

جامعة قاصدي مرباح ورقلة  
كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية  
قسم علوم الإعلام والاتصال



مذكرة مكملة لنيل شهادة ماستر أكاديمي

الميدان: العلوم الإنسانية

الشعبة: علوم الإعلام والاتصال

التخصص: السمعي البصري

إعداد الطالبتين: - العدنانة فاطمة مفلح

- خدوج مداني

العنوان:

## صناعة المحتوى الإعلامي من خلال تقنية البودكاست

دراسة تحليلية لعينة من حلقات " أيقونة بودكاست "

نوقشت و أجزيت بتاريخ 2024/06/02 أمام لجنة المناقشة:

بلمولاي بدر الدين ..... رئيسًا.

سويقات لبنى ..... مشرفًا ومقررًا.

حفيان ناريمان ..... مناقشًا.

السنة الجامعية: 2024/2023



جامعة قاصدي مرباح ورقلة  
كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية  
قسم علوم الإعلام والاتصال



مذكرة مكملة لنيل شهادة ماستر أكاديمي

الميدان: العلوم الإنسانية

الشعبة: علوم الإعلام والاتصال

التخصص: السمع البصري

إعداد الطالبتين: - العدنانة فاطمة مفلح

- خدوج مداني

العنوان:

**صناعة المحتوى الإعلامي من خلال تقنية البودكاست**

**دراسة تحليلية لعينة من حلقات " أيقونة بودكاست "**

نُوقِشت وأجيزت بتاريخ 2024/06/02 أمام لجنة المناقشة:

بلمولاي بدر الدين..... رئيسًا.

سويقات لبنى ..... مشرفًا ومقرراً.

حفيان ناريمان..... مناقشًا.

السنة الجامعية: 2024/2023

## الاهداء

نهدي ثمرة جهدنا في هذه المذكرة التي تتمن سنوات من الدراسة و الغوص في خبايا عالم الاعلام و الاتصال، هذا التخصص الجد حيوي الذي يواكب متغيرات كل عصر و يخضع لتطورات أحداثه و وسائله.

إلى والدينا أول مصدر للمعرفة في حياتنا، و إلى كل أفراد أسرتينا و جميع أهاليينا

و نهدئها إلى معلمينا و أساتذتنا و زملائنا في كل الأطوار التعليمية وصولا إلى هذه المرحلة الهامة

و نهدئها إلى كل من سيطلع عليها من طلبة و باحثين عسى أن تكون لهم مرجعا نافعا، سائلين المولى عز وجل لنا و لهم و للجميع كل التوفيق و الفلاح.

العدنانة فاطمة مفلح

خدوج مداني

## الشكر والتقدير

نتقدم بخالص الشكر و التقدير لكل أسرة قسم علوم الإعلام و الاتصال بكلية العلوم الاجتماعية و العلوم الإنسانية جامعة قاصدي مرباح ورقلة، و نخص بالذكر أساتذتنا الأفاضل و على رأسهم الأستاذة المشرفة " لبني سويقات " على جهوداتهم القيمة و حرصهم لتقديم المعرفة لطلبة هذا التخصص المحوري الموجه لحركة المعلومات عبر الزمان و المكان عابرا للعصور و لحدود الجغرافية.

### الملخص:

هدفت هذه الدراسة إلى معرفة صناعة المحتوى الإعلامي من خلال تقنية البودكاست وهذا عبر تحليل عينة من حلقات أيقونة بودكاست، حيث انطلقت من التساؤل الرئيسي: كيف تم صناعة المحتوى الإعلامي لبرنامج أيقونة بودكاست من خلال تقنية البودكاست؟

الدراسة بين أيدينا هي دراسة وصفية تحليلية تعتمد على منهج تحليل المضمون وأداة استمارة تحليل المضمون التي تم بنائها وتطويرها لتشمل خمس فئات للمضمون (الموضوع، القيم، الأهداف، الجمهور المستهدف، الشخصيات الفاعلة) وأربع فئات للشكل (الأساليب الإقناعية، اللغة المستخدمة، القوالب الإعلامية، المؤثرات المستعملة)، وقد تم تطبيقها على عينة من حلقات برنامج أيقونة بودكاست، حيث تم اختيار حجم 12 مفردة بأسلوب العينة العشوائية البسيطة، وذلك حسب توفر الحلقات على منصة آبل بودكاست.

تلخصت أهم نتائج هذه الدراسة في أن أيقونة بودكاست قد ركزت على الموضوع الثقافي والإعلام كأكثر المواضيع تناولاً بالإضافة إلى مواضيع الوسائط المتعددة، كما توصلت إلى أن القيم الأكثر ظهوراً في حلقات برنامج أيقونة بودكاست هي القيم الاجتماعية بهدف غرسها في المتلقي، وتوصلت الدراسة إلى أن أهم أهداف البرنامج هو إظهار تأثير وسائل الإعلام الرقمي على المجتمع، وأن الجمهور المستهدف هو جمهور المثقفين ثم جمهور صناع المحتوى الرقمي، وأن المقدمين والضيوف هم أكثر الشخصيات الفاعلة في برنامج أيقونة بودكاست، أما النتائج الخاصة بالشكل فقد توصلت الدراسة إلى أن الأساليب الإقناعية المعتمد عليها في برنامج أيقونة بودكاست هي الأساليب العاطفية، وأن اللغة العربية الفصحى هي أكثر لغة مستخدمة في البرنامج، واعتمد برنامج أيقونة بودكاست على القالب الفني للمقابلة في الطرح، وأن أكثر المؤثرات المستعملة هي الموسيقى لتجميل البرنامج.

الكلمات المفتاحية: بودكاست، صناعة محتوى، وسائط متعددة، إعلام رقمي.

---

---

## summary

This study aimed to understand the production of media content through the podcasting technique, by analyzing a sample of episodes from the Icon Podcast. The main question driving the study was: How was media content produced for the Icon Podcast using the podcasting technique?

The study at hand is a descriptive-analytical one, relying on content analysis methodology and a content analysis form tool, developed to encompass five categories of content (theme, values, goals, target audience, active personalities) and four categories of form (persuasive techniques, language used, media templates, used effects). It was applied to a sample of episodes from the Icon Podcast, with a sample size of 12 episodes chosen using simple random sampling, based on the availability of episodes on the Apple Podcast platform.

The main findings of this study can be summarized as follows: the Icon Podcast focused on cultural and media-related topics, as well as topics related to multimedia. It was found that the most prominent values in Icon Podcast episodes were social values, aimed at instilling them in the audience. The study also found that one of the main goals of the program is to demonstrate the impact of digital media on society, with the target audience being intellectuals and digital content creators. The presenters and guests were identified as the most active personalities in the Icon Podcast program. Regarding form, the study found that the persuasive techniques relied upon in the Icon Podcast program are emotional techniques, and that Modern Standard Arabic is the most commonly used language. The program relied on the interview template in its presentation, and the most used effect in the Icon Podcast program is music for embellishment.

**Keywords: Podcast, content production, multimedia, digital media.**

قائمة المحتويات

الصفحة	المحتوى	الرقم
I	الإهداء	01
II	الشكر والتقدير	02
IV-III	الملخص	03
VI-V	قائمة المحتويات	04
VIII-VII	قائمة الجداول	05
XI	قائمة الملاحق	06
أ- ب	المقدمة	07
	الفصل الأول: الإطار المنهجي والنظري للدراسة	08
20 -17	إشكالية الدراسة وتساؤلاتها	09
20	أهداف الدراسة	10
21- 20	أهمية الدراسة	11
21	أسباب اختيار الموضوع	12
24-21	منهج وأدوات جمع البيانات	13
25	حدود الدراسة	14
27-26	مجتمع البحث وعينة الدراسة	15
35-27	مصطلحات ومفاهيم الدراسة	16
43-35	الدراسات السابقة	17
48-43	المقاربة النظرية للدراسة	18
	الفصل الثاني: الجانب التطبيقي للدراسة	19
51	المبحث الأول: الإجراءات التطبيقية للدراسة	20
51	إجراءات بناء الأداة	21
51	إجراءات صدق وثبات الأداة	22
56- 52	خصائص عينة الدراسة	23
57	المبحث الثاني: التحليل الكمي والكيفي لعينة من حلقات أيقونة بودكاست حسب فئات المضمون.	24
62-57	تحليل فئات الموضوع	25

## قائمة المحتويات:

65- 63	تحليل فئات القيم	26
67-66	تحليل فئة الأهداف	27
67	تحليل فئة الجمهور المستهدف	28
70- 68	تحليل فئات الشخصيات الفاعلة	29
71	المبحث الثالث: التحليل الكمي والكيفي لعينة من حلقات أيقونة بودكاست حسب فئات الشكل.	30
73- 71	تحليل فئات الأساليب الإقناعية	31
74	تحليل فئة اللغة المستخدمة	32
76-75	تحليل فئة القوالب المستعملة	33
79-76	تحليل فئات المؤثرات المستعملة	34
80	خلاصة الفصل الثاني	35
81	النتائج العامة للدراسة	36
83	الخاتمة	37
89 -85	قائمة المصادر والمراجع	38
91	الملاحق	39

قائمة الجداول

رقم الجدول	عنوان الجدول	الصفحة
01	مفردات عينة الدراسة	27
02	خصائص عينة الدراسة	56-52
03	توزيع المحتوى على أساس فئات الموضوع	57
04	توزيع المحتوى على أساس فئة المواضيع الثقافية	58
05	توزيع المحتوى على أساس فئة المواضيع الاجتماعية	59
06	توزيع المحتوى على أساس فئة المواضيع السياسية	60
07	توزيع المحتوى على أساس فئة المواضيع الاقتصادية	61
08	توزيع المحتوى على أساس فئة المواضيع التكنولوجية	62
09	توزيع المحتوى على أساس فئة القيم	63
10	توزيع المحتوى على أساس فئة القيم الإنسانية	64-63
11	توزيع المحتوى على أساس فئة القيم الاجتماعية	65-64
12	توزيع المحتوى على أساس فئة الأهداف	66
13	توزيع المحتوى على أساس فئة الجمهور المستهدف	67
14	توزيع المحتوى على أساس فئة الشخصيات الفاعلة	68
15	توزيع المحتوى على أساس فئة الضيوف	69
16	توزيع المحتوى على أساس فئة الأساليب الإقناعية	71
17	توزيع المحتوى على أساس فئة الأساليب الإقناعية العقلية	72
18	توزيع المحتوى على أساس فئة الأساليب الإقناعية العاطفية	73
19	توزيع المحتوى على أساس فئة اللغة المستخدمة	74
20	توزيع المحتوى على أساس فئة القوالب المستعملة	75
21	توزيع المحتوى على أساس فئة المؤثرات المستعملة	76
22	توزيع المحتوى على أساس فئة نوع الموسيقى	77
23	توزيع المحتوى على أساس فئة موقع الموسيقى	77
24	توزيع المحتوى على أساس فئة مستوى الموسيقى	78
25	توزيع المحتوى على أساس فئة الأغنية	79
26	توزيع المحتوى على أساس فئة المؤثرات الصوتية.	79

## قائمة الملاحق:

### قائمة الملاحق

الصفحة	عنوان الملحق	الرقم
109-91	أداة استثمارة تحليل المحتوى	01
110	قائمة الأساتذة المحكمين لأداة استثمارة تحليل المحتوى.	02

المقدمة

برزت صناعة المحتوى مع التطور الحاصل في مجال تكنولوجيا الإعلام والاتصال، والتي أحدثت ثورة في مجال الاتصالات ومع الانتشار الواسع للتقنية الأنترنت و المعدات والأجهزة الرقمية كالهواتف الذكية و الحواسيب و التي تضم باقة متنوعة من المواقع و التطبيقات الإلكترونية، أين يتشكل فضاء افتراضي يتمثل في الوسائط المتعددة والتي تسمح بإنشاء وصناعة المحتوى الرقمي من طرف المستخدمين في مواضيع ومجالات متنوعة و بأشكال مختلفة كالكتابة و الفيديو و الصوت والصورة. إن المجتمع المعاصر الذي يتماشى مع كل ما تفرضه التكنولوجيا والرقمنة يتغير بتغير وسائل الإعلام والاتصال الحديثة، و تأتي المنصات الرقمية الحديثة بمزايا جذابة تجعل كل من الأفراد والمؤسسات تستغلها في تقديم محتويات للجماهير والتفاعل معه كونها متاحة في كل زمان ومكان وسهلة الاستخدام.

ويأتي البودكاست كأحد التقنيات الحديثة التي ظهرت وتطورت مع التطور التكنولوجي المستمر في القرن الحالي، وكان في بادئ الأمر عبارة عن ملفات صوتية يتم الاستماع إليها بعد تحميلها من الأنترنت على أجهزة تسمح بتشغيلها، و انتشر بشكل واسع بعد أن تم برمجة تطبيقات إلكترونية يتم تحميلها على الهواتف الذكية، ونظرا للخصائص المتعددة التي يمتاز بها الهاتف الذكي جعله ينتشر بشكل سريع بين الأفراد، فانتشر البودكاست مع انتشاره، فأخذ مستخدمي الهواتف يستمعون بتجربة الاستماع إلى البودكاست من خلال هواتفهم وحملها معهم أينما ذهبوا، وبالرغم من أن البودكاست كان في بادئ الأمر عبارة عن ملفات صوتية إلا أنه عزز بالصورة و أصبح بودكاست مرئي. وما ستركز عليه هذه الدراسة هو البودكاست الصوتي فقط كونه اللبنة الأولى لظهور التقنية ومحتوياتها المختلفة ومواضيعها المتنوعة الموجهة للجماهير المعنية، فهو يسمح كغيره من الوسائط الجديدة بصناعة المحتوى ونشر المعلومات والمعارف و إمكانية التفاعل معها من طرف المتلقي.

تقنية البودكاست كغيرها من التقنيات الرقمية الحديثة وصلت إلى العالم العربي و اعتمد عليها العديد من الأفراد في صناعة المحتوى الإبداعي و نشره للجماهير، نجد أيقونة بودكاست يهتم بطرح الجوانب المتعددة للإعلام الرقمي وتأثيراته المختلفة على مختلف المجالات والمواضيع، وهو عبارة عن بودكاست تم تدعيمه وتدريب فريق عمله من طرف معهد الجزيرة للإعلام من خلال مبادرة (الإعلام من أجل التنمية)، انطلق بثه سنة 2021 عبر المنصات الرقمية المختلفة التي تطلق خدمة نشر المحتوى الصوتي مثل آبل بودكاست وسبوتيفاي.

تأتي دراستنا بعنوان صناعة المحتوى الإعلامي من خلال تقنية البودكاست دراسة تحليلية لعينة من حلقات أيقونة بودكاست ضمن الدراسات الوصفية التحليلية، ومن خلال اتباع منهجية البحث العلمي تم إنجازها في فصلين، الفصل الأول بعنوان الإطار المنهجي والنظري للدراسة والذي يضم إشكالية الدراسة والتساؤلات الفرعية التي انقسمت إلى أسئلة خاصة بالمضمون وأسئلة خاصة بالشكل وتحديد أهداف الدراسة و أهميتها. كما تم طرح الأسباب الموضوعية والذاتية لاختيار موضوع الدراسة واختيار منهج تحليل المحتوى وأداة استمارة تحليل المحتوى، وإدراج حدود الدراسة واختيار عينة البحث منهجياً. ليأتي الجزء النظري في هذا الفصل و الذي يتضمن قراءة في

مصطلحات و مفاهيم الدراسة و الاطلاع على الدراسات السابقة الدولية، المحلية والوطنية. و من ثم اختيار المقاربة النظرية الحتمية التكنولوجية لمارشال ماكلوهان. ثم يأتي الفصل الثاني بعنوان الجانب التطبيقي للدراسة، إذ تم تقسيمه إلى ثلاثة مباحث كان أولها مبحث بعنوان الإجراءات التطبيقية للدراسة، و المبحث الثاني التحليل الكمي والكيفي لعينة من حلقات أيقونة بودكاست حسب فئات المضمون، و يأتي الفصل الثالث بعنوان التحليل الكمي والكيفي لعينة من حلقات أيقونة بودكاست حسب فئات الشكل، وقد تم فيهما تطبيق أداة الدراسة و الوصول إلى النتائج العامة للدراسة والتي جاءت كآخر عنصر في هذا الفصل. وبعد ذلك الخاتمة.

# الفصل الأول

## الإطار المنهجي والنظري

## 1- الإشكالية

تعتبر صناعة المحتوى عنصراً أساسياً في عملية الاتصال البشري وهي من أبرز أشكال التعبير التي عرفها الإنسان وقد مارسها منذ القدم، والتي بدأت بالرسوم على جدران الكهوف والنقوش الصخرية، وشهدت تطوراً مستمراً يواكب تقدم الحضارة البشرية منذ ظهور الكتابة و من ثم الطباعة، وعرفت صناعة المحتوى تطوراً تسلسلياً صاحب تطور وسائل الإعلام والاتصال الجماهيرية، لتشمل مجموعة أوسع من الأشكال والأغراض فكل وسيلة منها تحمل محتويات متنوعة للجماهير منها الاخباري، الترفيهي والتعليمي، مما ساهم في إثراء المشهد الثقافي والمعرفي للمجتمعات. ونشير إلى أن مفهوم صناعة المحتوى لم يظهر مع ظهور وسائل الإعلام والاتصال التقليدية، لكنه أخذ يتشكل ويتبلور مع التطور الحاصل في القطاع التكنولوجي وخاصة في مجال صناعة الاتصالات المختلفة الذي أحدث قفزة نوعية في صناعة المحتوى، والذي يشير إلى إنتاج المضامين من طرف الأفراد والمؤسسات الثقافية لهذه الوسائل التكنولوجية<sup>1</sup>. ومع الانتشار الواسع للإنترنت أصبح العالم قرية صغيرة يتبادل فيها المستخدمين مختلف المعلومات والمحتويات عبر مواقع الويب، و برزت صناعة المحتوى أول مرة من خلال المدونات الكتابية التي بدأت في تسعينيات القرن الماضي، و أخذت هذه الصناعة في الانتشار والتطور في القرن الواحد والعشرين إذ ظهرت أشكال مختلفة من الوسائط الجديدة، التي تسمح للمستخدمين وتمكنهم من إنشاء محتوياتهم الخاصة و التعبير عن أفكارهم وآرائهم ومشاركة تجاربهم المتنوعة في قوالب متعددة كالفديو و الصورة و الصوت عبر الشبكات الاجتماعية أو المدونات الشخصية، من أبرزها مواقع التواصل الاجتماعي كالفيسبوك والمدونات السمعية البصرية أشهرها موقع اليوتيوب و كذلك المدونات السمعية المتمثلة في تقنية البودكاست.

إن الميديا الجديدة فتحت آفاقاً واسعة لصناعة المحتوى الإعلامي والتفاعل معه من طرف المستخدمين عبر الإعجابات والتعليقات والمشاركات، ومن أبرز وسائط الإعلام الرقمي تقنية البودكاست أو التدوين الصوتي والذي ظهر في أواخر سنة 2004 من الجيل الثاني من الويب 2 في الولايات المتحدة الأمريكية، فأحدث ثورة في صناعة المحتوى الإعلامي وتبادل المعرفة، وقد استخدم الصحفي "بن هامرسللي (Ham) Ben Mersley" مصطلح البودكاست لأول مرة معبراً عن تمازج التدوين والصوت، في مقاله بصحيفة "الغارديان" كتجربة عالمية جديدة<sup>3</sup>.

<sup>1</sup> فوزي علاوة، الصناعات الثقافية والإعلامية: جدلية التقنية والمجتمع، 1، ( لندن : e-kutub Ltd شركة بريطانية مسجلة في إنجلترا برقم: 7513024، 2022)، ص 262

<sup>2</sup> ماجد بن فهد الشيباني، "دوافع تعرض الجمهور السعودي لإذاعات الإنترنت (البودكاست) والإشباع المتحققة منه دراسة مسحية لعينة من متابعي بودكاست (ثمانية) في المملكة العربية السعودية"، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، 79 (ابريل/يونيو 2022) : ص 433-466، DOI: [10.21608/EJSC.2022.253933](https://doi.org/10.21608/EJSC.2022.253933)

<sup>3</sup> بوحنية قوي، عبد القادر عبد العالي، الحوكمة الإعلامية ورهانات الجودة: في ظل الثورة المعلوماتية، 1، (عمان: دار الحامد، 2024)، ص 367

يأتي البودكاست في شكل ملفات صوتية متنوعة تتضمن مواضيع مختلفة منها السياسي، الاجتماعي، التعليمي و التاريخي وغيرها، و قد انتشر تزامنيا مع انتشار جهاز iPod الذي انتجته شركة apple والذي يسمح بتنزيل هذه الملفات الصوتية من الأنترنت والاستماع إليها<sup>1</sup>. وشهد البودكاست المزيد من الانتشار والتفاعلية بعد انتشار الهواتف الذكية وما حملته من تطبيقات متنوعة بما فيها المخصصة لبث المحتوى الصوتي، ومن بين أبرز هذه المنصات نجد منصة آبل بودكاست ومنصة جوجل بودكاست ومنصة سبوتيفاي.

إن صناعة المحتوى عبر تقنية البودكاست اليوم يمثل صيحة جديدة في مجال الميديا الرقمية، إذ اتجه عدد هائل من مستخدمي الأنترنت إلى صناعة وانتاج المحتوى الصوتي عبر تقنية البودكاست، فهي تقدم فرصة للأفراد والمؤسسات على حد سواء للتعبير عن آرائهم ومشاركة معرفتهم بطريقة مباشرة وشخصية، تتيح هذه التقنية للمستمعين الاستماع إلى المحتوى أثناء قيامهم بالأنشطة اليومية، مثل القيادة، أو ممارسة الرياضة، أو حتى خلال العمل. وهذا ما يزيد من الاقبال على البودكاست ويجعله خيارًا شائعًا بين الجماهير. بالإضافة إلى سهولة الوصول، فيمكن للمستمعين التفاعل مع محتوى البودكاست من خلال تعليقاتهم وتقييماتهم، مما يعزز التواصل والمشاركة الفعالة في المواضيع المطروحة. وما نلاحظه عن البودكاست أنه استفاد من الخبرات والمهارات التي يتميز بها الإعلام في الإذاعة، سواء من ناحية فنيات تحرير المحتوى أو من الناحية التقنية والمتمثلة في الاخراج وهندسة الصوت على وجه الخصوص، هذا ما يجعله وسيلة فعالة لنقل المعلومات والترفيه والتواصل لما تتميز به البرامج الصوتية من سمات خاصة كشعور المتلقي بأن المضيف يتحدث إليه مباشرة، وهذا سبب وجيه يجعل المحررين يختارون تعابير بسيطة ومألوفة تتناسب مع المستمع من الناحية الثقافية والاجتماعية و تتناسب مع مستواه التعليمي أيضا، وإخراج هذه المضامين بإضافة مؤثرات فنية تزيد من جمالها وجاذبيتها، فينتج لنا عدة أنواع من البودكاست منها الإخباري والبودكاست الحواري وحتى القصصي وكذا التعليمي وغيرها من الأنواع التي تشكل مادة إعلامية ثرية وضخمة.

لم تقتصر صناعة المحتوى الإعلامي عبر تقنية البودكاست على الأفراد فقط، فقد اتجهت العديد من المؤسسات الإعلامية الكبرى بمواكبة التطور الحاصل في الميديا الجديدة و استخدام مختلف وسائطها للوصول إلى الجمهور الواسع و التواصل معه عبر محتوياتها، وتعتبر شبكة الجزيرة الإعلامية من أولى المؤسسات التي اهتمت بتقنية البودكاست في الوطن العربي، و إيماننا منها بحق الجمهور في الحصول على المعلومة قامت إدارة المبادرات الإعلامية بمعهد الجزيرة للإعلام بإطلاق مبادرة "الإعلام من أجل التنمية" والتي تهدف من خلالها إلى تعزيز دور الإعلام في خدمة المجتمعات و تحسين جودة حياة الأفراد، وتسعى إلى تشجيع الأفراد والهيئات على استغلال أدوات الإعلام بفعالية من أجل النهوض بالمجتمعات ودعم التطور نحو مستقبل أفضل<sup>2</sup>، من خلال تقديم دورات

<sup>1</sup> منة الله كمال موسى دياب، "التدوين الصوتي " بودكاست" في ضوء معايير الابتكار الاعلامي، تحليل من المستوى الثاني في الفترة (2018.2023)م"، المجلة المصرية لبحوث الاتصال الجماهيري كلية الاعلام جامعة بني سويف، ص 564 - 624 ،

DOI: [10.21608/mebp.2023.214305.1067](https://doi.org/10.21608/mebp.2023.214305.1067)

<sup>2</sup> "الإعلام من أجل التنمية"، معهد الجزيرة للإعلام، إيمان العامري، تاريخ الاطلاع: 2024/02/28،

تدريبية متخصصة في مجال صناعة الإعلام، تهدف المبادرة إلى تمكين المهتمين بالمجال من اكتساب الخبرات والمهارات اللازمة لتطوير محتوى إعلامي ذو جودة عالية. و تعتبر هذه المبادرة ميلاد برنامج "أيقونة بودكاست" الذي انطلق بثه في عام 2021م. وُلد هذا البودكاست من فكرة مقترحة بواسطة مجموعة من الطلاب والصحفيين اليمنيين الشباب، ويتخذ شكلاً حوارياً موجهاً للجمهور العربي باستضافة مختصين لمعالجة مواضيع مختلفة قبل بروز العالم الرقمي وبعده، وكذلك تفسير القضايا الشبابية الفكرية والثقافية والإنسانية في العالم الرقمي للجمهور المتفاعل معها، ويهدف إلى إبراز نجاحات الشباب في المجال الرقمي على المستوى المحلي والدولي. كما يساهم في نشر المعرفة حول وسائل الإعلام الرقمي وتقديم رؤية جديدة للعمل الإعلامي الشبابي<sup>1</sup>. يتم بث حلقات البرنامج عبر منصات البودكاست المتعددة مثل منصة غوغل بودكاست، آبل بودكاست و سبوتيفاي. هذا التنوع في قنوات البث يفتح المجال لمزيد من التفاعل والانتشار والوصول إلى الجمهور، مما يثير الفضول حول العمليات الإبداعية والإنتاجية التي تقف وراء إنشاء هذا البودكاست الفريد. هذا ما يقودنا إلى طرح التساؤل عن كيفية صناعة المحتوى الإعلامي: كيف تتم صناعة المحتوى الإعلامي لبرنامج "أيقونة بودكاست" من خلال تقنية البودكاست؟

### الأسئلة الفرعية:

### أسئلة خاصة بالمضمون:

- ماهي المواضيع التي يطرحها برنامج أيقونة بودكاست؟
- ماهي القيم التي يظهرها برنامج أيقونة بودكاست؟
- ماهي الأهداف التي يسعى لتحقيقها برنامج أيقونة بودكاست؟
- ما هو الجمهور المستهدف من خلال برنامج أيقونة بودكاست؟
- ماهي الشخصيات الفاعلة في برنامج أيقونة بودكاست؟

### أسئلة خاصة بالشكل:

- ماهي أهم الأساليب الإقناعية المستخدمة في برنامج أيقونة بودكاست؟
- ماهي اللغة المستخدمة في برنامج أيقونة بودكاست؟

URL: <https://institute.aljazeera.net/ar/media-development/article/1768>

<sup>1</sup> أيقونة بودكاست، الإعلام من أجل التنمية، معهد الجزيرة للإعلام، إيمان العامري، تاريخ الاطلاع: 2024/02/28،

URL : <https://institute.aljazeera.net/ar/media-development/article/1765>

- ماهي القوالب الإعلامية التي استخدمها برنامج أيقونة بودكاست؟
- ماهي المؤثرات المستعملة في برنامج أيقونة بودكاست؟

## 2- أهداف الدراسة:

- التعرف على المواضيع التي يطرحها برنامج أيقونة بودكاست.
- تهدف الدراسة إلى الكشف عن أهم القيم التي يسعى إلى غرسها برنامج أيقونة بودكاست.
- التعرف على الأهداف التي يسعى لتحقيقها برنامج أيقونة بودكاست.
- ترصد الدراسة معرفة فئات الجمهور المستهدف في برنامج أيقونة بودكاست.
- التعرف على الشخصيات الفاعلة في برنامج أيقونة بودكاست.
- التعرف على أهم الأساليب الإقناعية التي استخدمها برنامج أيقونة بودكاست.
- تهدف الدراسة إلى معرفة مستويات اللغة المستخدمة في برنامج أيقونة بودكاست.
- التعرف على القوالب الإعلامية التي استخدمها برنامج أيقونة بودكاست.
- رصد أهم المؤثرات التي استعملها برنامج أيقونة بودكاست.

## 3- أهمية الدراسة:

تكمن أهمية دراستنا صناعة المحتوى الإعلامي من خلال تقنية البودكاست في عدة جوانب تتعلق بتطوير المعرفة وتعميق الفهم في مجال الإعلام والاتصال، فعندما نراعي أهمية الموضوع ذاته نجد أن صناعة المحتوى الإعلامي تعد جزءاً حيوياً من عالم الإعلام الحديث، وتقنية البودكاست تمثل تطوراً مهماً في هذا المجال.

أولاً، تأتي أهمية الدراسة في تحديث المعرفة العلمية في مجال الإعلام والاتصال. بينما ركزت الدراسات السابقة على جوانب معينة من تقنية البودكاست، يقدم هذا البحث إضافة جديدة من خلال تركيزه على البودكاست الصوتي فقط، وهو جانب لم يتم التطرق إليه بشكل كافٍ في البحوث السابقة.

وفي المقام الثاني تأتي أهمية هذه الدراسة في أنها تربط بين تخصص السمع البصري و تخصص الوسائط الجديدة. مما سيفتح آفاقاً جديدة للباحثين في مواصلة البحث والاستكشاف في هذه المواضيع الحيوية.

وتتوسع أهمية الدراسة لتشمل الفوائد الاجتماعية، فمن خلالها نسعى لتحفيز جميع أفراد المجتمع على استغلال منصات البودكاست المختلفة، وهذا لما تحمله من مضامين ومحتويات إعلامية هادفة تساهم في بناء تفكير سليم للجمهور، و توعيتهم بمختلف القضايا.

### 4- أسباب اختيار الموضوع:

تعد مرحلة اختيار الموضوع المناسب للدراسة والمعالجة دون غيره من المواضيع من طرف الباحث ليس بالأمر الهين والسهل، عليه فإن وجود الأسباب يعتبر من بين المحفزات الأساسية التي يجب توفرها لدى الباحث لاختيار موضوع مناسب للدراسة. وعليه فقد جاء اختيارنا لهذا الموضوع لوجود اسباب موضوعية وأخرى ذاتية.

#### • أسباب موضوعية:

- تبيان أهمية البودكاست الصوتي في ظل التطور الكبير لوسائل الاتصال الجماهيري.
- يعتبر موضوع البودكاست من بين المواضيع الحيوية والجديدة التي رأينا أننا نحتاج للمعالجة والدراسة من طرف الباحثين بشكل مستمر نظرا للتجديد والتطور والانتشار الواسع الذي تشهده تقنية البودكاست.

#### • أسباب ذاتية:

- ميولنا الشخصي لتقنية البودكاست ومضامينها المتنوعة واهتمامنا به كونه أحد الوسائط الإعلامية الجديدة التي انتشرت في القرن الحالي.

### 5- منهج الدراسة وأدواتها:

#### مستوى الدراسة:

تنتمي هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية والتي تعرف بأنها الدراسة التي يسعى من خلالها الباحث إلى جمع المعلومات المتعلقة بموضوع معين أو دراسة ظاهرة اجتماعية دراسة علمية، وذلك باستعمال الأدوات المنهجية العلمية التي تمكن من جمع بيانات دقيقة وتحليلها وتفسيرها بأسلوب علمي يثبت صحتها وموضوعيتها<sup>1</sup>، وتعرف أيضا بأنها محاولة لوصف ذلك الواقع وفقا لحقائقه الحاضرة بموضوعية ويمكن الذهاب لأبعد من الوصف إلى

<sup>1</sup> خالد حامد، منهجية البحث في العلوم الاجتماعية والإنسانية، 2، ( الجزائر: جسر للنشر والتوزيع، 2012)، ص 88 ص 89

التحليل والتفسير بقصد التوصل إلى استنتاجات أو معلومات ومعارف جديدة تخدم المجال المعرفي الذي تجرى فيه<sup>1</sup> ومن أساسيات الدراسات الوصفية الاستعانة بأدوات علمية مختلفة لجمع البيانات، و اختيار عينة دراسة من مجتمع البحث الأصلي<sup>2</sup>، ففي دراستنا هذه سوف نقوم باستعمال أداة استمارة تحليل المحتوى من أجل وصف وتحليل وتفسير المحتوى الإعلامي عبر تقنية البودكاست لعينة من حلقات برنامج " أيقونة بودكاست" للوصول إلى استنتاجات، وبعد ذلك يتم ترتيب هذه المعلومات في متن البحث العلمي.

كما تأتي هذه الدراسة ضمن الدراسات التحليلية إذ تعرف بأنها البحوث التي تصف وتحلل مجتمعا أو موقفا أو ظاهرة إذ تهدف بشكل رئيسي إلى توفير رؤية استراتيجية وتطوير أنماط البحث في مجال معرفي محدد<sup>3</sup>. و عليه سنقوم في هذه الدراسة بتحليل وتفكيك عينة من حلقات برنامج " أيقونة بودكاست" من ناحية الشكل و المضمون، للوصول إلى نتائج دقيقة وموضوعية تساهم في محاولة وصف موضوع صناعة المحتوى الإعلامي عبر تقنية البودكاست.

### منهج الدراسة:

وكون هذه الدراسة تهتم بوصف وتحليل محتوى برنامج " أيقونة بودكاست" فإننا اعتمدنا على منهج علمي وهو الطريقة التي يستغلها الباحث في الوصول إلى نتائج معينة<sup>4</sup>، فهو فن التنظيم الصحيح لسلسلة من الافكار العديدة، إما من أجل الكشف عن الحقيقة حيث نكون بها جاهلين أو من أجل البرهنة عليها للآخرين حين نكون بها عارفين<sup>5</sup>. ومنهج هذه الدراسة يتمثل في منهج تحليل المحتوى والذي يعرف بأنه منهج من مناهج البحث العلمي يسعى عن طريق المقارنة الكمية المنهجية للمضمون الظاهر للمواد الاتصالية إلى الحصول على الاستدلالات الكيفية<sup>6</sup>. و يعرف بيرلسون تحليل المحتوى بأنه أحد أساليب البحث العلمي التي

<sup>1</sup> مصطفى حميد الطائي، خير ميلاد ابو بكر، مناهج البحث العلمي: وتطبيقاتها في الإعلام والعلوم السياسية، 1، (مصر: دار الوفاء لنديا الطباعة والنشر، 2002)، ص 98

<sup>2</sup> عمار بوحوش، محمد محمود الذنبيات، مناهج البحث العلمي وطرق إعداد البحوث، 4، (الجزائر: ديوان المطبوعات الجامعية، 2007)، ص 140

<sup>3</sup> محمد تيسير، " ماهي الدراسة التحليلية؟"، المؤسسة العربية للعلوم ونشر الأبحاث، تاريخ الاطلاع 2024/03/26، [ما هي الدراسة التحليلية؟ | المؤسسة العربية للعلوم ونشر الأبحاث \(ajsrp.com\)](#)

<sup>4</sup> عبد الرحمان محمد العيسوي، عبد الفتاح محمد العيسوي، مناهج البحث العلمي: في الفكر الإسلامي والفكر الحديث، (دار الراتب الجامعية، 1997/1996)، ص 77

<sup>5</sup> عبد الرحمان بدوي، مناهج البحث العلمي، 3، ( الكويت: وكالة المطبوعات، 1977)، ص 4

<sup>6</sup> محمد عبد الحميد، تحليل المحتوى في بحوث الإعلام، 1، (جدة: دار الشروق للنشر والتوزيع والطباعة، 1983)، ص 21 و 22

تهدف إلى الوصف الموضوعي والمنظم والكمي للمضمون الظاهر لمادة من مواد الاتصال<sup>1</sup> و يستعمله الباحثون في مجالات متنوعة من أجل تلبية الاحتياجات البحثية المصاغة في تساؤلات البحث<sup>2</sup> فيشمل تحليل المحتوى الظواهر، الشخصيات، الكتب، القصائد وحتى المواد الإعلامية<sup>3</sup>، فمن خلال اتباع خطوات منهج تحليل المحتوى سوف نتمكن من الإجابة على التساؤل الرئيسي للدراسة، حيث سنقوم بوصف وتحليل عينة من حلقات برنامج " أيقونة بودكاست" والكشف عنها شكلا ومضمونا، فمن خلال تحليل فئات المضمون والمتمثلة في (الموضوع، القيم، الأهداف، الجمهور، الفاعلين ..) سنتمكن من معرفة الرسائل التي تحملها حلقات هذا البودكاست من جهة، و من جهة أخرى كون شكل الرسالة له دلالات هو الآخر فقد اعتمدنا في هذه الدراسة على تحليل فئات الشكل المتمثلة في ( اللغة، القوالب الإعلامية، ..) وهذا ما سيمكننا من تحقيق أهداف الدراسة التي ترمي إليها.

#### أداة الدراسة:

استخدمنا في هذه الدراسة أداة استمارة تحليل المحتوى والتي تعرف بأنها هي عبارة عن أشكال هندسية في معظم الحالات ينجزها الباحث ليصب فيها نتائج الحسابات التي قام بها على مضمونه ثم يجمعها ليتم تفريغ محتواها في جداول التحليل الكمي، هذا ما يجعل لكل بحث استمارة خاصة به<sup>4</sup> والتي تحتوي على فئات كيف قيل؟ وماذا قيل؟ ومن خلال تطبيقها بشكل منظم ودقيق نستطيع الإجابة على التساؤلات الفرعية للدراسة والوصول للإجابة على السؤال الرئيسي.

وتتمثل فئات ماذا قيل؟ في:

فئة الموضوع: وتعرف هذه الفئة بأنها تستهدف الإجابة على السؤال حول ماذا يدور موضوع المحتوى؟ وتفيد هذه الفئات في الكشف عن مراكز الاهتمام في المحتوى<sup>5</sup>.

فئة القيم: وهذه الفئة تصلح في تصنيف المعتقدات والأعراف والتقاليد في حياة الجماعات والأشخاص التي يمكن أن تؤثر في سلوكهم وأفكارهم تجاه الموضوعات والقضايا المطروحة<sup>1</sup>

<sup>1</sup> يوسف تمار، تحليل المحتوى للباحثين والطلبة الجامعيين، 1، (الجزائر: كوم للدراسات والنشر والتوزيع ، 2007)، ص9

<sup>2</sup> عبد الحميد، تحليل المحتوى في بحوث الإعلام، ص18

<sup>3</sup> ذوقان عبيدات، عبد الحق كايد، عبد الرحمان عدس، البحث العلمي: مفهومه و أدواته وأساليبه ، 17، (الأردن: دار الفكر

ناشرون وموزعون ، 2015)، ص132

<sup>4</sup> تمار، تحليل المحتوى للباحثين، ص 98

<sup>5</sup> عبد الحميد، تحليل المحتوى في بحوث الإعلام، ص 121

فئة الفاعلين: تبحث هذه الفئة عن المحركين الأساسيين في المضمون أي مجموعة من الأشخاص أو الهيئات أو الأحزاب أو المنظمات التي تضع الحدث في المضمون محل التحليل<sup>2</sup>

فئة الأهداف: تستعمل هذه الفئة للبحث عن مختلف الأهداف التي يريد المضمون محل الدراسة إبلاغها أو الوصول إليها<sup>3</sup>

فئة الجمهور المستهدف: تساعد هذه الفئة الباحث في معرفة الجمهور التي يريد القائم بالاتصال الوصول إليه<sup>4</sup>  
أما فئات كيف قيل؟ تتمثل في:

فئة الأساليب الإقناعية: وتتمثل في مجموع الاستمالات العقلية والعاطفية التي يستعين بها القائم بالاتصال أو صانع المحتوى بغية تدعيم المحتوى بهدف ترسيخ المعلومات و الأفكار لدى الجمهور المتلقي من جهة وإثارته عاطفياً من جهة أخرى.

فئة اللغة المستخدمة: تعتبر المحرك الأساسي وتزداد أهميتها في مضمون وسائل الإعلام الجماهيرية ذلك لأنها الواصل بين المرسل والمتلقي، ففي كثير من الأحيان يقع التشويش على الرسالة بسبب اللغة المستعملة من طرفه<sup>5</sup>

فئة الشكل أو نمط النشر للقوالب الإعلامية: هي القوالب الفنية التي تتخذها المواد الإعلامية في وسائل الإعلام، وهذا الفئة تقوم على التفرقة بين الأشكال المختلفة التي تقدم بها المواد الإعلامية في وسائل الإعلام المختلفة<sup>6</sup>

فئة المؤثرات المستعملة: هي مجموعة العناصر والتقنيات المضافة للمحتوى الإعلامي بهدف تحسينه وتجميله لجذب الجمهور المتلقي وقد تكون بصرية أو صوتية أو كلاهما معاً.

فمن خلال استمارة تحليل المحتوى سنتمكن من تقديم تحليل ووصف كمي وكيفي للمحتوى الإعلامي عبر تقنية البودكاست لبرنامج "أيقونة بودكاست".

<sup>1</sup> عبد الحميد، تحليل المحتوى في بحوث الإعلام، ص126

<sup>2</sup> تمار، تحليل المحتوى للباحثين ، ص70

<sup>3</sup> تمار، تحليل المحتوى للباحثين ، ص67

<sup>4</sup> تمار، تحليل المحتوى للباحثين، ص75

<sup>5</sup> تمار، تحليل المحتوى للباحثين، ص 54

<sup>6</sup> عبد الحميد، تحليل المحتوى في بحوث الإعلام، ص 132

6- حدود الدراسة:

**الحدود الزمانية:** بعد الموافقة على موضوع البحث المتمثل في صناعة المحتوى الإعلامي من خلال تقنية البودكاست دراسة تحليلية على عينة من حلقات " أيقونة بودكاست"، بدأت إجراءات البحث العلمي في تاريخ 2023/12/18 بوضع خطة عمل متمثلة في إنجاز الإطار المنهجي والنظري للدراسة، وبحلول شهر فيفري تم إنجاز الشق النظري منه و إتمام المنهجي في نهاية شهر مارس، ثم قمنا بتصميم أداة الدراسة والمتمثلة في استمارة تحليل المحتوى في بداية شهر أبريل وتم تحكيمها من طرف الأستاذة المشرفة في بداية شهر ماي و تم تطبيقها على عينة الدراسة بتاريخ 2024/05/14 و إنجاز الجانب التطبيقي من الدراسة المتمثل في التحليل الكمي والكمي و إتمامه بتاريخ 2024/05/22 و الإنجاز النهائي للمذكرة في يوم 2024/05/23 وتسليمها.

**الحدود المكانية:** إن هذه الدراسة تتكون على مساحة " أيقونة بودكاست" وهو بودكاست حوارى شبابي اجتماعي موجه للجمهور العربي، يستضاف فيه خبراء في الإعلام الرقمي يناقشون تطورات هذا القطاع تقنيا ومهنيا وتأثيراتها في الرأي العام، في تفسير القضايا الشبابية الفكرية والثقافية والإنسانية في العالم الرقمي للجمهور المتفاعل معها.

والذي انطلق بثه خلال عام 2021 بعدما تم دعم فكرة شباب صحفيين يمينيين من طرف معهد الجزيرة للإعلام خلال مبادرة الإعلام من أجل التنمية.

الموقع الإلكتروني الخاص بهذا البودكاست : <https://linktr.ee/iconapodcast>

نظام المعاينة:

• مجتمع البحث:

وهو مجموعة من الناس (أو الوثائق) محددة تحديدا واضحا، ويهتم الباحث بدراستها وتعميم نتائج البحث عليها<sup>1</sup>، و في تحليل المحتوى فيقصد بالمجتمع مجموعة الرسائل المتماثلة والمعبرة في حوامل يطلق عليها وسائل الاتصال والتي يريد الباحث معرفة خصائصها<sup>2</sup>. ودراستنا عن صناعة المحتوى الإعلامي من خلال تقنية البودكاست دراسة تحليلية على عينة من حلقات "أيقونة بودكاست" و يتمثل مجتمع البحث في جميع حلقات برنامج "أيقونة بودكاست" والتي عددها 17 حلقة، وهي عبارة عن ملفات صوتية تم بثها من خلال تقنية البودكاست على المواقع الالكترونية جوجل بودكاست، آبل بودكاست، سبوتيفاي...

• حجم العينة:

يعد اختيار عينة البحث من أهم الخطوات في البحث العلمي وهي جزء من مجتمع البحث الأصلي<sup>3</sup>، وقد اخترنا في هذه الدراسة العينة الاحتمالية والتي تتيح الفرصة لجميع مفردات مجتمع البحث أن تكون جزء من العينة<sup>4</sup>، واستعملنا العينة العشوائية البسيطة والتي تشترط أن يكون جميع أفراد مجتمع البحث معروفين ومحددتين، كما يجب أن يكون هنالك تجانس بين أفراد مجتمع البحث أي أن الخصائص التي يتصف بها أفراد المجتمع غير متباينة<sup>5</sup>. واخترنا من بين طرق السحب الاحتمالي السحب اليدوي والذي يكون بتسجيل أرقام في وريقات صغيرة تكون من نفس الأبعاد، وبعد طيها وخلطها مع بعضها البعض في غلاف أو في أي حاوية أخرى نقوم بسحب عدد معين من الأرقام التي نريدها<sup>6</sup>. فقد قمنا بتقييم جميع حلقات برنامج "أيقونة بودكاست" من 1 إلى 17 وكتابتها على وريقات صغيرة و ذلك حسب تاريخ البث فالحلقة رقم 1 هي الأولى في البث والحلقة رقم

<sup>1</sup> نادية سيد عاشور، منهجية البحث العلمي في العلوم الاجتماعية، (الجزائر: حسين راس الجبل للنشر والتوزيع، 2017)، ص 265

<sup>2</sup> تمار، تحليل المحتوى للباحثين، ص 20

<sup>3</sup> رشيد زرواتي، منهجية البحث العلمي في العلوم الاجتماعية: أسس علمية وتدريبية، (الجزائر: دار الكتاب الحديث، 2004)، ص 181

<sup>4</sup> تمار، تحليل المحتوى للباحثين، ص 20

<sup>5</sup> محمد خليل عباس و آخرون، مدخل إلى مناهج البحث في التربية وعلم النفس، 5، (عمان: دار المسيرة، 2014)، ص 221

<sup>6</sup> مورييس أنجرس، منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية، 2، تر: بوزيد صحراوي وكمال بوشرف وسعيد سبعون، (الجزائر: دار القصة للنشر والتوزيع، 2004)، ص 308

17 هي آخر حلقة بثت من البودكاست، من ثم وضعها في إناء وقمنا بسحب عشوائي يدوي لـ 12 مفردة من هذه الأرقام، وكانت نتائج السحب على التوالي كالتالي:

الجدول رقم (1): يمثل نتائج السحب العشوائي حسب العينة العشوائية البسيطة.

رقم الحلقة	عنوان الحلقة	تاريخ البث
9	الأنفلونسا .. تأثير الرقمنة على ريادة الأعمال	2021/12/31
3	عنصرية الآراء	2021/07/06
6	هجاء الأصابع	2021/09/16
7	الرأي العام .. من العالم الواقعي إلى الافتراضي	2021/10/14
11	الصحة النفسية في عالم الرقمنة	2022/10/10
15	خطاب الكراهية الرقمي	2023/03/03
8	صناعة الأفلام .. رحلة تطوّر الفكرة ووسائلها	2021/11/04
14	لغة الضاد والرقمنة	2022/12/18
12	الصحافة الرقمية	2022/10/29
13	حكايا المونديال العربي	2022/11/26
10	صناعة المحتوى الإبداعي	2022/09/30
5	المنظمات المجتمعية والرقمنة	2021/08/26

## 7- تحديد مفاهيم ومصطلحات الدراسة

### 1/ الإعلام الرقمي: Digital<sup>1</sup> information<sup>2</sup>

الإعلام في اللغة: من الفعل أعلم: أخبر<sup>3</sup>

أعلمه الأمر / أعلمه بالأمر: أخبره به وعرفه إياه، أطلع عليه<sup>4</sup>.

إعلام: نشر بواسطة الإذاعة أو التلفزيون أو الصحافة<sup>5</sup>.

<sup>1</sup> محمد بدوي، قاموس إكسفورد المحيط إنكليزي عربي، 3، (لبنان بيروت: دار أكاديميا إنترناشيونال، 2010)، ص 294

<sup>2</sup> بدوي، قاموس إكسفورد المحيط، ص 540

<sup>3</sup> أحمد مختار عمر، المكنز الكبير، 1، (المملكة العربية السعودية: دار سطور، 2000م/1421هـ)، ص 66

<sup>4</sup> أحمد مختار عمر، معجم اللغة العربية المعاصرة المجلد الأول، ط1، (القاهرة: دار عالم الكتب، 2008)، ص 1541

<sup>5</sup> مختار عمر، معجم اللغة العربية، ص 1541

التعريف المعجمي للإعلام: يستخدم الإعلام للدلالة على عمليتين في آن واحد تكملان بعضهما البعض، فهو يشير من جهة إلى الحصول على المعلومة من خلال التواجد الفوري في مكان الحدث، ومن جهة أخرى يشير إلى بث ونقل هذه المعلومات إلى الآخرين من خلال الوسيلة المناسبة.<sup>1</sup>

و يعرف أيضا بأنه عملية نشر ونقل المعلومات والأخبار والأفكار والآراء إلى الجماهير مع ذكر مصادرها ( خدمة للصالح العام)، ويقوم على مخاطبة عقول الجماهير وعواطفهم وعلى المناقشة والحوار والاقناع ( بأمانة وموضوعية).<sup>2</sup>

الرقمية في اللغة: اسم مؤنث منسوب إلى رَقْم

لغة رقميّة: لغة تعد خصيصا طبقا لقواعد معينة تستخدم في الحاسبات الالكترونية كوسيلة للعمل بها.<sup>3</sup>

تعريف الرقمنة: الرقمنة هي ترميز معلومة على شكل أرقام عادة ما تتمثل في الصيغة الثنائية (0 و1).<sup>4</sup>

إذن التعريف الموسوعي للإعلام الرقمي: استخدام تقنية الأنترنت في نشر وتبادل الأخبار والمعلومات والاتصال من خلال الأجهزة الالكترونية المتصلة بالأنترنت، بهدف التواصل الاجتماعي والثقافي والسياسي والإعلامي، وهو يشير إلى جميع الأشكال الرقمية المتاحة للمستخدمين ضمن صور تفاعلية.<sup>5</sup>

التعريف الإجرائي للإعلام الرقمي: يتمثل في وسائل الإعلام التي تعتمد على التقنيات الرقمية من الأنترنت والأجهزة الإلكترونية، بهدف نقل وتبادل المعلومات والأخبار عبر التطبيقات الرقمية ومنصات عبر الويب.

## 2/ الوسائط الجديدة new<sup>6</sup> media<sup>7</sup>

الوسيط في اللغة: من الفعل وَسَطَ، وَسَطًا<sup>8</sup>

واسطة (مفرد) والجمع وسائط وهي وسيلة ما أو من يتوصل به إلى شيء<sup>9</sup>

<sup>1</sup> محمد منير حجاب، المعجم الإعلامي، 1، (دار الفجر، 2004)، ص 61

<sup>2</sup> مي عبد الله، المعجم في المفاهيم الحديثة للإعلام والاتصال، 1، (لبنان، دار النهضة، 2014)، ص 45

<sup>3</sup> مختار عمر، معجم اللغة العربية، ص 930

<sup>4</sup> عبد الله، المعجم في المفاهيم الحديثة، ص 174

<sup>5</sup> أمينة كلفاح، "واقع صناعة المحتوى الاعلامي العربي الرقمي عبر المدونات الصوتية، دراسة تحليلية لبودكاست ( البعد الآخر) من العربية بودكاست"، المجلة الدولية للاتصال الاجتماعي 10، 04، (2023/12/31)، ص 183-202

<sup>6</sup> عيد الحفيظ بيضون، معجم الطلاب عربي إنجليزي مزدوج إنجليزي عربي، 5، (لبنان بيروت: دار الكتب العلمية، 2004)، ص 138

<sup>7</sup> بدوي، قاموس إكسفورد المحيط، ص 658

<sup>8</sup> مختار عمر، معجم اللغة العربية، ص 2436

<sup>9</sup> مختار عمر، معجم اللغة العربية، ص 2437

الجديد في اللغة: صفة مشبهة تدل على الثبوت من جدّ: مبتكر، مستحدث، خلاف القديم<sup>1</sup>

التعريف الموسوعي للوسائط الجديدة: هي التقنيات التي ولدت من تزاوج الإعلام الآلي بتقنيات الاتصال عن بعد، وسمحت بفضل الكابلات والأقمار الصناعية بتطوير مفهوم الإعلام والاتصال. فظهرت أشكال جديدة من الاستخدامات الاتصالية، دخلت على الوسائل الإعلامية التقليدية وطورت وظائفها.<sup>2</sup>

في السنوات الأخيرة أخذت صناعة الوسائل الإلكترونية تتطور بسرعة فائقة وشهد هذا القطاع ظهور أنواع وأشكال مختلفة عديدة وجديدة للوسائط الحاملة للصوت والصورة والتي تسهل الاتصال عن بعد ومعالجة البيانات بالأساليب والوسائل الرقمية المتطورة فسميت بالوسائط الجديدة أو الإعلام الجديد أو نيو ميديا.<sup>3</sup>

و يشار إليها بمصطلح الوسائط المتعددة (multi<sup>4</sup>-media) ويعني:

تكامل وترابط مجموعة من وسائل الإعلام والاتصال في شكل من أشكال التفاعل المنظم والاعتماد المتبادل، يؤثر كل منها في الآخر، وتعمل جميعها من أجل تحقيق هدف واحد أو مجموعة من الأهداف.<sup>5</sup>

التعريف الإجرائي للوسائط الجديدة: الوسائط الجديدة وتتمثل في مجموع التقنيات الحديثة التي ظهرت مع التطور التكنولوجي الحاصل في مجال الاتصال، و يشار إليها بالوسائط المتعددة نظرا لاحتوائها على أنواع متعددة من الوسائط كالصوت والصورة والكتابة والفيديو.

### 3/ الصناعة الثقافية: Industry<sup>6</sup> cultural<sup>7</sup>

الصناعة في اللغة: من الفعل صَنَعَ وتعني: فن تحويل المواد الأولية إلى مواد للاستعمال، وصَنَعَ الشيء: عمله.<sup>8</sup>

التعريف المعجمي للصناعة: ويقصد بها تحويل المواد الأولية إلى مصنوعات وهي محور النشاط الاجتماعي في المجتمع الحديث لأن أغلبية السكان يعملون فيها كمنتجين، كما أن أفراد المجتمع يعتمدون عليها اعتمادا كلياً في

<sup>1</sup> مختار عمر، معجم اللغة العربية، ص349

<sup>2</sup> عبد الله، المعجم في المفاهيم الحديثة، ص285

<sup>3</sup> عبد الله، المعجم في المفاهيم الحديثة، ص285

<sup>4</sup> بيضون، معجم الطلاب، ص324

<sup>5</sup> عبد الله، معجم في المفاهيم الحديثة، ص286

<sup>6</sup> بيضون، معجم الطلاب، ص240

<sup>7</sup> بدوي، قاموس إكسفورد المحيط، ص255

<sup>8</sup> مختار عمر، المكنز الكبير، ص109

اشباع حاجتهم بصفتهم مستهلكين. وهي كظاهرة اجتماعية تتأثر بالظواهر الأخرى في المجتمع تؤثر فيها وتتأثر بها.<sup>1</sup>

**الثقافة في اللغة:** من الفعل تُثَقِّفَ يثَقِّفُ ثقافة فهو ثَقِيفٌ. وهي علوم ومعارف وفنون يدركها الفرد.<sup>2</sup>

**التعريف المعجمي للثقافة:** تعرف الثقافة في علم الاجتماع بأنها البيئة التي خلقها الإنسان بما فيها المنتجات المادية وغير المادية التي تنتقل من جيل إلى آخر. فهي بذلك تتضمن الأنماط الظاهرة والباطنة للسلوك المكتسب عن طريق الرموز والذي يتكون في مجتمع معين من علوم ومعتقدات وفنون وقيم وقوانين وعادات وغير ذلك.<sup>3</sup>

وتعرف أيضا بأنها القيم والمعايير والعادات والأفكار التي يشترك فيها الناس وتحدد سلوكهم، وتتكون الثقافة من الجانب المعنوي الفكري والجانب المادي.<sup>4</sup>

**إذن التعريف الموسوعي للصناعة الثقافية:** مصطلح جاء به المفكران هوركهيمر وأدورنو من مدرسة فرانكفورت في كتابهما بعنوان جدل التنوير (1982) وذلك للإشارة إلى عمليات إنتاج الثقافة الجماهيرية.<sup>5</sup>

كما يمكن تعريف الصناعة الثقافية بوجه العموم عندما يتم إنتاج سلع ثقافية وإعادة إنتاجها وتخزينها وتوزيعها على نطاق صناعي وتجاري تبعاً لاستراتيجية تقوم على اعتبارات اقتصادية، وليس على أي اهتمام كان بالتنمية الثقافية، وينطبق هذا التعريف على كل من الأشكال الثقافية المعتمدة على الإنتاج الحرفي (craft production) وعلى إعادة الإنتاج بالجملة (wage reproduction) كما هو الحال في صناعة النشر، الموسيقى، وكذلك الإعلام الذي يعتمد على استثمار رأسمالي للعمل واسع النطاق وتقنيات إنتاج جماعية مع تقسيم مفصل للعمل (مثل صناعات الأفلام والتلفزيون).<sup>6</sup>

**التعريف الإجرائي للصناعة الثقافية:** تتمثل في مجموعة الأنشطة والممارسات التي ترتبط بإنتاج وتوزيع واستهلاك المحتوى الثقافي مثل الأفلام، المسرح، الأدب، الفنون التشكيلية والموسيقى، بهدف تعزيز التفاعل الثقافي والتبادل بين الثقافات.

<sup>1</sup> أحمد زكي بدوي، معجم مصطلحات العلوم الاجتماعية، (لبنان: مكتبة لبنان، 1982)، ص215

<sup>2</sup> مختار عمر، معجم اللغة العربية، ص318

<sup>3</sup> زكي بدوي، معجم مصطلحات العلوم الاجتماعية، ص92

<sup>4</sup> محمد جمال فار، معجم المصطلحات الإعلامية، (الأردن: دار أسامة، 2014)، ص124

<sup>5</sup> أندرو وإدجار وبيتر سيدجويك، موسوعة النظرية الثقافية: المفاهيم والمصطلحات الأساسية، 2، تر. هناء الجوهري، (القاهرة:

المركز القومي للترجمة، 2014)، ص373

<sup>6</sup> مايكل باين، قاموس النظرية الثقافية والنقدية، 1، تر. هيثم غالب الناهي، (بيروت لبنان: المنظمة العربية للترجمة، 2020)، ص

4/ صناعة المحتوى: content<sup>1</sup> industry

المحتوى في اللغة: من الفعل حَوَى بمعنى حَازَ.<sup>2</sup>

احتوى على الشيء: ضمه واشتمل عليه، أحرزه وملكه.<sup>3</sup>

مُحتَوَى: اسم مفعول من احتوى و تعني مضمون.<sup>4</sup>

التعريف الموسوعي للمحتوى: ونقصد بالمحتوى وفق وجهة نظر اتصالية مجموع القرارات التي يتخذها مصدر الاتصال في اختياره وترتيبه لكل من الرموز والمضمون.<sup>5</sup>

و المحتوى كل ما يقوله الفرد من عبارات أو ما يكتبه أو ما يرمزه، أو ما تنقله الرسائل الاتصالية سواء كانت مكتوبة كما في الصحف والمجلات، أو مسموعة ومرئية كما في الإذاعة والتلفزيون، أو الاثنين معا في شبكة الأنترنت.<sup>6</sup>

إذن التعريف الموسوعي لصناعة المحتوى هو: بشكل عام الى مجمل الصناعات التي يشكل فيها المحتوى القيمة الأساسية للمنتج، وليس الجانب المادي، بمعنى أن الأرباح التي يمكن تحقيقها من نشاط صناعة المحتوى ترجع بالأساس إلى الرمزية التي يحملها المنتج، فمثلا قيمة الكتاب الحقيقية كصناعة محتوى ليست في الوسيط المادي الورقي أو غيره من الوسائط، بل في العمل الإبداعي في حد ذاته كالعامل الروائي أو البحث العلمي أو غيرهما، أي أنه في هذا الإطار لا بد من التمييز بين نوعيين من الصناعات، من جهة صناعة تهدف إلى توفير الوسائط المادية التي هي في الغالب مؤسسات الاتصال السلكي واللاسلكي في السنوات الأخيرة، ومن جهة أخرى صناعة تهدف إلى إنتاج المحتوى الثقافي من طرف الأفراد و مؤسسات الإنتاج الثقافي وغير ذلك.<sup>7</sup>

<sup>1</sup> بيضون، معجم الطلاب، ص330

<sup>2</sup> مختار عمر، المكنز الكبير، ص153

<sup>3</sup> مختار عمر، معجم اللغة العربية ، ص591

<sup>4</sup> مختار عمر، معجم اللغة العربية ، ص592

<sup>5</sup> منير حجاب، المعجم الإعلامي ، ص476

<sup>6</sup> عبد الله، المعجم في المفاهيم الحديثة، ص253

<sup>7</sup> علاوة، الصناعات الثقافية والإعلامية، ص262

وهي عمليات معالجة واستخدام أدوات تقنية متعددة لتحويل مدخلاته (التي أنتجت سلفاً) قصة فيلم، مسح ميداني، حكاية تراثية، محتوى ورقي لبرنامج إعلامي أو تلفزيوني.. إلخ، وتستخدم فيها أدوات ووسائل تكنولوجيا الاتصالات والمعلومات، أو تقنية إنتاج الوسائط الإعلامية والفنية وغيرها من وسائل إنتاج وعرف هذا المحتوى.<sup>1</sup>

**التعريف الإجرائي لصناعة المحتوى:** هي العملية التي يتم فيها إنشاء المحتوى سواء كان صوتي أو مرئي وصوتي أو مكتوب و نشره عبر الوسائط الرقمية المختلفة بهدف استقطاب وجذب الجماهير.

### 5/ صناعة المحتوى الإعلامي: Information<sup>2</sup> content industry

**التعريف الإجرائي لصناعة المحتوى الإعلامي:** وهي العملية التي تتركز على إنتاج المحتوى الإعلامي المنشور عبر وسائل الإعلام سواء التقليدية كالتلفزيون، الراديو، الصحف والمجلات، و الوسائط الرقمية الجديدة كمنصات التواصل الاجتماعي، المدونات، البودكاست و اليوتيوب، بهدف نقل المعلومات والتثقيف والتوعية والترفيه إلى الجمهور المتلقي.

### 6/ المحتوى الصوتي: (Sound / Voice)<sup>3</sup> content

**الصوت في اللغة:** من الفعل صَاتَ يَصُوتُ صوتاً، و صات الشخصُ: صاح وأحدث صوتاً.<sup>4</sup>  
صوتيّ: اسم منسوب إلى صوت، مثل (أحبال صوتية).<sup>5</sup>

**و التعريف المعجمي للصوت:** هو المثير المنبه لحاسة السمع ويكون عبارة عن موجات صوتية. والصوت الانساني من أهم وسائل التعبير عما في النفس من معاني بتراوح بين الارتفاع والانخفاض والانحباس والانطلاق والسرعة والبسط في الأداء والرقّة والفخامة، والصوت يحدث عندما يتموج الهواء الخارج من الجوف في عملية الزفير ويصطدم بالأوتار الصوتية التي في الحنجرة أثناء الاندفاع بفعل الرئتين اللتين تقومان بما يشبه عمل المنفاخ.<sup>6</sup>

**إذا التعريف الإجرائي للمحتوى الصوتي:** وهو المحتوى الذي يستهدف حاسة السمع من خلال المضامين المعروضة، كالراديو و البودكاست .

<sup>1</sup> سليمان رايح الشريف صالح و نزار محم إبراهيم الزبير، واقع صناعة المحتوى الإعلامي في ليبيا وتحدياته " دراسة استكشافية لعينة من صناعات محتوى الإعلام الرقمي"، مجلة جامعة بنغازي العلمية، 2022، ص 87

<sup>2</sup> بدوي، قاموس إكسفورد المحيط، ص 540

<sup>3</sup> بيضون، معجم الطلاب، ص 441

<sup>4</sup> مختار عمر، معجم اللغة العربية، ص 1330

<sup>5</sup> مختار عمر، معجم اللغة العربية، ص 1331

<sup>6</sup> منير حجاب، المعجم الإعلامي، ص 334

7/ البث الصوتي: <sup>1</sup>(sound / voice) broadcasting

البث في اللغة: من الفعل بَثَّ يَبُثُّ، والبثُّ: إرسال إذاعي بواسطة الراديو والتلفزيون.<sup>2</sup>

**التعريف المعجمي للبث:** نشر البرامج ونقلها عبر الموجات التماثلية أو عن طريق التقنية الرقمية، ليستقبلها الجمهور الذي لديه جهاز استقبال يتم ضبطه لتلقي إشارة أي قناة. وهو مرتبط بالمجالين الإذاعي والتلفزيوني، وأصبح حالياً أشمل ليضم أيضاً البث عبر شبكة الأنترنت، وهذا بإرسال ونشر برامج ومقتطفات صوتية ومرئية، سواء عبر مدونات ومواقع خاصة بصاحب البث، أو عن طريق شبكات التواصل الاجتماعي ومواقع الدردشة.<sup>3</sup>

**إذن تعريف البث الصوتي:** هو نشر المحتوى الصوتي عبر الموجات الصوتية التماثلية من خلال جهاز استقبال لتلقي إشارة البث من طرف الجمهور المتلقي سواء كانت الإذاعة أو الإذاعة الرقمية أو البودكاست .

8/ التدوين الصوتي: <sup>4</sup>(sound / voice) recodring

التدوين في اللغة: من الفعل دَوَّنَ، ودَوَّنَ الشيء: سجله، أثبتته بالكتابة حفظاً له من الضياع.<sup>5</sup>

**التعريف المعجمي للمدونة:** هي سجل إلكتروني أو عبارة عن صفحة ويب تظهر عليها مواضيع تكون مؤرخة ومرتبطة ترتيباً زمنياً متصاعداً. تصاحبها آلية لأرشفة النصوص القديمة، ويكون لكل موضوع منها عنوان إلكتروني لا يتغير منذ لحظة نشره يمكن للقارئ الرجوع للتدوينة.<sup>6</sup>

**والمدونة:** بصفة عامة هي موقع على الأنترنت خاص بالأشخاص أو المؤسسات، يتضمن تعليقات وآراء وأخبار و يتضمن على روابط فائقة إلى معلومات أخرى في مواقع أخرى على الشبكة، وقد أثبتت المدونات وجودها وجدواها كإحدى الخدمات الحديثة على الأنترنت، لسهولة إنشائها ونشرها وتحديثها، و توفر فرصة التفاعل مع المستخدمين المستفيدين منها في كل محتوى من المواد المنشور بها.<sup>7</sup>

**إذن التعريف الموسوعي للتدوين الصوتي:** يعرف البودكاست على أنه سلسلة من الملفات الصوتية أو المرئية، سواء كانت يومية أو أسبوعية أو شهرية، ويمكن للأشخاص الاشتراك بها والاستماع إليها في أي وقت يروونه مناسباً

<sup>1</sup>بدوي، قاموس إكسفورد المحيط، ص140

<sup>2</sup> مختار عمر، معجم اللغة العربية، ص158

<sup>3</sup> عبد الله، المعجم في المفاهيم الحديثة، ص 68

<sup>4</sup> بيضون، معجم الطلاب، ص140

<sup>5</sup> مختار عمر، معجم اللغة العربية، ص791

<sup>6</sup> عبد الله، المعجم في المفاهيم الحديثة، ص 95

<sup>7</sup> عبد الله، المعجم في المفاهيم الحديثة، ص 255

ويتكون التدوين الصوتي البودكاست من سلسلة من الحلقات الصوتية التي يتحدث فيها المضيف أو فريق المضيفين عن مواضيع محددة، يمكن أن تكون المواضيع متنوعة ومتعددة، وتشمل المناقشات الثقافية، الأخبار، التكنولوجيا، السياسة، الصحة، الرياضة، الترفيه، التعليم، والعديد من المجالات الأخرى.<sup>1</sup>

و يعرف أيضا التدوين الصوتي المرئي / البودكاست (Podcasting): البودكاستينغ تقنية تحقق مبدأ المحتوى الصوتي- أو المرئي- عند الطلب، والذي لا يرتبط بموعد بث البرنامج على الراديو إذ يمكن تحميله عند توفره على الأنترنت، وهذه رؤية وحصيلية تزواج المدونات الشخصية مع البث الإذاعي والصوت الرقمي، والبودكاست الإذاعي مختلف تماما عن الاستماع مباشرة عبر الأنترنت لأن المستمعين قادرين على حمل البرنامج معهم والاستماع له حينما يكونون مستعدين لذلك، يرى بدوي بأن البودكاست عبارة عن سلسلة ملفات وسائط متعددة صوتية أو مرئية، مثل أي ملف موجود على شبكة الأنترنت، ولكن التقنية خلف نشر هذه الملفات والتي نُبثت عبر قناة ثابتة للبث الصوتي-أو المرئي تمكن الأشخاص من الاشتراك في هذه القناة وتحميل آخر الملفات أوتوماتيكيا بمجرد الاتصال بالأنترنت ( التزامن عن طريق الويب)، ويمكن تحميل هذه الملفات عن طريق برامج خاصة تسمى "بودكاتشرز podcatchers" - يسمى كل ملف في البودكاست " حلقة episode". تتنوع البودكاستات بتنوع البرامج التلفزيونية والإذاعات وكذلك المدونات ( ولذلك تسمى في بعض الأحيان التدوين الصوتي أو المرئي، لإمكانية أي شخص تسجيل صوته أو صورته والتحدث عن ما يشاء ومن ثم تخزين الملف في جهازه ورفعها على الشبكة).<sup>2</sup>

**التعريف الإجرائي للتدوين الصوتي:** هو عملية تسجيل المحتويات الصوتية المختلفة وإنتاجها ونشرها عبر المدونات ومواقع الويب.

### 9/ تقنية البودكاست<sup>4</sup> Podcast<sup>3</sup> technique

**التقنية في اللغة:** اسم مؤنث منسوب إلى تَقَنَّ وهو أسلوب أو طريقة فنيّة في إنجاز عمل أو بحث علميٍّ ونحو ذلك، أو جملة الوسائل والأساليب والطرائق التي تختص بمهنة أو فنّ.<sup>1</sup>

<sup>1</sup>منة الله كمال موسى دياب،" التدوين الصوتي " بودكاست" في ضوء معايير الابتكار الاعلامي، تحليل من المستوى الثاني في الفترة (2018.2023)م"، المجلة المصرية لبحوث الاتصال الجماهيري كلية الاعلام جامعة بني سويف، ص 564 - 624 ،

DOI: [10.21608/mebp.2023.214305.1067](https://doi.org/10.21608/mebp.2023.214305.1067)

<sup>2</sup>عبد الرزاق غزال ، وفاء بورحلي، "البودكاست الاجتماعي بين تنمية المسؤولية وخلق الوعي الاجتماعي: دراسة وصفية على عينة من مستخدمي تدوينات المضامين الصوتية والمرئية في الجزائر" ، مجلة علوم الانسان والمجتمع المجلد 10، 04، (2021/12/30)، ص 663-645

<sup>3</sup> Alison Waters, oxford student's dictionary,( oxford university press, 2007),535

<sup>4</sup> بيضون، معجم الطلاب، ص116

البودكاست في اللغة: مصطلح ( بودكاست ) من خلال دمج كلمتي " بود " و " كاست " ليصبح " بودكاست " وهو إدغام كلمتي " آيود " ( المشغل المحمول الذي اخترعته شركة آبل الأمريكية والذي يسمح للمستخدمين بتنزيل الملفات الصوتية ) وبودكاست ( التي تعني " البث " باللغة الانجليزية ). وعبارة ( بودكاست ) التي اخترعها الصحفي بن هامرسلاي من صحيفة الغارديان، هي مصطلح يعكس هذه الخصائص.<sup>2</sup>

إذن التعريف الموسوعي لتقنية البودكاست : تسجيل لشيء ما مثل برنامج إذاعي يمكنك تنزيله (نسخه على جهاز الكمبيوتر الخاص بك) من الإنترنت والاستماع إليه على جهاز الكمبيوتر الخاص بك أو على مشغل mp3 (جهاز إلكتروني صغير لتشغيل الملفات الصوتية).<sup>3</sup>

البودكاست: كلمة "بودكاست" مشتقة من نظام تحميل الموسيقى "آبل ماكينتوش آي بود". البودكاست هو المكافئ الإذاعي لـ BLOGGING فهو يسمح للأفراد والمجموعات بتشغيل خدمة البث الإذاعي الخاصة بهم، والتي يمكن تنزيلها على شبكة الإنترنت. وكما يشير كين يونغ في مقال "فرقة الرجل الواحد" (21 يوليو 2005) في صحيفة غارديان البريطانية "مع البودكاست، ولدت محطة إذاعية الرجل الواحد". يمكن توصيل البودكاست عن طريق نظام تغذية الأخبار التلقائي المعروف باسم "البث الإذاعي البسيط حقًا (RSS) مما يتيح تنزيل البث تلقائيًا كلما تم بث المحطة.<sup>4</sup>

التعريف الإجرائي لتقنية البودكاست: هي وسيلة لنشر المحتوى الصوتي عبر الأنترنت، ويتضمن البودكاست مجموعة متنوعة من المحتوى كالحوارات، المقابلات، التعليقات والمحاضرات.

## 8- الدراسات السابقة:

### 1. الدراسات الدولية:

#### 1. سمية اليعقوبي ، البودكاست ( 2020 ):<sup>5</sup>

-انطلقت هذه الدراسة من طرح تساؤلات فرعية وهي :

<sup>1</sup> مختار عمر، معجم اللغة العربية، ص296

<sup>2</sup> منة الله كمال موسى دياب، " التدوين الصوتي " بودكاست" في ضوء معايير الابتكار الاعلامي، تحليل من المستوى الثاني في الفترة (2018.2023)م"، المجلة المصرية لبحوث الاتصال الجماهيري كلية الاعلام جامعة بني سويف، ص 564 - 624 ، DOI: [10.21608/mebp.2023.214305.1067](https://doi.org/10.21608/mebp.2023.214305.1067)

<sup>3</sup> Waters, oxford, 535

<sup>4</sup> James waston and anne hill , dictionary of media and communication studies,8th edition,( London: bloombury publishing Academic, 2012) 251

<sup>5</sup> سمية اليعقوبي ، البودكاست: متطلبات العمل وخصائص المحتوى "دراسة حالة بودكاست الجزيرة "، معهد الجزيرة للإعلام ، د-ر-م، د-ر-ع، زمالة الجزيرة ، 2020

\_\_ ما محددات وأطر العمل المتبعة في تنفيذ برامج بودكاست الجزيرة؟

\_\_ ما خصائص العملية الإنتاجية لمحتوى بودكاست الجزيرة؟

\_\_ ما سمات المحتوى في بودكاست الجزيرة؟

وهدفت الدراسة إلى تحليل تجربة التدوين الصوتي في بودكاست الجزيرة وذلك عبر تحقيق الأهداف التالية :

\_\_ كشف وتحليل أطر العمل المتبعة في تنفيذ البودكاست

\_\_ تحليل خصائص العملية الإنتاجية في بودكاست الجزيرة

\_\_ تحليل سمات الخطاب المستخدم والدوافع الاتصالية والمعرفية المرتبطة به والقضايا السائدة في المحتوى.

- استخدمت الباحثة في دراستها المنهج الوصفي التحليلي الذي يهدف إلى وصف تجربة البودكاست "بودكاست الجزيرة". أما الأداة فقد اعتمدت الباحثة على المقابلة وأداة تحليل المحتوى وعليه كانت عملية تحليل المحتوى في بودكاست "بعد أمس" تمثلت أولاً في سمات وخصائص المضمون ولخصتها في ستة فئات، ثانياً تمثلت في خصوصية الشكل في برنامج "بعد أمس" ولخصتها في فئتين. والعينة اعتمدت الباحثة في دراستها على العينة العشوائية البسيطة في دراسة وتحليل مضمون حلقات من برنامج "بعد أمس" الذي تم إنتاجه داخل مؤسسة الجزيرة وتمثلت نسبة 20% منها بواقع عشر حلقات أي عينة الدراسة هي عشرة حلقات من برنامج "بعد أمس".

- تمثلت نتائج هذه الدراسة في عبارة خلاصات و النقاش وعليه أهم الخلاصات هي:

\_\_ إن قيمة المحتوى عبر البودكاست تتمثل في كونه منتجاً معرفياً متكاملًا، لا يقوم على المصادر الجامدة والمعروفة من المعلومات، مثل الاعتماد المستمر على الخبراء والمحللين اللذين يظهرون عبر وسائل الإعلام التقليدية لتحليل الموضوعات والأحداث المختلفة فحسب .

\_\_ يمثل بودكاست الجزيرة محاولة لإعادة تقييم المعرفة السياسية وفق توجهات الجزيرة وسياساتها التحريرية في عالم يزخر بالأخبار اليومية، ينفصل فيها المتلقي العربي عن الحالة المضطربة لصناعة الأخبار من قتل ورؤية حالة عدم الاستقرار ، محاولاً تجاوز العبء اليومي الناتج عنها، بحثاً عن مواد معرفية أقل حدة وتأثيراً .

\_\_ تعتمد الجزيرة عبر بودكاست "بعد أمس" على أنسنة المحتوى بالاعتماد على قصص الخبراء وعلاقتهم المباشرة بالموضوعات والقضايا وآليات انسجامهم معها حياتياً ووظيفياً.

تتفق هذه الدراسة مع دراستنا باختيارها نفس المنهج المعتمد وتختلف في اختيار العينة إذ اعتمدت الباحثة على العشوائية المنتظمة ودراستنا اعتمدت على العينة العشوائية البسيطة و استفدنا منها في الجانب التطبيقي بمقارنة نتائجها مع نتائج دراستنا.

## 2. ياسمين أحمد على حسن (2023)<sup>1</sup>

-إنطلقت مشكلة الدراسة من تقسيم التساؤل الرئيسي إلى تساؤلات الشكل وطرحت كالاتي :

ما سمات شكل الحلقات الموسم الأول من بودكاست "مطب العشرين"؟

وتساؤلات المضمون من بينها:

ما الموضوعات والقضايا التي تم مناقشتها، وماهي المحاور التي تم مناقشتها في كل قضية مطروحة؟

وهدف هذه الدراسة إلى:

\_حصر سلاسل البودكاست المصري التي تستهدف الشباب على وجه الخصوص، أو التي تعرض الموضوعات المتعلقة بمرحلة الشباب ومشكلاتها على المنصات الأكثر شعبية بين الشباب.

\_التعرف على كيفية تناول السلسلة لمرحلة الشباب من حيث: القضايا والتحديات المعروضة والأطر المقدمة من خلالها، القوى الفاعلة فيها وأساليب البرهنة والإقناع المستخدمة.

\_تحليل مدى الالتزام بمعايير المسؤولية الاجتماعية من جانب مقدمي الحلقات، سواء في بعدها المهني أو الاجتماعي.

-استخدمت الباحثة في الدراسة منهج تحليل المضمون الكمي والكيفي واختارت الباحثة بودكاست "مطب العشرين"، واعتمدت الباحثة على أداة إستمارة تحليل المضمون للاعتماد عليها في كل من التحليل الكمي والكيفي، وكان عدد الوحدات المستخدمة هو أربع وحدات أما فئات التحليل احتوت الإستمارة على تسعة عشر فئة رئيسية، اندرج تحتها ثمانية وثمانون فئة فرعية وكان مزيجاً بين فئات كيف قيل؟ و ماذا قيل؟

- توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج تحت عنوان مناقشة النتائج وعليه تم مناقشة النتائج في هذه الدراسة وفق محورين أساسيين، المحور الأول يتعلق بكيفية تناول مرحلة العشرين في بودكاست من

<sup>1</sup> ياسمين أحمد على حسن، أطر معالجة قضايا الشباب في بودكاست "مطب العشرين" في ضوء النظرية المسؤولية الاجتماعية، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، د-م، رقم العدد 82 "الجزء الثاني"، جامعة القاهرة ، أبريل /يونيو 2023

حيث القضايا والأطروحات والمعالجات، والمحور الثاني يتعلق بمدى التزام القائمين بالاتصال بمعايير المسؤولية الاجتماعية وعليه أهم النتائج المناقشة في المحور الأول هي:

تم التركيز على القضايا الإنسانية والاجتماعية في المرتبة الأولى وكانت الموضوعات متنوعة ووثيقة الصلة بمرحلة الشباب.

تم استخدام أطر التفسير وتقديم الحلول والاهتمامات الإنسانية في المراتب الأولى، وهو ما مثل إيجابية في طرح الموضوعات.

أما أهم النتائج المناقشة في المحور الثاني هي:

على الرغم من الموضوعات حلقات الموسم الأول كانت بالفعل على تماس مع العديد من الموضوعات والقضايا الهامة التي يمر بها الشباب في تلك المرحلة العمرية، إلا أنه غابت عنهم في بعض الأحيان احترافية ومهنية تناول الموضوعات سواء فيما يتعلق بمستوى اللغة أو في الطرح الفكري للموضوعات.

اتضح من بيانات التحليل الكمي والكمي غياب الالتزام بالمسؤولية المهنية والاجتماعية في ذلك الموسم، وعلى عدة محاور خاصة فيما يتعلق بمعايير المسؤولية المهنية بشكل أكبر من معايير المسؤولية الاجتماعية.

- تتفق هذه الدراسة مع دراستنا باختيار نفس المنهج ونفس الأداة وتختلف مع دراستنا في زاوية المعالجة فالباحثة عالجت البودكاست في ظل نظرية المسؤولية الاجتماعية، أما دراستنا فندرس البودكاست كتقنية من تقنيات الوسائط الجديدة. و استفدنا من هذه الدراسة في الجانب المنهجي من جهة طرح الإشكالية والتساؤلات الفرعية بالإضافة إلى الجانب التطبيقي استفدنا منها في طريقة عرض النتائج والتي كانت في شكل محورين.

## 2. الدراسات الوطنية:

### 1. أمينة كلفاح(2023)<sup>1</sup>

انطلقت الدراسة من طرح التساؤل التالي: ما واقع صناعة المضمون الإعلامي العربي الرقمي عبر المدونات الصوتية "البودكاست"؟ وماهي سمات محتوى برنامج "البعد الآخر" في بودكاست العربية؟

<sup>1</sup> أمينة كلفاح، واقع صناعة المحتوى الإعلامي العربي الرقمي عبر مدونات الصوتية " دراسة تحليلية لبودكاست " البعد الآخر " من العربية بودكاست ، المجلة الدولية للاتصال الاجتماعي، رقم المجلد 10، رقم العدد 04، جامعة عبد الحميد بن باديس مستغانم، 2023/12/31.

اعتمدت الباحثة في دراستها على المنهج الوصفي، أما الأداة فقد كانت استمارة تحليل المضمون وقسمت الباحثة الإستمارة إلى وحدات التحليل وهي أصغر عنصر في تقنية التحليل، وإلى فئات التحليل. وقسمتها الأخيرة الى شقين الشق الأول كان تحت فئات ماذا قيل؟ (المضمون) وكان عددها خمس فئات، والشق الثاني كان تحت فئات كيف قيل؟ (الشكل) وكان عددها فئتين، أما العينة تمثلت في جميع حلقات برنامج " البعد الآخر " للعربية للفترة التي قامت بتحديدتها الباحثة وهي تتوزع تقريبا على ستة اشهر تقريبا، حيث ييثر هذا البرنامج بمعدل حلقة كل أسبوع ليكون بذلك عدد مفردات عينة البحث هو ثلاثة عشر حلقة.

- توصلت الباحثة إلى مجموعة من النتائج أهمها:

إن طبيعة الموضوعات المعروضة عبر الحلقات تركز بشكل كبير في القضايا السياسية.

إن الشخصيات والدول المرتبطة بالقضايا الجيوسياسية سابقة الذكر تحتل هي أيضا نصيبا كبيرا من مضامين حلقات البودكاست.

الإطار الجغرافي للقضايا المطروحة عبر حلقات البرنامج هو الآخر يدور في نفس الفلك.

يعتمد البرنامج بشكل أساسي في العرض على اللغة العربية الفصحى.

-تتفق هذه الدراسة مع دراستنا باختيار نفس الأداة. استفدنا من هذه الدراسة في الجانب التطبيقي وذلك في تفسير نتائج التحليل.

## 2. عبير جواد (2018/2019) <sup>1</sup>

-انطلقت الدراسة من طرح التساؤل الرئيسي التالي:

كيف عالج البودكاستر الجزائري "أنس تينا" الواقع السياسي في الجزائر من خلال فيديوهات ("راني زعفان"، "رسالة إلى البرلمانيين"، "خسارة عليك"، "انت لا تستطيع")؟

وهدفت الدراسة إلى:

الكشف عن المواضيع السياسية التي حاول البودكاستر "أنس تينا" بثها من خلال فيديوهات

<sup>1</sup> عبير جواد، معالجة الواقع السياسي في الجزائر عبر البودكاست "دراسة وصفية تحليلية لعينة من فيديوهات البودكاستر "أنس تينا"، رسالة مقدمة لنيل درجة الماجستير، كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية، قسم العلوم الإنسانية، تخصص سمعي بصري، جامعة العربي بن مهيدي ام البواقي، 2019 / 2018

التعرف على الاساليب الفنية التي استخدمها "أنس تينا"

معرفة مدى تجسيد المدون أنس تينا للواقع السياسي في الجزائر من خلال فيديوهات

- استخدمت الباحثة في دراستها منهج تحليل المحتوى وعليه قامت بتحليل محتوى فيديوهات البودكاستر أنس تينا التي عالج فيها الواقع السياسي في الجزائر تحليلا موضوعيا للوصول إلى نتائج دقيقة. أما الأداة فقد استخدمت إستمارة تحليل المحتوى وتضمنت الأخيرة (البيانات الأولية ، البيانات الخاصة بالوثيقة، دليل التعريفات الإجرائية). أما بخصوص فئات التحليل فقد قسمتها الباحثة أولا إلى فئات الشكل أي كيف قيل؟ وكان عددها أربعة فئات، وثانيا إلى فئات المضمون أي ماذا قيل؟ وتضمنت خمسة فئات. أما العينة اعتمدت الباحثة على العينة القصدية، وقد تم اختيار فيديوهات البودكاستر " أنس تينا " التي تتناول الواقع السياسي في الجزائر، حيث اختارت أربعة فيديوهات في الفترة الممتدة من 2017 إلى 2019 بصورة مباشرة وقصدية.

-توصلت الدراسة إلى مجموعة من نتائج أهمها:

البودكاستر "أنس تينا" حاول تناول كل قضايا المجتمع في الجزائر ، وقد كانت السياسية هي الإطار الذي طرح فيه قضاياها.

عبر البودكاستر من خلال فيديوهات وبتناوله لمختلف القضايا والفئات الاجتماعية عن نموذج المواطن الواعي والمتابع لشأن بلده، بل والمطلع على السياسات المطروحة.

-تتفق الدراسة هذه مع دراستنا في المنهج المختار والأداة، و تختلف في اختيار نوع البودكاست فقد اختارت الباحثة بودكاست سمعي مرئي و اخترنا في دراستنا بودكاست صوتي.

استفدنا من هذه الدراسة في تفسير ومقارنة النتائج المتحصل عليها بعد التحليل في الجانب التطبيقي مع نتائج دراستها.

## 2. الدراسات المحلية:

### 1. بربيع أسماء، ميلودي رميصاء (2020/2021) <sup>1</sup>

ركزت هذه الدراسة في البحث على كيفية معالجة القضايا الاجتماعية في الجزائر من خلال تقنية البودكاست الفكاهي وعليه تنطلق دراستهم من التساؤل الرئيسي: كيف يعالج البودكاست الفكاهي

<sup>1</sup> بربيع أسماء، ميلودي رميصاء، الاعلام الإلكتروني والقضايا الاجتماعية في الجزائر "تقنية البودكاست الفكاهي نموذجاً"، رسالة مقدمة لنيل درجة الماجستير، كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية، الميدان العلوم الإنسانية، شعبة علوم الإعلام والاتصال ، تخصص الاتصال الجماهيري والوسائط الجديدة، جامعة قاصدي مرياح ورقلة، 2020\2021

الجزائري القضايا والمشكلات الاجتماعية عبر الفيديوهات التي تنشر في مواقع التواصل الاجتماعي؟ وهدفت الدراسة إلى إبراز دور البودكاست في معالجة القضايا الاجتماعية من خلال الفكاهة، والتعرف على أهم القضايا الاجتماعية التي حاولت البودكاستر نحلة من خلال فيديو هاتها و التعرف على الأساليب الفنية التي استخدمتها المدونة نحلة في فيديوهاتها.

استخدمت الدراسة منهج تحليل المضمون وعليه هذه الدراسة قامت بتحليل محتوى فيديوهات البودكاستر "نحلة" التي تعالج فيها الواقع الاجتماعي في الجزائر من خلال طرح القضايا الاجتماعية بأسلوب فكاهي تحليلاً موضوعياً للوصول إلى نتائج دقيقة، أما أداة الدراسة فكانت إستمارة تحليل المضمون، وعليه كانت فئات التحليل هي فئات الشكل وكان عددها خمسة فئات وفئات المضمون وصل عددها إلى سبعة فئات، وعينة الدراسة التي اعتمدها الباحثان هي العينة القصدية ومن خلالها اختاروا ستة فيديوهات للبودكاستر نحلة .

وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج من أهمها : اعتمدت المدونة نحلة في عرض فيديوهاتها على قالب الخطاب المباشر نسبة عالية والتي قدرت بـ 45,46% ، بينما قالب المقابلة والتعليق بنسبة 27,27% كون الخطاب المباشر يتميز بالقدرة على إعطاء كمية هائلة من المعلومات في مدة زمنية قصيرة، وظهر من خلال المدونة عن القضايا الاجتماعية المعالجة وذلك بتقديم معلومات بأسلوب فكاهي ينقل فيه معاناة المواطن الجزائري من مختلف المشكلات الاجتماعية التي تواجهه .

لم تعتمد المدونة نحلة على المؤثرات الصوتية بشكل كبير في الفيديوهات والتي قدرت نسبة وجودها بـ 33,33% وغياها بنسبة 66,67% وذلك لإضفاء واقعية أكثر على المشاهد المعروضة والتعايش معها ولتعطي مزيداً من التأثير و تلفت انتباه المشاهد والاستماع إلى الرسائل والمعاني المباشرة بشكل أكبر .

أما نقاط الاتفاق بين هذه الدراسة ودراستنا هي الاعتماد على نفس المنهج والأداة

وتختلف مع دراستنا في اختيار بودكاست سمعي بصري عبر اليوتيوب في معالجة القضايا الاجتماعية في حين دراستنا تركز على إبراز تقنية البودكاست الصوتي في معالجة مختلف المواضيع.

استفدنا من هذه الدراسة في تفسير نتائج التحليل المتوصل إليها في دراستنا ومقارنتها بنتائجها.

2. العابد السيد علي ، بن يحي عبد الرؤوف (2016/2017)<sup>1</sup>

انطلقت هذه الدراسة من إشكالية او تساؤل رئيسي وهو : ما هو تأثير اليوتيوب من خلال البرامج البودكاست على الطلبة الجامعيين الجزائريين ؟

وهدفت الدراسة إلى مجموعة من الأهداف أهمها:

\_ معرفة الأسباب التي تكمن وراء متابعة الطلبة الجامعيين برامج البودكاست من خلال اليوتيوب

\_ المكانة التي يحتلها اليوتيوب أوساط الطلبة في ظل وجود مواقع التواصل الاجتماعي الأخرى

\_ الوصول إلى الإشباع المحققة للطلبة الجامعيين جراء متابعتهم لبرامج البودكاست، واستخدم الباحثان في هذه الدراسة المنهج الوصفي التحليلي من أجل وصف وتحليل نتائج تأثير برامج البودكاست على طلبة الماستر قسم علوم إعلام واتصال بجامعة ورقلة الذين يستخدمون اليوتيوب من أجل متابعة برامج البودكاست، عن طريق العينة المختارة منهم والوصول إلى نتائج نهائية يمكن تعميمها على مجتمع بحث الدراسة، أما الأداة فقد اعتمد الباحثان في دراستهما على إستمارة الاستبيان وقسموها إلى ثلاث محاور ، ألا وهي المحور الاول عادات وأنماط استخدام الطلبة لموقع اليوتيوب من أجل متابعة برامج البودكاست وقد اشتمل على ستة عبارات، والمحور الثاني دوافع الطلبة لمشاهدة برامج البودكاست بواسطة اليوتيوب وقد اشتمل على ستة عبارات، والمحور الثالث الإشباع المحققة من خلال متابعة برامج البودكاست بواسطة اليوتيوب والتأثيرات الناجمة عنها وقد اشتمل على ستة عبارات إضافة إلى جدولين لقياس التأثيرات الإيجابية والسلبية، يحتوي الأول على تسعة عبارات والثاني سبع عبارات، والعينة كانت العينة القصدية وعليها كانت العينة في هذه الدراسة هي طلبة سنة أولى ماستر وثانية ماستر علوم الإعلام والاتصال بكلتا تخصصاتهما، وعليه اختارنا عينة تتكون من 65مفردة أي ما يفوق نسبة 15% من مجتمع البحث .

-خرجت الدراسة بمجموعة من النتائج إذ قسم الباحثان النتائج التي توصلوا إليها إلى شقين، الشق الأول كان عبارة عن مناقشة الفرضيات والشق الثاني كان عبارة عن النتائج العامة والتي توصلوا إليها ومن أهمها:

<sup>1</sup> العابد السيد علي، بن يحي عبد الرؤوف، تأثير اليوتيوب من خلال برامج البودكاست على الطلبة الجامعيين " دراسة ميدانية على عينة من طلبة ماستر قسم الإعلام والاتصال لجامعة قاصدي مرباح "، رسالة مقدمة لنيل درجة الماستر، كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية، ميدان العلوم الإنسانية، القسم علوم الإعلام والاتصال، تخصص تكنولوجيا الاتصال الحديثة، جامعة قاصدي مرباح ورقلة، 2016\2017

— يعتبر اليوتيوب أحد أهم مواقع التواصل الاجتماعي الذي لقي صدى في أوساط الطلبة المبحوثين وهذا من أجل متابعة برامج البودكاست.

— بالنسبة لعادات وأنماط استخدام الطلبة لموقع اليوتيوب من أجل متابعة برامج البودكاست فقد تبين أن أغلب الطلبة لا يتابعون برامج البودكاست عن طريق اليوتيوب بصفة منتظمة بنسبة 57,6% ويفضل 45,8% منهم متابعتها ليلا ويقضي 79,7% منهم أقل من ساعتين في متابعة هذه البرامج عن طريق اليوتيوب.

— أما بالنسبة للإشباع المحققة من خلال متابعة برامج البودكاست بواسطة اليوتيوب والتأثيرات الناجمة عنها فقد توصلنا إلى أن 1,83% من العينة أحيانا تكون برامج البودكاست مساعدة في معرفة ما يجري من أحداث وطنية، وأن هذه البرامج تساهم في التوعية بقضايا المجتمع بالنسبة 83,1% من المبحوثين كما أن برامج البودكاست تغير في أفكار 79,7% من المبحوثين حول مجتمعهم وتقدم هذه البرامج حلولاً لبعض المشاكل بالنسبة لـ 64,4% من المبحوثين.

تختلف هذه الدراسة مع دراستنا في اختيار العينة القصدية في حين اعتمدنا في دراستنا على العينة العشوائية البسيطة وتختلف في كونها دراسة ميدانية بينما دراستنا دراسة تحليلية.

استفدنا من هذه الدراسة في الجانب المنهجي والنظري للدراسة في طرح موضوع عن الوسائط الجديدة.

### 9- المقاربة النظرية للموضوع الحتمية التكنولوجية:

#### 1- التعريف بالنظرية و تطورها:

#### 1. التعريف بالنظرية الحتمية التكنولوجية:

ترجع أصول نظرية الحتمية التكنولوجية إلى أعمال كلاً من: هارولد إينيس ومارشال ماكلوهان، اللذان أعطيا دوراً رئيساً للوسائل في عملية الاتصال. وتحليل التكنولوجيا المستخدمة في كل عصر، وركزا على قوة التكنولوجيا في عملية التغيير الاجتماعي.

يرى ماكلوهان أن المواصفات الأساسية لوسيلة الاتصال المسيطرة في فترة من الفترات هي التي تؤثر في كيفية التفكير وكيفية تنظيم المجتمع أكثر من مضمون الرسالة الإعلامية.

ولم تنزل نظرية ماكلوهان التي ظهرت قبل أكثر من أربعة عقود، وحتى اليوم من أكثر النظريات الإعلامية انتشاراً ووضوحاً في الربط بين الرسالة الإعلامية، والوسيلة الإعلامية، من خلال تأكيدها على أهمية ودور الوسيلة في

تحديد نوعية الاتصال وتأثيره، إذ يرى ماكلوهان، أن الوسيلة هي الرسالة، أي لا يمكن فهم الرسالة الإعلامية إن لم تكن الوسيلة التي تبث عبرها الرسالة واضحة ومتطورة.<sup>1</sup>

## 2. نشأة وتطور النظرية الحتمية التكنولوجية:

تعود جذور نشأة نظرية الحتمية التكنولوجية للباحث الكندي مارشال ماكلوهان إلى أبحاث معلمه هارولد إينيس والتي لخصت من خلال دراستيه "الإمبراطورية والاتصالات" في 1950 و "انحراف الاتصال" في 1951، والتي انطلق فيهما بعد اعتقاده بأن تكنولوجيا الاتصال تشكل أساس العمليات السياسية والاقتصادية، ولكنه كان قد أعلن فرضيته هذه وبدأ في اختبارها متأخراً، وذلك بعد ما لاحظ السيطرة الأمريكية والبريطانية على بلده كندا، واللذان جاءتا بنظام تكنولوجي اتصالي قوي ضارب في قلب الحياة الثقافية في كندا مهددا التنظيم الاجتماعي في ظل وجود أزمة انحرافات تكنولوجية. وتعتبر فرضيات إينيس وأبحاثه بمثابة اللبنة الأساسية لميلاد نظرية جديدة تهتم بأثر تكنولوجيا الاتصال على ثقافة المجتمع، وقدراتها على إحداث التغيير به، والتي أطلق عليها صاحبها مارشال ماكلوهان تسمية "الحتمية التكنولوجية".<sup>2</sup>

و بالرغم من أن مارشال ماكلوهان لم يكن عالم اتصال بل كان مختصاً وأستاذاً في الأدب الإنجليزي في جامعات كندا وأمريكا، وهذا ما سمح له بدراسة متأنية للتاريخ وتتبع مسارات تطور الاتصال ما بين عصر الطباعة الذي رأى أنه أضفى طابع الفردية في الحضارة الأوروبية، إلى عصر الراديو و من ثم التلفزيون الذي جاء كما يقول فيما يشبه التبشير بتحويلات أعادت البشر إلى عصر الجماعية الأسرية أو حتى التجمع القبلي، وهو ما أوصل العالم في تصورات الرائدة أن أصبح أقرب إلى قرية إلكترونية.<sup>3</sup>

و من أهم الأفكار التي تبناها مارشال ماكلوهان من معلمه إينيس أن التاريخ الحديث للمجتمعات الغربية ما هو إلا تاريخ لاتصال متحيز، تاريخ سيطر عليه المطبوع وتحكم فيه، فأصبحت المعرفة حكراً على فئة دون أخرى، بل أن معظم آفات العصر من فردانية وحفاظ على الخصوصية ونسبية في القيم هي وليدة هذا النمط الاتصالي، الذي قتل تقليد الاتصال الشفهي المبني على الكلمة المسموعة وعلى الإيمان بما يقال ويسمع. ويشير إلى أن كل الاختراعات التكنولوجية لها دور في هذا الأثر، وهذه التأثيرات بدأت عندما بدأ المجتمع يعتمد على وسائل الإعلام، فهي بدورها لم تعد وسائل لنقل المعلومات فقط بل تقول لنا ما هو نوع العالم الموجود، وتتلخص فكرته في أن كل حقبة زمنية كبرى في التاريخ، تستمد شخصيتها المتفردة من نوع الوسيلة الإعلامية الواسعة الانتشار

<sup>1</sup> عادل فهمي، التربية الإعلامية تكوين المتلقي الناقد، 1، (وكالة الصحافة العربية، 2023)، ص 97

<sup>2</sup> لبنى سويقات ، عبد القادر عبد الإله، "الحتمية التكنولوجية": مدخل نظري لدراسة استعمالات الإعلام الإلكتروني"، مجلة اللوحات للبحوث والدراسات المجلد 02، 09، (2016) ص 875-899

<sup>3</sup> لبنى سويقات ، عبد القادر عبد الإله، "الحتمية التكنولوجية": مدخل نظري لدراسة استعمالات الإعلام الإلكتروني"، مجلة اللوحات للبحوث والدراسات المجلد 02، 09، (2016) ص 875-899

والاستعمال آن ذاك، وتعبّر عمّا يعتقدّه أفرادّه وكيف يتصرفون وأشكال السلوك السائدة، وتقدم لنا تصورا عن حضارة، لأن وسائل الإعلام المستخدمة في كل مرحلة ساعدت على تشكيل المجتمعات أكثر من المضمون.<sup>1</sup>

وعلى هذا الأساس يجد كل من إينيس و ماكلوهان أن تطور التواصل الحضاري للإنسان قد مرّ بـ:

أ- المرحلة الشفوية: تعتمد كلياً على الاتصال الشفهي، وهي مرحلة ما قبل التعلم أي قبلية واستغرقت معظم التاريخ البشري.

ب- مرحلة كتابة النسخ: التي ظهرت بعد هوميروس في اليونان القديمة واستمرت ألفي عام.

ت- عصر الطباعة: من سنة 1500م إلى سنة 1900م تقريباً.

ث- عصر وسائل الإعلام الإلكترونية: من سنة 1900م تقريباً حتى الوقت الحالي.<sup>2</sup>

و يؤمن ماكلوهان بوجود علاقة بين تكنولوجيا الإعلان والمجتمعات التي تظهر فيها، وقدرتها على إحداث التغيير فيها، بل اعتبر أن أي مشكك في وجود هذه العلاقة وقوتها في إحداث التحول المجتمعي هو بعيد كل البعد عن الواقع الاجتماعي.<sup>3</sup>

## 2- فرضيات نظرية الحتمية التكنولوجية و مفاهيمها:

### 1. فرضيات النظرية:

#### أولاً- وسائل الاتصال هي امتداد لحواس الإنسان:

يرى مارشال ماكلوهان أن الناس يتكيفون مع ظروف البيئة في كل عصر من خلال استخدام حواس معينة ذات صلة وثيقة بنوع الوسيلة الاتصالية المستخدمة. فطريقة عرض وسائل الإعلام للموضوعات، وطبيعة الجمهور الذي تتوجه إليه، تؤثران على مضمون تلك الوسائل. فطبيعة وسائل الاتصال التي تسود في فترة من الفترات هي التي تكوّن المجتمعات أكثر مما يكوّن مضمون الرسائل الاتصالية، ويعتقد ماكلوهان فيما يسميه الحتمية التكنولوجية، أي أن المخترعات التكنولوجية المهمة هي التي تؤثر على تكوين المجتمعات. ويرى ماكلوهان أن التحوّل الأساسي في الاتصال التكنولوجي يجعل التحولات الكبرى تبدأ لدى الشعوب، ليس فقط في التنظيم الاجتماعي، وإنما في الحواس الإنسانية أيضاً. وبدون فهم الأسلوب الذي تعمل بمقتضاه وسائل الإعلام، لن

<sup>1</sup> لبنى سويقات ، عبد القادر عبد الإله، " الحتمية التكنولوجية ": مدخل نظري لدراسة استعمالات الإعلام الإلكتروني"، مجلة الواحات للبحوث والدراسات المجلد02،09، (2016) ص 875-899

<sup>2</sup> نور الدين تواتي، " ماكلوهان مارشال...قراءة في نظرياته بين الأمس و اليوم"، مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، 10، (مارس 2013)، ص 177-190

<sup>3</sup> لبنى سويقات ، عبد القادر عبد الإله، " الحتمية التكنولوجية ": مدخل نظري لدراسة استعمالات الإعلام الإلكتروني"، مجلة الواحات للبحوث والدراسات المجلد02،09، (2016) ص 875-899

نستطيع فهم التغيرات الاجتماعية والثقافية التي تطرأ على المجتمعات، فأى وسيلة جديدة هي امتداد للإنسان، تؤثر على طريقة تفكيره وسلوكه، فكاميرا التلفزيون تمد أعيننا، والميكروفون يمد أسمعنا، والآلات الحاسبة توفر الجهد العقلي وتؤدي إلى امتداد الوعي. ومن الناحية السياسية يرى ماكلوهان أن وسائل الإعلام الإلكترونية حولت العالم إلى ( قرية عالمية) تتصل جميع أجزائها بعضها ببعض، وتحت تلك الوسائل على العودة للحياة القبلية.<sup>1</sup>

### ثانيا - الوسيلة هي الرسالة:

أي أن طبيعة كل وسيلة وليس مضمونها هي الأساس في تشكيل المجتمعات، وحسب ماكلوهان فإن الرسالة الأساسية في التلفزيون هي التلفزيون نفسه، كما أن الرسالة الأساسية في الكتاب هي المطبوع، فالمضمون غير مهم، بل المهم هو الوسيلة التي تنقل المضمون، على اعتبار أن لكل وسيلة جمهورا معيناً يفوق حبه لهذه الوسيلة اهتمامه بمضمونها، وهو يتكيف مع ما تعرضه الوسيلة بخصائصها ومميزاتها المختلفة، فكما يحب الناس القراءة من أجل الاستمتاع بتجربة المطبوع، فإنهم يحبون التلفزيون بسبب الشاشة التي تعرض الصور والصوت والحركة والألوان.<sup>2</sup>

### ثالثا- الوسائل الباردة والوسائل الساخنة:

أهم ما جاء في نظرية ماكلوهان عن وسائل الاتصال، أنه يقسم هذه الوسائل إلى وسائل باردة ووسائل ساخنة ويقصد بالوسائل الباردة تلك التي تتطلب من المستقبل جهداً إيجابياً في المشاركة والمعايشة والاندماج فيها، أما الوسائل الساخنة فهي تلك الوسائل الجاهزة المحددة نهائياً، فلا تحتاج من المشاهد أو المستمع إلى جهد يبذل أو مشاركة أو معايشة، فالكتابة والتلفون والتلفزيون ووسائل باردة، أما الطباعة والإذاعة والسينما فهي وسائل ساخنة.<sup>3</sup>

الوسيلة الساخنة أو التجربة الساخنة درجة وضوحها مرتفعة أو هي أقرب للأشياء الطبيعية، فهي على درجة عالية من الفردية، كما أن بها قدراً كبيراً من المعلومات المطلوبة ولا تحتاج إلى مساهمة كبيرة من جانب المتلقي.<sup>4</sup>

<sup>1</sup> حسن عماد مكاي و ليلي حسين السيد، الاتصال ونظرياته المعاصرة، 1، (مصر: الدار المصرية اللبنانية، 1998)، ص 274-275

<sup>2</sup> أحمد بودادة، دور الإعلام الرقمي في صناعة الرأي العام دراسة مسحية لاستخدامات قادة الرأي لمنصة تويتر الرئيس الأمريكي دونالد ترمب - نموذجاً-، أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه طور ثالث LMD في علوم الإعلام والاتصال، تخصص إعلام واتصال، كلية العلوم الإنسانية والعلوم الاجتماعية، شعبة علوم الإعلام والاتصال، جامعة محمد خيضر بسكرة، الجزائر، السنة الجامعية 2020/2019، ص 24

<sup>3</sup> زهير عبد اللطيف عابد، الاعلام الجماهيري، 2، (الأردن: دار البازوري، 2015)، ص 84

<sup>4</sup> نور الدين تواتي، "ماكلوهان مارشال...قراءة في نظرياته بين الأمس و اليوم"، مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، 10، (مارس 2013)، ص 177-190

أما الوسيلة الباردة فدرجة وضوحها منخفضة والمعلومات التي تنقلها أيضا منخفضة وتتطلب من الجمهور المساهمة لتكملة التجربة.<sup>1</sup>

### 2. المفاهيم:

الاحتمية: تعني عملية اعتماد متغير واحد من دون المتغيرات الأخرى في تفسير الظواهر، كأن يفسر المجتمع على أساس الصناعة فقط، فتكون هذه حتمية تكنولوجية.<sup>2</sup>

التكنولوجية: التكنولوجيا هي كلمة ذات أصل يوناني تتكون من مقطعين، الأول: Techno ويعني حرفه أو مهارة أو فني، أما المقطع الثاني: Logy فيعني علم أو دراسة ومن هنا كلمة تكنولوجيا تعني الأداء أو علم التطبيق. وأورد الكثير من العلماء العديد من التعريفات من بينها: التكنولوجيا هي عملية شاملة تقوم بتطبيق العلوم والمعارف بشكل منظم في ميادين عدة لتحقيق أغراض ذات قيمة علمية للمجتمع.<sup>3</sup>

القرية الكونية أو القرية العالمية: في منتصف الستينات من القرن العشرين، طرح عالم الاتصال الشهير مارشال ماكلوهان ما أسماه بالقرية الكونية أو القرية العالمية، حيث أعلن في كتابه المنشور عام 1967 بعنوان ( الوسيلة هي الرسالة)، أننا نعيش في قرية عالمية وإن الوسائل الالكترونية الحديثة ربطت كلاً منّا بالآخر، وبالتالي فإن المجتمع البشري لن يعيش في عزلة بعد الآن، وهذا يجبرنا على التفاعل الجماعي والمشاركة، فقد تغلبت الرسائل الالكترونية على قيود الوقت والمسافة. وكان مارشال ماكلوهان صاحب رؤية ثابتة حينما طرح فكرته عن القرية العالمية، إذ أدرك التطورات الهائلة في تكنولوجيا الاتصال وما يمكن أن تؤدي إليه من تقريب وإذابة الحواجز بين قارات العالم.<sup>4</sup>

<sup>1</sup> نور الدين تواتي، "ماكلوهان مارشال...قراءة في نظرياته بين الأمس و اليوم"، مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، 10، (مارس 2013)، ص 177-190

<sup>2</sup> ياسين قرناني، "قراءة تحليلية لنظرية الحتمية التكنولوجية والحتمية القيمية-بين مارشال ماكلوهان وعبد الرحمن عزي"، ص 65-73

<sup>3</sup> رشيد بن راشد و حسنية بلحاج، "مقاربة الحتمية التكنولوجية ( دراسة تاريخية تحليلية)"، مجلة الحكمة للدراسات التاريخية 7،4، (2019/12/01)، ص 50-67

<sup>4</sup> مختار مفتاح السنوسي، الإعلام الدولي الأسس والمفاهيم، (الأردن: دار زهران للنشر والتوزيع، 2011)، ص 22

الوسائل الباردة: هي الوسيلة التي تحتاج إلى أن تحافظ على التوازن بين الحواس وتحتاج إلى قدر كبير من الخيال.<sup>1</sup>  
الوسائل الساخنة: هي الوسيلة التي لا تحافظ على التوازن في استخدام الحواس أو الوسيلة التي تقدم المعنى مضمونا جاهزا إلى حد ما.<sup>2</sup>

### 3- إسقاط النظرية:

من خلال نظرية الحتمية التكنولوجية يمكننا معرفة خصائص تكنولوجيا الإعلام والاتصال المنتشرة في المجتمع خاصة الوسائط الرقمية الجديدة التي تشكل وسيلة العصر الحالي الأكثر انتشارًا في نقل الرسالة.  
توافق دراستنا مع مفاهيم نظرية الحتمية التكنولوجية، فنجد مفهوم تقنية البودكاست يدخل ضمن التطور التاريخي لوسائل الاتصال الذي طرحه مارشال ماكلوهان، إذ يدخل البودكاست ضمن وسائل الإعلام الإلكترونية التي يرى ماكلوهان أنها بدأت منذ سنة 1900 م إلى عصرنا الحالي. و نجد مفهوم التدوين الصوتي يتناسب مع فرضية النظرية التي تنص على أن وسائل الاتصال هي امتداد للحواس.

توافق نتائج الدراسة مع فرضية النظرية الحتمية التكنولوجية التي تنص على أن وسائل الاتصال هي امتداد للحواس إنطلاقاً من التحليل الكمي والكيفي لفئة المؤثرات المستعملة، فنرى أن تقنية البودكاست الصوتي امتداد لحاسة السمع. وتوصلت نتائج تحليل الكمي والكيفي لفئة المواضيع التكنولوجية، و التي كانت فيها مواضيع عن الوسائط المتعددة كأعلى نسبة ظهور في برنامج أيقونة بودكاست و من خلال التفسير توصلنا إلى اتفاق مع فرضية الوسيلة هي الرسالة حيث نرى أن للوسائط المتعددة جمهورها وهي التي تبين وتظهر سمات المجتمع الحالي الذي يشهد انتشارًا واسعاً للتقنيات الرقمية

<sup>1</sup> رشيد بن راشد و حسنية بلحاج، "مقاربة الحتمية التكنولوجية ( دراسة تاريخية تحليلية)"، مجلة الحكمة للدراسات التاريخية 7،4 (2019/12/01)، ص50-67

<sup>2</sup> رشيد بن راشد و حسنية بلحاج، "مقاربة الحتمية التكنولوجية ( دراسة تاريخية تحليلية)"، مجلة الحكمة للدراسات التاريخية 7،4 (2019/12/01)، ص50-67

الفصل الثاني:

الجانب التطبيقي للدراسة

### تقديم الفصل الثاني:

يقدم في هذا الفصل الدراسة التطبيقية التي تم إجرائها على العينة التي تتضمن التحليل، التفسير، الإجابة على التساؤلات الفرعية، الوصول للإجابة على سؤال الإشكالية واستنتاج نتائج عامة تخص موضوع صناعة المحتوى الإعلامي من خلال تقنية بودكاست.

وعليه كانت الخطة التالية:

### المبحث الأول: الإجراءات التطبيقية للدراسة

✓ إجراءات بناء الأداة

✓ إجراءات صدق وثبات الأداة

✓ خصائص عينة الدراسة

### المبحث الثاني: التحليل الكمي والكيفي لعينة من حلقات أيقونة بودكاست حسب فئات المضمون.

✓ تحليل فئات الموضوع

✓ تحليل فئات القيم

✓ تحليل فئة الأهداف

✓ تحليل فئة الجمهور المستهدف

✓ تحليل فئات الشخصيات الفاعلة.

### المبحث الثالث: التحليل الكمي والكيفي لعينة من حلقات أيقونة بودكاست حسب فئات الشكل.

✓ تحليل فئات الأساليب الإقناعية

✓ تحليل فئة اللغة المستخدمة

✓ تحليل فئة القوالب المستعملة

✓ تحليل فئات المؤثرات المستعملة.

المبحث الأول: الإجراءات التطبيقية للدراسة

تمهيد: يذكر في هذا المبحث بمنهج الدراسة و الأداة المستعملة فيها، و يشار إلى صدقها و قياس ثباتها، كما يعرض خصائص عينة الدراسة المتمثلة في 12 حلقة من بودكاست " أيقونة بودكاست".

أولاً إجراءات بناء الأداة:

إن موضوع دراستنا عن صناعة المحتوى الإعلامي عبر تقنية البودكاست دراسة تحليلية لعينة من حلقات أيقونة بودكاست، يبحث عن كيفية صناعة المحتوى والكشف عن مختلف جوانبه الضمنية والشكلية، لذلك اعتمدنا على منهج تحليل المحتوى و أداة استمارة تحليل المحتوى<sup>1</sup>.

ثانياً إجراءات صدق وثبات الأداة:

يعتبر صدق الأداة أحد أهم الإجراءات المنهجية في تحليل المحتوى وذلك لتبيان مدى قدرة الأداة لقياس ما صممت من أجله، ولهذا تم عرضها على هيئة تحكيم علمية مكونة من أساتذة متخصصين وذوي خبرة علمية في الموضوع والذين قدّموا إضافة إلى التحكيم ملاحظاتهم من أجل تطوير الأداة.<sup>2</sup>

ومن أجل التأكد من ثبات الأداة يقاس ثبات الأداة بمعادلة هولستي:

وقمنا بحساب ثبات كل بند لوحده وفق المعادلة التالية:

$$\text{عدد المحكمين الموافقين للبند} \times 100 = \text{معامل ثبات البند.}$$

عدد الإجمالي للمحكمين

وبعد حساب معامل ثبات كل البنود قمنا بحساب معامل ثبات الأداة وفق المعادلة التالية:

$$\text{نسب الموافقة على البنود} = \text{معامل ثبات الأداة}$$

عدد البنود الإجمالي

و قد جاءت نسبة معامل الثبات كالتالي: 97,5 %

<sup>1</sup>العودة إلى الملحق رقم 1 المتمثل في استمارة تحليل المحتوى.

<sup>2</sup> العودة إلى الملحق رقم 2 قائمة المحكمين

ثالثاً) خصائص عينة الدراسة:

جدول رقم (2) يمثل البيانات الأولية لعينة الدراسة

رقم المفردة	تاريخ البث	مدة البث	عنوان الحلقة	رابط الحلقة على منصة آبل بودكاست
01	2021/12/31	16 :40	الأنفلونسا ..تأثير الرقمنة على ريادة الأعمال	<a href="https://podcasts.apple.com/us/podcast/%D8%A7%D9%84%D8%A7%D9%86%D9%81%D9%84%D9%88%D9%86%D8%B3%D8%B1-%D8%AA%D8%A3%D8%AB%D9%8A%D8%B1-%D8%A7%D9%84%D8%B1%D9%82%D9%85%D9%86%D8%A9-%D8%B9%D9%84%D9%89-%D8%B1%D9%8A%D8%A7%D8%AF%D8%A9-%D8%A7%D9%84%D8%A3%D8%B9%D9%85%D8%A7%D9%84/id1572637837?i=1000546604073">https://podcasts.apple.com/us/podcast/%D8%A7%D9%84%D8%A7%D9%86%D9%81%D9%84%D9%88%D9%86%D8%B3%D8%B1-%D8%AA%D8%A3%D8%AB%D9%8A%D8%B1-%D8%A7%D9%84%D8%B1%D9%82%D9%85%D9%86%D8%A9-%D8%B9%D9%84%D9%89-%D8%B1%D9%8A%D8%A7%D8%AF%D8%A9-%D8%A7%D9%84%D8%A3%D8%B9%D9%85%D8%A7%D9%84/id1572637837?i=1000546604073</a>
02	2021/07/06	9:47	عنصرية الآراء	<a href="https://podcasts.apple.com/us/podcast/%D8%B9%D9%86%D8%B5%D8%B1%D9%8A%D8%A9-%D8%A7%D9%84%D8%A2%D8%B1%D8%A7%D8%A1/id1572637837?i=1000528034848">https://podcasts.apple.com/us/podcast/%D8%B9%D9%86%D8%B5%D8%B1%D9%8A%D8%A9-%D8%A7%D9%84%D8%A2%D8%B1%D8%A7%D8%A1/id1572637837?i=1000528034848</a>

<a href="https://podcasts.apple.com/us/podcast/%D9%87-%D8%AC%D8%A7%D8%A1-%D8%A7%D9%84%D8%A3%D8%B5%D8%A7%D8%A8%D8%B9/id1572637837?i=1000535568344">https://podcasts.apple.com/us/podcast/%D9%87-%D8%AC%D8%A7%D8%A1-%D8%A7%D9%84%D8%A3%D8%B5%D8%A7%D8%A8%D8%B9/id1572637837?i=1000535568344</a>	<p>هجاء الأصابع</p>	<p>16:41</p>	<p>2021/09/16</p>	<p>03</p>
<a href="https://podcasts.apple.com/us/podcast/%D8%A7%D9%84%D8%B1%D8%A3%D9%8A-%D8%A7%D9%84%D8%B9%D8%A7%D9%85-%D9%85%D9%86-%D8%A7%D9%84%D8%B9%D8%A7%D9%84%D9%85-%D8%A7%D9%84%D9%88%D8%A7%D9%82%D8%B9%D9%8A-%D8%A5%D9%84%D9%89-%D8%A7%D9%84%D8%A7%D9%81%D8%AA%D8%B1%D8%A7%D8%B6%D9%8A/id1572637837?i=1000538613534">https://podcasts.apple.com/us/podcast/%D8%A7%D9%84%D8%B1%D8%A3%D9%8A-%D8%A7%D9%84%D8%B9%D8%A7%D9%85-%D9%85%D9%86-%D8%A7%D9%84%D8%B9%D8%A7%D9%84%D9%85-%D8%A7%D9%84%D9%88%D8%A7%D9%82%D8%B9%D9%8A-%D8%A5%D9%84%D9%89-%D8%A7%D9%84%D8%A7%D9%81%D8%AA%D8%B1%D8%A7%D8%B6%D9%8A/id1572637837?i=1000538613534</a>	<p>الرأي العام .. من العالم الواقعي إلى الافتراضي</p>	<p>15:08</p>	<p>2021/10/14</p>	<p>04</p>
<a href="https://podcasts.apple.com/us/podcast/%D8%A7%D9%84%D8%B5%D8%AD%D8%A9-%D8%A7%D9%84%D9%86%D9%81%D8%B3%D9%8A%D8%A9-%D9%81%D9%8A-%D8%B9%D8%A7%D9%84%D9%85-%D8%A7%D9%84%D8%B1%D9%82%D9%85%D9%86%D8%A9/id1572637837?i=1000582186381">https://podcasts.apple.com/us/podcast/%D8%A7%D9%84%D8%B5%D8%AD%D8%A9-%D8%A7%D9%84%D9%86%D9%81%D8%B3%D9%8A%D8%A9-%D9%81%D9%8A-%D8%B9%D8%A7%D9%84%D9%85-%D8%A7%D9%84%D8%B1%D9%82%D9%85%D9%86%D8%A9/id1572637837?i=1000582186381</a>	<p>الصحة النفسية في عالم الرقمنة</p>	<p>18:53</p>	<p>2022/10/10</p>	<p>05</p>
<a href="https://podcasts.apple.com/us/podcast/%D8%AE%D8%B7%D8%A7%D8%A8-">https://podcasts.apple.com/us/podcast/%D8%AE%D8%B7%D8%A7%D8%A8-</a>	<p>خطاب الكراهية</p>	<p>12:32</p>	<p>2023/03/03</p>	<p>06</p>

<a href="https://podcasts.apple.com/us/podcast/%D8%A7%D9%84%D9%83%D8%B1%D8%A7%D9%87%D9%8A%D8%A9-%D8%A7%D9%84%D8%B1%D9%82%D9%85%D9%8A/id1572637837?i=1000602668048">https://podcasts.apple.com/us/podcast/%D8%A7%D9%84%D9%83%D8%B1%D8%A7%D9%87%D9%8A%D8%A9-%D8%A7%D9%84%D8%B1%D9%82%D9%85%D9%8A/id1572637837?i=1000602668048</a>	الرقمي			
<a href="https://podcasts.apple.com/us/podcast/%D8%B5%D9%86%D8%A7%D8%B9%D8%A9-%D8%A7%D9%84%D8%A3%D9%81%D9%84%D8%A7%D9%85-%D8%B1%D8%AD%D9%84%D8%A9-%D8%AA%D8%B7%D9%88-%D8%B1-%D8%A7%D9%84%D9%81%D9%83%D8%B1%D8%A9-%D9%88%D9%88%D8%B3%D8%A7%D8%A6%D9%84%D9%87%D8%A7/id1572637837?i=1000540789349">https://podcasts.apple.com/us/podcast/%D8%B5%D9%86%D8%A7%D8%B9%D8%A9-%D8%A7%D9%84%D8%A3%D9%81%D9%84%D8%A7%D9%85-%D8%B1%D8%AD%D9%84%D8%A9-%D8%AA%D8%B7%D9%88-%D8%B1-%D8%A7%D9%84%D9%81%D9%83%D8%B1%D8%A9-%D9%88%D9%88%D8%B3%D8%A7%D8%A6%D9%84%D9%87%D8%A7/id1572637837?i=1000540789349</a>	صناعة الأفلام .. رحلة تطوّر الفكرة ووسائلها	11:43	2021/11/04	07
<a href="https://podcasts.apple.com/us/podcast/%D9%84%D8%BA%D8%A9-%D8%A7%D9%84%D8%B6%D8%A7%D8%AF-%D9%88-%D8%A7%D9%84%D8%B1%D9%82%D9%85%D9%86%D8%A9/id1572637837?i=1000590528935">https://podcasts.apple.com/us/podcast/%D9%84%D8%BA%D8%A9-%D8%A7%D9%84%D8%B6%D8%A7%D8%AF-%D9%88-%D8%A7%D9%84%D8%B1%D9%82%D9%85%D9%86%D8%A9/id1572637837?i=1000590528935</a>	لغة الضاد والرقمنة	8:42	2022/12/18	08

<a href="https://podcasts.apple.com/us/podcast/%D8%A7%D9%84%D8%B5%D8%AD%D8%A7%D9%81%D8%A9-%D8%A7%D9%84%D8%B1%D9%82%D9%85%D9%8A%D8%A9/id1572637837?i=1000584343862">https://podcasts.apple.com/us/podcast/%D8%A7%D9%84%D8%B5%D8%AD%D8%A7%D9%81%D8%A9-%D8%A7%D9%84%D8%B1%D9%82%D9%85%D9%8A%D8%A9/id1572637837?i=1000584343862</a>	الصحافة الرقمية	11:14	2022/10/29	09
<a href="https://podcasts.apple.com/us/podcast/%D8%AD%D9%83%D8%A7%D9%8A%D8%A7-%D8%A7%D9%84%D9%85%D9%88%D9%86%D8%AF%D9%8A%D8%A7%D9%84-%D8%A7%D9%84%D8%B9%D8%B1%D8%A8%D9%8A/id1572637837?i=1000587563598">https://podcasts.apple.com/us/podcast/%D8%AD%D9%83%D8%A7%D9%8A%D8%A7-%D8%A7%D9%84%D9%85%D9%88%D9%86%D8%AF%D9%8A%D8%A7%D9%84-%D8%A7%D9%84%D8%B9%D8%B1%D8%A8%D9%8A/id1572637837?i=1000587563598</a>	حكايا المونديال العربي	29:28	2022/11/26	10
<a href="https://podcasts.apple.com/us/podcast/%D8%B5%D9%86%D8%A7%D8%B9%D8%A9-%D8%A7%D9%84%D9%85%D8%AD%D8%AA%D9%88%D9%89-%D8%A7%D9%84%D8%A5%D8%A8%D8%AF%D8%A7%D8%B9%D9%8A/id1572637837?i=1000581183532">https://podcasts.apple.com/us/podcast/%D8%B5%D9%86%D8%A7%D8%B9%D8%A9-%D8%A7%D9%84%D9%85%D8%AD%D8%AA%D9%88%D9%89-%D8%A7%D9%84%D8%A5%D8%A8%D8%AF%D8%A7%D8%B9%D9%8A/id1572637837?i=1000581183532</a>	صناعة المحتوى الإبداعي	21:27	2022/09/30	11

<p><a href="https://podcasts.apple.com/us/podcast/%D8%A7%D9%84%D9%85%D9%86%D8%B8%D9%85%D8%A7%D8%AA-%D8%A7%D9%84%D9%85%D8%AC%D8%AA%D9%85%D8%B9%D9%8A%D8%A9-%D9%88-%D8%A7%D9%84%D8%B1%D9%82%D9%85%D9%86%D8%A9/id1572637837?i=1000533230521">https://podcasts.apple.com/us/podcast/%D8%A7%D9%84%D9%85%D9%86%D8%B8%D9%85%D8%A7%D8%AA-%D8%A7%D9%84%D9%85%D8%AC%D8%AA%D9%85%D8%B9%D9%8A%D8%A9-%D9%88-%D8%A7%D9%84%D8%B1%D9%82%D9%85%D9%86%D8%A9/id1572637837?i=1000533230521</a></p>	<p>المنظمات المجتمعية والرقمنة</p>	<p>11:36</p>	<p>2021/08/26</p>	<p>12</p>
--	--	--------------	-------------------	-----------

المبحث الثاني: التحليل الكمي والكيفي لعينة من حلقات أيقونة بودكاست حسب فئات المضمون.

تمهيد: يقدم هذا المبحث التحليل الكمي والكيفي لفئات المضمون لمفردات العينة من حلقات أيقونة بودكاست، من خلال عرض جداول و إحصائيات وتقديم مناقشة حول النتائج الهامة و ذكر أسبابها.

1) تحليل فئات الموضوع:

الجدول رقم(3): يمثل توزيع المحتوى على أساس فئة الموضوع.

فئة الموضوع	التكرار	النسبة
مواضيع ثقافية	99	43.23%
مواضيع اجتماعية	46	20.08%
مواضيع سياسية	13	5.67%
مواضيع اقتصادية	7	3.05%
مواضيع تكنولوجية	64	27.94%
المجموع	229	% 100

يوضح الجدول أعلاه نسبة توزيع المحتوى على أساس فئة الموضوع حيث نلاحظ أن فئة المواضيع الثقافية جاءت بنسبة 43.23% كأعلى نسبة، في حين تحصلت المواضيع الاقتصادية على نسبة 3.05% كأخفض نسبة ظهرت في فئة الموضوع.

عليه نجد أن نتيجة استحواد المواضيع الثقافية كأعلى نسبة في المواضيع الأكثر طرحا في برنامج أيقونة بودكاست مقارنة بالمواضيع الاقتصادية، وهذه النتيجة تختلف عن ما توصلت إليه الباحثة (عبير جواد) في دراستها حيث احتلت نسبة معالجة المواضيع الاجتماعية المرتبة الأعلى مقارنة بالمواضيع السياسية، وهذا راجع إلى ربط الباحثة في تحليلها أن المدون حمل المسؤولية للنظام السياسي في تردي الأوضاع الاجتماعية.<sup>1</sup>

<sup>1</sup>عبير جواد ، معالجة الواقع السياسي في الجزائر عبر البودكاست: دراسة وصفية تحليلية لعينة من فيديوهات البودكاستر "أنس تينا " درجة ماستر، كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية، قسم علوم الإنسانية، تخصص سمعي بصري، جامعة العربي بن مهيدي أم البواقي،

ويمكن تفسير نتيجة حصول المواضيع الثقافية على أعلى نسبة إلى أن برنامج أيقونة بودكاست هو عبارة عن مبادرة بدأت من فكرة مقترحة بين مجموعة من الشباب والطلاب والصحفيين اليمنيين، إذ سمح هذا التنوع في الطرح بتطوير هذه الفكرة إلى برنامج سلط الضوء على جميع المجالات. ورَكَز البرنامج على المواضيع الثقافية نظراً لثراء وشمولية المعارف والمعلومات فيه التي تسمح بتثقيف وتوعية الجمهور المتلقي في جميع فئات المواضيع الثقافية<sup>1</sup> أما بخصوص المواضيع الاقتصادية التي تحصلت على أقل نسبة في طرح برنامج أيقونة بودكاست وهذا راجع إلى وقوع اختيار العينات على مفردة واحدة من أصل 12 مفردة تم تناول فيها المواضيع الاقتصادية بشكل متوسط.

الجدول رقم (4): يمثل توزيع المحتوى على أساس فئة المواضيع الثقافية

المواضيع الثقافية	التكرار	النسبة
الأدب	19	19.19%
الفنون	5	5.05%
الإعلام	44	44.44%
القانون	3	3.03%
العادات والتقاليد	0	0%
المنافسات الدولية الرياضية	28	28.28%
المناسبات الدينية	0	0%
المجموع	99	%100

يوضح الجدول اعلاه نسب توزيع المحتوى على أساس فئة المواضيع الثقافية حيث جاءت فئة الاعلام بنسبة 44.44% أي النسبة الأعلى في حين جاءت فئة القانون بنسبة 3.03% وهي أقل نسبة.

ونرجع هذه النتيجة إلى الأهمية التي تحظى بها وسائل الإعلام في العالم والذي طرحه الباحث مارشال ماكلوهان في نظرية الحتمية التكنولوجية حيث يرى أن الاتصال الحضاري قد تطور مع تطور وسائل الإعلام عبر

<sup>1</sup>أيقونة بودكاست، الإعلام من أجل التنمية، معهد الجزيرة للإعلام، إيمان العامري، تاريخ الاطلاع: 2024/02/28،

: URL <https://institute.aljazeera.net/ar/media-development/article/1765>

مراحل انطلاقه من المرحلة الشفوية ثم مرحلة الكتابة ثم عصر الطباعة و أخيرا عصر وسائل الإعلام الإلكترونية، حيث أن كل مرحلة تميزت بوسائل إعلام واتصال مختلفة أثرت على المجتمعات.<sup>1</sup>

و نرى أن الاهتمام بمواضيع عن الإعلام راجع إلى الأثر الواسع الذي تخلفه الوسائل الإعلامية في المجتمعات ومدى انتشارها بين الأفراد، و ضرورة التعلم عنها وعن تاريخها ووظائفها المختلفة. بينما نرى أن التطرق لمواضيع القانون كان بنسبة قليلة و تم عرض مواد ونصوص قانونية بشكل بسيط بهدف إثراء وتنوع زوايا المعالجة للموضوع الأساسي في الحلقة.

الجدول رقم (5): يمثل توزيع المحتوى على أساس فئة المواضيع الاجتماعية.

المواضيع الاجتماعية	التكرار	النسبة
التعليم	5	10.86%
الصحة	8	17.39%
ذوي الاحتياجات الخاصة	3	6.52%
المشكلات الاجتماعية	16	34.78%
المنظمات الاجتماعية	14	30.43%
المجموع	46	%100

يوضح الجدول أعلاه نسبة توزيع المحتوى على أساس فئة المواضيع الاجتماعية حيث نلاحظ أن فئة المشكلات الاجتماعية جاءت بنسبة 34.78% كأعلى نسبة في حين تحصلت فئة ذوي الاحتياجات الخاصة على نسبة 6.52% كأخفض نسبة في المواضيع الاجتماعية.

يمكن تفسير حصول المشكلات الاجتماعية على أعلى نسبة من بين المواضيع الاجتماعية كونها تعبر عن مختلف الظواهر كالعنصرية والعنف والكراهية والتحرش، وبما أن أيقونة بودكاست يسلط الضوء على مختلف الظواهر والقضايا وهذا يعود إلى الرغبة في صناعة محتوى ثري و متنوع، فصناعة المحتوى عبارة عن كل ما يقوله الفرد سواء من عبارات أو كلمات أو جمل وينقله عبر الوسائل الاتصالية المختلفة كالبودكاست واليوتيوب<sup>2</sup>

<sup>1</sup> نور الدين تواتي، " ماكلوهان مارشال.. قراءة في نظريته بين الأمس واليوم "، مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، 10، (مارس 2013)، ص 177-190

<sup>2</sup> مي عبد الله، المعجم في المفاهيم الحديثة للإعلام والاتصال، 1، (لبنان: دار النهضة، 2014) ص 253

و نرى أن الانتشار الواسع للمشكلات الاجتماعية و تأثيرها السلبي على الفرد والمجتمع يولد الرغبة في معالجتها و تقديم حلول جذرية لها من خلال صناعة المحتوى. بينما كان موضوع ذوي الاحتياجات الخاصة الأقل نسبة بين المواضيع ويرجع ذلك إلى طرح هذا الموضوع في مفردة واحدة من عينة الدراسة و معالجة الفئة من الجوانب التعليمية النفسية الاجتماعية.

الجدول رقم (6): يمثل توزيع المحتوى على أساس فئة المواضيع السياسية.

المواضيع السياسية	التكرار	النسبة
صناعة الرأي العام	8	61.53%
الأزمات الدولية	1	7.69%
الدعاية السياسية	4	30.76%
العلاقات الدولية	0	0%
أنظمة الحكم	0	0%
المجموع	13	100%

يوضح الجدول أعلاه نسبة توزيع المحتوى على أساس فئة المواضيع السياسية وعليه فنلاحظ أن فئة صناعة الرأي العام جاءت كأعلى نسبة بـ 61.53% في حين كانت فئة الأزمات الدولية بنسبة 7.69% كأقل نسبة في فئة المواضيع السياسية.

يمكن أن نربط هذه النتيجة بمفهوم القرية العالمية الذي جاء به العالم مارشال ماكلوهان في إطار نظريته الحتمية التكنولوجية<sup>1</sup>، بحيث أصبح العالم يتبادل الآراء و يصنعها من خلال استخداماته المختلفة لوسائل الإعلام الرقمي وتفاعله من خلاله مع مختلف المواضيع والقضايا المحلية والدولية.

نرى أن تسليط الضوء على موضوع صناعة الرأي العام يعود إلى أهميته في تحريك المواضيع والقضايا و تدخل الحكومة في توجيهه، أما بالنسبة لموضوع الأزمات الدولية فقد تم التطرق إليها بشكل مبسط في حلقات العينة دون الخوض في العمق نظراً لوجود قنوات رسمية تتطرق للأزمات الدولية و تقدم معلومات موسعة حولها.

<sup>1</sup> مختار مفتاح السنوسي، الإعلام الدولي الأسس والمفاهيم، (الأردن: دار زهران للنشر والتوزيع، 2011)، ص 22

الجدول رقم (7): يمثل توزيع المحتوى على أساس فئة المواضيع الاقتصادية.

المواضيع الاقتصادية	التكرار	النسبة
التسويق	5	71.42%
المؤسسات الناشئة و المصغرة	2	28.57%
المجموع	7	%100

يوضح الجدول اعلاه نسبة توزيع المحتوى على أساس فئة المواضيع الاقتصادية حيث نلاحظ أن فئة التسويق جاءت بنسبة 71.42% كأعلى نسبة في حين جاءت فئة المؤسسات الناشئة بنسبة 28.57% كأخفض نسبة في فئة المواضيع الاقتصادية.

فنجد في المرتبة الأولى موضوع التسويق ضمن المواضيع الاقتصادية تقرب بشكل متوسط مع دراسة الباحثة (سمية اليعقوبي) بحيث أشارت إلى أن البرنامج يعالج تأثيرات الوضع السياسي الراهن على الاقتصاد و النظر إلى الظروف الصحية والاجتماعية ومعالجتها من زاوية الاقتصاد<sup>1</sup>، أما برنامج أيقونة بودكاست تناول المواضيع الاقتصادية وركز على فئة التسويق بحيث أظهر الدور الكبير الذي تلعبه مواقع التواصل الاجتماعي في عمليات التسويق من خلال المؤثرين .

من خلال ملاحظتنا يمكن تفسير حصول فئة التسويق على أعلى نسبة طرح في برنامج أيقونة بودكاست مقارنة بفئة المؤسسات الناشئة والمصغرة إلى وقوع اختيار عينة الدراسة على مفردة واحدة تم فيها تناول المواضيع الاقتصادية من طرف الشخصيات الفاعلة التي تبادلت الآراء عن موضوع التسويق، أما ظهور فئة المؤسسات الناشئة والمصغرة بنسبة أقل يرجع إلى ظهورها في مشاركة التجربة الشخصية للضيف عن الموضوع .

<sup>1</sup> سمية اليعقوبي ، متطلبات العمل وخصائص المحتوى: " دراسة حالة بودكاست الجزيرة " ، معهد الجزيرة للإعلام ، 2020 ، ص

الجدول رقم (8): يمثل توزيع المحتوى على أساس فئة المواضيع التكنولوجية.

المواضيع التكنولوجية	التكرار	النسبة
صناعة المحتوى	25	39.06%
الذكاء الاصطناعي	0	0%
الوسائط المتعددة	39	60.93%
المجموع	64	100%

يوضح الجدول أعلاه نسبة توزيع المحتوى على أساس فئة المواضيع التكنولوجية إذ نلاحظ حصول فئة الوسائط المتعددة على نسبة 60.93% كأعلى نسبة في حين جاءت فئة صناعة المحتوى كأخفض نسبة بـ 39.06% .

إن الاهتمام بمواضيع عن الوسائط المتعددة يمكن ربطه بفرضية الوسيلة لمارشال ماكلوهان في نظريته الحتمية التكنولوجية والتي ترى أن لكل وسيلة جمهوراً معيناً ويهتم بهذه الوسيلة مهما كانت محتوياتها، فالوسائط المتعددة متاحة بشكل واسع ويستعملها الأفراد مهما كانت مضامينها<sup>1</sup>. بينما تأتي مواضيع عن صناعة المحتوى في المرتبة الثانية كون هذه الظاهرة أصبحت منتشرة بشكل واسع عبر وسائل الإعلام الرقمي الذي يعتمد على استخدام مختلف التقنيات الرقمية لإنشاء المحتوى وتبادل المعلومات.

و نرى ان تسليط الضوء على الوسائط المتعددة يعود إلى استخدامها الواسع من طرف الأفراد وتأثيرها على مختلف جوانب الحياة لذلك وجب التوعية بطرق استغلالها، أما عن مواضيع صناعة المحتوى فهي محل اهتمام العديد من الأفراد كونها طريقة للتواصل والتعبير و تبادل الأفكار والمعلومات و يسعى أيقونة بودكاست إلى تدعيم وتحفيز صناع المحتوى على استغلال الوسائط الجديدة لإنشاء محتويات هادفة.

<sup>1</sup> حسن عماد مكاوي وليلى حسن السيد، الاتصال ونظرياته المعاصرة، 1، ( مصر: الدار المصرية اللبنانية، 1998)، ص 276

(2) تحليل فئات القيم

الجدول رقم (9): يمثل توزيع المحتوى على أساس فئة القيم.

القيم	التكرار	النسبة
القيم الإنسانية	44	43.56%
القيم الاجتماعية	57	56.43%
المجموع	101	100%

يوضح الجدول اعلاه نسبة توزيع المحتوى على أساس فئة القيم إذ نلاحظ ظهور فئة القيم الاجتماعية كأعلى نسبة قدرت بـ 56.43% في حين جاءت فئة القيم الإنسانية بنسبة 43.56% كأخفض نسبة في فئة القيم.

ونجد نتيجة استحواذ فئة القيم الاجتماعية على أعلى نسبة مقارنة بفئة القيم الإنسانية وهذا راجع لظهور القيم الاجتماعية بشكل كبير في جميع فئات المواضيع وتحت الفئات، وهذا بسبب تركيز البرنامج على غرس هذه القيم في الجمهور المتلقي من خلال محتويات أيقونة بودكاست وذلك لأهميتها الاجتماعية الكبيرة في التنمية والتطور في جميع المجالات .

من خلال ملاحظتنا نفس ظهورها بنسبة أعلى مقارنة بفئة القيم الإنسانية التي ظهرت بنسبة أقل راجع إلى أن البودكاست كوسيلة وتقنية يمكن من خلال محتوياته أن يحمل قيما هادفة، وركز على الاجتماعية منها لأنها شاملة ووجب توفرها في المجتمع قصد بناء مجتمع صحي، عكس الإنسانية التي ظهرت بنسبة أقل و التي تتمركز أهميتها حول الفرد فقط.

الجدول رقم(10):يمثل توزيع المحتوى على أساس فئة القيم الإنسانية.

القيم الإنسانية	التكرار	النسبة
الصبر	3	6.81%
الإبداع	17	38.63%
الشكر	4	9.09%
الصدق	2	4.54%

المحبة	7	15.90%
الحكمة	2	4.54%
الشجاعة	6	13.63%
الأمل	3	6.81%
المجموع	44	100%

يوضح الجدول أعلاه نسبة توزيع المحتوى على أساس فئة القيم الإنسانية إذا نلاحظ أن قيمة الإبداع جاءت بنسبة 38.63% كأعلى نسبة في فئة القيم الإنسانية في حين جاءت قيمتي كل من الصدق والحكمة بنسبة 4.54% كأخفض نسبة في القيم الإنسانية.

نجد أن قيمة الإبداع قد برزت كأعلى قيمة من بين القيم الإنسانية و هذا يعود إلى نوعية الأفكار المطروحة من قبل الشخصيات الفاعلة في أيقونة بودكاست، والتي ركزت على هذه القيمة كونها مهمة في حياة الفرد من أجل تطوير شخصيته وتقديم حلول إبداعية أو محتويات إبداعية. لذلك ربط أيقونة بودكاست قيمة الإبداع بالأفكار التي تتناول الصناعات الثقافية والتي تعرف أنها من بين المجالات والميادين التي لا بد من توفر قيمة الإبداع فيها قصد توزيعها على نطاق صناعي وتجاري إتباعا لعدة استراتيجيات.

يمكن تفسير حصول فئة الإبداع من القيم الإنسانية على أعلى نسبة في حين تحصلت فئة الحكمة والشجاعة على أقل نسبة من خلال ملاحظتنا، والمتمثلة في أن برنامج أيقونة بودكاست هو برنامج شبابي متنوع لذلك يهدف على حث الشباب على ضرورة الإبداع في جميع المجالات قصد التميز والرؤية الصحيحة، لذلك قيمة الإبداع تكررت بشكل كبير ضمن المحتويات المعروضة قصد التحفيز على التحلي بها، وبالنسبة لقيمتي الشجاعة والحكمة فكانتا الأقل ظهورا في المحتوى و هذا يعود إلى أولويات البرنامج في طرح الرسائل القيمية في محتوياته.

الجدول رقم (11):يمثل توزيع المحتوى على أساس فئة القيم الاجتماعية.

النسبة	التكرار	فئة القيم الاجتماعية
7.01%	4	الحرية
5.26%	3	السلام

7.01%	4	التضامن
7.01%	4	التعاون
15.78%	9	الاحترام
1.75%	1	التسامح
15.78%	9	الانتماء
12.28%	7	التطوع
8.77%	5	المساواة
8.77%	5	العدل
10.52%	6	المسؤولية
100%	57	المجموع

يوضح الجدول أعلاه نسبة توزيع المحتوى على أساس القيم الاجتماعية حيث نلاحظ أن كلا من قيمة الاحترام وقيمة الانتماء جاءت بنسبة 15.78% كأعلى نسبة في القيم الاجتماعية في حين جاءت قيمة التسامح كأخفض نسبة بمقدار 1.76%.

نجد أن قيمة الاحترام وقيمة الانتماء هما الأعلى نسبة في فئة القيم الاجتماعية وهذا يعود إلى الأفكار التي تم طرحها في محتويات برنامج أيقونة بودكاست من خلال المحافظة على الهوية الثقافية الاجتماعية، إذ تعرف الثقافة على أنها البيئة التي يخلقها الإنسان بما فيها من التراث المادي واللامادي والتي تنتقل من جيل إلى آخر.<sup>1</sup> فقد تكررت هذه القيم في مجموعة من مفردات العينة.

يمكن تفسير نتيجة تحصل فئة الاحترام وفئة الانتماء على أعلى نسبة ظهوراً مقارنة بقيمة التسامح في القيم الاجتماعية في برنامج أيقونة بودكاست، إلى التعمق والتغلغل من طرف مسيرين البرنامج في الأفكار والمواضيع التي تحمل في طياتها هذه القيم نظراً لأهميتها الكبيرة خاصة في جانب المحافظة على الهوية والعمل على إبرازها، مع التأكيد على أن الهوية الثقافية تعتبر من بين سمات البلدان والمجتمعات إذ لا بد المحافظة عليها من خلال تحقيق قيمة الاحترام والانتماء، أما بخصوص قيمة التسامح ظهرت بنسبة أقل لأنه تم تناولها من طرف البرنامج من زاوية معالجة واحدة .

<sup>1</sup> بدوي، معجم مصطلحات، ص 92

(2) تحليل فئة الأهداف

الجدول رقم (12): يمثل توزيع المحتوى على أساس فئة الأهداف.

الاهداف	التكرار	النسبة
إبراز الهوية الثقافية العربية عبر الإعلام الرقمي.	2	6.89%
تقديم حلول للمشكلات اجتماعية في العالم الرقمي.	2	6.89%
التشجيع على المشاركة الديمقراطية.	1	3.44%
التحفيز على الابداع في العالم الرقمي.	2	6.89%
تبيان دور منصات مواقع التواصل الاجتماعي في مختلف الميادين.	7	24.13%
إظهار تأثير الإعلام الرقمي على المجتمع.	10	34.48%
تحفيز الشباب على التأثير الايجابي على المجتمع من خلال المنصات الرقمية.	2	6.89%
التشجيع على التنمية الاقتصادية.	1	3.44%
التوعية بمساوى استخدام الإعلام الرقمي.	2	6.89%
المجموع	29	%100

يوضح الجدول أعلاه نسبة توزيع المحتوى على أساس فئة الأهداف حيث نلاحظ تحصل هدف إظهار تأثير الإعلام الرقمي على المجتمع بنسبة 34.48% كأعلى نسبة في فئة الأهداف، في حين تحصل كل من الأهداف التشجيع على المشاركة الديمقراطية والهدف الآخر التشجيع على التنمية الاقتصادية على نسبة 3.44% كأقل نسبة في الفئة الأهداف.

يمكن إرجاع هذه النتيجة بالأفكار الرئيسية لنظرية الحتمية التكنولوجية لمارشال ماكلوهان والتي تنص على أن وسائل الإعلام تؤثر على المجتمع وأن كل حقبة زمنية معينة تظهر وتتسم من خلال وسائل الإعلام المنتشرة فيها وذلك من خلال معتقدات الأشخاص وسلوكياتهم<sup>1</sup>، و وسائل الإعلام الرقمي هي التي تؤثر و تصف المجتمع الحالي. وأما التشجيع على التنمية الاقتصادية فجاءت كأقل قيمة كون المواضيع الاقتصادية لم تتناول بشكل واسع وكبير في حلقات أيقونة بودكاست.

<sup>1</sup> لبنى سويقات، عبد القادر عبد الإله، " "الحتمية التكنولوجية" : مدخل نظري لدراسة استعمالات الإعلام الإلكتروني"، مجلة الواحات للبحوث والدراسات المجلد 02، 09، (2016) ص 875-899

ونرى أن التركيز على إظهار تأثير الإعلام الرقمي على المجتمع مهم كونه قد دخل في مختلف المجالات، وأن الغالبية تتعرض للمحتويات المختلفة عبر مختلف المنصات الرقمية و تتفاعل معها. في حين أن التشجيع على التنمية الاقتصادية هدف تسعى وسائل الإعلام الرسمية إلى تحقيقه وذلك من خلال طرح مواضيع اقتصادية بشكل واسع ومععمق وموجه.

#### 4) تحليل فئة الجمهور المستهدف:

الجدول رقم (13): يمثل توزيع المحتوى على أساس فئة الجمهور المستهدف.

الجمهور المستهدف	التكرار	النسبة
المتقنون	11	55%
المتخصصون	2	10%
صناع المحتوى الرقمي	7	35%
المجموع	20	%100

يوضح الجدول أعلاه نسبة توزيع المحتوى على أساس فئة الجمهور المستهدف إذ نلاحظ ظهور فئة المتقنين بنسبة 55% كأعلى نسبة في حين تحصلت فئة المتخصصين على أخفض نسبة تقدر بـ 10%. ونجد نتيجة حصول فئة المتقنين على أعلى نسبة في فئة الجمهور المستهدف راجع إلى طبيعة المواضيع التي طرحها برنامج أيقونة بودكاست، والتي كانت تساهم وتحقق الوظيفة الإعلامية الأولى ألا وهي التثقيف، و عليه كانت أغلب المحتويات موجهة للأشخاص المثقفين الذين يحبون أن يكون لديهم كم فكري هائل نحو جميع المجالات والميادين الممكنة.

ومنه نفس حصول فئة المتقنين على أعلى نسبة مقارنة بفئة المتخصصين من خلال ملاحظتنا بميل فئة المتقنين إلى هذه النوعية من البرامج، ألا وهي البودكاست قصد تزويد الزاد المعرفي والعلمي والفكري والثقافي عندهم باعتباره تقنية تعتمد على حاسة السمع فقط لمعرفة المحتوى المعروض، بالإضافة إلى اعتبار البودكاست من بين الوسائل التي تكون أغلب محتوياتها هادفة لموجهة للجماهير المثقفة والتي تعرف وتفقه في خصائص الوسيلة. أما بخصوص حصول فئة المتخصصين على أقل نسبة هذا راجع إلى وقوع عينة الدراسة على مفردات تناولت المواضيع التي تكون موجهة إلى المتخصصين، وهم الأشخاص الذين يستهدفهم البودكاست انطلاقاً من تخصصاتهم وتوجهاتهم العلمية على مفردة واحدة فقط.

5) تحليل فئات الشخصيات الفاعلة:

الجدول رقم (14): يوضح توزيع المحتوى على أساس فئة الشخصيات الفاعلة.

النسبة	التكرار	الشخصيات الفاعلة
56%	14	المقدمون
44%	11	الضيوف
% 100	25	المجموع

يوضح الجدول أعلاه نسبة توزيع المحتوى على أساس فئة الشخصيات الفاعلة حيث نلاحظ أن فئة المقدمين جاءت بنسبة 56% كأعلى نسبة في حين جاءت نسبة الضيوف 44% كأخفض نسبة في فئة الشخصيات الفاعلة .

ونجد نتيجة حصول فئة المقدمين على أكبر نسبة في فئة الشخصيات الفاعلة في برنامج أيقونة بودكاست تختلف هذه النتيجة مع دراسة الباحثان (إبتسام بربيع ، رميصاء ميلودي ) إذ توصلت الباحثتان في فئة الشخصيات الفاعلة على أن فئة الزوجة هي التي اعتمدها المدونة "هتلة" بشكل كبير وهذا بسبب كون طبيعة المواضيع الاجتماعية المعالجة في الدراسة تخص الزوجة والخلافات القائمة بين الأزواج: <sup>1</sup> وعليه نفسر نتيجة حصول فئة المقدمين على أعلى نسبة ظهور في برنامج أيقونة بودكاست مقارنة بفئة الضيوف أنه راجع إلى أن البرنامج هو برنامج حوارى، وعليه لا بد من وجود المقدم في جميع المفردات المختارة في عينة الدراسة. أما بخصوص ظهور فئة الضيوف كأخفض نسبة في فئة الشخصيات الفاعلة، وهذا راجع إلى أنه يوجد مواضيع لا تحتاج إلى وجود ضيف. بل المقدم يستطيع إيصال الفكرة والرسالة من المحتوى المعروض بالإضافة إلى أنه توجد حلقات كان لا بد من وجود ضيوف فيها قصد تفعيل نشاط وحيوية الحلقة من جميع الجوانب، سواء معلومات وأفكار و تجارب و نصائح وغيرها وعليه فإن نسبة ظهور الضيوف في برنامج أيقونة بودكاست كانت بشكل متوسط.

<sup>1</sup> إبتسام بربيع ، رميصاء ميلودي ، الإعلام الإلكتروني والقضايا الاجتماعية في الجزائر: تقنية البودكاست الفكاهي نموذجاً ، درجة ماستر ، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية ، ميدان العلوم الإنسانية ، شعبة علوم الإعلام والاتصال ، تخصص الاتصال الجماهيري ووسائل الجديدة ، جامعة قاصدي مرياح ورقلة ، 2020\2021 ، ص 49

الجدول رقم (15): يمثل توزيع المحتوى على أساس فئة الضيوف.

الضيوف	التكرار	النسبة
فنان	0	0%
معلم	1	9.09%
إداري	1	9.09%
مؤثر	3	27.27%
أخصائي نفسي	1	9.09%
رائد أعمال	1	9.09%
إعلامي	3	27.27%
مستشار	1	9.09%
المجموع	11	100%

يوضح الجدول أعلاه نسبة توزيع المحتوى على أساس فئة الضيوف حيث نلاحظ تحصل كل من فئة المؤثر والإعلامي على نفس النسبة وهي 27.27 % أي كأعلى نسبة ظهور في فئة الضيوف في حين تحصلت فئة المعلم وفئة الإداري والأخصائي النفسي ورائد الأعمال والمستشار على أقل نسبة تقدر بـ 9.09 %.

نجد نتيجة تحصل فئة المؤثر وفئة إعلامي في برنامج أيقونة بودكاست على أعلى نسبة ظهور وهذا راجع إلى أنه تم عرض محتويات ومضامين كان لابد من وجود ضيف فيها، يكون يمتلك صفة المؤثر أو صفة الإعلامي أكثر من مرة وهذا من أجل تنوع زوايا معالجة المواضيع بإحضار شخصيات مختلفة لكن تمتلك نفس الصفة سواء كان مؤثر أو إعلامي، وهذا لجذب الجمهور المتلقي وإعطاء الحلقة أو الموضوع نسبة عالية من الأهمية.

وعليه يمكن تفسير تحصل فئة المؤثر وفئة الإعلامي على أعلى نسبة مقارنة بفئة كل من المعلم والإداري والأخصائي النفسي ورائد الأعمال والمستشار، التي ظهرت كأخفض نسب حيث ظهرت كل صفة مرة واحدة، راجع ذلك إلى أن البرنامج يهدف إلى بيان التأثير الذي يحدثه الإعلام الرقمي في الجمهور المتلقي سواء عن طريق شخصيات كالمؤثرين الذين يستعينون بالوسائط المتعددة كالمواقع التواصل الاجتماعي أو اليوتيوب قصد التأثير على الأفراد في مجالات عديدة مثل الرأي العام أو مشاركة تجاربهم الشخصية في التأثير، أما بخصوص فئة الإعلامي فكانت تدرس وتحلل كيف يتم تأثير وسائل الإعلام الرقمية على المجتمع بحكم اعتباره من بين العناصر الأساسية

الفاعلة في عملية توصيل الرسالة الإعلامية، أما ظهور فئة المعلم والإداري والأخصائي النفسي ورائد الأعمال والمستشار بنسبة أخفض، بسبب عدم تكرار المواضيع التي تحتاج صفة الضيوف هذه أكثر من مرة فأغلبها ظهرت مرة واحدة فقط في جميع عينات الدراسة.

### المبحث الثالث: التحليل الكمي والكيفي لفئات الشكل

تمهيد: يقدم هذا المبحث التحليل الكمي والكيفي لفئات الشكل لمفردات العينة من حلقات أيقونة بودكاست، من خلال عرض جداول وإحصائيات وتقديم مناقشة حول النتائج الهامة وذكر أسبابها.

#### 1) تحليل فئات الأساليب الإقناعية:

الجدول رقم (16): يمثل توزيع المحتوى على أساس فئة الأساليب الإقناعية.

الأساليب الإقناعية	التكرار	النسبة
الأساليب العقلية	13	23.63%
الأساليب العاطفية	42	76.36%
المجموع	55	% 100

يوضح الجدول أعلاه نسبة توزيع المحتوى على أساس فئة الأساليب الإقناعية حيث نلاحظ أن فئة الأساليب الإقناعية العاطفية جاءت بنسبة 42% كأعلى نسبة في حين جاءت فئة الأساليب الإقناعية العقلية كأخفض نسبة قدرت بـ 23.63%.

نجد نتيجة تحصل فئة الأساليب العاطفية على أعلى نسبة ظهور في فئة الأساليب الإقناعية المعتمد عليها في برنامج أيقونة بودكاست، وهذا راجع إلى أن العاطفية تعد من بين الاستمالات الموجودة في الأساليب الإقناعية التي تؤثر بشكل كبير من جهة الوجدان والإحساس للجمهور المتلقي، مقارنة بالعقلية وهذا راجع إلى نوعية الأفكار المطروحة في البرنامج وكيف طرحت فيها الأساليب الإقناعية العاطفية قصد تدعيم المحتوى المعروض بغية إيصال الهدف الأول من الموضوع بغض النظر على نوعه.

وعليه نفسر نتيجة ظهور فئة العاطفية على أعلى نسبة مقارنة بالعقلية التي تحصلت على أقل نسبة في برنامج أيقونة بودكاست، وهذا راجع لكونه برنامج متنوع يطرح أغلب المواضيع والمعلومات في ميادين مختلفة، و عليه يحتاج إلى تدعيم مواضعه بأساليب عاطفية بشكل كبير وهذا راجع لتأثيرها الكبير على المتلقي نظرا لسماحتها عكس الواقعية التي تؤثر على الجمهور المتلقي من جهة التأكيد على المعلومة وكسب معلومة جديدة.

الجدول رقم (17): يمثل توزيع المحتوى على أساس فئة الأساليب الإقناعية العقلية.

النسبة	التكرار	العقلية
30.76%	4	ضيوف متخصصون
69.23%	9	الأحصائيات
%100	13	المجموع

يوضح الجدول أعلاه نسبة توزيع المحتوى على أساس فئة الأساليب الإقناعية العقلية حيث نلاحظ تحصل فئة الإحصائيات على نسبة 69.23 % كأعلى نسبة في حين تحصلت فئة الضيوف المتخصصون على نسبة 30.76% كأخفض نسبة في فئة الاساليب الإقناعية العقلية.

نجد نتيجة تحصل فئة الإحصائيات على أعلى نسبة في الأساليب الإقناعية العقلية ببرنامج أيقونة بودكاست، وهذا راجع أن الإحصائيات هي عبارة عن أرقام وبيانات إحصائية صادرة عن جهات رسمية دولية تساهم الأخيرة في تأكيد المعلومة نظرا لصحة مصداقيتها العلمية والمعرفية.

عليه نفس نتيجة تحصل فئة الإحصائيات على أعلى نسبة مقارنة بفئة الضيوف المتخصصين ببرنامج أيقونة بودكاست، من خلال ملاحظتنا هو أن المواضيع والأفكار التي طرحت فيها فئة الإحصائيات كانت تحتاج وجود الإحصائيات قصد تدعيم الفكرة أكثر من أجل ترسيخها من جهة وتشبيتها في ذهن المستمع، أما بخصوص فئة الضيوف المختصين ظهرت بنسبة أقل وهذا راجع إلى أن برنامج أيقونة بودكاست اعتمد على الضيوف المتخصصين في طرح المواضيع في حلقات معينة فقط.

الجدول رقم (18): يمثل توزيع المحتوى على أساس فئة الأساليب الإقناعية العاطفية.

العاطفية	التكرار	النسبة
قصص واقعية	4	9.52%
اقتباسات	32	76.19%
تجارب حياتية	6	14.28%
المجموع	42	%100

يوضح الجدول أعلاه نسبة توزيع المحتوى على أساس فئة الأساليب الإقناعية العاطفية إذ نلاحظ تحصل فئة الاقتباسات على نسبة 76.19% كأعلى نسبة ومن جهة أخرى تحصلت فئة القصص الواقعية على نسبة 9.52% كأخفض نسبة في فئة الأساليب الإقناعية العاطفية.

نجد نتيجة تحصل فئة الاقتباسات على أعلى نسبة ظهور في فئة الأساليب الإقناعية العاطفية في برنامج أيقونة بودكاست، وهذا راجع إلى أن البرنامج هو برنامج متنوع إعلامي يسلط الضوء على قضايا الاعلام الرقمي. وعليه فإن الاقتباسات تعتبر من بين أساسيات الطرح وذلك راجع لأنها تساهم في تدعيم المحتوى وتوثيقه وإعطاء أكثر من جهة للنقاش حول الموضوع، إذ تعد الاقتباسات بأنها عبارة عن خطابات إعلامية أو مقالات علمية أو تقارير إعلامية أو أقوال أدباء وشعراء

وعليه نفسر نتيجة تحصل فئة الاقتباسات بنسبة أعلى مقارنة بفئة القصص الواقعية التي كانت أخفض نسبة، كون أن برنامج أيقونة بودكاست اعتمد بشكل كبير على الاقتباسات بغض النظر عن نوعها في أغلب عينات الدراسة، في حين كانت فئة القصص الواقعية بنسبة أخفض وهذا راجع إلى أنه لم يتم الاعتماد عليها بشكل كبير في البرنامج نظرا لخصوصية مشاركة القصة الواقعية على لسان المقدمين أو حضورهم الشخصي.

(2) تحليل فئة اللغة المستخدمة

الجدول رقم(19): يمثل توزيع المحتوى على أساس فئة اللغة المستخدمة.

اللغة المستخدمة	التكرار	النسبة
العربية الفصحى	343	56.32%
العامية	197	32.34%
اللغة الأجنبية	69	11.33%
الدارجة	0	0
المجموع	609	%100

يوضح الجدول أعلاه نسبة توزيع المحتوى على أساس فئة اللغة المستخدمة حيث نلاحظ أن فئة العربية الفصحى جاءت بنسبة 56.32% كأعلى نسبة في حين تحصلت فئة اللغة الأجنبية على نسبة 11.33% كأقل نسبة.

يمكن تفسير هذه النتائج بنتائج الدراسة التي توصلت إليها الباحثة ( أمينة كلفاح)<sup>1</sup> إذ نجد أنها تتفق مع دراستنا في كون استخدام اللغة العربية الفصحى هو الأعلى نسبة بين مجموع اللغات المستعملة، و أن استعمال اللغة الأجنبية ( الإنجليزية ) جاء بنسبة منخفضة، وهذا يؤكد أن البودكاست الناطق بالعربية في الغالب يستخدم اللغة العربية الفصحى للتعبير عن الأفكار والمواضيع. و أن استعمال اللغة الأجنبية يكون في حالات محددة حسب المواضيع المطروحة خاصة.

و من خلال ملاحظتنا نفسر هذه النتيجة بأن استخدام اللغة العربية الفصحى يعزز المعنى من جهة و يستقطب الجماهير الناطقة بالعربية من مختلف البلدان العربية باختلاف لهجاتهم، فاللغة العربية الفصحى مفهومة على نطاق واسع من الشباب العرب. واستعمال اللغة الأجنبية يعود لانتشار مصطلحاتها وعباراتها في الوسائط التكنولوجية وبالتالي يتم استعمالها لإيصال المعنى بصورته المتداولة.

<sup>1</sup> أمينة كلفاح، " واقع صناعة المحتوى الاعلامي العربي الرقمي عبر المدونات الصوتية، دراسة تحليلية لبودكاست ( البعد الآخر) من العربية بودكاست " ، المجلة الدولية للاتصال الاجتماعي 10 ، 04 ، (2023/12/31) ، ص 183-202

3) تحليل فئة القوالب المستعملة

الجدول رقم (20): يمثل توزيع المحتوى على أساس فئة القوالب المستعملة.

القوالب المستعملة	التكرار	النسبة
التحقيق	0	0%
المقابلة	11	91.66%
البورتريه	0	0%
الروبرتاج	1	8.33%
الأخبار	0	0%
المجموع	12	100%

يوضح الجدول أعلاه نسبة توزيع المحتوى على أساس فئة القوالب المستخدمة حيث نلاحظ أن فئة المقابلة جاءت بنسبة 91.66% كأعلى نسبة في حين تحصلت فئة روبرتاج على نسبة 8.33% كأخفض نسبة في فئة القوالب المستعملة.

ونجد نتيجة حصول فئة المقابلة على أعلى نسبة في فئة القوالب المستخدمة في برنامج أيقونة بودكاست تختلف مع دراسة الباحثان (إبتسام بربيع و رميصاء ميلودي ) إذ توصلت الباحثتان أن فئة القالب الصحفي الأكثر استعمالا في دراستهما هو فئة قالب الخطاب المباشر، إذ استخدمت المدونة بشكل كبير هذا القالب كون هذا القالب يتميز بقدرته الكبيرة في ضخ المعلومات بشكل هائل بالإضافة إلى اعتباره من بين القوالب الصحفية البسيطة<sup>1</sup>

يمكن تفسير نتيجة تحصل فئة قالب المقابلة على أعلى نسبة ظهور في عرض محتوى برنامج أيقونة بودكاست مقارنة بفئة قالب الروبرتاج، التي كانت بنسبة أخفض من خلال ملاحظتنا أنه راجع إلى طبيعة أو نوعية البرنامج، فهو برنامج حوارى يستضيف فيه شخصيات قصد إثراء المعارف حول الموضوع المطروح بالإضافة

<sup>1</sup> إبتسام بربيع ، رميصاء ميلودي ، الإعلام الإلكتروني والقضايا الاجتماعية في الجزائر: تقنية البودكاست الفكاهي نموذجا ، درجة ماستر ، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية ، ميدان العلوم الإنسانية ، شعبة علوم الإعلام والاتصال ، تخصص الاتصال الجماهيري ووسائل الجديدة ،جامعة قاصدي مرباح ورقلة ، 2020/2021 ، ص 14:4738

إلى مشاركة تجاربهم الشخصية من جهة، ومن جهة أخرى بهدف تبادل الآراء والأفكار قصد تنوع زوايا المعالجة للموضوع، و عليه غلب قالب فئة المقابلة. أما ظهور فئة الروبرتاج بنسبة أقل وهذا يعود إلى أنه تم وقوع الاختيار على مفردة واحدة فقط من أصل 12 مفردة التي ظهر فيها قالب الروبرتاج.

#### 4) تحليل فئات المؤثرات المستعملة:

الجدول رقم (21): يمثل توزيع المحتوى على أساس فئة المؤثرات المستعملة.

المؤثرات المستعملة	التكرار	النسبة
الموسيقى	153	76.5%
الأغنية	22	11%
المؤثرات الصوتية	25	12.5%
المجموع	200	% 100

يوضح الجدول أعلاه نسبة توزيع المحتوى على أساس فئة المؤثرات المستعملة إذ جاءت فئة الموسيقى بنسبة

76.5% كأعلى نسبة في حين جاءت فئة الأغنية كأخفض نسبة قدرت بـ 11%.

بما أن أيقونة بودكاست عبارة عن محتوى صوتي يتم استعمال فيه مختلف المؤثرات الصوتية وهذا يعود لفرضية مارشال ماكلوهان في نظرية الحتمية التكنولوجية أن وسائل الاتصال امتداد لحواس الانسان<sup>1</sup>، فأبي وسيلة جديدة تؤثر في طريقة تفكيره فالبودكاست وسيلة تمتد من حاسة السمع، و استعمال الموسيقى من بين سمات البودكاست. أما فئة الأغنية فقد كانت الأقل نسبة كونها تطرح في حلقات دون الأخرى على أساس الموضوع المتناول.

من خلال ملاحظتنا نفسر هذه النتيجة أن استعمال الموسيقى في إعداد البودكاست يخلق جوا معيناً للمستمع كما يساعده على التركيز و شد الانتباه و الحفاظ على استمرارية استماع المتلقي، كما يُجمل المحتوى

<sup>1</sup> مكاوي، الاتصال ونظرياته، ص 275

الظاهر للبودكاست فطبيعة الإنسان تميل إلى كل ما هو جميل، أما استعمال الأغنية نرى أن أيقونة بودكاست تدعم مواضيعاً محددة بمقاطع من أغاني تكون مشهورة في نطاق معين، وهذا للوصول إلى المتلقين المهتمين بالمواضيع المتناولة. وقد قمنا بالتفصيل في تحليل فئة الموسيقى من ناحية النوع و الموقع والمستوى لأن لكل منها دلالات معينة في البودكاست.

جدول رقم (22) : يمثل توزيع المحتوى على أساس فئة نوع الموسيقى

نوع الموسيقى	التكرار	النسبة
عربية	3	23.07%
أجنبية	10	76.92%
المجموع	13	100%

يوضح الجدول اعلاه نسبة توزيع المحتوى على أساس فئة نوع الموسيقى حيث نلاحظ أن فئة أجنبي جاءت بنسبة 76.92% كأعلى نسبة في حين ظهرت فئة عربي بنسبة 23.07% كأخفض نسبة في فئة نوع الموسيقى.

يعود استعمال الموسيقى الأجنبية بكثرة لانتشار استخدامها في إعداد المحتويات عبر البودكاست، ونرى أن الموسيقى الأجنبية تحمل مدلولاً ثقافياً ذو بُعد عالمي تنقله عبر تناسق الإيقاعات والألحان والنغمات قد يشير إلى التفاهم والتقارب بين الشعوب.

بينما يتم استعمال الموسيقى العربية لتعريف الآخر بالهوية العربية والتي تمثل هي الأخرى ثقافة عريقة و إظهار جمال الفن فيها، كما أنها تعزز الشعور بالوحدة والانتماء بين الجمهور المتلقي.

الجدول رقم (23) يمثل توزيع المحتوى على أساس فئة موقع الموسيقى

موقع الموسيقى	التكرار	النسبة
البداية	6	8.57%
الخلفية	12	17.14%
الفواصل	43	61.42%
النهاية	9	12.85%
المجموع	70	100%

يوضح الجدول أعلاه نسبة توزيع المحتوى على أساس فئة موقع الموسيقى إذ جاءت فئة موسيقى الفواصل بنسبة 61.43% كأعلى نسبة في حين جاءت فئة موسيقى البداية بنسبة 8.57% كأخفض نسبة.

من خلال ملاحظتنا يمكن أن نفسر استعمال موسيقى الفواصل بكثرة وهي موسيقى تفصل بين محطات الحلقة، كون المحتوى ثري وغني بالمعلومات و يتم التطرق لموضوع معين من عدة جوانب لذلك وجب الفصل بين هذه الجوانب بموسيقى فواصل توضح للمستمع أن الأفكار بعدها ستكون من زاوية أخرى وتشد انتباهه مرة أخرى.

في حين كانت موسيقى البداية بنسبة قليلة كون المحتوى في البودكاست الصوتي في الغالب يبدأ بكلام المقدمين دون موسيقى، وينطلق مباشرة في الموضوع

الجدول رقم ( 24 ) : يمثل توزيع المحتوى على أساس فئة مستوى الموسيقى

النسبة	التكرار	مستوى الموسيقى
40%	28	هادئة
60%	42	عالية
100%	70	المجموع

يوضح الجدول أعلاه نسبة توزيع المحتوى على أساس فئة مستوى الموسيقى إذ جاءت فئة عالية بنسبة 60% كأعلى نسبة في حين جاءت فئة هادئة بنسبة 40% كأخفض نسبة في فئة مستوى الموسيقى .

نرى أن استعمال الموسيقى العالية كان بكثرة وذلك يعود لطريقة هندسة الصوت المعتمدة من طرف فريق إعداد أيقونة بودكاست، وفي الغالب الموسيقى العالية تلفت الانتباه و تجدد الحيوية والتركيز.

أما استعمال الموسيقى الهادئة فقد جاء لخلق جو للمستمع وإظهار أهمية المواضيع المطروحة وغالبا تستعمل في الخلفية مع الكلام، لتترك انطباعات لدى المتلقي وتشعره بالهدوء.

الجدول رقم (25): يمثل توزيع المحتوى على أساس فئة الأغنية.

الأغنية	التكرار	النسبة
موجود	13	59.09%
غير موجود	9	40.90%
المجموع	22	%100

يوضح الجدول أعلاه على نسبة توزيع المحتوى على أساس فئة الأغنية حيث نلاحظ تحصل فئة موجودة على نسبة 59.09% كأعلى نسبة في حين تحصلت فئة غير موجودة على نسبة 40.90% كأخفض نسبة في فئة الاغنية.

من خلال ملاحظتنا نرى أن استعمال الأغنية في برنامج أيقونة بودكاست له دلالات متعلقة بالمواضيع المطروحة و أنها تعزز المحتوى و تضيف له طابعا فنيا جماليا ينعكس على تجربة التلقي.

الجدول رقم (26) : يمثل توزيع المحتوى على أساس فئة المؤثرات الصوتية.

المؤثرات الصوتية	التكرار	النسبة
إلكترونية	24	96%
طبيعية	1	4%
المجموع	25	%100

يوضح الجدول أعلاه نسبة توزيع المحتوى على أساس فئة المؤثرات الصوتية حيث نلاحظ تحصل فئة المؤثرات الصوتية الإلكترونية على نسبة 96% كأعلى نسبة في حيث تحصلت فئة المؤثرات الصوتية الطبيعية على أخفض نسبة تقدر بـ 4%.

من خلال ملاحظتنا يمكن تفسير ارتفاع نسبة المؤثرات الصوتية الإلكترونية والتي تتمثل في أصوات الاشعارات و النقرات المعروفة في التكنولوجيات الحديثة، خاصة عند الحديث عن مواضيع تكنولوجيا الإعلام والاتصال كونها منتشرة بشكل واسع بين الأفراد، وبالتالي أصواتها تعبر عن تطبيقاتها المختلفة والتي تنبه المستمع أن الحديث سيكون عن هذه التكنولوجيا دون غيرها.

### خلاصة الفصل

تم في هذا الفصل تحليل محتوى اثنا عشر مفردة من برنامج أيقونة بودكاست، بالاعتماد على فئات المضمون والشكل ( فئة ماذا قيل؟ و فئة كيف قيل؟) ، بدايةً بالتحليل الكمي و حساب التكرارات والنسب المئوية بالإضافة إلى التحليل الكيفي لكل جدول و مقارنة النتائج بالدراسات السابقة و وربط الموضوع بالمقترَب النظري الحتمية التكنولوجية ، وتوصلنا إلى مجموعة من النتائج العامة.

## النتائج العامة للدراسة

### أولاً) نتائج متعلقة بالمضمون:

- يركز برنامج أيقونة بودكاست على طرح المواضيع الثقافية
- يتناول برنامج أيقونة بودكاست مواضيع عن الإعلام
- يركز برنامج أيقونة بودكاست على تسليط الضوء على مواضيع عن المشكلات الاجتماعية
- يطرح برنامج أيقونة بودكاست مواضيع عن صناعة الرأي العام
- يتناول برنامج أيقونة بودكاست مواضيع عن التسويق
- يركز برنامج أيقونة بودكاست على طرح مواضيع عن الوسائط المتعددة
- القيم التي يطرحها برنامج أيقونة بودكاست هي قيم إنسانية و قيم اجتماعية
- يهدف برنامج أيقونة بودكاست إلى إظهار تأثير الإعلام الرقمي على المجتمع
- الجمهور المستهدف لبرنامج أيقونة بودكاست هو جمهور المثقفين
- الشخصيات الفاعلة في برنامج أيقونة بودكاست هم المقدمون والضيوف

### ثانياً) نتائج متعلقة بالشكل:

- الأساليب الإقناعية المستعملة في برنامج أيقونة بودكاست هي الأساليب العقلية المتمثلة في الإحصائيات والأساليب العاطفية المتمثلة في الاقتباسات
- اللغة الأكثر استخداماً في برنامج أيقونة بودكاست هي اللغة العربية
- يتخذ برنامج أيقونة بودكاست من المقابلة قالباً فنياً لمعالجة المواضيع المختلفة
- المؤثرات المستعملة في برنامج أيقونة بودكاست هي الموسيقى والمؤثرات الصوتية الإلكترونية والأغاني

الخاتمة

### الخاتمة

تعد صناعة المحتوى الإعلامي من بين العناصر الأساسية في العملية الاتصالية بين المرسل والمتلقي وعليه تعرف صناعة المحتوى بأنها عملية إنشاء ونشر المحتوى عبر الوسائط المتعددة لتستهدف الجماهير الواسعة.

جاءت دراستنا لتركز على تقنية البودكاست الصوتي كونها أحد أشهر الوسائط الرقمية الحديثة التي عرفت رواجًا كبيرًا في الآونة الأخيرة، نظرًا لمحتوياته المتنوعة والهادفة. وهذا ما سعى إليه برنامج أيقونة بودكاست بإبراز صناعة المحتوى في البودكاست كيف تتم من خلال تبيان الدور الكبير الذي يعمل به البودكاست كتقنية في تحقيق وظائف الاعلام، ألا وهي التثقيف، التوعية الأخبار وغيرها من وظائف. وكل هذا يتم عن طريق طرح أيقونة بودكاست المواضيع في جميع المجالات قصد إيصال الرسالة الاعلامية للجمهور المستهدف على أوسع نطاق، إذ يظهر برنامج أيقونة بودكاست مكانة تقنية البودكاست بين الوسائط المتعددة وذلك من خلال نشر وطرح محتويات تحمل في طياتها رسائل ضمنية هادفة.

في ختام هذه الدراسة التي حاولنا من خلالها معرفة كيفية صناعة المحتوى الإعلامي من خلال تقنية البودكاست، من خلال اتباع خطوات منهجية و الاعتماد على بعض الدراسات و المراجع التي تدعم الموضوع، توصلنا إلى جملة من النتائج التي تبين لنا أساسيات صناعة المحتوى الإعلامي عبر تقنية البودكاست، وقد أظهرت النتائج أن برنامج أيقونة بودكاست هو برنامج متنوع و يشمل مختلف المواضيع و بالأخص الثقافية كالإعلام والتكنولوجية كالوسائط المتعددة.

# قائمة المصادر والمراجع

قائمة المصادر والمراجع

أولا ( القواميس والمعاجم والموسوعات:

- 1- إدجار أندرو .سيدجويك بيتر .موسوعة النظرية الثقافية: المفاهيم والمصطلحات الأساسية  
2. ترجمة: الجوهري هناء .القاهرة : المركز القومي للترجمة .2014
- 2- باين مايكل. قاموس النظرية الثقافية والنقدية . 1. ترجمة. غالب هيثم الناهي .بيروت  
لبنان : المنظمة العربية للترجمة . 2020
- 3- بدوي أحمد زكي . معجم مصطلحات العلوم الاجتماعية .لبنان : مكتبة لبنان.1982
- 4- بدوي مُجَّد .قاموس إكسفورد المحيط إنكليزي عربي .3. لبنان بيروت : دار أكاديميا  
إنترناشيونال . 2010
- 5- بيضون عبد الحفيظ . معجم الطلاب عربي إنكليزي مزدوج إنكليزي عربي .5.لبنان بيروت : دار  
الكتب العلمية .2004
- 6- حجاب مُجَّد منير . المعجم الإعلامي . 1. دار الفجر . 2004
- 7- عبد الله مي . المعجم في المفاهيم الحديثة للإعلام والاتصال .1. لبنان : دار النهضة .2014
- 8- عمر أحمد مختار . معجم اللغة العربية المعاصرة المجلد الأول .1.القاهرة : دار عالم الكتب  
2008.
- 9- فار مُجَّد جمال . معجم المصطلحات الإعلامية . الاردن : در أسامة .2014

ثانيا ( الكتب باللغة العربية:

- 10- السنوسي مختار مفتاح . الإعلام الدولي الأسس والمفاهيم . الأردن : دار زهران للنشر  
والتوزيع .2011
- 11- الطائي مصطفى حميد . أبو بكر خير ميلاد . مناهج البحث العلمي : وتطبيقاتها في  
الإعلام والعلوم السياسية .1. مصر : دار الوفاء لدنيا الطباعة والنشر .2002
- 12- أنجرس موريس . منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية .2. ترجمة: صحراوي بوزيد  
.بوشرف كمال .سبعون سعيد .الجزائر : دار القصبه للنشر والتوزيع .2004

- 13- تمار يوسف . تحليل المحتوى للباحثين والطلبة الجامعيين .1. الجزائر : كوم للدراسات والنشر والتوزيع والطباعة .1983
- 14- بدوي عبد الرحمان . مناهج البحث العلمي .3. الكويت : وكالة المطبوعات.1977
- 15- بوحوش عمار .الذنيبات مُجد محمود . مناهج البحث العلمي وطرق إعداد البحوث .4. الجزائر : ديوان المطبوعات الجامعية .2007
- 16- حامد خالد . منهجية البحث في العلوم الاجتماعية والإنسانية .2.الجزائر: جسور للنشر والتوزيع .2012
- 17- زرواتي رشيد .منهجية البحث العلمي في العلوم الاجتماعية : أسس علمية وتدريبية .الجزائر : دار الكتاب الحديث . 2004
- 18- سيد عاشور نادية .منهجية البحث العلمي في العلوم الاجتماعية . الجزائر : حسين راس الجبل للنشر والتوزيع .2017
- 19- عباس مُجد خليل .مدخل إلى مناهج البحث في التربية وعلم النفس .5. عمان : دار المسيرة . 2014
- 20- عبد الحميد مُجد . تحليل المحتوى في بحوث الإعلام .1.جدة : دار الشروق للنشر والتوزيع والطباعة .1983
- 21- عبد اللطيف عابد زهير . الإعلام الجماهيري .2. الأردن: دار اليازوري .2015
- 22- علاوة فوزي . الصناعات الثقافية والإعلامية : جدلية التقنية والمجتمع .1. لندن : e-kutub ltd شركة بريطانية مسجلة في إنجلترا برقم : 2022.7513023
- 23- عبيدات ذوقان. كايد عبد الحق . عدس عبد الرحمان . البحث العلمي : مفهومه وأدواته وأساليبه .17.الاردن : دار الفكر ناشرون وموزعون . 2015
- 24- عمر أحمد مختار . المكنز الكبير . 1 . المملكة العربية السعودية : دار السطور . 2000
- 25- قوي بوحنية .عبد العالي عبد القادر . الحوكمة الإعلامية ورهانات الجودة : في ظل الثورة المعلوماتية .1.عمان : دار حامد .2024
- 26- مُجد العيسوي عبد الرحمان .مُجد العيسوي عبد الفتاح . مناهج البحث العلمي : في الفكر الإسلامي والفكر الحديث . دار الراتب الجامعة .1996/1997

## قائمة المصادر والمراجع:

27- مكاوي حسن عماد. السيد ليلى حسين. الاتصال ونظرياته المعاصرة . 1. مصر : الدار المصرية اللبنانية. 1998

28- فهمي عادل . التربية الإعلامية تكوين المتلقي الناقد. 1 وكالة الصحافة العربية . 2023.

### ثالثا) الكتب باللغة الأجنبية:

29- waters alison. oxford student's dictionary. oxford university press.2007

30- Watson James.hill anne. dictionary of media and communication studies.8th edition London: bloombury publishing Academic 2012

### رابعا) الدوريات:

31- الشريف صالح سلميان رابع .إبراهيم الزبير نزار مُجّد. واقع صناعة المحتوى الإعلامي في ليبيا وتحدياته "دراسة استكشافية لعينة من صناع محتوى الإعلام الرقمي . "مجلة جامعة بنغازي العلمية . (2022).

32- تواتي نور الدين "ماكلوهان مارشال ..... قراءة في نظرياته بين الامس واليوم" .مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية .10. (مارس 2013). ص 177- ص 190

33- اليعقوبي سمية .متطلبات العمل وخصائص المحتوى " :دراسة حالة بودكاست الجزيرة " .معهد الجزيرة للإعلام . 2020 .

34- أحمد على حسن ياسمين . أطر معالجة قضايا الشباب في بودكاست "مطب العشرين" في ضوء النظرية المسؤولية الاجتماعية ، المجلة المصرية لبحوث الإعلام . د-ر-م، رقم العدد 82 "الجزء الثاني" . جامعة القاهرة . ابريل /يونيو 2023

35- بن راشد رشيد .بلحاج حسنية . " مقارنة الحتمية التكنولوجية (دراسة تاريخية تحليلية . "مجلة الحكمة للدراسات التاريخية 4.7.(01|12|2019) .ص50-ص67

36- بن فهد الشيباني ماجد . " دوافع تعرض الجمهور السعودي لإذاعات الإنترنت ( البودكاست ) والإشباع المتحققة منه دراسة مسحية لعينة من متابعي بودكاست (ثمانية ) في المملكة العربية السعودية . "المجلة المصرية لبحوث الإعلام . 79. (ابريل / يونيو2022). ص 376-433 .

DOI: 10.21608/EJSC.2022.253933

- 37- سويقات لبني . عبد الإله عبد القادر . " الحتمية التكنولوجية " : مدخل نظري لدراسة استعمالات الإعلام الإلكتروني " . مجلة الواحات للبحوث والدراسات 9 . 2 (2016) ص 875-899.
- 38- غزال عبد الرزاق . بورحلي وفاء . " البودكاست الاجتماعي بين تنمية المسؤولية وخلق الوعي الاجتماعي : دراسة وصفية على عينة من مستخدمي تدوينات المضامين الصوتية والمرئية في الجزائر " . مجلة علوم الإنسان والمجتمع 10 . 4 . (30 | 12 | 2021) . ص 645-663.
- 39- قرناني ياسين . " قراءة تحليلية لنظرية الحتمية التكنولوجية والحتمية القيمية . بين مارشال ماكلوهان وعبد الرحمان عزي " . ص 65-73
- 40- كلفاح أمينة . " واقع صناعة المحتوى الاعلامي العربي الرقمي عبر المدونات الصوتية . دراسة تحليلية لبودكاست ( البعد الآخر) من العربية بودكاست " . المجلة الدولية للاتصال الاجتماعي 10 ، 04 ، (2023/12/31).
- 41- كمال موسى دياب منة الله . " التدوين الصوتي " بودكاست " في ضوء معايير الابتكار الإعلامي : تحليل من المستوى الثاني في الفترة ( 2018.2023 ) . المجلة المصرية لبحوث الاتصال الجماهيري كلية الإعلام جامعة بني سويف . ص 564-624 DOI : 10.21608/mebp.2023.214305.1067 .

#### خامسا) الأطروحات والمذكرات

- 42- بودادة أحمد . دور الإعلام الرقمي في صناعة الرأي العام : دراسة مسحية لاستخدامات قادة الرأي لمنصة تويتر الرئيس الأمريكي دونالد ترامب \_ نموذجاً . \_ رسالة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه . كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية . شعبة علوم الإعلام والاتصال . تخصص إعلام واتصال . جامعة محمد خيضر بسكرة . الجزائر . 2020 | 2019.
- 43- العابد السيد علي ، بن يحيى عبد الرؤوف . تأثير اليوتيوب من خلال برامج البودكاست على الطلبة الجامعيين " دراسة ميدانية على عينة من طلبة ماستر قسم الإعلام والاتصال جامعة قاصدي مرباح " . رسالة مقدمة لنيل درجة الماستر . كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية . ميدان العلوم الإنسانية . القسم علوم الإعلام والاتصال ، تخصص تكنولوجيا الاتصال الحديثة . جامعة قاصدي مرباح ورقلة . 2016/2017.

## قائمة المصادر والمراجع:

- 44- بربيع إبتسام . ميلودي رميصاء . الإعلام الإلكتروني والقضايا الاجتماعية في الجزائر : تقنية البودكاست الفكاهي نموذجاً . درجة ماستر . كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية . ميدان العلوم الإنسانية . شعبة علوم الإعلام والاتصال . تخصص الاتصال الجماهيري ووسائل الجديدة . جامعة قاصدي مرباح ورقلة . 2020/2021.
- 45- عبير جواد. معالجة الواقع السياسي في الجزائر عبر البودكاست " دراسة وصفية تحليلية لعينة من فيديوهات البودكاستر "أنس تينا" . رسالة مقدمة لنيل درجة الماستر .كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية ، قسم العلوم الإنسانية . تخصص سمعي بصري . جامعة العربي بن مهيدي ام البواقي . 2018 /2019

## سادسا) المواقع الإلكترونية:

- 46- "ماهي الدراسة التحليلية؟". المؤسسة العربية للعلوم ونشر الأبحاث. تيسير مُجّد . تاريخ الاطلاع 2024/03/26. ما هي الدراسة التحليلية ؟ المؤسسة العربية للعلوم ونشر الأبحاث (ajsrp.com)
- 47- "الإعلام من أجل التنمية". معهد الجزيرة للإعلام .العامري إيمان ، تاريخ الاطلاع <https://institute.aljazeera.net/ar/media-2024/02/28>  
[URL :development/article/1768](https://institute.aljazeera.net/ar/media-development/article/1768)
- 48- أيقونة بودكاست .الإعلام من أجل التنمية، معهد الجزيرة للإعلام، العامري إيمان . تاريخ الاطلاع.28/02/2024. [https://institute.aljazeera.net/ar/media-](https://institute.aljazeera.net/ar/media-development/article/1765)  
[URL :development/article/1765](https://institute.aljazeera.net/ar/media-development/article/1765)

الملاحق

جامعة قاصدي مرباح ورقلة

كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية

قسم علوم الإعلام والاتصال



### استمارة تحليل المحتوى

تندرج ضمن إعداد مذكرة مكملة لنيل شهادة ماستر أكاديمي في علوم الإعلام والاتصال تخصص سمعي

بصري

إشراف : د- لبنى سويقات

إعداد الطالبتين: - العدنانة فاطمة مفلح

- خدوج مداني

موضوع:

## صناعة المحتوى الإعلامي من خلال تقنية البودكاست

دراسة تحليلية لعينة من حلقات " أيقونة بودكاست "

أساتذتي الكرام نقدم لكم هذه الاستمارة والخاصة بتحليل المحتوى في إطار إنجاز مذكرة ماستر أكاديمي والتي نرجو منكم الاطلاع عليها والتمعن في عناصرها وتحكيمها وتقديم الملاحظات حولها في الخانة المخصصة لها.

السنة الجامعية: 2024/2023

استمارة تحليل المحتوى

(1) البيانات الأولية

- رقم المفردة

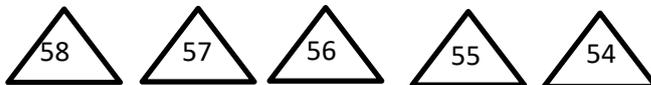
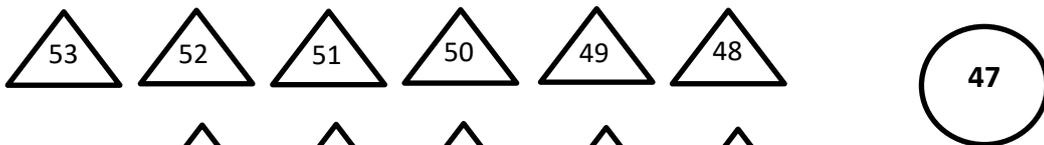
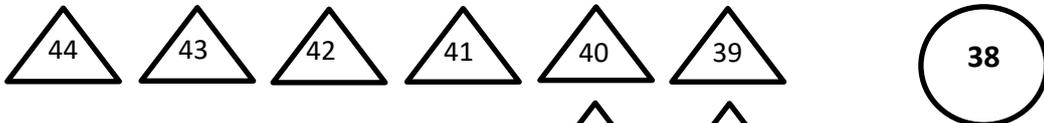
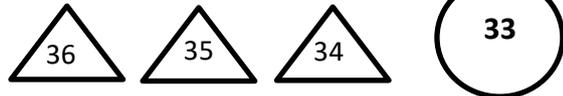
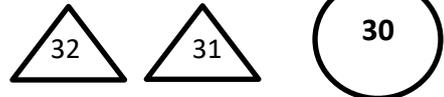
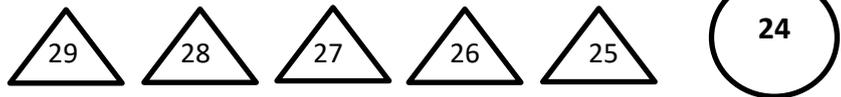
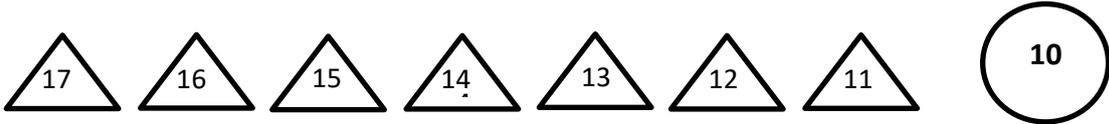
- تاريخ البث

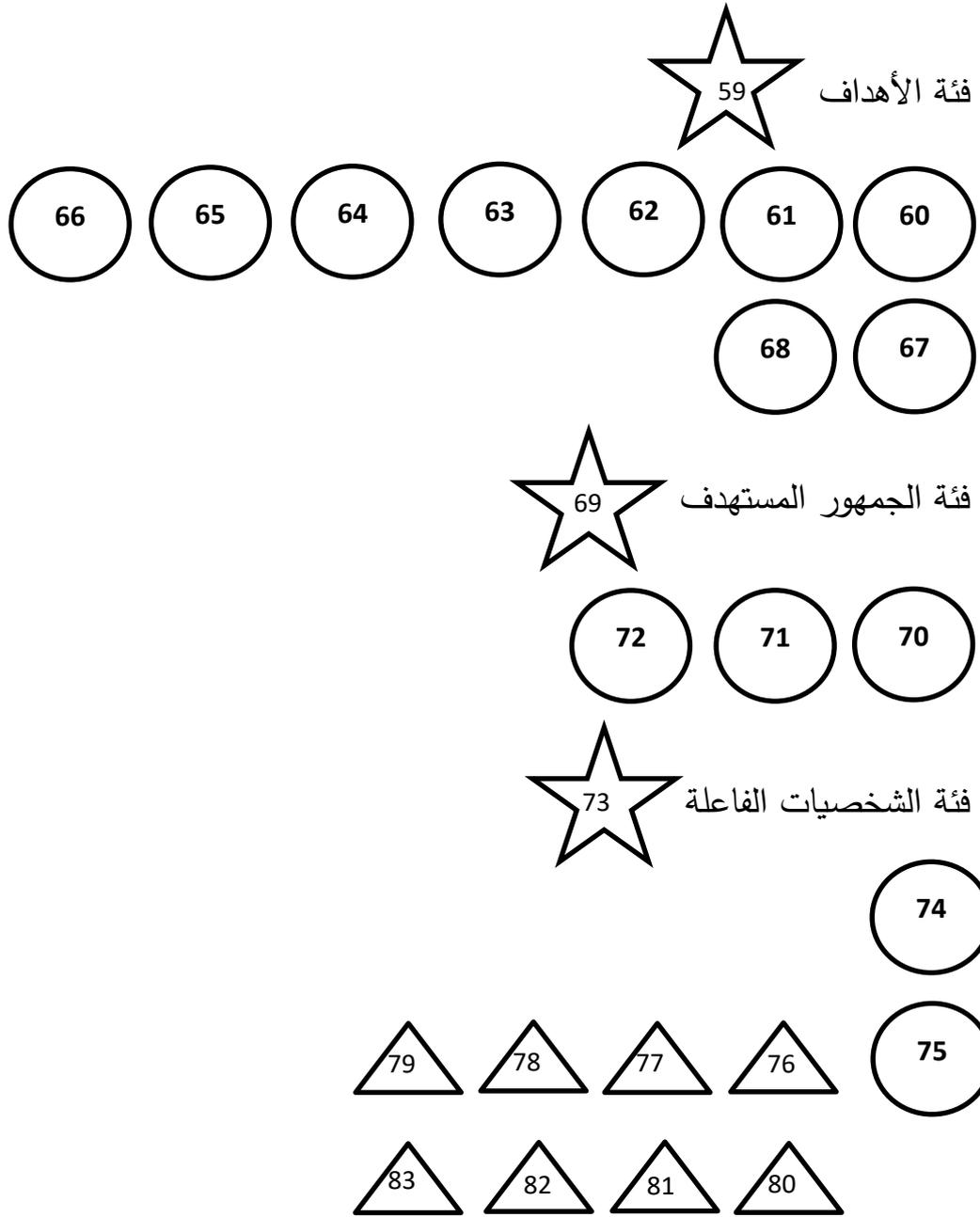
- مدة البث

- عنوان الحلقة:

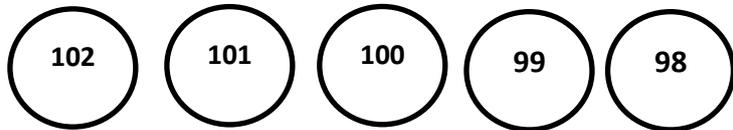
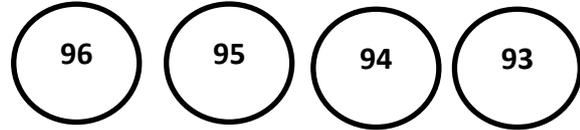
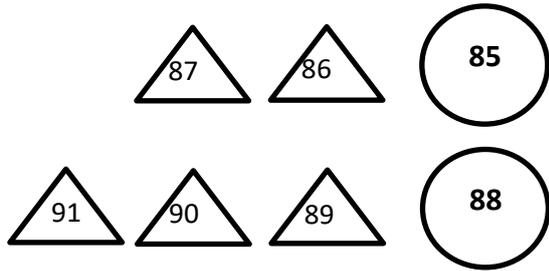
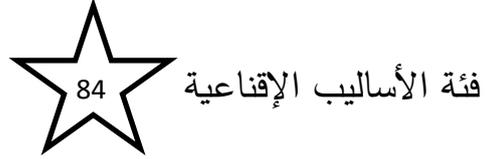
- رابط الحلقة على منصة آبل بودكاست :

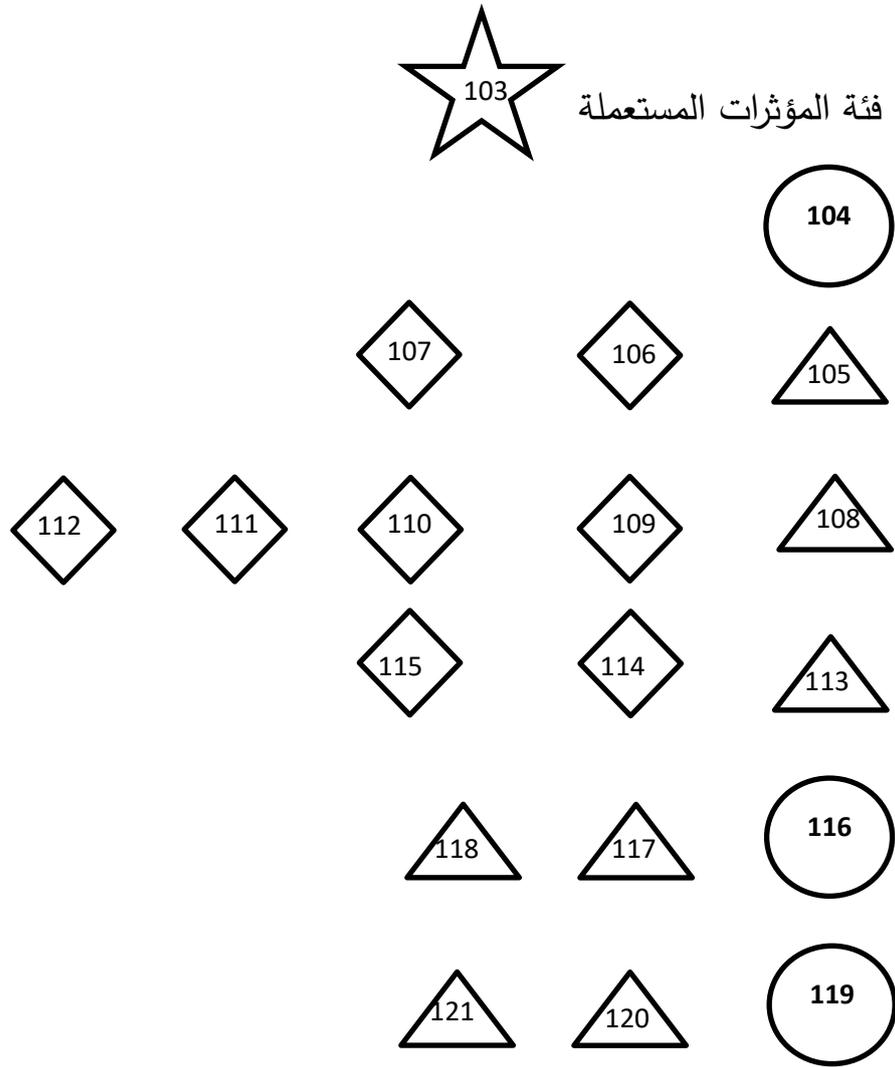
2) فئات المضمون - ماذا قيل ؟ أ





2) فئات الشكل - كيف قيل؟ ب





دليل الاستمارة:

- يشير المربع رقم 1 إلى رقم المفردة
- يشير المربع رقم 2 إلى اليوم و المربع رقم 3 إلى الشهر و المربع رقم 4 إلى السنة
- يشير المربع رقم 5 إلى الثانية و المربع رقم 6 إلى الدقيقة
- يشير المستطيل رقم 7 إلى عنوان الحلقة
- يشير المستطيل رقم 8 إلى رابط الحلقة على منصة آبل بودكاست
- يشير المربع ( أ ) إلى فئات المضمون – ماذا قيل ؟
- تشير النجمة رقم 9 إلى فئات الموضوع
- تشير الدائرة رقم 10 إلى المواضيع الثقافية
- يشير المثلث رقم 11 إلى الأدب
- يشير المثلث رقم 12 إلى الفنون
- يشير المثلث رقم 13 إلى الإعلام
- يشير المثلث رقم 14 إلى القانون
- يشير المثلث رقم 15 إلى العادات والتقاليد
- يشير المثلث رقم 16 إلى المنافسات الدولية الرياضية
- يشير المثلث رقم 17 إلى المناسبات الدينية
- تشير الدائرة رقم 18 إلى المواضيع الاجتماعية
- يشير المثلث رقم 19 إلى التعليم
- يشير المثلث رقم 20 إلى الصحة
- يشير المثلث رقم 21 إلى ذوي الاحتياجات الخاصة
- يشير المثلث رقم 22 إلى المشكلات الاجتماعية
- يشير المثلث رقم 23 إلى المنظمات الاجتماعية
- تشير الدائرة رقم 24 إلى المواضيع السياسية
- يشير المثلث رقم 25 إلى صناعة الرأي العام
- يشير المثلث رقم 26 إلى الأزمات الدولية
- يشير المثلث رقم 27 إلى الدعاية السياسية
- يشير المثلث رقم 28 إلى العلاقات السياسية
- يشير المثلث رقم 29 إلى أنظمة الحكم

- تشير الدائرة رقم 30 إلى المواضيع الاقتصادية
- يشير المثلث رقم 31 إلى التسويق
- يشير المثلث رقم 32 إلى المؤسسات الناشئة والمصغرة
- تشير الدائرة رقم 33 إلى المواضيع التكنولوجية
- يشير المثلث رقم 34 إلى صناعة المحتوى
- يشير المثلث رقم 35 إلى الذكاء الاصطناعي
- يشير المثلث رقم 36 إلى الوسائط المتعددة
- تشير النجمة رقم 37 إلى فئة القيم
- تشير الدائرة رقم 38 إلى القيم الإنسانية
- يشير المثلث رقم 39 إلى الصبر
- يشير المثلث رقم 40 إلى الابداع
- يشير المثلث رقم 41 إلى الشكر
- يشير المثلث رقم 42 إلى الصدق
- يشير المثلث رقم 43 إلى المحبة
- يشير المثلث رقم 44 إلى الحكمة
- يشير المثلث رقم 45 إلى الشجاعة
- يشير المثلث رقم 46 إلى الأمل
- تشير الدائرة رقم 47 إلى القيم الاجتماعية
- يشير المثلث رقم 48 إلى الحرية
- يشير المثلث رقم 49 إلى السلام
- يشير المثلث رقم 50 إلى التضامن
- يشير المثلث رقم 51 إلى التعاون
- يشير المثلث رقم 52 إلى الاحترام
- يشير المثلث رقم 53 إلى التسامح
- يشير المثلث رقم 54 إلى الانتماء
- يشير المثلث رقم 55 إلى التطوع
- يشير المثلث رقم 56 إلى المساواة
- يشير المثلث رقم 57 إلى العدل
- يشير المثلث رقم 58 إلى المسؤولية

- تشير النجمة رقم 59 إلى فئة الأهداف
- تشير الدائرة رقم 60 إلى إبراز الهوية الثقافية العربية عبر الإعلام الرقمي.
- تشير الدائرة رقم 61 إلى تقديم حلول للمشكلات الاجتماعية في العالم الرقمي.
- تشير الدائرة رقم 62 إلى التشجيع على المشاركة الديمقراطية.
- تشير الدائرة رقم 63 إلى التحفيز على الابداع في العالم الرقمي.
- تشير الدائرة رقم 64 إلى تبيان دور منصات مواقع التواصل الاجتماعي في مختلف الميادين.
- تشير الدائرة رقم 65 إلى إظهار تأثير الإعلام الرقمي على المجتمع.
- تشير الدائرة رقم 66 إلى تحفيز الشباب على التأثير الايجابي على المجتمع من خلال المنصات الرقمية.
- تشير الدائرة رقم 67 إلى التشجيع على التنمية الاقتصادية.
- تشير الدائرة رقم 68 إلى التوعية بمساوئ استخدام الإعلام الرقمي.
- تشير النجمة رقم 69 إلى فئة الجمهور المستهدف
- تشير الدائرة رقم 70 إلى المثقفون
- تشير الدائرة رقم 71 إلى المتخصصون
- تشير الدائرة رقم 72 إلى صناعات المحتوى الرقمي
- تشير النجمة رقم 73 إلى فئة الشخصيات الفاعلة
- تشير الدائرة رقم 74 إلى المقدمون
- تشير الدائرة رقم 75 إلى الضيوف
- يشير المثلث رقم 76 إلى فنان
- يشير المثلث رقم 77 إلى معلم
- يشير المثلث رقم 78 إلى إداري
- يشير المثلث رقم 79 إلى مؤثر
- يشير المثلث رقم 80 إلى أخصائي نفسي
- يشير المثلث رقم 81 إلى رائد أعمال
- يشير المثلث رقم 82 إلى إعلامي
- يشير المثلث رقم 83 إلى مستشار
- يشير المربع ( ب ) على فئات الشكل كيف قيل ؟
- تشير النجمة رقم 84 إلى فئة الأساليب الإقناعية
- تشير الدائرة رقم 85 إلى الأساليب العقلية
- يشير المثلث رقم 86 إلى الضيوف المختصون

- يشير المثلث رقم 87 إلى الاحصائيات
- تشير الدائرة رقم 88 إلى الأساليب العاطفية
- يشير المثلث رقم 89 إلى القصص الواقعية
- يشير المثلث رقم 90 إلى الاقتباسات
- يشير المثلث رقم 91 إلى التجارب الحياتية
- تشير النجمة رقم 92 إلى فئة اللغة المستخدمة
- تشير الدائرة رقم 93 إلى فئة العربية الفصحى
- تشير الدائرة رقم 94 إلى العامية
- تشير الدائرة رقم 95 إلى الأجنبية
- تشير الدائرة رقم 96 إلى الدارجة
- تشير النجمة رقم 97 إلى القوالب المستعملة
- تشير الدائرة رقم 98 إلى التحقيق
- تشير الدائرة رقم 99 إلى المقابلة
- تشير الدائرة رقم 100 إلى البورتريه
- تشير الدائرة رقم 101 إلى الروبورتاج
- تشير الدائرة رقم 102 إلى الأخبار
- تشير النجمة رقم 103 إلى المؤثرات المستعملة
- تشير الدائرة رقم 104 إلى الموسيقى
- يشير المثلث رقم 105 إلى نوع الموسيقى
- يشير المعين رقم 106 إلى موسيقى عربية
- يشير المعين رقم 107 إلى موسيقى أجنبية
- يشير المثلث رقم 108 إلى موقع الموسيقى
- يشير المعين رقم 109 إلى موسيقى البداية
- يشير المعين رقم 110 إلى موسيقى الخلفية
- يشير المعين رقم 111 إلى موسيقى الخلفية
- يشير المعين رقم 112 إلى موسيقى النهاية
- يشير المثلث رقم 113 إلى مستوى الموسيقى
- يشير المعين رقم 114 إلى موسيقى هادئة
- يشير المعين رقم 115 إلى موسيقى هادئة

## الملاحق:

---

- تشير الدائرة رقم 116 إلى الاغنية
- يشير المثلث رقم 117 إلى موجودة
- يشير المثلث رقم 118 إلى غير موجودة
- تشير الدائرة رقم 119 إلى المؤثرات الصوتية
- يشير المثلث رقم 120 إلى إلكترونية
- يشير المثلث رقم 121 إلى طبيعية

## دليل التعريفات الإجرائية:

I. فئة المضمون: وهي الفئة التي تعمل على الإجابة على السؤال ماذا قيل؟ وذلك من خلال إبراز العناصر الأساسية المكونة للمحتوى بهدف معرفة حول ماذا يدور، وتتمثل في:

1 فئة الموضوع: وهي مجموعة من الأفكار المتناسقة و المتعلقة بميادين ومجالات مختلفة التي يتم طرحها في البودكاست وتتفرع إلى:

1.1 المواضيع الثقافية: وهي مجموع المواضيع التي تناولت كل ما له علاقة بالأدب والفنون والعادات والتقاليد والإعلام والقانون والرياضة والدين، وتتنوع بتنوع المجتمعات ولكل مجتمع ثقافته.

1.1.1 الأدب: ويشمل كل الأعمال الأدبية التي كتبت باللغة العربية سواء كان شعراً أو نثرًا. بالإضافة إلى الفعاليات الأدبية كمعارض الكتاب والملتقيات والندوات.

2.1.1 الفنون: و هي مجموعة الأعمال الفنية التعبيرية المتمثلة في الغناء والرقص والتمثيل والرسم والنقش والخط.

3.1.1 الإعلام: ونقصد به مجموع الأفكار المرتبطة بمجال الإعلام كالصحافة و السينما والإذاعة والتطورات الحاصلة فيها.

4.1.1 القانون: ونقصد به كل ما يتعلق بالمواد والنصوص والمواثيق القانونية الصادرة من الهيئات المختصة بهدف تنظيم المجتمعات.

5.1.1 العادات والتقاليد: هي مجموعة من المعتقدات والسلوكيات المتفق عليها والمرتبطة بمجتمع معين وتكون متوارثة بين الأجيال كالتراث المادي واللامادي .

6.1.1 المنافسات الدولية الرياضية: ونقصد بها مجموع الفعاليات الرياضية التي يشارك فيها أكثر من بلد مثل كأس العالم والأولمبياد.

7.1.1 المناسبات الدينية: و نقصد بها الشعائر الدينية الإسلامية كالأعياد ورمضان و الحج..

2.1 المواضيع الاجتماعية: هي مجموع الأفكار المترابطة التي تناولت كل ما له علاقة بالتعليم والصحة والطفل والأسرة والمشكلات الاجتماعية و المنظمات الاجتماعية و ذوي الاحتياجات الخاصة، بهدف تسليط الضوء عليها.

1.2.1 التعليم: ونقصد به مجموعة الأفكار التي تعبر عن المناهج التعليمية وأنظمة التعليم كالتعليم الخاص و الحكومي و التعليم الإلكتروني.

2.2.1 الصحة: و هي عبارة عن مجموعة من الأفكار التي تطرح مواضيع عن الصحة و الصحة النفسية و الأزمات الصحية كأزمة كورونا بأهداف مختلفة.

**3.2.1 ذوي الاحتياجات الخاصة:** وهي المواضيع المتعلقة بفئات المجتمع من ذوي الاحتياجات الخاصة كفئة الصم والبكم و متلازمة داون والمعاقين جسديا وذهنيا.

**4.2.1 المشكلات الاجتماعية:** و هي مجموع الأفكار التي تتطرق إلى العنصرية والتحرش والعنف والكرهية والتنمر وغيرها.

**5.2.1 المنظمات الاجتماعية:** ونقصد بها منظمات المجتمع المدني كالجمعيات والنوادي والفرق و ما تعلق بالنشاطات التطوعية الخيرية.

**3.1 المواضيع السياسية:** وتشمل جميع المواضيع والأفكار التي تطرقت لكل ما له علاقة بأنظمة الحكم والأزمات الدولية والعلاقات الدبلوماسية لدولة ما.

**1.3.1 صناعة الرأي العام:** مجموع الأفكار التي توضح وتشرح طرق صناعة الرأي العام والذي يمثل ميول الناس إزاء قضية معينة داخل حدود دولة او خارجها.

**2.3.1 الأزمات الدولية:** هي مجموع المواضيع التي تتناول الأحداث الدولية المفاجئة كالحروب والزلازل والبراكين والتي تشكل خسائر مادية وبشرية كبيرة في ظرف وجيز.

**3.3.1 الدعاية السياسية:** ونقصد جميع المواضيع التي تتناول طرق استخدام وسائل الإعلام من طرف الحكومة أو الأحزاب السياسية وغيرها من مكونات السياسة لتسيير مصالح سياسية خاصة، وتستعمل في الحروب و الانقلابات.

**4.3.1 العلاقات الدولية:** ويقصد بها جميع المواضيع التي تتحدث عن العلاقات بين الدول والشعوب

**5.3.1 أنظمة الحكم:** وهو مجموعة من المواضيع التي تتحدث عن طبيعة نظام المؤسسات المكونة لدولة ما سواء ملكية او جمهورية وغيرها.

**4.1 المواضيع الاقتصادية:** وهي المواضيع التي تتناول كل ما له ارتباط بالاقتصاد سواء من جهة الاستثمار أو التسويق أو البورصات الدولية بالإضافة إلى بنوك النقد الدولية ومن جهة أخرى ريادة الأعمال و انشاء المؤسسات المصغرة والناشئة بهدف النهوض بالتنمية الاقتصادية.

**1.4.1 التسويق :** وهي المواضيع التي تتطرق إلى تقنيات التسويق التي يعتمد عليها المنتج من أجل تدفق الخدمات والسلع للمستهلكين كالتسويق الالكتروني.

**2.4.1 المؤسسات الناشئة والمصغرة:** هي مجموع المواضيع التي تتحدث عن المشاريع الإبداعية والأفكار المبتكرة بهدف تقديم منتج جديد أو خدمات للسوق

**5.1 المواضيع التكنولوجية:** ونقصد بها مجموع المواضيع التي طرحت كل ما له علاقة بالرقمنة والذكاء الاصطناعي والوسائط الجديدة أي التي أحدثت ثورة كبيرة في المجتمع.

**1.5.1 صناعة المحتوى:** وتتمثل في جميع المواضيع التي تطرح إنشاء المضمين الإبداعية عبر وسائط تكنولوجية كالهاتف والحاسوب الأنترنت.

**2.5.1 الذكاء الاصطناعي:** وهي المواضيع التي تشمل تقنية الذكاء الاصطناعي من جهة التطبيقات و المواقع كشات جي بي تي و جيميني و الروبوتات .

**3.5.1 الوسائط المتعددة:** هي المواضيع التي تتحدث عن كل التطبيقات التي ظهرت مع التطور التكنولوجي كمواقع التواصل الاجتماعي و اليوتيوب و المدونات الرقمية و البودكاست.

**2 فئة القيم:** هي عبارة عن صفات و مبادئ يقوم بها الفرد وتنعكس على سلوكياته وشخصيته وتظهر في أقواله وتصرفاته و تنعكس على المجتمع من خلال تفاعله مع بقية الأفراد وتوزع في:

**1.2 القيم الإنسانية:** هي مجموع القيم التي تساهم في بناء الصحة النفسية الداخلية للفرد بالإضافة إلى مبادئه وذلك بهدف النجاح والتطور على المستوى الشخصي للفرد كالصبر والإبداع و الحكمة والشجاعة وغيرها.

**الصبر:** و هو القدرة على تحمل الصعوبات والتحديات التي تواجه الفرد.

**الإبداع:** وهو القدرة على الإنتاج و الابتكار بإضافة صفات إيجابية مُحسنة للأمر محل الانجاز.

**الشكر:** هو التعبير عن الامتنان للآخر.

**الصدق:** هو الصراحة في القول والفعل.

**المحبة:** وهي التعاطف والمودة الموجهة للآخر.

**الحكمة:** هي استخدام العقل و خلاصة التجارب السابقة في اتخاذ القرارات و القول والفعل.

**الشجاعة:** وهي عكس التردد ، و هي استخدام القوة في مواجهة الخوف .

**الأمل:** هو التفاؤل المستمر بتحسين الأوضاع السيئة.

**2.2 القيم الاجتماعية:** هي مجموع القيم التي تساهم في بناء علاقة صحية وسليمة بين الفرد و المجتمع كالتضامن والتعاون والانتماء والتطوع وغيرها بهدف إنشاء مجتمع متماسك.

**الحرية:** وهي الاختيار الحر للقول والفعل بدون إكراه أو ضغط .

**السلام:** وهو حالة الأمن و الاستقرار، على المستوى الفردي أو المجتمعي أو الدولي .

**التضامن:** هو احتواء الأفراد لبعضهم البعض و شعورهم بالوحدة.

**التعاون:** هو العمل الجماعي والمتوازن من أجل الوصول لهدف أو أهداف مشتركة.

- الاحترام: هو التعبير عن تقدير الآخر و الاتزان في التعامل معه قولاً وفعالاً.
- التسامح: هو التعبير عن تقبل الآخر و التصرف الجيد معه قولاً وفعالاً.
- الانتماء: هو التماسك بين أفراد المجتمع الواحد والذي تجمعهم عدة صفات مشتركة والذي يسعى إلى المحافظة عليها.
- التطوع: وهو تقديم المساعدة للغير دون انتظار مقابل مادي، وهو سلوك انساني يساهم في تطبيق حلول لمشكلات متعددة.
- المساواة: التعامل مع جميع البشر بنفس الطريقة دون الانحياز لطبقة عن أخرى.
- العدل: وهو الانصاف في الحقوق بالنسبة لكل البشر مهما كانت اختلافاتهم.
- المسؤولية: وهي التحلي بالالتزام في القول والفعل، دون التهرب من فعل الصواب.
- 3 فئة الاهداف:** ويقصد بها هي مجموع الأبعاد الباطنية التي يسعى المرسل للرسالة الإعلامية الوصول إليها من خلال محتويات إعلامية تحمل في طياتها مضامين هادفة ترسل عبر الوسائط الجديدة وتتمثل في :
- **1.3 إبراز الهوية الثقافية العربية عبر الإعلام الرقمي:** ونقصد به تسليط الضوء على الثقافة العربية ونشرها على مواقع الانترنت.
  - **2.3 تقديم حلول للمشكلات الاجتماعية في العالم الرقمي:** ونقصد بها تقديم حلول للمشاكل الاجتماعية المتواجدة في العالم الرقمي كالعنصرية و التنمر و التحرش و العنف اللفظي.
  - **3.3 التشجيع على المشاركة الديمقراطية:** ونقصد به الانخراط في مؤسسات المجتمع المدني والمشاركة في التغيير الاجتماعي، والمشاركة في الرأي العام ، الانتخابات .. إلخ
  - **4.3 التحفيز على الإبداع في العالم الرقمي:** ونقصد به تشجيع صناع المحتوى على إنشاء محتويات إبداعية و ذات قيمة في الوسائط المتعددة.
  - **5.3 تبيان دور منصات مواقع التواصل الاجتماعي في مختلف الميادين:** ونقصد به دور منصات مواقع التواصل الاجتماعي في التثقيف و التوعية في مختلف الميادين.
  - **6.3 إظهار تأثير الإعلام الرقمي على المجتمع :** ونقصد به التأثير الإيجابي أو السلبي الذي أحدثه الإعلام الرقمي على المجتمع.
  - **7.3 تحفيز الشباب على التأثير الإيجابي على المجتمع من خلال المنصات الرقمية:** ونقصد به تشجيع الشباب على استغلال المنصات الرقمية في النشاطات الاجتماعية.

- **8.3 التشجيع على التنمية الاقتصادية :** ونقصد به التحفيز على الاستثمار وريادة الأعمال و إنشاء المشاريع الخاصة، واستغلال العالم الرقمي في تطوير وإنجاح خطط التسويق وإدارة الأعمال.
- **9.3 التوعية بمساوئ استخدام الإعلام الرقمي:** ونقصد به التوعية بالآثار السلبية الناجمة عن استعمال الإعلام الرقمي ، كالحالات النفسية السلبية ، الحزن والاكتئاب.
- 4. فئة الجمهور المستهدف:** هو مجموع الأفراد أو الفئات الموجه لها المحتوى الإعلامي، أي المتلقين للوسائل الإعلامية وفي بعض الأحيان تستهدف جماعة مثقفة أو متخصصة أو صناعة محتوى رقمي ..
- 1.4 المثقفون:** وهم الأشخاص الذين يتميزون بحب الاطلاع و يهتمون بمجالات متنوعة، ويستهدفهم المحتوى الإعلامي لإثراء معارفهم و خبراتهم.
- 2.4 المتخصصون:** هم مجموعة من الأشخاص الذين يستهدفهم المحتوى الإعلامي نظرا لتخصصاتهم و توجهاتهم العلمية بالإضافة إلى أعمالهم الشخصية.
- 3.4 صناع المحتوى الرقمي:** هم أشخاص ناشطون يقومون بإنشاء محتويات على المنصات الرقمية كاليوتيوب ومواقع التواصل الاجتماعي والمدونات و يتم استهدافهم من أجل تشجيعهم على صناعة محتوى إبداعي.
- 5 فئة الشخصيات الفاعلة:** ونقصد بها مجموع الشخصيات الفعالة في والتي لها دور أساسي في البرنامج وتنتفع إلى:
- 1.5 المقدمون:** وهم الإعلاميون أو مسيرو البرنامج.
- 2.5 الضيوف:** هم الأشخاص الذين تمت دعوتهم للمشاركة في البرنامج وينقسمون إلى:
- 1.5 فنانون:** هو الشخص الذي يغني أو يرقص أو يمثل أو يرسم.
- 2.5 معلم:** وهو الشخص الذي يقدم معارف وعلوم في المؤسسات التعليمية.
- 3.5 إداري:** وهو الشخص الذي يعمل في إدارة مؤسسة سواء تابعة للدولة أو خاصة.
- 4.5 مؤثر:** وهو الشخص الناشط على مواقع التواصل الاجتماعي ويكون لديه عدد كبير من المتابعين.
- 6.5 الأخصائي النفسي:** وهو الشخص الذي لديه خبرة في مجال علم النفس ويستطيع تقديم نصائح علاجية للحالات النفسية.
- 7.5 رائد الأعمال:** وهو الشخص الذي يُدير مشروع مؤسسة جديدة ويسعى إلى تطويرها.

إعلامي: وهو الشخص الذي يمتحن مهنة الإعلام و لديه كفاءة إعلامية.

**8.5 مستشار:** هو ذلك الشخص المؤهل علميا وعمليا وذو خبرة كبيرة في مجال الذي يقدم فيه استشارته، وقد يكون مستشار قانوني أو اجتماعي أو إداري أو مستشار في تطوير القدرات والبناء المؤسسي وغيرها من مجالات مختلفة.

**II. فئات الشكل:** وهي الفئة التي تعمل على الاجابة على السؤال كيف قيل ؟ من خلال إبراز العناصر الشكلية والظاهرة في المحتوى وتتمثل في :

**1 فئة الأساليب الإقناعية:** وتتمثل في مجموع الاستمالات العقلية والعاطفية التي يستعين بها القائم بالاتصال أو صانع المحتوى بغية تدعيم المحتوى، بهدف ترسيخ المعلومات والأفكار لدى الجمهور المتلقي من جهة وإثارته عاطفيا من جهة أخرى.

**1.1 الأساليب العقلية:** وتتمثل في مجموع الاستمالات التي يتقبلها العقل والمنطق كالضيوف المختصون والإحصائيات.

**2.1.1 الضيوف المختصون:** ونقصد بهم الاشخاص المشاركين في الحلقات حسب اختصاصاتهم سواء الطبية أو العلمية أو الفنية والتي تتوافق مع محتوى الحلقة بهدف اثراء الحلقة بمعلومات وافكار من مختصين في نفس الموضوع.

**3.1.1 الإحصائيات:** وهي عبارة عن بيانات رقمية تم التوصل إليها من خلال الدراسات العلمية أو مراكز وهيئات خاصة تقوم بحسابها لأغراض معينة، وتفيد هذه الإحصائيات في تأكيد المعلومات و اتخاذ القرارات.

**2.1 الأساليب العاطفية:** هي مجموع الاستمالات التي يكون هدفها إثارة عاطفة المتلقي كالقصص الواقعية وشواهد العيان وحتى الاقتباسات.

**1.2.1 قصص واقعية:** ونقصد بها قصص حقيقية حدثت لأفراد غير مشاركين في البرنامج و يتم سردها من طرف مقدم الحلقة بغرض تقديم العبرة و إثارة عاطفة المستمع.

**2.2.1 اقتباسات:** قد تكون غير مباشرة كأقوال وأشعار الأدباء و المفكرين بحيث يقوم مقدم البرنامج بإلقائها ، و قد تكون مباشرة كمقاطع صوتية من برامج و خطابات إعلامية ، بغرض توجيه عاطفة المستمع إلى ناحية معينة.

**3.2.1 تجارب حياتية:** و هي عبارة عن مواقف أو أحداث شخصية حدثت لإحدى الشخصيات الفاعلة في البرنامج أو المتدخلين فيه كالمكالمات الهاتفية أو البريد الالكتروني، بغرض تقليل المسافة بين المقدم والمتلقي.

**2 فئة اللغة المستخدمة:** وهي مجموع الألفاظ والعبارات والدلالات المستعملة في صناعة المحتوى و تنوع إلى :

## الملاحق:

**1.2 العربية الفصحى:** وتتمثل في لغة القرآن والأدب وهي تتسم باتباع قواعد خاصة في الصياغة والنطق.  
**2.2 العامية:** وهي العبارات و الألفاظ التي يفهمها عامة الناس و هي لغة بسيطة متعارف عليها لدى فئة واسعة من الناس.

**3.2 اللغة الأجنبية:** وهي مجموع الالفاظ والدلالات الدخيلة لا يتحدث بها سكان البلد وليست لغتهم الأم.  
**4.2 الدارجة:** هي مجموع الكلمات والعبارات التي يفهمها فئة قليلة من الشعب وليست لغة رسمية.

### 3 فئة القوالب المستعملة :

**1.3 التحقيق:** هو قالب فني يولد من مشكلة أو ظاهرة إيجابية أو سلبية ويتناولها بالشرح والاستعانة بالأشخاص الذين عايشوها بهدف الكشف عن الحقائق التي تهم الرأي العام.

**2.3 مقابلة:** وهي القالب الفني الذي يتخذ شكل حديث بين الإعلامي والضيف حول موضوع معين أو أكثر، بهدف تسليط الضوء على الموضوع و تبادل الآراء .

**3.3 بورتريه:** هو القالب الفني الذي يهدف إلى إبراز الشخصيات الظاهرة في المجتمع كالعلماء، المفكرين و الادباء و الشهداء.. ، في طابع سردي لأهم مراحل حياة الشخصية .

**4.3 روبرتاج:** هو القالب الفني الذي يهدف إلى تسليط الضوء على قضايا أو ظواهر اجتماعية معاشة ومعالجتها بأسلوب جذاب وجميل ويغلب عليه الوصف الواقعي بغية نقلها للجمهور متلقي.

**5.3 الأخبار:** هي قالب فني يقوم على نقل المعلومات والبيانات عن الاحداث للأفراد بهدف اطلاعهم على الاحداث المستجدة.

**4 فئة المؤثرات المستعملة:** هي مجموع العناصر والتقنيات المضافة للمحتوى الإعلامي بهدف تحسينه و تجميله لجذب الجمهور المتلقي، و قد تكون بصرية أو صوتية أو كلاهما معًا، وفي هذه الدراسة نجد المؤثرات الصوتية فقط وتتمثل في :

**1.4 الموسيقى:** هي نوع من أنواع الفنون وتكون مؤلفة بمجموعة من الأصوات المنظمة الصادرة عن آلات موسيقية متنوعة، لتشكل نغمات وألحان وإيقاعات منظمة.

**1.1.4 نوع الموسيقى:** ونقصد به الطبيعة الثقافية للموسيقى المستعملة وتوزع إلى:

**1.1.1.4 موسيقى عربية:** ونقصد بها الموسيقى المنتشرة في المنطقة العربية والتي تمثل الهوية الثقافية الفنية وذلك باستخدام آلات موسيقية عربية كالعود وآلة القانون.

2.1.1.4 موسيقى أجنبية: ونقصد بها الموسيقى المنتشرة في مختلف المناطق والبلدان الغربية كالدول الأوروبية و أمريكا و البلدان الشرقية غير العربية كالصين والهند وتعبر عن ثقافتها الفنية ، كالروك والجاز .

2.1.4 موقع الموسيقى: ونقصد به مكان الموسيقى المستعملة في المحتوى.

1.2.1.4 موسيقى البداية: ونقصد بها الموسيقى المستعملة في بداية الحلقة

2.2.1.4 موسيقى الخلفية: ونقصد بها الموسيقى المستعملة في الخلفية أثناء الكلام

3.2.1.4 موسيقى الفواصل: ونقصد بها الموسيقى المستعملة للانتقال من محور إلى آخر في الحلقة.

4.2.1.4 موسيقى النهاية: ونقصد بها الموسيقى المستعملة في نهاية الحلقة.

3.1.4 مستوى الموسيقى: ونعني به درجة الأصوات في الموسيقى المستعملة وتوزع إلى:

1.3.1.4 موسيقى هادئة: ونقصد بها الموسيقى ذات إيقاعات منخفضة و بطيئة.

2.3.1.4 موسيقى عالية: ونقصد بها الموسيقى ذات إيقاعات مرتفعة و حماسية.

2.4 الأغنية: هي نوع من أنواع الفنون و تكون مؤلفة من إلى الكلمات بصوت بشري بالإضافة مجموعة من النغمات والألحان.

1.2.4 موجودة: و نقصد بها تم استعمالها في المحتوى.

2.2.4 غير موجودة: ونقصد أنه لم يتم استعمالها في المحتوى.

3.4 المؤثرات صوتية: هي عبارة عن مجموع الأصوات المصطنعة المضافة بغرض تعزيز المحتوى.

1.3.4 إلكترونية: ونقصد بها مجموعة الاصوات المستعملة في التطبيقات الإلكترونية كالإشعارات و النقرات وغيرها.

2.3.4 الطبيعية: ونقصد بها الأصوات المستوحاة من الطبيعة كأصوات الرعد، المطر، الرياح والعصافير وغيرها.

## الملحق رقم (2) قائمة الأساتذة المحكمين لأداة استمارة تحليل المحتوى.

الجامعة	القسم	اسم الأستاذ المحكم
جامعة قاصدي مرباح ورقلة	علوم الإعلام والاتصال	أ محمد الطيب زاوي
جامعة قاصدي مرباح ورقلة	علوم الإعلام والاتصال	د نادية جيتي
جامعة قاصدي مرباح ورقلة	علوم الإعلام والاتصال	د فطيمة الأسود
جامعة قاصدي مرباح ورقلة	علوم الإعلام والاتصال	د عبد القادر قندوز
جامعة قاصدي مرباح ورقلة	علوم الإعلام والاتصال	د ناريمان حفيان