



الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة 8 ماي 1945 قالة



كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية
قسم علوم الإعلام والاتصال وعلم المكتبات

عنوان المذكرة

البودكاست نحو إعادة تشكيل صناعة المحتوى في الإعلام الجزائري

— دراسة تحليلية لعينه من برنامج بودكاست مع ياسين — قناة النهار
مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماستر تخصص اتصال جماهيري

إشراف الأستاذة الدكتورة:

* فرحي تقيّة

من إعداد الطلبة:

حمادية شفاء

بن عربية جيهان

عليوي ريان

لجنة المناقشة

الصفة	الأستاذ
عضوا رئيسا	د. غلاب صليحة
مشرفا مقرا	د. فرحي تقيّة
عضوا ممتحننا	د. مرزوقي حسام الدين

السنة الجامعية: 2024-2025

﴿وَأَخِرُّ وَغَوَا فَهْمَ أَنَّ الْحَمْدَ لِلَّهِ

رَبِّ الْعَالَمِينَ﴾

شكر وتقدير

قال الله تعالى: (لَئِنْ شَكَرْتُمْ لَأَزِيدَنَّكُمْ) سورة إبراهيم - الآية 07-

بعد شكر الله تعالى وحمده على نعمه وفضله ودوام الصحة والعافية والحمد لله الذي انعم علينا بنعمة الصحة والعافية والحمد لله الذي أنعم علينا بنعمة العقل وأرشدنا إلى طريق العلم وهدانا دوماً إلى ما فيه الصلاح والثبات وجعل من الصعب هين وأمدنا بتوفيق منه لإتمام هذا العمل له وحده جل جلاله حمداً يليق بجلال وجهه وفضله علينا وعلى الناس أجمعين، أتقدم بالشكر إلى كل من ساندنا وقدم لنا يد العون لإتمام هذا العمل بصفة عامة وإلى الأستاذة المشرفة . بصفة خاصة.

"فرحي تقيّة" التي نكن لها فائق التقدير والاحترام ونتمنى لها دوام الصحة والعافية ومزيداً من النجاحات

على بذل المجهودات المقدمة لنا وباقية إمتنان وعرفان إلى كل من ساعدنا في إعداد الدراسة ولو بكلمة طيبة كل الشكر والتقدير والاحترام

أهداء

قال الله تعالى: (لَئِنْ شَكَرْتُمْ لَأَزِيدَنَّكُمْ) سورة إبراهيم - الآية 07-

يا رب...

يا من رأيت دمعني في ظلمة الغرف، وسمعت صوتي حين خفت عن البشر،

يا من أمسكت بيدي حين ارتجفت، وثبتت قلبي حين تعب،

لك الحمد كما ينبغي لجلال وجهك،

ولك هذا الإنجاز... هو منك، وإليك.

بامتنان عميق يغمر قلبي، أحمد الله وأشكره على ما منّ به عليّ من توفيق وسداد، وعلى أن أتمّ لي هذا المشوار رغم كل العثرات.

لك الحمد يا رب على كل لحظة صبر، وكل طريق مهدته أمامي، وكل خير أنزلته في وقت حاجتي.

أهدي هذا الإنجاز لنفسي أولاً...

لنفسي التي حلمت كثيراً، وتعثرت، ثم نهضت، وثابرت، وصبرت حتى وصلت. لنفسي التي لم تيأس، وظلت تؤمن أن التعب لا يضيع، وأن الله لا ينسى.

إلى من كانت الجدار الذي أسندني، والنور الذي أرشدني، واليد التي رفعتني في كل لحظة انكسار...

إلى أُمي الحبيبة، من علمتني الصبر قبل الحرف، ومن كانت دعواتها سر قوتي، وكل ما أنا عليه اليوم.

إليك يا أُمي، يا من لا تكفيك الكلمات، ولا تفيك الصفحات حقك، أهديك ثمرة تعبي وفرحة تخرجي.

إلى أبي العزيز...

من حمل عني ثقل الأيام، ومن كان الظهر والسند والقُدوة، من سهر وتعب لتكون رايتي مرفوعة، إليك أهدي وعداً أوفيته، وطموحاً لم أخذلك فيه. شكراً لأنك كنت دائماً هناك.

إلى أستاذتي المشرفة "الأستاذة فرحي تقيّة"

إلى من كانت عوناً وموجهاً وصوتاً يردد: "أنتِ قادرة"، شكراً لصبرك، لعلمك، لدعمك الذي لا يُنسى. كنتِ أكثر من معلمة، كنتِ نبضاً في مسيرة هذا النجاح.

إلى أختي الغالية "أمل" رحمك الله وجعل الفردوس مثواك...

أهديك هذه اللحظة، وأعلم أنكِ تبسمين من السماء، كنتِ نوري في حياتي، وباقية في دعائي وقلبي. كل ما أحققه، لك فيه نصيب.

كان الوعد بيننا النجاح وها قد وفيت.

وإلى إخوتي الأحبة منى وبلال

أنتم الضوء في أيامي، والدعم الذي لا يُوصف. شكراً على حضوركم في حياتي، وعلى كلماتكم التي كانت بلسماً في لحظات التعب، وأماناً حين خفت أن أسقط.

إلى عائلتي الثانية مريم، هناء، خديجة، شيماء، إيمان، هاجر، آدم

إلى من احتضنوني بحب صادق، وفتحوا لي قلوبهم قبل أبوابهم، إلى من شعرت معهم بالانتماء والدعم. شكراً لوجودكم، لدعواتكم، لكل لحظة دعم ومساندة.

وإلى أصدقائي الأوفياء نورهان، جيهان، شفاء، ملاك، فادية، رشيد، محمد ياسين، جمال الدين، سيد علي

إلى من كانوا سنداً، وضحكة، وبدلاً في التعب، إلى من تقاسموا معي الدرب بكل ما فيه، شكراً لأنكم كنتم دوماً بجانبني، تشاركوني الحلم، وتحتفلون اليوم بالنجاح.

كما نتوجه بتحياتنا إلى لجنة مناقشة المذكرة لقبولكم مناقشة هذا العمل نسأل الله أن يرزقكم الصحة والعافية

إهداء

بسم الله الرحمن الرحيم

"يَرْفَعِ اللَّهُ الَّذِينَ آمَنُوا مِنْكُمْ وَالَّذِينَ أُوتُوا الْعِلْمَ دَرَجَاتٍ وَاللَّهُ بِمَا تَعْمَلُونَ خَبِيرٌ" صدق الله العظيم

الحمد لله الذي بنعمة تتم الصالحات، اللهم ليس بجدي واجتهادي بل بتوفيقك وبركتك علي فالحمد لله عند البدء وعند الختام، اللهم لك الحمد على التمام

إلى جدي مربِّي الأولى رفيقي في كل خطوة ... فاللهم ألبسها ثوب الصحة والعافية

إلى من خاضوا الحياة لأجلي ... إلى من غرسوا في قلبي الحلم وسقوه بالدعاء،

إلى من كانوا نور دربي و ظلي حين أثقلتني الأيام

إلى أمي وأبي يا معنى الحياة وجمالها... هذا النجاح لكم

كنت فقط الوسيلة، وانتم الغاية التي سعيتم لها بكل قلبي أنتم الانجاز الحقيقي أنا فقط النتيجة كل لحظة شقاء عشتها ... كانت تهون حين اذكركم

وكل دمعة نزلت... كانت تسجد شكرا انكم في حياتي

اللهم أزف لكم شهادتي كما تندر التيجان للملوك

فأنتم سلطان قلبي وسر فرحي هذا التخرج ليس ختاماً لمسيرة دراسية

بل تنويحاً لحبكم، وصبركم و دعمكم الذي لا ينتهي

شكرا لانكم كنتم وستظلون دوما اعظم انتصاراتي

إلى سندي وملهمي نجاحي صفوة أيامي إلى من امدوني بالقوة والحب و آمنوا بي إلى مصدر قوتي وفخري إخوتي

أكرم.....إسراء

إلى من جمعي بمنّ الدم والحب والصدقة... إلى صديقاتي العزيزات من العائلة،

رفيقات القلب قبل أن تكن رفيقات الدرب .. إلى من كنّ لي أخوات في الحضور، وسنداً في الغياب،

إلى من تشاركننا الضحكات، والأحلام، والقلق، والنجاح... .. أهديكنّ هذه اللحظة التي لطالما حلمنا بها سوياً،

فكننّ جزءاً من كل خطوة، وكل إنجاز، وكل ابتسامة... .. شكراً لقلوبكن النقية، ودعمكنّ اللامحدود،

ولأنكنّ كننّ وما زلتنّ نعمة لا توصف بالكلمات.

وسام... ونام... إيمان... آية... سجود... ريان... جيهان... ريمة... تسنيم... سدين

إلى من كانوا أكثر من إخوة، وأقرب من أصدقاء،

إلى من شاركوني الضحكة الصافية، والمواقف الصادقة، إلى من كانوا عوناً لي في مشوار الحياة،

ومليحاً للراحة في زحمة الأيام.

محمد عبد الإله... زكرياء... إلى أولئك الذين جعلوا الطريق أخفّ، والرحلة أجمل... ..

إلى أصدقائي الذين كانوا الضوء في أيام الدراسة،.. والسند في لحظات التعب، والفرح في كل إنجاز.

إلى من شاركوني الطموح، وسهر الليالي، والضحكات الصافية،

إلى رفاق الدرب الذين كان لوجودهم أعظم الأثر في قلبي وعقلي.

ريان... جيهان... جومانة... مروة... ايناس... كريمة... هناء... جيهان... يسرى

بعض الصديقات لا تفهimen عبارة "صديق" هم شعور أكبر من الصداقة، هم حياة.

...أساتذتي الأعزاء... إن تخرجي اليوم لم يكن ليتحقق بدون دعمكم اللامحدود وارشاداتكم الثمينة.

شقاء

اهراء

الى من سهرت وتعبت من أجلي صاحبة القلب الصافي قرة عيني أُمي العزيزة
الى من كلت أنامله ليقدم لنا لحظة سعيدة ليمهد لي طريق العلم ابي العزيز
الى من قاسمت معهم الدنيا الى الذين يحملون في جيوبهم ذكريات طفولتنا وشبابنا الى اخوتي هاجر، دورصاف رانيا واحمد
الى حبيبنا قلبي وشمعتنا بيتنا مايا ومايفا
الى الروح التي لم ولن انساها أبدا الى جدي حبيبي اسكنه الله روض الجنة
الى جدتي نور عيوني وملجئي في لحظات الصعبة التي غمرتني بحبها وساندتني في مشواري العلمي
الى أصدقائي الذين كانوا نورا في عتمة الطريق وابتسامة وسط التحديات
ليليا، حنان، صابرين، ريان
الى من كانت سندنا ولم تبخل علي بنصائحها الى مشرفتي فرحي تقيّة
الحمد لله الذي يسر لي البدايات وأكمل لي النهايات وبلغني الغايات
ما انتهى درب ولا ختم جهد ولا تم سعي الا بفضل الله

جيمهان



تهدف هذه الدراسة إلى تحليل كيفية إسهام تقنية البودكاست في إعادة تشكيل صناعة المحتوى الإعلامي في الجزائر، وذلك من خلال دراسة تحليلية لعينة من برنامج "بودكاست مع ياسين" الذي تبثه قناة النهار. انطلقت الدراسة من إشكالية محورية حول مدى قدرة هذا البرنامج على إعادة تشكيل الحقل الإعلامي الجزائري وتقديم محتوى رقمي مغاير عن الإعلام التقليدي.

اعتمد الباحث على المنهج الوصفي التحليلي باستخدام أداة تحليل المحتوى، وشملت العينة 6 حلقات مختارة من البرنامج. كما استندت الدراسة إلى النظرية الحتمية التكنولوجية لتفسير التحول في ممارسات الإعلام الرقمي.

توصّلت الدراسة إلى أن "بودكاست مع ياسين" يمثل تجربة إعلامية مهنية تواكب التغيرات الرقمية، ويعتمد على السرد القصصي والحوار التفاعلي، ويعالج موضوعات تمس القيم الدينية، والوعي المجتمعي، والتنمية الذاتية، وقضايا الشباب. كما يعكس تنوعاً في الأساليب والتقنيات المستخدمة، مما يعزز من تفاعل الجمهور واندماجه.

الكلمات المفتاحية: البودكاست، المحتوى الرقمي، صناعة المحتوى.

Abstract:

This study aims to analyze how podcasting technology contributes to reshaping media content production in Algeria, by conducting an analytical case study of the program “Podcast Ma’a Yacine” (With Yacine), broadcast by Ennahar TV. The central research question investigates the program’s role in transforming the Algerian media landscape and offering a digital alternative to traditional media.

The research adopts a descriptive-analytical approach using content analysis as a primary tool. A purposive sample of six full episodes was analyzed. The study is theoretically grounded in Technological Determinism Theory to explain shifts in digital media practices.

Findings indicate that “Podcast Ma’a Yacine” is a professional media initiative aligned with the digital transition, characterized by narrative storytelling, interactive dialogue, and thematic diversity. It addresses religious values, social awareness, youth issues, and self-development, employing varied techniques that enhance audience engagement and media innovation.

Keywords: podcast, digital content, content creation.

شكر وعرفان

إهداء

مقدمة.....أ

الفصل الأول: الإعداد العلمي للدراسة: من الإشكالية إلى المنهج

1. الإشكالية: 5
2. أهمية الدراسة: 6
3. أهداف الدراسة: 6
4. أسباب اختيار الموضوع 7
5. مفاهيم الدراسة 7
6. الدراسات السابقة: 10
7. التعقيب على الدراسات السابقة: 15
8. نوع الدراسة ومنهجها 17
9. المقاربة النظرية 20

الفصل الثاني: البودكاست وصناعة المحتوى الاعلامي الرقمي.

25.....	تمهيد
26.....	المبحث الأول: ماهية البودكاست
26.....	المطلب الأول: مفهوم البودكاست وتطور البودكاست
26.....	<u>1. تعريف البودكاست:</u>
26.....	<u>2. نشأة وتطور البودكاست:</u>
27.....	المطلب الثاني: أهمية وخصائص البودكاست في المواقع الإعلامية
27.....	<u>1. أهمية البودكاست:</u>
28.....	<u>2. خصائص البودكاست:</u>
29.....	المطلب الثالث: أنواع ومجالات استخدام البودكاست
29.....	<u>1. أنواع البودكاست:</u>
32.....	<u>2. مجالات استخدام البودكاست:</u>
36.....	المبحث الثاني: صناعة المحتوى الإعلامي
36.....	تمهيد:
37.....	المطلب الأول: مفهوم صناعة المحتوى الإعلامي
37.....	<u>1. مفهوم صناعة المحتوى الرقمي</u>
37.....	المطلب الثاني: أهمية المحتوى الرقمي
38.....	المطلب الثالث: بنية صناعة المحتوى ومكوناتها
41.....	المطلب الرابع: خطوات صناعة المحتوى الرقمي

المطلب الخامس: تحديات صناعة المحتوى الرقمي 41

خلاصة: 44

الفصل الثالث: "تحليل مضمون البودكاست: نحو فهم آليات التبني

في الإعلام الجزائري"

1. فئات المضمون 47

2. فئات الشكل : كيف قيل؟: 71

3. فئة الوسيلة: 78

4. مناقشة النتائج على ضوء التساؤلات: 92

5. التوصيات: 93

خاتمة 97

قائمة المراجع

الملاحق

قائمة الجداول

<u>الرقم</u>	<u>العنوان</u>	<u>الصفحة</u>
<u>01</u>	أهم الأفكار التي تطرق إليها ياسين كنتاجش في برنامج بودكاست مع ياسين.	43
<u>02</u>	اتجاه برنامج podcast مع ياسين	47
<u>03</u>	فئة الشخصيات الفاعلة في برنامج podcast مع ياسين	50
<u>04</u>	فئة الفاعلين في برنامج podcast مع ياسين	53
<u>05</u>	القيم الموجودة في برنامج podcast مع ياسين	56
<u>06</u>	الهدف الاعلامي من برنامج podcast مع ياسين	59
<u>07</u>	الأطر المستخدمة في برنامج podcast مع ياسين	63
<u>08</u>	الأنواع و الأشكال الصحفية في برنامج podcast مع ياسين	66
<u>09</u>	أسلوب العرض في برنامج podcast مع ياسين	69
<u>10</u>	الزمن المستغرق للحلقة قفي برنامج podcast مع ياسين	72
<u>11</u>	اللغة المستخدم في برنامج podcast مع ياسين	75
<u>12</u>	الوسيلة التي تم عرض فيها برنامج podcast مع ياسين	78

79	الأصوات المستخدمة في الحلقة في برنامج podcast مع ياسين	<u>13</u>
81	نوع الصورة في برنامج podcast مع ياسين	<u>14</u>

مقدمة

تعد تكنولوجيا الإعلام والاتصال بأدواتها المتطورة ذات أهمية بالغة، فلم يؤثر شيء في حياة الانسان منذ الثورة الصناعية مثلما أثرت تكنولوجيا الاتصال والإعلام التي أصبح جزءا لا يتجزأ من حياتنا اليومية، فمع ظهور الأنترنت وتطور الإعلام ووسائله أحدث تغيرات كثيرة في طرق إنتاج و استهلاك المحتوى الإعلامي بشكل جذري.

إذ أصبح العالم أكثر انفتاحا وأكثر اعتمادا على التقنيات الحديثة في ظل التطور التقني الكبير في الإعلام الرقمي وصناعة المحتوى، فقد تغير الإعلام من إنتاج وسرد للمضمون فقط، مما وجب مواكبة التقنيات الحديثة الانتشار في مجال الإعلام الرقمي و استخدام أساليب أكثر رواجاً وأكثر وصولاً للجمهور.

هذا التحول الرقمي في الأساليب و التقنيات والأدوات و الوظائف الإعلامية سهل للمستخدمين وكل من لديه فكرة او موهبة في انتاج محتوى خاص به.

فقد تطورت تقنيات صناعة المحتوى عبر منصات مثل يوتيوب و البث المباشر والفيديو إلى تقنيات ارقى مما تسهل الوصول إلى جمهور أكبر.

فقد برزت ظاهرة البودكاست كشكل من أشكال المحتوى الصوتي نظرا إلى سرعة انتشاره و مرونته و سهولة استعماله كما أنه يستقطب جماهير متنوعة اضافة إلى أنه يعد ذا قيمة من خلال المحتوى الهادف والعميق الذي يقدمه.

فالجزائر كغيرها من دول العالم تسعى لمواكبة التطورات الحديثة في مجال تكنولوجيا الإعلام و الإتصال، حيث شهدت انتشار للبودكاست و أصبح يحظى بشعبية متزايدة نظرا لتنوع المحتوى الذي يغطي مواضيع مختلفة من ثقافية و سياسية و اقتصادية و رياضية.

إن تزايد الإقبال على البودكاست و صناعة المحتوى في الجزائر واعتماده محل الإعلام التقليدي احدث تغيرات كثيرة في مجال الإعلام مما وجب تسليط الضوء على هذه الظاهرة المتنامية من خلال التركيز على برنامج بودكاست مع ياسين كنتاجاش الذي تبثه قناة النهار، كنموذج رائد في هذا المجال.

حيث تطرقنا خلال هذه الدراسة إلى الإطار المنهجي الذي تضمن بداية إشكالية الدراسة وتساؤلاتها إضافة إلى أسباب اختيار الموضوع وأهميته وأهداف الدراسة. كما تناولنا مفاهيم الدراسة والدراسات السابقة أيضا كما اعتمدنا في هذه الدراسة على منهج وأدوات لجمع البيانات مع تحديد مجتمع الدراسة والعينة المدروسة وصولا إلى المقاربة النظرية المفسرة للدراسة.

فيما يخص الإطار النظري للدراسة تطرقنا من خلاله إلى المبحث الأول المتمثل في نشأة وتطور البودكاست وأهميته وخصائصه إضافة إلى أنواعه ومجالات استخدامه.

أما فيما يخص المبحث الثاني للدراسة المتمثل في صناعة المحتوى الإعلامي تطرقنا فيه إلى أهمية المحتوى الرقمي وبنيته ومكوناته إضافة إلى خطوات صناعة المحتوى الرقمي.

أما بالنسبة للإطار التطبيقي للدراسة تناولنا فيه تحليل الجداول إضافة إلى مناقشة نتائج الدراسة على ضوء التساؤلات وعلى ضوء النظرية وصولا إلى نتائج عامة وإقتراح توصيات.

الفصل الأول: الإعداد

العلمي للدراسة: من

الإشكالية إلى المنهج

1. الإشكالية :

شهد مفهوم صناعة المحتوى الإعلامي تحولات جذرية ارتبطت بالتطورات التكنولوجية المتسارعة خصوصاً في مجال الاتصالات، حيث أصبحت المؤسسات والأفراد على حد سواء ينتجون مضامين موجهة عبر وسائط رقمية متنوعة. ومع الانتشار الواسع للإنترنت، أصبحت صناعة المحتوى أكثر تفاعلية وانفتاحاً، وبرزت في البداية من خلال المدونات الكتابية في تسعينيات القرن الماضي، قبل أن تتخذ أشكالاً متعددة في القرن الواحد والعشرين، كالصور، والفيديو، والتسجيلات الصوتية، والتي يمكن مشاركتها عبر المدونات الشخصية ومنصات التواصل الاجتماعي

جاءت تقنية البودكاست لتفتح آفاقاً جديدة لصناعة المحتوى، وهي عبارة عن تدوين صوتي ظهر سنة 2004 بالولايات المتحدة الأمريكية مع الجيل الثاني من الويب 2.0، ليحدث ثورة في مجال الإعلام الرقمي. وقد شهد البودكاست انتشاراً واسعاً بفضل تطوّر الهواتف الذكية والتطبيقات المخصصة للبث الصوتي، مثل: Apple Podcasts، Google Podcasts، و Spotify، مما جعله وسيلة فعالة للتعبير والمشاركة، تسمح للمستمعين بالتفاعل أثناء ممارسة أنشطتهم اليومية.

البودكاست ليس مجرد صيغة جديدة لنقل الصوت، بل هو امتداد لتقنيات العمل الإذاعي، من حيث هندسة الصوت والتحرير، ويمتاز بمرونة في الأسلوب وحرية في الطرح، مما يجعله أكثر قرباً من المتلقي. وقد تنوعت مضامين البودكاست بين الإخباري، الحواري، القصصي، والتعليمي، الأمر الذي جعل منه أحد أبرز أدوات الميديا الجديدة. ولم يقتصر استخدامه على الأفراد فحسب، بل تبنته أيضاً مؤسسات إعلامية كبرى في الجزائر، بدأت مؤسسات إعلامية تولي اهتماماً أكبر بهذا الشكل الجديد من الإعلام، ومن بينها قناة النهار التي أطلقت برنامج Podcast مع ياسين، والذي يُعد من أبرز التجارب الجزائرية في مجال البودكاست المهني الموجه للجمهور الرقمي.

وانطلاقاً من هذا السياق، جاءت هذه الدراسة بعنوان "البودكاست نحو إعادة تشكيل صناعة المحتوى في الإعلام الجزائري - دراسة تحليلية لعينة من برنامج Podcast مع ياسين (قناة النهار) حيث تسعى إلى الكشف عن كيفية إنتاج المحتوى الإعلامي عبر تقنية البودكاست، ورصد الخصائص التي تميّز هذه الصناعة الجديدة في البيئة الإعلامية الجزائرية.

وبناءً على هذا مما دفعنا إلى طرح سؤال البحث الرئيسي بالشكل التالي:

— ٥ كيف أعاد البودكاست تشكيل الصناعة الاعلامية في الجزائر؟؟

— التساؤلات الفرعية:

— ما هو المحتوى الذي يقدمه برنامج بودكاست مع ياسين؟

— إلى أي مدى يواكب البرنامج اهتمامات وتطلعات الجمهور الجزائري ضمن التحول الرقمي في

الاعلام؟

— ما الأساليب الاعلامية والتقنيات الفنية المعتمدة في انتاج وتقديم البرنامج؟

— ما مدى تفاعل الجمهور مع البرنامج عبر المنصة الرقمية؟؟

2. أهمية الدراسة:

— يبرز جوهر الدراسة في أهمية البودكاست كمنصة رقمية حديثة تعتمد على تقنيات الإعلام الجديد، ونُسهم

في إعادة تشكيل أنماط إنتاج المحتوى الإعلامي، من خلال تجاوز القيود الزمنية والمكانية التي تفرضها الوسائل التقليدية.

— كما تساعد الدراسة في رصد مظاهر التحول التي يعرفها المشهد الإعلامي في الجزائر، خصوصاً في ظل تزايد إقبال الصحفيين والمبدعين الرقميين على استخدام البودكاست كآلية بديلة للتعبير والتواصل مع الجمهور.

— تحليل واقع صناعة المحتوى الإعلامي الرقمي: تتيح هذه الدراسة فرصة لتحليل السياق الراهن لصناعة المحتوى الإعلامي في الجزائر، من خلال التركيز على كيفية تبني صناع المحتوى المحليين للبودكاست كمنصة جديدة للتعبير والتواصل.

— كما تساعد على فهم التحديات التي تواجههم، وتبسيط الضوء على طبيعة القيم والموضوعات التي يتم تناولها عبر هذه الوسائط.

3. أهداف الدراسة:

- تحليل طريقة استخدام البودكاست في معالجة قضايا معينة في المجتمع الجزائري، ومدى قدرة هذه المعالجات على التأثير في تشكيل الرأي العام لدى المستمعين.
- التعرف على الخصائص المضمونية للمواضيع الاقتصادية والاجتماعية التي يتناولها البودكاست، وتحديد مدى ملاءمتها مع الواقع الإعلامي في الجزائر.
- الكشف عن دور البودكاست كأداة إعلامية في تعزيز ثقافة الإعلام الرقمي وتطوير المحتوى الإعلامي الجزائري.
- تساهم هذه الدراسة في توسيع دائرة البحث الأكاديمي حول وسائط الإعلام الرقمي، من خلال تقديم مقارنة تحليلية علمية لظاهرة البودكاست، باعتبارها من المواضيع الحديثة التي لم تلقَ بعد الاهتمام الكافي في الدراسات الإعلامية الجزائرية.

4. أسباب اختيار الموضوع

■ أسباب موضوعية:

- أهمية الوسائط الإعلامية الحديثة: تسليط الضوء على الدور الحيوي للوسائط الإعلامية الجديدة، وخاصة البودكاست، في تقديم مواضيع تتعلق بالشباب والريادة، حيث يتلاءم هذا الشكل الإعلامي مع القضايا التخصصية التي تهم جمهورًا واسعًا من الشباب الجزائري.
- إدخال ثقافة الإعلام الجديد في الوسط الأكاديمي: تزايد اهتمام الجامعات الجزائرية بتعليم الطلاب المهارات الرقمية المتطورة في الإعلام، بما في ذلك إنتاج وتوزيع البودكاست كجزء من المنهج الإعلامي الجديد.
- إمكانية استخدام البودكاست في إثراء النقاش الإعلامي: بالنظر إلى الدور الهام للبودكاست في توسيع نطاق الحوار وتقديم محتوى متخصص، فإن دراسته تعد وسيلة لفهم كيف يمكن للإعلام الجزائري الاستفادة من هذه الظاهرة في تقديم محتوى إعلامي يواكب التوجهات العالمية الجديدة في الإعلام.

5. مفاهيم الدراسة

أ. مفهوم البودكاست:

يعرفه الخليفة على أنه تقنية تقوم أساساً على فكرة التدوين الصوتي والمرئي، ونشره عبر الإنترنت أو تسجيله أجهزة أخرى، والاستماع إليه لاحقاً في أي وقت.¹

ويعرف أيضاً على أنه عبارة عن ملف وسائط رقمي (أو سلسلة من الملفات) يتم مشاركتها على الإنترنت، ويمكن هذه الملفات أن تكون صوتياً وفيديو، ويطلق بعضهم على الفيديو (vodcast)، هذه الملفات عادة تكون ضمن سلسلة من الحلقات حيث يمكن للمستمعين الحصول على حلقات جديدة بشكل تلقائي عند اشتراكهم في قناة الناشر على أحد برامج التقاط البودكاست podcatchers مثل تطبيق podcastapp على أجهزة أبل التي تستخدم نظام ios وتطبيق ستشير لأجهزة الأندرويد.²

التعريف الاجرائي للبودكاست: و هو المحتوى الإعلامي الرقمي الذي يُنتج على شكل حلقات صوتية أو مرئية تُبث عبر شبكة الإنترنت، ويتم تحميلها أو الاستماع إليها عبر تطبيقات متخصصة، ويُتابع من خلال الاشتراك في قنوات النشر. ويُستخدم البودكاست كأداة إعلامية قائمة على التفاعل غير المترامن مع الجمهور، وتُوظف في إنتاجه تقنيات التسجيل الرقمي والنشر الشبكي، وتتميز بإمكانية الاستماع أو المشاهدة في أي وقت ومكان، ما يعزز من استقلالية المتلقي وتفاعله مع المحتوى.

ب. مفهوم صناعة المحتوى الإعلامي:

صناعة المحتوى الإعلامي (Media Content Production) تشير إلى العملية التي يتم من خلالها تخطيط وإنشاء وإنتاج وتوزيع المحتوى عبر وسائط إعلامية مختلفة، بهدف إيصال رسائل معينة إلى جمهور محدد. يشمل هذا المفهوم مختلف أشكال المحتوى مثل الأخبار، البرامج الحوارية، الوثائقيات، الفيديوهات، التدوينات، البودكاست، وغيرها، ويتم إنتاجه وفق معايير تحريرية وتقنية تستجيب لاحتياجات الجمهور وسياقات النشر.³

التعريف الإجرائي المحتوى الإعلامي: يقصد به مجمل الأنشطة والعمليات التي يقوم بها صناع البودكاست، لا سيما في الجزائر، من تخطيط وإعداد وتسجيل وتحرير ونشر محتوى صوتي أو مرئي موجه إلى

¹ - إيمان بنت محمد بن زيد المعولية، أثر توظيف تقنية البودكاست في تنمية مهارة الاستماع في مادة اللغة الإنجليزية لدى طلاب الصف الأول بمحافظة جنوب الباطنة، المجلة الدولية للدراسات التربوية والنفسية، وزارة التربية والتعليم، سلطنة عمان، المجلد العاشر، العدد الأول، ص. 172.

² - ريان بن علي الحمود، البودكاست، مفهومه، وإنتاجه، ونشره، واستخداماته في التعليم، جامعة الملك سعود، المملكة العربية السعودية، ص. 2.

³ - حميد، عبد الرحمن. (2020). صناعة المحتوى الإعلامي في البيئة الرقمية. مجلة الباحث الإعلامي، العدد 15، ص. 45-47.

الجمهور، وذلك عبر المنصات الرقمية، بهدف إعلامه أو تثقيفه أو الترفيه عنه، وفق معايير فنية وتحريرية تتناسب مع طبيعة جمهور البودكاست وخصوصيات البيئة الإعلامية الجزائرية.

ج . مفهوم المحتوى الرقمي

المحتوى الرقمي هو كل مادة معلوماتية يتم إنتاجها وتقديمها وتداولها باستخدام الوسائط الإلكترونية الحديثة، سواء كانت نصوصًا مكتوبة، صورًا، مقاطع صوتية، فيديوهات، رسومًا متحركة، أو عناصر تفاعلية. ويُعد هذا النوع من المحتوى من أبرز مخرجات الثورة الرقمية، إذ يُنتج ويُوزع عبر الإنترنت ومنصات الإعلام الجديد بمختلف أشكالها، بما في ذلك مواقع الويب، منصات التواصل الاجتماعي، تطبيقات الهواتف الذكية، والمدونات الشخصية.

ويتميّز المحتوى الرقمي بخصائص فريدة، منها التفاعلية العالية، وسهولة التعديل والتحديث، وقابلية الوصول في أي وقت ومن أي مكان، إضافة إلى تمكين المستخدمين من التحول من مجرد مستهلكين إلى مساهمين ومُنتجين للمحتوى. وهو ما يجعله أداة فعالة في التأثير الإعلامي والثقافي، وفي إعادة تشكيل العلاقات الاتصالية داخل المجتمعات الحديثة.¹

ويعرف أيضا على أنه كل ما يُنتج ويُنشر باستخدام الوسائط الرقمية، ويشمل النصوص، الصور، الصوتيات، الفيديوهات، والرسوم التفاعلية، ويتم تداوله عبر الإنترنت أو المنصات الرقمية المختلفة. ويتميّز هذا النوع من المحتوى بكونه تفاعليًا، سريع الانتشار، وقابلًا للتحديث المستمر، كما يتيح إمكانيات واسعة للمشاركة والإنتاج من طرف الأفراد والمؤسسات على حد سواء²

¹ منصور، ن. (2021). المحتوى الرقمي والإعلام الجديد: المفاهيم والاتجاهات. بيروت: المركز العربي للأبحاث ودراسات السياسات، ص. 41.

² عبد الله، ف. (2020). صناعة المحتوى الرقمي في الإعلام الجديد. دار الهدى للنشر والتوزيع، ص. 25.

6. الدراسات السابقة:

- الدراسة الأولى للباحثة الزهرة بوجفجوف والموسومة بـ: الإعلام الإلكتروني والقضايا الاجتماعية في الجزائر: تقنية البودكاست الفكاهي نموذجاً من مجلة الباحث العلمي، العدد 42، الجزائر.
- انطلقت الدراسة من إشكالية المتمثلة في كيفية معالجة القضايا الاجتماعية في الجزائر من خلال تقنية البودكاست الفكاهي حيث تناولت هذه الدراسة موضوع البودكاست الفكاهي كتقنية جديدة من تقنيات الإعلام الإلكتروني بوصفها أسلوباً جديداً للتعبير عن مختلف القضايا من قبل الجمهور. وقد تلخصت مشكلة الدراسة في التساؤلات الآتية
- ما أهم القضايا المتناولة من خلال فيديوهات المدون الجزائري " أنس تينا"
 - ما اتجاه معالجة القضايا الاجتماعية في الجزائر من خلال فيديوهات المدون الجزائري أنس تينا؟
 - ما الأساليب الإقناعية الموظفة في فيديوهات المدون الجزائري أنس تينا؟
 - ما هي أهم العناصر المرئية الموظفة في فيديوهات المدون الجزائري أنس تينا؟
- هدفت هذه الدراسة إلى البحث عن كيفية معالجة القضايا الاجتماعية في الجزائر من خلال فيديوهات في قالب البودكاست منشور على شبكة اليوتيوب وذلك بـ:
 - معرفة اتجاهات الشباب الهواة نحو مختلف القضايا المتناولة
 - أهم الأساليب المستخدمة لإقناع المتصفحين.
- كما اعتمدت الباحثة في هذه الدراسة على المنهج المسحي وفق أداة استمارة تحليل المحتوى، كما تم الاعتماد على العينة عشوائية منتظمة قوامها عشرة أعداد من الفيديوهات للمدون الجزائري أنس تينا باستخدام الأسلوب القصدي وتوصلت هذه الدراسة إلى عدّة نتائج أبرزها:
 - أظهرت الدراسة أن البودكاست الفكاهي يُستخدم لمعالجة قضايا اجتماعية عبر أساليب مباشرة واقعية، مع توظيف عناصر مرئية لإقناع الجمهور.
 - ساعدت الدراسة في إبراز قدرة البودكاست على التعبير عن قضايا المجتمع وتوجيه الرأي العام، مما دعم الجانب التحليلي لمضمون "بودكاست مع ياسين" .¹

¹ الزهرة بوجفجوف، الإعلام الإلكتروني والقضايا الاجتماعية في الجزائر تقنية البودكاست الفكاهي نموذجاً، مجلة الباحث العلمي، العدد 42، ص136-145.

- • الدراسة الثانية للباحث ولواء إبراهيم عبد الحميد حسان والموسومة بـ: "توظيف تطبيقات البودكاست كمحتوى سمعي رقمي في إثراء المحتوى الوثائقي دراسة تحليلية مقارنة بين محتوى البودكاست التابع لقنوات فضائية إخبارية، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، المجلد الثالث والعشرون، العدد الثاني، أبريل/ يونيو 2024.
- انطلقت هذه الدراسة من إشكالية والمتمثلة في مدى تأثير شكل المادة الوثائقية المقدمة عبر بودكاست ومدتها بخصائص الإعلام الرقمي بشكل عام، والبودكاست بشكل خاص بطريقة تجعلها تختلف عن المادة الوثائقية في شكلها المتعارف عليه في الوسائل الإعلامية التقليدية. ومدى العمق في التناول والمصداقية والشفافية لهذا المحتوى الوثائقي المقدم في الوسيلة الرقمية السمعية.
- هدفت هذه الدراسة إلى
- رصد ماهية القضايا السائدة في المحتوى الوثائقي وطرق معالجتها والقوى الفاعلة والاستمالات المتبعة لإقناع الجمهور بالمحتوى المقدم في بودكاست التابع لقنوات إخبارية متنوعة.
- كشف أهم أشكال وقوالب تقديم المادة الوثائقية في البيئة الرقمية (البودكاست
- رصد وتحليل البودكاست ذات المحتوى الوثائقي وذلك لرصد مدى تأثير شكل المادة الوثائقية المقدمة عبر البودكاست ومدتها بخصائص الإعلام الرقمي بشكل عام، والبودكاست بشكل طريقة تجعلها تختلف عن المادة الوثائقية التقليدية
- اعتمدت الباحثة في هذه الدراسة على التحليل الكمي والكمي لثلاث برامج بودكاست تابعة لقناة رؤية الأردنية بأسلوب الحصر الشامل وتوصلت الدراسة مفادها أن المحتوى الوثائقي قد أخذ شكل السرد القصصي وهو ما يتفق مع طبيعة البودكاست في خلق أشكال جديدة لتقديم المحتوى الإذاعي كذلك مدة المحتوى الوثائقي أصبحت قصيرة تتماشى مع إيقاع الحياة السريع.
- وتوصلت هذه الدراسة إلى عدة نتائج أبرزها:
- • بينت أن البودكاست الوثائقي يعتمد على السرد القصصي والمؤثرات الصوتية لتعزيز التفاعل، وهو يخاطب جمهوراً واسعاً باهتماماته المتنوعة.
- • دعمت الدراسة الجانب الفني والتقني المرتبط بإنتاج بودكاست احترافي، وأثرت الإطار التحليلي المتعلق بتقنيات التقديم الصوتي.

- • قدمت دعماً لإبراز مدى تفاعل الجمهور مع البودكاست، وعمقت فهم العلاقة بين أساليب الإنتاج ورضا الجمهور¹
- • الدراسة الثالثة للباحثة سميرة اليعقوبي والموسومة بـ: " البودكاست متطلبات العمل خصائص المحتوى"، - دراسة حالة بودكاست الجزيرة -، ورقة بحثية معهد الجزيرة للإعلام من زمالة الجزيرة، 2020.
- انطلقت الدراسة من إشكالية والمتمثلة في التساؤلات التالية:
- • ما محددات وأطر العمل المتبعة في تنفيذ برامج بودكاست الجزيرة؟
- • ما خصائص العملية الإنتاجية لمحتوى بودكاست الجزيرة؟
- • ما سمات المحتوى في بودكاست الجزيرة؟
- حيث تناولت هذه الدراسة تجربته بودكاست الجزيرة خاصة برنامج " بعد أمس " من حيث متطلبات العمل وخصائص المحتوى والذي يعد إحدى تقنيات المحتوى السمعي الرقمي التي تتجاوز التدفق الإخباري عبر وسائل الإعلام.
- هدفت هذه الدراسة إلى تحليل تجربة التدوين الصوتي في بودكاست الجزيرة، وذلك من خلال:
- • كشف وتحليل أطر العمل المتبعة في تنفيذ البودكاست.
- • تحليل خصائص العملية الإنتاجية في بودكاست الجزيرة.
- • تحليل سمات الخطاب المستخدم والدوافع الاتصالية والمعرفية المرتبطة به والقضايا السائدة في المحتوى.
- اعتمدت هذه الدراسة تحليل المضمون الكمي لعشر حلقات مختارة، بالإضافة إلى مقابلات معمقة مع القائمين على المحتوى والملاحظة المباشرة لمراحل الانتاج داخل المؤسسة، استخدمت العينة العشوائية البسيطة في دراسة وتحليل مضمون حلقات برنامج بعد أمس الذي يتم إنتاجه داخل مؤسسة الجزيرة اعتمدت على المنهج الوصفي التحليلي الذي يهدف إلى وصف تجربة البودكاست.
- وتوصلت هذه الدراسة إلى عدة نتائج أبرزها:

¹ ولاء إبراهيم عبد الحميد حسان، توظيف تطبيقات البودكاست كمحتوى سمعي رقمي في إثراء المحتوى الوثائقي، دراسة تحليلية مقارنة بين محتوى البودكاست التابع لقنوات فضائية إخبارية، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، المجلد الثالث والعشرون، العدد الثاني، أبريل/يونيو 2024، ص 517-568.

- • ركزت على الأطر المهنية والإنتاجية لمحتوى البودكاست، مؤكدة على البعد القصصي ودمج الأصوات والخبرات الشخصية لتعزيز المصداقية والتأثير.
- • دعمت هذه الدراسة الجانب المفاهيمي والإنتاجي للمحتوى الإعلامي الرقمي، وساعدت في تفسير أسلوب التقديم القصصي في "بودكاست مع ياسين".¹
- • الدراسة الرابعة للباحث عمرو محمد محمود عبد الحميد والموسومة بـ "تفاعل الجمهور مع محتوى البودكاست بالمنصات الرقمية وانعكاساته على مستقبل الاذاعة بالمنطقة العربية" مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، المجلد 52، العدد 2، 2025.
- انطلقت الدراسة من إشكالية من مجموعة التساؤلات والمتمثلة في:
 - ماهي دوافع تعرض الجمهور للبودكاست وأنماط تفاعله معها والأدوار الكامنة للبودكاست؟
 - ماهي أنماط استهلاك المستمعين للتقنية المستحدثة بالمنطقة العربية؟
- هدفت هذه الدراسة إلى:
 - تحديد دوافع تعرض الجمهور للمحتوى الرقمي الذي تبنته منصات البودكاست.
 - رصد أنماط استهلاك الجمهور للبودكاست عبر المنصات والتطبيقات الرقمية المختلفة.
 - تحليل رؤية الجمهور عينة الدراسة لعناصر ثراء البودكاست والأنماط المفضلة لديه.
 - استكشاف مستوى ثقة الجمهور بالبودكاست كمصدر للمعلومات بالمقارنة بالوسائل الإعلامية الأخرى
- استكشاف دوافع الجمهور للاستماع لمحتوى البودكاست في المنطقة العربية، وكيفية تفاعلهم معه بالإضافة إلى تحليل آرائهم حول مدى غنى محتوى البودكاست وتأثير ذلك على رؤيته المستقبل للاذاعة التقليدية في ظل التطورات التكنولوجية المستمرة في المجال العلمي.
- اعتمدت هذه الدراسة على منهج المسح من خلال أسلوب المسح لعينة من مستمعي البودكاست، باستخدام أداة الاستبانة الكترونية ويتمثل مجتمع الدراسة في جمهور المستمعين للبودكاست المقيمين بالدول العربية وقد تم الاعتماد على العينة العمدية المتاحة التتب بلغت 400 مبحوث، خلال الفترة من يوليو إلى أغسطس 2023.

¹ سمية يعقوبي، البودكاست: متطلبات العمل وخصائص المحتوى، دراسة حالة البودكاست الجزيرة، ورقة بحثية، معهد الجزيرة للإعلام زمالة الجزيرة، 2020، ص8-29.

- وتوصلت هذه الدراسة إلى عدة نتائج أبرزها:
- وجدت الدراسة علاقة بين جودة البودكاست وتفاعل الجمهور، وأبرزت المنصات الأكثر تفضيلاً من الجمهور مثل يوتيوب وساوند كلاود.

قدمت دعماً لإبراز مدى تفاعل الجمهور مع البودكاست، وعمقت فهم العلاقة بين أساليب الإنتاج ورضا الجمهور.¹

- الدراسة الخامسة للباحثة منة الله كمال موسى دياب والموسومة بـ: "التدوين الصوتي بودكاست في ضوء معايير الابتكار الإعلامي" تحليلية من المستوى الثاني في الفترة (2018-2023)، المجلة المصرية لبحوث الاتصال الجماهيري، كلية الإعلام جامعة بني سويف

انطلقت هذه الدراسة من الإشكالية والمتمثلة في رصد وتحليل الدراسات العربية والأجنبية التي تناولت التوجهات النظرية والمقاربات المنهجية في بحوث صناعة البودكاست في عصر الابتكار الإعلامي وتلخصت إشكالية الدراسة في التساؤلات التالية:

- ما محتويات البحوث العربية والأجنبية التي تناولت صناعة البودكاست في عصر الابتكار الإعلامي؟
- ما النظريات التي تم استخدامها في دراسات تحليل البودكاست؟
- ما الطرق والمنهجيات التي استخدمت في دراسات تحليل البودكاست؟
- ما النتائج الرئيسية التي توصلت إليها هذه الدراسات التحليلية؟

هدفت هذه الدراسة إلى

- رصد الدراسات العربية والأجنبية المتعلقة ببحوث البودكاست والتوجهات الحديثة نحو الابتكارات الإعلامية المسموعة في الفترة من عام 2018 حتى عام 2023.
- كشف الاتجاهات الحديثة في صناعة البودكاست التي تم مناقشتها في الدراسات المحللة.

¹ عمرو محمد محمود عبد الحميد، تفاعل الجمهور مع محتوى البودكاست بالمنصات الرقمية وانعكاساته على مستقبل الإذاعة بالمنطقة العربية، مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، المجلد 52، العدد 2، ص 158-173.

□ رصد الأطر النظرية والنماذج التي تم الاعتماد عليها في الدراسات وكذلك المنهجيات المستخدمة وأدوات جمع البيانات.

□ تقديم رؤية مستقبلية واقتراح أجندة بحثية لتطوير البحوث في مجال صناعة البودكاست والتدوين الصوتي حسب الطلب.

اعتمدت الباحثة في هذه الدراسة على منهج المسح لتتبع التوجهات البحثية المتعلقة موضوع الدراسة، كما تم الاعتماد على التحليل الكيفي للمعلومات وتفسيرها. ويتمثل مجتمع الدراسة في البحوث العربية والأجنبية التي تناولت صناعة البودكاست في عصر الابتكار الإعلامي، حيث تم استخدام إطار زمني لتطبيق هذه الدراسة والمتمثل في الفترة ما بين 2018-2023.

وتندرج هذه الدراسة ضمن البحوث الوصفية التحليلية، التي تعتمد على منهجية التحليل من المستوى الثاني. وقد شملت عينة الدراسة 60 بحثًا، حيث سعت إلى تقديم رؤية نقدية مقارنة للأدبيات والدراسات التي تم تحليلها، مع التركيز على الإشكاليات البحثية المطروحة، والأطر المعرفية، والمناهج النظرية المستخدمة، بالإضافة إلى الأدوات البحثية والعينات التي تم الاعتماد عليها

وتوصلت هذه الدراسة إلى عدة نتائج أبرزها:

صنّفت الدراسة توجهات البحوث حول البودكاست، وأوضحت اختلاف المدارس العلمية في تحليل الظاهرة، مركزة على التفاعل والجاذبية والجمهور المستهدف.

ساعدت في تعزيز الخلفية النظرية وتقديم منظور شامل حول الاتجاهات الحديثة في البودكاست كوسيلة إعلامية مبتكر¹

7. التعقيب على الدراسات السابقة:

أوجه التشابه بين الدراسات السابقة والدراسة الحالية:

¹منة الله كمال موسى دياب، التدوين الصوتي بودكاست في ضوء معايير الابتكار الإعلامي: تحليل من المستوى الثاني في الفترة 2018-2023م، المجلة المصرية لبحوث الاتصال الجماهيري، كلية الإعلام جامعة بني سويف، ص 569-614.

بعد اطلاعنا على الدراسات السابق، اعتمدنا في دراستنا لموضوع البودكاست نحو إعادة تشكيل صناعة المحتوى في الإعلام الجزائري على هذه الدراسات مما سمحت لنا بالمقارنة بينها وبين دراستنا الحالية في بعض الجوانب، حيث نجد أن معظم الدراسات ركزت على استخدام تقنية البودكاست في إثراء محتوى المواقع الإلكترونية ومعالجة القضايا ومدى تأثير المادة الوثائقية ودوافع الجمهور للاستماع إلى محتوى البودكاست، كما تشابهت الدراسات في أدوات تحليل البودكاست والوسائط المستخدمة في عملية التحليل، كم تم استغلها في فهم المحتوى البودكاست وتنمية المهارات، فوجود دراسات مشابهة لموضوع الدراسة ساعد الباحثين في معرفة وفهم الموضوع من الناحية النظرية أو التطبيقية، حيث أكسب الباحثين مجموعة من المعارف والمعلومات في مجال تشكيل المحتوى الإعلامي الإعلامية وتحليله، وذلك من خلال الكشف على الأطر المستخدمة في تقديم البودكاست والأليات والوسائط الإعلامية.

أوجه الاختلاف بين الدراسات السابقة والدراسة الحالية:

من خلال الاطلاع على الدراسات السابقة ومقارنتها بالدراسة الحالية تبين لنا بضع الاختلافات بينهم من حيث المضمون:

معظم الدراسات تناولت البودكاست كمحتوى سمعي في إثراء المحتوى الوثائقي وتأثيراتها على الجمهور والأطر المستخدمة في تحليل البودكاست، حيث ركزت أغلب الدراسات على التحليل الإعلامي للمحتوى وقد اختلفت عن دراستنا في مجال تشكيل صناعة المحتوى وتوجيه الرأي العام.

1.7. حدود الاستفادة:

مما لا شك في أن الدراسة الحالية استفادت كثيرا مما سبقها من دراسات، فقد حاولنا توظيف كل الجهود السابقة للوصول إلى نتائج دقيقة، ومن جوانب الاستفادة العلمية للدراسات السابقة ما يلي:

- أكسبتنا هذه الدراسة معرفة وحافز لتطوير البحث، فقد أفادت هذه الدراسة الباحثين فيما يتعلق بالمنهجية والنظرية المستخدمة، كما ساهمت في إثراء وتعزيز الجانب النظري للدراسة الحالية.
- كما أفادت هذه الدراسات موضوعنا فيما يتعلق بالإجراءات المنهجية والتحليل واستخدام المنهج الذي يتلاءم مع موضوع دراستنا وتصميم الاستبيان.

8. نوع الدراسة ومنهجها

تندرج هذه الدراسة ضمن إطار الدراسات الوصفية التحليلية، حيث تم اعتماد المنهج الوصفي التحليلي بوصفه الأنسب لطبيعة الموضوع وأهدافه.. ويعرف المنهج الوصفي التحليلي على أنه:

"يُعد المنهج الوصفي التحليلي من أكثر المناهج استخدامًا في البحوث الإعلامية والاجتماعية، نظرًا لما يتيح للباحث من إمكانية رصد الظواهر كما تحدث في الواقع، وجمع البيانات المتعلقة بها بدقة، ثم تحليل تلك البيانات للكشف عن العلاقات والأنماط والدلالات الكامنة وراءها. ويتميز هذا المنهج بقدرته على الجمع بين الوصف الكمي للظاهرة من حيث خصائصها ومكوناتها، والتحليل الكيفي الذي يُعنى بتفسير معانيها وسياقاتها وتأثيراتها المحتملة".¹

ويقوم هذا المنهج على وصف الظاهرة الإعلامية المتمثلة في البودكاست وتحليل محتواها في السياق الجزائري، بهدف الكشف عن كيفية إسهام هذا الشكل الإعلامي الجديد في إعادة تشكيل صناعة المحتوى الإعلامي التقليدي

1.8. أداة الدراسة:

تُعد أداة تحليل المحتوى من الأدوات الأساسية والمعتمدة في البحوث الإعلامية، خاصة تلك التي تسعى إلى دراسة طبيعة الرسائل الاتصالية وبنيتها ودلالاتها من خلال تفكيك محتواها الداخلي بطريقة منهجية. ونظرًا لطبيعة موضوع هذه الدراسة، الذي يتمحور حول الكشف عن كيفية تبني الإعلام الجزائري لثقافة البودكاست من خلال تحليل مضمون برنامج "بودكاست مع ياسين"، فقد تم اختيار أداة تحليل المحتوى بوصفها الأداة الأنسب لتحقيق أهداف البحث.

وبهذا، تُمكننا أداة تحليل المحتوى من التعامل مع الحلقات المختارة من البرنامج كمادة تحليلية، يتم تفكيكها وفق مؤشرات محددة، تساعد في الإجابة على تساؤلات الدراسة، والاقتراب بشكل موضوعي من مظهرات ثقافة البودكاست داخل النموذج الإعلامي الجزائري الجديد.

¹ - أحمد، محمد عبد الحميد. منهج البحث في الإعلام: الأسس، الإجراءات، الأدوات. ط3، القاهرة: عالم الكتب، 2009، ص 114.

2.8. مجتمع الدراسة:

يُقصد بمجتمع الدراسة كل المفردات أو العناصر التي تتوفر فيها خصائص معينة، وتشكل موضوعاً لبحث علمي، ويقوم الباحث بجمع البيانات منها بهدف الإجابة عن أسئلة الدراسة أو اختبار فرضياتها.¹

يتمثل مجتمع الدراسة في هذا البحث في برنامج "بودكاست مع ياسين"، الذي يُبث عبر المنصات الرقمية التابعة لقناة النهار الجزائرية، ويُعد من التجارب الإعلامية الحديثة التي تدرج ضمن ما يُعرف بـ: المحتوى الإعلامي الرقمي القائم على تقنيات البث الصوتي عبر الإنترنت. وقد تم اختيار هذا البرنامج تحديداً باعتباره واحداً من أبرز النماذج التي تمثل البودكاست الجزائري المعاصر، والذي يسعى إلى إعادة صياغة العلاقة بين المنتج الإعلامي والمتلقي في البيئة الرقمية، من خلال تبنيه لأسلوب حوار غير تقليدي، وتناوله لموضوعات متنوعة تمس الشأن الاجتماعي والثقافي والإعلامي بأسلوب مرن وأقرب إلى لغة المستخدم الرقمي.

انطلاقاً من هذه المعطيات، فإن دراسة هذا البرنامج تمثل فرصة علمية لتحليل شكل جديد من أشكال الإنتاج الإعلامي، يساهم في إعادة تشكيل مفهوم صناعة المحتوى الإعلامي في الجزائر، في ظل التحولات الرقمية والانتقال نحو نماذج إعلامية أكثر مرونة وتفاعلية. كما يتيح البرنامج مجالاً خصباً لتحليل مضمون الحلقات، واستكشاف أنماط الاتصال المستخدمة، ورصد التحولات في أسلوب المعالجة الإعلامية، بما يتماشى مع أهداف هذه الدراسة التي تسعى إلى فهم أثر البودكاست في إعادة تشكيل ديناميكيات الحقل الإعلامي الجزائري.

3.8. عينة الدراسة:

■ تُعدّ مرحلة اختيار العينة من المراحل الحاسمة في مسار البحث العلمي، نظراً لما لها من تأثير مباشر على مصداقية النتائج ودقتها. وبما أن هذه الدراسة تنتمي إلى البحوث التي تعتمد منهج تحليل المحتوى، فقد تم اللجوء إلى العينة القصصية، التي تُختار بناءً على معايير علمية مرتبطة بموضوع البحث، وطبيعة المادة الإعلامية محل التحليل.

■ حيث يذهب إليها الباحثون على أنها " العينة التي يقوم فيها الباحث باختيار مفرداتها بطريقة تحكّمية لا مجال فيها للصدفة، بل يقوم شخصياً باقتناء المفردات الممثلة أكثر من غيرها لما يبحث عنه

¹ عبيدات، ذوقان وآخرون. البحث العلمي: مفاهيمه وأدواته وأساليبه. ط6، دار الفكر، عمان، 2010، ص 134.

من معلومات وبيانات وهذا لإدراكه المسبق ومعرفته الجيدة لمجتمع البحث، ولعناصره الهامة، التي تمثله تمثيلاً صحيحاً وبالتالي لا يجد صعوبة في سحب مفرداته بطريقة مباشرة.

■ وبناء على ذلك، وقع الاختيار على ست (06) حلقات كاملة من برنامج "بودكاست مع ياسين"، تم بثّها عبر المنصة الرسمية لقناة النهار الجزائرية على موقع يوتيوب، خلال الفترة الممتدة ما بين ديسمبر 2024 إلى ماي 2025. وقد تم اختيار هذه الحلقات بعناية وفق مجموعة من المعايير الموضوعية، أهمها: تنوع محاور النقاش داخل الحلقات، طبيعة الضيوف، تمثيلها لمواضيع ذات طابع اجتماعي وثقافي وإعلامي، إلى جانب التوازن بين المواضيع الجادة والنقاشات التفاعلية التي تُبرز خصائص البودكاست من حيث الأسلوب والمعالجة.

■ ويمثل هذا الاختيار استجابة منهجية للهدف الرئيس للدراسة، حيث أن البرنامج المختار يُعد من أبرز التجارب الإعلامية التي تبنّت شكل البودكاست داخل الإعلام الجزائري المؤسساتي، مع مزجه بين الطابع المهني والبساطة التواصلية، مما يجعله مادة تحليلية غنية لفهم كفاءات إنتاج المحتوى الإعلامي الجديد. كما أن اعتماد الحلقات المنشورة عبر اليوتيوب يُمكن من تحليل التفاعل الرقمي مع الجمهور، وهو عنصر جوهري في فهم ديناميكيات البودكاست كمجال مفتوح للمشاركة الجماهيرية والتفاعل الاتصالي.

■ وبذلك، فإن هذه العينة، رغم محدوديتها العددية، تُوفر تمثيلاً نوعياً دقيقاً، وتتناسب مع طبيعة المنهج المعتمد، أي تحليل المحتوى، حيث تُمكننا من تقديم قراءة معمّقة ومركّزة حول الظاهرة محل الدراسة، وتُساهم بشكل فعّال في الإجابة عن التساؤلات المطروحة، وتقديم استنتاجات منهجية قابلة للمناقشة والتحليل.

■ وتتمثل هذه الحلقات كالآتي:

■ □ الحلقة الاولى: بودكاست مع ياسين ضيفة الحلقة صانعة المحتوى حفصى محيو يوم الجمعة 2 ماي

2025 على الساعة 18:30

■ □ الحلقة الثانية: بودكاست مع ياسين الكوتش سمير بن عيسى يوم الجمعة 2025 على الساعة

18:30

■ □ الحلقة الثالثة: بودكاست مع ياسين حوار شيق مع الكاتب عبد الحليم بدران اول صانع محتوى

ادبي يوم الجمعة 18 أفريل 2025 على الساعة 18.30

■ □ الحلقة الرابعة: بودكاست مع ياسين لقاء مع محمود الحسنات يوم الجمعة 2025 على الساعة

18:30

■ □ الحلقة الخامسة: بودكاست مع ياسين مع اصانع المحتوى ميناو يوم الجمعة 2025 على الساعة 18.30

■ □ الحلقة السادسة: بودكاست مع ياسين مع صانعة المحتوى kasoest يوم الجمعة على الساعة 18.30

9. المقاربة النظرية

1.9. النظرية الحتمية التكنولوجية:

تُعد النظرية الحتمية التكنولوجية من النظريات الاتصالية التي تؤكد على أن التكنولوجيا، وخاصة تكنولوجيا الاتصال، هي العامل الحاسم في تحديد شكل المجتمع وطبيعة العلاقات الاجتماعية والأنماط الثقافية والإعلامية. وتنطلق هذه النظرية من فرضية مفادها أن التطورات التقنية ليست مجرد أدوات محايدة، بل هي التي تُحدِّد اتجاه التغيير الاجتماعي والثقافي، حيث يُنظر إلى التكنولوجيا كقوة مستقلة تؤثر بشكل مباشر في البنية الاجتماعية دون تدخل كبير من الإنسان¹

2.9. مبادئ وأسس النظرية الحتمية التكنولوجية:

ترتكز النظرية الحتمية التكنولوجية على مجموعة من المبادئ الأساسية التي تفسر علاقتها بالتحويلات الاجتماعية والثقافية والإعلامية، وأبرز هذه المبادئ:

- التكنولوجيا هي المحرك الأساسي للتغيير الاجتماعي: إذ ترى النظرية أن كل تطور تكنولوجي يؤدي بالضرورة إلى تغييرات بنيوية في المجتمع، دون الحاجة إلى تدخل عوامل أخرى.
- وسيلة الاتصال تُحدِّد طبيعة الرسالة والمجتمع: تؤمن النظرية بأن طبيعة الوسيط التكنولوجي (كالطباعة، التل فزيون، الأنترنت) تلعب دوراً حاسماً في تشكيل طريقة التفكير، وأنماط المعرفة، وشكل التواصل.
- الاستقلالية النسبية للتكنولوجيا: تنظر النظرية إلى التكنولوجيا كقوة مستقلة إلى حد كبير، لا تخضع للرضا البشرية بقدر ما تفرض منطقها الخاص على الأفراد والمؤسسات.

¹ - فيسك، جون. مدخل إلى فهم الاتصال الجماهيري. ترجمة: كمال المصري، مراجعة: حاتم الصكر، المنظمة العربية للترجمة، بيروت 2005، ص 89.

— التحول الثقافي تابع للتطور التقني: فكل تقنية جديدة تُعيد تشكيل البنى الثقافية والمعرفية، ما يعني أن الثقافة تتكيف مع متطلبات الوسائل وليس العكس.¹

وتبني هذه المبادئ على أطروحات عدد من المفكرين البارزين، خاصة مارشال ماكلوهان، الذي يُعتبر من أهم منظري الحتمية التكنولوجية، حين قال عبارته الشهيرة: "الوسيلة هي الرسالة" (The Medium is the Message)، مشيراً إلى أن الوسيط التكنولوجي أكثر تأثيراً من مضمون الرسالة ذاته²

3.9. إسقاط النظرية الحتمية التكنولوجية على الدراسة:

توظّف هذه الدراسة نظرية الحتمية التكنولوجية كإطار نظري رئيسي لتحليل كيفية إعادة تشكيل صناعة المحتوى الإعلامي في الجزائر، من خلال نموذج إعلامي رقمي حديث يتمثل في برنامج "بودكاست مع ياسين". فوفقاً لأطروحات النظرية، لا يمكن النظر إلى البودكاست باعتباره مجرد وسيلة لنقل المحتوى، بل هو نتاج مباشر للتطور التكنولوجي الذي غيّر من شكل الإعلام وأساليبه ومفاهيمه.

يُجسد برنامج "بودكاست مع ياسين" مثلاً حياً على تأثير الوسائط الرقمية التفاعلية، مثل منصة يوتيوب، في صناعة المحتوى وتوزيعه. لم تعد المؤسسات الإعلامية التقليدية هي الفاعل الوحيد في ميدان الإعلام، بل أصبحت التكنولوجيا ذاتها تحدد آليات الإنتاج، وتفرض شروطها من حيث الشكل والأسلوب وسرعة النشر، وحتى أنماط التفاعل مع الجمهور.

كما يُمثل البرنامج نموذجاً واضحاً للتحول نحو إعلام رقمي، يُعيد توزيع السلطة الاتصالية بين المنتج والمتلقي، ويُتيح المجال أمام الأفراد للتعبير والمشاركة خارج الأطر التقليدية للبث والإنتاج. هذا التحول يتوافق مع رؤية الحتمية التكنولوجية التي ترى أن الوسيلة — في هذه الحالة البودكاست عبر منصة رقمية — لا تنقل فقط الرسائل، بل تُعيد هيكلة المجال الإعلامي نفسه، وتُنتج معه ثقافة جديدة في التلقي، والنقاش، والتفاعل.

وبذلك، فإن نظرية الحتمية التكنولوجية تُوفر أداة تحليلية وتفسيرية مركزية لفهم التغيرات التي مست بنية الإعلام الجزائري في عصر الرقمنة، وتُساعد على استكشاف كيف أصبح البودكاست، بوصفه منتجاً تكنولوجياً-اتصالياً، يؤ

¹ عواد، سوسن. نظريات الإعلام واتجاهات التأثير. دار اليازوري العلمية، عمان، 2015، ص 77.

² McLuhan, Marshall. Understanding Media: The Extensions of Man. MIT Press, 1994, p. 7.

ثر في مضمون وشكل ووظيفة الإعلام المعاصر، ويُعيد صياغة العلاقة بين وسائل الإعلام والجمهور في سياق اجتماعي وثقافي جديد.

الفصل الثاني: البودكاس

ت وصناعة المحتوى الا

علامي الرقمي.

تمهيد

يعتبر استخدام الوسائط الرقمية في التعليم من دعائم نجاح العملية التعليمية، وهي تتيح خيارات أكثر أمام طرق وأساليب التدريس بمختلف أنواعها. يُعدّ البود كاست Podcast أحد الوسائط الرقمية الحديثة، والتي يمكن الاستفادة منها في دعم أساليب التدريس التي يمكن تطبيقها في المناهج المدرسية، حيث يمكن استخدام البود كاست في العملية التعليمية على أكثر من وجه وطريقة، وهناك عدة أفكار للاستفادة من البود كاست في دعم التعليم والتعلم لدى المتعلمين. في هذه الورقة سيتم توضيح مفهوم البود كاست واستخداماته في التعليم، وأهم النصائح والإرشادات لإنتاجه ونشره على الإنترنت، ويمكن الاعتماد على هذه المقالة كدليل لفهم البود كاست وإنتاجه ونشره.

المبحث الأول: ماهية البودكاست

المطلب الأول: مفهوم البودكاست وتطور البودكاست

1. تعريف البودكاست:

البودكاست هو ملف وسائط رقمي أو سلسلة من الملفات يتم مشاركتها على الإنترنت. ويمكن لهذه الملفات أن تكون صوتاً أو فيديو ويطلق بعضهم على الفيديو (vodcast) وهذه الملفات عادة تكون ضمن سلسلة من الحلقات، حيث يمكن للمستمعين الحصول على الحلقات الجديدة بشكل تلقائي عند اشتراكهم في قناة الناشر على أحد برامج التقاط البودكاست Podcatchers مثل تطبيق Podcast app على أجهزة أبل التي تستخدم نظام ios ، وتطبيق ستيتشر Stitcher لأجهزة الأندرويد.¹

2. نشأة وتطور البودكاست:

الانطلاقة الحقيقية للبودكاست كانت بحلول سنة 2004 ، وجاءت تسميته بفضل الصحفي بن هامرسلي بعد أن نشر في نفس العام مقالا في الصحيفة البريطانية the gardien حول ازدهار راديو الانترنت والذي أبدى من خلاله عن حيرته في وصف ذلك النوع من الراديو خاصة أنه قابل للتنزيل على أجهزة أبل، التي كانت قد طرحت في ذلك الوقت مشغل الصوت الشهير الآي بود، إلا أنه نجح في صياغة ذلك الاسم المتعارف عليه حالياً بعد دمج كلمة "بود" و "كاست" التي تعني البث لتصبح "بودكاست".²

ورغم أن تلك التسمية تم اعتمادها منذ 2004 إلى غاية اليوم، إلا أن البعض كان قد اعترض عليها. فقد نشر الصحفي أندرو ماكجيفرن مقالا في موقع Podcastthero أوضح فيه أن هناك الكثيرين ممن حاولو تغيير الاسم من "بودكاست" إلى شيء آخر، باعتبار الكلمة تدل على أن الاستماع لتلك البرامج يقتصر على أجهزة الآي بود ، إلا أن هذا خطأ بالطبع، إذ أن هذه الخاصية متاحة لأي جهاز قادر على تشغيل ملفات الصوت MP3 ، لافتنا إلى أن كل عامين كان أحدهم يطرح بين الحين والآخر فكرة إعادة التسمية لكن كل المحاولات باءت بالفشل في النهاية.

¹ - ريان بن علي الحمود، البودكاست: مفهومه وإنتاجه ونشره في التعليم، كلية الإعلام، جامعة الملك سعود، السعودية، د.س، ص 1.

² - أمينة عبد الرحمن منى هاشم ، اتجاهات الموع الإخبارية المصرية والعربية لاستخدام تقنية البودكاست وعلاقتها بتفضيلات الجمهور المصري ، المجلة المصرية لبحوث الاتصال الجماهيري ، كلية الإعلام ، جامعة بني سويف، مصر - ص 762-763.

وأشار إلى أنه خلال عام 2005 تم إعلان كلمة "البث الصوتي كلمة العام من قبل قاموس "نيو أوكسفورد الأمريكي" مما أعطى لمصطلح "بودكاست بعض المصداقية باعتبارها الكلمة الرسمية لوسائل الإعلام التقليدية التي أصبحت تعمل عبر الأنترنت.

كل ذلك لا يعني أن العمل على فكرة البودكاست بدأت عام 2004، إذ أن محاولات النشر بدأت منذ سنوات قليلة من ذلك التاريخ. وفقا لما كتب في مجلة "blurry"، فقد بدأ تداول عبارة "البث الصوتي" مطلع ثمانينات القرن الماضي، لكن لم يدم ذلك طويلا بسبب الافتقار إلى وسائل توزيع التسجيلات ما أدى إلى توقفه لمدة 20 عاما، ليقيم في عام 2004 المذيع السابق لقناة MTV التلفزيونية "آدم" كاري بالتعاون مع مطور البرامج "ديف وينر"، بتطوير برنامج يعرف باسم iPodder، ما أتاح للأشخاص حفظ المدونات الصوتية على جهاز آيود الخاص بهم.

و في أواخر عام 2004، ظهر أول مزود خدمة بودكاست - Liberation syndication و Libsyn.com و قبل نهاية العام تجاوز عدد زيارات جوجل لمصطلح بودكاست "100 ألف زيارة".¹

المطلب الثاني: أهمية وخصائص البودكاست في المواقع الإعلامية

1. أهمية البودكاست:

- خاصية اندماجية الوسائط المتعددة التي توفرها المواقع الإلكترونية أدت إلى تراء المحتوى الإعلامي وتنوعه وسهولة تداوله ونشره.
- التلقائية في التعامل مع المتلقي والقرب منه وتلبية احتياجاته بعيدا عن الأساليب التقليدية.
- إتاحة الفرص والمساحة للجمهور للتفاعل والمشاركة الإبداعية والفنية والإدبية للتدوينات الصوتية الخاصة بهم عبر الموقع وفق الضوابط والمعايير المهنية الأمر الذي أدى إلى زيادة عدد زوار الموقع والمشاركين كذلك.
- البودكاست نموذج واقعي وعملي وتطبيقي الصحافة المواطن المنشورة عبر مواقع المؤسسات الإعلامية.
- يتيح البودكاست خدمات متعددة للجمهور المتابع ومن أبرزها خدمة (RSS) التي تساعد على التنبيه عن الاشعارات بجود محتوى جديد.

¹ - سولمية شهرة، خلاف منال، دور البودكاست في تفعيل عملية التعلم عن بعد، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، قسم علوم الإعلام والاتصال، جامعة 8 ماي 1945، قامة، 2023/2022، ص 18.

- يتيح خاصية الإنتقائية للمحتوى المفضل للجمهور بالإضافة لكونه غير مكلف وقليل التكلفة المادية لانه يعد وينشر عبر الويب.
- تقديم محتوى إعلامي متعدد الاشكال والقوالب الإعلامية كالأخبار والحوارات والتقارير وغيرها، وينشر عبر وسيط صوتي سهل وجاذب للإنتباه ويبت عبر الشبكة.
- توفره عبر تطبيقات ووسائط رقميه متعددة بالإضافة إلى استرجاعه والاحتفاظ بالمحتوى واستخدامه بطرق فردية ووقتما يشاء المستخدم.¹

2. خصائص البودكاست:

❖ المرونة والاتاحة:

وذلك من خلال جعل المشاهد يشاهد المحتوى الدراسي في أي وقت وفي أي مكان وهذا ما يجعل المحتوى متاح إذا توفرت شبكة الإنترنت.

❖ التواصل :

من خلال تقنية البودكاست يمكن زيادة التواصل المستمر بين المعلمين والمتعلمين، والحد من عامل الخجل والقلق لدى بعض المتعلمين في تواصلهم مع معلمهم.

❖ التحكم:

وتعني التحكم في إمكانية عرض المحتوى التعليمي عدة مرات لزيادة القدرة على الاستيعاب والفهم.

❖ الفردية:

فيستمتع المتعلم بمفرده للمحتوى تبعاً لقدراته ولخطوة الذاتي في عملية التعلم.

❖ التنوع في عرض المحتوى :

فلا يقتصر على نوع واحد من التعلم صوتي فقط او مرئي فقط لكن يحدد النوع على حسب متطلبات المحتوى وما يلائمه وكذلك على حسب أسلوب التعلم الخاص بالمتعلم.

¹ - وداد هارون، أحمد محمد أرياب، أهمية استخدام تقنية البودكاست في ثراء محتوى المواقع الإلكترونية للمؤسسات الإعلامية، دراسة تحليلية لعينة من البودكاست الإعلامي، مجلة اتحاد الجامعات العربية لبحوث الإعلام وتكنولوجيا الاتصال، ع 11، 2023، ص 11 - 12.

❖ انخفاض التكاليف :

فمع انتشار التكنولوجيا أصبح بإمكان كل شخص التعامل مع الأنترنت سواء باستخدام أجهزة الحاسب او الهواتف النقالة. بالإضافة إلى ان كل ما يتم الاحتياج اليه يتمثل في برنامج صوتي او برنامج فيديو لإنتاج الحلقات الصوتية او المرئية ومساحة على الشبكة الاستضافة حلقات "البودكاست".

ويذكر "عزمي نبيل جاد" بعض خصائص البودكاست فيما يلي:

- ثبات جودة الصوت بغض النظر عن كفاءة الأجهزة.
- انتشار ملفات البودكاست على كل أجهزة الماكنتوش وأنظمة النوافذ.
- عدم الحاجة لمعلومات ومعرفة بعلوم الصوتيات المعقدة عند اعداد وإنتاج الصوت الرقمي.

وتشير "نادية حجازي" أن من مميزات البودكاست أنه يمكن نقله من وسط إلى وسط آخر مع الاحتفاظ بجودته دون تشويه، كما يمكن الوصول إلى أي جزء في الصوت بسهولة دون الحاجة إلى المرور بالجزء السابق وبدون عناء.¹

المطلب الثالث: أنواع ومجالات استخدام البودكاست

1. أنواع البودكاست:

أولاً : من ناحية العائد المادي:

البودكاست المجاني: وهو البودكاست الذي لا يتطلب الاستماع إليه دفع أي مبلغ مالي لقاء اشتراك شهري.

البودكاست المدفوع: وهو بودكاست يحصل المستمع عليه بعد دفع أي مبلغ مالي لقاء اشتراك شهري .²

¹ - بسملة ليبض، معالجة القضايا الرهنة في المحتوى الرقمي المسموع، دراسة تحليلية لبودكاست الجزيرة بعد أمس"، مذكرة مقدمة لنيل شهادة

الماستر في علوم الإعلام والاتصال، تخصص: سمعي بصري، جامعة باجي مختار، عنابة، 2021/2020، ص 56.

ثانيا : من ناحية طريقة التقديم:

هناك مقدمي بودكاست يعملون من أستوديو منزلي مشابه لليوتيوبز و هناك برامج بودكاست تقدم من استوديوهات احترافية من قنوات كبرى، وعليه فإن البودكاست سيأخذ أحد الأشكال التالية:

البودكاست الفردي:

وهذا النوع هو الأكثر شيوعا وخاصة في العالم العربي حيث ثقافة البودكاست مازالت حديثة ومتبناة على صعيد الأفراد بشكل رئيسي ، ويتميز بانخفاض كلفته وسهولة إطلاقه ، بحيث يتطلب شخصا واحدا مع تجهيزات خفيفة واستوديو صغير ومقدرات بسيطة في التحرير والمونتاج . كما يستلزم الخبرة الجيدة في مجال واحد على الأقل يكون هو موضوع البودكاست ، على سبيل المثال يقدم برنامجا تاريخيا ، أو نصائح في الطبخ مع ذلك فإن النسبة الأكبر من برامج البودكاست الفردي تكون ذات طابع ترفيهي.

البودكاست الثنائي:

في هذا البودكاست لا يوجد مقدم وضيف، فكلًا الشخصين يعد مقدا ، حيث يجري بينهما تبادل للأدوار كمذيعين في برنامج ما يتميز هذا النوع من البودكاست بوجود جو من المرح مهما كان الموضوع جادا.

بودكاست المقابلة:

قد تكون المقابلة عبارة عن أحد النوعين السابقين ، وقد يكون أسلوبا دائما، بحيث يكون أسلوب البودكاست استضافة شخصية جديدا في كل حلقة ، ويتميز هذا النوع من البودكاست بأنه منوع وذو فائدة مركزة، حيث يعمل معد البودكاست على تحضير أسئلة اللقاء لطرحها على الخبير الذي يستضيفه والذي يسعى لتقديم أكبر كمية ممكنة من المعلومات خلال الحلقة و تكمن الفائدة في أن المستمع يحصل على المعلومة من المختص مباشرة.

يتطلب هذا النوع من البودكاست المزيد من التجهيزات التقنية ، على الأقل ميكروفون للضيف ، إضافة للمزيد من أعمال التحرير والمونتاج ، لأن طريقة كلام الضيف وطبقة صوته وارتفاعه وكل ما يتعلق بأدائه سيكون مختلفا عن المحترف الذي يقدم البرنامج باستمرار، ويحتاج الأمر بعض عمليات القص وإزالة التشويش وتحسين

الصوت، بالإضافة إلى مهارة إضافية تتمثل في إتقان التعريف عن الضيف ومهاراته ثم إدارة الحوار معه وأخيرا الخروج بملخص الحلقة.

بودكاست الطاولة المستديرة:

البودكاست الثنائي هو حالة متطورة من البودكاست الفردي كذلك هو الحال بالنسبة لبودكاست الطاولة المستديرة الذي يمثل حالة متطورة من بودكاست المقابلة ، حيث يجتمع فيه عدة ضيوف معا بدلا من ضيف واحد، وربما يكون هناك أكثر من مقدم واحد، أي أنه يشبه المؤتمر، قد يصل عدد المجتمعين فيه إلى 10 أشخاص، مقدمان اثنان، والعديد من الضيوف الذين يمر السؤال المحوري عليهم بالتتالي.

عادة تطرح في هذا النوع من البودكاست المواضيع السياسية، وكل ما يمكن إنشاء حوار ثري عنه كمسائل التاريخية والدينية والفلسفية، ولا نقصد هنا الحوارات بين طرفي النقيض كالاتجاه المعاكس ، بل الحوارات السلمية التي يثري فيها كل ضيف النقاش بمعلومات فريدة.

البودكاست القصصي:

يعتمد فيه المقدم على الأسلوب السرد في سرد القصص من خلال استثارة خيال المستمع وشده انتباهه.

البودكاست المسرحي:

شبيه ببودكاست القصص، إلا أن المضيف هنا يلعب أدوار الشخصيات بشكل حي عبر تغيير الأصوات والنبرات، بمعنى أنه لم يعد راو وإنما يأخذ دور الشخصيات بنفسه.¹

ثالثا: من ناحية المواضيع المطروحة:

هناك قنوات تلفزيونية متخصصة في كل مجال وهناك القنوات الشاملة والقنوات الوطنية كذلك الحال بالنسبة للبودكاست، حيث غطى البودكاست تقريبا جميع أنواع العلوم والآداب وأهمها :

¹ - أمينة عبد الرحمن، منى هاشم، مرجع سابق، ص ص. 764 - 765

البودكاست التعليمي:

هو طريقة جديدة لنشر ملفات الصوت والفيديو عبر شبكة الإنترنت، فهو عبارة عن مجموعة من ملفات الوسائط الرقمية التي يتم توزيعها عبر الإنترنت وغالباً ما تستخدم تقنية RSS لتشغيل هذه الملفات على مشغلات الوسائط المحمولة وأجهزة الكمبيوتر.

وهو النوع الذي يقوم بتثقيف المستمع حول موضوع ما، ويمكنك أن تشبهه بتدريب إلكتروني أو كورس، ولكنه مسموع عوضاً عن أن يكون نصياً أو مرئياً، ولا تزال أعداد البودكاست من هذا النوع قليلة بعض الشيء، غير أنها تزداد مع مرور السنوات ومع اعتياد المستمعين عليها وعلى فكرة البودكاست.¹

2. مجالات استخدام البودكاست:

❖ الإعلام والصحافة

يوفر البودكاست الإعلامي تغطية للأحداث المحلية والعالمية ويساهم في نشر الأخبار والتحليلات، حيث يُعد من أكثر أنواع البودكاست انتشاراً ويحظى باهتمام كبير من الجمهور.

❖ التعليم والبحث الأكاديمي

يُستخدم البودكاست في نشر الأبحاث العلمية وتبادل الخبرات بين الباحثين والطلاب، كما يُساهم في إثراء المحتوى الأكاديمي وتقديم تجارب عملية.²

❖ التوعية والتثقيف

يشمل البودكاست الثقافي والاجتماعي مواضيع مثل الصحة، النفسية، القانون، والعلوم الاجتماعية التي تهدف إلى رفع الوعي المجتمعي.

¹ - <https://www.alrab7on.com/what-is-a-podcast/>

² - سمية اليعقوبي، البودكاست متطلبات العمل وخصائص المحتوى، دراسة حالة بودكاست الجزيرة، ورقة بحثية من معهد الإعلام، الدوحة، 2020، ص 13.

❖ التسويق وريادة الأعمال

يعتبر البودكاست أداة تسويقية فعالة للشركات والمشاريع، حيث يساعد في بناء الثقة مع الجمهور وزيادة ظهور العلامات التجارية.

❖ التطوير الذاتي والمهارات الحياتية

يُقدم محتوى يركز على تطوير الذات، تحسين المهارات الشخصية، وإدارة الضغوط النفسية، بالإضافة إلى نصائح حول العمل الحر والتوظيف.¹

❖ الترفيه

يشمل البودكاست الكوميدي والرياضي والسفر، حيث يوفر محتوى ترفيهي أو رياضي أو سفر يلي اهتمامات قطاعات واسعة من الجمهور.

❖ التعليم اللغوي

يُستخدم في تعليم اللغات الأجنبية، تقديم مفردات ومصطلحات جديدة، ومساعدة المستمعين على تحسين مستواهم اللغوي.

❖ العلوم والتكنولوجيا

يُقدم محتوى حول آخر التطورات التقنية، مقارنة المنتجات، وشرح المفاهيم العلمية والتقنية.²

المطلب الرابع: تحديات البودكاست

كأي تقنية حديثة للبودكاست مميزات وفوائد وفي المقابل كان هناك العديد من المعوقات التي كانت حاجزا أمام استعمال هذه التقنية منها:

¹ - https://jcts.journals.ekb.eg/article_345007.html

²<https://elstudioo.com>

- تعدد التطبيقات وعدم توفر مكان واحد للاستماع جعل من مشاركة البودكاست أمراً صعباً. فمنتج البودكاست عليه أن يشارك أكثر من رابط الأول على Soundcloud والثاني قد يكون رابط iTunes أو Google أو أي من البرامج المختلفة المذكورة سابقاً.
 - بالرغم من عدم حاجتك إلى تنزيل هذه التطبيقات دائماً، إلا أن نسخ الويب من خدمات استضافة البودكاست لا تقدم لك التجربة المثلى للاستماع، كما أن برامج البودكاست في بداية ظهورها لم تكن تدعم الاستماع مباشرة وكان عليك أن تقوم بتنزيل الحلقات الاستماعها.¹
 - يعاني البودكاست أحياناً من قلة الوعي المجتمعي حول فوائده وأهميته، مما يقلل من جذب جمهور جديد.
 - التنوع اللغوي والثقافي في العالم العربي يشكل تحدياً في تلبية احتياجات جميع الفئات المستهدفة.
 - يشهد القطاع نمواً كبيراً، مما أدى إلى زيادة عدد البرامج وصعوبة التميز وجذب انتباه الجمهور وسط بحر من المحتوى.
 - الطبيعة اللامركزية للبودكاست تجعل من الصعب تطبيق ضوابط أخلاقية وقانونية موحدة، مما يسمح بانتشار معلومات مضللة أو غير دقيقة.
 - في المجال التعليمي، يواجه البودكاست تحديات مثل صعوبة التركيز في الأماكن المزدحمة، وعدم وجود تفاعل مباشر مع المستمعين.
 - الحفاظ على جدول إصدار منتظم وتقديم محتوى مستدام يشكل تحدياً للعديد من صانعي المحتوى.²
- هذه التحديات تتطلب من صانعي المحتوى تطوير استراتيجيات ذكية، وزيادة الاستثمار في الجودة والتسويق، وتبني معايير أخلاقية صارمة لضمان استمرارية وتأثير البودكاست كوسيلة إعلامية رائدة.

¹ - أمل بنت عبد الله الخضير، أثر استخدام البودكاست في تدريس وحدة التواصل الشفهي والاستماع على تنمية مهارات تطبيق مراحل التفكير التصميمي، مجلة العلوم التربوية والدراسات الإنسانية، ع 26، 2020، ص 10.

² <https://www.tech-wd.com/wd/2020/01/27>

خلاصة:

إن تطور تكنولوجيا المعلومات والاتصال كان له تأثير كبير في المجتمعات المعاصرة ، فنحن نعيش في عصر أصبحت فيه سلسلة من الأجهزة الالكترونية جزءا من الحياة اليومية ، وأصبح من الضروري مراعاة ومواكبة هذا التطور خاصة في خدمة التعلم عن بعد من خلال استخدام تقنية من التقنيات منها البودكاست الذي يعتبر شكل جديد من أشكال التعلم ، حيث من خلاله يمكن الوصول إلى أي محتوى في مكان وأي وقت وبعدها مرات مفتوحة حسب ما يناسب المستخدم وذلك من خلال الهاتف النقال أو الحواسيب فالبودكاست هو عبارة عن ملفات صوتية يسجلها صانعها ، حيث يمر إنتاجه بعدة خطوات : تحديد بوضوح الهدف التعليمي ، كتابة البرنامج النصي للبودكاست ثم تسجيل البودكاست وتعديله ، وأخيرا نشر البودكاست عبر الانترنت وعلى المساحات المجانية التي تسمح بالتحميل ، ومن المكونات الصوتية التي يمكن تسجيلها على البودكاست هي ملخص الدروس مما يسمح بمراجعة المحتوى الذي يتم الاستماع إليه وإعداد مقابلات حول محتوى المقرر وتصميم برنامج إذاعي تعليمي وتقديم برنامج تعليمي للمتعلمين بصيغة فيديو وتسجيل قراءة للنصوص يمكن للمدونات الصوتية إن توفر معلومات تعليمية

المبحث الثاني: صناعة المحتوى الإعلامي

تمهيد:

برزت صناعة المحتوى الإعلامي في الفضاء الرقمي كممارسة جديدة صاحبت التطور التقني والتكنولوجي وانتشار استخدام الانترنت الذي أوجد فضاءات جديدة لنشر محتويات متنوعة تلمس مجالات متعددة موجهة إلى الجماهير المستخدمة لها، وعليه أصبح الاهتمام بالمحتوى الرقمي كممارسة تمر عبر مجموعة من الخطوات وتواجه جملة من التحديات، وعليه جاءت هذه الورقة البحثية لمعالجة موضوع المحتوى الإعلامي في الفضاء الرقمي والذي سنتطرق من خلاله إلى مفهوم صناعة المحتوى أهمية المحتوى الرقمي خطوات وتحديات.

المطلب الأول: مفهوم صناعة المحتوى الإعلامي

1. مفهوم صناعة المحتوى الرقمي

تعددت التعاريف الموضحة لمفهوم صناعة المحتوى بحيث يعرف على أنه: "الشيء الذي يمكن التعبير عنه من خلال بعض الوسائط مثل الكلام أو الكتابة أو أي من الفنون المختلفة للتعبير عن الذات".¹

المحتوى الرقمي أو الإلكتروني يتضمن تعاريف متعددة فهو يدمج كل وثيقة رقمية يمكن تخزينها داخل دعامه أو نقلها عبر وسيلة لنقل المعلومة على الخط، هذه المحتويات يمكن أن تكون كتابية أو سمعية بصرية منظمة داخل قاعدة المعطيات أو غير منظمة.²

يعرف المحتوى الرقمي على أنه: "مصطلح واسع يشمل أي نوع من الوسائط أو وسائل الترفيه التي يمكن الوصول إليها عبر الإنترنت وهو يشير إلى تسجيلات الفيديو والصوت والنصوص والصور كما قد يتضمن تسجيلات الموسيقى والتطبيقات والألعاب التفاعلية وصفحات الويب والمواقع الإلكترونية والرسوم المتحركة الرقمية والصور الرمزية".³

المطلب الثاني: أهمية المحتوى الرقمي

- في ظل التوجه العالمي نحو الاقتصاد المعرفي أصبح المحتوى الرقمي يلعب دورا محوريا في العملية التنموية في مختلف الميادين، وبعد أن تم التركيز على تطوير البنية الأساسية من أجل بناء مجتمع المعلومات ظهرت أهمية المحتوى الرقمي وتأثيره على كافة نواحي الحياة الاقتصادية والاجتماعية والثقافية.
- يشتمل المحتوى الرقمي على النصوص والصور والأفلام وكافة النشاطات السمعية والبصرية بما فيها الإخبارية والتعليمية والترفيهية بالإضافة إلى الوسائل والبرمجيات والتطبيقات الخاصة بها.
- المحتوى الرقمي العربي حسب الاسكوا "هو أي محتوى باللغة العربية بالشكل الرقمي سواء كان نصا أو صورة أو فيديو، وهو يشمل المحتوى العلمي والاقتصادي والترفيهي والأدبي والإداري على مواقع الانترنت

¹ - راضية بن جاحدو، صناعة المحتوى الهادف في الفضاء الرقمي الجزائري: عرض لبعض النماذج الجادة والناجحة، مجلة رقمنة للدراسات الإعلامية والاتصالية، المجلد 02 العدد، 02، 2022، ص.266

² - هند علوي، محمود مسرورة، اقتراح تصميم بوابة عربية لإدارة المحتوى الرقمي العربي، مجلة علم المكتبات، المجلد 12 العدد 01، ص 46.

³ - طلال ناظم الزهيري، تعزيز ثقافة المواطنة الرقمية وأثرها في اتجاهات صناعة المحتوى الرقمي: تيك توك انموذجا، مجلة أوراق بحثية، جامعة زيان عاشور الجلفة، المجلد الثالث، العدد 01، جوان 2023، ص 96

كما يشمل البرمجيات وقواعد البيانات ومنتجات المصدر المفتوح الداعمة والأدوات وبرامج معالجة اللغة العربية والمحركات البحثية ومحركات الترجمة .¹

المطلب الثالث: بنية صناعة المحتوى ومكوناتها

إن أي صناعة لا بد لها من مكونات وعناصر تعكس في مجملها بنية وهيكل هذه الصناعة، وصناعة المحتوى الإعلامي بهذا المفهوم لها مكوناتها وعناصر التي تشكل في مجملها بنية موحدة لها خصائصها المنفردة وهذه البنية تتحدد وفقاً للمكونات التالية :

1. موارد المحتوى (المادة الخام)

يمكن أن نعرف المواد الخام في صناعة المحتوى الإعلامي بأنها كل ما قدمه ويقدمه العقل البشري من أفكار ومعلومات ومخرجات إنتاجه الفكري الفردي أو الاجتماعي ، ونتاج المعرفة التي حصلها من حوله ، وبالتالي فإن المادة الخام لصناعة المحتوى هي المحتوى ذاته بمكوناته المختلفة قبل إجراء عمليات الإنتاج والمعالجة له ، وبالتالي فإن مخرجات صناعة المحتوى ذاتها هي مواد خام لصناعة المحتوى ، أي أن إعادة استخدام المحتوى المتاح ومعالجته بآليات جديدة وإتاحته بصورة مختلفة تقدم مخرجاتاً لصناعة المحتوى يمكن أن يستخدم كمادة خام في عملية إنتاجية جديدة وهكذا. فالمادة الخام في صناعة المحتوى إذاً هي عناصر المحتوى الذي استخدم كمدخلات في عملية الإنتاج سواء كان هذا المحتوى خام أنتج لأول مرة أو أنه محتوى تم إنتاجه وعرضه مرات متعددة وبصور مختلفة .

2. وحدات الإنتاج:

وحدات الإنتاج يقصد بها الإطار المؤسسي والتنظيمي الذي يتولى شراء الإنتاج الفكري وإعادة معالجته وتسويقه ، وبالتالي فهي تهتم بتنظيم وتنفيذ عملية التحويل الصناعي أي العملية الإنتاجية مثل الموزعين والناشرين والشركات التي تقوم بعملية الإنتاج . ووحدة الإنتاج في صناعة المحتوى تأخذ نفس أبعاد وحدة الإنتاج في أي صناعة أخرى فقد تكون وحدة كبيرة وتدخل تحت مفهوم الصناعات الكبيرة أو وحدة متوسطة أو وحدة صغيرة ، وأحياناً أفراد ولكن يعملون في إطار اقتصادي ووفق أسس تنظيمية متعارف عليها .

¹ - هند علوي، مرجع سبق ذكره، ص 47.

فهناك العديد من الأفراد الذين يقومون بتصميم برامج تطبيقية وبناء قواعد بيانات ، وغيرها من أنشطة صناعة المحتوى وقد يتولى بعضهم تسويقها أيضا بنفسه أو عبر موقع خاص به على الأنترنت وبالتالي فهو يقوم بمختلف مهام العمل للعملية الصناعية وبصورة منفردة معتمداً على التكنولوجيا المتاحة له صناعة وتسويقاً .

3. أدوات وأساليب الإنتاج (وسائل المعالجة وعرض المخرجات) :

وهي تشمل عمليات معالجة المحتوى : الرقمنة والتحويل والإضافة وتطوير البرمجيات ، كما تشمل التجهيزات التقنية لعملية الإنتاج مثل أجهزة الحواسيب البرمجيات وشبكات المعلومات ، وأجهزة ووسائط الإنتاج والنشر الإعلامي ، وتنوع الأساليب المستخدمة في صناعة المحتوى وفقاً لنوع المحتوى وطبيعة المنتج والمستهدف وخبرة اليد العاملة المنتجة وقدراتها الإبداعية ، فهناك أساليب حاسوبية وبرمجية فقط وهناك أساليب تستخدم الوسائط الرقمية الإعلامية فيديو وكاميرات وأجهزة المنتجة وتجري المعالجة بوسائل متعددة مثل برامج المعالجة الحاسوبية للصور والملتيميديا وغيرها .

كما يتم وفقها تحديد طريقة عرض وتسويق مخرجات صناعة المحتوى مثل : الأقراص وغيرها من وسائط التخزين والعرض الرقمية أو عبر مواقع الإنترنت أو أفلام DVD الممغنطة و فيديو أو عبر أجهزة التلفزيون والهوائيات الفضائية والوسائل الإعلامية المختلفة الخ .

4. العنصر البشري:

صناعة المحتوى الإعلامي كغيرها من الصناعات تحتاج للعنصر البشري المتخصص والمدرب ولكن الفرق فيها عن غيرها أنها تعتمد على الإبداع بدرجة أساسية وبالتالي لا تكفي خبرة العنصر البشري العادية في تطوير صناعة المحتوى وإنما لابد من توافر العنصر البشري القادر على الإبداع ؛ كون بنية صناعة المحتوى والتنافس فيها تقوم على الجذب وليس على الجودة فحسب، فالانجذاب للعبة أو برنامج تطبيقي يرتبط بحجم الجهد الفكري الإبداعي في بناءها وتحقيق عناصر التشويق والإثارة فيها وخلق العلاقة التفاعلية بينها وبين المستخدم وبالتالي فان تحديد الاحتياجات المختلفة (نفسية وثقافية، وعلمية ..) للمتعاين مع المنتج لا يتم بصورة تكاملية إلا في صناعة المحتوى . وتعد صناعة المحتوى من الصناعات ذات الخصائص الشمولية في جانب قوة العمل فهي تجذب إليها المبرمج ، والفنان ، والمخرج السينمائي، ومعد البرامج الإعلامية ومقدمها ، والمختصين في مختلف مجالات العلوم والمعرفة الإنسانية كونها تشمل كامل مساحة الاهتمام البشري بمختلف جوانبها ، طبيب ، معلم ، مهندس ،

كاتب ، فنان ، ووفقاً لمجال صناعة المحتوى والمستهلكين لمنتجاتها يتم استخدام العنصر البشري في صناعة المحتوى ولا يعني ذلك الاستغناء عن المؤهلات النوعية لدى العنصر البشري بل يجب أن يكون العنصر البشري في صناعة المحتوى مؤهلاً بتقنيات التعامل مع الحواسيب ونظم الاتصال والتطبيقات البرمجية التي تحتاجها طبيعة عمله التخصصي ، إلى جانب ذلك فإن من الأهمية أن تتوفر لديه المقدرة على الإبداع والابتكار ، وهو شرط تسعى لتحقيقه العديد من البلدان التي تنافس في مجال صناعة المحتوى حيث تعمل على تطبيق نظم تعليم وتأهيل تمكنها من بناء القدرات البشرية التي تحتاجها للاستمرار في المنافسة في صناعة المحتوى وامتلاك زمام القيادة فيها مستقبلاً.

5. السوق (العرض والطلب):

صناعة المحتوى الإعلامي تحتاج إلى تحقيق عوامل السوق التي تتيح لها النمو والازدهار من خلال خلق عوامل الطلب وتوسيع نطاق العرض لها وفي إطار المنافسة المجمومة في هذا المجال يتسع نطاق العرض في سوق صناعة المحتوى حيث يؤدي اتساع استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات والتطور الجاري في صناعة الإعلام، وتكريس عولمة الثقافة والاقتصاد إلى خلق طلباً متزايداً على صناعة المحتوى ومخرجاتها ، ويزيد من ذلك الاتجاه إلى توسيع نطاق التعامل مع تطبيقات تكنولوجيا المعلومات وتنامي الاعتماد عليها في إدارة الأعمال وتقديم الخدمات واتساع استخدامها في المجالات الاقتصادية والتجارية ، وبروز تطبيقات مختلفة لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات غيرت مفاهيم كاملة في إدارة الأنشطة والأعمال ، فظهر التعليم الإلكتروني ، والتجارة الإلكترونية ، والسياحة الإلكترونية ، ... الخ وهو ما يؤدي إلى تنامي الطلب على صناعة المحتوى .

6. الأصول ورأس المال:

في صناعة المحتوى الإعلامي تحتاج إلى الأصول ورأس المال إلا أن حجم رأس المال يتفاوت كثيراً حسب نوع مجال صناعة المحتوى ، فصناعة الإعلام تحتاج إلى رأس مال كبير وأصول كبيرة نسبياً بالمقارنة مع صناعة التطبيقات البرمجية ، وصناعة ألعاب الفيديو والنشر الإلكتروني لقواعد البيانات غيرها من مجالات صناعة المحتوى تحتاج إلى العنصر البشري المبدع باعتباره أصل هاماً لديها ، ولذا فإن العنصر البشري المبدع وعنصر التنظيم والإدارة من أهم الأصول في صناعة المحتوى إلى جانب التجهيزات الحاسوبية والبرمجية ووسائل الاتصال والتي قد لا تحتاج إلى استثمار كبير بالمقارنة مع عنصري الكادر البشري وعنصر التنظيم.¹

¹ - مقال منشور على موقع الجامعة المستنصرية، على الرابط:

المطلب الرابع: خطوات صناعة المحتوى الرقمي

للوصول إلى صناعة محتوى مؤثر وفعال لا بد أن يتبع صناع المحتوى مجموعة من المراحل تتمثل في :

- تحديد هدف المحتوى مجرد التفكير بصناعة محتوى لا بد من هدف واضح ومحدد لهذا المحتوى، لهذا لا بد من وجود فكرة عامة تصبح كمحرك وروح لهذا المحتوى.
- الجمهور المستهدف لهذا المحتوى بعد معرفة أهمية المحتوى، لا بد أن يتم توجيهه إلى شريحة معينة من الجمهور الذي يرغب في الاستفادة من هذا المحتوى.
- وسائل تعميم ونشر المحتوى وطرحه للجمهور: هنا لا بد من السعي لاختيار الوسيلة المتاحة والأوسع نطاقا لنشر المحتوى المراد عرضه تبعا للفئة المستفيدة منه، لتحقيق أكبر قدر من التفاعل والمشاهدة.
- الإخراج النهائي للمحتوى: في هذه المرحلة توجه الجهود نحو معالجة المحتوى وترتيبه وتدقيقه بأفضل الطرق للحصول على محتوى ناجح ومتميز عن غيره من المحتويات.
- تحديد طبيعة المحتوى المراد تقديمه في هذه المرحلة يتم العمل على معرفة طبيعة وفحوى المحتوى المراد تقديمه سواء عبر مواقع التواصل الاجتماعي أو من خلال الأساليب الأخرى.¹

المطلب الخامس: تحديات صناعة المحتوى الرقمي

يوجد مجموعة من العوامل التي تؤثر على صناعة المحتوى الإعلامي الرقمي من أهمها:

- قلة وجود استراتيجيات أو سياسات تهتم بتطوير المحتوى الرقمي وتؤكد على دوره في العملية التنموية.
- الحاجة إلى اقناع متخذي القرار بأهمية الإدارة الفعالة للمحتوى الرقمي وبيان الأهمية الاقتصادية لذلك.
- ضعف نشاطات البحث العلمي والتطوير التكنولوجي في مجال المحتوى الرقمي وعدم توافر برامج بحثية متخصصة في هذا المجال، مما يضعف الابتكار والابداع.
- ندرة الكفاءات البشرية المؤهلة للقيام بنشاطات تطوير صناعات المحتوى وبناء اقتصاد المعرفة.

https://uomustansiriyah.edu.iq/media/lectures/8/8_2022_05_09!07_50_16_AM.docx

¹ - عطية عيساوي، تأطير صناع المحتوى على الطلبة عبر وسائط التواصل الاجتماعي، مجلة التكامل في بحوث العلوم الاجتماعية والرياضية، المجلد 5، العدد 2، 2021، ص 244.

- ضعف القدرة والمهارة الكافية عند المستخدمين لاستثمار جيد لتعظيم الاستفادة من المحتوى الرقمي.
- تدني مستوى الوعي لأهمية حماية الملكية الفكرية ومتابعة الاجراءات المتعلقة بذلك مما يضعف فرص الابتكار والإبداع.¹

* تحديات تطوير المحتوى الرقمي:

تسعى المجتمعات العربية لتطوير المحتوى الإعلامي الرقمي وللوصول إلى هذا الهدف فإنها تواجه مجموعة من التحديات من أبرزها :

- توفير الرأسمال البشري اللازم:

إن تطوير المحتوى الرقمي ودعم صناعته يعتمد بشكل أساسي على العنصر البشري المؤهل الذي يملك مهارة عالية في استخدام تقنيات تكنولوجيا المعلومات والاتصالات والتي تتمتع بمستوى عالمي من حيث الكفاءة والجودة. وهذا يتطلب رفع مستوى التعليم في المدارس والجامعات بحيث يرقى الخريجون إلى المستوى المطلوب.

- دعم المبدعين والرياديين:

إن الرياديين هم عماد التغيير في المجتمعات، فمن خلال إبداعاتهم ومنتجاتهم المستحدثة يحدث التقدم والتغيير في أساليب الإدارة والتسويق وأساليب التفاعل بين فئات المجتمع. ففي المجال الرقمي تظهر الحاجة إلى رواديين ليقوموا بالإبداعات لتطوير المجتمعات ولكن هذا يتطلب توفير بيئة مناسبة ترعى المبدعين وتساعد على تطوير الأفكار.

- التعاون المحلي والإقليمي:

من أوجه التعاون الإقليمي العربي في مجال المحتوى الرقمي العربي البحث والتطوير في المواضيع الخاصة بمعالجة اللغة العربية رقيما وتطوير بعض البرمجيات مع احتياجات اللغة العربية وكذا بناء قدرات ذات كفاءة عالية في مجال تطوير المحتوى الرقمي العربي وتبادل الخبرات.

- الفجوة الرقمية:

¹ - هند علوي، مرجع سابق، ص ص 69 .

تتمثل الفجوة الرقمية في مجال المحتوى الرقمي العربي بمجموعة من الأمور الرئيسية هي:

- الأمية نسبة الأمية في الوطن العربي تزيد عن 28%، وأغلبهم من النساء وهذا ما يزيد من الأمية المعلوماتية.
- النفاذ ضعف البنية التحتية ومستوى تغطية الانترنت يحد من مستوى نفاذ المستخدمين إلى الانترنت وخاصة في المناطق النائية.
- نوعية ومواضيع المحتوى الرقمي العربي المتوفر حاليا لا يشجع المواطن العربي على المشاركة والإبداع.¹

¹ نفس المرجع السابق، ص 80.

خلاصة:

نصل إلى القول أن نجاح صناعة المحتوى الرقمي يقتضي توجيه وتوحيد الجهود نحو الارتقاء بهذا المحتوى عن طريق تحديد أطر ومقتضيات هذا الممارسة أخلقتها، وكذا مواجهة التحديات القائمة في البيئة العربية وكذا الرقمية، وعليه من أهم النتائج المتوصل إليها في هذه الورقة البحثية نذكر:

- تعرف صناعة المحتوى على أنها نشر المحتويات المتنوعة عبر الوسائط الرقمية (مدونات صفحات الويب ... وغيرها لتحقيق أغراض متعددة تخدم الجماهير المتعرضة لهذه المحتويات.
- شهدت ممارسات صناعة المحتوى عبر الانترنت تطوراً كبيراً بظهور منصات التواصل الاجتماعي، وقد سيطر على هذه الممارسة في البداية الجانب التسويقي ثم تحولت تدريجياً إلى ممارسة فردية.
- صناعة المحتوى الفعال تتطلب المرور بمجموعة من المراحل تبدأ من تحديد هدف المحتوى والجمهور المستهدف ثم التوجه إلى تحديد طبيعة المحتوى المراد تقديمه، وصولاً إلى تحديد وسائل تعميم ونشر المحتوى وطرحه للجمهور انتهاء بالإخراج النهائي للمحتوى.

وهكذا فإن التزاوج الذي جرى ويجري بين الحاسوب والاتصالات والتقنيات الإعلامية بالإضافة إلى حرية الإبداع في معالجة وعرض وتسويق المنتج التي أفرزت تكامل وتنوع في أساليب صناعة المحتوى وأشكال ووسائط مخرجاتها فتحت آفاقاً واسعة لتطور صناعة المحتوى وأساليب إنتاجها وعرضها حتى أن البعض لديه أساليب وطرق إبداعية في صناعة المحتوى لا تتاح لغيره على الرغم أنه تتوفر له نفس الإمكانيات المتاحة لمنافسه وبالتالي فقد دخل عنصر الإبداع والابتكار كعنصر أساسي ضمن مكونات صناعة المحتوى .

الفصل الثالث: "تحليل مضمون
البودكاست: نحو فهم آليات التبني
في الإعلام الجزائري"



- الفصل التطبيقي -

1. فئات المضمون

تعد فئة الموضوع من أكثر الفئات استعمالاً في تقنية تحليل المضمون فقد تم اعتمادها لتحديد أهم الأفكار التي تطرق إليها ياسين كنطاش في برنامج بودكاست مع ياسين.

النسبة	التكرار	الفكرة
19.35%	06	السيرة الذاتية و التجارب الشخصية
12.90%	04	الدعوة الواعي و النهوض الدينية والثقافية
19.35%	06	الاعلام و المحتوى الهادف
9.67%	03	قضايا الشباب و التنمية الذاتية
19.35%	06	الاسلام المجتمعي و التأثير
19.35%	06	بناء جيل من الشباب المتوازن ذهنيات و بدنيا
100%	31	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول حضوراً لافتاً لتنوع المحاور والمضامين المطروحة عبر الحلقات الست محل الدراسة، وهو ما يُشير إلى توجه منهجي نحو تقديم محتوى إعلامي شامل، ينطلق من التجربة الذاتية ويتسع ليشمل الأبعاد المجتمعية والدينية والثقافية. يُظهر هذا التوجه وعياً تحريريًا بأهمية مخاطبة الإنسان في كل أبعاده: الفردية والجماعية، المحلية والكونية، النفسية والفكرية.

– الفصل التطبيقي –

من خلال التوزيع الكمي للمواضيع، برزت أربع فئات رئيسية احتلت مجتمعة الصدارة بنسبة متساوية، حيث سجلت كل فئة منها (6 تكرارات) بما يعادل 19.35% من إجمالي الموضوعات المرصودة. وتتمثل هذه الفئات في: السيرة الذاتية والتجارب الشخصية، الإعلام والمحتوى الهادف، الإسلام المجتمعي والتأثير، وبناء جيل متوازن ذهنيًا وبدنيًا. هذا التوزيع المتوازن يعكس حرصًا واضحًا من القائمين على البودكاست على موازنة المحتوى من حيث الوظيفة والرسالة، بما يخدم التكوين المعرفي والقيمي للمستمع.

يتّضح من تحليل هذه الفئات الأربعة أن البودكاست لا يكتفي بطرح قضايا سطحية أو آنية، بل ينطلق من السرد الذاتي لا بوصفه غايةً، بل مدخلًا لفهم الذات والواقع. فالسير والتجارب المطروحة ليست مجرد حكايات شخصية، بل تُقدّم كمرآة لتحفيز التأمل الذاتي والتفاعل مع مسارات الآخرين. أما فئة الإعلام والمحتوى الهادف، فتكشف عن توجه نقدي بناء، يسعى إلى إعادة تعريف وظيفة الإعلام في السياق الرقمي، بعيدًا عن الاستهلاك السريع والمضامين الترويجية، نحو إعلام يسائل الواقع ويقترح بدائل معرفية وتربوية.

فيما يتعلق بفئة "الإسلام المجتمعي"، فإن البودكاست يطرح الدين من زاوية قيمية يومية، بعيدًا عن الخطاب الوعظي التقليدي، من خلال دمجها في التجارب الحياتية التي يتقاطع فيها الإيمان مع التحديات الواقعية. هذا التناول يُعبّر عن رؤية حديثة للدين، تتسم بالتسامح والاعتزان والارتباط بالممارسة اليومية، مما يجعلها أكثر قربًا وواقعية لفئة الشباب. أما فئة بناء الجيل المتوازن، فتعكس اهتمامًا ببناء الإنسان من الداخل، من خلال الاهتمام بالتوازن بين البعد النفسي، الذهني، والبدني، بما يُرسّخ ثقافة تطوير الذات ومواجهة التحديات بإيجابية ووعي.

في المرتبة الثانية جاءت فئة "الدعوة إلى الوعي والنهوض الديني والثقافي"، بنسبة بلغت 12.90% (4 تكرارات)، تليها في المرتبة الثالثة فئة "قضايا الشباب والتنمية الذاتية"، بنسبة 9.67% (3 تكرارات). ورغم انخفاض تكرار هاتين الفئتين مقارنةً بسابقتهما، إلا أن مضامينهما تتداخل بوضوح مع باقي الفئات، مما يدل على تكامل وظيفي في بنية الخطاب الإعلامي، حيث تنصهر الدعوة إلى الوعي ضمن المحتوى التحفيزي والتجربة الذاتية، وتُطرح قضايا الشباب من خلال مسارات السرد الذاتي وبناء الشخصية المتوازنة.

إن تحليل فئة "الموضوع" من منظور كيفي يُظهر أن البودكاست يتبنّى خطابًا إعلاميًا غير مباشر، قائمًا على التأمل والمشاركة الشعورية، بدلًا من التلقين أو الوعظ. كما يبرز توجه البرنامج نحو إعلام بديل يُعيد تعريف

- الفصل التطبيقي -

العلاقة بين الإعلام والمتلقي، حيث لا يُفرض الخطاب، بل يُبنى على الحوار والانفتاح. وتظهر هنا خصائص الإعلام التربوي والتفاعلي، الذي لا يهدف فقط إلى الترفيه أو الإخبار، بل إلى تعزيز الوعي الذاتي والمجتمعي.

وعليه، يُمكن اعتبار فئة "الموضوع" في بودكاست "مع ياسين" تعبيراً عن مشروع إعلامي متكامل الأبعاد، يتجاوز الطابع الإخباري أو النقاشي التقليدي، ليكرّس رؤية عميقة للإعلام يُسهم في تكوين الإنسان فكرياً، روحياً، وجسدياً. ويُعد هذا التوجه دليلاً على وعي تحريري جديد في الإعلام الرقمي الجزائري، يسعى إلى إحداث تأثير فعلي في وعي الشباب وصياغة علاقتهم بذواتهم ومجتمعهم والعالم من حولهم.

الجدول رقم 02 : يمثل اتجاه برنامج podcast مع ياسين :

الاتجاه	التكرار	النسبة
مؤيد	60	100%
المجموع	60	100%

نلاحظ من خلال الجدول حضور نمط اتصالي واضح يتّسم بالتأييد الكامل تجاه الضيوف والمواضيع المطروحة. فقد أظهر البرنامج منذ حلقاته الأولى توجهًا إيجابيًا صريحًا، تمثل في غياب أي موقف معارض أو حتى محايد، وهو ما يعكس خيارًا اتصاليًا مقصودًا، لا يمكن اعتباره ضعفًا في الطرح، بل تجسيدًا لفلسفة تواصلية قائمة على الاحتراف، التعاطف، وبناء علاقة وجدانية متينة مع الضيف والمستمع على حد سواء.

أظهرت المعطيات الكمية أن جميع الحلقات الست جاءت حاملة لاتجاه مؤيد بنسبة 100%، دون تسجيل أي حالة حياد أو اختلاف، ما يعكس انسجامًا كاملاً في الرؤية التحريرية للبرنامج. وقد تجلّى هذا الاتجاه المؤيد من خلال أسلوب التقديم، طبيعة الأسئلة المطروحة، نبرة الحوار، وخلو الحلقات من أي جدل أو تقاطع فكري حاد.

- الفصل التطبيقي -

التعليق :

إن ما يميز بودكاست "مع ياسين" في هذا السياق هو تبنيّه لنموذج تواصلٍ بديل، يقوم على الإصغاء والاحتفاء بالتجربة الفردية، بدلاً من الخطاب الجدلي أو الاستفهامي القائم على المواجهة. فالأتجاه المؤيد لا يُفهم هنا بوصفه انخيازاً سطحياً، بل يُقرأ ضمن إطار أعمق، يُعلي من قيمة الإنسان كفاعل في قصته الذاتية، ويمنحه حق التعبير الحر دون مقاطعة أو مساءلة.

يعكس هذا التوجه أسلوباً اتصالياً مغايراً لما هو شائع في البرامج الحوارية التقليدية، التي غالباً ما تُدخل الضيف في حالة من الدفاع أو التبرير. أما في "مع ياسين"، فإن الضيف يُعامل كشريك في بناء المحتوى، لا كموضوع للتحقيق أو النقد، وهو ما يعزز مفهوم "التمكين السردى"، حيث يُمنح الضيف فضاءً آمناً للتعبير عن تجربته بعيداً عن ضغط التقييم الخارجى.

ورغم أن هذا الأسلوب قد يُفهم ظاهرياً على أنه يُخل بتوازن الخطاب الإعلامى، إلا أنه يُعبّر في الواقع عن خيار استراتيجى ناعم، يركّز على بناء الثقة والمصادقية بين المرسل والمتلقي. ومن هذا المنطلق، فإن الخطاب المؤيد لا يُغفل النقد، بل يعيد تأطيره في شكل من التفاهم الإنسانى والتقدير المشترك.

التحليل :

– الفصل التطبيقي –

من خلال المعاينة النوعية للحلقات، يمكن استخلاص مجموعة من المؤشرات التي تدل على هذا الاتجاه المؤيد، منها:

اعتماد نبرة هادئة ومطمئنة في التقديم.

توجيه أسئلة مفتوحة تتيح للضيف المجال للتعبير لا الدفاع.

غياب أسلوب المقاطعة أو الاستفزاز اللفظي.

استخدام تعبيرات داعمة مثل: "أتفهم ما تقول"، "نقطة مهمة"، "أوافقك الرأي".

هذه المؤشرات توضح أن البرنامج لا يسعى إلى خلق صراع رمزي بين المذيع والضيف، بل إلى إنتاج حوار قائم على التفاهم والتقارب. ويمكن ربط هذا التوجه بما يُعرف في نظريات الإعلام بـ "الخطاب التشاركي" أو "الاتصال التحويلي"، حيث يتم تجاوز منطق الهيمنة لصالح بناء معنى مشترك انطلاقاً من التجربة الذاتية والمجتمعية للفرد.

ويلاحظ أيضاً أن المواضيع المطروحة في الحلقات — والتي تتناول قضايا التنمية الذاتية، التحفيز، الهوية، والتمكين — بطبيعتها لا تستدعي موقفاً نقدياً مباشراً، بل تتطلب فضاءً آمناً للنقاش الوجداني والمعرفي. من هنا، فإن اختيار الاتجاه المؤيد يبدو ملائماً لطبيعة المحتوى، وللبيئة الثقافية والاجتماعية التي يخاطبها البرنامج، خاصة أنه يتوجه لفئة شبابية محافظة تبحث عن نموذج إعلامي بديل يعكس قضاياها ومشاغليها دون توتير أو تصعيد.

- الفصل التطبيقي -

الجدول رقم 03 : يمثل فئة الشخصيات الفاعلة في برنامج podcast مع ياسين:

النسبة	التكرار	الشخصيات الفاعلة
%16.66	01	محمود الحسنات
%16.66	01	عبد الحليم بدران
%16.66	01	ميناز
%16.66	01	Kasoest
%16.66	01	حفصى محيو
%16.66	01	الكوتش سمير
%100	06	المجموع

من خلال الجدول نلاحظ حضور متكرر لفئة محددة من الشخصيات الفاعلة، والتي تتسم بخصائص شبابية متنوعة، لكنها تشترك جميعاً في خاصية محورية تتمثل في الفاعلية الفردية والمجتمعية خارج الأطر المؤسسية الرسمية. ويكشف هذا التوجه عن استراتيجية تحريرية واضحة تُعلي من قيمة التجارب الذاتية، وتمنحها شرعية تمثيلية داخل الخطاب الإعلامي البديل.

وفقاً للجدول الخاص بفئة "الشخصيات الفاعلة"، تم رصد ست (6) شخصيات رئيسية، بمعدل شخصية واحدة في كل حلقة، وهو ما يعادل نسبة 16.66% لكل ضيف ضمن العينة المدروسة. ويُبرز هذا التوزيع اتجاهات تحريرية نحو العدالة في تمثيل الضيوف داخل البنية العامة للبودكاست، كما يُضفي توازناً يسمح بتحليل مقارن للحلقات دون ترجيح لصوت على آخر.

– الفصل التطبيقي –

من حيث الخلفيات المهنية والاجتماعية، توزعت الشخصيات كما يلي:

أربعة (4) شخصيات، تمثل نسبة 66.6%، تنتمي إلى فئة صنّاع المحتوى الرقمي والمؤثرين على المنصات الاجتماعية، والذين يعتمدون على السرد الذاتي والتجربة الشخصية كأدوات للتأثير والإقناع. من أبرزهم: حفصة محيو، Kasoest، عبد الحليم بدران.

شخصية واحدة (1)، بنسبة 16.6%، تمثل الفاعلية الدينية داخل الفضاء الرقمي، متمثلة في الداعية الفلسطينية محمود الحسنات، الذي يُوظّف الخطاب الديني الوجداني لتعزيز القيم والمفاهيم الروحية لدى الجمهور.

شخصية واحدة (1)، بنسبة 16.6%، تنتمي إلى مجال التدريب والتنمية الذاتية، متمثلة في الكوتش سمير، الذي يجمع بين الخبرة الرياضية والمقاربة التربوية في تعامله مع موضوعات التنمية البشرية.

التعليق :

إن بودكاست "مع ياسين" يتّبع سياسة تمثيل واعية، تقوم على اختيار ضيوف من خلفيات اجتماعية ومهنية متنوعة، مما يُكسب البرنامج بعداً تعددياً يعكس شرائح مختلفة من المجتمع. كما يتجلى بوضوح تركيز البرنامج على استضافة شخصيات ناشطة خارج الأطر الرسمية، لا تنتمي إلى النخبة السياسية أو المؤسسات الإعلامية التقليدية، مما ينسجم مع ما تُسميه الأدبيات الإعلامية بـ "التمثيل البديل"، حيث يتم تجاوز النماذج الكلاسيكية لصالح أصوات جديدة تمثل تجارب واقعية نابعة من الميدان.

– الفصل التطبيقي –

إن هذا التمثيل المتوازن، والذي يمنح لكل شخصية المساحة ذاتها، يوفر إمكانية مقارنة منهجية بين المضامين المقدمة في كل حلقة، كما يُضفي طابعًا بنائيًا متماسكًا على السلسلة البودكاستية ككل. من منظور نقدي، يمكن القول إن هذا التوجه يعكس رغبة صانع المحتوى في إعلاء قيمة التجربة الفردية، أكثر من السعي وراء شهرة الضيف، مما يمنح لكل حلقة طابعًا خاصًا يُضفي عليها التفرد والتميز.

التحليل :

إن الشخصيات المستضافة في بودكاست "مع ياسين" لا تؤدي فقط دور "الضيوف" بالمعنى التقليدي، بل تُعدّ فاعلين رمزيين ضمن منظومة خطابية كاملة، تتشكّل من خلالها بنية الحلقة وسياقها السردي والمعنوي. فالشخصية في هذا السياق ليست مجرد إطار مهني، بل هي حامل لرسالة، وصاحبة سردية فريدة تُسهم في إنتاج معنى اتصالي جديد.

تتميّز هذه الشخصيات بامتلاكها لشرعية مستمدة من التجربة الذاتية، لا من الانتماء المؤسسي. فهم لا يتحدثون باسم جهة رسمية، بل يروون تجاربهم الشخصية بوصفها موردًا للمعرفة والوعي والتحفيز. هذه المقاربة تتسق مع تحولات الإعلام الرقمي، الذي بات يُعلي من قيمة "الإنسان العادي المؤثر" مقارنة بالنخب الكلاسيكية.

ومن خلال تتبّع مضامين الحلقات، يتضح اعتماد الضيوف بشكل أساسي على الخطاب القصصي، حيث تُستخدم التجربة الذاتية كأداة مركزية للتواصل مع الجمهور. فالسرد في هذا السياق لا يستهدف تقديم

– الفصل التطبيقي –

معلومات، بقدر ما يسعى لبناء علاقة وجدانية أفقية بين المتحدث والمستمع. وهنا تظهر خصوصية البودكاست كمنصة تمنح الضيف فضاءً حراً وآمناً للتعبير دون رقابة أو تدخل، ما يعزز من مصداقية الخطاب وجاذبيته.

كما أن التنوع الملحوظ في اختيار الضيوف – من حيث النوع الاجتماعي، والمجال المهني، والخلفية الثقافية – لا يبدو أنه تنوع شكلي، بل هو جزء من استراتيجية رمزية تهدف إلى إبراز أن التأثير لم يعد حكراً على النخب، بل أصبح متاحاً لكل من يحمل تجربة صادقة ورسالة واضحة.

ويُسجل أيضاً أن البرنامج لا يعتمد على الأسلوب الاستعراضي في إدارة الحلقات، بل يمنح الكلمة للضيف، بينما يلتزم المضيف بدور المستمع الفعّال، وهو ما يُحدث ما يمكن وصفه بـ "التمكين السردى"، حيث تتقدّم التجربة الذاتية للضيف على أي إطار خارجي مفروض.

إن تحليل فئة "الشخصيات الفاعلة" في بودكاست "مع ياسين" يكشف عن توجه تحريري واستراتيجي مدروس، يقوم على إبراز الأصوات المجتمعية الجديدة التي تُعيد إنتاج الخطاب الإعلامي من خارج المؤسسات. وتُظهر النتائج أن هذه الشخصيات لا تُمثل فقط نماذج شبابية فاعلة، بل تساهم أيضاً في تشكيل خطاب رقمي بديل يقوم على الصدق، والوجدانية، والتجربة الحية.

- الفصل التطبيقي -

وعليه، يمكن القول إن هذه الفئة من الفاعلين تُسهم في تعزيز المصداقية الإعلامية للبودكاست، كما تسهم في توسيع أفق التمثيل داخل المنصات الرقمية. ورغم ذلك، يُمكن اقتراح توسيع دائرة التمثيل مستقبلاً لتشمل شخصيات ذات خلفيات أكاديمية أو بحثية أو تقنية، لا من باب النخبوية، بل لتحقيق توازن سردي ومعرفي يُثري المحتوى ويزيد من تنوعه.

الجدول رقم 04 : يمثل فئة الفاعلين في برنامج podcast مع ياسين:

الفاعلين	التكرار	النسبة
صناعة المحتوى	06	60%
الكتاب	03	30%
الرياضيون	01	10%
المجموع	10	100%

ارتكزت هذه الدراسة على تحليل مضمون ست (6) حلقات من بودكاست مع ياسين، بهدف تحديد أبرز الفاعلين الرئيسيين ضمن الخطاب الإعلامي المقدم، وتصنيفهم وفقاً لطبيعة أدوارهم وخلفياتهم المجتمعية والمهنية. وقد استند هذا التصنيف إلى معايير سوسيولوجية تستحضر الرمزية الاجتماعية أو الوظيفية لكل فاعل، بما يتيح قراءة دقيقة لبنية الفاعلية ضمن المحتوى.

وعليه، تم تصنيف الفاعلين إلى ثلاث فئات أساسية:

- الفصل التطبيقي -

1. صنّاع محتوى رقمي (بودكاستر، مؤثرون، يوتيوبرز، إنستغراميون...)

2. كتّاب ومثقفون

3. رياضيون وفاعلون في مجالات التنمية البشرية والاجتماعية

وقد تم اعتماد الفاعل الأساسي في كل حلقة بناءً على حضوره المحوري لا الثانوي، ضماناً لدقة التحليل الكمي.

صنّاع المحتوى الرقمي: حضروا في 4 من أصل 6 حلقات، بنسبة بلغت 66.6%.

الكتّاب والمثقفون: وردوا في حلقة واحدة فقط، بنسبة 16.6%.

الرياضيون والتنمويون: سجلت مشاركة واحدة كذلك، بنسبة 16.6%.

ومن اللافت غياب الفاعلين من المؤسسات السياسية، الأكاديمية أو الإعلامية الرسمية، ما يكشف عن توجّه واعٍ من طرف البرنامج نحو تمثيل بديل، يُفضّل الفاعلين من خارج الأطر المؤسسية التقليدية.

– الفصل التطبيقي –

التعليق:

تعكس هذه المعطيات توجهًا واضحًا نحو تسليط الضوء على ما يُعرف بفاعلي الإعلام الجديد أو "فاعلي الهامش الرقمي"، أي أولئك الذين صنعوا حضورهم وتأثيرهم من خلال مجهودات فردية عبر المنصات الرقمية، بعيدًا عن المظلة الرسمية أو المؤسساتية. هؤلاء الضيوف لا يُمثلون النخبة التقليدية، بل هم نتاج تجربة ذاتية وجماعية، تركز على الأصالة، والتجربة المعاشة، والقدرة على التأثير الرمزي والفعلي في المحيط الاجتماعي.

ويبرز هذا التوجه تحوُّلاً نوعيًا في مفهوم الفاعلية الإعلامية، حيث لم تعد تُقاس بمنصب أو تحصيل أكاديمي، بل بالقدرة على إيصال الصوت، وتحقيق تفاعل حقيقي مع الجمهور.

من جانب آخر، فإن إدراج شخصيات تنتمي إلى مجالات التنمية الذاتية أو الرياضة يعكس رغبة البرنامج في التنوع، دون التفريط في الثابت الجوهري: التركيز على التجربة الواقعية والملموسة، بدل الخطابات النظرية والتجريدية.

التحليل:

يكشف تحليل فئة "الفاعلين" في بودكاست مع ياسين عن مقاربة مغايرة لمفهوم الفاعل المجتمعي والإعلامي. فالمشاركون ليسوا من أصحاب المناصب أو الرموز الرسمية، بل في غالبيتهم أفرادٌ برزوا من خلال تجاربهم الشخصية، ومبادراتهم الذاتية، ونجاحهم في فرض حضورهم من خارج الأطر المؤسسية.

- الفصل التطبيقي -

ويلاحظ أن فئة صنّاع المحتوى الرقمي احتلت الصدارة، وهو ما ينسجم مع طبيعة البرنامج نفسه، بوصفه منتجًا ينتمي إلى البيئة الرقمية. وهذا يدل على تحوّل في أنماط التمثيل الإعلامي، حيث أضحى المؤثر الرقمي نموذجًا بديلًا للفاعل الثقافي أو الإعلامي الكلاسيكي، خصوصًا لدى فئة الشباب التي باتت ترى في هذه الشخصيات تجسيدًا ملموسًا لفكرة النجاح الذاتي.

ورغم حرص البرنامج على إضفاء شيء من التعددية في الخلفيات، إلا أنه ظل وفيًا لمبدأ أساسي: الفاعلية تُقاس بمدى القرب من الجمهور، والقدرة على التعبير عن مشاغله، لا بالوجهة الأكاديمية أو الرسمية. ويبدو واضحًا أن كل ضيف يندرج ضمن سرديّة خاصة، لكن الرابط المشترك بينهم جميعًا هو كونهم ذوي تجارب حياتية نابضة وذاتية، صنعتهم المحاولة والإصرار أكثر مما صنعتهم المؤسسات.

إن هذا الاختيار يترجم فلسفة البرنامج في تبني خطاب تحويلي يركز على الفاعلية القاعدية، أو "الفاعلية من الأسفل"، حيث يُمنح الصوت لمن يمثل الناس، لا لمن يتحدث باسمهم.

ولم يسع البرنامج إلى تحقيق توازن شكلي في تمثيل الفاعلين، بل قام باختيار ضيوفه بناءً على معيار وحيد: انسجامهم مع روح الحلقات، وامتلاكهم لقيمة سردية وإنسانية صادقة. ومن ثم، فإن البرنامج لا يقدّم الضيوف كـ "نماذج للنجاح" فحسب، بل كشركاء فاعلين في تشكيل وعي الجمهور، من خلال قصص حقيقية نابغة من الهامش، وتحمل طاقة تمثيلية ووجدانية عالية.

يمكن القول إن بودكاست مع ياسين يعيد تشكيل مفهوم الفاعلية الرمزية في السياق الإعلامي الرقمي، عبر الانحياز للأصوات التي صنعت لنفسها مسارًا مستقلًا، والتي تعبّر عن واقع الناس بلغة الناس، وبوسائط تنتمي لعالمهم اليوم

- الفصل التطبيقي -

الجدول رقم 05 : يمثل القيم الموجودة في برنامج podcast مع ياسين :

القيمة	التكرار	النسبة
اجتماعية	06	%60
دينية	03	%30
انسانية	01	%10
المجموع	10	%100

نلاحظ من خلال الجدول أن البرنامج يتسم بخطاب غني بالحمولة الرمزية، يستند إلى منظومة قيمية متنوعة ذات مرجعيات دينية، اجتماعية، وإنسانية. وقد بلغ مجموع التكرارات المسجلة لهذه الفئة 10 تكرارات، توزعت كما يلي:

القيم الاجتماعية احتلت المرتبة الأولى بـ 6 تكرارات، بنسبة 60%.

القيم الدينية جاءت في المرتبة الثانية بـ 3 تكرارات، بنسبة 30%.

القيم الإنسانية الكونية ظهرت مرة واحدة فقط، بنسبة 10%.

– الفصل التطبيقي –

يتضح هذا هيمنة واضحة للقيم ذات الطابع المحلي، وبخاصة الاجتماعي والديني، ما يعكس انسجام البرنامج مع المرجعية الثقافية لجمهوره المستهدف.

التعليق :

يعكس هذا التوزيع للقيم داخل الخطاب السردى للبودكاست توجّهًا تحريريًا مدروسًا، يهدف إلى تعزيز الروابط الاجتماعية والروحية على حساب القيم ذات الامتداد الكوئى أو الطابع الحقوقي. فالحضور المكثف للقيم الاجتماعية بنسبة 60% يدل على أن البرنامج يُعيد توظيف المفاهيم الأخلاقية التقليدية – كاحترام، التكافل، المسؤولية، والارتباط العائلى – كأدوات لبناء سرديات شخصية ذات طابع تحفيزى وتواصلى. ويبدو أن هذه القيم تُقدّم بوصفها عناصر دعم نفسى وتماسك اجتماعى، خصوصًا فى ظل التحولات التى يعرفها المجتمع الجزائرى، والتراجع النسبى فى الأدوار التقليدية للمؤسسات الاجتماعية.

أما القيم الدينية، وإن جاءت فى المرتبة الثانية، فإن حضورها يظل بارزًا وفاعلاً فى بنية الخطاب، حيث تُستدعى كإطار روحى يمنح للتجربة الحياتية معناها الداخلى، ويسهم فى إعادة التوازن النفسى للفرد. ويلاحظ أن البرنامج يتعامل مع القيم الدينية بعيدًا عن الخطاب الوعظى أو النمطى، ويقدمها فى سياق إنسانى واقعى، يعكس تجارب صادقة وتلقائية، تجعل المتلقى يتمهى معها بسهولة.

فى المقابل، فإن الحضور الخافت للقيم الإنسانية الكونية (كالعدالة، الكرامة، الحرية) بنسبة 10% فقط، يكشف عن ضعفٍ فى تناول القضايا ذات البعد النقدى أو الكوئى، ما يُحيل إلى احتمال وجود خيارات تحريرية متعمّدة تسعى إلى الحفاظ على خطاب غير صدامى، يتفادى الخوض فى المواضيع الجدلية أو السياسية

التحليل :

1. القيم الاجتماعية (60%): مركزية الانتماء والمجتمع

تُقدّم القيم الاجتماعية في البرنامج كدعائم أساسية للهوية الفردية والجماعية، وتُستحضر في سياقات حوارية تُظهر دورها في دعم الذات ومواجهة التحديات. ويُلاحظ أن الضيوف يستحضرون باستمرار عناصر مثل الأسرة، الاحترام المتبادل، والالتزام المجتمعي، مما يعكس تمثلاً إيجابياً للقيم التقليدية ضمن رؤية حديثة تؤمن بأهمية التوازن بين الفرد والجماعة. ويعتمد البرنامج في تقديم هذه القيم على أسلوب قصصي تفاعلي، يجعلها أقرب إلى وجدان المستمع، دون فرضها كمعايير أخلاقية صارمة.

2. القيم الدينية (30%): تدين حياتي وتلقائي

يحضر الدين في البودكاست بوصفه تجربة شخصية وجدانية لا خطاباً مؤسسياً أو تعليمياً. فالقيم الدينية تُستدعى في لحظات الأزمة، التردد، أو التحول الشخصي، مثل التوكل، الصبر، والرضا، ما يمنح الطرح الديني بعداً إنسانياً هادئاً. ويُلاحظ أن المتحدثين لا يسعون إلى "الوعظ"، بل يروون تجاربهم بعفوية، مما يجعل الدين جزءاً من الحكاية لا غاية خطابية قائمة بذاتها. وهو ما يُسهم في تعزيز مصداقية الخطاب الديني ويُقرّبه من السياق الحياتي للمتلقى.

3. القيم الإنسانية الكونية (10%): حضور هامشي وإشكالي

- الفصل التطبيقي -

الاكتفاء بتكرار وحيد لمفاهيم العدالة أو الكرامة يشير إلى ضعف التمثيل للقيم ذات الطابع الكوني أو النقدي في محتوى البرنامج. وقد يكون هذا الغياب انعكاسًا لاختيارات تحريرية تفضّل الخطاب التوافقي الهادئ، وتتجنب المواضيع الجدلية المتعلقة بالحقوق، الحريات، أو النظام الاجتماعي. ويفتح هذا الوضع بابًا للتساؤل: هل تغييب هذه القيم ناتج عن غيابها فعليًا من التجربة الشخصية للضيوف؟ أم هو قرار اتصالي استراتيجي للحفاظ على توازن الخطاب وتجنب التسييس؟

يمكن اعتبار القيم في بودكاست مع ياسين جزءًا مركزيًا من البنية السردية والوجدانية للخطاب، إذ لا تُطرح كمفاهيم مجردة أو شعارات توجيهية، بل تتجلى من خلال الحكاية والتجربة. ويتمثل التميّز الأساسي في الطريقة التي يُقدّم بها البرنامج القيم: لا عبر التلقين، بل من خلال رواية المواقف، ما يجعل المتلقي يتلقاها باعتبارها خبرة إنسانية لا تعليمًا مباشرًا.

هذا الشكل من الخطاب يُسهم في تعزيز فعالية الرسائل الإعلامية، ويجعلها أكثر تأثيرًا وقبولًا، خصوصًا لدى جمهور الشباب الذي يبحث عن المصادقية والمعنى أكثر من الجدل والتلقين. كما أن هيمنة القيم الاجتماعية والدينية يعكس تمسك البرنامج بثوابت الهوية الثقافية، بينما يُظهر الغياب النسبي للقيم الكونية حدود الانفتاح النقدي داخل الخطاب، ما قد يُعد نقطة قوة من جهة الاستقرار، أو نقطة ضعف من جهة الغياب عن القضايا العالمية.

الجدول رقم 06 : يمثل الهدف الاعلامي من برنامج podcast مع ياسين:

الهدف الاعلامي	التكرار	النسبة
توجيهي	06	37.5%

- الفصل التطبيقي -

اقتناعي	04	25%
اعلامي	06	37.5%
المجموع	16	100%

نلاحظ من خلال الجدول أن مجموع الأهداف الإعلامية المرصودة ضمن الحلقات الست لبودكاست "مع ياسين" بلغ 16 تكرارًا، وُزعت على ثلاث فئات رئيسية:

1. الهدف التوجيهي: سُجل في 6 حالات، أي بنسبة 37.5%.

3. الهدف الإعلامي: ظهر كذلك في 6 حالات، بنفس النسبة 37.5%.

4. الهدف الإقناعي: ورد في 4 حالات، بنسبة 25%.

يشير هذا التوزيع الكمي إلى هيمنة واضحة للهدفين التوجيهي والإعلامي، اللذين يشكلان معًا 75% من إجمالي الرسائل الاتصالية في البرنامج، بينما يمثل الهدف الإقناعي الربع المتبقي تقريبًا.

يُبرز التساوي في عدد التكرارات بين الهدف التوجيهي والإعلامي اتجاهًا واعياً نحو تحقيق توازن في الخطاب بين وظيفتي الإعلام والتوجيه. فالهدف التوجيهي في هذا السياق لا يُمارَس بطريقة مباشرة أو تعليمية، وإنما يُستدعى ضمناً عبر تحفيز المستمع على التأمل واتخاذ مواقف إيجابية تجاه موضوعات الحلقة، من خلال تقديم نماذج وتجارب قابلة للاحتذاء. هذا النمط من التوجيه يُعبّر عن بعد تربوي ناعم يُعتمد فيه على الإلهام أكثر من الإملاء.

- الفصل التطبيقي -

أما الهدف الإعلامي، والذي ورد بنفس التكرار، فيتمثل في تقديم محتوى معرفي يعزز من وظيفة البودكاست كمصدر للمعلومة والتفسير والتجربة. وهو ما يؤشر إلى رغبة البرنامج في ترسيخ أبعاد معرفية إلى جانب الوظائف الأخرى، مما يدل على حضور متوازن للبعد المعرفي في بنية الخطاب الإعلامي.

أما بالنسبة للهدف الإقناعي، فرغم حله في المرتبة الثالثة من حيث التكرار، فإن تمثيله لنسبة 25% لا يُعد هامشيًا، بل يعكس حرص البرنامج على توظيف الإقناع بشكل هادئ وغير صدامي، لا سيما في الموضوعات التي تستدعي الدفاع عن قيم أو مفاهيم معينة، كتمكين المرأة أو التشبث بالهوية الثقافية.

التعليق:

تُظهر نتائج هذا التحليل أن بودكاست "مع ياسين" ينهج سياسة تحريرية متوازنة تسعى إلى التوفيق بين الوظائف الثلاث الأساسية للإعلام: الإعلام، التوجيه، والتأثير. ولا يمكن اعتبار تساوي نسبي الهدف التوجيهي والإعلامي مجرد تقارب عددي، بل هو انعكاس لاختيارات تحريرية مدروسة تهدف إلى خلق خطاب مركب يخاطب العقل والوجدان في آنٍ واحد.

فالبرنامج لا يكتفي بعرض المعلومة (كما في الخطاب الإخباري التقليدي)، ولا يغرق في الخطابات التحفيزية المجردة، بل يدمج بين تقديم المعرفة واقتراح اتجاهات سلوكية، بطريقة تراعي خصوصية المتلقي وحرية تأويله للرسالة. هذا النهج يُؤشر إلى نضج تحريري، إذ تتجنب الحلقات الطابع الإرشادي المباشر أو الإقناع القسري، مفضلة البناء على القصص الشخصية والنماذج الواقعية التي تتيح التأثير بطريقة وجدانية غير مباشرة.

– الفصل التطبيقي –

ويُلاحظ أيضًا أن حضور الهدف الإقناعي، رغم محدوديته نسبيًا، يُمارَس في البودكاست عبر آليات غير تقليدية، كالسرْد الذاتي وكسر الصور النمطية، لا من خلال الحجاج أو المواجهة المباشرة. هذا يعكس توجهًا اتصاليًا حديثًا يتلاءم مع تحولات الجمهور الرقمي الذي بات ينفر من الخطابات الوعظية ويفضل الرسائل المبطنّة القائمة على التفاعل والتماهي.

التحليل :

على مستوى التحليل الكيفي، يمكن القول إن الأهداف الإعلامية في بودكاست "مع ياسين" لا تُقدّم كعناصر مفصولة أو محكمة بقوالب جاهزة، بل تأتي ضمن بنية سردية ديناميكية، تسمح بتسييل الوظائف الاتصالية وتداخلها داخل التجربة السردية. فالهدف التوجيهي غالبًا ما يُبنى من خلال مواقف حياتية يشاركها الضيف، تُستخلص منها عبر ضمنية، دون أن تكون مصاغة كتعليمات مباشرة.

أما الجانب الإعلامي، فهو لا يتجلى في تقديم حقائق مجردة أو مفاهيم صلبة، بل يتم تضمينه داخل سياقات إنسانية حيّة، تجعل من المعرفة تجربة وجدانية أكثر منها معرفية بحتة. وهنا تتجلى قيمة البرنامج في جعل المعلومة جزءًا من الحكاية لا منفصلة عنها.

وبخصوص الهدف الإقناعي، فإن البرنامج لا يقدمه في صورته التقليدية كعملية تأثير منطقي-عقلي، بل يمارسه عبر إعادة تشكيل القنوات ضمنيًا، من خلال عرض تجارب ناجحة، أو مراجعة تصورات شائعة، دون

– الفصل التطبيقي –

الدخول في سجل مباشر. وهذا ما يُعرف في نظريات الاتصال الحديثة بـ "الإقناع التفاعلي غير المباشر"، الذي يراهن على التماثل والتعاطف بدلاً من الجدل والحجاج.

يمكن القول إن بودكاست "مع ياسين" يمثل نموذجًا اتصاليًا متقدمًا يُعيد صياغة الوظائف الإعلامية ضمن إطار سردي من، يُراعي التغيرات الحاصلة في علاقة الجمهور بالخطاب الإعلامي. فهو لا يُقدّم رسائل توجيهية أو إقناعية تقليدية، بل يبني تجربة تواصلية متعددة الأبعاد، تجمع بين المعرفة، الإلهام، والتأثير، بشكل يجعل كل حلقة بمثابة رحلة شعورية وفكرية مفتوحة، لا تُقدّم أجوبة جاهزة، بل تفتح المجال للتأمل والمراجعة الذاتية

الجدول رقم 07 : يمثل الأطر المستخدمة في برنامج podcast مع ياسين:

النسبة	التكرار	الأطر المستخدمة
46.15%	06	إطار التوعية
30.76%	04	إطار الحلول
23.07%	03	إطار التفاعل
100%	13	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول أن مجموع الأطر التي تم رصدها بلغ 13 تكرارًا، موزعة على ثلاث فئات أساسية، وهي:

1. إطار التوعية (6 تكرارات) – 46.15%

2. إطار الحلول (4 تكرارات) – 30.76%

3. إطار التفاعل (3 تكرارات) – 23.07%

ويُظهر هذا التوزيع وجود توجه واضح نحو تعزيز البعد التوعوي داخل الخطاب الإعلامي للبرنامج، مع مراعاة إدراج عناصر توجيهية وتفاعلية بنسب متفاوتة.

أولاً: إطار التوعية

يُعد إطار التوعية الأكثر بروزاً ضمن الحلقات محل الدراسة، حيث تم توظيفه في ست حالات. ويعكس هذا الإطار التوجه الأساسي للبرنامج في تقديم محتوى يهدف إلى رفع الوعي الجماعي والفردى حول قضايا ذات طابع نفسي أو اجتماعي، مثل الاكتئاب، فقدان الدافعية، ضغوطات الحياة، وأزمة المعنى.

الجدير بالذكر أن هذا التناول لا يعتمد على المباشرة أو التلقين، وإنما يتجلى عبر السرد الشخصي والتجارب الذاتية، مما يتيح للمستمع فرصة إعادة التفكير والتأمل الذاتي بعيداً عن النمط الإرشادي المباشر. كما تُوظف لغة وجدانية وأسلوب حوارى هادئ، يدعو المتلقي لاستخلاص العبرة من خلال المقارنة الذاتية مع ما يُعرض من وقائع وخبرات.

ثانياً: إطار الحلول

– الفصل التطبيقي –

احتل هذا الإطار المرتبة الثانية من حيث التكرار، وتم توظيفه في أربع حالات. ويعكس رغبة البرنامج في تخطي حدود التوعية النظرية نحو تقديم مقترحات عملية قابلة للتبني، كتقنيات إدارة الوقت، التوازن بين الحياة الشخصية والمهنية، أو تعزيز التحفيز الذاتي.

إلا أن الطرح هنا لا يُقدّم من موقع “المُرشد” أو “الخبير”، بل يأتي ضمن سياق روائي عفوي ينقل تحولات وتجارب شخصية، ويُبرز كيفية تجاوز العقبات من وجهة نظر ذاتية. هذا النوع من الطرح يمنح المستمع شعورًا بأن التغيير ممكن، لأنه صادر عن شخص واقعي يُشبهه في المعاناة والتحديات، وليس من سلطة معرفية متعالية.

ثالثًا: إطار التفاعل

سُجِّل هذا الإطار في ثلاث حالات فقط، وهو ما يعكس حضوره المحدود مقارنة بالإطارين السابقين. يتمثل التفاعل هنا في الاستجابات اللفظية التي يُبديها الضيف أو المقدم تجاه تجارب الجمهور أو آرائهم السابقة، أو من خلال إشارات ضمنية إلى ردود الأفعال التي تلقتها الحلقات.

وعلى الرغم من قلة ظهوره، إلا أن لهذا الإطار دورًا ضمنيًا في بناء العلاقة مع الجمهور، من خلال ما يمكن تسميته بـ “التفاعل الصامت”، أي عبر الأسئلة المفتوحة، وتوقعات الردود، والتعليقات العامة على تفاعل المستمعين. ومع ذلك، فإن غياب التفاعل الصوتي المباشر – كإدراج مداخلات الجمهور أو تساؤلاتهم – يُعد نقطة يمكن تطويرها مستقبلاً لزيادة الطابع الحوارى للبرنامج وتعزيز الارتباط بالجمهور.

- الفصل التطبيقي -

التعليق:

يعكس تفوق إطار التوعية الفلسفة التحريرية لبرنامج "مع ياسين"، والتي تنطلق من الرغبة في مخاطبة عمق الوعي الفردي والجماعي، بدلاً من الاكتفاء بالطرح الترفيهي أو المعلوماتي السطحي. فالسرديات المعروضة تُستثمر لتوليد وعي ذاتي وتحفيز المستمع على مراجعة مفاهيمه وتجارب حياته.

أما الحضور الملفت لإطار الحلول، فهو مؤشر على النزعة التطبيقية للبرنامج، وسعيه لمرافقة المستمع نحو تبني استراتيجيات واقعية للتحسين الذاتي. غير أن هذه الحلول، رغم صدقيتها، تبقى في بعض الحالات محدودة الأثر نتيجة اعتمادها على تجارب فردية يصعب تعميمها.

من ناحية أخرى، فإن ضعف حضور إطار التفاعل يُبرز أحد مواطن النقص في البنية التفاعلية للبرنامج. إذ لا يُفسح المجال الكافي لتجسيد صوت الجمهور أو إشراكه بشكل مباشر في بناء الحلقات. وفي ضوء تجارب العديد من البودكاستات الأخرى التي دججت أصواتاً ومداخلات من الجمهور، يمكن اعتبار هذه الثغرة فرصة لتطوير البنية التفاعلية مستقبلاً، بما يعزز من حيوية البرنامج وصلته بجمهوره.

التحليل :

- الفصل التطبيقي -

إن الأطر التي يعتمد عليها بودكاست "مع ياسين" لا تُعد مجرد قوالب تقنية تُستخدم لتنظيم المحتوى، بل تمثل اختيارات تواصلية دالة، تُوجّه بناء الخطاب وتشكل طريقة تلقيه. فكل إطار يُوظّف بما يخدم الغاية السردية والمعرفية للحلقة، ويؤثر في كيفية تمثّل المستمع للقضية المطروحة.

إطار التوعية يعمل كبنية إدراكية داخلية تتسلل إلى وعي المستمع من خلال الحفر الذاتي في التجربة المعاشة، مما يمنحه مصداقية وفعالية أكبر مقارنة بالخطابات التوجيهية المباشرة.

إطار الحلول يُعطي للخطاب طابعًا عمليًا وواقعيًا، متحررًا من النمط الوعظي، ومُستندًا إلى الشرعية الشخصية للمتحدث.

إطار التفاعل، رغم ضعفه النسبي، يفتح المجال أمام علاقة افتراضية مع المستمع، ولكن يبقى في حاجة إلى تطويره كمكون حوارى ملموس داخل البنية السردية.

بالتالي، فإن خطاب بودكاست "مع ياسين" يتموضع ضمن إطار تواصلى مركب، يدمج بين التوعية، الاقتراح، والانفتاح على الآخر، لكنه يحتاج إلى مأسسة أشكال التفاعل لضمان مزيد من الحيوية والمشاركة الجماهيرية

2. فئات الشكل : كيف قيل؟:

الجدول رقم (08) : يمثل الأنواع و الأشكال الصحفية في برنامج podcast مع ياسين:

النوع	التكرار	النسبة
مقابلة	06	50%

- الفصل التطبيقي -

50%	06	بودكاست مرئي
100%	12	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول أن تحليل بودكاست "مع ياسين" اعتماد البرنامج على شكلين رئيسيين:

المقابلة الصحفية: تم اعتمادها في 6 حالات، أي بنسبة 50٪ من مجموع الحلقات.

البودكاست المرئي: ظهر بنفس عدد التكرارات (6 حالات)، وبنسبة 50٪ كذلك.

التحليل:

يشير هذا التوازن العددي إلى توجه تحريري واعٍ يسعى إلى الدمج بين قالب الصحفي التقليدي (المقابلة) والوسيط الرقمي الحديث (البودكاست المرئي). إذ تُعتمد المقابلة الصحفية كإطار أساسي لبناء المضمون، من خلال الحوار المطول مع الضيف، في حين يُستخدم البودكاست المرئي كوسيط بصري تفاعلي يُقدّم عبره هذا المحتوى إلى الجمهور الرقمي.

- الفصل التطبيقي -

هذا التوازن يُبرز استقرارًا في النسق الإنتاجي للبرنامج، حيث لا يتم تغليب العنصر المرئي على المضمون، ولا يُكتفى بالجانب السمعي فقط، بل تُقدّم الحلقات ضمن تجربة مزدوجة تمزج بين الصوت والصورة، مما يعزز من فاعلية التلقي لدى الجمهور.

التعليق:

إن التوازن بين الشكّلين يُعد مؤشرًا على وعي تحريري بأهمية الدمج بين جوهر العمل الصحفي التقليدي ومتطلبات الوسائط الرقمية الحديثة. فاختيار المقابلة الصحفية كقالب أساسي يتناسب مع طبيعة البرنامج القائمة على السرد الشخصي والتجارب الإنسانية للضيوف، في حين يُعد تقديمها عبر البودكاست المرئي استجابة لحاجة الجمهور الراهن إلى محتوى بصري جذاب، متعدد الوسائط.

وتجدر الإشارة إلى أن "المقابلة" في هذا السياق لا تُقدّم بالشكل التقليدي القائم على الأسئلة المغلقة، بل تُعتمد صيغة حوارية مفتوحة تسمح للضيف بالتعبير بتلقائية وعمق، مما يجعل من الخطاب أكثر قربًا من المتلقي، خصوصًا فئة الشباب الباحثة عن محتوى عاطفي وإنساني دون تعقيد.

ومع ذلك، فإن هذا الرهان الثنائي الثابت على الشكّلين (المقابلة + البودكاست المرئي) قد يتحول إلى نمطية إذا لم يتم تطويره مستقبلاً بإدماج أشكال تعبيرية أخرى كالمقاطع القصصية القصيرة أو الفواصل البصرية التفاعلية.

– الفصل التطبيقي –

كما يعكس اختيار الأشكال الصحفية في بودكاست "مع ياسين" توجهًا اتصاليًا يقوم على تطويع القوالب الصحفية لخدمة الرسالة، بدل الالتزام الصارم بها. إذ لا يُوظَّف شكل "المقابلة" كإجراء استجوابي، بل كأداة تواصلية تُعطي للضيف مساحةً للتعبير بحرية، بعيدًا عن الصرامة الصحفية المعتادة. كما أن الأسئلة تُطرح بطريقة غير تقليدية، تُراعي البعد الوجداني للضيف، وتُفسح المجال للصمت، للتأمل، وللسرد الذاتي.

أما "البودكاست المرئي"، فلا يُقدَّم فقط كوسيلة لنقل صورة الضيف، بل كأداة لبناء تجربة حسية كاملة. حيث لا يُسمَع الضيف فقط، بل يُرى وهو يتفاعل، يفعل، يصمت، يتسمم، يتأثر... وكل هذه العناصر تُضيف عمقًا دلاليًا ومعنويًا للنص الصوتي.

وتتمثل خصوصية هذا الاستخدام للصورة في بساطته وتلقائيته، بعيدًا عن التكلّف أو الزخرفة البصرية. فالصورة تُستخدم لتقريب الضيف من المتلقي، لا لتأطيره. كما أن الشكل لا يُفرض على المضمون، بل يتكيف معه بحسب طبيعة الحديث وعمقه الشعوري.

في ضوء ما سبق، يمكن اعتبار الشكل الصحفي في برنامج "مع ياسين" ليس مجرد اختيار فني، بل جزءًا من هوية البرنامج وأسلوبه الاتصالي. فاختيار المقابلة الصحفية بصيغتها الحوارية المفتوحة، وتقديمها عبر وسائط بودكاست مرئية، يُعبّر عن توجه نحو بناء علاقة وجدانية طويلة المدى مع الجمهور، قوامها الثقة والتفاعل الإنساني.

الجدول رقم (09) : يمثل أسلوب العرض في برنامج podcast مع ياسين:

- الفصل التطبيقي -

النسبة	التكرار	الأسلوب
37.5%	06	حواري
31.25%	05	سردي
6.25%	01	نقدي
25%	04	اقناعي
100%	16	المجموع

:نلاحظ من خلال الجدول أن البرنامج يعتمد على أربعة أساليب رئيسية في العرض، على النحو التالي

الأسلوب الحواري: (37.5%) - مستخدم في 6 حلقات

يُمثل النمط الأكثر حضورًا، ويعكس تفضيل البرنامج لفتح مساحات للنقاش المتبادل وتبادل وجهات النظر، في إطار تفاعلي مرّن.

الأسلوب السردي: (31.25%) - مستخدم في 5 حلقات

يركّز على تسلسل الوقائع وعرض التجارب الشخصية، ما يُضفي على الخطاب بُعدًا إنسانيًا وجدانيًا عالي التأثير.

الأسلوب الإقناعي: (25%) - مستخدم في 4 حلقات

- الفصل التطبيقي -

يُستعمل بهدف التأثير في المتلقي، ودفعه نحو تبني موقف أو مراجعة قناعة، خاصة في الحلقات ذات الطابع الاجتماعي أو الثقافي.

الأسلوب النقدي: (6.25%) - مستخدم في حلقة واحدة فقط

يُشير إلى غياب التوجه الصدامي أو الجدلي في البرنامج، مع تفضيل المعالجة الهادئة للمواضيع بدل الدخول في منطق المواجهة.

التحليل :

تُظهر هذه النتائج أن البرنامج لا يتعامل مع أسلوب العرض كخيار شكلي أو تقني، بل كأداة بنائية تُسهم في صياغة الهوية الاتصالية للبرنامج. إذ يُمثّل الأسلوب الحواري والسردية معًا نسبة 68.75% من مجمل الاستخدامات، ما يُدلل على الطابع الإنساني، التفاعلي، وغير التقريرية الذي يُميّز البودكاست.

يعتمد الأسلوب الحواري على بناء علاقة أفقية بين المقدم والضيف، تُلغي الطابع الاستجوابي التقليدي لصالح نموذج قائم على الإنصات النشط وإفساح المجال للتعبير بحرية. وهو ما يُرسّخ ثقة المتحدث ويُشعر المتلقي بصدق التجربة المطروحة.

– الفصل التطبيقي –

أما الأسلوب السردى، فيُشكّل امتدادًا لمركزية القصة في بناء الحلقات. فهو لا يُستخدم بوصفه تقنية جمالية فحسب، بل يُوظف كأداة معرفية وعاطفية لإعادة ترتيب الأحداث، واستدعاء التجربة الذاتية، وبناء التعاطف والتماهي لدى المستمع.

ويُبرز الأسلوب الإقناعي – رغم أنه ليس الأكثر شيوعًا – دور البرنامج في التأثير الهادئ والبناء، من خلال تقديم نماذج حيّة للتغلب على التحديات أو مراجعة المفاهيم، دون فرض قناعات أو اللجوء إلى الخطابة المباشرة.

أما ضعف الأسلوب النقدي، فيُشير إلى توجّه تحريري يتجنب الصدام والخطاب الجدلي، ويفضّل تقديم المحتوى في صيغة اقتراحات إنسانية بديلة، بدلًا من المواجهة أو التقييم القيمي الصريح.

التعليق:

من خلال القراءة النوعية للحلقات، نلاحظ أن أساليب العرض في بودكاست مع ياسين ليست منفصلة أو جامدة، بل تتداخل داخل الحلقة الواحدة. فغالبًا ما يبدأ الخطاب بأسلوب حوارى، يتحوّل تدريجيًا إلى سردي، وقد يُختتم بمسحة إقناعية، وهو تدرّج أسلوبى يعكس حسًا تواصلًا عاليًا في بناء الإيقاع الخطابي.

الأسلوب الحوارى يُستخدم لبناء الثقة، وتوفير مناخ مريح يسمح للضيف بالإفصاح دون رقابة أو ضغط. المقدم لا يقطع، بل يُحفّز على الاسترسال، ويعلّق بلطف، ما يمنح الضيف سلطة الحكى.

– الفصل التطبيقي –

الأسلوب السردّي يظهر حين يُعاد بناء التجربة الشخصية بطريقة قصصية. هنا تتحول الحلقة إلى "حكاية ذات" تنقل للمتلقّي العمق الشعوري والتاريخي للضيف، بعيداً عن الخطاب التقريري.

الأسلوب الإقناعي يُستخدم في اللحظات التي يتحوّل فيها الحديث من مجرد وصف إلى تأمل أو دعوة لإعادة التفكير. الضيف هنا لا يُلقّن، بل يُلهم، ويقدم تجربته كنموذج يمكن التفاعل معه.

أما الأسلوب النقدي، فغيابه النسبي لا يُعد نقصاً، بل يُظهر تموضع البرنامج ضمن خطاب تواصل إيجابي، لا يسعى للجدل أو التفكير العدائي، بل يركّز على بناء المعنى والتفاهم.

إن تحليل "أسلوب العرض" في بودكاست مع ياسين يكشف عن رؤية تحريرية مرنة، تُراعي تنوع الموضوعات والضيوف، وتُكيّف الأسلوب وفقاً للسياق دون الوقوع في النمطية. فالبرنامج لا يُقدّم خطاباً أحادي الشكل، بل يعتمد على ديناميكية أسلوبية تجمع بين الحوار، السرد، والتأثير، ضمن إطار إنساني هادئ ومتزن.

هذا التكامل الأسلوبي يمنح للحلقة بُنية شعورية وفكرية متدرجة، تجعل من البودكاست فضاءً مفتوحاً للتجربة لا للخطابة، وللإنصات لا للجدل، وللتعبير لا للهيمنة الخطابية.

الجدول رقم (10) : يمثل الزمن المستغرق للحلقة قفي برنامج podcast مع ياسين:

النسبة	التكرار	الوقت المستغرق
--------	---------	----------------

- الفصل التطبيقي -

33.33%	02	35 دقيقة – 40 دقيقة
50%	03	40 دقيقة – 45 دقيقة
16.66%	01	45 دقيقة – 50 دقيقة
100%	06	المجموع

من خلال الجدول تبين أن المدة الزمنية للحلقات توزعت على النحو الآتي:

من 40 إلى 45 دقيقة: تمثل هذه الفئة الزمنية 50% من العينة المدروسة، وهي بذلك الأكثر تكرارًا.

يدل هذا الثبات النسبي على وجود معيار إنتاجي محدد، يعتمد على مدة تُعتبر مثالية في سياق البودكاست، كونها تتيح معالجة الموضوعات بعمق دون الإطالة المفرطة.

من 35 إلى 40 دقيقة: شكّلت هذه الفئة 33.33% من الحلقات.

وهي نسبة معتبرة تشير إلى مرونة تحريرية تسمح باختزال الوقت عند الضرورة، ربما تبعًا لطبيعة الضيف أو بساطة المحور المطروح

من 45 إلى 50 دقيقة: ظهرت بنسبة 16.66% فقط.

○ وهي الفئة الأقل تمثيلًا، ما يُشير إلى أن التوسع في الزمن ليس من السمات الغالبة على البرنامج، وإن وُجد في بعض الحلقات التي تستدعي تناولًا مطوّلًا لمواضيع مركّبة أو ضيوف ذوي خصوصية عالية.

بناءً على هذا التوزيع، يمكن القول إن 83.33% من الحلقات تقع ضمن المجال الزمني (35-45 دقيقة)، مما يعكس رؤية إنتاجية مستقرة تراعي انسجام المدة مع سلوكيات الاستهلاك الرقمي المعاصر.

- الفصل التطبيقي -

التحليل :

إن انتظام المدة الزمنية للحلقات ضمن مجال زمني محدود يُعبّر عن وعي تنظيمي مدروس، يأخذ بعين الاعتبار قدرة الجمهور على التركيز في ظل التشتت المعلوماتي الذي تُحدثه المنصات الرقمية. فقد أثبتت العديد من الدراسات أن المستمعين يفضلون محتوى تتراوح مدته بين 30 و 50 دقيقة، بما يسمح بتقديم تجربة غنية دون أن تكون مرهقة ذهنيًا.

وبهذا، فإن البرنامج يحقق توازنًا دقيقًا بين:

العمق السردي: أي منح الضيف مساحة كافية للتعبير عن ذاته وتجربته؛

الحفاظ على الانتباه: من خلال عدم تجاوز الحد الزمني الذي قد يفقد المستمع تركيزه أو اهتمامه.

إن اختيار المدة الزمنية المتوسطة يمنح الحلقة هيكلًا سرديًا متكاملًا، يبدأ بمقدمة تمهيدية، يتدرج في عرض التجربة أو الموضوع، ويصل إلى ذروة وجدانية أو فكرية، ثم يختم بتأمل أو خلاصة. وهذا الإيقاع الزمني المتوازن يُسهم في ترسيخ الطابع الإنساني والبنوي للبرنامج.

التعليق:

من الناحية المنهجية، لا يُمكن اعتبار الزمن المستغرق مجرد إطار تنظيمي خارجي، بل يجب النظر إليه بوصفه عنصرًا تواصليًا داخليًا يُساهم في بناء تجربة المتلقي. فالحلقات لا تُقاس بكميتها الزمنية فقط، بل بنموها السردي والتعبيري. فزمن الحلقة يُدار بوصفه وسيلة لإنتاج التفاعل، لا لملء الفراغ.

إن ثبات المدة تقريبًا (بفارق لا يتجاوز 15 دقيقة بين أقصر وأطول الحلقات) يُضفي على البرنامج هوية زمنية ثابتة، تجعل المستمع قادرًا على توقّع زمن التجربة، وهو ما يُعزز من عادات الاستماع المنتظمة، ويُساعد على خلق علاقة ثقة بين البرنامج وجمهوره.

من جهة أخرى، تُظهر بعض الحلقات الأطول قدرة البرنامج على التوسّع عند الحاجة، خاصة في الحالات التي تتطلب مساحة أكبر للتعبير أو عند استضافة شخصيات ذات مسار غني. وهذا يعكس مرونة تحريرية تُراعي الخصوصيات، دون المساس بالنسق العام.

- الفصل التطبيقي -

يُشكّل الزمن في بودكاست مع ياسين جزءاً لا يتجزأ من تصميم التجربة الإعلامية، إذ لا يُستخدم بوصفه حداً تقنياً فقط، بل وسيطاً سردياً وتنظيمياً يُتيح للمحتوى أن يُبنى بتدرج وتوازن. احترام زمن المستمع، من خلال الحفاظ على مدة معقولة ومضبوطة، يُبرز احترافية البرنامج، ويؤكد أن كل دقيقة تُوظف بدقة لخدمة الرسالة الإعلامية، دون إطناب أو اختزال محلّ.

ومن هذا المنطلق، يمكن اقتراح التوسّع مستقبلاً نحو إنتاج حلقات قصيرة (20-30 دقيقة) مخصّصة للموضوعات التفاعلية أو الفقرات السريعة، بما يُعزّز من تنوّع الصيغة الزمنية، دون الإخلال بالهوية العامة للبرنامج.

الجدول رقم (11) : يمثل اللغة المستخدم في برنامج podcast مع ياسين:

اللغة المستخدمة	التكرار	النسبة
فصحى	06	40%
عامية	06	40%
فرنسية	01	6.66%
انجليزية	02	13.33%
المجموع	15	100%

نلاحظ من خلال الجدول أن اللغة من العناصر الجوهرية في تشكيل البنية الاتصالية لأي محتوى إعلامي، لا سيما في البرامج الحوارية التي تعتمد بشكل كبير على التفاعل اللغوي بين المرسل والمتلقي. وقد أظهر تحليل محتوى الحلقات المدروسة من بودكاست مع ياسين تنوعاً ملحوظاً في استعمال الأشكال اللغوية، حيث تمّ تسجيل 15 تكراراً لاستخدام لغات مختلفة، توزّعت على النحو التالي:

اللغة العربية الفصحى: تم استخدامها في 6 مناسبات، بنسبة 40% من إجمالي الاستخدامات

- الفصل التطبيقي -

اللغة العامية الجزائرية: سجّلت كذلك 6 تكرارات، بنسبة 40%، ما يدلّ على توازن لافت بين الفصحى والعامية.

اللغة الإنجليزية: استُخدمت مرتين، بنسبة 13.33%، وجاءت غالبًا في سياقات تقنية أو ثقافية محددة.

اللغة الفرنسية: ظهرت مرة واحدة فقط، بنسبة 6.66%، وكانت وظيفتها دلالية ومقيدة بسياق اجتماعي أو ثقافي.

:التحليل

إن هذا التوزيع اللغوي يُبرز اعتماد البرنامج على ثنائية الفصحى/العامية كقاعدة لغوية رئيسية، مع إدماج محدود للغات الأجنبية (الإنجليزية والفرنسية) بشكل وظيفي. هذا التنوع يعكس توجهًا تحريريًا هجينًا، يجمع بين الرصانة التعبيرية التي توفرها الفصحى، وال عفوية التفاعلية التي تتميز بها العامية.

تُستخدم العربية الفصحى عادةً في تقديم الحلقات، أو في الشروحات والمداخلات المفاهيمية، بما يمنح الخطاب طابعًا تحليليًا ومرجعية معرفية أكاديمية. أما العامية الجزائرية، فهي الأداة الرئيسية للتعبير عن التجارب الشخصية والمواقف الذاتية، لما تحمله من طابع وجداني وانفعالي، وقدرة على تجسيد القرب من المتلقي ومخاطبته بلغة الحياة اليومية.

أما اللغة الإنجليزية، فقد وظّفت في سياقات محددة تتصل غالبًا بعوالم التكنولوجيا والتسويق الرقمي والتنمية الذاتية، حيث تُستخدم مفرداتها لغياب بدائل دقيقة لها في اللغة العربية. فيما ظهرت الفرنسية كعنصر لغوي عابر استُدعي في سياق اصطلاحات اجتماعي مألوف، ما يُظهر حساسية البرنامج للواقع اللغوي الجزائري متعدد الألسن.

:التعليق

إن التوزيع المتوازن بين الفصحى والعامية يُجسّد خيارًا واعيًا من قبل القائمين على البرنامج لتحقيق المعادلة الاتصالية المثلى بين الفعالية التأثيرية والشرعية الثقافية. فالفصحى تُضفي على الخطاب الهيبة والانضباط، بينما تمنح العامية الطابع الحيّ والديناميكي، وهو ما يُعزّز من حيوية الحوار دون المساس بعمقه.

– الفصل التطبيقي –

الاعتماد على اللغتين الأجنبية – رغم محدوديته – يُعبّر عن تفاعل البرنامج مع واقع لغوي معقد يعيشه الجمهور الجزائري، ويمارس فيه "التهجين اللغوي" بشكل يومي، خاصة بين الشباب. ومن هذا المنظور، لا يُعدّ إدماج بعض المفردات الإنجليزية أو الفرنسية مجرد زينة لغوية، بل استجابة لواقع لغوي تداولي يحتاج أحياناً إلى استعارة رموز من لغات أخرى لنقل المعنى بدقة وفعالية.

إن اللغة في بودكاست مع ياسين لا تُستخدم بوصفها أداة محايدة للتوصيل، بل بوصفها مكوّناً جوهرياً في بناء الهوية الاتصالية للبرنامج. فكل اختيار لغوي يبدو خاضعاً لحسّ تواصلٍ دقيق، يتغيّر وفقاً للمحتوى والموقف والشخصية المتحدثة. ويوحى هذا التناول بأن البرنامج يتبنى خطاباً مفتوحاً وغير مغلق لغوياً، يراعي واقعية التواصل ويوازن بين متطلبات الفهم، وضرورات العمق الثقافي.

هذا الاستخدام المتنوّع والمتّزن للغة يجعل من البرنامج نموذجاً لبرامج الإعلام الرقمي التي تُدرك أهمية المواءمة بين الشكل والمحتوى، وتُحسن توظيف الرصيد اللغوي المحلي والدولي بما يخدم الرسالة الإعلامية ويوسّع من دائرة التلقّي والاستيعاب.

الجدول رقم (12): يمثل الوسيلة التي تم عرض فيها برنامج podcast مع ياسين :

الوسيلة	التكرار	النسبة
يوتيوب	06	100%
المجموع	06	100%

تُشير فئة "الوسيلة" إلى المنصة الرقمية التي تم عبرها بث الرسالة الإعلامية وإيصال المحتوى للجمهور. وقد أظهرت نتائج تحليل الحلقات المدروسة أن جميعها نُشرت حصرياً عبر منصة "يوتيوب" بنسبة 100% (6 مرات)، مما يعكس توجهها واضحاً في اختيار القناة الاتصالية الأنسب لطبيعة بودكاست ومضمونه.

YouTube كوسيط رقمي رئيسي – 100%:

– الفصل التطبيقي –

إن الاعتماد الكلي على منصة YouTube يحمل دلالات إنتاجية واستراتيجية عدّة، يمكن تلخيصها فيما يلي:

الدمج بين المكوّنين البصري والسمعي: توفر المنصة إمكانات عالية لعرض المحتوى المرئي والمسموع في آنٍ واحد، وهو ما يتلاءم مع طبيعة البودكاست المصوّر الذي يعتمد على الحوار المدعّم بالصورة والصوت.

الوصول إلى جمهور متنوع وواسع: يُعد YouTube من أكثر المنصات استخدامًا على المستويين العربي والعالمي، ما يضمن وصول المحتوى إلى شريحة واسعة من المستخدمين ذوي الاهتمامات المختلفة.

تعزيز التفاعل والتواصل: تتيح المنصة للمستخدمين إمكانية التعبير عن آرائهم من خلال التعليقات، الإعجابات، والمشاركات، وهو ما يسهم في خلق علاقة تفاعلية بين القائم على البودكاست والجمهور، ويُسهم في تطوير المحتوى بناءً على التغذية الراجعة.

التكامل مع عناصر إنتاجية أخرى: يعزز هذا التوجه الإنتاجي من الطابع السمعي البصري للحلقات، بما ينسجم مع عناصر أخرى ظهرت خلال التحليل، مثل توظيف الصور (الثابتة والمتحركة) والمؤثرات الصوتية، ما يرسّخ نموذج "البودكاست المرئي" أو الـ Video Podcast.

التحليل:

إن اختيار منصة YouTube كوسيلة وحيدة لبث الحلقات لا يمكن اعتباره مجرد قرار تقني، بل هو انعكاس لوعي اتصالي يراعي التحولات التي يعرفها الإعلام الرقمي المعاصر. إذ تُعد هذه المنصة بيئة مثالية لعرض المحتوى التفاعلي، خاصة ذلك الذي يستهدف الجمهور الرقمي الشاب، المتعوّد على استهلاك المحتوى عبر الشاشات.

كما أن هذا الاختيار يدلّ على انخراط البرنامج في دينامية الإعلام الجديد، الذي يُراهن على تعدد الحواس في استقبال الرسائل الإعلامية (السمع، البصر، التفاعل)، وليس فقط الاكتفاء بالبث التقليدي الصوتي كما هو شائع في بعض أشكال البودكاست.

– الفصل التطبيقي –

من خلال هذا التوظيف الحصري لليوتيوب، يتضح أن "بودكاست مع ياسين" لا يكتفي بتقديم محتوى إعلامي حوارى فحسب، بل يسعى إلى صياغته في قالب بصري احترافي، يراعي الذوق الرقمي، ويوظف الوسيط التكنولوجي بكفاءة لتعزيز التأثير في المتلقي.

إن اعتماد منصة YouTube كوسيط حصري يعكس توجهًا استراتيجيًا في إنتاج البودكاست نحو الإعلام الرقمي التفاعلي، حيث يُدمج الصوت بالصورة، ويُستثمر الفضاء الافتراضي في نشر المحتوى وتوسيع نطاق انتشاره. كما يكشف عن وعي عميق بأهمية اختيار الوسيلة الإعلامية المناسبة، في ظل المنافسة الرقمية وتسارع أنماط استهلاك المحتوى لدى الجمهور المعاصر.

الجدول رقم (13) : يمثل الأصوات المستخدمة في الحلقة في برنامج podcast مع ياسين:

النسبة	التكرار	الصوت
33.33%	03	مؤثرات صوتية
66.66%	06	موسيقى
100%	09	المجموع

تشير فئة "الصوت" إلى المكونات السمعية الداخلية التي تندرج ضمن البناء الجمالي للحلقة، وتشمل بشكل أساسي الموسيقى والمؤثرات الصوتية، باعتبارها عناصر فنية داعمة للرسالة الإعلامية، تساهم في تعزيز الأثر التعبيري وتنظيم الإيقاع السردى.

الموسيقى – 66.66% (6 مرات)

– الفصل التطبيقي –

برز استخدام الموسيقى في ثلثي الحالات التي تم فيها توظيف عناصر صوتية داخلية، ما يعكس توجّها واضحاً نحو استثمار هذا العنصر لتحقيق أهداف متعددة، من أبرزها:

إضفاء طابع احتراقي على الإنتاج السمعي، بما يعزز من جودة المحتوى ويمنحه هيكلية صوتية متماسكة.

توفير لحظات انتقالية مرنة بين المحاور، ما يساهم في تسهيل عملية المتابعة على المستمع وتنظيم تدفق الأفكار.

بناء هوية سمعية مميزة للبرنامج، تجعل المتلقي يتعرّف على نمط الحلقات من خلال الإيقاع والموسيقى المصاحبة.

غالباً ما تأتي الموسيقى خلال لحظات الانتقال أو كمقدمة وختام للحلقات، ما يجعلها تؤدي دوراً وظيفياً دقيقاً، لا يقتصر على الجانب الجمالي فحسب، بل يتعدّاه إلى ضبط الإيقاع النفسي والانفعالي للمستمع.

المؤثرات الصوتية – 33.33% (3 مرات)

رغم قلة حضور المؤثرات الصوتية مقارنة بالموسيقى، إلا أن توظيفها جاء في سياقات محدّدة تخدم البنية الحوارية للبرنامج. وتتمثل أهم أدوارها في:

تعزيز المواقف أو اللحظات الحوارية المكثفة، عبر إضافة بعد تعبيرى خاص.

توفير تجربة سمعية أكثر تفاعلاً، من خلال تحفيز الحواس والانخراط في السياق دون إفراط أو إزعاج.

- الفصل التطبيقي -

هذا الاستخدام المحدود يعكس توجّهاً إنتاجياً نحو فلسفة "الاقتصاد في المؤثرات"، ما يدل على حرص البرنامج على تجنّب الإشباع السمعي أو التشويش غير الضروري.

التعليق:

يعكس ارتفاع نسبة استخدام الموسيقى توجّهاً استراتيجياً من قبل فريق الإنتاج نحو خلق "إطار شعوري" يصاحب المستمع طيلة الحلقة. فالموسيقى تُوظّف لا كزينة سطحية، بل كعنصر تعبيري عميق يضبط المزاج العام ويؤطر اللحظات الشعورية المرتبطة بسياق الحديث أو انتقالاته. هذا التوظيف يتماشى مع ما تشير إليه نظريات السرد السمعي حول دور الموسيقى في بناء الذاكرة السمعية والانخراط الوجداني.

أما المؤثرات الصوتية، فرغم محدودية استخدامها، فإن حضورها المدروس يعكس وعياً بأهميتها في تعزيز الرسائل الفرعية دون الهيمنة على البنية الصوتية الأساسية. ويبدو أن المنتج يسعى إلى تحقيق توازن بين الجمالية التقنية والهدوء السمعي، بما يخدم فلسفة البودكاست القائمة على إعطاء أولوية للصوت البشري والحوار الحقيقي.

التحليل:

- الفصل التطبيقي -

يلعب الصوت، بمكوناته الأساسية (الموسيقى والمؤثرات)، دورًا محوريًا في بناء تجربة الاستماع في بودكاست "مع ياسين". فالموسيقى ليست مجرد خلفية، بل تتحول إلى عنصر سردي مكمل، يتماهى مع المحتوى اللفظي لخلق انسجامًا تعبيريًا فريدًا. وغالبًا ما تظهر ضمن ثلاثة سياقات رئيسية:

1. مقدمة وخاتمة الحلقة: تضبط الإطار الزمني وتخلق انطباعًا أوليًا ونهائيًا.

2. الانتقالات بين المحاور: تساهم في تهيئة المستمع وتيسير متابعة تسلسل الأفكار.

3. لحظات الصمت أو التأمل: تعمق من المعنى وتفتح مساحة للانفعال الهادئ.

أما المؤثرات، فوظيفتها تكميلية، وغالبًا ما تُستعمل لتعزيز مقطع سردي أو لإبراز نقطة حوارية معينة. هذا الأسلوب يعكس مقاربة "الحد الأدنى في التصميم الصوتي"، حيث تُستثمر الموارد الصوتية لخدمة المحتوى لا لمجرد الإبهار التقني.

بناءً على هذا التوزيع، يتضح أن الصوت لا يُعامل في هذا البودكاست كعنصر خارجي أو زخرفي، بل يُعد جزءًا أساسيًا من الهوية السمعية للبرنامج، يُساهم في إضفاء طابع مألوف، منتظم، وهادئ على كل حلقة. وهنا تتجلى قدرة البرنامج على المزج بين الاحترافية الفنية والبساطة التعبيرية، ما يجعله نموذجًا للبرامج التي تُعلي من شأن المضمون دون أن تهمل جودته الجمالية.

– الفصل التطبيقي –

الجدول رقم (14) : يمثل نوع الصورة في برنامج podcast مع ياسين :

النسبة	التكرار	الصورة
%54.54	06	ثابتة
%45.45	05	متحركة
%100	11	المجموع

تشير نتائج الجدول إلى أن بودكاست "مع ياسين" يعتمد في تقديم حلقاته على نمطين بصريين رئيسيين:

الصورة الثابتة: ظهرت في 6 حالات، ما يعادل نسبة 54.54% من العينة المدروسة.

الصورة المتحركة: سُجِّل حضورها في 5 حالات، بنسبة 45.45%.

يُبرز هذا التوزيع وجود نوع من التوازن النسبي بين الشكلين البصريين، مع ميل طفيف نحو استخدام الصورة الثابتة. ويُفهم من ذلك أن البرنامج لا يتقيّد بنمط بصري موحد، بل يعتمد سياسة تنويع مرنة في توظيف الصورة، بما يتناسب مع طبيعة الحلقة، مضمونها، أو شخصية الضيف.

التعليق:

– الفصل التطبيقي –

تعكس هذه النسب توجُّهًا تحريريًا واعيًا يُفضَّل البساطة البصرية مقابل التركيز على الجوهر السمعي للمحتوى. إذ لا يُحمَل البرنامج نفسه عبء إنتاج بصري مكثَّف، بل يمنح الأولوية لمضمون الرسالة الصوتية. ومع ذلك، فإن استخدام الصورة – سواء كانت ثابتة أو متحركة – يأتي كعامل مساعد داعم للتلقي، وليس كوسيلة جمالية أو ترفيهية قائمة بذاتها.

تفوق الصورة الثابتة يُشير إلى اهتمام البرنامج بإرساء هوية صوتية متميزة ومستقلة، دون أن تغطي الصورة على تجربة الاستماع. وهذا يتماشى مع طبيعة البودكاست بوصفه وسيطًا صوتيًا في جوهره، لا يشترط الصورة كعنصر أساسي في بنائه الاتصالي.

أما توظيف الصورة المتحركة، فيُفهم منه أنه يرتبط بمقتضيات المحتوى، كالحاجة إلى التوثيق البصري المباشر، أو الرغبة في إضافة بعد تفاعلي يُعزِّز من التعبير غير اللفظي أثناء الحوار.

من منظور تحليلي، يُمكن اعتبار هذا التوزيع مؤشِّرًا على توازن مدروس بين الحفاظ على خصوصية البودكاست كمنصة قائمة على الإنصات، وبين الانفتاح الانتقائي على البعد المرئي كأداة داعمة لا مهيمنة. ويُلاحظ أن البرنامج يستخدم الصورة بحذر ووعي جمالي واضح، بعيدًا عن الاستعراض البصري أو الإفراط الإنتاجي.

كما أن الحلقات التي توظف الصورة المتحركة تُضفي طابعًا تواصلًا مباشرًا، لاسيما عندما تظهر تفاعلات الضيف، وتعايره الجسدية، وانفعالاته اللحظية. هذا ما يُعزز القرب الإنساني بين المضمون والمتلقي. ورغم ذلك، فإن الحلقات المعتمدة على الصورة الثابتة تظل أكثر انسجامًا مع طبيعة البودكاست التأملية التي تقوم على الاستماع العميق والانتباه للخطاب الصوتي.

التحليل:

يُلاحظ أن الصورة الثابتة غالبًا ما تأخذ شكل "غلاف" للحلقة، يتضمن اسم الضيف، عنوان الحلقة، وخلفية لونية تُعبر عن محتواها. وهذه الصورة تُعد بمثابة بطاقة تعريف بصرية تُمهّد للحلقة دون أن تُعيق التلقي أو تُشتت الانتباه.

هذا الشكل من التقديم يُضفي على الحلقة طابعًا هادئًا ومُترنًا، يُمكن المستمع من التركيز على الأفكار ونبرة الصوت دون تشويش بصري. وبالتالي، تصبح الصورة الثابتة عنصرًا داعمًا للهوية البصرية العامة للبرنامج، دون أن تُنافس مضمونه الصوتي.

في المقابل، يتم اللجوء إلى الصورة المتحركة في سياقات تفرض فيها طبيعة الحوار أو شخصية الضيف حاجةً إلى تواصل بصري مباشر. ويبرز ذلك خاصة في الحلقات ذات الطابع العاطفي أو الانفعالي، حيث تُسهّم تعابير الوجه، الإيماءات، والنظرات في استكمال المعنى المنطوق.

- الفصل التطبيقي -

تُساهم الصورة المتحركة أيضًا في إضفاء لحظات عفوية وحيوية داخل الحلقة، خاصة عندما تكون هذه الحركة غير مصطنعة، مثل الضحك أو الصمت المدروس أو إشارات الجسد. وهو ما يُثري التجربة ويزيد من تفاعل المشاهد/المستمع معها.

وعليه، يمكن القول إن بودكاست "مع ياسين" يتبنى مقاربة مزدوجة في توظيف الصورة، تستند إلى إدراك دلالي لوظائفها: فالصورة الثابتة تُستخدم لتعزيز الطابع التأملي والتركيزي، بينما تُوظف الصورة المتحركة لإبراز الانفعال والتفاعل الإنساني. وهذا التنوع يُجسّد فهمًا عميقًا للصورة كأداة بصرية مكّلة للصوت، تُسهم في بناء تجربة متكاملة دون أن تهيمن عليها.

3. مناقشة النتائج على ضوء التساؤلات:

❖ □ تشير نتائج تحليل بودكاست "مع ياسين" إلى أن الأثر التكنولوجي تجاوز حدود الشكل، ليطال العمق الوظيفي والقيمي للخطاب الإعلامي. فالتكنولوجيا لم تُنتج فقط وسيلة جديدة للبث (البودكاست)، بل فرضت تحوّلًا في البنية الرمزية للخطاب، بحيث لم يعد القائم بالاتصال مجرد ناقل للمعلومة، بل أصبح فاعلاً اجتماعيًا يُعيد إنتاج المعنى، ويُمارس نوعًا من السلطة الرمزية الناعمة عبر الوسيط التكنولوجي.

❖ □ فخطاب البرنامج التحفيزي، القائم على السرد الذاتي، ليس خيارًا أسلوبياً بريئًا، بل هو انعكاس مباشر لواقع تواصل مفرط في الفردانية والانفتاح الشخصي، وهي سمات فرضتها البيئة الرقمية الحديثة. التكنولوجيا هنا أعادت تشكيل أنماط التلقي، حيث يُفضّل الجمهور محتوى إنسانياً حميمياً، بعيداً عن التوجيه العمودي والمباشر، وهو ما يتوافق مع خصائص الاتصال الأفقي الذي تمنحه المنصات الرقمية.

❖ □ أما من حيث البنية الزمنية للحلقات، فإن التزام البرنامج بمدة تراوح بين 35 و45 دقيقة يُعكس فهمًا عميقًا لحدود الزمن الرقمي الذي تقيسه المنصات بمدى قدرة المحتوى على الاحتفاظ بانتباه المستخدم. فالزمن الإعلامي الرقمي أصبح زمنًا تكتيكيًا، لا يُحدّد وفق معايير تحريرية تقليدية بل وفق لوغاريتمات الانتباه الرقمي، ما يعني أن التكنولوجيا أصبحت تتحكم حتى في مقاييس العمق والسطحية داخل المحتوى.

– الفصل التطبيقي –

❖ أما على مستوى اللغة، فإن الهجين بين الفصحى والعامية يعكس تكنولوجيا فرضت شروطاً جديدة للخطاب العمومي، حيث لم يعد الخطاب المعياري هو الأكثر تأثيراً، بل ذاك القادر على التكيف مع بيئة تواصلية مفتوحة ومتعددة، تُلزم القائم بالاتصال بتقديم محتوى مفهوم، قريب، وسهل التفاعل، دون أن يسقط في الابتذال. وهذا ما يُترجم طبيعة الخطاب الإعلامي المعاد تشكيله بفعل التكنولوجيا: مرن، تكاملي، غير سلطوي، وعابر للحدود الطبقية والثقافية.

❖ أما من حيث العناصر السمعية المستخدمة، كالموسيقى والمؤثرات، فهي لم تعد مجرد إضافات جمالية، بل أصبحت جزءاً من الهوية السمعية للمنتج الإعلامي الرقمي، تُسهم في بناء المزاج الشعوري للحلقة، وتعزيز تجربة الاستماع في بيئة مزدهمة بالمشتتات. هذا يعكس كيف فرضت التكنولوجيا نماذج جديدة في الإخراج والتموقع الحسي للمحتوى، بحيث أصبح يُصمم لا للعرض فقط، بل للتجربة والانغماس.

❖ بناءً على ما سبق، يمكن القول إن بودكاست "مع ياسين" يُعد حالة تجريبية حيّة على تجسد الحتمية التكنولوجية في الممارسة الإعلامية الجزائرية الرقمية. فالنظر إلى هذا البودكاست ليس فقط كنموذج بديل، بل كحاضنة لتحولات معرفية واتصالية تُعيد بناء العلاقة بين الوسيلة والرسالة والجمهور، وتُظهر كيف أصبحت التكنولوجيا هي القوة المُشكّلة للمضمون، لا مجرد وعاء له.

4. التوصيات:

في ضوء نتائج هذه الدراسة وتحليل مضامين البرنامج الصوتي "Podcast مع ياسين"، يمكن تقديم مجموعة من التوصيات التي تُسهم في تطوير تجربة البودكاست في البيئة الإعلامية الجزائرية، وتعزيز حضور هذا الشكل الجديد من الإنتاج الإعلامي الرقمي:

❖ تشجيع صنّاع المحتوى الشباب على خوض تجربة البودكاست

ينبغي دعم الشباب المهتمين بالإعلام لتجريب البودكاست عبر تكوينات وورشات متخصصة في تقنيات الصوت والتواصل الرقمي.

❖ توفير دعم مؤسساتي لمبادرات البودكاست المستقلة

– الفصل التطبيقي –

من الضروري أن تُوفر الجهات الإعلامية والأكاديمية دعماً فنياً ومالياً للمبادرات الصوتية الفردية لضمان استمراريته وتطورها.

❖ توسيع دائرة المواضيع المطروحة في البودكاست

و ذلك بطرح مواضيع جديدة وغير تقليدية كالابتكار، والصحة النفسية، والثقافة الشعبية لإثراء المحتوى السمعي المحلي.

❖ دعم التعددية اللغوية في البودكاست

المزج بين الفصحى والعامية مع إدراج لغات أخرى كالفرنسية والإنجليزية للوصول إلى جمهور أوسع ومتعدد الخلفيات.

❖ إدراج البودكاست كموضوع بحث أكاديمي في الجامعات

فتح المجال أمام دراسة البودكاست ضمن مشاريع التخرج والبحوث العلمية في الإعلام والعلوم الاجتماعية.

❖ تطوير معايير إنتاج احترافية في البودكاست

الاهتمام بتحسين جودة الصوت والإخراج لضمان تجربة استماع احترافية تلبي تطلعات الجمهور.

خاتمة

إن تطور تكنولوجيا الإعلام و الاتصال كان له تأثيرا كبيرا في المجتمعات المعاصرة، حيث أصبحت الأجهزة الإلكترونية جزءا من حياتنا اليومية وأصبح من الضروري مواكبة التطور خاصة في مجال الإعلام والاتصال. فالإعلام لم يعد يقتصر على السرد و تقديم المحتوى وصنعه فقط، إنما إرتقى و أصبح يشكل أداة تفاعلية مع الجمهور و المشاركة . فصناعة المحتوى يعد من أهم القطاعات في هذا العصر بعد أن أصبحت الأنترنت ومواقع السوشل ميديا جزءا مهما من حياتنا اليومية، فالتنوع في المحتوى الإعلامي المقدم وتطويرة وفقا للمحتويات التي تلبي كل ما يحتاجه ويهتم به الجمهور يشكل طريقا لنجاح المحتوى.

كما أن هذا النجاح يعتمد على إنشاء محتوى ذو قيمة ويجذب الإنتباه و يبني علاقات قوية مع الجمهور، فقد أصبح إنشاء المحتوى الإعلامي ذو أهمية متزايدة بسبب مشاركة الجمهور فيه و اعتباره كمصدر للترفيه عن الأفراد من خلال مشاركتهم أفراحهم و أحزانهم.

فقد تعددت وسائل الإعلام الرقمي وتنوع أساليبه وتقنيات ممارسة الإعلام، حيث نجد تقنية البودكاست أصبحت أداة وتقنية مهمة في صناعة المحتوى الرقمي ومعتمد بشدة نظرا إلى مرونته و سهولة مواكبته وسهولة الاستخدام.

فمن خلاله أصبح بإمكان اي شخص لديه فكرة وصوت أن يصل إلى جمهور عالمي، بل يمتد ليشمل جوانب متعددة من المحتوى الرقمي، فالبودكاست وصناعة المحتوى الرقمي يشكلان دعامة أساسية لمستقبل الإعلام والتواصل وتشكيل محتوى رقمي لا يقتصر على التجديد إنما تعميق الخطاب و إيصال محتوى هادف.

قائمة المراجع

أ. الكتب

- (1) أحمد، محمد عبد الحميد. منهج البحث في الإعلام: الأسس، الإجراءات، الأدوات. ط3، القاهرة: عالم الكتب، 2009، ص 114.
- (2) عبيدات، ذوقان وآخرون. البحث العلمي: مفاهيمه وأدواته وأساليبه. ط6، دار الفكر، عمان، 2010، ص 134.
- (3) عواد، سوسن. نظريات الإعلام واتجاهات التأثير. دار اليازوري العلمية، عمّان، 2015، ص 77.
- (4) فيسك، جون. مدخل إلى فهم الاتصال الجماهيري. ترجمة: كمال المصري، مراجعة: حاتم الصكر، المنظمة العربية للترجمة، بيروت 2005، ص ف 89.

ب. المجلات:

- (1) إيمان بنت محمد بن زيد المعولية، أثر توظيف تقنية البودكاست في تنمية مهارة الاستماع في مادة اللغة الإنجليزية لدى طلاب الصف الاول بمحافظة جنوب الباطنة، المجلة الدولية للدراسات التربوية والنفسية، وزارة التربية والتعليم، سلطنة عمان، المجلد العاشر، العدد الاول، ص.172.
- (2) حميد، عبد الرحمن. (2020). صناعة المحتوى الإعلامي في البيئة الرقمية. مجلة الباحث الإعلامي، العدد 15، ص. 45-47.
- (3) الزهرة بوجفجوف، الإعلام الالكتروني والقضايا الاجتماعية في الجزائر تقنية البودكاست الفكاهي أنموذحا، مجلة الباحث العلمي، العدد 42، ص 136-145.
- (4) ولاء إبراهيم عبد الحميد حسان، توظيف تطبيقات البودكاست كمحتوى سمعي رقمي في إثراء المحتوى الوثائقي، دراسة تحليلية مقارنة بين محتوى البودكاست التابع لقنوات فضائية إخبارية، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، المجلد الثالث والعشرون، العدد الثاني، أبريل/يونيو 2024، ص 517-568.
- (5) عمرو محمد محمود عبد الحميد، تفاعل الجمهور مع محتوى البودكاست بالمنصات الرقمية وانعكاساته على مستقبل الإذاعة بالمنطقة العربية، مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، المجلد 52، العدد2، ص 158-173.

قائمة المراجع

- (6) منة الله كمال موسى دياب، التدوين الصوتي بودكاست في ضوء معايير الابتكار الإعلامي: تحليل من المستوى الثاني في الفترة 2018-2023م، المجلة المصرية لبحوث الاتصال الجماهيري، كلية الإعلام جامعة بني سويف، ص 569-614.
- (7) أمينة عبد الرحمن منى هاشم ، اتجاهات المواقع الإخبارية المصرية والعربية لاستخدام تقنية البودكاست وعلاقتها بتفضيلات الجمهور المصري ، المجلة المصرية لبحوث الاتصال الجماهيري ، كلية الإعلام ، جامعة بني سويف، مصر - ص 762-763.
- (8) وداد هارون، أحمد محمد أرياب، أهمية استخدام تقنية البودكاست في ثراء محتوى المواقع الإلكترونية للمؤسسات الإعلامية، دراسة تحليلية لعينة من البودكاست الإعلامي، مجلة اتحاد الجامعات العربية لبحوث الإعلام وتكنولوجيا الاتصال، ع 11، 2023، ص 11 - 12.
- (9) أمل بنت عبد الله الخضير، أثر استخدام البودكاست في تدريس وحدة التواصل الشفهي والاستماع على تنمية مهارات تطبيق مراحل التفكير التصميمي، مجلة العلوم التربوية والدراسات الإنسانية، ع 26، 2020، ص 10.
- (10) راضية بن جاوحدو، صناعة المحتوى الهادف في الفضاء الرقمي الجزائري: عرض لبعض النماذج الجادة والناجحة، مجلة رقمنة للدراسات الإعلامية والاتصالية، المجلد 02 العدد، 02، 2022، ص 266.
- (11) هند علوي، محمود مسرورة، اقتراح تصميم بوابة عربية لإدارة المحتوى الرقمي العربي، مجلة علم المكتبات، المجلد 12 العدد 01، ص 46.
- (12) طلال ناظم الزهيري، تعزيز ثقافة المواطنة الرقمية وأثرها في اتجاهات صناعة المحتوى الرقمي: تيك توك انموذجا، مجلة أوراق بحثية، جامعة زيان عاشور الجلفة، المجلد الثالث، العدد 01، جوان 2023، ص 96.
- (13) عطية عيساوي، تأطير صناع المحتوى على الطلبة عبر وسائط التواصل الاجتماعي، مجلة التكامل في بحوث العلوم الاجتماعية والرياضية، المجلد 5، العدد 2، 2021، ص 244.

قائمة المراجع

ج. المطبوعات الجامعية:

- 1) سمية اليعقوبي، البودكاست: متطلبات العمل وخصائص المحتوى، دراسة حالة البودكاست الجزيرة، ورقة بحثية، معهد الجزيرة للإعلام زمالة الجزيرة، 2020، ص 8-29.
- 2) ريان بن علي الحمود، البودكاست: مفهومه وإنتاجه ونشره في التعليم، كلية الإعلام، جامعة الملك سعود، السعودية، د.س، ص 1.
- 3) سوالية شهرة، خلاف منال، دور البودكاست في تفعيل عملية التعلم عن بعد، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، قسم علوم الإعلام والاتصال، جامعة 8 ماي 1945 قالم، 2023/2022، ص 18.
- 4) بسمة لببض، معالجة القضايا الراهنة في المحتوى الرقمي المسموع، دراسة تحليلية لبودكاست الجزيرة بعد أمس"، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال، تخصص: سمعي بصري، جامعة باجي مختار، عنابة، 2021/2020، ص 56.

د. المراجع الأجنبية:

- 1) McLuhan, Marshall. Understanding Media: The Extensions of Man. MIT Press, 1994, p. 7.

هـ. المواقع الإلكترونية:

- 1) <https://soundeals.com/community>
- 2) <https://www.alrab7on.com/what-is-a-podcast/>
- 3) https://jcts.journals.ekb.eg/article_345007.html
- 4) <https://elstudioo.com>
- 5) <https://www.tech-wd.com/wd/2020/01/27>

6) مقال منشور على موقع الجامعة المستنصرية، على الرابط :

https://uomustansiriyah.edu.iq/media/lectures/8/8_2022_05_09!07_50_16_AM.docx

الملاحق

الملحق رقم (01): استمارة تحليل المحتوى



الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

وزارة التعليم العالي و البحث العلمي

جامعة 08 ماي 1945 قالمة

كلية العلوم الانسانية و الاجتماعية

قسم علوم الاعلام و الاتصال و علم المكتبات



دليل استمارة استبيان

بعنوان:

البودكاست: نحو إعادة تشكيل صناعة المحتوى في الاعلام الجزائري_ دراسة تحليلية لعينة من برنامج podcast مع ياسين_ قناة النهار_

ضمن متطلبات نيل شهادة الماستر في علوم الاعلام والاتصال ، تخصص / اتصال جماهيري و وسائط جديدة

تحت إشراف :

د. تقيّة فرحي

الطلبة:

حميدة شفاء

عليوي ريان

بن عربية جيهان

السنة الدراسية : 202 /2024

أولاً: البيانات العامة للحلقة

اسم البرنامج: بودكاست مع ياسين كنطاش

عناوين الحلقات:

بودكاست مع ياسين – عبد الحليم بدران

بودكاست مع ياسين – صانع المحتوى kasoest

بودكاست مع ياسين – صانع المحتوى میناز

بودكاست مع ياسين – الداعية محمود حسنان

بودكاست مع ياسين – صانعة المحتوى حفصة محيو

بودكاست مع ياسين – الكوتش سمير بن عيسى

تاريخ النشر: مارس – أبريل – ماي 2025

مدة الحلقة:

من 35 إلى 40 دقيقة

من 40 إلى 45 دقيقة

من 45 إلى 50 دقيقة

منصة العرض:

ثانياً: وحدات التحليل

1. وحدة الحلقة

الموضوع الرئيسي للحلقة:

☐ اجتماعي ☐ ثقافي ☐ ديني ☐ تحفيزي ☐ أخرى:

مدى توافق العنوان مع المحتوى:

☐ نعم ☐ لا

الاتجاه العام للرسائل المطروحة:

☐ إيجابي ☐ سلبي ☐ محايد

هل تتضمن الحلقة دعوة لتغيير سلوك أو تبني قيمة معينة؟

☐ نعم ☐ لا إذا نعم، ما هي؟:

2. وحدة الفكرة

الفكرة الأساسية التي ركز عليها ياسين كنتاج:

☐ تحفيز الشباب لبناء مجتمع هادف ☐ صناعة المحتوى ☐ أخرى:

هل تم التعبير عن مواقف تجاه قضايا اجتماعية؟

☐ نعم ☐ لا

إذا نعم، أذكرها:

هل توجد إشارات إلى الواقع الاجتماعي أو الثقافي؟

☐ نعم ☐ لا

إذا نعم، ما هي؟:

ثالثاً: فئات التحليل

1. نوع البرنامج

☐ ثقافي ☐ توعوي ☐ تحفيزي ☐ اجتماعي

2. فئة الموضوع

☐ السيرة الذاتية والتجارب الشخصية

☐ الدعوة للوعي والنهضة الدينية والثقافية

☐ الإعلام والمحتوى الهادف

☐ قضايا الشباب والتنمية الذاتية

☐ الإسهام المجتمعي والتأثير

☐ بناء جيل متوازن ذهنياً وبدنياً

3. فئة الاتجاه

☐ خذلان الأمة العربية أمام الكيان الصهيوني – مؤيد

☐ الإعلام وصناعة المحتوى الهادف – مؤيد

☐ العودة إلى الله واجتناب المعاصي – مؤيد

☐ أهمية الحفاظ على الهوية الثقافية – مؤيد

4. فئة الشخصيات الفاعلة

☐ عبد الحليم بدران ☐ مينااز ☐ أخرى:

5. فئة الفاعلين

☐ صناع المحتوى ☐ فاعلون آخرون

6. فئة الجمهور المستهدف

☐ الشباب ☐ القراء ☐ الرياضيون ☐ صناع المحتوى ☐ السياح ☐ آخرون

7. فئة القيم

☐ اجتماعية ☐ سياسية ☐ دينية ☐ إنسانية

8. فئة الهدف الإعلامي

☐ توجيهي ☐ إعلامي ☐ إقناعي

9. فئة الأطر المستخدمة

☐ إطار التوعية ☐ إطار الحلول ☐ إطار التفاعل

رابعاً: فئات الشكل – كيف قيل؟

1. فئة الصوت والصورة

الصوت:

☐ مؤثرات صوتية ☐ موسيقى

الصورة:

☐ ثابتة ☐ متحركة

2. فئة الأنواع والأشكال الصحفية

☐ مقابلة ☐ بودكاست مرئي

3. فئة أسلوب العرض

☐ حوارى ☐ إقناعى ☐ نقدي ☐ سردي ☐ أخرى:

4. فئة اللغة المستخدمة

☐ عربية فصحي ☐ عامية ☐ إنجليزية ☐ فرنسية

5. فئة الوقت المستغرق

☐ 35 – 40 دقيقة ☐ 40 – 45 دقيقة ☐ 45 – 50 دقيقة

6. فئة الوسيلة

☐ يوتيوب ☐ إنستغرام ☐ سبوتيفاي ☐ أخرى:

الملحق الثاني: لقطات من برنامج بودكاست مع ياسين كنعاش





