

أولويات القضايا التي تعكسها ملفات البودكاست على اليوتيوب YouTube دراسة تحليلية

أ.م.د. / إيمان محمود محمد أحمد *

ملخص الدراسة:

هدف البحث إلى رصد وتحليل أولويات القضايا التي تعكسها ملفات البودكاست على اليوتيوب وذلك من خلال تحليل القضايا التي تتناولها حلقات البودكاست عينة الدراسة، الهدف من مضمون البودكاست، اتجاه معالجة ملفات البودكاست عينة الدراسة للقضايا، مصادر المعلومات في حلقات البودكاست عينة الدراسة، مسارات البرهنة في حلقات البودكاست عينة الدراسة، ومستوى التفاعل مع حلقات البودكاست عينة الدراسة، وقد تم إجراء الدراسة على عينة من حلقات البودكاست الرائجة على اليوتيوب وهي الحلقات الأحدث والأكثر مشاهدة وتفاعل وجودة على اليوتيوب، وذلك لمدة ستة أشهر بالأسبوع الصناعي بداية من اول يناير ٢٠٢٤ وحتى اخر يونيو ٢٠٢٤ .

وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها : جاءت القضايا السياسية في المرتبة الأولى من حيث مضمون حلقات البودكاست عينة الدراسة، يليها المضمون الرياضي في المرتبة الثانية، ثم التنمية البشرية وتطوير الذات يليها قضايا الدجل والشعوذة ، ثم المضمون الاجتماعي، كما جاءت التوعية في المرتبة الأولى من حيث الهدف من مضمون حلقات البودكاست، ثم " الشرح والتفسير " فالإعلام والاعخبار "، يليه " الترفيه "، ثم " النقد والتوجيه، كما جاء اتجاه معالجة حلقات البودكاست للقضايا " سلبي " في المرتبة الأولى، وقد جاء الأسلوب " النقدي الساخر " في المرتبة الأولى من حيث أساليب معالجة القضايا في حلقات البودكاست عينة الدراسة، يليه الأسلوب التفسيري، اما عن مسارات البرهنة المستخدمة فقد جاءت المسارات " غير المنطقية " في المرتبة الأولى حيث تم استخدام مؤثرات عاطفية كالتشبيه والنقد والسخرية والمبالغة والتهويل والتخويف .

الكلمات المفتاحية: المنصات الرقمية، القيم الإيجابية، القيم المقدمة في إطار سلبي، مقياس الاتجاه نحو القيم .

* الأستاذ المساعد بقسم الإذاعة والتلفزيون بكلية الإعلام بنات بالقاهرة

Priorities of Issues Reflected in Podcast Files on YouTube

“An Analytical Study”

Dr. Eman Mahmoud Mohamed Ahmed *

Abstract:

The research aimed to monitor and analyze the priorities of the issues reflected in the podcast files on YouTube, by analyzing the topics that the podcast files focused on, in addition to the duration of the podcast episodes in the study sample, the issues addressed in the podcast episodes in the study sample, the purpose of the podcast content, the approach of the sample podcasts files to the issues, the sources of information in the podcast episodes of the study sample, the paths of argumentation in the podcast episodes, and the level of interaction with the podcast episodes of the study sample.

The study was conducted on a sample of trending podcast episodes on YouTube, which are the newest, most viewed, interactive, and high-quality episodes on YouTube, and they are from different podcast programs, for a period of six months, following a weekly schedule, starting from the first of January 2024 until the end of June 2024.

The study concluded with a set of key findings:

Political issues ranked first in terms of the content of the podcast episodes in the study sample, followed by sports content in second place, then human development and self-improvement, followed by issues of quackery and sorcery and then social content. Awareness also ranked first in terms of the purpose of the podcast episodes content, followed by "explanation and interpretation", then "media and news", followed by "entertainment," and then "criticism and guidance".

* Associted Professor, Department of Radio and Television – Faculty of Mass Communication for Girls, Cairo

The approach to addressing issues in the podcast episodes was predominantly "negative," ranking first. The "critical satirical" style ranked first in terms of the methods of addressing issues in the podcast episodes of the study sample, followed by the explanatory style. As for the paths of argumentation used, the "illogical" paths ranked first, where emotional effects such as similes, criticism, sarcasm, exaggeration, exaggeration, and intimidation were used.

Keywords: Podcast, Youtube, Issues

المقدمة:

يمكن تصنيف عصرنا الإعلامي الحالي بأنه عصر المنصات الرقمية، حيث المضامين بكافة أنواعها متاحة لكل من لديه القدرة على التعامل مع التكنولوجيا الجديدة، سواء من الناحية التكنولوجية أو المادية، وفي ظل سيطرة البيئة الاتصالية الرقمية الجديدة والاعتماد المتزايد على شبكات التواصل الاجتماعي في صناعة المحتوى الرقمي، تحاول وسائل الاعلام إيجاد مكانة لها ضمن منظومة المحتوى الرقمي، عبر مواكبة المستحدثات التكنولوجية التي تستحوذ على اهتمام الجمهور. وكنتيجة لهذه المحاولات، ظهرت تقنية البودكاست، بأسلوب إنتاجي وإبداعي جديد، فلم يعد البودكاست مقتصرًا على وسائل الإعلام المسموعة فقط، بل إن برامج البودكاست منتشرة بشكل كبير على منصة يوتيوب والتي تعتبر من أقوى المنصات لعرض المحتوى المرئي⁽¹⁾، ويتنوع محتوى تلك البرامج على اليوتيوب بدءًا من الكوميديا والترفيه وحتى التعليم والأعمال من خلال تنسيقات وأنماط مختلفة، مثل المقابلات والمناظرات والمراجعات والقصص والألعاب والمزيد. وأصبحت هذه الوسيلة الاتصالية مجالًا إعلاميًا ثريًا للتحويل نحو المحتوى المتعمق المتجاوز لعملية السرد والعابر للتجارب اليومية إلى التقدير المتكامل للقضايا بدءًا من ظهورها ومرورًا بتأثيراتها وحتى النتائج والتصورات المستقبلية المقبلة، حيث يقدم البودكاست نفسه منصةً جديدةً للقصص المتعمق القائم على تحري الدقة والتثبت في التعامل مع المعلومات والآراء المختلفة. وتعكس أنماط المحتوى المتعددة إمكانية كبيرة لأن تتجاوز هذه التقنية الأطر التقليدية لوسائل الاعلام نحو جذب الجمهور من جهة، وإعادة الاعتبار لقيمة المحتوى الاعلامي الرقمي من جهة أخرى .

ان التطور الكبير الذي شهدته صناعة البودكاست ساهم بشكل كبير في التحسين من جودة المحتوى الذي يتم تقديمه من خلال هذه البرامج، وجذب أنظار عدد كبير من الأشخاص إليها، حيث أن برامج البودكاست تهتم بجميع جوانب الحياة وتقدم كمية كبيرة من المعلومات القيمة للمتابعين⁽²⁾، وقد دفعت هذه الشعبية الكبيرة للبودكاست والتطور الكبير الذي طرأ على

صناعة اليوتيوب البحث عن أفضل الطرق لنشرها، ويمكن لملفات اليوتيوب على YouTube أن تلبي أذواق وتفضيلات جمهورها المختلفة وأن تتميز عن الآخرين ولما كان اليوتيوب شكلا حديثا من أشكال الاعلام الالكتروني و أسلوبا جديدا للتعبير عن مختلف القضايا، وانتشاره بشكل كبير عبر منصة يوتيوب والتي تعتبر اقوى المنصات لعرض المحتوى المرئي لذا تسعى الدراسة الحالية إلى التعرف على أولويات القضايا التي تعكسها ملفات اليوتيوب، وذلك من خلال التعرف على القضايا التي تتناولها حلقات اليوتيوب، عينة الدراسة، الهدف من المضمون، اتجاه معالجة القضايا، مصادر المعلومات، مسارات البرهنة، مستوى التفاعل مع حلقات اليوتيوب، وذلك في إطار دراسة تحليلية على عينة من حلقات اليوتيوب الراجعة على اليوتيوب .

- الدراسات السابقة:

دراسات تناولت اليوتيوب: حيث سعت هذه الدراسات إلى التعرف على استكشاف وتحليل برامج يوتيوب و رصد محتواها ومدى تأثيرها على متابعيها، ومن أبرز الأمثلة على هذا النوع من الدراسات :

دراسة (Hardey & james, 2022) على تحليل تقنيات رواية القصة في يوتيوب Serial، الذي يتناول قصص تدور حول جرائم حقيقية، وتم تحليل الموسم الأول من اليوتيوب، حيث كان يتم اشراك الجمهور حتى الوصول إلى حل لغز الجريمة وعقاب مرتكبها، وتم التوصل إلى أن أحد قيم هذا اليوتيوب إبراز تحقق العدالة، كما يمكن للجمهور مراجعة الأدلة ومشاركة آرائهم في شكل إعادة صياغة للقصة، وساعدت الحلقات المتصلة على ربط الجماهير بالسلسلة .^(٣)

فقد حددت نتائج دراسة (Whipple, 2022) أن جمهور اليوتيوب يرون أنه مصدر لإطلاعهم على الأحداث الجارية ومصدر قيم للمعلومات وأكثر إثارة من الأخبار التقليدية، كما أن مقياس التفاعل مع اليوتيوب هو الاستماع بدلا من المشاركة، أو التنزيل أو الاشتراك أو مقياس الاستهلاك أو المشاركة الإضافية المحتملة .^(٤)

وأشارت نتائج دراسة (Santana, 2022) التي تبحث في محتوى اليوتيوب الصحفي الذي تم إنتاجه في أثناء الجائحة إلى أن أسلوب السرد الأكثر استخداما في عرض المحتوى وأن هذا الشكل يختلف عن الموضوعات الصحفية والذاهاب أكثر نحو التقارير التفسيرية .^(٥)

فيما أكدت دراسة (Sylvia, 2022) على أن دوافع استخدام الجمهور لليوتيوب تتمثل في المعلومات، الترفيه، مزايا التحكم والتنقل، والتواصل الاجتماعي.^(٦)

دراسة (الخالدة ٢٠٢٢م) إلى تحليل يوتيوب " حرر"، حيث تكونت عينة الدراسة من (١٠) حلقات وأشارت الدراسة إلى استخدام الإطار العام في تناوله للقضايا الاعلامية، والتركيز على الأهداف النوعية واستخدام المعالجة التحليلية بنسبة ٨٠% تلاها المعالجة التقريرية،

واحتلت المضامين الثقافية المرتبة الأولى، تلاها الموضوعات الاجتماعية والسياسية والتعليمية.^(٧)

وسعت دراسة (الشيباني ٢٠٢٢ م) إلى التعرف على دوافع استخدام الجمهور السعودي للبودكاست والإشباع المتحققة منه، العوامل المؤثرة في انتقاء المحتوى من خلال جمع وتحليل بيانات (٢٢٠) مفردة، وتوصلت الدراسة أن الدوافع النفعية تغلب على الدوافع الطقوسية، من أبرز دوافع التعرض متابعة الاحداث والاشتراك في المحطات الوطنية، واكتساب القدرة على التفكير والابتكار.^(٨)

فيما توصلت نتائج دراسة (نوال رضا، ٢٠٢٢) إلى إبراز الاستخدامات التفاعلية للبودكاست لتحقيق إشباع حاجات معرفية وثقافية وترفيهية، وذلك من خلال توافرها على الوسائط الشبكية المحمولة والذكية وتطبيقات الميديا الجديدة.^(٩)

وكشفت دراسة (Ryston, 2021) أن أسلوب السرد القصصي المستخدم في البودكاست له تأثير كبير على المستمعين وبخاصة الذي لا يعرفون القراءة والكتابة، وأشارت الدراسة إلى تأثير (البودكاست) في وسائل الاعلام الافريقية على الجمهور مقارنة بالوسائل الاذاعية التقليدية، كما أن للقائم بالاتصال في عروض البودكاست دور في تحديد وعرض للقضايا والموضوعات على المستمعين بأسلوب سهل وجذاب.^(١٠)

كما تناولت دراسة (النايلسي، ٢٠٢١) تأثير البودكاست في ترسيخ القيم الاجتماعية والانسانية لدى اليافعين، وقد تم اختيار عينة عمدية تكونت من ٥٠ طالب وطالبة، بالتطبيق على بودكاست " وليد الصدفة " وأشارت الدراسة إلى أن توظيف الوسائط المتعددة (النص، والصورة الثابتة، والصور المتحركة، والفيديو، والصوت) للبودكاست يساهم في سهولة المضمون وفهمه وتذكره.^(١١)

وطرحت دراسة (غزال وأخرون ٢٠٢١) تساؤل حول كيف يساهم البودكاست الاجتماعي عبر مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية المسؤولية والوعي المجتمعي لدى المستخدم الجزائري، بالتطبيق على عينة قصدية من مستخدمي البودكاست قوامها ٧٠ مفردة من مختلف الجامعات الجزائرية، وتوصلت الدراسة إلى أن الحصول على المعلومات من أبرز دوافع التعرض . كما أن البودكاست في الجزائر لم ينجح في تجاوز الترفيه إلى تنمية المسؤولية والوعي المجتمعي للفرد الجزائري .^(١٢)

كما سعت دراسة (Radjagukguk & other, 2020) إلى التعرف على مدى تأثير مزج محتوى البودكاست مع الموسيقى على الجمهور بالتطبيق على بودكاست PODCAST BERIZIK وأشارت النتائج إلى التأثير الفعال للبودكاست على تلقى الجمهور المعلومة، والشعور بالراحة والاسترخاء وإمكانية الاستماع له في أي وقت وتحديد المحتوى الذي يريدون عرضه بحرية دون التقيد بمواعيد .^(١٣)

وأبرزت (دراسة اليعقوبي ٢٠٢٠) من خلال تحليل مضمون بودكاست الجزيرة الاعتماد على قالب المعلومات الحوارى، والسياق الزمني والمرحلي للبودكاست بداية بعرض القضية تمهيدا للتقدم نحو جسد القضية المطروحة وانتهاء بخاتمة القضية وطرح الجوانب المستقبلية، واعتبرت الدراسة أن متطلبات العمل في البودكاست تقتضى الاهتمام بعنصر البحث الملازم لإنتاج المحتوى الأساسي للحلقات اعتمادا على المنتجين المعنيين بكتابة المحتوى والبحث في المعلومات المتصلة بالقضية^(١٤).

وهدف دراسة (بوزيد فائزة، ٢٠٢٠) إلى معرفة الآليات الحديثة للخطاب الديني الذي يقدم من خلال بودكاست الدعاة الجدد عبر تطبيقات وسائل الاعلام الرقمي الاجتماع، وتوصلت الدراسة إلى أن الدعاة الجدد أكثر اعتمادا في تقديم الخطاب الديني على الصورة الشبابية المعاصرة سواء بالنسبة للمظهر العام للداعية أو القالب الذي يقدم به المحتوى الديني سواء الديكور أو القالب الإلكتروني، كما ان البودكاست يعد أكثر الوسائل تداولا بين مستخدمي الشبكات الاجتماعية^(١٥).

بينما أظهرت دراسة (Jevtović، ٢٠١٩) أن البودكاست كشكل اعلامي جديد يتناول الموضوعات بشكل أكثر تفصيلا في صربيا، وبما أن بثها لا يتطلب إذنا من الهيئة التنظيمية، فإنها تدار من قبل شركات أخرى، وليس فقط شركات الاعلام. فمثلا بودكاست Protok أسسته شركة تعمل في مجال التقنيات الجديدة لتحليل الموضوعات المتعلقة بالعلاقة بين المجتمع والتكنولوجيا، يبتث محتوى صحفيا، كما أن المبادرون إلى صناعة البودكاست وسائل الاعلام الرئيسية والصحفيين الذين يعملون خارج المؤسسات الاعلامية والتي تطلق البودكاست كجزء من وسائل الاعلام الخاصة بها^(١٦).

وبحثت دراسة (الزهرة بوجوف، ٢٠١٩) في الفروقات الحاصلة بين القضايا التي تعالجها وسائل الاعلام الرسمية والقضايا الاجتماعية المرصودة عبر البودكاست. حيث تناول البودكاست قضايا اجتماعية مسكوت عنها مثل قضايا المرأة والهجرة والسرقة. كما ساد الاتجاه المعارض للسياسات العامة بشكل يميل إلى الأسلوب الساخر وبساطة المحتوى^(١٧).

فأشارت (دراسة جواد ٢٠١٨) حول معالجة الواقع السياسي في الجزائر عبر البودكاست، بالتطبيق على عينة من حلقات بودكاست " أنس تينا " وتوصلت الدراسة إلى تركيز البودكاست على الموضوعات السياسية، كما أن معالجته للقضايا الاجتماعية كان الهدف منها بث رسائل سياسية إلى النظام الحاكم تعتمد على القالب الفكاهي والسينمائي لتوصيل محتواه^(١٨).

بينما توصلت دراسة (Park, 2017) إلى أن البودكاست يركز على تناول القضايا الاجتماعية ونقد الحكومة والشركات أكثر من كونه ناشرا للمعلومات كما أنه يعبر عن رأي

الجمهور في القضايا العامة المهمة والمشاركة الديمقراطية حيث جذبت ملفات اليودكاست الخاصة بالمواطنين العديد من الكوريين، صغارا وكبارا، لأنها توفر معلومات وآراء نقدية حول الحقائق المظلمة لكوريا الحديثة على عكس الوسائل الأخرى.^(١٩)

بينما أشارت (دراسة خطاب، ٢٠١٧) حول استخدام الشباب المصري لتقنية اليودكاست والاشباع المتحققة إلى تراجع اهتمام الشباب المصري باليودكاست الذي يناقش القضايا السياسية، مما يدل على عزوف الشباب المصري عن الاهتمام أو المشاركة في الشأن السياسي تاركا إياه للنخب الحاكمة وذلك لثقتهم في القيادات السياسية التي تدير الأمور وفق منظور مرضى لهم وإدراكهم أن إعادة بناء الوطن لن يكون إلا بالعمل وتطوير الذات والخروج من نفق التواكل على الحكومة في توفير فرص العمل.^(٢٠)

مشكلة الدراسة

تزداد أهمية اليودكاست تدريجيا، كما يزداد اهتمام صناع المحتوى بهذا النوع كشكل جديد من اشكال السرد القصصي الرقمي وارتفاع الإقبال عليه من الجمهور، وتتضاعف ملفات اليودكاست على جميع منصات التواصل وخاصة على اليوتيوب والذي يعد واحدا من أقوى المنصات لعرض المحتوى المرئي، والأرقام تشير إلى شي واحد: المستقبل لليودكاست، وأصبح اليودكاست يقدم أسلوب ومحتوى إعلامي مختلف جذب الكثير من المستخدمين لهذه المنصات، وقد ساعدت برامج اليودكاست على طرح العديد من القضايا والموضوعات المختلفة حيث تنتوع مضامين برامج اليودكاست عربيا بين اجتماعية وسياسية واقتصادية وثقافية وتاريخية وترفيهية، مما جعلها إحدى وسائل التواصل الجماهيري التي تمتلك قاعدة جماهيرية في جميع البلدان، إضافة إلى عدم وجود دراسات كثيرة تتناول أولويات القضايا التي تتناولها ملفات اليودكاست لذا **تتمثل مشكلة الدراسة الحالية في رصد وتحليل أولويات القضايا التي تعكسها ملفات اليودكاست على اليوتيوب وذلك من خلال تحليل الموضوعات التي ركزت عليها ملفات اليودكاست، إضافة إلى تحديد الهدف من مضمون اليودكاست، واتجاه معالجة ملفات اليودكاست عينة الدراسة للقضايا، ومصادر المعلومات، مسارات البرهنة المستخدمة، مستوى التفاعل مع حلقات اليودكاست عينة الدراسة، واللغة المستخدمة فيها بالإضافة إلى القالب المستخدم، وعناصر الجذب والابرار في حلقات اليودكاست عينة الدراسة.**

أهمية الدراسة:

إن اتجاه المؤسسات الإعلامية لمواكبة التطورات التكنولوجية المتلاحقة بات سمة ظاهرة لعمل وسائل الاعلام في الوقت الحالي، وتؤدي البحوث العلمية والدراسات التحليلية دورها في مواكبة هذا الولوج المستمر نحو التقنيات الرقمية الجديدة بعين الراصد والمحلل والناقد، واضعة بعين الاعتبار أهمية دور هذا الانتاج البحثي في إيجاد وتقديم

الحلول لمختلف التحديات. وتعكس هذه الدراسة البحثية أهميتها للمجال البحثي والمهني من خلال سعيها لدراسة المحتوى المقدم عبر البودكاست على منصة يوتيوب .

أولاً: من الناحية النظرية: فإن هذه الدراسة تقدم إطاراً نظرياً يركز على التعريف بالبودكاست كأحدى تقنيات المحتوى الرقمي التي جاءت استجابة للتطورات التقنية الحديثة ومواكبتها، بالإضافة إلى تناول خصائص المحتوى الاتصالي المقدم عبر البودكاست، وظهور البودكاست عبر منصة يوتيوب .

ثانياً: من الناحية العملية: فإن هذه الدراسة تأتي استجابة إلى حاجة المكتبة الإعلامية لدراسات في مجال البودكاست على اليوتيوب وأولويات القضايا التي يتناولها خاصة أنه حقق انتشاراً واسعاً وتفاعلاً كبيراً خلال الفترة الأخيرة.

ثالثاً: من الناحية التطبيقية: فإن هذه الدراسة تكشف عن أبرز القضايا التي تناولتها ملفات البودكاست، والوقوف على القضايا التي تتناولها حلقات البودكاست عينة الدراسة، الهدف من مضمون البودكاست، اتجاه المعالجة، ومصادر المعلومات في حلقات البودكاست عينة الدراسة، ومسارات البرهنة المستخدمة ، مستوى التفاعل مع حلقات البودكاست عينة الدراسة، مكان تصوير حلقات البودكاست عينة الدراسة، اللغة المستخدمة في حلقات البودكاست عينة الدراسة، القالب المستخدم، عناصر الجذب والابراز في حلقات البودكاست عينة الدراسة.

- كما ترجع أهمية هذه الدراسة إلى عدة أمور، أبرزها:

- 1 . الأهمية الكبيرة التي حظيت بها تقنية البودكاست الاعلامي كأحدث التقنيات الاتصالية في مجال الاعلام الرقمي وتوظيفها كعنصر داعم للمضامين الاعلامية .
- 2 - التطور الكبير الذي طرأ على برامج البودكاست خلال الفترة الأخيرة وازدهارها خاصة بعد تطوير الشكل والمحتوى وعناصر الجذب لتلك البرامج .
- 3 . أصبح البودكاست كتقنية رقمية أحد أبرز وسائل الإعلام الالكتروني استخدام ومتابعة، ومن أبرز مزايا تلك التقنية إمكانية توفره للفرد العادي الذي يستطيع أن ينشأ بودكاست خاص به ويقدم المحتوى الذي يرغب، وهذا أصبح يشكل تحدي كبير من حيث نوعية المضمون المقدم .
- 4 . اهتمام المنصات الاعلامية خاصة اليوتيوب بتقنية البودكاست كوسيلة رقمية جديدة حيث خصصت فئة ملفات البودكاست على اليوتيوب خاصية حلقات البودكاست الرائجة والتي تحمل مضامين ثقافية وأدبية وصحية وفنية وخدمات اعلامية متعددة.

أهداف الدراسة:

هناك العديد من الأهداف التي تسعى هذه الدراسة إلى تحقيقها، أهمها :

- 1 . التعرف على أبرز القضايا التي تناولتها ملفات البودكاست عينة الدراسة على اليوتيوب

٢. تحديد الهدف من مضمون ملفات اليوتيوب عينه الدراسة على اليوتيوب .
٣. رصد اتجاه معالجة القضايا عبر ملفات اليوتيوب عينه الدراسة على اليوتيوب .
٤. الوقوف على مصادر البيانات التي تم الاعتماد عليها في القضايا التي ركزت عليها ملفات اليوتيوب.
٥. تحديد مسارات البرهنة التي تم الاعتماد عليها في حلقات اليوتيوب عينه الدراسة على اليوتيوب.
٦. التعرف على مستوى تفاعل المتابعين لملفات اليوتيوب عينه الدراسة على اليوتيوب.
٧. تحديد مكان تصوير حلقات اليوتيوب عينه الدراسة على اليوتيوب، اللغة المستخدمة، القالب المستخدم بالإضافة إلى عناصر الجذب والابرار فيها.

تساؤلات الدراسة:

- تسعى هذه الدراسة إلى الإجابة عن مجموعة من التساؤلات، في مقدمتها:
١. ما أبرز القضايا التي تناولتها ملفات اليوتيوب عينه الدراسة على اليوتيوب ؟
 ٢. ما الهدف من مضمون ملفات اليوتيوب عينه الدراسة على اليوتيوب ؟
 ٣. ما اتجاه معالجة القضايا عبر ملفات اليوتيوب عينه الدراسة على اليوتيوب ؟
 ٤. ما أبرز مصادر البيانات التي تم الاعتماد عليها في القضايا التي ركزت عليها ملفات اليوتيوب؟
 ٥. ماهي مسارات البرهنة التي تم الاعتماد عليها في حلقات اليوتيوب عينه الدراسة على اليوتيوب؟
 ٦. ما مستوى تفاعل المتابعين لملفات اليوتيوب عينه الدراسة على اليوتيوب ؟
 ٧. أين تم تصوير حلقات اليوتيوب عينه الدراسة على اليوتيوب (داخل استوديو – خارج الاستوديو)؟
 ٨. ما اللغة المستخدمة في حلقات اليوتيوب عينه الدراسة على اليوتيوب ؟
 ٩. ما القالب المستخدم في حلقات اليوتيوب عينه الدراسة على اليوتيوب؟
 ١٠. ماهي عناصر الجذب والابرار في حلقات اليوتيوب عينه الدراسة على اليوتيوب؟

الإجراءات المنهجية للدراسة، وتشمل:

- نوع الدراسة:

تنتمي هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية Descriptive Studies التي تستهدف وصف الظاهرة موضوع الدراسة وخصائصها بهدف الحصول على معلومات عنها^(٢١) دون الدخول في أسبابها أو الحكم فيها، وذلك بغض النظر عن وجود أو عدم وجود فروض محددة

أولويات القضايا التي تعكسها ملفات البودكاست على اليوتيوب YouTube: دراسة تحليلية

مسبقاً^(٢٢) والظاهرة التي تسعى الدراسة الحالية إلى تقرير خصائصها هي أولويات القضايا التي تعكسها ملفات البودكاست على اليوتيوب، وتحديد الهدف من المضمون المقدم، واتجاه معالجتها للقضايا، والوقوف على مصادر المعلومات، ومسارات البرهنة التي تعتمد عليها، ومستوى تفاعل الجمهور معها، واللغة المستخدمة فيها، والقالب المستخدم في الحلقات عينة الدراسة، بالإضافة إلى التعرف على عناصر الجذب والابرار فيها.

- منهج الدراسة:

منهج المسح: Survey والذي يستهدف تسجيل وتحليل وتفسير الظاهرة في وضعها الراهن بعد جمع البيانات اللازمة والكافية عنها وعن عناصرها من خلال مجموعة من الإجراءات المنظمة التي تحدد نوع البيانات ومصدرها وطرق الحصول عليها^(٢٣).

وبعد منهج المسح جهدا علميا منظما للحصول على بيانات ومعلومات وأوصاف عن الظاهرة أو مجموعة الظواهر موضوع البحث ولفترة زمنية كافية للدراسة، ويعرف أيضا بأنه وسيلة لجمع معلومات حول خصائص أو أعمال أو آراء مجموعة كبيرة من الناس^(٢٤)^(٢٥)، حيث تسعى هذه الدراسة إلى التعرف على أولويات القضايا التي تعكسها ملفات البودكاست على اليوتيوب. وذلك من خلال دراسة تحليلية لعينة عمدية من حلقات البودكاست على اليوتيوب.

- مجتمع الدراسة:

مجتمع الدراسة التحليلية:

يتمثل مجتمع الدراسة في جميع ملفات البودكاست العربية على اليوتيوب وذلك للتعرف على أولويات القضايا التي تعكسها ملفات البودكاست على اليوتيوب.

- عينة الدراسة:

أولا : عينة الدراسة التحليلية:

نظرا لصعوبة إجراء الدراسة على جميع ملفات البودكاست على اليوتيوب فقد تم إجراء الدراسة على عينة من حلقات البودكاست، حيث تم تحليل الحلقات الراجعة من ملفات البودكاست على اليوتيوب وهي الحلقات الأحدث والأكثر مشاهدة وتفاعل وجوده على اليوتيوب من برامج بودكاست مختلفة، وذلك لمدة ستة أشهر بطريقة الأسبوع الصناعي بداية من اول يناير ٢٠٢٤ وحتى اخر يونيو ٢٠٢٤، مع الأخذ في الاعتبار عدم تحليل الحلقات المكررة والمصنفة ضمن الحلقات الأكثر رواجاً وكان مجموع الحلقات عينة الدراسة ٤١٢ حلقة.

المجال الزمني للعينة : تم تحليل عينة من حلقات البودكاست العربية الراجعة على اليوتيوب لمدة ٦ شهور خلال الفترة من ١ يناير ٢٠٢٤ وحتى نهاية يونيو ٢٠٢٤ بطريقة الأسبوع الصناعي حيث بلغ إجمالي عدد حلقات البودكاست ٤١٢ حلقة.

- أسلوب التحليل:

اعتمدت هذه الدراسة على تحليل المضمون Content analysis : والذي يعرف بأنه "تحليل كمي منظم للمحتوى الإعلامي يساعد على استخلاص النتائج و الاستنتاجات العامة التي تلخص المحتوى بدلا من التركيز على كل وحدة على حده".^(٢٦) ويعرف أيضا على أنه "أحد الأساليب البحثية التي تستخدم في تحليل المواد الإعلامية بهدف التوصل إلى استدلالات واستنتاجات صحيحة ومطابقة في حالة إعادة البحث أو التحليل.^(٢٧) ويرتبط تحليل المضمون ارتباطاً مباشراً بالمشكلة البحثية والتساؤلات الخاصة بالدراسة كما أنه لا يقتصر على الجوانب الموضوعية فقط، بل يشمل الجوانب الشكلية أيضاً، وهو أسلوب يتوافق مع مشكلة وأهداف الدراسة، ويسهم في الإجابة على تساؤلاتها من أجل الوصول إلى نتائج تحدد أولويات القضايا التي تعكسها ملفات اليوتيوب على اليوتيوب وذلك من خلال دراسة تحليلية على عينة من حلقات اليوتيوب .

- أداة الدراسة

تمثلت أداة الدراسة في صحيفة تحليل المضمون والتي تم إعدادها بشكل منهجي كي تستخدم في التعرف على أولويات القضايا التي تعكسها ملفات اليوتيوب على اليوتيوب من حيث الشكل والمضمون، هذا وقد مرت عملية إعداد استمارة تحليل المضمون بعدد من الخطوات، نستعرضها فيما يلي :

الخطوات الإجرائية لإعداد استمارة تحليل المضمون:

- التحليل المبدئي Preliminary Analysis : وذلك بعد الاطلاع على الدراسات السابقة وثيقة الصلة بموضوع الدراسة، حيث تم إجراء دراسة استطلاعية على عينة من حلقات اليوتيوب الرائج على اليوتيوب، وذلك بهدف تحديد الفئات الرئيسية والفرعية والتي يمكن من خلالها تحليل أولويات القضايا التي تعكسها ملفات اليوتيوب على اليوتيوب من حيث المضمون والشكل.

- تحديد وحدات التحليل:

تم الاعتماد على وحدتين للتحليل، هما:

استخدمت الباحثة الوحدات الآتية:

- ١- وحدة المفردة: وهي الوحدة الطبيعية لمادة الاتصال ويقصد بها في هذه الدراسة حلقة اليوتيوب، بحيث اعتبرت حلقة اليوتيوب الواحدة وحدة للعد في تساؤلات الاستمارة بحيث إذا تم تكرار الفئة داخل الحلقة الواحدة فإنها تشكل تكراراً نسبياً واحداً.
- ٢- وحدة قياس الزمن: وقد تم استخدام الدقيقة والثانية وحدة للعد الزمني في قياس مدة حلقة اليوتيوب، والساعات والدقائق لحساب المدة الإجمالية للحلقات.

- تحديد فئات التحليل:

فئات التحليل:

(أ) : فئات المضمون (ماذا قيل ؟) :

و تشتمل على مجموعة من الفئات الرئيسية (وهي عبارة عن المكونات الرئيسة التي يتم تصنيف المحتوى بموجبها)، والتي تتفرع منها فئات فرعية، وقد تم تقسيم فئات المضمون إلى عدد من الفئات الرئيسية جاءت كالتالي :

- نوع القضايا : وتشمل على فئات : (سياسية، اقتصادية، اجتماعية، رياضية، صحية، أخرى).

- الهدف من المضمون المقدم : ويشمل (توعية، شرح وتفسير، اعلام واخبار، نقد وتوجيه،)

- اتجاه معالجة القضايا: ويشتمل على فئات (إيجابي، سلبي، محايد)

- مصادر المعلومات: وتشمل على فئات (خبرات شخصية، قنوات تلفزيونية، وسائل تواصل اجتماعي، المنظمات غير الحكومية، منظمة عالمية، غير معروف، البيانات الخاصة، منظمة وطنية، غير محددة، أخرى).

- مسارات البرهنة، وتشمل على: (منطقية، عاطفية، الاثنين معا)

- مستوى التفاعل مع حلقات البودكاست : وتشتمل على فئات (الاعجاب، التعليق، المشاهدات)

(ب) : فئات الشكل (كيف قيل):

و تشتمل على مجموعة من الفئات الرئيسية التي تتفرع منها فئات فرعية، حيث تم تقسيم فئات الشكل كالتالي :

- مكان تصوير الحلقات : وتشتمل على فئات : (داخل الاستوديو، خارج الاستوديو سيارة - شارع).

- اللغة المستخدمة، وتشمل على فئات: (عامية، فصحي، يجمع بين الاثنين).

- قالب المستخدم ويشمل على فئات: (حواري، سردي، حديث مباشر، فكاهي)

- عناصر الجذب والابرار وتشمل فئات: (خرائط، مشاهد تمثيلية، شعارات مكتوبة وايموشن، تركيب صور مؤثرات صوتية، مقاطع من برامج تلفزيونية، نص مكتوب على الشاشة،.....)

- إجراءات الصدق و الثبات:

- أولاً : إجراءات الصدق:

تم عرض استمارة تحليل المضمون على مجموعة من المحكمين للحكم على مدى صلاحيتها وملائمتها للدراسة^(٢٨) وبناء على آراء السادة المحكمين في الاستمارة، تم اجراء التعديلات اللازمة من إضافة بعض التساؤلات والفئات وحذف أخرى بما يسهم في تحقيق أهداف الدراسة والإجابة على تساؤلاتها.

- ثانياً: إجراءات الثبات:

تم اجراء اختبار الثبات على ٤٢ حلقة من حلقات برامج البودكاست عينة الدراسة بما يقارب ١٠% من حجم العينة وحتى يكون العدد يمثل رقما صحيحا، وتم الاستعانة باثنتين من الباحثات^(٢٩) لإعادة التحليل بعد تعريفهم بموضوع الدراسة وفئات ووحدات التحليل وجاءت نسبة الثبات ٩٠% وهي نسبة جيدة تدل على ثبات الأداة وتؤكد وضوح الاستمارة وصلاحيتها لجمع البيانات المطلوبة.

الإطار المعرفي للدراسة:

تقنية البودكاست

البودكاست عبارته عن سلسلة من الحلقات المرئية اليومية أو الاسبوعية أو الشهرية تتحدث عن مجال أو موضوع معين يقوم بانتاجها مؤسسات أو أفراد ويمكن متابعتها والاستماع إليها في أي وقت وبرامج البودكاست كثيرة وتختلف حسب تصنيفاتها والمواضيع التي تناقشها. وقد انتشرت تقنية البودكاست إعلاميا في عام ٢٠١٤ حيث استخدم مصطلح (بودكاست) لأول مرة موضحا أهمية التمازج بين التدوين والصوت عبر الويب حيث يمكن لأي شخص إنتاج البودكاست الخاص به في منزله من خلال جهاز الكمبيوتر وبرامج المونتاج الصوتية المتوفرة على الويب.^(٣٠)

وتعد تقنية البودكاست قلبا جديدا برز استخدامه مع التطور التكنولوجي في مجال الاتصال والمعلومات وأصبح يستخدم من قبل الأفراد للتعبير عن آرائهم ووجهات نظرهم تجاه القضايا التي تشغل تفكيرهم بأسلوب بسيط ومؤثر، الأمر الذي أدى إلى إنهاء عصر التعتيم الاعلامي في كثير من البلدان، إذ يمكن للفرد عن طريق هذه التقنية استخدام مقاطع من البث المرئي وتوظيف مختلف العناصر المرئية لاضفاء بعد جمالي على الموضوع، وقد برز العديد من الهواة في مجال " البودكاست " يتناولون مختلف القضايا الاجتماعية والسياسية التي تهم الجمهور بأسلوب جريء، وحققت العديد من برامج البودكاست نسب مشاهدة عالية على موقع اليوتيوب.^(٣١)

تاريخ اليودكاست العربي

بدأ اليودكاست ينتشر عربياً في أواخر ٢٠٠٨ مع ظهور مجتمعات التدوين والالعاب ومن أشهر يودكاست تلك الحقبة يودكاست أطيفاف، سعودي جيمر، شبكة FTWeekly، ولكن في ٢٠١١ اخذ اليودكاست العربي المقعد الخلفي مع بزوغ نجم اليوتيوب واكتساح شبكات التواصل والثورات العربية، واستمر ضعف اليودكاست العربي حتى ٢٠١٥ حيث شعر الكثير ان المحتوى العربي يفتقر إلى العمق والتنوع وأدت سياسات اليوتيوب العربي إلى خروج العديد من صناعات المحتوى من المنصة، ثم بدأت موجة اليودكاست العربي الثانية والتي انطلق فيها العديد من برامج اليودكاست التي غيرت القواعد وأعدت تعريف المجال حيث بدأت العديد من برامج اليودكاست بث الفيديو كوسيلة للتميز والوصول إلى جمهور أكبر، وأصبحت برامج اليودكاست تبث على كافة أنواع المنصات المرئية والصوتية، وبدأ اليودكاست العربي يتوهج في كافة الاختصاصات والمجالات وانطلقت المئات من برامج اليودكاست الجديدة وتضاعف إنتاج تلك البرامج إشارة إلى أن المستقبل لليودكاست.^(٣٢)

وتقدم برامج اليودكاست محتوى متنوع في السياسة والاقتصاد وريادة الأعمال وأنماط الحياة الصحية والمعالجات النفسية والفن والرياضة والعلوم والفلك والطبيعة والقضايا الاجتماعية والنقد والسخرية وغيرها

خصائص المحتوى الاتصالي عبر اليودكاست

يمثل اليودكاست تجربة ممتعة ومعرفية خفيفة تستحوذ على اهتمام الجمهور، وتقدم محتوى متنوعاً من الموضوعات الحياتية والثقافية التي تستهدف رصد الظواهر بلغة تحريرية أكثر ثباتاً. في المقابل، يبحث الجمهور عما يرضيه من المحتوى المتوافق مع تطلعاته وميوله ورغباته، فيما هو أشبه بالتطلعات نحو العودة للعصر الذهبي للصحف الجادة، ولكن بطريقة أكثر إمتاعاً وأقل تقييداً. فالمحتوى الرقمي الجيد يجد مساحته من الانتشار والتداول والتفاعل بينما ينفر الجمهور سريعاً من المحتوى الأقل أهمية بالنسبة له، والذي لا يمثل محتوى جديراً بالمتابعة والتفاعل، ويشكل العنصر المعرفي في برامج اليودكاست أساساً للمحتوى، فهو متصل بقناعات الجمهور بأن ما سيجده مهم ومفيد له بالضرورة ولهذا فإن عدم الاهتمام بجودة المحتوى المقدم قد تعني نهاية علاقة الجمهور مع قناة اليودكاست. ولذا يتابع الجمهور قنواته المفضلة عبر اليودكاست لقناعاته التامة بأن المحتوى سيكون جذاباً ومفيداً، كما يعكس اليودكاست بصورته المعقدة والأخذة نحو معيارية المحتوى، وانسجامه مع متطلبات الصحافة الإلكترونية من تفاعلية ورجع للصدى مجالاً جديداً نحو التخلص من القيود التقليدية للمؤسسات الإعلامية^(٣٣) ومن الأمثلة العربية الجديرة بالذكر في هذا السياق يودكاست شبكة "صوت" عبر

برنامجها (عيب)، حيث يهتم بتحليل الظواهر الاجتماعية المسكوت عنها في المجتمع الأردني ويقدم البرنامج موضوعات حساسة مثل تغيير الديانة والتحرش والمثلية الجنسية وغيرها، وهو ما أدى إلى تزايد مستمر في أعداد المتابعين؛ إذ اعتبر الجمهور أن هذا المحتوى هو ما يجدر نشره والتطرق له عبر وسائل الاعلام. (٣٤)

إضافة للسياق الموضوعي للبودكاست، هناك عناصر إنتاجية للمحتوى بينها توازن القصة مع الشخصيات والحوارات وتحديد الوقت الملائم لبناء القصة، حيث إن الأولوية لا تكون للصوت فحسب؛ بل ينبغي أن يكون هناك اهتمام أكبر بطبيعة الخطاب المقدم عبر البودكاست. بالإضافة إلى مجموعة معايير أخرى منها الجودة التقنية للبرنامج المقدم، وجودة المحتوى، وجودة الاتصال في الوقت الملائم، مما يحقق الوصول الناجح للجمهور، ولذلك فإن نجاح البودكاست يعتمد على ثلاثة معايير أساسية: الأنظمة التقنية، المحتوى المقدم، وأساليب وطرق الخدمة.

البودكاست عبر منصة يوتيوب

بدأ البودكاست كوسيط صوتي بالكامل وكان يبيث على المنصات الصوتية فقط، لكن ومع تزايد شعبية البودكاست، بدأت العديد من برامج البودكاست بث الفيديو كوسيلة للتميز والوصول إلى جمهور أكبر، وأصبحت برامج البودكاست اليوم تبث على كافة أنواع المنصات المرئية والصوتية المسموعة، حيث يحظى الفيديو بشعبية كبيرة، لذلك يضيف منشئو البودكاست الذين يرغبون في أن يشهد برنامجهم أكبر قدر من النمو والجاذبية لجمهور أوسع، عناصر فيديو إلى ملفاتهم الصوتية. (٣٥)

والحقيقة هي أن البودكاست قد نما، ووصل لدرجة أنه أصبح الآن على قدم المساواة مع تنسيقات الوسائط التقليدية، فالיום بات بالإمكان متابعة برامج البودكاست عبر منصة يوتيوب.

وبعد التطور الكبير الذي طرأ على صناعة البودكاست، وعدم اقتصاره على المنصات الصوتية فقط، باتت برامج البودكاست منتشرة بشكل كبير على منصة يوتيوب، وأصبح الكثيرون ممن يبحثون عن الشهرة يتوجهون لليوتيوب بوصفه الوسيلة الوحيدة تقريباً التي سمحت للكثيرين بالظهور والوصول للملايين حيث يتيح إضافة العديد من مقاطع فيديو، كما يمكن مستخدميه من تقويم الفيديوهات التي يشاهدونها والتعليق، وأصبحت فضاء للتفيس عن الأزمات والمشكلات المختلفة، مما أدى إلى ظهور قنوات يوتيوب في شكل بودكاست على يد هواة من الجمهور لمعالجة العديد من القضايا الاجتماعية والسياسية والتعليمية والاقتصادية وغيرها (٣٦)

وتكتسب برامج البودكاست عبر منصة يوتيوب أهمية كبيرة يوماً بعد يوم، لما تمتلكه هذه المنصة من شعبية كبيرة، فهي تعتبر المنصة الأولى في العالم من حيث المشاهدات، لذا فإن

عرض برامج اليوتيوب من خلالها تعتبر فرصة مثالية من أجل تحقيق انتشار أفضل وتحقيق عدد كبير جداً من المشاهدات.

وقد اكتسبت ملفات اليوتيوب على اليوتيوب شعبية في السنوات الأخيرة لعدة أسباب منها إمكانية الوصول إلى موقع يوتيوب بسهولة، كما يعد موقع YouTube أحد مواقع الويب الأكثر زيارة في العالم، حيث يضم أكثر من ٢ مليار مستخدم نشط شهرياً، كما يمكن لملفات اليوتيوب على اليوتيوب الاستفادة من الجمهور الحالي والبنية الأساسية لليوتيوب للوصول إلى مجموعة كبيرة ومتنوعة من المعجبين المحتملين، بالإضافة إلى الميزات والأدوات التي يقدمها اليوتيوب، مثل تحقيق الدخل والتحليلات والتعليقات وقوائم التشغيل والترجمات المصاحبة والمزيد، كما أن الطبيعة المرئية والتفاعلية لملفات يوتيوب علمنصة يوتيوب تختلف عن ملفات يوتيوب التقليدية التي تعتمد على الصوت فقط، حيث يمكن دمج عناصر الفيديو لتحسين العرض التقديمي والتفاعل مع محتواها، إظهار وجوه المضيفين والضيوف وتعبيراتهم، واستخدام الرسومات والرسوم المتحركة، وعرض المقاطع والصور، والتفاعل مع المشاهدين من خلال المحادثات المباشرة واستطلاعات الرأي وجلسات الأسئلة والأجوبة، وقد ساهم هذا التطور الكبير الذي شهدته صناعة اليوتيوب في التحسين من جودة المحتوى، وجذب أنظار عدد كبير من الأشخاص إليها، والاهتمام بجميع جوانب الحياة وتقديم كم كبير من المعلومات القيمة للمتابعين. (٣٧)

نظرية ترتيب الأولويات Agenda Setting Theory:

نظرية ترتيب الأولويات Agenda Setting Theory هي نظرية تصف قدرة وسائل الاعلام في التأثير على الأجندات العامة، فهي تفترض وجود علاقة بين القضايا التي توليها وسائل الاعلام اهتماماً وبين ازدياد اهتمام الجماهير بتلك القضايا. حيث اهتمت بدراسة العلاقة التبادلية بين وسائل الإعلام و الجماهير التي تتعرض لمضامينها في تحديد أولويات القضايا السياسية والاقتصادية والاجتماعية التي تهتم المجتمع، ويرى صاحب النظرية ولترليمان Walter Lippman أن دور وسائل الاعلام يساهم في ترتيب الأولويات عند الجمهور، وأنها قادرة على التأثير في الجمهور من خلال تركيزها على قضايا معينة تطرحها على المتلقين لوسائل الاعلام ليتخذوا منها مواقف معينة، وقد أسس لها في كتابه "الرأي العام" سنة ١٩٢٢ حين رأى أن وسائل الإعلام تساعد في بناء الصور الذهنية لدى الجماهير، وإن كانت غالباً ما تطرح "بيئات زائفة" وتعمل على تكوين الرأي العام بتقديم القضايا التي تهتم المجتمع، لكن الباحثون يعتبرون أن أول إشارة مباشرة للنظرية والإقرار بهذه الوظيفة لوسائل الإعلام – نظراً لتجاهلها تماماً في الأربعينيات والخمسينيات من القرن العشرين – كانت لـ نورتون لونج Norton Long في مقاله سنة ١٩٥٨ وأوضحها أكثر برنارد كوهن Bernard Cohen، إذ

أحيائها بعد ذلك بنحو أربعين سنة في كتابه الصحافة والسياسة الخارجية عام ١٩٦٣ حين أكد وجهة نظر ليتمان بقوله: "أن وسائل الإعلام لا تنجح دائما في إبلاغ الجماهير كيف يفكرون (الاتجاهات) ولكنها تنجح دائما في إبلاغهم عما يجب أن يفكروا فيه (المعلومات)".^(٣٨)

وتقوم الفرضية الرئيسية لنظرية وضع الأجندة Agenda Setting : على أن وسائل الاعلام تقوم باختيار بعض القضايا من بين الكم الهائل الموجود على الساحة لتضعها في المقدمة، في الوقت الذي لا تحظى فيه بنفس الأهمية في أذهان الجمهور، بما يعني أن تأثير وسائل الإعلام في مجال تكوين الرأي العام يكون من خلال تركيز انتباه الجمهور على من؟ وماذا يفكر؟.^(٣٩)

نظرية ترتيب الأولويات في وسائل الإعلام الجديد Agenda Setting Theory in New

Media

مع ظهور وسائل الإعلام الجديد بدأ البعض يناقش مدى صلاحية نظريات الاتصال التقليدية في دراسة الظواهر المتعلقة بوسائل الإعلام الجديد، والتي من بينها نظرية ترتيب الأولويات / بناء الأجندة، فهناك من توقع انخفاض دور وسائل الإعلام في ترتيب أولويات القضايا لدى الجمهور وذلك بسبب تعدد منافذ ومصادر المحتوى وتنوعها أمام جمهور القراء، وفي المقابل مشاركة هؤلاء القراء في صناعة المحتوى وعدم تحقق السيطرة الكاملة للوسيلة أو القائمين بالاتصال في بناء الأجندة، كذلك الدور الذي يمكن أن تقوم به مواقع التواصل الاجتماعي ووسائل الإعلام الجديد من مواقع ومدونات ومنتديات ومواقع فيديو في التأثير على أجندة وسائل الإعلام التقليدية، حيث تبين أن مفهوم ترتيب الأولويات بعد ظهور وسائل الإعلام الجديد قد اختلف عن ذي قبل فقد أصبح ترتيب الأولويات على مرحلتين، الأولى: تقوم فيها وسائل الإعلام الجديد بترتيب أولويات الوسائل التقليدية، والثانية: تقوم وسائل الإعلام التقليدية بترتيب أولويات جمهورها، كذلك فإن وسائل الإعلام التقليدية قد تؤثر بدورها في ترتيب أولويات مستخدمي وسائل الإعلام الجديد وترتيب أولويات القضايا لديهم.

ان بيئة الإعلام الجديد من شأنها إحداث تغييرات على الفروض الأساسية لنظرية بناء الأجندة، وأن بعض فروض هذه النظرية والتي كانت صالحة في بيئة الإعلام التقليدي لم تعد صالحة بعد الآن في بيئة الإعلام الرقمي، وعلى سبيل المثال، فإن المتلقين في بيئة وسائل الإعلام الجديدة يعبرون عن الأهمية المتصورة لقضية من قبل النقر عليها، وإعادة توجيهها إلى الآخرين، والتعليق عليها، وتسجيل الإعجاب، والبحث عنها في محركات البحث، وما إلى ذلك. وهذا يسمح لقياسات أخرى غير المسح للتعرف على أجندة اهتماماتهم، وكذلك تطبيق أدوات متقدمة لتحليل أجندة قضايا وسائل وضعت عدة إجراءات منهجية جديدة لقياس الملاءمة في الإنترنت وتشمل هذه القضايا المذكورة في المدونات، ولقطات يوتيوب، والإعلانات والأخبار وغيرها.^(٤٠)

و مع ظهور وسائل الإعلام الجديد طرح بعض الباحثون تساؤلات حول احتمالات حدوث وضع الأجنحة عبر هذه الوسائل، حيث تمحورت الإجابات الأولى عن هذا التساؤل في أن جمهور شبكة الويب العالمية مفتت على نحو واسع، الأمر الذي يعيق عملية وضع الأجنحة، وفي المقابل فإنه من المحتمل أن تولي بعض المواقع اهتماماً كافياً بقضايا محددة، مما يؤدي إلى قيامها بدور ملموس في وضع أجنحة للجمهور، خاصة أن أثر وضع الأجنحة يمكن أن يتحقق إذا نجحت الوسيلة الجديدة في تغيير أولويات شخص واحد من مستخدميها.^(٤١)

ولما كان اليوتيوب يتناول موضوعات متنوعة تشتمل على الجوانب السياسية والاجتماعية والاقتصادية والثقافية وغيرها من الموضوعات الجادة التي تمس الحياة العربية بشكل عام، ويولي اهتماماً كافياً بقضايا محددة مما يؤدي إلى قيام ملفات اليوتيوب بدور ملموس في وضع أجنحة للجمهور، فإن هذه الدراسة تسعى إلى التعرف على أولويات القضايا التي تتناولها ملفات اليوتيوب .

المفاهيم المرتبطة بالدراسة:

١- أولويات قضايا ملفات اليوتيوب : يقصد بها القضايا والموضوعات التي حظيت باهتمام ملفات اليوتيوب العربية على اليوتيوب وتم تناولها والتركيز عليها.

٢- ملفات اليوتيوب : سلسلة من الحلقات المرئية اليومية أو الاسبوعية أو الشهرية التي تتحدث عن مجال أو موضوع معين يقوم بانتاجها مؤسسات أو أفراد ويمكن متابعتها والاستماع إليها في أي وقت عبر اليوتيوب بحيث تتيح إمكانية التفاعل مع المشاهدين الذين يمكنهم أيضاً إرسال تعليقات وأسئلة مكتوبة.^(٤٢)

٣- الحلقات الرائجة على اليوتيوب: تشير إلى الحلقات الأكثر متابعة وتفاعل وجودة في المحتوى المقدم على منصة اليوتيوب، وهي حلقات متنوعة في الموضوعات مثل الأخبار، والترفيه، والتعليم، وغيرها، حيث تكون من برامج مختلفة، ولا يمكن تحديد مدة زمنية محددة لمدى استمرارية تلك الحلقات الرائجة على اليوتيوب، حيث أنها تتغير باستمرار وفقاً لاهتمامات الجمهور فقد تظل بعض الحلقات رائجة لفترة طويلة إذا كانت الموضوعات التي تتناولها مازالت مهمة وجذابة للمشاهدين. وقد يتغير اهتمام الجمهور وينتقل إلى موضوعات جديدة بسرعة، مما يؤدي إلى تراجع شعبية الحلقات القديمة وظهور حلقات جديدة مكانها.

نتائج الدراسة:

١ - مدة حلقات البودكاست عينة الدراسة

جدول (١)

مدة حلقات البودكاست عينة الدراسة

زمن الحلقات	ك	%
أقل من ٣٠ دقيقة	٩٨	٢٣.٧%
من ٣٠ دقيقة إلى أقل من ساعة	١٢٦	٣٠.٥%
من ساعة إلى أقل من ساعتين	١٠٩	٢٦.٤%
ساعتين فأكثر	٧٩	١٩.١%
المجموع	٤١٢	١٠٠%

تشير بيانات الجدول (١) إلى مدة حلقات البودكاست عينة الدراسة حيث جاءت نسبة الحلقات التي تستغرق " من ٣٠ دقيقة إلى أقل من ساعة " في المرتبة الأولى وذلك بنسبة ٣٠.٥%، يليها الحلقات التي تستغرق مدة زمنية " من ساعة إلى أقل من ساعتين " في المرتبة الثانية وذلك بنسبة ٢٦.٤%، ثم " أقل من ٣٠ دقيقة " في المرتبة الثالثة وذلك بنسبة ٢٣.٧%، بينما جاءت الحلقات التي تستغرق " ساعتين فأكثر " في المرتبة الرابعة بنسبة ١٩.١%.

ولعل مجيئ المدة الزمنية " من ٣٠ دقيقة إلى أقل من ساعة "، " من ساعة إلى أقل من ساعتين " في مرتبة متقدمة ربما يرجع إلى محاولة إطالة المدة الزمنية للبودكاست لجذب أكبر عدد من المشاهدين والمتفاعلين والمتابعين و ربما يرجع ذلك أيضاً إلى طبيعة البودكاست نفسه المكتسبة من الراديو وهي إمكانية الاستماع لكل ماتقدمه ملفات البودكاست دون الحاجة إلى المشاهدة بشكل كبير .

٢ . القضايا التي تناولتها حلقات البودكاست محل الدراسة

جدول (٢)

القضايا التي تناولتها حلقات البودكاست محل الدراسة

نوع القضايا	ك	%
سياسي	١٠٢	٢٤.٨%
رياضي	٧١	١٧.٣%
تنمية بشرية وتطوير الذات	٦٣	١٥.٢%
دجل وشعوذة	٤٠	٩.٧%
اجتماعي	٣٢	٧.٨%
صحي	٣١	٧.٣%

أولويات القضايا التي تعكسها ملفات البودكاست على اليوتيوب YouTube: دراسة تحليلية

نوع القضايا	ك	%
اقتصادي	٢٤	٥,٨%
علمي وتكنولوجي	٢٢	٥,٣%
ديني	٢٠	٤,٨%
حوادث وجرائم	١٧	٤,١%
المجموع	٤١٢	١٠٠

تشير بيانات الجدول (٢) إلى ما يلي:

جاءت القضايا السياسية في المرتبة الأولى من حيث مضمون حلقات البودكاست عينة الدراسة وذلك بنسبة ٢٤.٨%، بينما جاء المضمون الرياضي في المرتبة الثانية بنسبة ١٧,٣% ثم تنمية بشرية وتطوير الذات بنسبة ١٥,٢%، بينما بلغت نسبة الدجل والشعوذة ٩,٧%، ثم المضمون الاجتماعي بنسبة ٧,٨%، ثم المضمون الصحي بنسبة ٧,٣%، ثم الاقتصادي بنسبة ٥,٨%، أما المضمون العلمي والتكنولوجي بنسبة ٥,٣%، كما بلغت نسبة المضمون الديني ٤,٨%، ثم حوادث وجرائم بنسبة ٤,١% .

ولعل مجيء القضايا السياسية والرياضية في المرتبتين الأولى والثانية يرجع إلى الفترة الزمنية التي بنيت فيها حلقات البودكاست والتي شهدت العديد من الأحداث السياسية في مقدمتها العدوان الإسرائيلي على غزة، الأوضاع السياسية في اليمن والسودان ولبنان .

وعلى سبيل المثال تناول بودكاست فنجان العديد من الأمور السياسية المتعلقة بالشأن اليمني (القبيلة أم الدين والوطن؟)، لماذا احتل العثمانيون اليمن الشمالي؟، احتلال وثورات و اغتيالات وقيام حكم وسقوط آخر^(٤٢). فيما تناول بودكاست (مع داني) mtv podcast with dany حول ملفات الفساد في لبنان والتيارات السياسية المختلفة^(٤٤).

وعلى الصعيد الرياضي تناول بودكاست رزع الجمهور العديد من القضايا الرياضية مثل) الدوري الإنجليزي – الأهلي والزمالك في أفريقيا)، (مباراة اتليكو ضد دورتموند، بارشلونة ضد باريس – ارسنال ضد بايرن – مدريد ضد السيتي)^(٤٥)، فيما ركز بودكاست مرتدة المتخصص في الشأن الرياضي على(ديريبي النصر والهلال، وهل الدوري السعودي تنافسي؟)^(٤٦)

من أمثلة التنمية البشرية وتطوير الذات بودكاست مربع والذي تناول في احدى حلقاته الرائجة على اليوتيوب موضوعات (المهارات الحياتية، كيف تخطط لحياتك، كيف ترتب أولوياتك، الإيجابية والتشاؤم، كيف نكون مبدعين، الذكاء العاطفي، كيف تضبط مشاعرك)^(٤٧).

وأيضاً بودكاست إطناب حيث تناول تقديم دورات لتطوير الذات والتنمية البشرية مثل (التخطيط الفعال، أمهات منجزات، معضلة كثرة الخيارات، مُفسدات القرار، التفكير الثنائي/القطبي، فخ الحل الأوسط، أساليب الاختيار واتخاذ القرار، صلاة الاستخارة، ما بعد

القرار، التعامل مع الندم، حكمة الإدراك المتأخر، لا تخذع نفسك بالنتائج الإحباط رغم النجاح، حياتك وقراراتك.^(٤٨)

ومن أمثلة حلقات بودكاست الرائجة على اليوتيوب والتي تناولت دجل وشعوذة وقصص جن قناة مستر كايرو حيث تتناول قصص من عالم الجن وكيانات العالم السفلى والموازي واسرار العلم الموازي وطرق الحياة فيه وكيفية انتقالها من عالمنا إلى عالمهم تجارب.^(٤٩) وأيضا بودكاست أساطير الجن والذي يروي قصص مرعبة وقصص جن مع مؤثرات مناسبة للموضوعات المقدمة.^(٥٠)

ومن أمثلة البودكاست الذي تناول قضايا اجتماعية بودكاست مع أحمد سالم حيث تناول قضايا اجتماعية مثل (الحياة الزوجية السعيدة - ادمان الموبايل - الزواج المبكر للأولاد - الصداقة بين الولد والبنت - النسوية)^(٥١)

وأیضا بودكاست أسمار والذي تناول قضايا اجتماعية منها (العلاقات الإنسانية بين الناس - الصداقة، واجباتنا تجاه الصديق - تقلب بعض الأصدقاء بتقلب الأحوال، وأبيات شعرية تفيض بجوهر الصداقة الحقيقي، منهجٌ للتعامل بين الأصدقاء)^(٥٢)

ومن أمثلة البودكاست الذي تناول قضايا اقتصادية بودكاست سقراط حيث تناول كواليس القرارات المالية في السعودية مع وزير المالية مثل (رحلة التحول في القطاع المالي، ضريبة القيمة المضافة، وفرض رسوم على المرافقين الأجانب، والفرق بين تنويع الإيرادات وتنويع الاقتصاد)^(٥٣)

ومن أمثلة البودكاست الذي تناول قضايا صحية بودكاست سرده وقد لاحظت الباحثة أن معظم القضايا الصحية التي تم تناولها خلال حلقات البودكاست في مجال الصحة النفسية مثل (ماذا يحدث للدماغ عندما نتوتر؟ لماذا نتعرض باستمرار للاحتراق النفسي وكيف نتعامل معه؟، تأثير الحرب والابادة علينا)^(٥٤)

وأیضا بودكاست فنجان حيث تناولت احدى حلقاته الرائجة التعرّف إلى أثر الإساءات من الوالدين في الشخص وكيفية التعافي منها، وكيف نفرق بين الأخطاء الطبيعية والإساءات؟ وكيف نعرف أننا نعيش في علاقة مسيئة مع الوالد؟ وما أنواع الإساءات أصلاً، إذا كنت تعاني فعلاً من إحدى الإساءات، فكيف تدركها ثم تتعافى منها)^(٥٥)

ومن أمثلة البودكاست الذي تناول قضايا دينية بودكاست live podcast على قناة اقرأ يامسلم حيث يتناول موضوعات متعلقة بالرقية الشرعية، الوقاية من العين والسحر، التحصين كل ليلة قبل النوم وعلاج من العين والسحر والحسد.^(٥٦)

ومن حلقات البودكاست الرائجة على اليوتيوب والتي تناولت الجرائم والحوادث بودكاست جنایة حيث يدخل المحقق عزام في دائرة من التحقيقات بين أشخاص مختلفين ومع التحقيق

يكتشف المحقق في حساب يوتيوب دليلاً يغير كل شيء مثل حادثة طفلة بين الحياة والموت ملقاه من الدور الثاني من شقة محترقة.. الغريب أن من ألقاها هو والدها! يدخل المحقق عزام في دائرة من التحقيقات مع طليقة الأب ومحاولة إثبات هل الحادث متعمد لأخذ حضانة الطفلة أم صدفة. (٩٧)

وتختلف نتائج الدراسة الحالية مع كلا من:

- دراسة ياسمين أحمد على حسن (٩٨) (٢٠٢٣) والتي توصلت إلى أن القضايا الإنسانية والمجتمعية جاءت في المرتبة الأولى من حيث نوعية القضايا التي تناولها البودكاست
- دراسة (Park, 2017) (٩٩) التي توصلت إلى أن البودكاست يركز على تناول القضايا الاجتماعية ونقد الحكومة والشركات .
- دراسة (الحوالدة ٢٠٢٢) (١٠) حيث جاءت الموضوعات الثقافية في المرتبة الأولى يليها الموضوعات الاجتماعية والسياسية والتعليمية.

بينما تتفق مع

- دراسة (جواد ٢٠١٨) (١١) حيث توصلت إلى تركيز البودكاست على الموضوعات السياسية، كما أن معالجته للقضايا الاجتماعية كان الهدف منها بث رسائل سياسية إلى النظام الحاكم تعتمد على القالب الفكاهي والسينمائي لتوصيل محتواه.

٣. الهدف من مضمون حلقات البودكاست عينة الدراسة

جدول رقم (٣)

يوضح الهدف من مضمون البودكاست

الهدف	ك	%
التوعية	٦٩	١٦.٧%
الشرح والتفسير	٥٥	١٣.٤%
الاعلام والاخبار	٥٠	١٢.٢%
الترفيه	٤٦	١١.١%
النقد والتوجيه	٤٣	١٠.٤%
التحريض	٣٦	٨.٧%
التعليم	٣٠	٧.٣%
أكثر من هدف	٨٤	٢٠.٣%
المجموع	٤١٢	١٠٠

تشير بيانات الجدول (٣) إلى الهدف من مضمون حلقات البودكاست حيث جاء " أكثر من هدف في المرتبة الأولى بنسبة ٢٠,٣%، بينما جاءت " التوعية " في المرتبة الثانية بنسبة

أولويات القضايا التي تعكسها ملفات البودكاست على اليوتيوب YouTube: دراسة تحليلية

١٦,٧%، ثم "الشرح والتفسير" ١٣,٤%، "الإعلام والاعلام" ١٢,٢%، يليه "الترفيه" بنسبة ١١,١%، ثم "النقد والتوجيه" بنسبة ١٠,٤%، يليه "التحريض" بنسبة ٨,٧%، ثم التعليم بنسبة ٧,٣%.

ولعل مجيء أكثر من هدف في حلقات البودكاست عينة الدراسة في المرتبة الأولى يرجع إلى عدم اقتصاد صانعي المحتوى على هدف واحد في كل حلقة بل أكثر من هدف لزيادة التفاعل وجذب المتابعين كما أن الهدف من حلقات البودكاست عينة الدراسة هدف توعوي حيث يهدف إلى زيادة وعي الجمهور بالقضايا والموضوعات المطروحة وقد ظهر هدف التعليم والشرح والتفسير بنسبة أكثر في حلقات البودكاست الخاصة بالتنمية الذاتية وتطوير الذات وخاصة في الفيديوهات التي تقدم دورات او كورسات للتطوير الذاتي والتنمية البشرية، بينما ظهر هدف التوعية، والنقد والتوجيه أكثر في الفيديوهات التي يغلب على مضمونها الطابع الاجتماعي، الصحة النفسية، الاقتصادي، كما ظهر هدف الاعلام والاعلام، والتحريض في الفيديوهات ذات المضمون السياسي.

و يتضح أن البودكاست عينة الدراسة على منصة يوتيوب استطاع أن يحقق الأهداف الاعلامية المتنوعة من خلال المحتوى المقدم وبنسب متباينة .

وتتفق تلك النتائج مع :

- دراسة الخوالدة (٢٠٢٢)^(٦٢) والتي توصلت إلى أن التوعية تمثل الهدف الأول من أهداف مضمون البودكاست .

٤. اتجاه معالجة حلقات البودكاست عينة الدراسة للقضايا

جدول (٤)

يوضح اتجاه معالجة حلقات البودكاست عينة الدراسة للقضايا

اتجاه المعالجة	ك	%
إيجابي	١٠٤	٢٥.٣%
سلبي	٢٦٤	٦٤.١%
محايد	٤٤	١٠.٦%
الإجمالي	٤١٢	١٠٠%

تشير بيانات الجدول (٤) إلى اتجاه معالجة حلقات البودكاست للقضايا حيث جاء اتجاه المعالجة "سلبي" في المرتبة الأولى بنسبة ٦٤.١%، ثم "إيجابي" ٢٥.٣%، ثم "محايد" بنسبة ١٠.٦% .

ولعل الاتجاه السلبي هو السائد في معالجة القضايا الواردة في حلقات البودكاست محل الدراسة حيث ركز معظم البودكاسترز على ابراز الجوانب السلبية في القضايا والموضوعات

المتناولة وخاصة في القضايا السياسية التي تم تناولها مثل الموقف المصري من اجتياح رفح ومن فتح المعبر، الحرب على غزة، ماقدمته مصر للقضية الفلسطينية، ملف اللاجئين وتأثيرهم على الأمن القومي المصري، الوضع في السودان واليمن ولبنان كما تم التركيز على الجوانب السلبية في القضايا الاقتصادية مثل الحالة الاقتصادية في مصر وارتفاع الأسعار، سعر البنزين في مصر، ارتفاع سعر الدولار حيث تم توظيف الأسلوب الساخر في كثير من الأحيان من خلال آراء ومواقف اليوتوبستز تجاه هذه القضايا بعبارات لها دلالة عميقة. ومن أمثلة تلك العبارات الساخرة في يوتيوب تعاشب شاي " في جو مكهرب اقتصاديا جوة مصر، ومكهرب على حدودنا بسبب العدوان الصهيوني على غزة " (٢٣).

٥. أسلوب معالجة حلقات اليوتوبستز عينة الدراسة للقضايا

جدول (٥)

يوضح أسلوب معالجة القضايا في حلقات اليوتوبستز عينة الدراسة

نوع المعالجة	ك	%
نقدي ساخر	١٢٦	٣٠,٥%
تفسيري	١١٤	٢٧,٦%
تقريري	٦٨	١٦,٥%
أكثر من أسلوب	١٠٤	٢٥,٢%
الإجمالي	٤١٢	١٠٠%

تشير بيانات الجدول (٥) إلى مايلي :

جاء الأسلوب " النقدي الساخر " من أساليب معالجة القضايا في حلقات اليوتوبستز عينة الدراسة في المرتبة الأولى وذلك بنسبة ٣٠,٥%، يليه الأسلوب التفسيري في المرتبة الثانية وذلك بنسبة ٢٧,٦%، ثم " أكثر من أسلوب " بنسبة ٢٥,٢%، بينما جاء الأسلوب التقريري بنسبة ١٦,٥% .

وقد لاحظت الباحثة ارتفاع نسبة الأسلوب النقدي الساخر في معالجة القضايا في مختلف الموضوعات السياسية والاقتصادية والاجتماعية والصحية، ويرجع هذا لكون الاعلام الالكتروني فضاء حر لابداء الآراء والتعليقات والنقد والسخرية على مختلف القضايا التي تشغل المجتمع والتي يعد اليوتوبستز واحد منها حيث يشكل متنفسا للجمهور للتعبير عن انشغالاته وهمومه، وإيصال الصوت للمسؤولين في قالب فكاهي يستحسنه الجمهور، كما جاء الأسلوب التفسيري بنسبة مرتفعة وذلك لتفسير الموضوعات والقضايا للجمهور بهدف فهم أعمق وإدراك جيد للقضايا المطروحة، كما تم الجمع بين أكثر من أسلوب معالجة للقضايا في حلقات اليوتوبستز عينة الدراسة ويرجع ذلك إلى طبيعة اليوتوبستز الذي يهدف إلى خلق حالة مختلفة لجذب الجمهور من خلال الجمع بين المعالجات لتنوع ايقاع ورتم الحلقات.

٦. مصادر المعلومات للقضايا التي ركزت عليها حلقات اليودكاست عينة الدراسة

جدول (٦)

يوضح مصادر المعلومات في حلقات اليودكاست عينة الدراسة

المصادر	ك	%
خبرات شخصية	١٦١	٣٩.١%
وسائل الاعلام	٩٥	٢٣.١%
وسائل التواصل الاجتماعي	٧٤	١٧.٩%
شهادات أشخاص	٥٩	١٤.٣%
كتب وأبحاث علمية	٢٣	٥.٦%
الإجمالي	٤١٢	١٠٠%

تشير بيانات الجدول (٦) إلى مصادر المعلومات في حلقات اليودكاست حيث جاءت " خبرات شخصية " في المرتبة الأولى بنسبة ٣٩.١%، ثم وسائل الاعلام بنسبة ٢٣.١%، يليها " وسائل التواصل الاجتماعي " بنسبة ١٧.٩%، ثم " شهادات أشخاص " بنسبة ١٤.٣%، ثم " كتب وأبحاث علمية " بنسبة ٥.٦% .

وهو ما يشير إلى أن معظم المصادر في حلقات اليودكاست عينة الدراسة نبعث من آراء وخبرات شخصية لمقدمي اليودكاست وهو ما يدل على ذاتية الحلقات وعدم الاعتماد بشكل كبير على مصادر مثل الكتب والأبحاث والتصريحات أو شهادات لأشخاص، ولعل الاعتماد على الخبرات والآراء قد يفقد الرسالة الإقناعية قوتها ومصداقيتها وقد لاتعبر الآراء الشخصية عن حقيقة الموضوع أو تقدم في بعض الأحيان معلومات غير دقيقة حول الموضوع. وهو ما يؤدي إلى ذكر آراء تخالف الحقيقة .

ومن أمثلة حلقات اليودكاست التي تم الاعتماد فيها بشكل كبير على الخبرات الشخصية : يودكاست سولف بيزنس حيث يتحدث بدر العرجاني مؤسس تطبيق كيان عن خبراته الشخصية و تجربة البدايات التي تعد مخاطرة كبيرة وتحمل في الوقت نفسه فوائد وأفكاراً لأصحاب المشاريع، و تجربته في التوسع ودخول المدن المختلفة، وتجربة الطرح والدخل الحالي والتوجه المستقبلي. (١٤)

ومن أمثلة الاعتماد على وسائل الاعلام عرض مقتطفات من تصريحات لبعض المسؤولين نقلًا عن قنوات تلفزيونية مثل (العربية – cbc – الجزيرة – mbc masr)، مثال تصريح أنتوني بلينكن وزير الخارجية الأمريكي في يودكاست تعاشب شاي في حلقة بعنوان سياسة البيضة والحجر . (١٥)

من أمثلة الاعتماد على وسائل التواصل عرض بوستات لبعض المسؤولين على صفحاتهم الشخصية أو تعليقات للجمهور على حسابات التناصل مثال عرض تهنئة السيدة انتصار السيسي للشعب المصري بأعياد الربيع وذلك على حسابها على الفيس بوك . (١٦)

أولويات القضايا التي تعكسها ملفات البودكاست على اليوتيوب YouTube: دراسة تحليلية

ومن أمثلة الاعتماد على الكتب كمصدر للمعلومات بودكاست روايات مسموعة^(١٧) مثل كتاب نار تحت الرماد، حلم رجل مضحك لفيودور دوستويفسكي أو كتاب الأحلام للدكتور مصطفى محمود

وتتفق نتائج الدراسة مع نتائج دراسة (ياسمين أحمد على حسن، ٢٠٢٣)^(١٨) حيث اعتمد مقدمي حلقات البودكاست على الآراء والخبرات الشخصية في تقديم المعلومات .

٧. نوع مسارات البرهنة المستخدمة في حلقات البودكاست عينة الدراسة

جدول (٧)

نوع مسارات البرهنة المستخدمة في حلقات البودكاست عينة الدراسة

نوع مسارات البرهنة	ك	%
منطقية	١١٦	٢٨.٢ %
عاطفية	٢٩٦	٧١.٨ %
الإجمالي	٤١٢	١٠٠ %

تشير بيانات الجدول (٧) إلى نوع مسارات البرهنة في حلقات البودكاست عينة الدراسة حيث جاءت مسارات البرهنة " غير المنطقية " في المرتبة الأولى بنسبة ٧١.٨%، ثم " المسارات المنطقية " بنسبة ٢٨.٢% .

اتضح أن الأسلوب العاطفي هو الأكثر استخداماً في حلقات البودكاست محل الدراسة حيث يعتمد البودكاست بشكل كبير على إبداء الآراء والتعليقات على مختلف القضايا التي تشغل المجتمع وهو ما يفسر الاعتماد على الأسلوب العاطفي بشكل أكبر حيث تم استخدام مؤثرات عاطفية كالتشبيه والنقد والسخرية والمبالغة والتوهيل والتخويف وغيرها من الأساليب العاطفية بهدف اقناع الجمهور بالآراء المطروحة .

٨. نوع مسارات البرهنة المنطقية المستخدمة في حلقات البودكاست عينة الدراسة

جدول (٨)

نوع مسارات البرهنة المنطقية المستخدمة في حلقات البودكاست عينة الدراسة

مسارات منطقية	ك	%
تصريحات	٢٤	٢٠.٦ %
إحصاءات وأرقام	١٧	١٤.٦ %
استشهاد بأدلة	١٤	١٢.١ %
تسلسل منطقي	١١	٩.٥ %
مقارنة	١١	٩.٤ %
أكثر من مسار	٣٠	٢٥.٨ %
حقائق	٩	٧.٧ %
اجمالي	١١٦	١٠٠ %

تشير بيانات الجدول (٨) إلى مسارات البرهنة المنطقية في حلقات اليوتيوب عينات الدراسة حيث جاء "استخدام" أكثر من مسار " بنسبة ٢٥.٨%، ثم "تصريحات" بنسبة ٢٠.٦%، كما جاءت "إحصاءات وأرقام" بنسبة ١٤.٦%، ثم "استشهاد بأدلة" وذلك بنسبة ١٢.١%، بينما بلغت نسبة "تسلسل منطقي" ٩.٥%، ثم "مقارنة" بنسبة ٩.٤%، ثم "حقائق" بنسبة ٧.٧%.

ولعل ارتفاع نسبة أكثر من مسار يرجع إلى أن الحلقة الواحدة من الممكن أن تحتوي على تقديم تصريحات لمسؤولين أو تقديم إحصاءات وأرقام، واستشهاد بأدلة وغيرها من المسارات المنطقية.

٩. نوع مسارات البرهنة العاطفية المستخدمة في حلقات اليوتيوب عينات الدراسة

جدول (٩)

نوع مسارات البرهنة العاطفية المستخدمة في ملفات اليوتيوب عينات الدراسة

عاطفية	ك	%
سرد قصص	١٠٠	٣٣.٧%
تشبيه	٣٩	١٣.٢%
مبالغة وتهويل	٣٠	١٠.١%
تخويف	١٩	٦.٤%
أكثر من مسار	٩٥	٣٢.١%
تحريض	١٣	٤.٤%
اجمالي	٢٩٦	١٠٠%

تشير بيانات الجدول (٩) إلى مسارات البرهنة العاطفية في حلقات اليوتيوب عينات الدراسة حيث جاءت "استخدام أكثر من مسار عاطفي" بنسبة ٣٢.١%، ثم "سرد قصص" بنسبة ٣٣.٧%، ثم "تشبيه" وذلك بنسبة ١٣.٢%، بينما بلغت نسبة "مبالغة وتهويل" بنسبة ١٠.١%، ثم "تخويف" بنسبة ٦.٤%، ثم "تحريض" بنسبة ٤.٤%.

وقد جاء استخدام أكثر من مسار حيث يتم الجمع في الحلقة الواحدة بين أكثر من أسلوب عاطفي، يليه السرد القصصي حيث يوفر هذا النمط الإثراء المعرفي والثقافي للمتابع بالإضافة إلى التفاعلية التي يوفرها السرد الرقمي التفاعلي من خلال التفاعل مع المحتوى سواء بالتعليق أو المشاركة أو الإعجاب، وربما يرجع ذلك لما له من تأثير وجاذبية على المتابعين وخاصة الذين لا يعرفون القراءة أو الكتابة.

١٠. التفاعل مع حلقات اليودكاست عينة الدراسة (متوسط عدد المشاهدات)

جدول (١٠)

يوضح متوسط عدد مشاهدات الجمهور لحلقات اليودكاست محل الدراسة

متوسط عدد المشاهدات	ك	%
أقل من ١٠٠ الف	٨٧	٢١,١%
من ١٠٠ الف إلى ٥٠٠ الف	٢٢٨	٥٥,٣%
أكثر من ٥٠٠ الف	٩٧	٢٣,٥%
اجمالي	٤١٢	١٠٠%

- تشير بيانات الجدول (١٠) إلى ما يلي:

جاءت المشاهدات " من ١٠٠ الف إلى ٥٠٠ ألف " في المرتبة الأولى من حيث متوسط عدد مشاهدات الجمهور لحلقات اليودكاست وذلك بنسبة ٥٥.٣ %، بينما جاءت فئة " أكثر من ٥٠٠ ألف " في المرتبة الثانية بنسبة ٢٣.٥ % ثم فئة " أقل من ١٠٠ ألف مشاهدة " بنسبة ٢١.١ %.

ولعل ارتفاع نسبة المشاهدات والتي تزيد عن الـ ١٠٠ ألف مشاهدة فما فوق يرجع إلى أن حلقات اليودكاست عينة الدراسة هي حلقات رائجة على اليوتيوب ولا يتم تصنيف الحلقة رائجة إلا إذا ارتفعت نسبة مشاهدتها وكانت ذو جودة عالية .

١١. التفاعل مع حلقات اليودكاست عينة الدراسة (متوسط إعجاب الجمهور)

جدول (١١)

يوضح متوسط إعجاب الجمهور لحلقات اليودكاست محل الدراسة

متوسط الإعجاب	ك	%
أقل من ١٠٠٠٠	٢١٣	٥١,٦%
من ١٠٠٠٠ إلى أقل من ٥٠٠٠٠	١١٦	٢٨,٢%
من ٥٠٠٠٠ فأكثر	٨٣	٢٠,٢%
اجمالي	٤١٢	١٠٠

تشير بيانات الجدول (١١) إلى ما يلي:

- جاء متوسط إعجاب الجمهور بحلقات اليودكاست عينة الدراسة " أقل من ١٠٠٠٠٠ آلاف " في المرتبة الأولى وذلك بنسبة ٥١.٦ %، ثم فئة " من ١٠٠٠٠٠ إلى أقل من ٥٠٠٠٠٠ " في المرتبة الثانية بنسبة ٢٨.٢ %، ثم " من ٥٠٠٠٠٠ فأكثر " بنسبة ٢٠.٢ % .
- ولعل مجئ مستوى الإعجاب بحلقات اليودكاست عينة الدراسة بشكل متوسط على الرغم من تصنيف تلك الحلقات رائجة على اليوتيوب لارتفاع نسبة مشاهدتها يرجع إلى أن معظم جمهور المتابعين يكتفي فقط بالمشاهدة دون ابداء إعجابه او عدم إعجابه بالحلقات .

١٢. التفاعل مع حلقات البودكاست عينة الدراسة (متوسط عدد التعليقات)

جدول (١٢)

يوضح متوسط عدد تعليقات الجمهور على حلقات البودكاست محل الدراسة

متوسط التعليقات	ك	%
أقل من ١٠٠	١٤٨	٣٥.٩%
من ١٠٠ إلى أقل من ٣٠٠	٢٠٥	٤٩.٧%
٣٠٠ فأكثر	٥٩	١٤.٣%
اجمالي	٤١٢	١٠٠%

- تشير بيانات الجدول (١٢) إلى ما يلي:

- جاءت التعليقات على ملفات البودكاست عينة الدراسة " من ١٠٠ إلى " أقل من ٣٠٠ " في المرتبة الأولى وذلك بنسبة ٤٩.٧ %، بينما جاءت فئة " أقل من ١٠٠ " في المرتبة الثانية بنسبة ٣٥.٩ % ثم فئة أكثر من ٣٠٠ بنسبة ١٤.٣ % .
- تشير النتائج إلى أن نسبة تفاعل الجمهور من حيث معدل التعليقات جاء بشكل متوسط أيضا وهو ما يشير إلى أن الجمهور يشاهد معظم الفيديوهات دون التفاعل معها، وربما يرجع أيضا إلى طبيعة الجمهور والذي يكون أمام خيارات متعددة ويميل بشكل أكبر إلى المشاهدة أكثر من التفاعل بالتعليق أو الإعجاب.
- وقد لاحظت الباحثة أن صانعي محتوى البودكاست يعملون على مشاركة وجهات نظرهم مع جمهور المتابعين لهم لإعطائهم الفرصة لإبداء الرأي وإقامة محادثات مباشرة معهم، وقد ساهمت التعليقات المباشرة بتقديم وجهات النظر تجاه ماتم طرحه في الحلقات المقبلة، أو توجيه أسئلة على المتابعين للإجابة عليها في التعليقات.

١٣. الكلمات المستخدمة لتشجيع المتابعين على التفاعل مع حلقات البودكاست عينة الدراسة

جدول (١٣)

الكلمات المستخدمة لتشجيع المتابعين على التفاعل مع حلقات البودكاست عينة الدراسة

الكلمات المستخدمة لتشجيع المتابعين على التفاعل	ك	%
مشاهدة الحلقات الجديدة	١٨	٤.٣%
انتظار الحلقات القادمة	٢٢	٥.٣%
الإعجاب بالحلقة	٢٤	٥.٨%
ينظر على المصادر أسفل الفيديو	٦٠	١٤.٥%
اشترك في القناة	٣٣	٨.١%
اكتب تعليق	٧٢	١٧.٤%
تفعيل الجرس	١٣	٣.١%
استخدام أكثر من كلمات تشجيع على التفاعل	١٧٠	٤١.٢%

تشير بيانات الجدول (١٣) إلى :

جاء استخدام أكثر من كلمة لتشجيع المتابعين على التفاعل في المرتبة الأولى بنسبة ١,٢٤%، بينما جاءت فئة " اكتب تعليق " في المرتبة الثانية بنسبة ١٧,٤%، ثم " ينظر إلى المصادر أسفل الفيديو " بنسبة ١٤,٥%، يليه " اشترك في القناة " بنسبة ٨,١%، ثم " الاعجاب بالحلقة " بنسبة ٥,٨%، ثم " انتظر الحلقات القادمة " بنسبة ٥,٣%، كما جاءت " مشاهدة الحلقات الجديدة " بنسبة ٤,٣%، ثم " تفعيل الجرس " بنسبة ٣,١% .

ولعل مجيء استخدام أكثر من كلمة لتشجيع المتابعين على التفاعل في المرتبة الأولى يرجع إلى محاولة اليوتوب كاسترز أو صانعي المحتوى بتشجيع المتابعين على التفاعل بأكثر من وسيلة بحيث يتيح للمتابع خيارات متعددة للتفاعل، كما جاءت فئة " اكتب تعليق في المرتبة الثانية حيث يطالب اليوتوب كاسترز جمهور المتابعين بكتابة التعليقات التي تعبر عن آرائهم واهتماماتهم وعن أهم الموضوعات التي يفضلون التطرق لها في الحلقات القادمة وكتابة التساؤلات والاقتراحات، فمعظم حلقات اليوتوب كاستر عينة الدراسة تخصص فقرة في نهاية الحلقة لطرح أسئلة على الجمهور وتطلب منهم الإجابة في التعليقات او تطلب منهم التصويت على موضوع معين او اقتراحات لحقات قادمة للرد على تساؤلات الجمهور في التعليقات، وبالتالي تحقيق المشاركة والتفاعل مع جمهور المتابعين، كما جاءت فئة " انظر إلى المصادر أسفل الفيديو " في المرتبة الثالثة وذلك لكسب ثقة المتابعين ومحاولة لتشجيعهم على تأييد الآراء والمعلومات المقدمة بالحلقة وقد لاحظت الباحثة ضعف المصادر المقدمة حيث يمكن أن تكون كتاب أو لينك يتم الرجوع له في جزئية بسيطة من المعلومات المقدمة في الحلقة بينما معظم المحتوى يعتمد على آراء وخبرات شخصية لصانع المحتوى .

١٤. مكان تصوير حلقات اليوتوب كاست محل الدراسة

جدول (١٤)

يوضح مكان تصوير حلقات اليوتوب كاست محل الدراسة

مكان التصوير	ك	%
ديكور داخلي (الاستوديو - غرفة)	٤٠١	٩٧,٣%
ديكور خارجي (شارع - سيارة)	١١	٢,٧%
الإجمالي	٤١٢	١٠٠%

تشير بيانات الجدول (١٤) إلى مكان تصوير حلقات اليوتوب كاست محل الدراسة حيث تم تصوير معظم حلقات اليوتوب كاست محل الدراسة تصوير داخلي بنسبة ٩٧,٣%، بينما تم تصوير بعض الحلقات تصوير خارجي وذلك بنسبة ٢,٧%، كما اتضح أن الديكور الداخلي يتناسب مع طبيعة القضية المقدمة، ففي الموضوعات الرياضية معظم الديكورات كانت داخل غرفة بها

شعارات ورموز كروية وارتداء البودكاسترز للملابس الرياضية ولوحات رياضية مثل حلقات بودكاست رزع المدفعية كما يتم تغيير الديكور وفقا للموضوع الرياضي نفسه .

كما تم تصوير بعض حلقات البودكاست عينة الدراسة خارجا للتنوع في الديكور وإعطاء بعد جمالي على الموضوع من خلال الصورة والألوان والصوت، وفيه إحياء بالقرب من الجمهور ونقل للقضايا من الشارع وجعل الجمهور يعيشها بتفاصيلها، مثال تصوير خارج الاستوديو بودكاست رزع المدفعية^(١٩) حيث قام البودكاستر مروان سري بتصوير رحلته لمتابعة تنويج ارسنال .

١٥. اللغة المستخدمة في حلقات البودكاست عينة الدراسة

جدول (١٥)

يوضح اللغة المستخدمة في حلقات البودكاست محل الدراسة

اللغة المستخدمة	ك	%
عامية	٣٢١	٧٧.٩%
فصحى	٢٨	٦.٧%
تجمع بين الاثنيين	٦٣	١٥.٣%
الإجمالي	٤١٢	١٠٠%

تشير بيانات الجدول (١٥) إلى اللغة المستخدمة في حلقات البودكاست محل الدراسة حيث جاءت اللغة العامية في المرتبة الأولى وذلك بنسبة ٧٧.٩%، تليها اللغة الفصحى في المرتبة الثانية وذلك بنسبة ٦.٧%، كما تم الجمع بين العامية والفصحى بنسبة ١٥.٣% .

اتضح الاعتماد على اللغة العامية بشكل كبير في حلقات البودكاست محل الدراسة ويرجع ذلك إلى سهولة استخدامها وبساطتها واحتوائها على ألفاظ متعارف عليها بعكس الفصحى التي قد تحتوي على معاني أعمق يصعب استيعابها والمقصود منها، كما أن تلك النوعية من البرامج تستهدف شرائح المجتمع كافة وتعبر عن مشكلات وقضايا متنوعة بهدف تكوين رأي عام حولها ومحاولة إيجاد حلول لتلك القضايا والإيضاح والتفسير والإلمام بكل جوانب الموضوع المطروح للمناقشة، ولتبسيط المصطلحات العلمية، ولتحقيق السرعة وسهولة الفهم، وتوضيح وتفسير المعلومات المقدمة إلى جمهور المتابعين، بينما استخدمت الفصحى بنسبة بسيطة وذلك لأن تقنية البودكاست تخاطب بالأساس مختلف الشرائح بغض النظر عن المستويات التعليمية والثقافية للجمهور فهو شكل من أشكال اعلام المواطن .

وتختلف نتائج الدراسة الحالية مع دراسة انجي لطفي عبد العزيز عيسى (٢٠٢٣) (٢٠) والتي توصلت إلى أن اللغة المختلطة بين الفصحى والعامية كانت الأكثر استخداما في البودكاست .

بينما تتفق مع دراسة الخوالدة (٢٠٢٢)^(٧١) والتي جاء فيها استخدام اللغة العامية في الصدارة.

١٦. القوالب المستخدمة في حلقات البودكاست محل الدراسة

جدول (١٦)

يوضح القوالب المستخدمة في حلقات البودكاست محل الدراسة

القوالب	ك	%
قالب حوارى	١٠٧	٢٥,٧%
قالب سردي	١٠٠	٢٤,٣%
قالب الحديث المباشر	٨٠	١٩,٤%
قالب فكاهي	٦٩	٢١,٦%
الجمع بين أكثر من قالب	٥٦	١٨,٤%
الإجمالي	٤١٢	١٠٠%

تشير بيانات الجدول (١٦) إلى القوالب المستخدمة في حلقات البودكاست محل الدراسة حيث جاء قالب الحوارى في المرتبة الأولى وذلك بنسبة ٢٥.٧%، يليه قالب السردى في المرتبة الثانية وذلك بنسبة ٢٤.٣%، ثم قالب الحديث المباشر بنسبة ١٩.٤%، ثم قالب الفكاهى بنسبة ٢١.٦%، كما تم الجمع بين أكثر من قالب وذلك بنسبة ١٨.٤% وذلك لخلق حالة مختلفة لجذب الجمهور لهذه المنصات الجديدة من خلال الجمع بين المعالجات المختلفة لتنوع الايقاع والرتم .

وقد جاء قالب الحوارى في المرتبة الأولى وربما يرجع ذلك إلى اعتماد برامج البودكاست على قالب الحوارى كعنصر جذب للمستمع للتعرف على آراء مختلفة ومتعددة اليقوي ٢٠٢٠م التي أظهرت أهمية البودكاست الحوارى في جذب الجمهور نحو الآراء المختلفة .

كما جاء قالب السردى والحديث المباشر في القوالب المستخدمة في حلقات البودكاست عينة الدراسة لقدرتهما على ضخ كمية هائلة من المعلومات في اقصر مدة زمنية ممكنة، فهما من ابسط القوالب التي تقدم ملخصا للقضايا المراد معالجتها، من خلال إبداء آراء صانع المحتوى تجاهها.

وتتفق نتائج الدراسة مع كلا من :

دراسة (انجي لطفى عبد العزيز عيسى، ٢٠٢٣)^(٧٢) حيث جاء قالب الحوارى والقالب السردى الأكثر استخداما في بودكاست مصراوى و"كونسلتو" و"المصري اليوم" و"الفتار الاعلامي"

دراسة (Santan, 2021)^(٧٣) التي تبحث في محتوى اليوتيوب الذي تم إنتاجه في أثناء الجائحة إلى أن أسلوب السرد هو الأكثر استخداماً في عرض المحتوى. دراسة اليعقوبي (٢٠٢٠)^(٧٤) والتي أظهرت أهمية القالب الحوارية في جذب الجمهور ومعرفة آراء مختلفة.

بينما تختلف مع دراسة (جواد ٢٠١٨)^(٧٥) حيث توصلت إلى تركيز اليوتيوب على القالب الفكاهي لتوصيل محتواه.

١٧. عناصر الجذب والتشويق في حلقات اليوتيوب عينة الدراسة

جدول (١٧)

عناصر الجذب والتشويق في حلقات اليوتيوب عينة الدراسة

عناصر الجذب والتشويق	ك	%
تغيير نبرة صوت اليوتيوب (هدوء - همس - صوت عال)	١٨٩	٤٥,٨%
مؤثرات صوتية	١٧٨	٤٣,٢%
مقاطع من برامج تليفزيونية	١٠٧	٢٥,٩%
نص مكتوب على الشاشة	٩٧	٢٣,٥%
القاء أسئلة على الجمهور	٩٣	٢٢,٥%
الديكور وعناصر الأثاث	٨٨	٢١,٣%
خرائط	٧٩	١٩,١%
تركيب صور	٧٧	١٨,٦%
مشاهد تمثيلية	٧١	١٧,٢%
شعارات مكتوبة وإيموشن	٦٧	١٦,٢%
رسوم ساخرة	٦١	١٤,٨%
تسريع الصوت	٥٧	١٣,٨%
صور موضوعية	٥٢	١٢,٦%
صور شخصية	٤٦	١١,١%
رسوم توضيحية	٤٣	١٠,٤%
رسوم بيانية	٣٧	٨,٩%
لغة الجسد	٣٣	٨,١%

تشير بيانات الجدول (١٧) إلى عناصر الجذب والتشويق في حلقات اليوتيوب عينة الدراسة حيث جاء "تغيير نبرة صوت اليوتيوب (هدوء - همس - صوت مرتفع" في المرتبة الأولى وذلك بنسبة ٤٥,٨%، ثم المؤثرات الصوتية في المرتبة الثانية بنسبة ٤٣,٢%، يليها "مقاطع من برامج تليفزيونية" بنسبة ٢٥,٩%، ثم "نص مكتوب على الشاشة" بنسبة ٢٣,٥%، يليه "القاء أسئلة على الجمهور" بنسبة ٢٢,٥%، بينما جاءت فئة "الديكور وعناصر

أولويات القضايا التي تعكسها ملفات اليوتيوب على YouTube: دراسة تحليلية

الأثاث" بنسبة ٢١,٣%، ثم "خرائط" بنسبة ١٩,١%، ثم "تركيب صور" بنسبة ١٨,٦%، بينما جاءت فئة "مشاهد تمثيلية" بنسبة ١٧,٢%، كما جاءت "شعارات مكتوبة وإيموشن" بنسبة ١٦,٢%، بينما جاءت "رسوم ساخرة" بنسبة ١٤,٨%، ثم "تسريع الصوت" بنسبة ١٣,٨%، ثم "صور موضوعية" بنسبة ١٢,٦%، في حين بلغت نسبة الفئة "صور شخصية" ١١,١%، يليها رسوم توضيحية بنسبة ١٠,٤%، ثم "رسوم بيانية" بنسبة ٨,٩%، وأخيرا "لغة الجسد" بنسبة ٨,١%.

وقد لاحظت الباحثة ارتفاع نسبة "تغيير نبرة صوت اليودكاستر" ما بين هدوء وهمس وصوت مرتفع حيث تم الاعتماد على نبرة الهمس في حلقات اليودكاست التي تناولت قصص جن وقصص مرعبة فكان صانع المحتوى يهمس بصوت منخفض ليناسب الصوت المحتوى المقدم ولإضفاء نوع من الرعب للمتابعين، كذلك في حلقات اليودكاست التي تناولت روايات أو موضوعات جرائم مثل يودكاست جنائية كان صانع المحتوى يعتمد الصوت الهادئ، في حين لاحظت الباحثة في الحلقات التي تناولت قضايا رياضية كانت نبرة الصوت مرتفعة وهو ما يعد جذبا وتشويقا للمتابعين. كما جاءت المؤثرات الصوتية في المرتبة الثانية بشكل مرتفع أيضا حيث تضي نوع من الجاذبية والتشويق للمحتوى سواء موسيقى، صراخ، أصوات فتح أبواب او اغلاقها، أصوات بكاء وغيرها من المؤثرات المستخدمة.

النتائج العامة للدراسة:

١. أشارت نتائج الدراسة أن ملفات اليودكاست محل الدراسة عبر اليوتيوب تفرد في طرح موضوعات وقضايا لم تعطى أولوية في الكثير من الوسائل التقليدية بل ووضعها في قالب مندمج الوسائط المتعددة من حيث الموسيقى والفيديو والنص الصوتي والمؤثرات المصاحبة وغيره، مما أدى إلى جذب جمهور من المتابعين ووضع تلك الحلقات ضمن فئة الراجحة على منصة اليوتيوب، وبينت النتائج أن القضايا السياسية جاءت في المرتبة الأولى من حيث مضمون حلقات اليودكاست عينة الدراسة، يليها المضمون الرياضي في المرتبة الثانية، ثم التنمية البشرية وتطوير الذات يليها قضايا الدجل والشعوذة، ثم المضمون الاجتماعي فالصحي، ثم الاقتصادي يليه المضمون العلمي والتكنولوجي ثم المضمون الديني، ثم حوادث وجرائم.
٢. أبرزت نتائج الدراسة أن اليودكاست عينة الدراسة عبر اليوتيوب حقق أهداف إعلامية متنوعة من خلال المضمون المقدم حيث جاءت التوعية في المرتبة الأولى من حيث الهدف من مضمون حلقات اليودكاست، ثم "الشرح والتفسير" فالإعلام والاعخبار، يليه "الترفيه"، ثم "النقد والتوجيه" ثم "التحريض" فالتعليم.
٣. ركز معظم اليودكاسترز على إبراز الجوانب السلبية في القضايا والموضوعات المتناولة وخاصة في القضايا السياسية التي تم تناولها، حيث جاء اتجاه معالجة حلقات اليودكاست

- للقضايا "سلبية" في المرتبة الأولى، ثم "إيجابي"، ثم "محايد" ولعل الاتجاه السلبي هو السائد في معالجة القضايا الواردة في حلقات اليوتيوب محل الدراسة.
٤. من الملاحظ ارتفاع نسبة الأسلوب النقدي الساخر في معالجة اليوتيوب عبر اليوتيوب لمختلف الموضوعات السياسية والاقتصادية والاجتماعية والصحية، ويرجع هذا لكون الاعلام الالكتروني فضاء حر لابداء الآراء والتعليقات والنقد والسخرية على مختلف القضايا التي تشغل المجتمع، حيث جاء الأسلوب "النقدي الساخر" في المرتبة الأولى من حيث أساليب معالجة القضايا في حلقات اليوتيوب محل الدراسة، يليه الأسلوب التفسيري في المرتبة الثانية،
٥. اعتمد اليوتيوب محل الدراسة على اليوتيوب على الخبرات والتجارب الشخصية كمصدر للمعلومة بشكل كبير في المحتوى المقدم حيث جاءت "الخبرات شخصية" في المرتبة الأولى من حيث مصادر المعلومات في حلقات اليوتيوب، ثم وسائل الاعلام، يليها "وسائل التواصل الاجتماعي"، ثم "شهادات أشخاص"، ثم "كتب وأبحاث علمية".
٦. جاءت مسارات البرهنة "غير المنطقية" في المرتبة الأولى من حيث نوع مسارات البرهنة في حلقات اليوتيوب محل الدراسة حيث تم استخدام مؤثرات عاطفية كالتشبيه والنقد والسخرية والمبالغة والتهويل والتخويف وغيرها من الأساليب العاطفية بهدف اقناع الجمهور بالآراء المطروحة، ثم "المسارات المنطقية"، حيث جاء "استخدام تصريحات" و"إحصاءات وأرقام"، ثم "استشهاد بأدلة" ثم "تسلسل منطقي".
٧. بينت النتائج أن اليوتيوب محل الدراسة عبر اليوتيوب اتاح عدد من أدوات التفاعل مع الجمهور المتابع مستفيدا من التقنيات الاتصالية لليوتيوب من تفاعل ومشاهدة وتعليق واشترك بالقناة، وقد اعتمد اليوتيوب على التفاعل مع جمهوره بنسبة كبيرة حيث جاءت المشاهدات "من ١٠٠ الف إلى ٥٠٠ ألف" في المرتبة الأولى من حيث متوسط عدد مشاهدات الجمهور لحلقات اليوتيوب ثم فئة "أكثر من ٥٠٠ ألف" في المرتبة الثانية ثم فئة "أقل من ١٠٠ ألف مشاهدة"، كما جاء متوسط اعجاب الجمهور بحلقات اليوتيوب محل الدراسة "أقل من ١٠٠٠٠ ألف" في المرتبة الأولى، ثم فئة "من ١٠٠٠٠ إلى أقل من ٥٠٠٠٠" في المرتبة الثانية بنسبة ٢٨.٢%، ثم "من ٥٠٠٠٠ فأكثر"، كما جاءت التعليقات على ملفات اليوتيوب محل الدراسة "من ١٠٠ إلى أقل من ٣٠٠" في المرتبة الأولى، بينما جاءت فئة "أقل من ١٠٠" في المرتبة الثانية ثم فئة أكثر من ٣٠٠.
٨. كما بينت النتائج استخدام اليوتيوب لكلمات تشجيعية للمتابعين لزيادة تفاعل الجمهور مع المحتوى المقدم حيث جاء استخدام "أكثر من كلمة لتشجيع المتابعين على التفاعل" في المرتبة الأولى ثم فئة "اكتب تعليق" في المرتبة الثانية، ثم "ينظر إلى المصادر أسفل

الفيديو"، يليه "اشترك في القناة"، ثم "الاعجاب بالحلقة"، ثم "انتظار الحلقات القادمة" ثم "مشاهدة الحلقات الجديدة"، ثم "تفعيل الجرس"

٩. تم تصوير معظم حلقات البودكاست محل الدراسة تصوير داخلي بنسبة ٩٧,٣%، بينما تم تصوير بعض الحلقات تصوير خارجي وذلك بنسبة ٢,٧%، كما اتضح أن الديكور الداخلي يتناسب مع طبيعة القضية المقدمة، ففي الموضوعات الرياضية معظم الديكورات كانت داخل غرفة بها شعارات ورموز كروية، وارتداء البودكاسترز للملابس الرياضية ولوحات رياضية مثل حلقات بودكاست رزغ المدفعية كما يتم تغيير الديكور وفقا للموضوع الرياضي نفسه

١٠. اتضح الاعتماد على اللغة العامية بشكل كبير في حلقات البودكاست محل الدراسة على اليوتيوب ويرجع ذلك إلى سهولة استخدامها وبساطتها واحتوائها على ألفاظ متعارف عليها بعكس الفصحى التي قد تحتوي على معاني أعمق يصعب استيعابها والمقصود منها

١١. تشير النتائج إلى مدى مدى اهتمام البودكاست عينة الدراسة على اليوتيوب بالقوالب المختلفة والمعروفة ومن بينها القالب الحواري والسردى والحديث المباشر والقالب الفكاهي، حيث جاء القالب الحواري في المرتبة الأولى من حيث القوالب المستخدمة في حلقات البودكاست محل الدراسة يليه القالب السردى في المرتبة الثانية، ثم قالب الحديث المباشر، ثم القالب الفكاهي، كما تم الجمع بين أكثر من قالب، وذلك لخلق حالة مختلفة لجذب الجمهور لهذه المنصات الجديدة من خلال الجمع بين المعالجات المختلفة لتنوع الإيقاع والرتم .

١٢. جاء " تغيير نبرة صوت البودكاسترز هدهد - همس - صوت مرتفع " في المرتبة الأولى من حيث عناصر الجذب والتشويق المستخدمة في حلقات البودكاست، ثم المؤثرات الصوتية في المرتبة الثانية، يليها " مقاطع من برامج تليفزيونية "، ثم " نص مكتوب على الشاشة "، يليه " لقاء أسئلة على الجمهور "، بينما جاءت فئة " الديكور وعناصر الأثاث "، ثم " خرائط "، ثم " تركيب صور

التوصيات:

هناك العديد من التوصيات التي يمكن أن تخرج بها هذه الدراسة، أهمها:

١. ضرورة العمل على صياغة تشريعات منظمة لصناع المحتوى لتحقيق الإستخدام الأمثل لهذه التقنيات بعيداً عن الوقوع في برائن الإستخدام غير القانوني والأخلاقي لها.
٢. توظيف برامج البودكاست في الخدمة المجتمعية ومعالجة القضايا؛ والاستفادة من مهارات صناع المحتوى حيث أن غالبيتهم من الهواة، والتركيز على تأهيلهم أكاديمياً في مجالات الاعداد والتقديم والاستفادة من مواهبهم.

أولويات القضايا التي تعكسها ملفات البودكاست على اليوتيوب YouTube: دراسة تحليلية

٣. إجراء الدراسات والبحوث لقياس التطورات اللحظية للمحتوى الرقمي للبودكاست، والاستفادة من نتائجها في توظيف مزاياه في صناعة التأثير الايجابي في مجتمع المستخدمين
٤. زيادة التعمق في تناول الموضوعات التي تهتم المجتمع بالتركيز على استضافة المسؤولين وقادة الرأي في المجتمع.
٥. ضرورة الاهتمام بهذا النمط الجديد من التدوين بالفيديو، الذي أصبح محل اهتمام ومتابعة من ملايين المتابعين في مجالات متنوعة سياسية واقتصادية واجتماعية وثقافية وفنية ورياضية وغيرها.

- (1) Harris, Howard & Sungmin ,Park,(2008), “ Educational Usages of Podcasting” **British Journal of Educational Technology**, 39. (NO. 3, May). 548–51. <https://doi.org/10.1111/j.1467-8535.2007.00788.x>.
- (2) A Royston ,Reginold.(2021), Podcasts and new orality in the African media scape ,**New Media & Society**, <https://journals.sagepub.com/doi/full/10.1177/14614448211021032>..
- (3) Hardey, Mariaan & James, Simon , (2022). Digital seriality and narrative branching: the podcast Serial, Season One. **Communication and Critical/ Cultural Studies**, 19(1), 74–90. <https://doi.org/10.1080/14791420.2022.2029513>.
- (4) Whipple, Kelsey, Ivy Ashe & Lourdes, Cueva Chacón.(2022), "Examining Podcast Listeners' Perceptions of the Journalistic Functions of Podcasts". **Electronic News**.
- (5) Nee, Rebecca & Arthur , Santana. (2022), "Podcasting the pandemic: exploring storytelling formats and shifting journalistic norms in news podcasts related to the coronavirus." **Journalism Practice** 168 , 1–19.
- (6) Sylvia Chan-Olmsted and Rang Wang" ,(2022) Understanding podcast users: Consumption motives and behaviors" , **New media & Society** , Vol. 24(3) 684– 704.
- (٧) الخوادة ، مؤمن محمد سالمة (٢٠٢٢) "القضايا الاعلامية في البودكاست الأردني : برنامج حرر نموذجاً"، ماجستير غير منشورة ، (جامعة اليرموك ،كلية الاعلام ،الأردن) ص ص ١-٦٧.
- (٨) الشيباني ، ماجد بن فهد (٢٠٢٢) ، دوافع تعرض الجمهور السعودي لإذاعات الإنترنت (البودكاست) والاشباكات المتحققة منه دراسة مسحية لعينة من متابعي بودكاست (ثمانية) في المملكة العربية السعودية ، **المجلة المصرية لبحوث الاعلام** ، عدد٧٩، ابريل / يونيو ٢٠٢٢ .
- (٩) رضا ، نوال ، (٢٠٢٢) ، " الاستخدامات التفاعلية لتطبيقات الميديا الجديدة في الحياة اليومية للمراهقين الجزائريين: تطبيقات البودكاست نموذجاً، **مجلة العلوم الاجتماعية والإنسانية** ، جامعة باتنة، العدد، ١ ، ص ٥٥٣- ٥٧٢.
- (10) Royston, Reginold. (2021), **OP.Cit**.
- (١١) النابلسي، أريج عبد الله محمد (٢٠٢١) ، تأثير مسلسلات البودكاست على اليافعين في ترسيخ القيم الاجتماعية والانسانية : دراسة تجريبية على مسلسل وليد الصدفة ، ماجستير غير منشورة ، كلية الاعلام ، جامعة الشرق الأوسط ، الأردن <https://0810gce79-1105-y-https-search-mandumah-com.mplbci.ekb.eg/Record/1210267>

- (١٢) غزال ، عبد الرازق ، بورحلى (٢٠٢١) ، البودكاست الاجتماعي بين تنمية المسؤولية وخلق الوعي الاجتماعي : دراسة وصفية على عينة من مستخدمي توينات المضامين الصوتية والمرئية في الجزائر، **مجلة علوم الانسان والاجتماع** ، المجلد ١٠ ، العدد ٤ ، ص ص. ٦٦٣:٦٤٥.
- (13) Radjagukguk, Djudjur Luciana& Pradana ,Vian Nauval .(2020), - Utilization Of New Media Podcast Berizik (Joking Music Content)In Delivering Messages About Music, **Journal Indonesia Law & Policy review**,vol.2,No.1, October, <https://www.researchgate.net/publication> .
- (١٤) اليعقوبي ، سمية (٢٠٢٠م) ، البودكاست : متطلبات العمل وخصائص المحتوى – دراسة حالة البودكاست الجزيرة ، مركز الجزيرة للإعلام .
- (١٥) بوزيد ، فائدة ، آليات الخطاب الديني المتجدد عبر تطبيقات الاعلام الرقمي: دراسة في محتوى بودكاسترات الدعاة الجدد: على الفيس بوك نموذجا، **مجلة الخطاب والتواصل** ، العدد السابع ، جوان، الجزائر، ، ص ص ٢١١-٢٢٨.
- (16) Anka Mihajlov Prokopović, (2021), " Podcasts and Journalism, Media studies and applied ethics" 2021, Available at: https://www.researchgate.net/publication/356729657_PODCASTS_AND_JOURNALISM .
- (١٧) بوججوف، الزهرة (٢٠٢١). "الاعلام الالكتروني والقضايا الاجتماعية في الجزائر" تقنية البودكاست الفكاهي نموذجا " ، **مجلة الباحث الإعلامي** ، الجزائر ، جامعة جابي مختار ، العدد ٤٢ ، ٢٠٢١، ص ١٥٤.
- (١٨) جواد ، عبير .(٢٠١٨م) " معالجة الواقع السياسي في الجزائر عبر البودكاست " ماجستير غير منشورة ، جامعة العربي بن مهيدي أم البواقي ، كلية العلوم الإنسانية ، الجزائر .
- (19)Park, Chang Sup , (2017) "Citizen News podcasts and journalistic role conceptions in the United States and South Korea." **Journalism Practice** 11.9 : 1158-1177..
- (٢٠) خطاب ، أمل (٢٠١٧م) ، السلوك الاتصالي للشباب المصري في علاقته بالتقنيات التكنولوجية المتطورة " دراسة في استخدام الشباب المصري لتقنية البودكاست ، **مجلة كلية الآداب** ، جامعة بنها، مجلة البودكاست نموذجا دورية محكمة، العدد السابع والاربعون.
- (21) Hossein Nassaji, (2015). " Qualitative and descriptive research: Data type versus data analysis", **Language Teaching Research**, Vol. 19. No.2. p.129 .
- (٢٢) سمير محمد حسين (١٩٩٦)، "بحوث الإعلام: الأسس والمبادئ"، ط ٣، القاهرة: عالم الكتب، ص ٧٩.
- (٢٣) محمد عبد الحميد (١٩٩٧)، دراسات الجمهور في بحوث الإعلام ، ط ٢، القاهرة: عالم الكتب ، ص ٩٣.

- (24) Priscilla, Glasow (2004). "Fundamentals of Survey Research Methodology". Mitre Product, Washington C3, Center McLean, Virginia. p.3.
- (٢٥) عبد الباسط محمد حسن (١٩٨٠)، **أصول البحث الاجتماعي** ، ط٧، القاهرة : مكتبة وهبة ، ص٢٧٣.
- (26) Kimberley, Neuendorf (2002). "**The content analysis guidebook**". UK: Sage Publications. p. 15.
- (٢٧) سمير محمد حسين (١٩٨٣). "**تحليل المضمون**"، ط١، القاهرة: عالم الكتب، ص١٩.
- (٢٨) قامت الباحثة بعرض الاستمارة على مجموعة المحكمين الآتية أسماؤهم :
١. أ.د/ سامي الشريف عميد كلية الاعلام الجامعة الحديثة للتكنولوجيا والمعلومات.
٢. أ.د/ محمد معوض أستاذ بقسم الإعلام معهد الدراسات العليا للطفولة جامعة عين شمس.
٣. أ.د/ جمال النجار أستاذ بكلية الاعلام بنات جامعة الأزهر وعميد كلية الاعلام جامعة النهضة سابقا.
٤. أ.د / جيهان يحيى أستاذ الإذاعة والتلفزيون بكلية الاعلام بنات جامعة الأزهر.
٥. أ.د/ ولاء عقاد أستاذ الإذاعة والتلفزيون بكلية الإعلام ، جامعة الأزهر.
٦. أ.د / أيمن بريك أستاذ بكلية الاعلام بنين جامعة الأزهر _ القاهرة .
- (٢٩) قام بإجراء اختبار الثبات مع الباحثة كل من:
- أ.م. د / ريهام إبراهيم مرزوق الأستاذ المساعد بكلية الاعلام بنات جامعة الأزهر.
- د/ هبة أحمد رزق الأستاذ المساعد بكلية الاعلام بنات جامعة الأزهر.
- (30) Luthfi, Andria. (2019). **Skripsi yang berjudul Peran New Media - Podcast Duobudjang Di dalam Menyosialisasikan RUU Permukiman. Skripsi Sarjana**" , Universitas Prof. Dr. Moestopo (BERAGAMA),file:///C:/Users/USER/Downloads/15432-30031-1-SM%20(2).pdf.
- (٣١) بوججوف، الزهرة ، مرجع سابق ، ص٤٢١ .
- (32) PodcastHosting.org, (2020) "**Podcast Statistics, Demographics & Habits (US, Canada & Australia.**" PodcastHosting.org, January 10, (Accessed in 12February2019). <https://podcasthosting.org/podcast-statistics/>.
- (33) Sarah Florini ,(2015) "The Podcast "Chitlin' Circuit": Black Podcasters, Alternative Media, and Audio Enclaves" . (**Journal of Radio & Audio Media, Vol. 22**) 2015..
- (34) Nic Newman, (2019), "**Podcasts: Who, Why, What, and Where?**" Digital News Report, May 24,. (Accessed in February 12 2019).

- <http://www.digitalnewsreport.org/survey/2019/podcasts-who-why-what-and-where..>
- (35) Ross Winn, (2020), "Podcast Stats & Facts", (New Research from Jan 2020) **Podcast Insights**, January 28, 2020. (Accessed in 12 February). <https://www.podcastinsights.com/podcast-statistics../>
- (36) عباس مصطفى صادق، (٢٠٠٨)، "الإعلام الجديد المفاهيم والرسائل والتطبيقات"، دار الشروق للنشر والتوزيع، ص. ١.
- (37) Ross Winn, (2020), **Ibid**.
- (38) مكاي، حسن عماد، السيد، ليلي حسين (١٩٩٨)، "الاتصال ونظرياته المعاصرة"، ط١، القاهرة: الدار المصرية اللبنانية، ص ٢٨٨
- (39) Maxwell, McCombs & Donald Shaw. (1993). "The Evolution of Agenda-Setting Research: Twenty Five Years in the Marketplace of Ideas". **Journal of Communication**, Vol.4, PP 705.
- (40) Gabriel Weimann & Hans-Bernd Brosius. (2017), "Redirecting the agenda: Agenda-setting in the online Era", **The Agenda Setting Journal 1** (1), p.69.
- (41) نصر، حسني محمد، (٢٠١٥)، "اتجاهات البحث والتنظير في وسائل الإعلام الجديدة: دراسة تحليلية للإنتاج العلمي المنشور في دوريات محكمة"، بحث مقدم إلى مؤتمر وسائل التواصل الاجتماعي: التطبيقات والإشكاليات المنهجية، جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية، كلية الإعلام والاتصال، ص ١٩، متاح أون لاين على: <https://units.imamu.edu.sa/Conferences/smumc/Documents/.pdf>
- (42) The Britannica Dictionary. (2023). "Current Events". Available Online: <https://www.britannica.com/dictionary/current-events>
- (43) بودكاست فنجان، "اليمن: تاريخ الاغتيالات والدماء، الحلقة متاحة أون لاين على <https://www.youtube.com/watch?v=M-HjnSbqQn>
- (44) أم تي في بودكاست مع داني "مي خريش تقول ما لم تقله سابقاً... فهل استقالت من "التيار"، الحلقة متاحة أون لاين <https://www.youtube.com/watch?v=mOZUGF4zCsc>
- (45) بودكاست رزع الجمهور "هل تحدث المعجزة في اخر يوم نهائي الاهلي و الزمالك في افريقيا" الحلقة متاحة أون لاين على <https://www.youtube.com/watch?v=cgprcnNaxNg>
- (46) بودكاست رزع الجمهور "انتهي الدرس | قصة فشل و احباط بعد اسبوع خسرتنا فيه كل حاجة" الحلقة متاحة على <https://www.youtube.com/watch?v=FbyZ0djk79U>

- (٤٧) عبید الله العیسی ، بندر المشرفی ، بودکاست مرتدة " تعادل هلالی نصر اوی فی دیری ریاض " الحلقة متاحة اون لاین علی
https://www.youtube.com/watch?v=Dj_bZmEgE
- (٤٨) بودکاست مربع " کیف تخطط لحياتك " الحلقة متاحة اون لاین علی
<https://www.youtube.com/watch?v=CdtqrZwPDVw>
- (٤٩) بودکاست اطناب "حياتك وقراراتك - دورة مجانية " الحلقة متاحة اون لاین علی
<https://www.youtube.com/watch?v=eWj2-6q2ybk>
- (٥٠) بودکاست مستر کایرو "قصص حقيقية من عالم الجن وکيانات العالم السفلى والموازي" الحلقة متاحة اون لاین علی
<https://www.youtube.com/watch?v=j6eJeEsa7Ks&list=PL2TUWYuxgOvaYoKPtir1v-5GBviO6tYN>
- (٥١) بودکاست أساطير الجن " قصص جن | اترك مخاوفك انت في المكان الصح " الحلقة متاحة اون لاین علی
<https://www.youtube.com/watch?v=gbFuLEh7Fqo>
- (٥٢) بودکاست مع أحمد سالم ، " الشغف هيمخضك، الزواج مبكراً والشغل والنسوية والافلام وأشياء أخرى " الحلقة متاحة اون لاین علی
<https://www.youtube.com/watch?v=9mpo8QFdzfs>
- (٥٣) عبد الله العنزي ، حمود الصاهود ، فيصل الشهراني ، بودکاست أسمار " الأصدقاء " الحلقة متاحة اون لاین :
<https://www.youtube.com/watch?v=ZeL4GUIDqNk>
- (٥٤) بودکاست جنایة " هل یكتشف عزام مجرم الحریق ؟ " متاح اون لاین علی
https://www.youtube.com/watch?v=T6TEt_eXkH8
- (٥٥) البیر مخیر ، بودکاست سرده " ما هو التوتر وما تأثيره علی الدماغ؟ الاحتراق النفسی " الحلقة متاحة اون لاین
TMBVUTaNCG6G71BJjuw34rQqwAsE58cAMBteWw1zxD7
- (٥٦) بودکاست بث مباشر ، قناة اقرأ یا مسلم " رقية شرعية | كل ليلة قبل النوم تحصين وعلاج من العين والسحر والحسد الرقية الشرعية للنوم بسهولة " ، الحلقة متاحة اون لاین علی:
<https://www.youtube.com/iqraayamuslim>
- (٥٧) بودکاست سقراط "کوالیس القرارات المالية في السعودية مع وزير المالية" ، الحلقة متاحة اون لاین علی
<https://www.youtube.com/watch?v=McSpicy>
- (٥٨) حسن ، یاسمین أحمد علی (٢٠٢٣) ، "أطر معالجة قضايا الشباب في بودکاست" مطب العشرین " في ضوء نظرية المسؤولية الاجتماعية" ، المجلة المصرية لبحوث الاعلام، العدد ٨٣، الجزء الثاني ابریل یونیو، ص ٢١٣-٢٦٢ .
- (٥٩) Citizen News podcasts and journalistic role " (2017).ark, Chang SupP
Journalism ".conceptions in the United States and South Korea
Practice 11.9 , 1158-1177
- (٦٠) الخوالدة ، مؤمن محمد سالمة ، " مرجع سابق " ، ص ٥٦ .
- (٦١) جواد ، عبیر ، "مرجع سابق" .

- (٦٢) الخوالدة، مؤمن محمد سالمة، "مرجع سابق"، ص ٥٦.
- (٦٣) أحمد بحيري (٢٠٢٤)، بودكاست "تعاشب شاي"، الحلقة متاحة أون لاين على اليوتيوب:
https://www.youtube.com/watch?v=7j_8PQ0CBFI&list=PLBsIgvvbrncBI-GBODIFomvD6RVkJ618b&index=6
- (٦٤) بودكاست "سوالف بيزنس،" كيان: من المدن الصغيرة إلى منافسة كريم وأوبر" حلقة متاحة أون لاين على :
https://www.youtube.com/watch?v=7j_8PQ0CBFI&list=PLBsIgvvbrncBIGBODIFomvD6RVkJ618b&index=6.
- (٦٥) أحمد بحيري (٢٠٢٤)، بودكاست "تعاشب شاي"، الحلقة متاحة أون لاين على اليوتيوب :
https://www.youtube.com/watch?v=7j_8PQ0CBFI&list=PLBsIgvvbrncBI-GBODIFomvD6RVkJ618b&index=6
- (٦٦) احمد بحيري (٢٠٢٤)، بودكاست الأسبوع في كيس "مش عارف من غيري كنتو هتعملو ايه" متاح أون لاين على :
https://www.youtube.com/watch?v=Y_dHDCzGqSQ
- (٦٧) اسلام عادل (٢٠٢٤)، بودكاست روايات مسموعة، " كتب صوتية بصوت اسلام عادل " متاحة أون لاين
https://www.youtube.com/watch?v=39xskth8Uzs&list=PLuHVxnWJnT_CmhR-hYO6BmqzE7yWIMhKW
- (٦٨) بودكاست فنان " كيف تتأثر بإساءة والديك وتتعافى منها " متاحة أون لاين :
<https://www.youtube.com/watch?v=T9CFMNpaIes>
- (٦٩) بودكاست رزع المدفعية (٢٠٢٤) " سافرت احضر تنويج ارسنال فا عشت اصعب لحظات حياتي مع اكاذيب الجمهور و تنويج السيبي " متاحة أون لاين على :
- (٧٠) عيسى، انجي لطفي عبد العزيز، (٢٠٢٣)، " استخدام صحافة بودكاست في غرف الاخبار بالمؤسسات الصحفية في ظل البيئة الرقمية"، المجلة المصرية لبحوث الاعلام – العدد ٤٨، ج ٢، أعمال المؤتمر العلمي الدولي الـ٢٤ لكلية العالم (يوليو/ سبتمبر، ص ص ١٤١-١٨٢).
- (٧١) الخوالدة، مؤمن محمد سالمة، "مرجع سابق"، ص ١٩.
- (٧٢) عيسى، انجي لطفي عبد العزيز، "مرجع سابق"، ص ص ١٤٧.
- (73) Nee, Rebecca C., and Arthur D. Santana. "OP.Cit", p14.
- (٧٤) اليعقوبي، سمية، "مرجع سابق".
- (٧٥) جواد، عبير، "مرجع سابق".