



Adab Al-Rafidain

<https://radab.uomosul.edu.iq>



The Impact of Podcast Content on the Iraqi Audience: Iraqi Podcast as a Model

Abdul Malik Shaker Abed

Prof./Sunni Endowment Diwan - Institutions Department
- Scientific Council

Article Information

Article History:

Received June 03, 2024

Reviewer June 28, 2024

Accepted July 08, 2024

Available Online March 1, 2025

Keywords:

Public media

Podcast, Videos

Technology

IRAQI Podcast

Correspondence:

Abdul Malik Shaker Abed

abdulmalekaljanabe@gmail.com

Abstract

This research aimed to study the impact of using podcasts and videos as one of the new forms of public media technology in Iraq, in terms of audience interaction and preference for the content provided, in order to provide recommendations to improve the quality of media content and increase public interaction through the use of new media technology. The main hypothesis is that these media New technologies greatly affect the quality of the audience's interaction and preference for media content. The research relied on the descriptive and analytical approach, and data was collected through a questionnaire distributed to 100 Iraqi podcast listeners and viewers, and their opinions and experiences were analyzed using computer statistical analysis tools such as the SPSS program. The results showed that there is a very high level of factors influencing the importance of podcasts and videos as new media, with the public preferring Iraqi podcast content as a source of information and entertainment. The results also indicated that content quality, diversity, and ease of access are key factors that increase audience preference for podcasts. Recommendations include increasing production investments, improving marketing strategies, developing interaction with the public through direct communication channels and interactive events, improving broadcast technology and access by developing easy-to-use applications, launching awareness campaigns and offering workshops, focusing on providing content that addresses important issues, and continuous research and development to follow up. Technological developments in digital media .

DOI: [10.33899/radab.2024.150507.2167](https://doi.org/10.33899/radab.2024.150507.2167) ©Authors, 2023, College of Arts, University of Mosul.

This is an open access article under the CC BY 4.0 license (<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>).

أثر محتوى البودكاست على الجمهور العراقي - بودكاست عراقي أنموذجاً
عبد الملك شاعر عبيد *

المستخلص :

* استاذ / ديوان الوقف السني - دائرة المؤسسات / لمجلس العلمي

استهدف هذا البحث دراسة تأثير استخدام البودكاست والفيديوهات كأحد أشكال الجديدة لتكنولوجيا الإعلام العام في العراق، من حيث تفاعل الجمهور وتفضيله للمحتوى المقدم، للوصول إلى تقديم توصيات لتحسين نوعية المحتوى الإعلامي وزيادة التفاعل الجماهيري عبر استخدام تكنولوجيا الإعلام الجديد. تنطلق الفرضية الرئيسية من أن هذه الوسائل الإعلامية الجديدة تؤثر بشكل كبير على نوعية تفاعل الجمهور وتفضيله للمحتوى الإعلامي، اعتمد البحث على المنهج الوصفي والتحليلي، وتم جمع البيانات من خلال استبانة وزعت على 100 من مستمعي ومشاهدي البودكاست العراقي، وتم تحليل آرائهم وتجاربهم باستخدام أدوات التحليل الإحصائي الحاسوبية مثل برنامج SPSS. أظهرت النتائج أن هناك مستوى مرتفعاً جداً للعوامل المؤثرة على أهمية البودكاست والفيديوهات كوسائل إعلامية جديدة، مع تفضيل الجمهور لمحتوى البودكاست العراقي كمصدر للمعلومات والترفيه. كما أشارت النتائج إلى أن جودة المحتوى والتنوع وسهولة الوصول هي عوامل رئيسية تزيد من تفضيل الجمهور للبودكاست. تتضمن التوصيات زيادة استثمارات الإنتاج وتحسين استراتيجيات التسويق، وتطوير التفاعل مع الجمهور من خلال قنوات تواصل مباشرة وفعاليات تفاعلية، وتحسين تكنولوجيا البث والوصول عبر تطوير تطبيقات سهلة الاستخدام، وإطلاق حملات توعوية وتقديم ورش عمل، والتركيز على تقديم محتوى يعالج قضايا هامة، والبحث والتطوير المستمر لمتابعة التطورات التكنولوجية في الإعلام الرقمي.

الكلمات المفتاحية: الإعلام العام، البودكاست، الفيديوهات، تكنولوجيا، بودكاست عراقي.

المقدمة:

شهدت صناعة الإعلام في العقدين الأخيرين تحولات جذرية بفضل التطورات التكنولوجية المتسارعة وانتشار الإنترنت بشكل واسع. تكنولوجيا الإعلام الجديد، التي تشمل البودكاست والفيديوهات على منصات مثل يوتيوب، أصبحت جزءاً لا يتجزأ من المشهد الإعلامي العالمي. هذه الوسائل الجديدة لا تقتصر فقط على إعادة تعريف طرائق إنتاج المحتوى، بل تؤثر أيضاً على كيفية استهلاكه وتوزيعه، هدف هذا البحث إلى استكشاف تأثير تكنولوجيا الإعلام الجديد على صناعة المحتوى، مع التركيز على البودكاست والفيديوهات كمحورين رئيسيين لهذه التحولات. سيتم دراسة حالة تأثير هذه الوسائل على الإعلام العام من خلال "عراقي بودكاست" إذ إن هذا النموذج يقدم لنا فرصة فريدة لفهم كيف يمكن لتكنولوجيا الإعلام الجديد أن تحدث تحولاً في بيئة إعلامية ذات خصوصية ثقافية واجتماعية معينة.

تم تقسيم البحث إلى أربعة مباحث، أما المبحث الأول فقد حمل الإطار المنهجي للبحث من إشكالية وأهداف وأهمية ومنهجيته وأدواته وغية البحث، ثم تناول الدراسات السابقة، أما المبحث الثاني فقد تناول الإعلام والبودكاست، مع إلقاء الضوء على مفهوم البودكاست وتاريخه، ومزاياه وعيوبه، أما المبحث الثالث فقد اختص بالتعرف إلى برنامج بودكاست عراقي، وما يميزه، ثم كان المبحث الرابع والأخير الذي اشتمل على الإطار التطبيقي، والتحقق من فرضية البحث والإجابة على الأسئلة من خلال الأساليب الإحصائية لتحليل إجابات المشاركين في الاستبانة كأداة بحثية، وفي النهاية توصل البحث إلى الخاتمة التي تضمنت النتائج والتوصيات.

1 المبحث الأول: الإطار المنهجي للبحث

1.1 إشكالية البحث:

مع التقدم السريع في تكنولوجيا الإعلام وازدياد استخدام الإنترنت، ظهرت أشكال جديدة من وسائل الإعلام، مثل البودكاست والفيديوهات على منصات مثل يوتيوب، التي بدأت تحظى بشعبية متزايدة في جميع أنحاء العالم، بما في ذلك العراق. هذه الوسائل لا توفر فقط منصات بديلة لنقل المعلومات، بل تغير أيضاً من طبيعة التفاعل بين الجمهور والمحتوى

الإعلامي. الإشكالية هنا تكمن في كيفية تأثير استخدام هذه الأشكال الجديدة من تكنولوجيا الإعلام على الإعلام العام في العراق، من حيث تفاعل الجمهور وتفضيله للمحتوى المقدم، والسؤال المطروح هو مدى قدرة هذه الوسائل الجديدة على تغيير الأنماط التقليدية للإعلام، وما إذا كانت قادرة على جذب جمهور أوسع وأكثر تنوعاً. ويبدو أن هذه الأشكال الجديدة تقدم تجربة تفاعلية أكثر جاذبية مقارنة بالإعلام التقليدي، مما قد يؤدي إلى تغيير جذري في تفضيلات الجمهور. فضلاً عن ذلك، يمكن أن تساهم هذه الوسائل في تقديم محتوى أكثر تخصصاً وتنوعاً يلبي اهتمامات فئات مختلفة من الجمهور. يسعى البحث إلى تحليل هذه التأثيرات من خلال دراسة حالة محددة تتمثل في البودكاست العراقي، والذي يعد نموذجاً ممتازاً لفهم التحولات الجارية في البيئة الإعلامية العراقية. من خلال ذلك، يهدف البحث إلى تقديم رؤية واضحة وشاملة عن مستقبل الإعلام العام في العراق في ظل هذه التحولات التكنولوجية المتسارعة، وما إذا كانت هذه التحولات ستساهم في تعزيز التفاعل الجماهيري وتحسين نوعية المحتوى الإعلامي المقدم،

ويتمحور السؤال البحثي في معرفة: كيف يؤثر استخدام البودكاست والفيديوهات كأشكال جديدة من تكنولوجيا الإعلام على الإعلام العام في العراق من حيث تفاعل الجمهور وتفضيله للمحتوى المقدم؟

أما الفرضية الرئيسية فكانت: يفترض أن استخدام البودكاست والفيديوهات كأشكال جديدة من تكنولوجيا الإعلام يؤثر بشكل كبير على الإعلام العام في العراق، من حيث نوعية تفاعل الجمهور وتفضيله للمحتوى المقدم.

1.2 أهداف البحث:

تتجلى أهم أهداف بحثنا الحالي في الآتي:

- أ- معرفة مدى تأثير استخدام البودكاست والفيديوهات على تفاعل الجمهور مع الإعلام العام في العراق.
- ب- التعرف إلى تفضيلات الجمهور العراقي تجاه المحتوى المقدم عبر البودكاست والفيديوهات مقارنة بالإعلام التقليدي.
- ت- تقديم توصيات لتحسين نوعية المحتوى الإعلامي وزيادة التفاعل الجماهيري عبر استخدام تكنولوجيا الإعلام الجديد.

1.3 أهمية البحث:

ولكل بحث أهمية، وأهمية بحثنا تأتي من أهمية الموضوع الذي نبحث فيه، وتمثلت بالآتي:

- أ- توفير فهم أعمق للتحولات الجارية في البيئة الإعلامية العراقية، مما يساهم في تطوير استراتيجيات إعلامية فعالة.
- ب- تسليط الضوء على دور تكنولوجيا الإعلام الجديد في تعزيز التفاعل والمشاركة الجماهيرية، مما يمكن المؤسسات الإعلامية من تحسين أدائها.
- ت- تقديم نموذج بحثي يمكن الاستفادة منه في دراسات مستقبلية عن تأثير التكنولوجيا على الإعلام في مناطق أخرى.
- ث- دعم منتجي المحتوى في العراق من خلال تقديم رؤى وتوصيات حول كيفية تحسين وتخصيص محتواهم لجذب جمهور أوسع وأكثر تنوعاً.

1.4 منهج البحث وادواته:

يتبع البحث المنهجية المختلطة ، وتنقسم إلى المنهج الوصفي ، أما الأداة البحثية فقد كانت استبانة تم توزيعها على الجمهور.

1.5 عينة البحث:

تم توزيع الاستبانة على 100 من مستمعي البودكاست العراقي لتحليل آرائهم وتجاربهم، كما تم الاعتماد على التحليل الإحصائي: تحليل البيانات باستخدام أدوات التحليل الإحصائي الحاسوبية مثل برنامج SPSS أو برامج تحليل البيانات الأخرى لتحديد التأثيرات الكمية والنوعية للبودكاست والفيديوهات على الإعلام العام، للإجابة عن السؤال البحثي والتحقق من فرضية الدراسة.

1.6 الدراسات السابقة:

أ- دراسة " الشيباني 2022" ¹

استهدفت " التعرف إلى دافع استخدام الجمهور للبودكاست والإشباع المحقق منه وحجم التعرض"، فمن خلال قياسه للإشباع متبعاً " المسح الإعلامي" بجمع 220 مفردة، من البيانات وتحليلها، ليصل إلى أن الدوافع " النفعية" كانت بنسبة أعلى من " الدوافع الطقوسية"، وقد ظهرت أن أكثر الدوافع هي متابعة حلقات تعليمية والاشتراك في منصات وطنية، في محاولة لتطوير المهارات واكتساب قدرات الابتكار و التفكير، ويمكننا القول بأن التحول الذي أوجدته تقنية البودكاست ليست تحولات تقنية فحسب وإنما هي اجتماعية ومادية أيضاً، خاصة فيما يتأثر به الجمهور من خلال تلك الوسائل وبالتالي ما يصل إلى المجتمع ككل من هذه التأثيرات، إذ يتم تشكيل الإدراك والوعي بموضوعات وقضايا معاصرة ومتنوعة.

ب- دراسة العابد 2017 ²

هدفت الدراسة لاكتشاف تأثيرات موقع اليوتيوب عبر " برنامج بودكاست" وتناوله لقضايا مختلفة ومتنوعة، وقد استهدف طلاب الجامعة من خلال اتباع المنهج المسحي على العينة من المستخدمين لموقع يوتيوب وخاصة برنامج "بودكاست" جامعة" قاصدي مرباح ورقلة"، فقد كانت الأداة البحثية هي الاستبانة للوصول إلى تحليل البيانات، ثم توصل الباحث إلى أن متابعي البودكاست كانت تعرضهم هو أقل من ساعتين عبر يوتيوب، لتؤكد الدراسة تفضيل غالبية الجمهور لاستخدامهم هواتفهم الذكية للمتابعة محتوى البودكاست، وأن تلك البرامج تعرض قضايا تمس الواقع الحالي، وتسهم في تغيير وتطوير فكر الطلاب عن المجتمع كما أنها تقترح عليهم الحلول لعدد من المشاكل التي يمكن أن يواجهوها في حياتهم اليومية.

ت- دراسة (Marin,DavidGarcia(2022) ³

تناولت هذه الدراسة الدور المؤثر الذي يقوم به مقدمو البودكاست ومدى تأثيرهم على الجمهور بشكل مباشر من خلال سرد القصص وذلك ما ساهم في انتشاره وشيوعه بسرعة فائقة ، مع تقديم مقترحات للتطورات على شكل " البودكاست" مستقبلاً، والسعي في توفير الإمكانيات للتفاعل مع المستمعين و " البودكاستيين"، وأوصت الدراسة

¹ الشيباني ، ماجد بن فهد (2022م) ، دوافع تعرض الجمهور السعودي لإذاعات الإنترنت (البودكاست) والاشباع المتحققة منه دراسة مسحية لعينة من متابعي بودكاست (ثمانية) في المملكة العربية السعودية ، المجلة المصرية لبحوث الاعلام ، عدد79 ، ابريل /يونيو 2022م .

² العابد ، السيد على .(2017) ، J،ثير اليوتيوب من خلال برامج البودكاست على الطلبة الجامعيين : دراسة ميدانية على عينة من طلبة ماستر قسم الاعلام والاتصال لجامعة قاصدي مراح ، رسالة ماجستير ،كلية العلوم الانسانية والاجتماعية ، جامعة قاصدي مراح – ورقلة ، الجزائر

³ - Marin,DavidGarcia(2022), New Media, New Practices? A Study of the First Spanish Podcast Community and Its Pioneers, Department of Journalism & Corporate Communication, Universidad Rey Juan Carlos,28933 Móstoles, Madrid, Spain, Soc. Sci. 2022, 11(7), ;308 <https://doi.org/10.3390/socsci11070308>

بوضع ضوابط وقوانين خاصة فيما يتعلق بالأخلاق والقيم المجتمعية، حتى يستمر البث والإنتاج لمحتوى البودكاست محافظاً على رقي الرسالة الإعلامية.

ث- دراسة الخوالدة 2022⁴

اهتمت بدراسة المضمون المقدم عبر البودكاست وتأثيرها على المستمعين، وقد ركزت الدراسة على " بودكاست حرر" للتعرف على المضمون المتناول في البرنامج وتحليل الأطر الإعلامية والاستمالات وقد اتبعت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي، موظفة أداة " تحليل المضمون" وتكونت العينة من عشر حلقات، وثمانية فئات رئيسية، **للتوصل الدراسة إلى تركيز البرنامج على أهداف توعوية خاصة في القضايا الهامة، واعتماده على الشخصيات التي تدعم المحتوى وذات الصلة بالقضية المطروحة كأهم مصادر المعلومات، وإن المضمون الثقافي قد حصل على المركز الأول، يليه القضايا الاجتماعية والسياسية**

ج- دراسة Radjagukguk et al., 2020⁵

سعت لاكتشاف تأثير دمج محتوى " البودكاست بالموسيقى" فقد استخدم الباحثون Podcast BERIZIK لتشير النتائج إلى شعور الجمهور بالراحة وإمكانيات الاستماع باسترخاء للمحتوى بدون التقيد بوقت معين عن طريق تحميل الملف عبر الهواتف الذكية وذلك ما يزيد سهولة انتشار المعلومات بوسائل متطورة وحديثة، على عكس الوسائل القديمة والتقليدية، وهو ما دفع الجمهور لتفضيل البودكاست ومميزه عن " البث الإذاعي" كونه قائماً على " طلب الجمهور" إذ إنه يتيح للجمهور الاستماع لما يفضل برغبته وفي أي وقت دون التقيد بهيمنة البرامج الإذاعية عليه.

ح- دراسة النابلسي، 2021⁶

هدفت لمعرفة " تأثير المشاهدة لمسلسلات تقدمها إحدى المنصات مع تحليل مضمونها في ترسيخ القيم الإنسانية والمجتمعية، اعتماداً على المنهج التجريبي باستخدام استبانتين قبلية وبعدية، لتشير النتائج إلى درجات من الرضا عن مسلسل يسمى " وليد الصدفة" وقد وظف منتج المحتوى وسائل منها " النصوص، والصور المتحركة، والصور الثابتة، والصوت والفيديو" لتحقيق الفوائد من التقنيات المتاحة ولتقديم الأحداث بشكل واقعي بهدف الوصول إلى التأثير على الجماهير ومخاطبتهم بشكل أقرب إلى الواقع.

وبالتعقيب على الدراسات السابقة:

تعكس الدراسات السابقة التحول الجوهري في كيفية استهلاك الجمهور للمحتوى الإعلامي. فعلى سبيل المثال، أشارت دراسة الشيباني (2022) إلى أن الدوافع النفسية هي المحرك الرئيس لاستخدام الجمهور للبودكاست، فقد يستفيد المستخدمون من الحلقات التعليمية وتطوير المهارات والابتكار والتفكير النقدي، وذلك ما يشير إلى أن البودكاست لا يُعد فقط

⁴ الخوالدة ، مؤمن محمد سلامة (2022) ، القضايا الإعلامية في البودكاست الأردني : برمج حر إنموذج رسالة ماجستير ، كلية الإعلام ، جامعة اليرموك ، الأردن.

⁵ Radjagukguk, Djurdjur Luciana& Pradana ,Vian Nauval .(2020), UTILIZATION OF NEW MEDIA PODCAST BERIZIK (JOKING MUSIC CONTENT)IN DELIVERING MESSAGES ABOUT MUSIC, Journal Indonesia Law& Policy review,vol.2,No.1, October, <https://www.researchgate.net/publication> .

⁶ -النابلسي ، أريج عبد الله محمد .(2021) ، J تأثير مسلسلات البودكاست على اليافين في ترسيخ القيم الاجتماعية والانسانية : دراسة تجريبية على مسلسل وليد الصدفة ، رسالة ماجستير ،كلية الاعلام ، الأردن ، جامعة الشرق لأوسط

وسيلة ترفيهية، بل أيضاً أداة تعليمية فعالة تلبي احتياجات الجمهور في اكتساب المعرفة وتنمية المهارات، ومن جهة أخرى، فإن دراسة العابد (2017) أظهرت تأثيرات موقع يوتيوب وبرنامج "بودكاست" على طلاب الجامعة، فقد أكدت الدراسة تفضيل الجمهور لاستخدام الهواتف الذكية لمتابعة محتوى البودكاست، وهذه النتيجة تعزز فكرة أن البودكاست، بفضل مرونته وإمكانية الوصول إليه بسهولة، يصبح خياراً مفضلاً لدى الجمهور، خاصة عند تناوله لقضايا تمس الواقع اليومي وتقديمه حلولاً عملية لمشاكل الحياة.

أما دراسة Marin (2022) فقد سلطت الضوء على الدور المؤثر لمقدمي البودكاست في التأثير على الجمهور من خلال سرد القصص، و يساهم هذا النوع من المحتوى في جذب اهتمام المستمعين وانتشاره بسرعة كبيرة، مما يؤكد على أهمية البودكاست كوسيلة فعالة للتواصل والتأثير الاجتماعي فضلاً عن ذلك، اقترحت الدراسة أهمية وضع ضوابط أخلاقية للحفاظ على جودة المحتوى، وسعت الخالدة (2022) إلى توضيح أن البودكاست يمكنه أن يتناول الموضوعات والقضايا بإطار عام ويركز على الأهداف التوعوية، مع الاعتماد الكبير على الشخصيات المؤثرة كمصادر للمعلومات، وذلك يظهر أن البودكاست لا يساهم فقط في نشر المعرفة بل يعزز الوعي الاجتماعي والسياسي بين الجمهور، دراسة Radjagukguk et al. (2020) توضح أن دمج البودكاست بالموسيقى يزيد من شعور الجمهور بالراحة ويتيح لهم الاستماع إلى المحتوى في أي وقت ومكان، مما يضيف بعداً جديداً للتفاعل مع المعلومات بطرائق حديثة ومريحة، وهو ما يعزز من تفضيل الجمهور للبودكاست مقارنة بالوسائل التقليدية التي تفرض قيوداً زمنية ومكانية، أخيراً، دراسة النابلسي (2021) تناولت تأثير مشاهدة المسلسلات عبر منصات البودكاست في ترسيخ القيم الإنسانية والاجتماعية. لتشير النتائج إلى أن استخدام الوسائط المتعددة في تقديم المحتوى يساعد في تحقيق تأثيرات واقعية وملموسة على الجمهور، مما يعزز من دور البودكاست كوسيلة إعلامية فعالة وذات تأثير عميق.

في المجلد، فإن هذه الدراسات قد اتفقت على أن التحول نحو استخدام البودكاست ليس مجرد تحول تقني فقط وإنما هو تحول بدافع فكري وثقافي واجتماعي لدى الجمهور وهو ما يدعم اتجاه تفضيل الجماهير للبودكاست كونه نابعاً من قدراتهم على تقديم محتوى تعليمي، تفاعلي، ومتنوع يتوافق مع احتياجاتهم واهتماماتهم المتنوعة.

2 المبحث الثاني: الإعلام والبودكاست

2.1 أولاً : الاعلام

يعرف الإعلام على أنه عملية الاتصال لتزويد الناس بالمعرفة " الهادفة" من خلال وسائل الإعلام المتنوعة، وبالأستعانة بـ"الرسالة الإعلامية" بحسب ما سيتم إرساله من المعلومات، لمساعدة الناس على تكوين الرأي الصائب في حدث ما، أو للتعبير عن آرائهم وميولهم واتجاهاتهم⁷.

وكان أفضل تعريف للإعلام هو ما ذكره العالم "الألماني (أوتوجروت)": " إن الإعلام ما هو إلا تعبير موضوعي لروح الجماهير وعقليتها واتجاهاتها وميولها في ذات الوقت"⁸

وقد ذكر عن اليونان بأنهم قالوا:

⁷ اللطيف حمزة (1965) - عن الباحث الألماني أوتوجروت- الإعلام تاريخه ومذاهبه، القاهرة، دار الفكر ، ص32.

⁸ مرجع سابق (عبد اللطيف حمزة ، 1965)، ص 32

" إن الأمم لا يمكنها أن تحافظ على الحرية في حال اتسعت مساحتها حتى يصعب عليها اتصال الشعب بحكامه، لذا وجب على الناس أن يجتمعوا في إحدى الساحات في مدينة ما، حتى يتلقوا الخطاب من قاداتهم، إذ إنه في غياب هذه الطريقة يصاب الشعب بالعجز عن اطلاعه بأحوال حكومته ويعجز عن مراقبته لحكامه."⁹

لم تكن وسائل الإعلام قديماً تخرج عن الحفر على الكهوف أو الأحجار وأعمدة المعابد، وكذلك الشائعات، فضلاً عما يتم نقله من أخبار عن طريق التجار والمسافرين، وكانت أقرب الوسائل الإعلامية هم " المنادون" فقد كانوا يتجولون في ساحات المدينة لنشر خبر ما أو إعلان جديد من الحاكم.¹⁰

و كان للقصيدة وقع آخر إذ إنها أول ما عُرف لدى العرب كوسيلة للإعلام، فكانت هي الأداة الأساسية والوحيدة ليعبر شخص ما عما يجول بخاطره أو رأي قبيلته في العصر الجاهلي مثلاً، وقد ظهرت لدى العرب ما قبل الإسلام بلغتهم المتداولة بلفظي " إعلان أو إعلام" فكلاهما بالمعنى نفسه ما يدل على دلالتهم لديهم.¹¹

وعندما أضاء الإسلام العالم بنوره كان للقصائد الإسلامية دورها المحوري في مؤازرة الدعوة الإسلامية ومناصرتها، لتتوالى العصور إلى العصر الأموي والعباسي حتى ظهر الشعراء " السياسيون" أمثال " الفرزدق وجريير والأخطل" وغيرهم.¹²

كل تلك الصور ما هي إلا وسائل قديمة عبرت عن وسائل الإعلام في تلك الحقب الزمنية، كما يضاف إليها وسائل الاتصال الشخصي، ثم توالى الأزمنة لتظهر المطابع التي كانت فيصلاً حقيقياً بين العصر القديم والحديث، فقد أمدت المطابع " العالم" بوسائل إعلام متنوعة هي النشرات والصحف والكتب.

والإعلام العام هو نوع من وسائل الإعلام التي تهدف إلى تقديم محتوى ثقافي وتعليمي وترفيهي لجميع فئات المجتمع، دون تحيز أو انحياز لفئة معينة أو وجهة نظر محددة، ويتميز الإعلام العام بأنه غير تجاري بشكل رئيس، فهو يسعى إلى تعزيز الوعي العام، ويؤثر على " شرائح المجتمع" من خلال متابعتها فضلاً عن تأثيره الإيجابي من علم وثقافة¹³ وهو ما يميزه عن الإعلام الخاص، الذي يكون أساسه الترفيه وجني الأرباح الطائلة من جمهور معين.

ظلت القصيدة هي أول وسائل الإعلام لمدة طويلة من العصور القديمة وحتى عصرنا هذا، فنجد الشعراء يعبرون عن آرائهم واتجاهاتهم عن الأحداث الهامة أو المواقف السياسية أو الاجتماعية الهامة، ليظهر الشاعر بصاحب الصوت الصحفي، ونذكر من هؤلاء الشعراء محمود درويش ونزار السياب وغيرهم، وكان حافظ وشوقي يقفان ضد الاحتلال البريطاني إبان وطء أقدامه أرض مصر، حتى قيام ثورة 1919¹⁴.

ثانياً: البودكاست مفهومه وتاريخه.

⁹ عبد اللطيف، حمزة (1984) " الإعلام والدعاية" دار الفكر العربي، ص 61

¹⁰ أبو زيد، أحمد (1971) حضارة اللغة، مجلة عالم الفكر، العدد الأول، ص13

¹¹ الحسناوي، أمل عجيل إبراهيم (2010) الإعلام عند العرب قبل الإسلام دراسة تاريخية، رسالة مقدمة لنيل درجة الماجستير في تاريخ العرب قبل الإسلام، جامعة الكوفة، ص 14-15.

¹² عبد اللطيف حمزة (2003)، ص 63-64

¹³ الدكمي، محمد الطوخي (2020) الإعلام العام والخاص، البوابة، آراء حرة، على الرابط:

<https://www.albawabhnews.com/3942054>

¹⁴ عبد اللطيف حمزة (2003) مستقبل الصحافة في مصر، الجزء الأول (الأدب والصحافة، فصل: القصيدة الشعرية والصحافة المصرية)، الهيئة المصرية العامة

للكتاب، ص63-64

ظهرت فكرة البودكاست للمرة الأولى في عام 2004 من قبل Ben Hammersley، وهذه الكلمة هي اختصار لـ "Play-on-demand"، وكلمة Broadcast، فقد تم اعتمادها كإحدى وسائل شركة أبل Apple مع منتجاتها وهي Apple Podcast¹⁵, I Pod

بدايةً كان هناك تشابه بين الراديو والبودكاست لوجود وجه للتشابه في "وظائف البث"، كما أنه لا يمكن رؤية العديد من مقدمي البودكاست سوى من خلف الصوتي والتقنيات المستخدمة لتقديم المحتوى، وهذا ما يمنحه الاستقلالية في التوزيع والإنتاج للمحتوى الصوتي حتى وإن كان المقدم مبتدئاً أو غير محترف¹⁶.

وقد ازداد انتشار البودكاست وشعبيته بسبب إمكانية إنتاجه والراحة التي تصاحب محتواه، كما أن ذلك الإنتاج يمكن أن يتم بمشاركة مجموعة من الأشخاص.

لم يعد البودكاست مجرد نقل ينبع من الشغف بالكلام وذلك ما ذكره Bonini، إنه يخترق الوسائل الرقمية والتقنيات الحديثة، ومع ذلك النمو والتطور الهائل كان يجب النظر إليه بأنه إحدى وسائل الإعلام الرقمية وليس فقط بديلاً للبث¹⁷.

كانت البداية دخول البودكاست في إندونيسيا عام 2005، وكان تطوره سريعاً في خمس سنوات فقط، فقد ظهر المبدعون مع استمرار عدد مقدمي المحتوى الصوتي وذلك ما خلق تنوعاً واختلافاً للموضوعات والقضايا المطروحة مع ظهور منصات للتوزيع وتبعاً للاختلاف الديموغرافي والثقافي للمستمعين، وهنا نجد بأن جمهور البودكاست في إندونيسيا كان مرتكزاً على فئة الشباب¹⁸.

يشير مصطلح البودكاست إلى كونه الملف أو مجموعة ملفات رقمية تتعلق بتلك التقنيات، ويتم توزيعه من خلال قنوات ومنصات عبر الإنترنت مع استخدام اختصارات مشتركة يمكن تشغيلها عبر أكثر من تطبيق يتم تحميله على أجهزة الحاسوب والوسائل المحمولة أو الحواسيب¹⁹ الشخصية.

وفقاً لما ذكره Klose, Scheiber فإن تقنية البودكاست هي عبارة عن الوسائل الرقمية "الصوتية" التي يمكن تحميلها على المنصات المتاحة على شبكة الإنترنت، ويتمكن جمهور البودكاست من تحميل مواد تثير اهتمامهم وتلبية احتياجاتهم كما يمكن الاستماع إليها في أي وقت حسب تفضيل كل شخص²⁰.

¹⁵ Muhammad Robith Adani, (2020) "Podcast: Pengertian, Sejarah, Jenis, Manfaat, dan Cara Membuatnya", Sekawan Media. <https://www.sekawanmedia.co.id/blog/apa-itu-podcast/>

¹⁶ المرجع السابق (Muhammad Robith Adani, 2020)

¹⁷ Bonini Baldini, T. (2015). The second age' of podcasting: Reframing podcasting as a new digital mass medium, *Quaderns del CAC*, 41, 23-33.

¹⁸ Yohanes Harry Sirait, Irwansyah, (2021) "Bangkitnya Podcast di Inonesia Perkembangan Podcast New Media Sebagai Budaya Populer Generasi Muda Di Indonesia", *Medialog: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 4:1 hal. 225

¹⁹ Chien-Ta Bruce Ho, Yu-Hong Dennis Chou, Hsuan-Yi Viola Fang, (2016) "Technology Adoption of Podcast in Language Learning: Using Taiwan and China as Examples", *International Journal of eEducation, e-Business, e-Management and e-Learning* 6:1, hal. 2.

²⁰ Christof Schreiber, Rebecca Klose, (2017) "Mathematical Audio-Podcast For Teacher Education and School", *Teachers and Curriculum* 17:2, hal. 41-46.

ويمكن للأنظمة عبر الإنترنت استخدام الملفات والوصول إليها من خلال "Podcast Google" أو منصات ومواقع أخرى ك Anchor و Spotify, YouTube, Podcast-go وغيرها²¹.

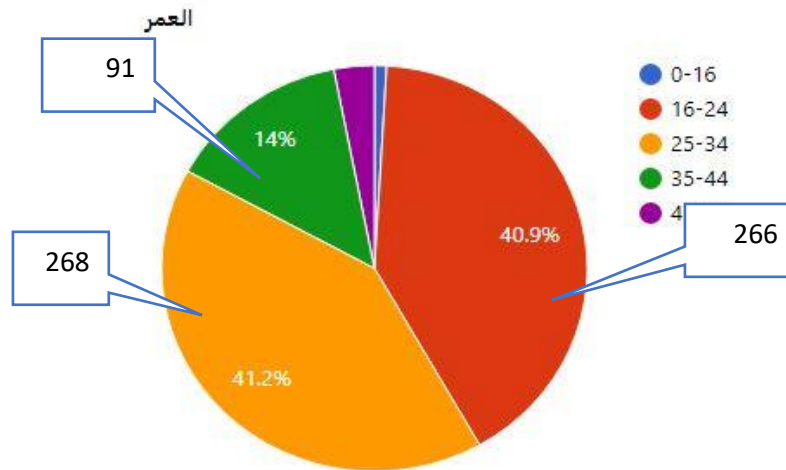
وبناءً على ما ذكر في أعلاه فإننا نفهم أن البودكاست هو الوسيلة الرقمية التي يمكن تحميلها أو تنزيلها من منصات ومواقع عبر شبكة الإنترنت سواء كان على شكل فيديو أو صوت.

لقد تغلغل البودكاست في مجالات عديدة حتى استخدم في التعليم ليصبح كطفرة جديدة يُعَدّ من ضمن الوسائل التعليمية، خاصة في حال تعلم اللغات " كاللغة العربية لغير الناطقين بها"، حتى صار أكثر الوسائل شيوعاً وانتشاراً بسبب الطبيعة المرنة والمبتكرة، وذلك ما يخلق تحفيزاً لرفع مستوى المهارة اللغوية²².

كانت البداية الحقيقية للبودكاست العربي في عام 2006، وقد حقق مستويات من الانتشار والنجاح لبرامج البودكاست في عالمنا العربي وقد احتوى على ما يقارب من خمسين ألف حلقة في عام 2021، حسب الإحصاءات على منصة " بودكاست عربي"²³.

في استطلاع للرأي للبودكاست العربي ، أفاد أن: 82% من مستمعي البودكاست هم من الشباب وتتراوح أعمارهم بين 18-34 عاماً منهم لديهم الوعي والإدراك الكافي بتقنيته، وأنشطته وبيئته الخصبة كونه أحد أهم " قنوات التواصل الاجتماعي" مستقبلاً²⁴.

الشكل الآتي يوضح الفئة العمرية لمستمعي البودكاست العربي²⁵:



²¹ Christof Schreiber, Rebecca Klose, (2017) "Mathematical Audio-Podcast For Teacher Education and School", *Teachers and Curriculum* 17:2, hal. 41-46.

²² Mufidah Nur Amalia, (2021) "Tren Podcast Sebagai Media dalam Pengajaran Bahasa Kedua: Sebuah Kajian Pustaka", *Biomatika: Jurnal ilmiah fakultas keguruan dan ilmu Pendidikan* 7:2, hal.168

²³ <https://ar-podcast.com/>

²⁴ <https://ar-podcast.com/b/ststs-2019>

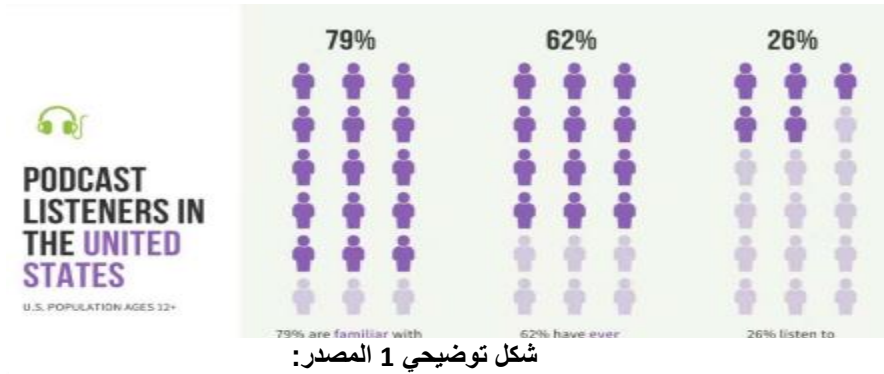
²⁵ <https://ar-podcast.com/b/ststs-2019>

أما في الولايات المتحدة فقد وصل عدد المستمعين إلى 104 مليون " شخص أمريكي"، يستمعون بانتظام للبودكاست²⁶، فقد شهدت منصاته نمواً غير معهود. وفي اثناء جائحة كورونا 19 Covid كانت الإحصاءات قد أثبتت أن استماع الأمريكيين أسبوعياً للبودكاست، أكثر من مشاهدتهم لموقع Netflix²⁷.



وفي عام 2022 قد وُجد ما يقارب 700 ألف من برامج البودكاست النشط، بمعنى إذا كان كل برنامج لديه على الأقل حلقة واحدة، فإن عددهم يكن 500,000 برنامج²⁸.

أما التوقعات لنهاية عام 2023 فكانت وصول 465 مليون تقريباً، وبحلول 2024 قد يصل إلى 504.9 مليون مستمع²⁹ حسب ما ذكرته مقالة مقدمة على موقع Buzzsprout.com.



2.2 ثالثاً: البودكاست (العوايب – المراب – العيوب)

Podcast Statistics and Data [November 2022][online at] ²⁶

<https://www.buzzsprout.com/blog/podcast-statistics>

²⁷ هاشم.منى (2023)، " اتجاهات المواقع الإخبارية المصرية والعربية لاستخدام تقنية البودكاست وعلاقتها بتفضيلات الجمهور المصري، المجلة المصرية لبحوث الاتصال الجماهيري، كلية الإعلام، جامعة بني سويف، مج 5، ع 1، ص 740-738

²⁸ موقع <https://podcastexpert.net> إحصائيات البودكاست في عام 2023.

²⁹ Ruby ,Daniel (2022) 39+ Podcast Statistics 2022 (Latest Trends & Infographics) November 21, 2022[online at] <https://www.demandsage.com/podcast-statistics/>

وتتنوع القوالب التي يستخدمها برامج بودكاست ونذكر منها ما يأتي³⁰:

1. استضافة الشخصيات للتحدث معهم عن قضية معينة "Interview podcast".
 2. قالب المحادثة والسر للتعليق لأحد الموضوعات ومناقشتها وقد يتم تقديم الحلول أيضاً، مع تفاعل الجمهور ومشاركته بالتعليقات.
 3. "المونولوج" ويتم ذلك من خلال استضافة أحد الأشخاص الخبراء في أحد المجالات للتحدث عن تجربته أو مجاله.
 4. "السر القصصي" وهو أكثر الأنواع انتشاراً ومشاهدة على مستوى العالم، يحظى بأكثر نسبة متابعين لمناقشة القصص التي تجذب نوعية الجمهور المتابع.
 5. "الطاولة المستديرة" تتم المقابلة بين عدة أشخاص وعلى رأسهم مقدمو البودكاست لطرح موضوع أو قضية محددة لمناقشتها.
 6. بودكاست تمثيلي أو مسرحي، وهو يقدم محتوى مقارباً لفكرة الأفلام ولكنه يستخدم التأثير بالصوت فقط مع الموسيقى والمؤثرات السمعية.
 7. بودكاست "إخباري" يتناول الأحداث والأخبار التي تمس الواقع الحالي من خلال الاستعانة بالمؤسسات الإخبارية المشهورة. وإذا ما تطرقنا لكشف النقاب عن عيوب ومزايا البودكاست فإننا قد ذكرنا آنفاً بأنه عبارة عن ملفات صوتية يتم إنتاجها من قبل "ممثل البودكاست" وقد يصاحب المقطع الصوتي محتوى مرئي لتتم المهمة بشكل كامل من خلال الفيديو³¹.
- وسواء كان البودكاست على شكل بصري أو سمعي فإن لديه معجبين ومتابعين، وتندمج مزاياه وعيوبه لتكتمل في بوتقة واحدة، ففي حين يكون ملف البودكاست صوتياً أي إنه يقتصر على سماع المتلقي إلا أن ذلك يتيح للشخص القيام بأنشطة أخرى في أثناء الاستماع، وفي الوقت ذاته يتم عرض محتوى البودكاست سمعياً أو بصرياً أي مع مقاطع الفيديو أو رسوماً توضيحية حتى يجذب انتباه المستمعين فيكونون أكثر تركيزاً لدى مشاهدة المقاطع المرئية التي يتم بثها، وفي حال كان المحتوى موظفاً في عملية التعليم فإنه يكون مناسباً ويستمتع بالعديد من المزايا³².

أما مزاياه فهي³³:

1. يستخدم كأحد الموارد التعليمية للطلاب، ويمكن تخزين المحتوى والسبب هو صغر حجم الملفات مع كفاءة استخدامها وإرسالها أو مشاركتها مع أشخاص آخرين.
2. يمكن تحميله على عدة أجهزة كالهواتف الذكية أو الحاسبة حتى يسهل تشغيله في أي وقت وعلى الفور.
3. مرونة الملفات تعطيها ميزة سهولة في الاستماع إليها، مع إمكانية تخزينها وحفظها ثم تشغيلها بلا حاجة الاتصال بشبكات الإنترنت.

³⁰/ <https://www.alrab7on.com/what-is-a-podcast-> <https://www.agamy-tech.com/2022/07/Podcasts-advantages-and-disadvantages.html>

³¹ Tutti Alawiyah, Elsa Putri Ermisah Syafril, (2022) "Podcast: Media Pembelajaran IPS yang Menyenangkan bagi Peserta Didik Kelas V SDN Klepu Patuk di Masa Pandemi", *Proceedings Series on Social Sciences & Humanities* Vol. 3, hal. 184.

³² Faiza Indriastuti, Wawan Tri Saksono, (2014) "podcast sebagai sumber belajar berbasis audio", *Jurnal Teknodik* 18:3 2014

³³. المرجع السابق (Faiza, 2014)

4. تتيح مرونة الملفات توزيعها بسهولة من خلال قنوات ومنصات معينة، وذلك ما يوفر التكلفة والوقت بالمقارنة بالتوزيع التقليدي.

5. يمكن ضغط مجموعة من الملفات بنوع من التنسيقات الرقمية لتكون أصغر حجماً إذ يحتاج فقط لعرض "النطاق الترددي" لعملية نقل البيانات لصغر حجمها.

أما عيوبه فهي :

1. إن أهم عيب هو كون البودكاست على شكل محتوى مسموع " صوت" وذلك الأساس في محتواه، و يتطلب عمليات صعبة للتحريير.

2. وإذا كان المحتوى هو " صوت فقط" فإنه قد يصاب المستمع بالملل³⁴ إذا صاحبه الموسيقى.

3. محتوى البودكاست قد لا يتناسب مع كونه مادة سمعية لمدة طويلة، وقد يتطلب اتصالاً بشبكة الإنترنت.

4. بعض منصات البودكاست توجب على الجمهور تفعيل الاشتراك من خلال دفع مبلغ معين للحصول على حصته ومتابعة المحتوى، ويمكننا القول بأن معظم هذه المنصات تتطلب الدفع مقدماً.

3 المبحث الثالث: برنامج بودكاست عراقي:

هو برنامج بودكاست يختص بتقديم محتوى متنوع على منصات عديدة لجذب جمهور غفير من المستمعين، من برامج البودكاست التي يتابعها الشباب العربي وخاصة " في العراق" و يقدم محتوى يمس المجتمع العراقي ويخاطب جمهوره، ولكنه لا يقتصر على ذلك الجمهور وإنما يحظى بمتابعين من مختلف الدول العربية، و يظهر ذلك على منصة البرنامج.

وصل متابعو بودكاست عراقي إلى 1199 متابع، وذلك بحسب الرقم الظاهر في إحدى قنوات بودكاست عراقي، كما هو موضح بالشكل أدناه، وقد وضع منتج البرنامج للتعريف بأنفسهم بشكل مختصر من خلال النص التالي على الموقع الإلكتروني:

"بودكاست عراقي هو برنامج شخصية مجهولة الهوية تحت مسمى (فلان)، وهو من دولة لا تتكلم العربية، ولكنه بعد ولادته ونشأته في دولة تتكلم اللغة العربية، من هذا المنطلق يحكي (فلان) عن مواقف ومفارقات وتحديات قد مر بها من قبل ويقدم نقده وجهة نظره بشكل حر خالٍ من غير قيود، والبرنامج للكبار فقط ، لما قد يحمله من عبارات لا تتناسب مع فئات عمرية أصغر سناً، ومهمته هي إيصال فكرته بشكل كامل وعفوي"³⁵ ،

وفي ادناه شكل توضيحي للبرنامج:



³⁴ Syahnaz Na' Pembelajaran Baha Conference 2:1, hal. Spotlight

³⁵ موقع بودكاست عراقي: <https://soundcloud.com/iraqipodcast2021>

شكل توضيحي 2 الموقع الإلكتروني الرسمي لبودكاست عراقي:

المصدر: <https://soundcloud.com/iraqipodcast2021>

كما في ادناه شكل توضيحي آخر لمنصة بودكاست عراقي (الموسم الثالث):



شكل توضيحي 3 منصة بودكاست عراقي "الموسم الثالث"،

المصدر: <https://soundcloud.com/iraqipodcast2021>

ومن متابعتنا للبرنامج تبين لنا ما يأتي:

- أ- قدم بودكاست عراقي حتى الآن ثلاثة مواسم وقد احتوت على 68 حلقة كان آخرها منذ أربعة أشهر
- ب- تتراوح مدة الحلقات من 3 دقائق إلى 40 دقيقة وهو ما يحافظ على جذب الجمهور مع الابتعاد عن الملل، في أثناء المتابعة.
- ت- كانت أهم الحلقات التي قدمها بودكاست عراقي هي حلقة بعنوان " ثمن الوعي " فقد حظيت الحلقة بعدد مستمعين هو 1729 أي ما يقارب ألفي مستمع ويعد أكبر رقم مقارنة بحلقات أخرى قدمها بودكاست عراقي ، وهو ما يشير إلى اهتمام المتابعين بفكرة الوعي والإدراك من خلال الاستماع لمناقشة الموضوع وربطه بتجاربهم الحياتية.
- ث- من الملاحظ أن بودكاست عراقي يتناول موضوعات اجتماعية وسياسية لتقريب الصورة وربطها بما يعاني منه المجتمع وليس فقط المجتمع العراقي وإنما تعدى حدود ذلك إلى العالم العربي حين تناول قضية فلسطين في حلقة تسمى " جينوسايد 18# " عن الإبادة الجماعية.
- ج- أما اللهجة التي يتحدث بها " فلان " وهو مقدم بودكاست عراقي ، فهي اللهجة العامية " العراقية " حتى تكون أقرب للمستمعين العراقيين وحتى يتم إلغاء الحواجز الرسمية بينه وبين جمهوره، حتى يسهل متابعته والاستماع له براحة وتركيز.
- ح- قدم بودكاست عراقي العديد من الموضوعات التي يتم فيها تقديم النصح والإرشاد للشباب (سواء الذكور أو الإناث) وقد استهدف جمهوره من البداية حين ذكر في النص التعريفي له بأنه يقدم محتواه لمن هو فوق 18 عاماً.
- خ- انتشر بودكاست عراقي على أكثر من منصة في الوقت ذاته حتى يتسنى للجمهور متابعته على المنصة التي يفضل ومنها:

Apple Podcast, Spotify, RSS, Anghami, Instagram, YouTube, Google Podcast.

وفي أدناه شكل توضيحي للمنصات المذكورة في أعلاه:



شكل توضيحي 4 المنصات التي يقدم فيها بودكاست عراقي، المصدر: الموقع الرسمي للبودكاست

3.1 ما يميز برنامج بودكاست عراقي:

من خلال ملاحظتنا للموقع الرسمي وجدنا بأن بودكاست عراقي حظي بمميزات البودكاست المذكورة إذ إنه يتم الاستماع إليه من خلال استخدام الهاتف الذكي، وإمكانية تشغيله في أي وقت فضلاً عن الميزات الأخرى ولكنه يعدُّ من أهم برامج البودكاست التي تهتم الشباب العراقي وقد نجح في جذب جمهوره من خلال المحتوى الذي يقدمه في شكل من الحرية والعفوية باللهجة العامية العراقية كنوع من الانتماء، كما أن لديه خاصية RSS التي تعمل على إصدار الإشعارات حين تتوفر الحلقات الجديدة.

نرى أن أسلوب الإلقاء الذي يقدمه " فلان " ، هذه الشخصية الغامضة التي ابتعدت عن ذكر اسم معين حتى لا يخلق أي نوع من الاستمالة أو التأثير بهذا الاسم، ليكون التركيز على المحتوى المقدم فقط، وهو أقرب للمتلقي مقارنة بالسرد باللغة العربية أو بالطرائق المعقدة لطرح القضايا وخاصة للشباب.

4 المبحث الرابع: الإطار التطبيقي

4.1 المنهجية:

هي المنهجية الوصفية (المسحية)

الأداة البحثية : استبانة توزع على 100 من مستمعي ومشاهدي البودكاست العراقي لتحليل آرائهم وتجاربهم.

التحليل الإحصائي: تحليل البيانات باستخدام أدوات التحليل الإحصائي الحاسوبية مثل برنامج SPSS أو برامج تحليل البيانات الأخرى لتحديد التأثيرات الكمية والنوعية للبودكاست والفيديوهات على الإعلام العام، للإجابة عن السؤال البحثي والتحقق من فرضية الدراسة

4.2 السؤال البحثي الرئيس:

-كيف يؤثر استخدام البودكاست والفيديوهات كأشكال جديدة من تكنولوجيا الإعلام على الإعلام العام في العراق من حيث تفاعل الجمهور وتفضيله للمحتوى المقدم؟

4.3 الفرضية الرئيسية:

- استخدام البودكاست والفيديوهات كأشكال جديدة من تكنولوجيا الإعلام يؤثر بشكل كبير على الإعلام العام في العراق، من حيث نوعية تفاعل الجمهور وتفضيله للمحتوى المقدم.

تتضمن منهجية البحث تخطيطًا دقيقًا ومنظمًا لجمع وتحليل البيانات للإجابة على السؤال الرئيس للبحث. الهدف من هذه الدراسة هو استكشاف تأثير استخدام البودكاست والفيديوهات كأشكال جديدة من تكنولوجيا الإعلام على الإعلام العام في العراق من حيث تفاعل الجمهور وتفضيله للمحتوى المقدم.

4.4 تصميم الدراسة

نوع الدراسة: دراسة وصفية
طريقة جمع البيانات : استبيان مكون من أسئلة مغلقة باستخدام مقياس ليكرت الخماسي.
مجتمع الدراسة : الجمهور العراقي المتابع لوسائل الإعلام الحديثة والتقليدية.
حجم العينة : 100 مفردة.

4.4.1 أدوات جمع البيانات

الاستبيان تم تصميم استبيان يتكون من خمسة أسئلة أساسية لقياس تفاعل الجمهور وتفضيله للمحتوى الإعلامي المقدم عبر البودكاست والفيديوهات مقارنة بالوسائل التقليدية.

مقياس ليكرت:- استخدم مقياس ليكرت الخماسي لقياس مدى الموافقة على كل عبارة:

1. أوافق بشدة
2. أوافق
3. محايد
4. لا موافق
5. لا موافق بشدة

4.4.2 عينة الدراسة

- اختيار العينة: تم اختيار العينة بطريقة عشوائية لضمان تمثيل مختلف الفئات العمرية والشرائح الاجتماعية.
- الفئة العمرية المستهدفة من سن 18 سنة فأكثر

4.4.3 جمع البيانات

الإجراءات: تم توزيع الاستبيان عبر الإنترنت باستخدام منصات التواصل الاجتماعي والبريد الإلكتروني لضمان الوصول إلى عدد أكبر من المستجيبين.

مدة جمع البيانات:- تم جمع البيانات في مدة محددة بشهر واحد.

4.4.4 تحليل البيانات

الإحصاء الوصفي: حساب المتوسط الحسابي والانحراف المعياري لكل سؤال لتحديد مستوى الموافقة.

تحليل الثبات: استخدام معامل كرونباخ ألفا لقياس الثبات الداخلي للاستبيان.

تحليل الارتباط: حساب معاملات الارتباط بين الأسئلة لقياس درجة التوافق بين الإجابات.

اختبار T-test: لمقارنة الفروقات بين الفئات العمرية المختلفة.

معالجة البيانات: تم استخدام برنامج SPSS لإجراء التحليلات الإحصائية.

4.4.5 النتائج والتفسير

الوصف والتحليل: تم تقديم النتائج في شكل جداول ورسوم بيانية توضح مستوى الموافقة على كل سؤال، فضلاً عن معاملات الثبات والارتباط.

اختبار الفرضيات: تم اختبار الفرضية الرئيسية والفرضيات الفرعية باستخدام التحليل الإحصائي المناسب.

الجدول 1 أسئلة الاستبانة

السؤال	العبارة	مقياس ليكرت
Q1	إلى أي مدى توافق على أن استخدام البودكاست والفيديوهات كأشكال جديدة من تكنولوجيا الإعلام يعزز من تفاعلك مع المحتوى المقدم؟	1-5
Q2	إلى أي مدى توافق على أنك تفضل المحتوى الإعلامي المقدم عبر البودكاست والفيديوهات مقارنة بالوسائل التقليدية (مثل التلفاز والراديو)؟	1-5
Q3	إلى أي مدى توافق على أن المحتوى الإعلامي المقدم عبر البودكاست والفيديوهات يتميز بجودة أعلى مقارنة بالوسائل الإعلامية التقليدية؟	1-5
Q4	إلى أي مدى توافق على أن استخدام البودكاست والفيديوهات يقدم تنوعاً أكبر في المحتوى الإعلامي الذي تتابعه؟	1-5
Q5	إلى أي مدى توافق على أن الوصول إلى المحتوى الإعلامي عبر البودكاست والفيديوهات أسهل وأسرع مقارنة بالوسائل الإعلامية التقليدية؟	1-5

الجدول 2 جدول تصحيح مقياس ليكرت

السؤال	المتوسط الحسابي	مستوي درجة التأثير
Q1 التفاعل مع المحتوى المقدم عبر البودكاست والفيديوهات	4.35	مرتفع جداً
Q2 تفضيل المحتوى	4.10	مرتفع
Q3 جودة المحتوى	3.95	مرتفع
Q4 التنوع في المحتوى	4.20	مرتفع جداً
Q5 سهولة الوصول إلى المحتوى	4.50	مرتفع جداً

4.4.6 صدق أداة الدراسة

تم حساب صدق عبارات استمارة الاستبيان عن طريق تحديد مستوى التجانس الداخلي من خلال التعرف على الدلالة الإحصائية لمعاملات الارتباط بيرسون بين درجة العبارة والدرجة الكلية للمحور الذي تنتمي إليه العبارة وجاءت النتائج كما يأتي:

4.5 المحور الأول: كيف يؤثر استخدام البودكاست والفيديوهات كأشكال جديدة من تكنولوجيا الإعلام على الإعلام العام

الجدول 3 معاملات الارتباط لعبارات المحور الاول

م	العبارة	معامل ارتباط بيرسون	Sig
1	البودكاست والفيديوهات يساهمان في توسيع مدى وجود الإعلام وتنوع المحتوى الإعلامي.	0.75**	0.01
2	استخدام البودكاست والفيديوهات يعزز التفاعل الاجتماعي والحوار في المواضيع الإعلامية.	0.68**	0.05
3	البودكاست والفيديوهات يتيحان فرصاً أكبر للمشاركة الجماهيرية وتبادل الآراء والتعليقات	0.72**	0.01
4	المحتوى الصوتي والمرئي يعززان تفضيل الجمهور للمعلومات والأخبار المقدمة عبر البودكاست والفيديوهات	0.70**	0.05
5	استخدام البودكاست والفيديوهات يؤدي إلى زيادة التفاعل الإيجابي مع المحتوى الإعلامي	0.65 **	0.05

** ذات دلالة إحصائية عند 0.01

1. دلالة إحصائية: إذا كانت قيم مستوى الدلالة أقل من مستوى الدلالة المقبول (مثل 0.05)، فهذا يشير إلى أن الارتباطات الملحوظة هي ذات دلالة إحصائية.
2. تأثير البودكاست: إذا كانت العبارات تتضمن تأكيداً لفوائد استخدام البودكاست والفيديوهات، مثل توسيع مدى الوجود الإعلامي وزيادة التفاعل الإيجابي مع المحتوى، فإن هذا يشير إلى أهمية استماع الجمهور للبودكاست وفعالية استخدامه في تحسين تفاعل الجمهور مع المحتوى الإعلامي.
3. أهمية المحتوى: توفير محتوى جودة عبر البودكاست يمكن أن يكون ذا أهمية كبيرة في جذب الجمهور والتفاعل معه بشكل إيجابي.

4.5.1 المحور الثاني: جودة المحتوى المقدم عبر البودكاست والفيديوهات

الجدول 4 معاملات الارتباط لعبارات المحور الثاني

م	العبارة	معامل ارتباط بيرسون	Sig
1	المحتوى المقدم عبر البودكاست والفيديوهات يتميز بجودة عالية ومتنوعة	0.78**	0.01
2	تجد المحتوى المقدم عبر البودكاست والفيديوهات مفيداً وملهماً	0.85**	0.01
3	المحتوى الإعلامي المقدم عبر البودكاست والفيديوهات يحتوي على معلومات مفيدة وموثوقة	0.80**	0.01
4	البودكاست والفيديوهات يقدمان محتوى يلبي اهتمامات واحتياجات الجمهور بشكل جيد	0.75**	0.01

5	الجودة الإنتاجية للبودكاست والفيديوهات تسهم في جذب انتباه الجمهور وتعزز تفاعله مع المحتوى	0.70**	0.05
---	---	--------	------

** ذات دلالة احصائية عند 0.01

وتبين أن جميع معاملات الارتباط لجميع العبارات في محور فعالية حملات العلاقات العامة في إبراز قضايا الرأي العام كانت ذات دلالة إحصائية عند مستويات معنوية (0.01، 0.05)،

مما يشير إلى أن هذه العبارات تتمتع بصدق الاتساق الداخلي وتصلح لاستخدامها في دراسات البحث المتعلقة بفعالية حملات العلاقات العامة في بودكاستات الإعلام.

هذه النتائج توفر دليلاً على قوة العلاقة بين العبارات المتعلقة بفعالية حملات العلاقات العامة وبين الدرجة الكلية للمحور، مما يشير إلى أن المشاركين الذين يتفقون على واحدة على الأقل من تلك العبارات يظهرون اتجاهًا متسقًا نحو الموافقة على العبارات الأخرى ذات الصلة بالاستبيان.

4.5.2 ثبات أداة الدراسة:

تم حساب معامل ألفا كرونباخ لعبارات محاور الاستبيان وكانت النتائج كما يأتي:

الجدول 5 معامل الثبات لمحاور استمارة الاستبيان

المحور	معامل ألفا كرونباخ	عدد العبارات
المحتوى المقدم عبر البودكاست والفيديوهات	0.821	10
تفضيل المحتوى	0.865	10
جودة المحتوى	0.903	10
التنوع في المحتوى	0.827	10
سهولة الوصول إلى المحتوى	0.824	10
إجمالي استمارة الاستبيان	0.889	50

معاملات الثبات لمحاور استمارة الاستبيان للبودكاست كانت مرتفعة وتجاوزت قيمة 0.7، مما يشير إلى وجود صدق الاتساق الداخلي بين العبارات في كل محور. هذا يعني أن استمارة الاستبيان صالحة وموثوقة لاستخدامها في جمع البيانات عن تفضيلات المشاركين وآرائهم في البودكاست وتفاعلهم معه.

4.5.3 خصائص عينة الدراسة

الجدول 6 توزيع عينة الدراسة وفقاً لخصائصها

الخاصية	الفئات	العدد
---------	--------	-------

الجنس	ذكر	60
	أنثى	40
	من 18 – 25 سنة	20
	من 26 – 35 سنة	30
	من 36 – 45 سنة	25
	من 46 – 55 سنة	15
	من 55 سنة فأكثر	10
المؤهل العلمي	أقل من متوسط	20
	متوسط	20
	بكالوريوس	30
	ماجستير	20
	دكتوراه	10

ثانياً: الإجابة عن أسئلة الدراسة

ينص السؤال الرئيس على " تأثير استخدام البودكاست والفيديوهات كأشكال جديدة من تكنولوجيا الإعلام على الإعلام العام في العراق ؟
 للإجابة عن هذا السؤال تم استخدام المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لعبارات محور العوامل المؤثرة على تأثير استخدام البودكاست والفيديوهات كأشكال جديدة من تكنولوجيا الإعلام على الإعلام العام في العراق
 الجدول 7 المتوسط الحسابي والانحراف المعياري والترتيب ومستوى الموافقة على عبارات العوامل المؤثرة على تأثير استخدام البودكاست والفيديوهات كأشكال جديدة من تكنولوجيا الإعلام على الإعلام العام في العراق

العبارة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الترتيب	مستوى الموافقة
استخدام البودكاست والفيديوهات يعزز من تفاعلي مع المحتوى المقدم	4.6	0.8	1	موافق بشدة
أجد المحتوى الإعلامي عبر البودكاست والفيديوهات مثيراً ومثيراً للاهتمام	4.3	0.7	2	موافق
البودكاست والفيديو يقدمان محتوى إعلامياً ذا جودة عالية	4.5	0.6	3	موافق بشدة
استخدام البودكاست والفيديو يوفر تنوعاً أكبر في المحتوى الإعلامي	4.4	0.8	4	موافق
الوصول إلى البودكاست والفيديو أسهل وأسرع من الوصول إلى وسائل الإعلام التقليدية	4.7	0.8	5	موافق بشدة

تم تحليل معدلات الموافقة والتفاوت في الآراء بشأن أهمية العوامل تأثير استخدام البودكاست والفيديوهات كأشكال جديدة من تكنولوجيا الاعلام على الاعلام العام في العراق.

1. **المتوسط الحسابي** :يُظهر المتوسط الحسابي لكل عبارة كيفية تقييم العينة لكل عبارة. على سبيل المثال، يبدو أن العينة قد أظهرت تفاعلاً قوياً مع المحتوى المقدم عبر البودكاست والفيديوهات، فقد بلغ المتوسط الحسابي 4.6 من أصل 5.
2. **الانحراف المعياري** :يوضح الانحراف المعياري مدى انتشار الإجابات عن المتوسط. كلما زاد الانحراف المعياري، زاد التباين في الإجابات.
3. **الترتيب** :يظهر ترتيب العبارات وفقاً لمتوسط الإجابات. يمكن استخدام هذا الترتيب لتحديد أهم العوامل التي تؤثر على تفضيل الجمهور للاستماع إلى البودكاست والفيديوهات.
4. **مستوى الموافقة** :يوضح مستوى الموافقة العام لكل عبارة. يُظهر مستوى الموافقة مدى اتفاق أو اتجاه العينة نحو كل عبارة.

الجدول 8 الإحصاءات الوصفية لبودكاست عراقي

المحتوى	تفضيل المحتوى	جودة المحتوى	التنوع في المحتوى	سهولة الوصول
3.98	3.90	3.89	3.58	3.93
0.79	0.79	0.84	0.81	0.83

الجدول 9 مصفوفة الارتباط لبودكاست عراقي

المحتوى	تفضيل المحتوى	جودة المحتوى	التنوع في المحتوى	سهولة الوصول
1.00	0.22	0.26	0.24	0.20
0.22	1.00	0.29	0.26	0.21
0.26	0.29	1.00	0.32	0.28
0.24	0.26	0.32	1.00	0.33
0.20	0.21	0.28	0.33	1.00

الجدول 10 جدول اختبار الفرضيات

السؤال	t-statistic	p-value
--------	-------------	---------

1.3e-22	12.37	التفاعل مع المحتوى المقدم عبر بودكاست عراقي والفيديوهات
2.1e-19	11.39	تفضيل المحتوى
1.8e-18	10.61	جودة المحتوى
3.1e-17	10.48	التنوع في المحتوى
1.2e-19	11.18	سهولة الوصول إلى المحتوى

4.5.4 استنتاجات الدراسة

- وجود مستوى مرتفع جداً للعوامل المؤثرة على أهمية بودكاست عراقي والفيديوهات الخاصة به كوسائل إعلامية جديدة: تبين أن جميع العبارات المدرجة في الدراسة تتمتع بدرجة موافقة مرتفعة جداً، فقد بلغت قيمة المتوسط الحسابي لعبارات محور العوامل المؤثرة في استخدام البودكاست والفيديوهات ما يقارب 4.370، بانحراف معياري يقدر بـ 0.696.
- تفضيل الجمهور لمحتوى البودكاست العراقي: يظهر الترتيب العالي للعبارات والمتوسط الحسابي العالي (4.620) لبعض العبارات أهمية تفضيل الجمهور لهذه الوسائل كمصدر للمعلومات والترفيه.
- تأثير البودكاست والفيديوهات في تفاعل الجمهور: يبين متوسط الدرجات وارتفاع معدل الموافقة المرتفع جداً لجميع العبارات أهمية تفاعل الجمهور مع محتوى البودكاست والفيديوهات.
- التفاعل مع المحتوى المقدم عبر بودكاست عراقي: قيمة t-statistic هي 12.37 وقيمة p-value هي e-221.3، مما يشير إلى وجود تأثير كبير ودال إحصائياً.
- تفضيل المحتوى: قيمة t-statistic هي 11.39 وقيمة p-value هي e-192.1، مما يشير إلى وجود تأثير كبير ودال إحصائياً.
- جودة المحتوى: قيمة t-statistic هي 10.61 وقيمة p-value هي e-181.8، مما يشير إلى وجود تأثير كبير ودال إحصائياً.
- التنوع في المحتوى: قيمة t-statistic هي 10.48 وقيمة p-value هي e-173.1، مما يشير إلى وجود تأثير كبير ودال إحصائياً.
- سهولة الوصول إلى المحتوى: قيمة t-statistic هي 11.18 وقيمة p-value هي e-191.2، مما يشير إلى وجود تأثير كبير ودال إحصائياً.
- بناءً على هذه النتائج، توضح لنا أن استخدام بودكاست عراقي له تأثير إيجابي كبير ودال إحصائياً على الإعلام العام في العراق وتفاعل الجمهور في العراق، ويمكن أن تكون هذه الوسائل فعالة جداً في نقل المعلومات والأفكار وبناء الوعي العام من حيث التفاعل مع المحتوى، تفضيل المحتوى، جودة المحتوى، التنوع في المحتوى، وسهولة الوصول إلى المحتوى.

4.6 الخاتمة :

لقد اتضح أن بودكاست عراقي له تأثير إيجابي كبير على الإعلام العام في العراق وتفاعل الجمهور، مما يجعله وسيلة فعالة لنقل المعلومات والأفكار وبناء الوعي العام، وتساهم هذه الوسائل في تعزيز الحوار المجتمعي وتقديم محتوى يلبي احتياجات المستمعين ويعكس واقعهم بطريقة مبتكرة وجذابة.

4.7 النتائج :

استناداً إلى الاستنتاجات المستخلصة مما سبق ، يمكن القول بأن بودكاست عراقي يعد وسيلة إعلامية مؤثرة تجذب جمهوراً كبيراً من المستمعين في العراق والوطن العربي. وتستند هذه النتائج إلى عدة عوامل جوهرية تتعلق بأهمية وجوده وتأثيره على الجمهور:

1. أهمية بودكاست عراقي والفيديوهات الخاصة به كوسائل إعلامية جديدة:

أظهرت الدراسة أن العوامل المؤثرة في استخدام البودكاست والفيديوهات حازت على موافقة عالية جداً من قبل المشاركين، مما يدل على إدراك الجمهور لأهمية هذه الوسائل كمنصات إعلامية جديدة تقدم محتوى مميزاً وواقعياً.

2. تفضيل الجمهور لمحتوى بودكاست عراقي:

يشير الترتيب العالي للعبارات المتعلقة بتفضيل الجمهور للبودكاست إلى أن هذه الوسائل تعدّ مصادر موثوقة للمعلومات والترفيه، مما يعزز مكانة بودكاست عراقي بين المستمعين. الجمهور يفضل هذه الوسائل لجودة المحتوى المقدم وقدرته على تلبية احتياجاتهم واهتماماتهم.

3. تأثير البودكاست والفيديوهات في تفاعل الجمهور:

أظهرت النتائج أن هناك تفاعلاً كبيراً من قبل الجمهور مع محتوى بودكاست عراقي، مما يؤكد أن هذه الوسائل تتمتع بقدرة عالية على جذب الانتباه وتحفيز التفاعل. التفاعل المستمر من قبل الجمهور يشير إلى نجاح البودكاست في خلق اتصال قوي ومستمر مع مستمعيه.

4. التفاعل مع المحتوى المقدم عبر بودكاست عراقي:

تم التوصل إلى أن هناك تأثيراً كبيراً ودالاً إحصائياً للتفاعل مع محتوى البودكاست، مما يبرز قدرة هذه الوسيلة على التواصل الفعال مع الجمهور وتلبية تطلعاتهم.

5. تفضيل المحتوى:

تشير البيانات إلى أن الجمهور يفضل المحتوى المقدم عبر بودكاست عراقي بشكل كبير، مما يعكس جودة الموضوعات المقدمة وأهميتها بالنسبة للمستمعين.

6. جودة المحتوى:

تتميز حلقات بودكاست عراقي بجودة عالية في تقديم المعلومات والأفكار، مما يعزز ثقة الجمهور ويحفزهم على المتابعة المستمرة.

7. التنوع في المحتوى:

يقدم بودكاست عراقي محتوى متنوعاً يغطي مجموعة واسعة من الموضوعات، مما يجعله جذاباً لشريحة واسعة من المستمعين ويزيد من فرص تلبية اهتمامات الجمهور المختلفة.

8. سهولة الوصول إلى المحتوى:

يوفر بودكاست عراقي سهولة الوصول إلى محتواه عبر مختلف الأجهزة والمنصات، مما يسهل على الجمهور الاستماع في أي وقت ومكان، ويزيد من انتشاره وشعبيته.

4.8 التوصيات:

- **تطوير التفاعل مع الجمهور:** إنشاء مزيد من قنوات التواصل المباشرة وتنظيم فعاليات تفاعلية.
- **تحسين تكنولوجيا البث والوصول:** الاستثمار في تقنيات البث وتطوير تطبيقات لتقديم محتوى هادف يمس قضايا المجتمع العربي في جميع المجالات .
- **التوعية والتثقيف بفوائد البودكاست:** إطلاق حملات توعوية وتقديم ورش عمل ودورات تدريبية لتعريف جيل الشباب على استخدام البودكاست بشكل يتعدى الترفيه وإنما يمكن توظيفه في تعليم اللغات والمهارات الأخرى.
- **التوجيه نحو مواضيع هادفة:** التركيز على تقديم محتوى يعالج قضايا هامة واستضافة خبراء مع محاولة التعاون مع منصات بودكاست أخرى لمشاركة الخبرات والتجارب والفعاليات.
- **البحث والتطوير المستمر:** إجراء دراسات دورية ومتابعة التطورات التكنولوجية في الإعلام الرقمي لإنتاج مزيد من الأفكار كما حدث في بودكاست ، فما هو إلا وليد فكرة جعلته يغزو العالم ويحظى برقعة واسعة من المتابعين.

المراجع العربية:

- (1) أبوزيد، أحمد (1971) **حضارة اللغة** ، مجلة عالم الفكر، العدد الأول، ص13
- (2) النابلسي ، أريج عبد الله محمد .(2021م) ، **تأثير مسلسلات البودكاست على اليافعين في ترسيخ القيم الاجتماعية والانسانية** : دراسة تجريبية على مسلسل وليد الصدفة ، رسالة ماجستير ،كلية الاعلام ، الأردن ، جامعة الشرق لأوسط
- (3) الحسنأوي.أمل عجيل إبراهيم (2010) **الإعلام عند العرب قبل الإسلام دراسة تاريخية**، رسالة مقدمة لنيل درجة الماجستير في تاريخ العرب قبل الإسلام، جامعة الكوفة ، ص 14-15.
- (4) الخوالدة ، مؤمن محمد سلامة (2022م) ، **القضايا الإعلامية في البودكاست الأردني : برنامج حر إنموذجاً رسالة ماجستير** ، كلية الإعلام ، جامعة اليرموك ، الأردن.

(5) الدكمي. محمد الطوخي (2020) **الإعلام العام والخاص، البوابة، آراء حرة، على الرابط:**

<https://www.albawabhnews.com/3942054>

- (1) الشيباني ، ماجد بن فهد (2022م) ، **دوافع تعرض الجمهور السعودي لإذاعات الإنترنت (البودكاست) والاشباكات المتحققة منه دراسة مسحية لعينة من متابعي بودكاست (ثمانية) في المملكة العربية السعودية** ، المجلة المصرية لبحوث الاعلام ، عدد79 ، ابريل /يونيو 2022م .
- (2) العابد ، السيد على .(2017) ، **تأثير اليوتيوب من خلال برامج البودكاست على الطلبة الجامعيين : دراسة ميدانية على عينة من طلبة ماستر قسم الاعلام والاتصال لجامعة قاصدي مرباح** ، رسالة ماجستير ،كلية العلوم الانسانية والاجتماعية ، جامعة قاصدي مرباح – ورقلة ، الجزائر
- (3) عبد اللطيف حمزة (1965) **الإعلام- له تاريخه ومذاهبه**، دار الفكر العربي، ص 23.
- (4) عبد اللطيف حمزة (2003) **مستقبل الصحافة في مصر، الجزء الأول (الأدب والصحافة، فصل: القصيدة الشعرية والصحافة المصرية)**، الهيئة المصرية العامة للكتاب.
- (5) عبد اللطيف، حمزة (1984) **" الإعلام والدعاية"** دار الفكر العربي، ص 61
- (6) هاشم.منى (2023)، **" اتجاهات المواقع الإخبارية المصرية والعربية لاستخدام تقنية البودكاست وعلاقتها بتفضيلات الجمهور المصري**، المجلة المصرية لبحوث الاتصال الجماهيري، كلية الإعلام، جامعة بني سويف،مج 5، ع1، ص 738-740

المراجع الأجنبية:

1. Bonini Baldini, T. (2015). The second age' of podcasting: Reframing podcasting as a new digital mass medium, *Quaderns del CAC*, 41,23-33.
2. Chien-Ta Bruce Ho, Yu-Hong Dennis Chou, Hsuan-Yi Viola Fang,(2016) **“Technology Adoption of Podcast in Language Learning: Using Taiwan and China as Examples”**, *International Journal of eEducation, e-Business, e-Management and e-Learning* 6:1, hal. 2.
3. Christof Schreiber, Rebecca Klose, (2017) **“Mathematical Audio-Podcast For Teacher Education and School”**, *Teachers and Curriculum* 17:2 ,hal. 41-46.
4. Faiza Indriastuti, Wawan Tri Saksono, (2014) **“podcast sebagai sumber belajar berbasis audio”**, *Jurnal Teknodik* 18:3 2014.
5. Marin,DavidGarcia(2022), *New Media, New Practices? A Study of the First Spanish Podcast Community and Its Pioneers*, Department of Journalism & Corporate Communication, Universidad Rey Juan Carlos,28933 Móstoles, Madrid, Spain, *Soc. Sci.* 2022, 11(7), ;308
<https://doi.org/10.3390/socsci11070308>
6. **Media Sebagai Budaya Populer Generasi Muda Di Indonesia**”, *Medialog: Jurnal Ilmu Komunikasi* 4:1hal. 225
7. Mufidah Nur Amalia, (2021) **“Tren Podcast Sebagai Media dalam Pengajaran Bahasa Kedua: Sebuah Kajian Pustaka”**, *Biomatika: Jurnal ilmiah fakultas keguruan dan ilmu Pendidikan* 7:2, hal.168
8. Muhammad Robith Adani,(2020) **“Podcast: Pengertian, Sejarah, Jenis, Manfaat, dan Cara Membuatnya”**, *Sekawan Media*.
9. Radjagukguk, Djudjur Luciana& Pradana ,Vian Nauval .(2020), *UTILIZATION OF NEW MEDIA PODCAST BERIZIK (JOKING MUSIC CONTENT)IN DELIVERING MESSAGES ABOUT MUSIC*, *Journal Indonesia Law& Policy review*,vol.2,No.1, October,
<https://www.researchgate.net/publication> .
10. Ruby ,Daniel (2022) *39+ Podcast Statistics 2022 (Latest Trends & Infographics)* November 21, 2022[online at] <https://www.demandsage.com/podcast-statistics/>
11. Syahnaz Naura Yusuf, Arsyl Elensyah Rhema Machawan, (2022) **“Penggunaan Podcast Sebagai Media Pembelajaran Bahasa Jepang”**, *Proceedings University of Muhammadiyah Yogyakarta Undergraduate Conference* 2:1, hal. 2
12. Tutti Alawiyah, Elsa Putri Ermisah Syafril,(2022) **“Podcast: Media Pembelajaran IPS yang Menyenangkan bagi Peserta Didik Kelas V SDN Klepu Patuk di Masa Pandemi”**, *Proceedings Series on Social Sciences & Humanities* Vol. 3, hal. 184.

13. Yohanes Harry Sirait, Irwansyah, (2021) “**Bangkitnya Podcast di Inonesia Perkembangan Podcast New**

المواقع الإلكترونية:

- <https://www.alrab7on.com/what-is-a-podcast-> <https://www.agamy-tech.com/2022/07/Podcasts-advantages-and-disadvantages.html>
- <https://soundcloud.com/iraqipodcast2021> موقع بودكاست عراقي
- <https://ar-podcast.com/>
- Podcast Statistics and Data [November 2022][online at] <https://www.buzzsprout.com/blog/podcast-statistics>