البودكاست المرئي (Video Podcasts): هذا النوع يتميز بإضافة عنصر الفيديو إلى المحتوى الصوتي، وغالباً ما يتم تصوير الحلقات في استوديوهات أو مواقع خارجية. وتتضمن البودكاستات المرئية مقابلات مع ضيوف، أو عروضاً تقديمية وتوضيحية، إضافة إلى مقاطع فيديو تكميلية تُثري التجربة البصرية للمستخدم²³.
3. البودكاست المعزز (Enhanced Podcasts): يعد هذا النوع من البودكاست تجربة تفاعلية متطورة، حيث يُدمج المحتوى الصوتي بعناصر متعددة مثل النصوص، والصور، ومقاطع الفيديو، والرسوم المتحركة. وتكمن أهميته في قدرته على تقديم تجربة غنية وشاملة تُسهم في تعزيز فهم المستمع وزيادة تفاعله مع المادة المقدّمة²⁴.

ثالثاً : البودكاست من ناحية طريقة التقديم :

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

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

الفصل الثالث الدراسة الميدانية:

يسعى البحث إلى دراسة اعتماد الجمهور في محافظة ميسان على البودكاست، المرئي والمسموع، كمصدر للمعلومة مقارنة بالإعلام التقليدي، مع التركيز على الفروق الديموغرافية ، ولجأ الباحث الى 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	التكرار	الفئة العمرية
1	36.6%	130	سنة 18-24
2	29.6%	105	سنة 25-34
3	19.7%	70	سنة 35-44
4	9.9%	35	سنة 45-54
5	4.2%	15	سنة فأكثر 55
-	100%	355	المجموع

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

جدول (2): توزيع أفراد العينة حسب الجنس

المرتبة	النسبة المئوية	التكرار	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 بالإناث.

جدول (3): توزيع أفراد العينة حسب المستوى التعليمي

المرتبة	النسبة المئوية	التكرار	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 المشاركين من المتعلمين أو المهتمين بالمستويات التعليمية العليا، وهو ما قد يؤثر إيجابيا على اعتمادهم على مصادر إعلامية رقمية مثل البودكاست.

جدول (4): توزيع أفراد العينة حسب المنطقة السكنية

المرتبة	النسبة المئوية	التكرار	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 الإنترنت والبودكاست حسب المناطق.

جدول (5): مدى استماع أو مشاهدة البودكاست

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

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

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

المرتبة	النسبة المئوية	التكرار	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 المشاركين (40%) يقضون أقل من ساعة يوميًا في متابعة البودكاست، بينما يقضي حوالي 30% فترة 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 تتابع بشكل مكثف..

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

المرتبة	النسبة المئوية	التكرار	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 يتصدر 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 البودكاست من حيث الشكل

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

يظهر الجدول أعلاه ان قرابة نصف المشاركين (46.8%) يفضلون البودكاست المسموع فقط، بينما يفضل 36.6% الجمع بين النوعين المسموع والمرئي. أما البودكاست 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	التكرار	الفئة الزمنية
1	39.4%	140	أقل من ساعة
2	31.0%	110	ساعة 1-2
3	16.9%	60	ساعات 2-3
4	9.9%	35	أكثر من 3 ساعات
5	2.8%	10	لا شيء
-	100%	355	المجموع

يبين الجدول أن غالبية أفراد العينة (39.4%) يتابعون الإعلام التقليدي لأقل من ساعة يوميًا، 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، غالبًا للاطلاع على الأخبار العاجلة أو البرامج المفضلة أما المتابعون لمدة 2-3 ساعات أو أكثر من 3 ساعات فيشكلون نسبةً أقل (16.9% و 9.9% على التوالي)، مما يدل على وجود جمهور ملتزم نسبيًا بالإعلام التقليدي في المقابل، تشير نسبة 2.8% من الأفراد الذين لا يتابعون الإعلام التقليدي إطلاقًا إلى التحول الكامل لبعض الأفراد نحو الإعلام الرقمي أو قلة الاهتمام بالبرامج التقليدية.

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

جدول (10): مصدر الثقة في الإعلام التقليدي

المرتبة	النسبة المئوية	التكرار	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 المشاركين فلا يتقنون 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 البودكاست والإعلام التقليدي

العبارة	لا أوافق بشدة (1)	لا أوافق (2)	محايد (3)	أوافق (4)	أوافق بشدة (5)
البودكاست يوفر تحليلاً معمقاً ومعلومات مفصلة	5.6%	9.9%	14.1%	45.1%	25.3%
البودكاست 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%
البودكاست أقل تحيزاً من الإعلام التقليدي	7.1%	8.5%	12.7%	42.3%	28.2%
استخدام البودكاست للحصول على المعلومات السياسية	19.7%	39.4%	25.4%	11.3%	4.2%
استخدام البودكاست للمعلومات الاجتماعية والثقافية	8.5%	7.1%	11.3%	45.1%	28.2%
الاعتماد على البودكاست كخبر موثوق دون التحقق	11.3%	31.0%	39.4%	14.1%	4.2%
اللجوء للبودكاست للحصول على رأي معمق وتحليل موضوعي	4.2%	5.6%	9.9%	47.9%	31.0%

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

في المقابل، أبدى المشاركون تحفظاً واضحاً تجاه الاعتماد على الإعلام التقليدي والمعلومات السياسية من البودكاست، حيث بلغت نسبة الموافقة على "الإعلام التقليدي أكثر مصداقية وموثوقة" 15.5% فقط، وعلى "استخدام البودكاست للحصول على المعلومات السياسية" 15.5% أيضاً، مما يعكس تراجع الثقة في الإعلام التقليدي وقيود استخدام البودكاست في المجال السياسي. أما فيما يخص المجالات الاجتماعية والثقافية، فقد أبدى المشاركون تقييماً إيجابياً للبودكاست (73.3% موافقة)، كما أظهروا وعياً بضرورة التحقق من صحة الأخبار وعدم الاعتماد الكلي على البودكاست كمصدر موثوق (18.4% موافقة). بشكل عام، تبرز النتائج البودكاست كوسيلة إعلامية موثوقة ومرنة وموضوعية، خاصة في التحليل والمجالات الاجتماعية، مع محدودية دوره في المجال السياسي، وتنعكس وعي الجمهور بأهمية التحقق من المعلومات.

جدول (12) درجات إجابات أفراد عينة الدراسة على عبارات استخدام البودكاست والإعلام التقليدي

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

يتضح من نتائج الجدول إلى أن البودكاست يحظى بتقدير مرتفع من المشاركين في عدة جوانب. فقد جاءت أعلى نسبة للوزن النسبي من حيث الموافقة الإجمالية على عبارة "البودكاست 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 الخاصية.

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

فيما يخص المجالات الاجتماعية والثقافية، جاءت عبارة "استخدام البودكاست للمعلومات الاجتماعية والثقافية" في المرتبة الرابعة بنسبة موافقة 73.3%، بينما جاء "اللجوء للبودكاست للحصول على رأي معمق وتحليل موضوعي" في المرتبة الخامسة بنسبة 78.9%، ما يدل على أهمية البودكاست 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 البودكاست للحصول على المعلومات السياسية "المرتبة السابعة بنسبة 15.5%، اما الاعتماد على البودكاست كخبر موثوق دون التحقق "المرتبة السادسة بنسبة 18.4%.

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

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

المرتبة	النسبة المئوية	التكرار	المصدر
1	39.4%	140	التلفزيون
2	22.5%	80	وسائل التواصل الاجتماعي
3	14.1%	50	البودكاست
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 البودكاست 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 البودكاست، 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 البودكاست على تشكيل الآراء السياسية

المرتبة	النسبة المئوية	التكرار	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 المشاركين يرون أن البودكاست له تأثير متوسط إلى كبير في تشكيل آرائهم السياسية، حيث بلغت نسبة المتأثرين تأثيراً متوسطاً أو كبيراً 59.2% (33.8% متوسط + 25.4% كبير). في المقابل، 25.4% من المشاركين يرون أن تأثيره قليل أو معدوم، بينما اعتبر 9.9% أن تأثيره كبير جداً.

يعكس المتوسط الحسابي 3.12 على مقياس 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	التكرار	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 46.5% 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 كوسيط 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"
الاختبار المستخدم :معامل ارتباط بيرسون(Pearson Correlation)

النتيجة:

- معامل الارتباط = 0.62
- مستوى الدلالة $p < 0.01$
- 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 بالمعتمدين على الإعلام التقليدي"

الاختبار المستخدم :التحليل التمييزي(Discriminant Analysis)

النتيجة:

- المجموعة مرتفعة الاعتماد: متوسط = 4.2
- المجموعة منخفضة الاعتماد: متوسط = 3.1
- مستوى الدلالة $p < 0.05$
- 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 مقياس الثقة في الإعلام التقليدي والاعتماد على البودكاست

النتيجة:

• معامل الارتباط = -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 البودكاست. الفرضية الرابعة توجد فروق ذات دلالة إحصائية في درجة اعتماد الجمهور على البودكاست 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 اعتمادًا على البودكاست، وكذلك حملة البكالوريوس والماجستير. الشباب والأعلى تعليمًا هم الأكثر اعتمادًا على البودكاست، مما يعكس توجه هذه الفئات نحو المحتوى الرقمي والتفاعلي.

الاستنتاجات

وقد توصل الباحثان الى عدد من الاستنتاجات في معرض تحقيق اهداف البحث وهي :

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

التوصيات

- 1- تشجيع صانعي البودكاست العراقيين على التوسع في مجالات الصحة، الرياضة، والاقتصاد لتلبية احتياجات أوسع من الجمهور.
- 2- تطوير الجانب المرئي للبودكاست لجذب فئات جديدة، خصوصًا من الشباب المهتمين بالمحتوى البصري.
- 3- عقد شراكات بين صانعي البودكاست والمؤسسات الإعلامية التقليدية للاستفادة من نقاط القوة لدى الطرفين.
- 5- تنفيذ أبحاث لاحقة تركز على الفروق الديموغرافية في الاستماع للبودكاست، 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 Jafjout, 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-Khazali – Imam Jaafar Al-Sadiq University