



ISSN: 1994-4217 (Print) 2518-5586(online)

Journal of College of Education

Available online at: <https://eduj.uowasit.edu.iq>

Rese. Mohammad Ali
Al-Hassoun

Dr. Maytham Irani

Faculty of Media and
Public Relations,
University of Religions
and Denominations,
Qom – Iran

Email:

m.irani@urd.ac.ir

alhuson.m@gmail.com

Keywords:

recruitment, digital
radio, podcast



Article info

Article history:

Received 5.Sep.2024

Accepted 11.Sep.2024

Published 28.Nov.2024



The Use of Language in Digital Radio Programs: A Case Study of Podcasts

A B S T R A C T

The importance of language in media programs is prominent, as language is through which information, ideas, meanings, and even messages are conveyed, whether hidden or apparent. Therefore, language is considered very important, and in our current research we focus on employing language in digital radio programs, including podcast programs, which are very popular in In the current period, podcasting is considered a growing and popular means of communication that combines modern technologies and direct interaction with the audience, which makes studying the use of language in it a matter of great importance. Through research, we attempt to analyze and dismantle the linguistic mechanisms that digital radio program presenters adopt in conveying their messages. The researcher used the content analysis approach and analysis categories to reach the results. He chose 15 episodes of the podcast program and analyzed them. One of the most prominent results that the researcher reached was the superiority of the professional and serious styles equally, which indicates a greater preference for these methods of communication, and less use of the personal style, which may reflect... Individuals' preference for neutral or formal, and the lack of use of emotional style, which indicates avoiding emotional expressions in communication. The diversity of methods used reflects a diversity of communication methods among individuals. The preference for formal and professional methods indicates a focus on professionalism, and individuals tend toward methods that provide greater clarity and accuracy. The lack of personal style may indicate individuals' caution in sharing their personal experiences

© 2022 EDUJ, College of Education for Human Science, Wasit University

DOI: <https://doi.org/10.31185/eduj.Vol57.Iss2.4074>

توظيف اللغة في البرامج الاذاعية الرقمية (بودكاست انموذجا)

أ.م.د. ميثم ايراني الباحث: محمد علي الحسون

كلية الإعلام والعلاقات العامة، جامعة الاديان والمذاهب قم - إيران

المستخلص

ان أهمية اللغة في البرامج الاعلامية أهمية بارزة حيث ان اللغة يتم من خلالها اصال المعلومات والافكار والمعاني وحتى الرسائل سواء كانت مخفية ام ظاهرة، لذا تعتبر ان اللغة مهمة للغاية وفي بحثنا الحالي نركز على توظيف اللغة في البرامج الاذاعية الرقمية ومنها برامج البودكاست التي تشتهر كثيرا في الفترة الحالية، حيث يعتبر البودكاست وسيلة تواصل متنامية وشائعة، تجمع بين التقنيات الحديثة والتفاعل المباشر مع الجمهور، مما يجعل دراسة استخدام اللغة فيه امرًا ذا أهمية بالغة، ومن خلال البحث نحاول تحليل وتفكيك الآليات اللغوية التي يعتمدها مقدمو البرامج الاذاعية الرقمية في اصال رسائلهم، واستخدم الباحث منهج تحليل المضمون وفئات التحليل للوصول الى النتائج واختار ١٥ حلقة من برنامج البودكاست وقام بتحليلها، ومن ابرز النتائج التي توصل لها الباحث هي تفوق الأسلوب المهني والجدي بالتساوي، مما يشير إلى تفضيل كبير لهذه الأساليب في التواصل، واستخدام أقل للأسلوب الشخصي، مما قد يعكس تفضيل الأفراد للحيدانية أو الرسمية، وقلة استخدام الأسلوب العاطفي، مما يشير إلى تجنب التعبيرات العاطفية في التواصل، وتنوع الأساليب المستخدمة يعكس تنوعًا في أساليب التواصل بين الأفراد، وتفضيل الأساليب الرسمية والمهنية يشير إلى تركيز على الاحترافية، ويميل الأفراد إلى الأساليب التي توفر وضوحًا ودقة أكبر، وقلة الأسلوب الشخصي قد تدل على حذر الأفراد في مشاركة تجاربهم الشخصية.

الكلمات المفتاحية: توظيف ، الاذاعية الرقمية ، بودكاست.

الاطار المنهجي

مشكلة البحث واسئلته

ان أهمية اللغة في البرامج الاعلامية أهمية بارزة حيث ان اللغة يتم من خلالها اصال المعلومات والافكار والمعاني وحتى الرسائل سواء كانت مخفية ام ظاهرة، لذا تعتبر ان اللغة مهمة للغاية وفي بحثنا الحالي نركز على توظيف اللغة في البرامج الاذاعية الرقمية ومنها برامج البودكاست التي تشتهر كثيرا في الفترة الحالية، حيث يعتبر البودكاست وسيلة تواصل متنامية وشائعة، تجمع بين التقنيات الحديثة والتفاعل المباشر مع الجمهور، مما يجعل دراسة استخدام اللغة فيه امرًا ذا أهمية بالغة، ومن خلال البحث نحاول تحليل وتفكيك الآليات اللغوية التي يعتمدها مقدمو البرامج الاذاعية الرقمية في اصال رسائلهم، فيما تكتسب هذه الدراسة أهمية كبيرة في ظل الانتشار الواسع للبودكاست كوسيلة إعلامية حديثة ومنتامية، كما ان استخدام اللغة يعطي للبرامج ثقلها فيما اذا كانت توظف اللغة بشكل الصحيح وفق الاطر اللغوية الصحيحة، والعكس صحيح ايضا اذا كان هناك ضعف في اللغة يمكن ان تعرض البرنامج لعدم المتابعة والغاء مشاهدته ايضا، وتتبلور مشكلة الدراسة من خلال السؤال الاصلي وهو كيف يتم توظيف اللغة في برامج البودكاست؟ وفيما يخص الاسئلة الفرعية للبحث وهي التالي: الاول ما هي الاستراتيجيات اللغوية المستخدمة في برامج البودكاست؟، والثاني ما هي اشكال اللغة المستخدمة في برامج البودكاست؟

أهمية البحث واهدافه

يكتسب هذا البحث أهمية كبيرة من خلال الانتشار الواسع للبودكاست كوسيلة إعلامية حديثة حيث تقدم رؤى جديدة حول كيفية تحسين التواصل الاعلامي من خلال الاستخدام الامثل للغة، وتساعد النتائج المتوقعة لهذه الدراسة المبدعين في البودكاست والمختصين في الاعلام على تطوير استراتيجيات فعالة لجذب المستمعين وتعزيز تأثير المحتوى الاعلامي، وتهدف الرسالة من خلال الهدف الاصلي معرفة الكيفية التي يتم بها توظيف اللغة في برامج البودكاست، وفيما يخص الاهداف الفرعية للبحث وهي التالي: الاول الكشف عن الاستراتيجيات اللغوية المستخدمة في برامج البودكاست، والثاني التعرف على اشكال اللغة المستخدمة في برامج البودكاست.

منهج البحث وعينته

يعني المنهج العلمي أو منهج البحث هو "تحليل منسق وتنظيم للمبادئ والعمليات العقلية والتجريبية التي توجه بالضرورة البحث العلمي، أو ما تولفه بنية العلوم الخاصة" والمنهج العلمي بهذا المعنى يستخدم أداة منهجية غاية في الأهمية وهي التحليل. (قاسم، محمد، ١٩٩٨ ص ٥٢، ٥٣).

واعتمد الباحث في بحثه هذا على المنهج الوصفي التحليلي باستخدام أداة تحليل المضمون، حيث يمكن من خلاله ايجاد النتائج التي تسعى إليها الدراسة للوصول إلى نتائج صحيحة، وكذلك اعتمد على فئات التحليل والبالغ عددها ١٠ رئيسية وعدد الفئات الفرعية ٣٨ فئة وفيما يخص عينة البحث وفيما يخص عينة البحث يتم تعريفها على أنها مجموعة فرعية من مجتمع البحث الذي تم اختياره بطريقة ما، وتم يتم استخدام هذه النتائج وتعميمها على مجتمع البحث الأصلي بأكمله (محمد، حسين سمير، " ص ٢٩) وفيما يخص عينة البحث استخدم الباحث موقع البودكاست الرسمي (موقع البودكاست العربي) واختار برنامج (بيت الوجود) واختار (١٥) حلقة بشكل عمدي، وهذا ما يراه الباحث مناسب لاشباع المعلومات

تعريف المصطلحات

١. **التوظيف:** يشير التوظيف إلى عملية البحث عن المرشحين المناسبين وجذبهم وفحصهم واختيارهم وتوظيفهم لوظيفة داخل المؤسسة، وتتضمن هذه العملية تحديد الوظائف الشاغرة، والإعلان، ومراجعة الطلبات، وإجراء مقابلات مع المرشحين، وفي النهاية اختيار الأفضل للوظيفة.

٢. **برامج الراديو:** برامج الراديو هي مقاطع مجدولة من المحتوى يتم بثها عبر موجات الراديو للجمهور، ويمكن أن تتضمن هذه البرامج مجموعة متنوعة من المحتوى مثل الموسيقى والأخبار والبرامج الحوارية والمقابلات والترفيه، ويتم بثها عادةً عبر محطات الراديو في أوقات محددة ويمكن أن تلبى احتياجات جماهير واهتمامات مختلفة.

٣. **الراديو الرقمي:** الراديو الرقمي هو تقنية تستخدم الإشارات الرقمية لنقل الصوت عبر موجات الأثير، بدلاً من الإشارات التناظرية التقليدية، ويمكن أن يوفر ذلك جودة صوت أكثر وضوحاً واستخداماً أكثر كفاءة لطيف الراديو وميزات إضافية مثل المعلومات النصية والقنوات المتعددة على نفس التردد، وتشمل الأمثلة البث الصوتي الرقمي DAB والراديو عالي الدقة.

٤. **البودكاست:** البودكاست عبارة عن سلسلة ملفات صوتية أو فيديو رقمية متاحة للبث أو التنزيل عبر الإنترنت، عادةً ما تكون ملفات البودكاست عرضية وتغطي مجموعة واسعة من المواضيع، بما في ذلك الأخبار وسرد القصص والمحتوى التعليمي والمقابلات والترفيه، ويمكن الوصول إليها عند الطلب والاشتراك فيها من خلال منصات وتطبيقات مختلفة.

الدراسات السابقة

إلين، نوفاليا، "تأثير استخدام الوسائل السمعية البصرية على أساس برامج كانفا على نتائج تعلم اللغة العربية لدى طلبة الصف الثامن في مدرسة المهاجرين المتوسطة الإسلامية بانجانج" ٢٠٢٤.

يهدف هذا البحث إلى دراسة تأثير استخدام الوسائل السمعية البصرية، بالاعتماد على تطبيق "كانفا"، على تحسين نتائج تعلم اللغة العربية لدى طلاب الصف الثامن في مدرسة المهاجرين المتوسطة الإسلامية في بانجانج. تُعتبر الوسائل السمعية البصرية أداة فعالة في التعليم، حيث تضيق بُعداً صوتياً وبصرياً يثري بيئة التعلم ويحفز الطلاب على الاكتشاف وتطوير مهاراتهم في التعبير عن الأفكار. ومن بين التطبيقات الحديثة التي يمكن استخدامها في تصميم هذه الوسائل هو تطبيق "كانفا"، الذي يُعد بديلاً سهل الاستخدام لإنتاج وسائل تعليمية جذابة.

أجرت الباحثة دراسة تجريبية باستخدام تصميم اختبار قبلي وبعدي على مجموعتين من الطلاب في الصف الثامن، أحدهما كان مجموعة تجريبية والأخرى مجموعة ضابطة. تم تحليل البيانات باستخدام برنامج SPSS 25، وأظهرت النتائج أن المجموعة التجريبية التي استخدمت الوسائل السمعية البصرية المستندة إلى "كانفا" حققت متوسط درجات أعلى مقارنة بالمجموعة الضابطة. وبالتالي، توصلت الدراسة إلى أن استخدام الوسائل السمعية البصرية المعتمدة على "كانفا" كان له تأثير إيجابي على تحسين نتائج تعلم اللغة العربية لدى الطلاب.

نيفين عبد اللطيف محمد، "أهمية تدريس برامج لتصميم الألعاب الرقمية باللغة العربية في كليات الفنون والتصميم بمصر والدول العربية" ٢٠٢٢

تتمثل مشكلة هذا البحث في ضرورة تبني برامج تعليمية جديدة في الجامعات المصرية والعربية تتماشى مع تطور اهتمامات المجتمع وثقافته، مع الحفاظ على الهوية العربية. كما يجب أن تتواءم هذه البرامج مع متطلبات سوق العمل لتلبية احتياجات الصناعات الحديثة التي تسهم بشكل كبير في زيادة الدخل القومي وتعزيز النمو الاقتصادي الرقمي. يركز البحث بشكل خاص على تدريس تصميم الألعاب الرقمية، حيث تم استخدام المنهج الوصفي والمقارن لعرض برامج تعليمية في هذا المجال بجامعات عربية وأجنبية.

تتبع أهمية البحث من تسليط الضوء على ضرورة تقديم برامج تعليم تصميم الألعاب الرقمية باللغة العربية في مصر والدول العربية، بما يتناسب مع الهوية الثقافية. ويستنتج البحث أن تطبيق برامج تقنية حديثة باللغة العربية سيوفر فرصة كبيرة للطلاب المصريين والعرب للاستفادة منها، خاصة لأولئك الذين يجدون صعوبة في دراسة هذه البرامج لكونها تُدرس غالباً باللغات الأجنبية. وبهذا، يمكن للخريجين المصريين والعرب المساهمة في تطوير صناعة الألعاب الرقمية والمنافسة على المستويات المحلية والعربية والعالمية.

ريا السنوسي، الاتصال التفاعلي والشباب في تونس، معهد الصحافة وعلوم (*) الأخبار،

تونس أفريل ٢٠١٠

تهدف هذه الدراسة إلى توضيح مفهوم التفاعل في السياق الاتصالي، مستندة إلى نتائج الدراسات البحثية في علم النفس الاجتماعي، مع تحديد الأسس التي وضعها الباحثون في مجال نظريات علوم الاتصال لمفهوم التفاعلية. وقد خلصت الدراسة من خلال هذا المدخل النظري إلى تقديم تعريف واضح لمفهوم "الإعلام التفاعلي" في البيئة الرقمية. أما الجانب التطبيقي، فقد ركز على تحليل استخدامات الشباب التونسي للتواصل التفاعلي للحصول على الأخبار عبر الفضاءات الإلكترونية التفاعلية. قامت الباحثة بتصميم استبيان لاستكشاف معدل الاطلاع الرقمي على الأحداث الجارية

ومستويات التفاعلية لدى عينة مكونة من ١٠٠ شاب وشابة تتراوح أعمارهم بين ٢٠ و ٣٥ سنة، من طلاب معهد الصحافة في المرحلتين الثانية والثالثة.

أظهرت الدراسة ارتفاع نسبة الاستخدام الرقمي لدى أفراد العينة، كما أشارت إلى أن العلاقة بينهم وبين مصادر الإعلام الإلكتروني تتسم بالحذر أكثر من الثقة العالية والمصادقية. وأكدت الدراسة أن هذه العلاقة تُعتمد بشكل أساسي لإشباع حاجات معرفية واتصالية، أهمها الاطلاع على الأخبار. كما توصلت إلى أن المصادر الإلكترونية تعتبر مكملة، وليست أساسية، للحصول على الأخبار الآنية. رغم ذلك، أظهرت الدراسة أن أفراد العينة يدركون فرص التفاعل والمشاركة التي توفرها المصادر الإلكترونية، إلا أن دورهم غالباً ما يقتصر على التلقي الفضولي دون التفاعل الكامل كشركاء فعليين.

ضيلة تومي، التفاعلية في التلفزيون الجزائري البرامج الموضوعاتية نموذجاً، مذكرة لنيل شهادة الماجستير

٢٠٠٧-٢٠٠٨

تناولت هذه الدراسة المظاهر التفاعلية في البرامج الموضوعاتية للتلفزيون الجزائري خلال الشبكة البرمجية لعام ٢٠٠٧/٢٠٠٨، وكشفت النتائج عن محدودية استخدام التلفزيون الجزائري لأشكال التفاعل الحديثة، حيث وصفته بالتقليدي للغاية مقارنة بما هو معمول به في المؤسسات التلفزيونية الغربية. وأشارت الدراسة إلى أن التفاعل في التلفزيون الجزائري يقتصر على الوسائل التقليدية مثل الرسائل البريدية والهاتف والفاكس والاتصال المباشر في الأستوديو، مع الاعتماد القليل على الوسائل الحديثة مثل عرض العنوان الإلكتروني على الشاشة للتواصل.

تُظهر هذه النتائج أن منتجي البرامج يواكبون التطور التكنولوجي بشكل سطحي، من باب التقليد أو التناخر، دون تحقيق تفاعل حقيقي مع الجمهور. وأكدت الدراسة أن التلفزيون الجزائري لا يستفيد بشكل كامل من الإمكانيات التفاعلية التي توفرها الإنترنت والثورة الرقمية، حيث يعتمد على الأساليب التقليدية بشكل أكبر. قد يعزى هذا الأمر إلى مقاومة التغيرات التكنولوجية والتطوير، وأيضاً إلى مستوى التطور العام للجمهور المستهدف.

تطور البث الإذاعي الرقمي

تعد الإذاعة الصوتية، الثورة الرابعة في عالم الاتصال بعد ثورات سابقة لها واختراعات عديدة، كانت بمثابة المقدمة الفعلية الصحيحة لظهورها وقد جمعت بين هذه التطورات في جوانب وسيلة الراديو المتعددة، فالإذاعة المسموعة نتاج جهود العديد من العلماء والفنيين بداية من اختراع التلغراف على يد "سامويل مورس" عام ١٧٣٥م، والهاتف على يد "جراهام بل" سنة ١٧٨٧م، مروراً إلى اكتشاف الكهرومغناطيسية وكذا الموجات القصيرة على يد "جيمس ماكسويل" عام ١٧٦٥م، إلى أن تمكن "جوجليمو ماركوني" عام ١٨٩٦م من اكتشاف الراديو لكن الإذاعة الصوتية لم تصبح حقيقة واقعة إلا في عام ١٩٢٠م وتعتبر الولايات المتحدة أول دولة تجري تجاربها في هذا المجال، وقد تبعها كل من بريطانيا وفرنسا وألمانيا وغيرها من الدول، وغير بعيد عنها عرفت الدول العربية الإذاعة وكانت أول محطة إذاعية عربية بمصر العام ١٩٢٥م ليتوالى انتشارها بباقي الدول العربية والعالم (Brian Winston ,1988 , p 67).

غير أن السنوات الأخيرة الماضية شهدت نشاطاً واسعاً في مجال معالجة الإشارة المسموعة رقمياً وعليه فقد تطلب فهم عملية وكذلك تنوعت وتطورت أساليب تخزينها ومن ثم الارتقاء بوجودها (رقية مصطفى كامل، ٢٠٠٩، ص ١١٧)، وان تقنية البث الرقمي في مجال الإذاعة في إطار التطورات التكنولوجية التي لحقت بوسائل الاتصال عموماً فهم تطور آليات التفاعل مع جمهور وسائل الإعلام والحرص بصفة مستمرة على تقديم خدمات إعلامية متميزة.

(حسن عماد مكاي، ص ٥١)

مفهوم البث الإذاعي الرقمي

يعرف البث الإذاعي الرقمي في اللغة الإنجليزية Broadcasting Audio Digital ، ويختصر بثلاثة أحرف متفق عليها هي "DAB" (Wolfgang Hoeg)، ويعتمد بالأساس التكنولوجيا الحديثة التي تمنح تحسناً و نقاوة في الصوت بدرجة صوت الأقراص المضغوطة، كما تمنح التقنية الجديدة للبث الإذاعي فرصة نقل وبث النصوص والمعلومات الخدماتية فضلاً عن تلك المتعلقة بمضامين البرامج الإذاعية.. وهي الخدمة الإذاعية التي تمنح الفرصة للمستمعين باستثمار الاستماع وفق النمط الرقمي (7-5 PP, Basic 2003,)، وقد تم تطوير البث الإذاعي الرقمي بواسطة ائتلاف من الإذاعات والمطورين، وهو النوع المطبق في عدد كبير من البلدان باستثناء الولايات المتحدة، ويمكن لراديو الرقمي اعتماد تكنولوجيا النقل بالبث والبايت .. وقد كان تعبير البث الإذاعي الرقمي يستخدم للإشارة إلى تكنولوجيا البث الإذاعي الرقمي وإلى المعايير التكنولوجية الخاصة به خصوصاً معيار إيروكا ١٤٧ الخاص بهذه التكنولوجيا وقد تم الاتفاق على توحيد قياس البث الإذاعي الرقمي بواسطة منتدى البث الإذاعي الذي يمثل أكثر من ٣٠ بلداً ماعداً الولايات المتحدة الرقمي العالمي (عباس صادق، ٢٠٠٩، ص ٤٣) : or.worldddb.www فقد اختارت لجنة الاتصالات الأمريكية نظاماً يطلق عليه راديو أتش دي أو نظام أي بوك (محمد عبده ٢٠٠٨، ص ٩)، كمعيار خاص يتم تطبيقه في الولايات المتحدة، ومشروع البث الصوتي الرقمي المعروف بتسمية إيروكا ١٤٧ هو نظام أوروبي صمم لبث الإشارة الصوتية الرقمية بتكنولوجيا التشكيل باستخدام العديد من الترددات الحاملة فيما يعرف بـ COFDM أي:

Frequency – Orthogonal – Coded يعمل هذا النظام في الحيز الترددي المعروف بالحيز الفرعي الثالث من حيز الترددات العالية جداً ١٧٤ إلى ٢٤٠ ميغاهرتز، كما يعمل أيضاً في الحيز الترددي المعروف باسم، "VHF III Band" وأيضاً في الحيز Band- L في المدى الممتد من ١٤٥٢ إلى ١٤٩٢ ميغاهرتز، وحيث يوفر النظام خدمة صوتية رقمية بجودة تقارب جودة الصوت المسجل على الأقراص المضغوطة التي يصل فيها معدل نبضات الإشارة الرقمية إلى Bif Rate إلى ٢٥٦Kbps في هذا النظام يقسم الحيز الترددي المتاح إلى أجزاء يطلق عليها Blocks Frequency أو Multiplexes، ويعرض ١.٥ لكل جزء، وهذا الجزء يتيح خدمة صوتية رقمية لخمس قنوات بمعدل نبضات يصل حتى ٢٥٦ ميغاهرتز و بجودة نقاوة صوت الأقراص المضغوطة.

وقد تم الإعلان عن هذا المشروع في سنة ١٩٨٧م للبحث عن نظام للبث الصوتي الرقمي بشقيه الأرضي والفضائي وقد تم تخصيص الحيز الترددي - 92 WARC 1452 - في المنطقة الأولى إفريقيا وأوروبا وغرب آسيا حسب تقسيم الاتحاد الدول . (رقية مصطفى كامل، ٢٠٠٦ ص ٨٤-٨٣)

وقد ظهرت تكنولوجيا الرقمية خلال عقد الثمانينات والتي تعتمد على نقل موارد الاتصال باستخدام الأسلوب الرقمي، هذا الأسلوب الذي يستمد أصوله من استخدام الإشارات التلغرافية . حيث تشير كلمة "رقمي" إلى حالتين هما التشغيل والإيقاف (محمد منير، ٢٠٠٤، ص ١٨٠)، ويتم بطريقة التشغيل والإيقاف التعبير عن المعلومات في شكل سلسلة من إشارات التشغيل والإيقاف وتتخذ كل الحروف والرموز والأرقام والصور والرسوم والأصوات شكل أرقام "الواحد والصفير" ويطلق على كل زوج من الأرقام اسم Bite بمعنى حرف أو رمز كودي ففي النظام الرقمي تأخذ المعلومة شكل سلسلة مكونة من ويسمح هذا النظام بإضافة رقمي الواحد والصفير ترتبط بمرور أو عدم مرور التيار الكهربائي (Claude- Jean Bertero, 1995 P 108.) إشارات لنقل معلومات إضافية مخصصة لتصحيح الأخطاء .

وعملية رقمنة الصوت هي عملية بسيطة، فهي في الواقع مجرد تحويل إشارة كهربائية إلى الملفات بيانات حاسوبية، ويقوم الميكروفون في هذه الحالة بتحويل موجات صوت الشخص إلى إشارة كهربائية تعرف بالإشارة الصوتية

التناظرية، يتم بعد تسيير الإشارة الصوتية إلى منافذ تدخل الصوت في بطاقة الصوت الرقمي، ويمكن الحصول على أي وسيلة تستطيع إخراج إشارة صوتية تناظرية مثل مسجل أشرطة أو الراديو (Michael. M.A. 2004,P 18)

حالما تصبح الإشارة داخل البطاقة فإنها تغذي إلى المغير التناظري إلى الرقمي الذي يقوم بتحويل النبضات الكهربائية أو الموجات في الإشارة الصوتية التناظرية إلى شكل رقمي تقريبي لتلك الموجة وهو ما يسمى بالعينة، معدل أخذ العينات أو السرعة هي عامل في عملية أخذ العينات العالية الاستبانة، فكلما كان معدل أخذ العينات أسرع كلما ارتفعت نقاوة الصوت في العينة (محمد حسين بصلوص ، ٢٠٠٤، ص ٣٦.)

على مدى سنوات طويلة ونشرت في هذا المجال آلاف من أوراق البحث، وكانت بداية التطبيق مع هيئة الإذاعة البريطانية BBC، التي تمكنت من تصوير نظام ضغط رقمي لإشارة الصوت عرف ب NICAM لإرسال إشارة صوتية مجسمة بعرض نطاق صوتي قدره ١٥ كيلو هرتز وبمعدل نبضات 728 كيلو بايتا الأوروبيون فقد اعتمدوا نظاما آخر للبث الصوتي الرقمي يقوم على الجورثم عرف ب MUSICAM : (رقية مصطفى كامل مرجع سابق ، ص ١١٩)

غير أن البث الإذاعي الرقمي يتطلب القيام بالعديد من التغيرات الجوهرية بطريقة إرسال واستقبال الإشارات والأنظمة المتعددة التي تسعى لتحقيق ذلك مازالت قيد التطوير، إضافة لذلك فإن هيئة البحوث الإذاعية تدرس الآن الموضوع من زاوية استخدام طرق متنوعة لإرسال الإشارات السمعية الرقمية، وقد اقترحت عدة أنظمة بهذا الخصوص منها مقترح توزيع أراضي للإشارة يقتضي استخدام جزء من طبق الترددات التي تستخدم في الخدمات الإذاعية حاليا، التوزيع بواسطة الأقمار الصناعية واستخدام بعضا من الأسلوبين السابقين وباختصار تحديد نظام يكون منسقا مع أنظمة البث الإذاعي الحالية. (فيليب بونوا- كارل هوسمان، ٢٠٠٥، ص ٢٨٣.)

خصائص البث الإذاعي الرقمي

لقد بنى الباحثون دراساتهم المتعلقة بتطويع خصائص الإشارة المرسله لأجل أن تتوافق مع خصائص الدن، بتقليل البيانات الإضافية غير الضرورية، بالرجوع إلى دراسات التحلل النفسي لخصائص الاستقبال للأذن البشرية الذي يعرف ب Acoustics Psycho : وقد أفادت هذه النتائج في مجال تكنولوجيا البث الإذاعي الرقمي وكذلك في مجال إنتاج وتخزين الصوت الرقمي (رقية مصطفى كامل، مرجع سابق، ص ١١٧- ١١٨.)

حيث تتيح تكنولوجيا البث الإذاعي الرقمي إرسال عدة قنوات صوتية في حزمة صغيرة من الترددات وتستقبل برامجه بواسطة هوائي صغير بمعنى آخر فإن هذه التكنولوجيا تشغل مساحة أصغر من الطيف على سبيل المثال: نجد أن سبع قنوات تناظرية يمكن أن تشغل حوالي ٠٩ ميغاهرتز في حين أن نفس القنوات فيما لو تحولت إلى البث الرقمي فإنها تشغل بحد أقصى ١.٥ ميغاهرتز (محمد جاسم فليحي الموسوي ، ٢٠٠٩، ص ١٢١)، غير أن استخدام النظام الرقمي في البث الإذاعي مقارنة بالنظام التماثلي -الذي لا يزال معمولا به في بعض الإذاعات من دول العالم الثالث- يتيح العديد من المزايا نخلص إلى أهمها فيما يلي : (حسن عماد مكايوي، ١٩٩٣، ص ١٦٣.)

أولاً: يتخذ الاتصال الرقمي شكل "الشبكة الرقمية Digital network"

من بداية الإرسال الإذاعي إلى منفذ الاستقبال، وتكون مراحل الإرسال والاستقبال والقناة عملية واحدة متكاملة، ويمكن التحكم في عناصر النظام في دائرة رقمية موحدة، مما يجعل قدر التشويش ضعيفا جدا، فالشبكة الرقمية تجسد نظاما من المعالجات تقوم بتوجيه المحتوى الأصلي والتحكم في عملية الإرسال والقناة وفك كود الوسائل على مراحل مختلفة دون تداخل فيما بينها

ثانياً: يتسم نظام الاتصال الرقمي بالنشاط والقوة

إذ يتفوق الاتصال الرقمي على الاتصال التماثلي في وصل الاتصال رغم الظروف البيئية الصعبة كذلك في نقل المعلومات إلى مسافات بعيدة من خلال استخدام وصلات الألياف البصرية التي تحافظ على قوة الاتصال منذ البداية حتى النهاية، كما تكمن قوة الاتصال الرقمي وفعاليتيه من خلال عدة أبعاد مثل: مقاومة التشويش، مقاومة التداخل في الحديث، وتصحيح الأخطاء إلكترونياً والحفاظ على قوة الإشارة على طول خط الاتصال.

ثالثاً: تتميز الشبكة الرقمية بقدر عال من الذكاء

لقد تم تصميم النظام الرقمي لكي يراقب تغير أوضاع القناة بصفة مستمرة ويصحح مسارها من خلال عاملين: أ- تحقيق التوافق الصوتي أو التناغم بين الأصوات Equalization فالتوافق الصوتي أو "التناغم التوافقي" هو حل لمشكلة التشويش في نظام التشكيل بالاتساع AM الذي يؤدي إلى بعض التغيير في الموجة المرسله وكذا الحل لمشكل التداخل بين النبضات الرقمية وللتغيير الذي يمس القناة خاصة ما تعلق بالقنوات الإذاعية، حيث يسمح التناغم التوافقي بقياس التشويش في القناة باستمرار في شكل الموجة المستقبلية ولتجنبه يكفي تركيب الشبكة الرقمية على طبق ضخم يتيح توفير قناة إرسال رقمية متماسكة من البداية إلى النهاية .

ب- التحكم في الصدى control Echo : يعتبر الصدى انعكاساً لارتداد الإشارة في جهاز الإرسال إلى نفس الجهاز في حالة الاتصال الرقمي يمكن استخدام أداة تقوم بتخزين اللغة المرسله إلى محطة الإرسال والوقت المستغرق لتلك الرحلة حتى يصل إلى الطرف النهائي المستهدف وبالتالي تقادي حدوث الصدى .

رابعاً: تتسم الشبكة الرقمية بالمرونة

حيث يخضع النظام الرقمي للتحكم من جانب البرامج بالحاسوب الإلكتروني الذي يسمح بتحقيق قدر عال من جودة الاستخدام.

خامساً: يتميز الاتصال الرقمي بالشمول

حيث يسمح النظام الرقمي على عكس النظام التماثلي عادة من نقل البيانات في شكل أصوات، بقدر عال من الدقة ويتم الاتصال عن طريق استخدام الإشارات الرقمية، إضافة إلى إمكانية نقل الشبكة الرقمية للعديد من المحادثات أو الأصوات المركبة في الوقت ذاته. (حسن عماد مكاوي، مرجع سابق، ص ١٦٤)

وفي ضوء المزايا العديدة التي يتمتع بها نظام البث الرقمي، يتيح استخدامه في الإذاعة المزايا التالية:

- تحسين ظروف استقبال المواد والخدمات الإذاعية شديدة الجودة في المنازل والسيارات وأماكن التجمعات والمناطق النائية
- إتاحة خدمات إذاعية كبيرة من خلال قدرة القنوات القمرية على حمل عدد كبير من القنوات الإذاعية التي تتيح للجماهير اختيار ما يناسبه من بدائل عديدة
- الوصول إلى مناطق جغرافية شاسعة في التغطية الإذاعية مثل المناطق المحرومة من خدمات المحطات الإذاعية الأرضية حيث يتم التغلب على العوائق الطبوغرافية (حسن عماد مكاوي مرجع سابق، ص ٥١)

• تزايد عدد المحطات الإذاعية التي تعتمد على هذه التقنية بشكل مستمر، كما يتيح هذا النظام إمكانية بث الإذاعات المشفرة على غرار التلفزيون المشفر وتحتاج تقنية البث الرقمي على أجهزة استقبال إذاعية تستطيع استقبال إشاراتها

ويسمح استخدام جهاز الراديو الرقمي من التخلص من مشاكل التداخل الصوتي المتمثلة في الفحيج والبهتان التي تقسد البث الإذاعي وهي حالة من الحالات الرئيسية التي تميز البث التماثلي فالراديو الرقمي مجهز بمعالجات ترشح التداخل وتصحح الأخطاء. كما يسمح ذات النظام ببث أفضل ضمن الطيف الإذاعي مقارنة بإذاعات الألف أم بالإضافة إلى المحتوى المبتوث فإن نفس الطيف يحمل بيانات إضافية في شكل نصوص وربما رسومات جرافيك يمكن قراءتها انطلاقاً من شاشة جهاز الراديو الرقمي ، حيث تحمل هذه البيانات دليل برنامج إلكتروني G.P.E شبيه بذلك الموجود في أجهزة الالتقاط التلفزيونية من الأقمار الصناعية وربما تحمل هذه البيانات معلومات إضافية أخرى مثل نتائج المباريات والدليل الثقافي وحركة البورصة في بلد ما وهذا يحقق حالة الارتقاء بالبث الرقمي كما يفسح المجال أمام الإذاعات لكي تستفيد من آليات التفاعلية (عباس صادق، ٢٠٠٩ ص ٤٤)

ورغم المزايا المتعددة الناتجة عن استخدام تكنولوجيا البث الرقمي في الإرسال الإذاعي إلا أن هناك عدة تحديات تقلل من الانتشار السريع لهذه التقنية رغم أهميتها في تحقيق مزايا عديدة للمستمعين ولع أهم هذه التحديات ترتبط بارتفاع تكلفة أجهزة الإرسال الإذاعي التي تعمل بالنظام الرقمي أو ما يقصد به البنية التحتية للإذاعة الرقمية إضافة إلى ارتفاع كلفة أجهزة الاستقبال اللازمة لاستقبال تقنية البث الرقمي على الأقل في الوقت الحاضر ولا سيما في الدول النامية وربما تشهد السنوات القليلة القادمة حلولاً لهذه المشكلات بهدف الاستفادة القصوى من تكنولوجيا البث الرقمي في العمل الإذاعي (حسن عماد مكاوي، رجح سابق، ص ٥٢)

التفاعلية الإذاعية وابعادها

تعد التفاعلية سمة الاتصال في عصر التطور التكنولوجي وهي التواصل بين المرسل والمتلقي الذي يكون متبادلاً إذ أن المتلقي يتلقى الرسالة ويتفاعل معها ويرسل بدوره تغذية راجعة للمرسل الذي يتفاعل مع هذه التغذية الراجعة، ويحدث تعديلات أو إضافات أو يقدم توضيحات معينة، فالاتصال لا يعني بالضرورة التفاعلية، إلا إذا كان يضمن عملية التبادل والمشاركة بين المرسل والمستقبل، أي أن الرسالة تكون باتجاهين. ويمكن التمييز بين نوعين أساسيين من التفاعلية، التفاعلية المباشرة والتي تكون في نفس الزمان وليس بالضرورة نفس المكان وهذا باستخدام الحوارات واللقاءات المباشرة أو باستخدام وسائل تقنية كالهاتف، الثابت أو النقال، الرسائل الإلكترونية أو القصيرة والفاكس أما التفاعلية الأخرى فهي غير مباشرة والتي لا تستوجب الأنية وتكون باستخدام البريد التقليدي أو اللقاءات غير المباشر أو الدراسات المسحية (خالد زعموم، ٢٠٠٧، ص ١٥).

لقد ساعد تطور تكنولوجيات الاتصال على تطور مفهوم التفاعلية، وتكنولوجيات الاتصال التي اكتسبت سمة التفاعل التبادلي والذي يشير بوجه عام إلى عمليات الاتصالات التي تتخذ خصائص الاتصالات بين الأشخاص، ففي الاتصالات الشخصية يشترك المرسل والمستقبل في أداء دور رجل الإعلام والاتصال بالتناوب ويستقبل كل شريك التغذية المرتدة فوراً، وبصورة كاملة في شكل رسائل شفوية والواقع أن وسائل الاتصال الإلكترونية التقليدية ليست ذات تفاعل تبادلي لأن تدفق الاتصالات ذات الاتجاه الواحد لا تسمح لأعضاء الجمهور بالتقديم أو لرجال الإعلام باستقبال التغذية المرتدة فوراً. (مي العبد الله، ٢٠٠٥ ص ٣٣٢)

وتتفاعل المؤسسات الإعلامية بإشكال مختلفة وبدرجات متفاوتة مع هذه التحولات. ثمة منها انفتحت على هذا الحراك الجديد واستثمرت بشكل خلاق الإنترنت وأدواته كأحدى آليات التحديث الشامل تكنولوجيا وبرامجيا واقتصاديا، كما استثمرت هذه المؤسسات الإنترنت كوسيلة لتجديد العلاقة مع الجمهور من خلال توظيفها لآليات التفاعلية العديدة حتى أضحى الجمهور طرفا رئيسا في العملية الإعلامية كمتلق نشط يساهم بأرائه وأفكاره (الصادق الحمادي، ٢٠٠٩ ص ١١) وتشير كلمة التفاعلية وفق اللغة الفرنسية "interactivité": المركبة من كلمتين في أصلها اللاتيني، من الكلمة السابقة "Inter" وتعني بين أو في ما بين، ومن الكلمة "Activus" وتفيد الممارسة في مقابل النظرية وعليه، عندما يترجم مصطلح التفاعلية "interactivité" من اللاتينية، فيكون معناه "ممارسة بين اثنين"، أي تبادل وتفاعل بين شخصين إذ نفهم أن جوهر مصطلح التفاعلية يكمن في التبادل والتفاعل، حوار بين اثنين أي اتصال في وضعية الوجه لوجه وعليه فهي ممارسة اتصالية قديمة (خالد زعموم، مرجع سابق، ص ٢٦).

مفهوم الإعلام الرقمي وتعريفاته

برز الإعلام الرقمي بشكل ملفت للنظر، حديثاً، بظهور تقنيات الاتصال والإعلام، وأخذ يشق طريقه بقوة بين المستخدمين ويمارس دوره في نقل المحتوى الاتصالي بنجاح من حيث ارادة مفهوم (الإعلام الجديد والالكتروني والاجتماعي)، وهذه المفاهيم الحديثة هي إحدى سمات العصر الجديد للإعلام، تكشف عن مرحلة جديدة من الخدمات الإعلامية والاتصالية تختلف عن سابقتها التي كانت تمارس في عصر الإعلام التقليدي مثل الصحفية والإذاعية والتلفاز، قبل ظهور البث الفضائي، (البدراي، فاضل محمد ٢٠١٧ ص ١١) واصبح الإعلام محورا اساسيا لمختلف القضايا الاساسية، وقد زادت اهمية نتيجة التطورات التكنولوجية التي حسنت من دور هذا الإعلام حتى بات تأثيره واضحا في كل مجال من مجالات الحياة، ومنها المجال الاجتماعي والاقتصادي والعسكري و... الخ (الظاهري، مطر سالم، وآخرون ٢٠١٣ ص ٦٤).

وما يخص عصر التكنولوجيا الرقمية قد اذهل هذا التقدم التكنولوجي في قرن ونصف والرواد الاوائل، ولكن مع كل هذا التقدم والتغير، ظل الهدف كما هو، فقد كان المصورين والصحفيون يقومون برواية القصة الاخبارية بالطريقة التي تحلو لهم ونقله للجمهور بسرعة ودقة، لقد تغيرت الأساليب والمعدات، ولكن لقي الهدف الامثل. (ستيفن كوين، فينست، فيلاك، ٢٠١٥ ص ٢٥٦).

وهنا لابد من الاعتراف بصعوبة تقديم تعريف محدد للإعلام الجديد، فعلى الرغم من ثرائه التقني وأهميته السياسية والاقتصادية والثقافية، مازال تنظيره تائهاً بين علوم الإنسانيات ونظريات المعلومات والاتصالات، وما سيقدمه هذا البحث محاولة متواضعة في هذا المجال.

اما تعريف الإعلام اصطلاحا: هو عبارة عن نوع جديد من الإعلام يشترك مع الإعلام التقليدي في المفهوم والمبادئ العامة والاهداف، وما يميز عن الإعلام التقليدي انه يعتمد على وسيلة جديدة من وسائل الإعلام الحديث وهي الدمج بين كل وسائله الاتصال التقليدي، ويهدف ايصال المضامين المطلوبة بأشكال متميزة ومؤثرة بطريقة اكبر، وهو يعتمد بشكل رئيسي على الانترنت التي تتيح للاعلاميين فرص كبيرة لتقديم موادهم الإعلامية المختلفة بطريقة الكترونية بحتة. (عكاشه، رضا، ٢٠٠٦ ص ٢٧)

ويعرف الإعلام الرقمي: هو الإعلام الذي يستخدم الوسائل الاتصالية الالكترونية كافة المتاحة على شبكة الانترنت للوصول إلى الجمهور اينما كان وكيفما يريد. (العقيلي، ٢٠١٢)، ص ١٨، (<http://naussedu.sa>).

ولم يتحدد الإعلام الرقمي بتعريف واحد لأنه ببساطة يشكل جملة تفاعلات تكنولوجية مرتبطة بعضها ببعض وتنتج بالنهاية معطيات جديدة تفتح المجال أمام الباحثين لتقديم مزيد من الاجتهاد في توصيفاته، وانطلاقاً من هذا، يرى الباحث ان القسم الإعلامي الذي مر بسمات عدة، منها الإعلام الحديدي أو الإعلام الاجتماعي أو العالم الافتراضي، وهو بالنهاية يصب في خانة الإعلام الرقمي الذي عرفه المؤلف هو مجموعة تقنيات الاتصال الرقمي التي انبثقت عن تزاوج برامجي بين تقنيات الحاسوب والاجهزة الذكية المحمولة والوسائل التقنية للإعلام كالصوت والفيديو والتصوير والفوتوغرافي والطباعة والصورة. (البدراني، فاضل محمد مصدر سابق، ص ١٩).

ونستنتج من ذلك الإعلام الرقمي هو كل ما يدور في عالمنا هذا من معلومات ورسائل سواء كانت ايجابية أو سلبية بفضل التقنيات التكنولوجية الحديثة المتطورة، والتي اصبحت من الوسائل المهمة التي تساعد الانسان على الانفتاح والتعرف على العالمين الداخلي والخارجي، وانها على تماس مباشر في حياتنا اليومية، حيث ان وسائل الإعلام الرقمي الجديد تشكل تحدياً ضخماً لوسائل الإعلام الرقمي الجديد من خلال قواعد بيانات وشبكات جديدة يساعد الجمهور ويعيد تحديد دور الصحفيين في المجتمع، فالاتصال عبر الحاسبات والأجهزة المحمولة يقدم أشكالاً متعددة من التفاعلية، مثل البحث عن المضامين واتاحة رد الفعل أو رجوع الصدى للمواقع الاعلانية، بالمقارنة بوسائل الإعلام المطبوعة والإذاعة، فان مستخدمي الإنترنت يسهل عليهم الاتصال بالقائمين بالاتصال من خلال قوائم البريد الالكتروني ذات القطع الفائقة للمحررين والمخرجين في المؤسسات الإعلامية.

عوامل ظهور الإعلام الرقمي

إن التطورات التكنولوجية التي طرأت مؤخراً أدت إلى تنوع وتعدد أشكال الإعلام الرقمي الالكتروني سواء في الصحف أو في المؤسسات الإعلامية وغيرها، حتى أن الرسائل المتبادلة بين الاشخاص أصبحت تأخذ أشكال متنوعة ومتعددة أيضاً، مر الإعلام الرقمي بمراحل ومتغيرات، وقد أصبحت هذه الاشكال كافة تقدم من خلال الانترنت خدمات الإلكترونية الخدمات مباشرة كإخبار عاجلة والفورية وبعض اشكالها التي تصنف كالاتي: (الرحباني، شفيق عبير، ص ٣٩-٤١).

١. **العامل التقني:** المتمثل في التقدم الهائل في تكنولوجيا الكمبيوتر : تجهيزاته و برمجياته وتكنولوجيا الاتصالات ولا سيما ما يتعلق بالأقمار الصناعية وشبكة الالياف الضوئية ، فقد اندمجت هذه العناصر في توليفات اتصالية عده الان افترزت شبكة الشبابة (انترنت) التي تشكل حالياً لكي تصبح وسيطاً يطوي بداخله جميع وسائل الاتصال الأخرى: المطبوعة والمسموعة والمرئية

٢. **العامل الاقتصادي:** المتخصص في عولمة الاقتصاد وما يطلب من اسراع حركة السلع و رؤوس الاموال وهو ما يتطلب بدوره الإسراع في تدفق المعلومات، وليس هذا لمجرد كون المعلومات قاسماً مشتركاً يدعم جميع النشاطات الاقتصادية دون استثناء، بل لكونها اي المعلومات سلعة اقتصادية في حد ذاتها تتعاطم أهميتها يوماً بعد يوم (كرم، سمر، ٢٠٠٨ ص ٧٧)

٣. **العامل السياسي:** المتمثل في استخدام المتزايد لوسائل الإعلام من قبل القوى الأساسية بهدف احكام قبضتها على سير الأمور والمحافظة على استقرار موازين القوى في عالم شديد الاضطراب زاحر بالصراعات والتناقضات، وقد تداخلت هذه العوامل التقنية والاقتصادية والسياسية بصورة غير مسبوقه، جاعلة من الإعلام الجديد قضية شائكة جداً، وساحة ساخنة للصراعات العالمية والإقليمية والمحلية (الر عود، عبدالله، ٢٠١٢، ص ٣٩).

وشكل الإعلام الرقمي تحديات مهمة استوعبتها الحضارة الانسانية، ووظفت وسائل لمواكبة التكنولوجيا الحديثة في احداث نوعية جديدة من المضامين الإعلام التي غيرت من حياة الانسان وانتقلت به من مستمع إلى مشارك ومنتقد ومعارض، اي بمعنى ان وسائل الإعلام الرقمي الجديد جاءت لحل سيطرة وسائل الإعلام التقليدية المركزية، واصبح بإمكان الافراد و المؤسسات مخاطبة الجمهور مباشرة وتكلفة معقولة.

تقنيات حديثة للإعلام الرقمي:

أ- **تقنية صحافة حقيقية الظهر:** وتعتبر بع المؤسسات الإعلامية أن هذا النوع من الصحافة هو أقل كلفة لها، فعوض إرسال فريق مؤلف من مراسل ومصور فيديو ومساعد الصوت ومخرج ترسل فقط صحفي الذي يقوم بكل المهمات، ويتوقع بعض الصحفيين ومن بينهم "جاين ستيفن" أن هذا النوع من الصحافة سيسيطر على المهنة في السنوات المقبلة فمع انتشار الصحافة الإلكترونية والوسائط المتعددة بات الصحفي متعدد المواهب. (دغمان، ليلي، سارة هوام ٢٠١٢ ص ٥٣)

ب- **تقنية السرد القصصي عبر المنصات الإلكترونية:** أخذ مصطلح السرد القصصي عبر المنصات الإلكترونية المختلفة بعدا من الآراء المتضاربة بحيث أنه يستخدم لتوصيف التقنيات المستخدمة في مجال التسويق وعالم الترفيه والمنوعات بهدف الترويج للأفلام والمسلسلات التلفزيونية، ومع تصفح القراء للأجهزة اللوحية والهواتف المحمولة وأجهزة الكمبيوتر وغيرها بهدف استهلاك المعلومات مكنهم ذلك من خلق نوع جديد من القصص وتعني عبارة السرد القصصي عبر المنصات الإلكترونية المختلفة تقسيم أجزاء القصة الواحدة على عدة منصات لخلق قصة سردية متماسكة، وتوزع الأجزاء المختلفة في القصة بشكل يتطابق مع ما تقدمه كل منصة لتضاعف تجارب المستخدمين على هذه المنصات عوضا عن ان الهدف الأساسي للقصة السردية عبر المنصات الإلكترونية تكرر المعلومات ذاتها في عدة منصات، و المختلفة هو اشتراك الجمهور في هذه العملية (العاني، بتول عبد العزيز، ٢٠١٣، ص ٥٦)

ت- **تقنية صحافة البيانات:** وتعتبر صحافة البيانات صحافة متخصصة في إبراز الدور المتزايد للمعطيات والبيانات الرقمية والمرسومة في إنتاج وتوزيع المعلومات في العصر الرقمي، وهي تعكس التفاعل المتزايد بين منتجي المحتوى الصحفيين والمتخصصين في عدد آخر من المجالات مثل التصميم الفني وعلم الكمبيوتر والإحصاء، ويعتبر بع الكتاب أنها تمثل من منظور الصحفيين مجموعة متداخلة من الكفاءات مستمدة من مجالات متباينة وبدأ استخدام صحافة البيانات الرقمية لتوحيد عدة مفاهيم وربطها مع الصحافة ويرى البعض في ذلك مراحل أو مستويات من الاستخدام تتراوح بين الأكثر تبسيطا والأكثر تعقيدا من التقنيات الجديدة في العملية الصحافية. (ليلي دغمان، وآخرون مصدر سابق ص ٥٤ .)

خصائص الإعلام الرقمي

هنالك بعض السمات التي امتاز بها الاعلام الرقمي الحديث عن الاعلام التقليدي ومن اهم هذه الخصائص هي:

١- **التفاعلية:** حيث اصبح للمتلقي دور مؤثر في عملية الاتصال سواء امتلك حق كتابة التعليق المباشر على ما ينشر، كما في المواقع الالكترونية للصحف، والصحف الالكترونية، أو شريط الرسائل في شاشات القنوات التلفزيونية، أو من خلال المشاركة في البرامج الاذاعية والتلفزيونية، كتابة أو تحدثا، أو في الحد الأدنى من خلال امتلاكه قدرة اختيار نوع المعلومات التي تصله، من خلال انتقاء القناة الفضائية، المشفرة، أو الخدمة الاخبارية عبر الرسائل النصية القصيرة. (الدين، محمود، ٢٠١٠ ص ١١٧)

٢- **الاجماهيرية:** وتعني ان الرسالة الاتصالية من الممكن ان توجه إلى فرد أو إلى جماعة معينة وليس إلى جماهير ضخمة كما كان في الماضي، وتعني ايضا درجة تحكم في نظام الاتصال بحيث تصل الرسالة مباشرة من منتج الرسالة إلى مستهلكها أو المستفيد منها (الدين، محمود، ٢٠١٠ ص ١١٩)

اللاتزامنية: وهي امكانية ارسال واستقبال الرسائل الاتصالية في وقت مناسب للفرد المستخدم، وبدلا من ان يستقبل كل المشاركين نفس الرسالة في نفس الوقت. (الشريف، سامي " ١٩٩٦، ص ١٩-٢٢)

الحركة والمرونة: المرونة: حيث يمكن لمستخدم وسائل الإعلام الجديد، وفرت أرشيفا يستطيع الوصول إلى كثير من مصادر المعلومات بكل سهولة ويسر وإتاحة هذه المصادر للمستخدم يزيد من قدرته على الحصول على المعلومات المختلفة والمفاضلة بينها واختيار المناسب منها. (شقرة، علي خليل، الاعلام الجديد شبكات التواصل الاجتماعي" (دار اسمة للنشر والتوزيع، عمان، ط١، ٢٠١٤) ص ٥٥.

قابلية التحويل: اذ تتميز معظم وسائل الاصال الحديثة بسهولة النقل، بالإضافة إلى الهاتف النقال بمختلف التطبيقات التي يتضمنها، يتوافر هاتف الطائرة، والحاسب الالي المحمول، الذي يمكن تزويده بطابعة. (مكاوي، حسن عماد" ، ١٩٩٧ ص ٤٩).

١- **السرعة في انجاز الاتصال:** يتم الانتقال من مرحلة المتعددة إلى اسلوب المرحلة الواحدة. (كافي، مصطفى يوسف" ٢٠١٦ ص ٢٢)

ادوات الاعلام الرقمي

اصبحت الوسائل الرقمية المستخدمة في اصال المعلومات متوفرة في كل مكان، وتقوم ببث رسائل تحمل في مضامينها رسائل ايجابية واخرى سلبية يصعب السيطرة عليها، حتى وان تسنى ذلك لبعض الاسر أو المنظمات أو الحكومات، فقد مهدت شبكات الانترنت الطريق امام المجتمعات كافة للتقارب والتعارف من حال ربط اجراء العالم بفضائها الواسع وتبادل الآراء والافكار والثقافات، وتشير الدراسات الحديثة إلى ان هذه التقنية الحديثة قد فتحت مجالات التواصل المعلوماتي، وساعدت على ظهور ما يسمى اليوم القرية الكونية الصغيرة التي تختفي فيها عناصر الزمان والمكان والحدود. (وليد ابراهيم ٢٠٠٩ ص ٢١).

في ظل التطور الحاصل في الثورة المعلوماتية التي انجبتها التكنولوجيا الحديثة يمكن ان نخلص بعض الادوات المهمة وتتلخص ادوت الإعلام الرقمي كالاتي(صادق، عباس مصطفى مصدر سابق، ص ٨).

- ١- المواقع الإخبارية.
- ٢- الصحف الالكترونية.
- ٣- مواقع البث الإذاعي والتلفزيوني عبر الانترنت.
- ٤- الكتاب الالكتروني والبطاقة الالكترونية.
- ٥- الشبكات الاجتماعية كالفيس بوك.
- ٦- مواقع مشاركة مواقع الفيديو كاليوتيوب.
- ٧- المدونات والمنديات.

فقد مهدت شبكات الإنترنت الطريق أمام المجتمعات كافة للتقارب والتعارف من خلال ربط اجراء العالم بفضائها الواسع، وتبادل الآراء والأفكار والثقافات، وتشير الدراسات الحديثة إلى أن هذه التقنية الحديثة قد فتحت مجالات التواصل

المعلوماتي، وساعدت على ظهور ما يسمى اليوم القرية الكونية الصغيرة التي تختفي فيها عناصر الزمان والمكان والحدود. (المهوس، وليد ابراهيم ٢٠٠٩ ص ٢١).

حيث تشير بعض الدراسات إلى وجود تأثير سلبي وإيجابيات وسائل الإعلام الرقمي عن طريق توزيعها شبكات علاقات الفرد الاجتماعية مع الآخرين سواء على المستوى المحلي أو الإقليمي أو حتى الدولي، بغض النظر عن خلفياتهم السياسية والاقتصادية والاجتماعية وعلى العرقية والجنسية... الخ. (السلام، وفاء حافظ عبد ، ص ٣٦٠).

البودكاست

جاءت كلمة البودكاست اشتقاقاً من كلمتي الإذاعة (Broadcast) وأي بود (Pod) لتعبّر عن البرامج الإذاعية حسب الطلب - فيمكنك الاستماع للبودكاست في أي وقت ترغبه، بعكس محطات الراديو والتلفزيون حيث يُرجم بث المحتوى، وتتنوع فئات البودكاست، فمنها الدراما والكوميديا والرياضة والتحليل السياسي والتجارة والأعمال وغيرها، ويمكن الاستماع لبرامج صوت على الموقع حيث يتم عرض جميع الحلقات، أو عن طريق تطبيقات البودكاست أو الموسيقى مثل (Apple Podcasts, Google Podcasts, Pocket Casts, Stitcher, Castbox)

طريقة الاستماع للبودكاست

يمكن الإستماع للبودكاست من خلال التطبيقات المختلفة المتوفرة لكلا النظامين iOS و Android كمثال Apple Podcast. و Google Podcast. كما تتوفر مواقع مختلفة لصانعي البودكاست على الإنترنت ويمكنك البحث عنهم والاستماع من خلال المتصفح مباشرة في جهاز الكمبيوتر، وتم صناعة البودكاست ليناسب الحياة المليئة بالأنشطة، فيمكن تحميل الحلقات أول بأول لسماعها عندما تكون غير متصل بالإنترنت سواء في جهاز الكمبيوتر من خلال المتصفح أو في هاتفك الذكي من خلال التطبيقات التي تحدثنا عنها في الفقرة السابقة.

وهنا في شركة آرکاست [arcast] نقوم بتطوير منصة من خلال تطبيق هاتف وموقع إلكتروني لسماع البودكاست الخاص بصانعي المحتوى في الوطن العربي بسهولة وفي مكان واحد حتى لا تبحث كثيراً في العديد من التطبيقات والمواقع المختلفة، وينتشر البودكاست في الخارج وبالأخص في الدولة التي شهدت نشأة البودكاست وهي الولايات المتحدة الأمريكية حيث يستمع أكثر من ١٢٤ مليون من تعداد سكانها إلى البودكاست، وبناءً على دراسة Edison Research قام أكثر من ٤٢ مليون من الأمريكيين بسماع البودكاست بشكل أسبوعي عام ٢٠١٧، ويبلغ حجم الدعاية التي تنفق في البودكاست في الولايات المتحدة ٢٥٦ مليون دولار سنوياً وتتوقع الدراسات زيادة كبيرة خلال السنوات القادمة.

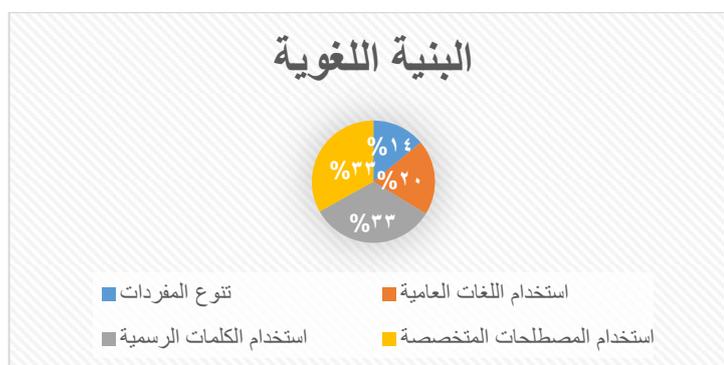
جدول رقم ١ الخاص بالفئة الرئيسية (البنية اللغوية)

ت	الفئات	التكرار	النسبة المئوية
١	تنوع المفردات	٢	١٤
٢	استخدام اللغات العامية	٣	٢٠
٣	استخدام الكلمات الرسمية	٥	٣٣.٣٣
٤	استخدام المصطلحات المتخصصة	٥	٣٣.٣٣
	المجموع	١٥	%١٠٠

التحليل

وجد الباحث خلال التحليل ان فئة تنوع المفردات جاءت بعدد تكرار ٢ وبنسبة مئوية ١٤%، وجاءت فئة استخدام اللغات العامية بعدد تكرار ٣ وبنسبة مئوية ٢٠%، وفيما يخص فئة استخدام الكلمات الرسمية جاءت بعدد تكرار ٥ وبنسبة مئوية ٣٣.٣٣% وفئة استخدام المصطلحات جاءت بنسبة مئوية ٣٣.٣٣% وبعدها تكرار ٥، ويمكن أن يشير الاستخدام الأقل تكرارًا للمفردات واللغة العامية المتنوعة إلى أن هذه البرامج تسعى إلى الحفاظ على مستوى معين من الاحترافية والجدية، مع القليل من المحاولات لجعل المحتوى أكثر حيوية وتقريبًا للجمهور السائد.

رسم البياني رقم ١



جدول رقم ٢ الخاص بالفئة الرئيسية (الاسلوب اللغوي)

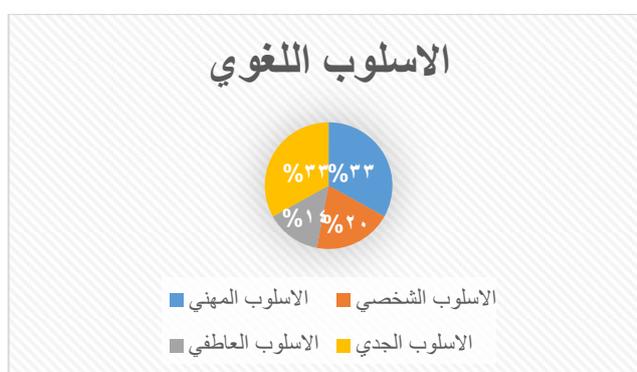
ت	الفئات	التكرار	النسبة المئوية
١	الاسلوب المهني	٥	٣٣.٣٣
٢	الاسلوب الشخصي	٣	٢٠
٣	الاسلوب العاطفي	٢	١٤
٤	الاسلوب الجدي	٥	٣٣.٣٣
	المجموع	١٥	%١٠٠

التحليل

وجد الباحث ان فئة الاسلوب المهني والاسلوب الجدي تساوت من خلال التكرار به وبنسبة ٣٣.٣% واما فيما يخص فئة الاسلوب الشخصي جاء بتكرار ٣ ونسبة مئوية ٢٠.٥ وفيما يخص فئة الاسلوب العاطفي جاء بتكرار ٢ وبنسبة مئوية ١٤%

ونستنتج من ذلك ان تساوي الأسلوب المهني والجدي نجد كل من الأسلوب المهني والأسلوب الجدي حصلا على نفس التكرار والنسبة المئوية (٥ مرات بنسبة ٣٣.٣%). هذا يشير إلى أن كلا النوعين من الأساليب يستخدمان بنفس القدر في العينة المدروسة، وقلة استخدام الأسلوب الشخصي والعاطفي والأسلوب الشخصي حصل على تكرار أقل (٣ مرات بنسبة ٢٠%). هذا يشير إلى أن هذا الأسلوب أقل شيوعاً مقارنة بالأسلوبين المهني والجدي والأسلوب العاطفي هو الأقل استخداماً، حيث حصل على تكرار (٢ مرات بنسبة ١٤%). هذا يوضح أن العينة تميل إلى الأساليب الأكثر رسمية أو مهنية وتتعد عن الأساليب العاطفية.

رسم بياني رقم ٢



جدول رقم ٣ الخاص بالفئة الرئيسية (النبرة والصوت)

ت	الفئات	التكرار	النسبة المئوية
١	نبرة التفاؤل	٧	٤٧%
٢	نبرة الحزن	١	٧%
٣	نبرة الهدوء	٣	٢٠%
٤	نبرة الحماسة	٤	٢٦%
	المجموع	١٥	١٠٠%

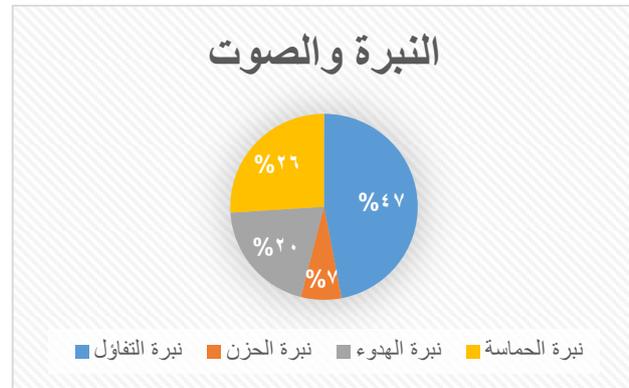
التحليل

وجد الباحث ان فئة نبرة التفاؤل جاءت بعدد تكرار ٧ وبنسبة مئوية ٤٧%، فيما جاءت نبرة الحزن بتكرار ١ وبنسبة مئوية ٧% وفيما يخص نبرة الهدوء جاءت بعدد تكرار ٣ وبنسبة مئوية ٢٠% وفيما يخص نبرة الحماسة جاءت بتكرار ٤ وبنسبة مئوية ٢٦%

ما نستنتج من ذلك ان نبرة التفاؤل جاءت بأعلى عدد تكرارات (٧ مرات) وأعلى نسبة مئوية (٤٧%). هذا يشير إلى أن الأفراد في العينة يميلون إلى استخدام نبرة تفاؤلية في تواصلهم بشكل كبير، مما يعكس جواً عاماً من الإيجابية والتفاؤل ونبرة الحزن جاءت بأقل عدد تكرارات (مرة واحدة) وبأقل نسبة مئوية (٧%). هذا يشير إلى أن التعبير عن الحزن قليل

جدًا في العينة، مما قد يدل على أن الأفراد يميلون إلى تجنب النبذة الحزينة في تواصلهم، ونبذة الهدوء جاءت بتكرار ٣ مرات ونسبة مئوية ٢٠%. هذا يشير إلى وجود نسبة معتدلة من التواصل الذي يتسم بالهدوء والاستقرار، ونبذة الحماسة جاءت بتكرار ٤ مرات ونسبة مئوية ٢٦%. هذا يشير إلى أن هناك عددًا لا بأس به من الأفراد الذين يستخدمون نبذة حماسية في تواصلهم، مما يعكس وجود طاقة وحماس في بعض المواقف.

رسم بياني رقم ٣



جدول رقم ٤ الخاص بالفئة الرئيسية (الخطاب والاسلوب الخطابي)

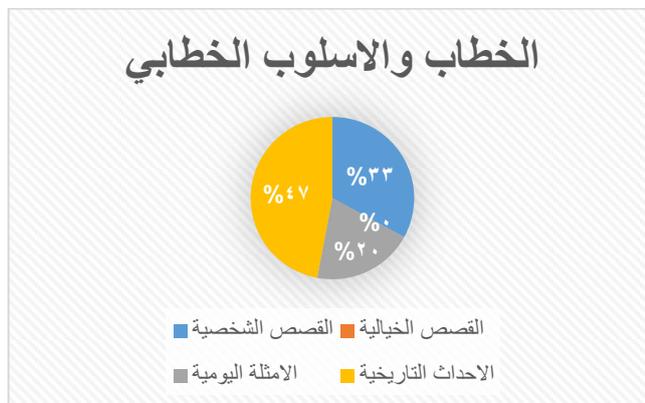
ت	الفئات	التكرار	النسبة المئوية
١	القصص الشخصية	٥	٣٣
٢	القصص الخيالية	٠	٠
٣	الأمثلة اليومية	٣	٢٠
٤	الاحداث التاريخية	٧	٤٧
	المجموع	١٥	١٠٠%

التحليل

وجد الباحث من خلال تحليل البيانات ان فئة القصص الشخصية جاءت بعدد التكرار ٥ ونسبة مئوية ٣٣% وفيما يخص فئة القصص الخيالية فقد جاءت صفر وفيما يخص فئة الأمثلة اليومية جاءت بعدد تكرار ٣ ونسبة مئوية ٢٠%، وفيما يخص فئة الاحداث التاريخية جاءت بعدد تكرار ٧ ونسبة مئوية ٤٧%، وما نستنتج من ذلك ان تفوق فئة الأحداث التاريخية حيث فئة الأحداث التاريخية جاءت بأعلى عدد من التكرارات (٧ مرات) وأعلى نسبة مئوية (٤٧%). هذا يشير إلى أن الأفراد في العينة يميلون بشكل كبير إلى استخدام الأحداث التاريخية في تواصلهم، مما يعكس اهتمامًا كبيرًا بالتاريخ واستخدامه كمرجع في النقاشات، كما ان استخدام ملحوظ للقصص الشخصية حيث ان فئة القصص الشخصية جاءت بتكرار ٥ مرات ونسبة مئوية ٣٣%. هذا يدل على أن الأفراد يستخدمون تجاربهم الشخصية في التواصل بشكل كبير، مما يضفي طابعًا شخصيًا وإنسانيًا على تواصلهم، بالإضافة الى قلة استخدام الأمثلة اليومية حيث ان فئة الأمثلة اليومية جاءت بتكرار ٣ مرات ونسبة مئوية ٢٠%. هذا يشير إلى أن الأمثلة اليومية تُستخدم بقدر أقل مقارنةً بالأحداث التاريخية والقصص الشخصية، مما يعكس ميلًا أكبر إلى استخدام السياقات التاريخية والشخصية بدلاً من الأمثلة اليومية العادية، بالإضافة الى عدم استخدام القصص الخيالية فئة القصص الخيالية لم تُستخدم مطلقًا (٠ مرات)، وهذا يدل على أن الأفراد

في العينة لا يميلون إلى استخدام الخيال في تواصلهم، مما يشير إلى توجه نحو الواقعية والاعتماد على التجارب الحقيقية والموثوقة.

رسم بياني رقم ٤

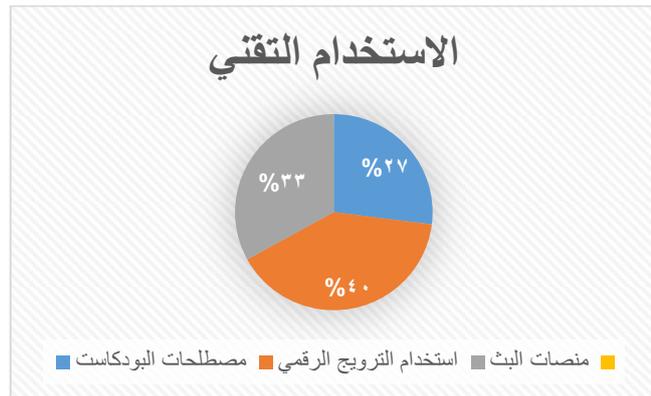


جدول رقم ٥ يبين فئة (الاستخدام التقني)

ت	الفئات	التكرار	النسبة المئوية
١	مصطلحات البودكاست	٤	٢٧
٢	استخدام الترويج الرقمي	٦	٤٠
٣	منصات البث	٥	٣٣
	المجموع	١٥	١٠٠%

التحليل

وجد الباحث ان فئة مصطلحات البودكاست جاءت بعدد تكرار ٤ ونسبة مئوية ٢٧% وفيما يخص فئة استخدام الترويج الرقمي جاءت بعدد تكرار ٦ ونسبة مئوية ٤٠% وفيما يخص فئة منصات البث جاءت بعدد تكرار ٥ ونسبة مئوية ٣٣%، ونستنتج من ذلك تفضيل استخدام الترويج الرقمي في فئة "استخدام الترويج الرقمي" حصلت على أعلى عدد من التكرارات (٦ مرات) وأعلى نسبة مئوية (٤٠%)، وهذا يشير إلى أن الأفراد في العينة يركزون بشكل كبير على استخدام استراتيجيات الترويج الرقمي، مما يعكس أهمية هذا المجال في التواصل أو التسويق لديهم، وهناك استخدام ملحوظ لمنصات البث في فئة "منصات البث" جاءت بتكرار ٥ مرات ونسبة مئوية ٣٣%، وهذا يدل على أن الأفراد يعتمدون بشكل كبير على منصات البث في أنشطتهم، مما يعكس أهمية هذه المنصات كوسيلة لنشر المحتوى أو التواصل، وايضا استخدام معتدل لمصطلحات البودكاست في فئة "مصطلحات البودكاست" جاءت بتكرار ٤ مرات ونسبة مئوية ٢٧%. هذا يشير إلى أن الأفراد يستخدمون مصطلحات البودكاست بشكل معتدل، مما يعكس وجود اهتمام بهذا المجال لكنه ليس بالأولوية القصوى مثل الترويج الرقمي.

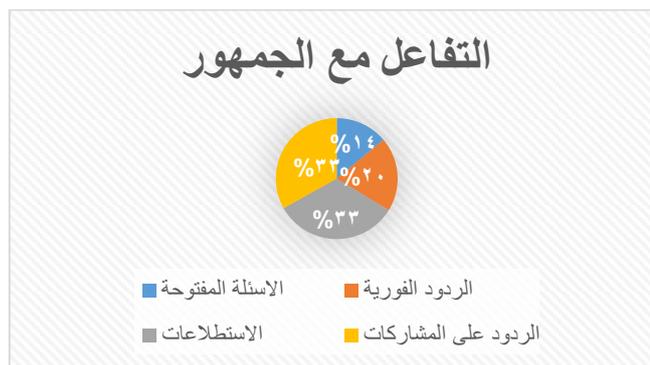


جدول رقم ٦ الخاص بالفئة الرئيسية (التفاعل مع الجمهور)

ت	الفئات	التكرار	النسبة المئوية
١	الاسئلة المفتوحة	٢	١٤
٢	الردود الفورية	٣	٢٠
٣	الاستطلاعات	٥	٣٣.٣٣
٤	الردود على المشاركات	٥	٣٣.٣٣
	المجموع	١٥	100%

التحليل

من خلال التحليل وجد الباحث تفوق الاستطلاعات والردود على المشاركات ففي فئة "الاستطلاعات" و"الردود على المشاركات" حصلنا على أعلى عدد من التكرارات (٥ مرات لكل منهما) وأعلى نسبة مئوية (٣٣.٣٣% لكل منهما). هذا يشير إلى أن الأفراد في العينة يميلون بشكل كبير إلى استخدام الاستطلاعات والردود على المشاركات في تواصلهم أو أنشطتهم، مما يعكس أهمية هاتين الوسيلتين في جمع المعلومات والتفاعل، واستخدام معتدل للردود الفورية ففي فئة "الردود الفورية" جاءت بتكرار ٣ مرات ونسبة مئوية ٢٠%. هذا يدل على أن الأفراد يستخدمون الردود الفورية بشكل معتدل، مما يشير إلى وجود اهتمام بالتفاعل السريع، لكنه ليس بالأولوية القصوى مثل الاستطلاعات والردود على المشاركات، وقلة استخدام الأسئلة المفتوحة ففي فئة "الأسئلة المفتوحة" جاءت بتكرار ٢ مرات ونسبة مئوية ١٤%. هذا يشير إلى أن استخدام الأسئلة المفتوحة قليل نسبياً في التواصل أو الأنشطة، مما قد يعكس تفضيلاً لوسائل أخرى أكثر تحديداً وتفاعلاً وأهمية التفاعل والاستطلاع حيث البيانات تشير إلى أن هناك تركيزاً كبيراً على التفاعل مع الآخرين سواء من خلال الردود على المشاركات أو من خلال استخدام الاستطلاعات لجمع الآراء والمعلومات، وهناك توازن نسبي بالرغم من وجود تفاوت في التكرارات والنسب المئوية، إلا أن هناك توازناً نسبياً بين الفئات الأربع، مما يعكس تنوعاً في الأساليب المستخدمة.

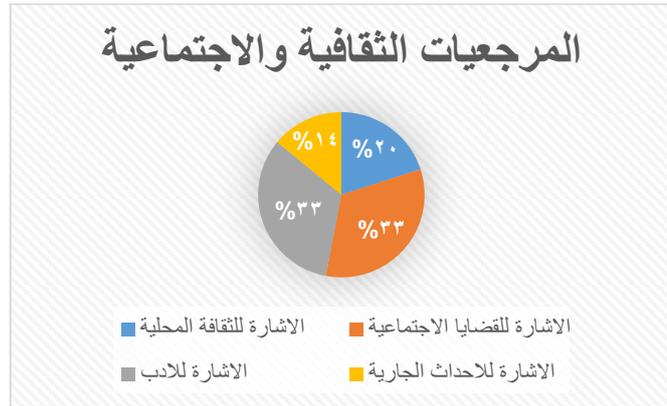


جدول رقم ٧ (المرجعيات الثقافية والاجتماعية)

ت	الفئات	التكرار	النسبة المئوية
١	الإشارة للثقافة المحلية	٣	٢٠%
٢	الإشارة للقضايا الاجتماعية	٥	٣٣%
٣	الإشارة للادب	٥	٣٣%
٤	الإشارة للأحداث الجارية	٢	١٤%
	المجموع	١٥	١٠٠%

التحليل

من خلال التحليل وجد الباحث ان فئة الإشارة للثقافة المحلية جاءت بتكرار ٢ ونسبة مئوية ٢٠% وفيما يخص فئة الإشارة للقضايا الاجتماعية جاء بعدد تكرار ٥ ونسبة مئوية ٣٣%، وفيما يخص فئة الإشارة للادب جاءت بتكرار ٥ ونسبة مئوية ٣٣% وفيما يخص الإشارة للأحداث الجارية جاءت بتكرار ٢ ونسبة مئوية ١٤%، ونستنتج من ذلك ان تساوي الاهتمام بالقضايا الاجتماعية والادب ففي فئتا "الإشارة للقضايا الاجتماعية" و"الإشارة للادب" حصلنا على أعلى عدد من التكرارات (٥ مرات لكل منهما) وأعلى نسبة مئوية (٣٣% لكل منهما). هذا يشير إلى أن الأفراد في العينة يهتمون بشكل كبير بالقضايا الاجتماعية والادب، مما يعكس وعياً اجتماعياً وثقافياً واضحاً، واهتمام معتدل بالثقافة المحلية ففي فئة "الإشارة للثقافة المحلية" جاءت بتكرار ٣ مرات ونسبة مئوية ٢٠%. هذا يدل على أن الأفراد يخصصون جزءاً من اهتمامهم للثقافة المحلية، مما يعكس ارتباطاً بالهوية الثقافية المحلية وإن كان بدرجة أقل مقارنة بالقضايا الاجتماعية والادب وقلة الإشارة للأحداث الجارية ففي فئة "الإشارة للأحداث الجارية" جاءت بتكرار ٢ مرات ونسبة مئوية ١٤%. هذا يشير إلى أن الأفراد أقل اهتماماً بالإشارة إلى الأحداث الجارية في تواصلهم أو أنشطتهم، مما قد يدل على أن هذه الأحداث ليست محور التركيز الرئيسي لديهم.



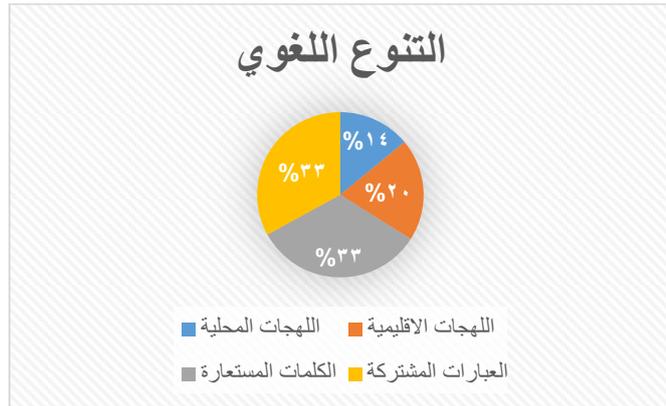
جدول رقم ٨ الخاص بالفئة الرئيسية (التنوع اللغوي)

استنتج من التالي:

ت	الفئات	التكرار	النسبة المئوية
١	اللهجات المحلية	٢	١٤
٢	اللهجات الإقليمية	٣	٢٠
٣	الكلمات المستعارة	٥	٣٣
٤	العبارات المشتركة	٥	٣٣
	المجموع	١٥	%١٠٠

التحليل

وجد الباحث من خلال تحليل البيانات هناك تفوق استخدام الكلمات المستعارة والعبارات المشتركة فنما "الكلمات المستعارة" و"العبارات المشتركة" حصلتا على أعلى عدد من التكرارات (٥ مرات لكل منهما) وأعلى نسبة مئوية (٣٣% لكل منهما)، هذا يشير إلى أن الأفراد في العينة يميلون بشكل كبير إلى استخدام الكلمات المستعارة من لغات أخرى والعبارات المشتركة في تواصلهم، مما يعكس تأثيرات ثقافية ولغوية متنوعة واستخدام معتدل للهجات الإقليمية ففي فئة "اللهجات الإقليمية" جاءت بتكرار ٣ مرات ونسبة مئوية ٢٠%، هذا يدل على أن الأفراد يستخدمون اللهجات الإقليمية بشكل معتدل، مما يشير إلى تنوع اللهجات داخل المنطقة الواحدة ولكنه ليس بالقدر الكبير مثل الكلمات المستعارة والعبارات المشتركة وقلة استخدام اللهجات المحلية ففي فئة "اللهجات المحلية" جاءت بتكرار ٢ مرات ونسبة مئوية ١٤%، هذا يشير إلى أن استخدام اللهجات المحلية قليل نسبياً في التواصل، مما قد يعكس توجه الأفراد نحو استخدام تعبيرات أكثر شيوعاً وفهماً للجميع.



جدول رقم ٩ الخاص بالفئة الرئيسية (المحتوى الإبداعي)

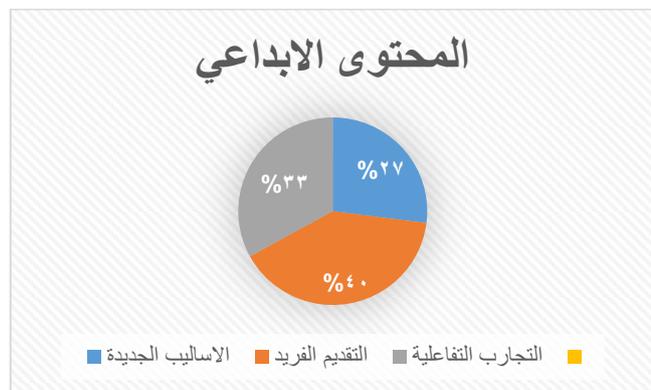
استنتج من التالي

ت	الفئات	التكرار	النسبة المئوية
١	الاساليب الجديدة	٤	٢٧
٢	التقديم الفريد	٦	٤٠
٣	التجارب التفاعلية	٥	٣٣
	المجموع	١٥	١٠٠%

التحليل

وجد الباحث من خلال التحليل ان تفوق التقديم الفريد ففي فئة "التقديم الفريد" حصلت على أعلى عدد من التكرارات (٦ مرات) وأعلى نسبة مئوية (٤٠%)، هذا يشير إلى أن الأفراد في العينة يركزون بشكل كبير على التميز في طريقة تقديمهم للمحتوى أو الأفكار، مما يعكس أهمية الابتكار والتميز في تقديم المعلومات، واستخدام ملحوظ للتجارب التفاعلية ففي فئة "التجارب التفاعلية" جاءت بتكرار ٥ مرات ونسبة مئوية ٣٣%، هذا يدل على أن الأفراد يقدرون التجارب التفاعلية في أنشطتهم، مما يشير إلى تفضيلهم للتفاعل والمشاركة الفعالة مع المحتوى أو الأنشطة التي يشاركون فيها واهتمام بالأساليب الجديدة ففي فئة "الأساليب الجديدة" جاءت بتكرار ٤ مرات ونسبة مئوية ٢٧%، هذا يشير إلى أن هناك اهتماماً ملحوظاً بتبني أساليب جديدة في العمل أو التواصل، مما يعكس رغبة في التحديث والتجديد.

رسم بياني رقم ٩



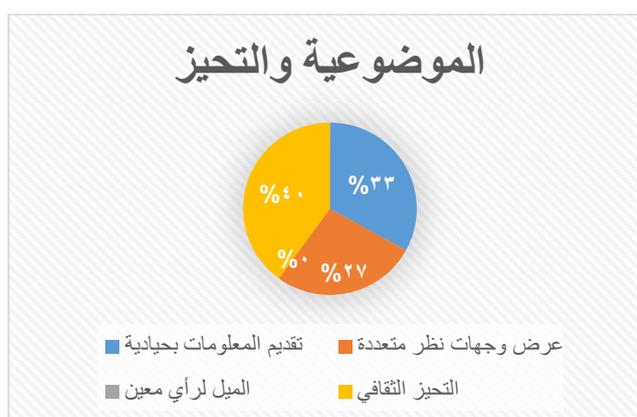
جدول رقم ١٠ الخاص بالفئة الرئيسية (الموضوعية والتحيز)

ت	الفئات	التكرار	النسبة المئوية
١	تقديم المعلومات بحيادية	٥	٣٣
٢	عرض وجهات نظر متعددة	٤	٢٧
٣	الميل لرأي معين	٠	٠
٤	التحيز الثقافي	٦	٤٠
	المجموع	١٥	%١٠٠

التحليل

وجد الباحث من خلال تحليل البيانات ان هناك تفوق التحيز الثقافي ففي فئة "التحيز الثقافي" حصلت على أعلى عدد من التكرارات (٦ مرات) وأعلى نسبة مئوية (٤٠%)، هذا يشير إلى أن الأفراد في العينة يميلون إلى التحيز الثقافي بشكل كبير في تواصلهم أو تقديم المعلومات، مما يعكس تأثيراً كبيراً للثقافة الشخصية على طريقة عرض المعلومات، وفيما يخص تقديم المعلومات بحيادية ففي فئة "تقديم المعلومات بحيادية" جاءت بتكرار ٥ مرات ونسبة مئوية ٣٣%، هذا يدل على أن هناك جهوداً ملحوظة لتقديم المعلومات بشكل حيادي وموضوعي، على الرغم من وجود التحيز الثقافي، وفيما يخص عرض وجهات نظر متعددة ففي فئة "عرض وجهات نظر متعددة" جاءت بتكرار ٤ مرات ونسبة مئوية ٢٧%. هذا يشير إلى أن الأفراد يحاولون عرض وجهات نظر مختلفة، مما يعكس رغبة في الشمولية والتنوع في تقديم المعلومات، وفيما يخص عدم الميل لرأي معين ففي فئة "الميل لرأي معين" لم تحصل على أي تكرارات (٠ مرات)، وهذا يشير إلى أن الأفراد في العينة لا يميلون إلى الانحياز لرأي معين، ويفضلون الحيادية أو عرض وجهات نظر متعددة.

رسم بياني رقم ٩



النتائج

وجد الباحث مجموعة من النتائج سيذكر اهمها التي ظهرت خلال التحليل

١. تفوق الأسلوب المهني والجددي بالتساوي، مما يشير إلى تفضيل كبير لهذه الأساليب في التواصل، واستخدام أقل للأسلوب الشخصي، مما قد يعكس تفضيل الأفراد للحيادية أو الرسمية، وقلة استخدام الأسلوب العاطفي، مما يشير إلى تجنب التعبيرات العاطفية في التواصل.

٢. تنوع الأساليب المستخدمة يعكس تنوعاً في أساليب التواصل بين الأفراد، وتفضيل الأساليب الرسمية والمهنية يشير إلى تركيز على الاحترافية، ويميل الأفراد إلى الأساليب التي توفر وضوحاً ودقة أكبر، وقلّة الأسلوب الشخصي قد تدل على حذر الأفراد في مشاركة تجاربهم الشخصية
٣. تفوق نبرة التفاؤل يشير إلى جو عام إيجابي ومتفائل بين الأفراد، وقلّة استخدام نبرة الحزن تعكس تجنب الأفراد للتعبيرات السلبية، واستخدام ملحوظ لنبرة الحماسة يعكس وجود طاقة وحماس، واستخدام معتدل لنبرة الهدوء يشير إلى وجود توازن بين العواطف، والتنوع في النبرات يعكس مرونة الأفراد في التواصل.
٤. تفوق فئة الأحداث التاريخية يشير إلى اهتمام كبير بالتاريخ، واستخدام القصص الشخصية يعكس رغبة في مشاركة التجارب الشخصية، وقلّة استخدام الأمثلة اليومية تشير إلى تفضيل الأحداث الأهم، وعدم استخدام القصص الخيالية يعكس ميلاً نحو الواقعية، وتنوع في الأساليب يعكس تعدد مصادر التأثير.
٥. تفوق استخدام الترويج الرقمي يشير إلى أهمية استراتيجيات التسويق الرقمي، واستخدام ملحوظ لمنصات البث يعكس أهمية هذه المنصات، واهتمام بمصطلحات البودكاست يعكس شيوع هذا النوع من المحتوى.
٦. تفوق فنّ الاستطلاعات والردود على المشاركات يعكس أهمية التفاعل، واستخدام معتدل للردود الفورية يشير إلى أهمية التفاعل السريع، وقلّة استخدام الأسئلة المفتوحة تعكس تفضيل الأساليب الموجهة، والتنوع في الأساليب يعكس مرونة التواصل.
٧. تفوق الإشارة للقضايا الاجتماعية والأدب يعكس وعياً ثقافياً واجتماعياً، واستخدام معتدل للثقافة المحلية يشير إلى ارتباط بالهوية الثقافية، وقلّة الإشارة للأحداث الجارية تعكس اهتماماً أقل بالأحداث الآنية، وتنوع في الاهتمامات يعكس تعدد المواضيع الهامة، والتركيز على القضايا الاجتماعية يعكس وعياً اجتماعياً.
٨. تفوق الكلمات المستعارة والعبارات المشتركة يعكس تأثيرات ثقافية متنوعة، واستخدام معتدل للهجات الإقليمية يعكس تنوعاً لغوياً، وقلّة استخدام اللهجات المحلية تشير إلى تفضيل التعبيرات الأكثر شيوعاً، وتنوع الاستخدام يعكس ثراء لغوياً
٩. تقديم المعلومات بحيادية يعكس جهوداً للموضوعية، وعرض وجهات نظر متعددة يعكس رغبة في الشمولية، وعدم الميل لرأي معين يعكس تفضيل الحيادية، وتوازن بين الحيادية والتحيز يعكس تعدد وجهات النظر.
١٠. تفوق التقديم الفريد يعكس أهمية الابتكار، واستخدام ملحوظ للتجارب التفاعلية يعكس تفضيل التفاعل، واهتمام بالأساليب الجديدة يعكس رغبة في التجديد، والتنوع في الأساليب يعكس مرونة في التنبؤ، والتركيز على التميز يعكس رغبة في التفرد.

التوصيات

١. يوصي الباحث بالاستفادة من الدراسة الحالية كونها حديثة في دراسة توظيف اللغة في برامج البودكاست
٢. يوصي الباحث الباحثين الجدد بدراسة ماضية في منهج تحليل المضمون
٣. يوصي الباحث مقدمي البرامج في البودكاست بالاستفادة من الدراسة الحالية كنموذج علمي يدرس برامج الاذاعة الرقمية (الباست)
٤. يوصي الباحث الباحثين الجدد بدراسة تحليل الخطاب لبرامج البودكاست

المصادر

١. قاسم، محمد محمد " المدخل إلى مناهج البحث العلمي" (بيروت، دار النهضة العربية للطباعة والنشر، ١٩٩٨م) ص ٥٣.٥٢.
٢. محمد، حسين سمير، "بحوث الإعلام أسس ومبادئ" (القاهرة، عالم الكتب، ط١، ١٩٨٦م) ص ٢٩.
٣. موقع البودكاست العربي، <https://ar-podcast.com/>
٤. رقية مصطفى كامل، "تطور تكنولوجيا رقمنة الإشارة المسموعة"، (تونس: مجلة الإذاعات العربية، العدد ٠٢، السنة ٢٠٠٩)، ص ١١٧.
٥. حسن عماد مكاوي، الإذاعات الرقمية عبر الأقمار الصناعية، مرجع سابق ، ص ٥١.
٦. عباس صادق، إذاعة اليوم والغد .. والخيارات التكنولوجية، (تونس: مجلة الإذاعات العربية، العدد ٠٢ السنة ٢٠٠٩م)، ص ٤٣.
٧. محمد عبده، البث الإذاعي فائق الوضوح، (القاهرة : مجلة الفن الإذاعي، العدد، ١٨٩ السنة ٢٠٠٨)، ص ٩.
٨. رقية مصطفى كامل، الإذاعة الصوتية الرقمية .. والطيف الترددي، (القاهرة :مجلة الفن الإذاعي، العدد، ١٨٣، السنة ٢٠٠٦)، ص ص ٨٤-٨٣
٩. محمد منير، المعجم الإعلامي، (القاهرة: دار الفجر للنشر والتوزيع، ٢٠٠٤)، ص ١٨.
١٠. محمد حسين بصلوص، الوسائط المتعددة: تصميم وتطبيقات، (عمان: اليازوتي، ٢٠٠٤)، ص ٣٦.
١١. فيليب بونوا- كارل هوسمان، الإنتاج الإذاعي المعاصر: البرمجة والأداء، ترجمة أحمد نوري، (العين، دار الكتاب الجامعي، ٢٠٠٥)، ص ٢٨٣.
١٢. محمد جاسم فليحي الموسوي، محاضرات اتجاهات إعلامية معاصرة، (الأكاديمية العربية المفتوحة، كلية الآداب والتربية، قسم علوم الإعلام والاتصال ٢ ، ٢٠٠٩، ص ١٢١.
١٣. حسن عماد مكاوي، تكنولوجيا الاتصال الحديثة في عصر المعلومات، (القاهرة: الدار اللبنانية، ١٩٩٣)، ص ١٦٣.
١٤. عباس صادق، إذاعة اليوم والغد.. والخيارات التكنولوجية، (تونس: مجلة الإذاعات العربية، العدد ٠٢، السنة ٢٠٠٩)، ص ٤٤
١٥. حسن عماد مكاوي، الإذاعة الرقمية عبر الأقمار الصناعية، مرجع سابق ،ص ٥٢.
١٦. خالد زعموم، التفاعلية في الإذاعة: أشكالها ووسائلها، (تونس: سلسلة بحوث ودراسات إذاعية، ٢٠٠٧)، ص ١٥.
١٧. مي العبد الله، نظريات الاتصال، (بيروت، دار النهضة العربية ٢٠٠٥)، ص ٣٣٢.
١٨. الصادق الحمادي، الإذاعة في عصر الشبكات: نماذج جديدة، (تونس:مجلة اتحاد الإذاعات العربية، العدد، ٠٢ السنة ٢٠٠٩)، ص ١١.
١٩. البدراني، فاضل محمد" الإعلام الرقمي في عصر التدفق الإخباري"، (منتدى المعارف، بيروت، ط١، ٢٠١٧) ص ١١.
٢٠. الظاهري، مطر سالم، واخرون" الاعلام الاجتماعي والاعلام العسكري"، (مجلة درع الوطن، الامارات، ط١ ٢٠١٣)، ص ٦٤.
٢١. ستيفن كوين، فينست، فيلاك" الصحافة المدمجة" ترجمة نادية ابراهيم، (المركز القومي للترجمة، القاهرة، ط١، ٢٠١٥) ص ٢٥٦.
٢٢. عكاشه، رضا" تأثيرات وسائل الاعلام من الاتصال الذاتي الى الوسائط الرقمية المتعدد" (العالمية للنشر والتوزيع، مصر، ٢٠٠٦)، ص ٢٧.
٢٣. العقيلي، فهد بن عبدالعزيز" الأعلام الرقمي" (الرياض ، ٢٠١٢)، ص ١٨، بحث منشور على الموقع الالكتروني: <http://naussedu.sa>

٢٤. الرحباني، شفيق عبير " الاعلام الرقمي الإلكتروني " (دار النشر والتوزيع، عمان، ٢٠١١)، ص ٣٩-٤١.
٢٥. كرم، سمر " وسائل الاعلام الحديثة " (مكتبة النور، الرياض، ٢٠٠٨)، ص ٧٧.
٢٦. الر عود، عبدالله" دور مواقع التواصل الاجتماعي في التغيير السياسي " (جامعة الشرق الاوسط، عمان، رسالة ماجستير، ٢٠١٢)، ص ٣٩.
٢٧. دغمان، ليلي، سارة هوام" تطبيقات النشر الإلكتروني في ضل الاعلام الجديد " (دراسة استطلاعية لعينة من صحفي الوطن العربي، رسالة ماستر، ٢٠١٢)، ص ٥٣.
٢٨. العاني، بتول عبد العزيز" تكنولوجيا الاعلام والاتصال والمجتمع " (دار امجد للنشر والتوزيع، عمان، ٢٠١٣)، ص ٥٦.
٢٩. الدين، محمود علم" تكنو لوجيا الاتصال في الوطن العربي " (الدار المصرية اللبنانية للنشر والتوزيع، القاهرة، ٢٠١٠)، ص ١١٧.
٣٠. الشريف، سامي " القنوات التلفزيونية المختصة، عولمة الالتفاف بدلا من المواجهة في المعرفة" العدد ٤٦، ابريل - مايو ١٩٩٦، ص ١٩-٢٢.
٣١. شقرة، علي خليل، الاعلام الجديد شبكات التواصل الاجتماعي " (دار اسمة للنشر والتوزيع، عمان، ط١، ٢٠١٤) ص ٥٥.
٣٢. مكايي، حسن عماد" تكنولوجيا الاتصال الحديثة في عصر المعلومات " (الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، ط٢، ١٩٩٧) ص ٤٩.
٣٣. كافي، مصطفى يوسف" الاعلام التفاعلي " (دار حامد للنشر والتوزيع، عمان، ط١، ٢٠١٦)، ص ٢٢.
٣٤. المهوس، وليد ابراهيم" اثر منتديات الشبكة العالمية في رفع مستوى القراءة الحرة لدى طاب وطالبات المرحلة الثانوية" (الجمعية المصرية للقراءة والمعرفة، القاهرة، ٢٠٠٩)، ص ٢١.
٣٥. المهوس، وليد ابراهيم" أثر منتديات الشبكة العالمية في رفع مستوى القراءة الحرة لدى طلاب وطالبات المرحلة الثانوية"، مصدر سابق، ص ٢١.
٣٦. السلام، وفاء حافظ عبد" انعكاسات الاجتماعية للإنترنت في أحد أشكال التكنولوجيا الرقمية " (المؤتمر الدولي الخامس والعشرون كلية الخدمة الاجتماعية جامعة حلوان، مصر، ٢٠١٢)، ص ٣٦٠.
٣٧. موقع صوت، " ما هو البودكاست"، <https://www.sowt.com/ar/rwabt-sryt/ma-hw-albwdkast>
٣٨. موقع ابداع مصر، " ما هو البودكاست [PODCAST] وما هي فائدته؟ الجزء الأول"،

<https://egyptinnovate.com/ar/articles>

39. Brian Winston ,Media technology and society: a history from the telegraph to the internet,(London, routledge ,1988) , p 67.
40. Claude- Jean Berteano, Medias : introduction à la presse, La Radio et la télévision, (Paris, Ellipses édition marketing, 1995), P 108.
41. (1)Michael. M.A. Mirabito & Barbara .L.Mongenstern, the new communications technologies :application ,policyand impact, (U.S.A M, 5th ed,focal press,2004),P 18
42. (1)Wolfgang Hoeg, Thomas Lauterbach,Digital Audio Broadcasting :principales and applications of digital radio,(England: 2nd ED, Wiley, 2003)
43. (1)Paul Chanter, Peter Stewart , Basic Radio Journalism ,(Lordan hill ,Focal Press, 2003), PP 5-7