

المتطلبات المهنية والتقنية لصناعة البودكاست لدى طلاب أقسام الإنتاج المرئي والمسموع في المملكة العربية السعودية: دراسة ميدانية

Skill and Technical Requirements for Podcast Industry For students of Audiovisual Production Departments in Saudi Arabia: field study

¹ * عبدالله بن سعيد الأسمرى

1- جامعة الملك عبد العزيز؛ جدة؛ المملكة العربية السعودية - asalsmri@kau.edu.sa

تاريخ الإرسال: 2023/11/10 تاريخ المراجعة: 2023/12/10 تاريخ القبول: 2024/01/01

ملخص:

تهدف هذه الدراسة إلى تحليل المتطلبات المهنية والتقنية التي يحتاجها طلاب أقسام الإنتاج المرئي والمسموع في المملكة العربية السعودية لإنتاج البودكاست، وكشف الصعوبات والتحديات التي يواجهونها في هذا المجال. يمكن أن تساعد نتائج هذه الدراسة في تحديد الاحتياجات التدريبية والتعليمية للطلاب في هذا المجال وتحسين برامج التدريب والتعليم في صناعة البودكاست وتطوير مهاراتهم وقدراتهم وتحسين جودة صناعة البودكاست، مما يساهم في تحسين الإنتاج الإعلامي والثقافي والترفيهي في المملكة. توصلت الدراسة لوجود فروق ذات دلالة إحصائية في مهارات البودكاست وفقا للمعرفة المسبقة لمفهوم البودكاست، ووفقاً لمتغير النوع، ووفقاً لمتغير الجامعة، ووفقاً لمتغير التخصص.

الكلمات المفتاحية: المهارات والتقنيات، البودكاست، أقسام الإنتاج المرئي والمسموع.

Abstract:

This study aims to analyse the skill and technical requirements needed by students of Saudi Arabia's audiovisual production departments to produce podcasts, and to reveal the difficulties and challenges they face in this field. The results of this study can help identify the training and educational needs of students in this field, improve training and education programs in the podcast industry, develop their skills and abilities, and improve the quality of the podcast industry, thereby contributing to the improvement of media, educational and entertainment production in the Kingdom. The study found that there were statistically significant differences in podcast skills according to the prior knowledge of the podcast concept, according to the gender variable, according to the university variable, and according to the specialization variable.

Keywords: Skills and Techniques, Podcasts, Audiovisual Production Departments

مقدمة:

شهدت صناعة الـ "بودكاست Podcast" تطوراً كبيراً خلال العقد الأخير، حيث أصبحت واحدة من أهم وسائل الإعلام الحديثة التي تتيح للمستخدمين تبادل المحتوى الصوتي بشكل سهل ومريح. لقد بدأ تداول عبارة "التدوين الصوتي" مطلع الثمانينات من القرن العشرين، ولكن لم يدم هذا المحتوى طويلاً بسبب الافتقار إلى وسائل توزيع التسجيلات، ما أدى إلى توقفه لمدة عشرين عاماً تقريباً. في أكتوبر / تشرين الأول 2001، أطلقت شركة "آبل Apple Inc." أول مشغل موسيقى محمول، حمل اسم "iPod"، أحدث هذا الجهاز رغم بساطته ثورة في صناعة الموسيقى، وأدى إلى بزوغ مفهوم نقل المدونات الصوتية إلى مشغل الصوت كملف بصيغة (MP3) وإمكانية تداوله وانتشاره بسهولة. في عام 2004، قام "آدم كلارك كاري Adam Clark Curry" المذيع السابق لقناة (MTV) التلفزيونية بالتعاون مع مطور البرامج "ديف وينر Dave Weiner"، بتطوير برنامج يُعرف باسم "iPodder"، مما أتاح للأشخاص حفظ المدونات الصوتية على جهاز (iPod) الخاص بهم. وفي أواخر عام 2004، ظهر أول مزود خدمة بودكاست "Liberated Syndication, Inc." (Libsyn.com). قبل نهاية العام، تجاوز عدد زيارات جوجل لمصطلح "بودكاست" 100 ألف زيارة. مع حلول عام 2005، أضافت شركة "آبل" رسمياً البث الصوتي إلى مكتبة موسيقى "iTunes" الخاصة بها. وخلال مقابلة، أوضح "ستيف جوبز Steve Jobs" كيفية إنشاء بودكاست باستخدام جهاز الماك الخاص بالمستخدم ومشاركته (الحسين، 2022).

منذ ذلك الحين، انتشرت صناعة البودكاست بشكل كبير، وأصبحت واحدة من أهم الأدوات التي يستخدمها العديد من الأفراد والشركات والمؤسسات لنشر المحتوى الصوتي. تعتمد صناعة البودكاست على شبكة الإنترنت، وتتيح للمستخدمين الاستماع إلى المحتوى الصوتي عبر الهواتف الذكية والحواسيب والأجهزة المحمولة الأخرى، كما تسمح للمنتجين بإنشاء محتوى صوتي متنوع يتناول مواضيع مختلفة، بما في ذلك الأخبار والترفيه والتعليم والثقافة والأعمال والتسويق. وبالنظر إلى التطور التاريخي لصناعة البودكاست، فإننا قد شهدنا تغييرات كبيرة في الفترة الأخيرة، حيث أصبحت أكثر انتشاراً، وتطورت التقنيات والأدوات المستخدمة في إنتاجها وتوزيعها. وتشير الإحصائيات إلى أن صناعة البودكاست تشهد نمواً مستمراً، حيث تتوقع بعض التقارير أن يصل عدد المستمعين إلى أكثر من 160 مليون شخص في الولايات المتحدة الأمريكية في عام 2023، وسوف يستمر نمو الصناعة في العديد من الأسواق العالمية الأخرى، وبالتالي، فإن دراسة صناعة البودكاست والتطور التاريخي لها تعتبر مهمة لفهم هذه الوسيلة الحديثة للإعلام والترفيه والتعليم، ولتحليل تأثيرها على الثقافة والمجتمع والأعمال.

مشكلة الدراسة:

تعد صناعة البودكاست من الصناعات الناشئة التي تحظى بشعبية كبيرة في الوقت الحالي، حيث يعتبر هذا النوع من المحتوى السمعي والمرئي وسيلة فعالة لنشر المعلومات والأفكار والآراء. ومن بين المهتمين بهذا المجال العديد من طلاب أقسام الإنتاج المرئي والمسموع في المملكة العربية السعودية، الذين يسعون لتطوير مهاراتهم وتقنياتهم في إنتاج البودكاست. ومن هذا المنطلق تأتي هذه الدراسة لرصد المفاهيم الأساسية الخاصة بصناعة البودكاست وتحليل المتطلبات

المهارية والتقنية التي يحتاجها طلاب أقسام الإنتاج المرئي والمسموع في المملكة العربية السعودية لإنتاج البودكاست مقارنة بطلاب الإعلام في تخصصات أخرى وفي ضوء بعض السمات الديموغرافية والتي شملت النوع والجامعة والتخصص. من هنا تمخضت مشكلة الدراسة التي تهدف إلى الإجابة على سؤال محوري مرده:

ماهي المتطلبات المهارية والتقنية لصناعة البودكاست لدى طلاب أقسام الإنتاج المرئي والمسموع في المملكة العربية السعودية؟

أهمية موضوع الدراسة:

يمكن القول إن هذه الدراسة لها أهمية علمية وتطبيقية كبيرة، حيث تساهم في تحسين مستوى صناعة البودكاست في المملكة العربية السعودية وفهم متطلبات المهارات التقنية والفنية لدى طلاب أقسام الإنتاج المرئي والمسموع في الجامعات السعودية. فأمّا من الناحية العلمية، تساعد هذه الدراسة على تحليل مستوى الإلمام التقني والمهاري لدى الطلاب في مجال صناعة البودكاست، لتحديد الصعوبات والتحديات التي يواجهونها في هذا المجال، مما يساعد في تحسين الأساليب والتقنيات المستخدمة في صناعة البودكاست وتطوير مهارات الطلاب في هذا المجال، وأما من الناحية التطبيقية، تساعد هذه الدراسة في تحسين جودة صناعة البودكاست في المملكة العربية السعودية وتطوير قدرات الطلاب في هذا المجال، مما يساهم في تحسين الإنتاج الإعلامي والتثقيفي والترفيهي في المملكة. وبالإضافة إلى ذلك، يمكن أن تساعد نتائج هذه الدراسة في تحديد الاحتياجات التدريبية والتعليمية للطلاب في هذا المجال وتحسين برامج التدريب والتعليم في الجامعات السعودية.

أهداف الدراسة:

تسعى هذه الدراسة إلى تحقيق جملة من الأهداف نذكرها كالآتي:

- رصد الخلفية المعرفية أفراد العينة حول البودكاست ومنصات النشر.
- تحديد مدى وعي عينة الدراسة بالمتطلبات المهارية لصناعة البودكاست.
- تحديد مدى وعي عينة الدراسة بالمتطلبات التقنية لمرحلة إنتاج البودكاست.
- التعرف على مدى وعي عينة الدراسة بالمتطلبات الإنتاجية لصناعة البودكاست.
- تحديد مدى فهم عينة الدراسة لأساليب تقديم حلقات البودكاست.
- التعرف على مدى وعي العينة بأساليب وطرق اختيار عناوين وتسمية حلقات البودكاست.
- رصد السمات الديموغرافية لعينة الدراسة من حيث (النوع، والتخصص، والجامعة).

المبحث الأول: الإطار النظري للدراسة.

أولاً: تطور تاريخ البث الإذاعي وصولاً إلى البودكاست.

قبل الانتقال إلى عالم البودكاست، لابد من الإشارة إلى عصر الراديو والأمواج اللاسلكية، والتي يتطلب منا العودة في الزمن لما يقرب من 150 عامًا، حيث كانت أولى المحاولات التجريبية لمجموعة من العلماء والمبدعين. في عام 1864، استفاد العالم الأسكتلندي "جيمس ماكسويل James Clerk Maxwell" (1831-1879) من تقنيي الهاتف والبرق في التعمق أكثر في خصائص الموجات الكهرومغناطيسية. ثم توصل العالم الإيطالي "غوليلمو ماركوني Guglielmo Marconi" (1874-1937) إلى اختراع استطاع من خلاله بث أول الموجات الإذاعية من بريطانيا سنة 1896، وتبعه المخترع الكندي "رينالد فيسيندين Reginald Fessenden" (1866-1932) في بدايات القرن العشرين بإرسال موجات صوتية لاسلكية من الولايات المتحدة الأمريكية. وفي عام 1908 استخدم المخترع الأمريكي "لي دي فورست Lee De Forest" (1873-1961) برج إيفل في باريس للإرسال الإذاعي (جون، 1986). وفي ظل سيطرة البيئة الرقمية الجديدة والاعتماد المتزايد على شبكات التواصل الاجتماعي في صناعة المحتوى الرقمي، أصبحت وسائل الإعلام والاتصال تحاول مواكبة التكنولوجيا ضمن منظومة المحتوى الرقمي التي تستحوذ على اهتمام الجمهور، وكتيجة لهذه المحاولات ظهرت تقنية البودكاست كبديل للتدوين الصوتي المعتادة بأسلوب إبداعي جديد، مستقطبة المستخدم عبر منصات افتراضية عنوانها الأول الإنترنت، وأجهزتها كثيرة تعدى الحاسوب إلى الأجهزة الذكية بجميع أشكالها، وإضافة لذلك، أصبحت هذه الوسيلة الاتصالية اليوم مجالاً إعلامياً ثرياً للتحويل نحو المحتوى السمعي المتمتع المتجاوز لعملية السرد، والعاير للتجارب اليومية (اليقوي، 2020).

1- الفرق بين الإذاعة والبودكاست:

تسمح الإذاعة بخلق مناخ حميمي مع المستمع أكثر من أي وسيلة تواصل أخرى. لقد تفتّن إلى ذلك الرئيس الأمريكي "فرانكلين روزفلت Franklin Delano Roosevelt" (1882-1945) منذ سنة 1930، حينما بث عبر موجات الإذاعة برنامجاً بعنوان "دردشات حذو المدفأة" (1933-1944). لكن ازدهار البودكاست منذ بضعة سنوات أتاح تجديد العلاقة بين المذيع والمستمع. إن تجديد هذه العلاقة نتج عن عاملين اثنين؛ فمن جهة، أصبح المتلقي يستمع إلى البودكاست بمفرده، غالباً باستعمال سماعات الرأس أو السماعات الفردية، وهو ما يسمح بمخاطبة المستمعين بالهمس في آذانهم. ومن جهة أخرى، فإن المستمع للبودكاست هو الذي يختار المادة الإعلامية بنفسه. وعلى عكس المذيع الذي يضطر إلى بذل كل الجهد لثني المستمع عن الانتقال إلى مادة أخرى، فإن منتج البودكاست مُتأكد من أن المتلقي يرغب في الاستماع إليه، مما يسمح له بأن يكون هادئاً وصادقاً، كما يسمح لجمهوره بالتعاطف معه أكثر.

إن اكتشاف بودكاست جديد أصبح لدى البعض شبيهاً بصداقة جديدة، وهو ما يُمثل عدداً هائلاً من الأصدقاء بالنظر إلى الـ 700.000 بودكاست المتوفرة في "آي تونز iTunes" التابعة للعلاقة "آبل Apple"، أكبر منصة في هذا القطاع. تعود نشأة البودكاست إلى سنة 2004. كان الأمر آنذاك يتمثل فقط في ابتكار تكنولوجيا يسمح للمحطات الإذاعية بث برامجها بشكل غير مباشر. فكان بإمكانها نشر البودكاست على شبكة الإنترنت، وبإمكان المستمعين تحميلها حسب ما يناسبهم. ومصطلح "بودكاست" هو إدغام كلمتي "آي بود iPod" (المشغل المحمول الذي اخترعته شركة آبل الأمريكية الذي يسمح للمستخدمين بتنزيل الملفات الصوتية) و"بودكاست" (التي تعني

البث باللغة الإنجليزية). وعبارة "بودكاست" التي جاء بها الصحفي "بين هاميرسلي Ben Hammersley" من صحيفة "الغارديان The Guardian" البريطانية، هي مصطلح يعكس هذه الخصائص.

بالرغم من أن البعض يعتقد أنهما مصطلح واحد، إلا أن هناك اختلافات عدة بين الراديو والبودكاست، تتمثل أولاً بتاريخ الصلاحية ما بعد النشر، فالمحتوى المنشور على الراديو يصعب الحصول عليه مرة أخرى، بالمقابل فإن البودكاست يعتمد على محتوى مسجل ومؤرشف عبر الإنترنت. ثانياً؛ الراديو يركز على خاصية البث المباشر والمواضيع المرتبطة بالوقت الحاضر، والتي تختلف عن خدمة البودكاست التي تكون مسجلة مسبقاً ولا تعتمد على المداخلات الحية من الجمهور. وبالحديث عن الجمهور، فإننا ننتقل للنقطة الثالثة؛ إذ يستهدف الراديو جمهوراً أوسع وأشمل بمحتوى متعدد، في حين يستهدف البودكاست جمهوراً محدداً مهتماً بقضية معينة، مما يتيح له خاصية الاختصاص (شاهين، 2021). بصورة عامة، يتنشر البودكاست اليوم في العالم دون حدود، حيث يمكن لأي شخص إنتاج البودكاست الخاص به بالاعتماد على الجزء اليسير من التكنولوجيا المتوفرة لديه؛ كجهاز الحاسب الآلي وبرامج المونتاج الصوتية المتوفرة على شبكة الإنترنت.

يمكن اعتبار الأعوام الأخيرة الأكثر ازدهاراً في مسيرة البودكاست منذ ظهوره لأول مرة. ويشكل العنصر المعرفي في تجربة البودكاست أساساً للمحتوى، فهو متصل بقناعات الجمهور بأن ما سيجده مهم ومفيد له بالضرورة. وفي المقابل، كانت وسائل الإعلام التقليدية كالتلفزيون والإذاعة مجسدة لنيل اهتمامات الجمهور بصورة محددة، حيث تبدو الرسالة عائمة في عالم البث كما أن الاتهامات موجهة لوسائل الإعلام لخلقها قيود تحريرية مستمرة على المحتوى الإعلامي، في حين يقدم البودكاست نفسه على أنه منتج مخصص لمن يطلبه من الجماهير. وعلى هذا الأساس، يعكس البودكاست بصورته المعقدة نحو معيارية المحتوى، وانسجامه مع متطلبات الصحافة الإلكترونية من تفاعلية ورجوع صدى، مجالاً جدياً نحو التخلص من القيود التقليدية للمؤسسات الإعلامية (اليعقوبي، 2020).

2- أنواع البودكاست:

هناك العديد من أنواع البودكاست المتاحة، وفيما يلي نذكر أبرز أنواع البودكاست المعروفة ومميزات كل منها:

2-1- بودكاست المقابلات: تتضمن مضيفاً أو اثنين يستمعان ويتحدثان إلى ضيف واحد أو أكثر، حول موضوع ما. ميزتها الأساسية هي إمكانية طرح العديد من النقاط والأفكار المتنوعة، لكنها تحتاج إلى وقت إضافي لتنظيم مواعيد الاجتماع مع الضيوف.

2-2- بودكاست المحادثات: هنا يلعب مضيفين اثنين دور المتحدثين، حيث يتناقشان فيما بينهما عن مواضيع مختلفة بشكل مشابه للمحادثات بين مذيعين على الراديو.

2-3- بودكاست المحادثة الفردية: فيها يلعب مضيف واحد فقط دور الطارح للموضوع المتحدث عنه بالتفصيل، بالطبع يجب أن يكون الموضوع عميقاً، ويكون الشخص المتحدث متخصصاً أو خبيراً في ذلك الموضوع.

4-2- بودكاست القصص: المؤدي في هذا النوع من صناعة البودكاست مضيف أو أكثر ويقوم بدور راوي القصص، حيث يقص في كل حلقة قصة ذات مغزى، تقدم عبرة وفائدة للجمهور حول موضوع معين.

5-2- بودكاست الطاولة المستديرة: سميت بذلك لأنها تتضمن أكثر من ثلاثة مضيفين يتحدثون حول موضوع معين، كما لو كانوا على طاولة مستديرة لمناقشة أمرٍ ذو أهمية للمتابعين.

6-2- البودكاست المسرحي: شبيه ببودكاست القصص، إلا أن المضيف هنا يلعب أدوار الشخصيات بشكل حي عبر تغيير الأصوات والنبرات، بمعنى أنه لم يعد راوٍ للقصة، وإنما يتقمص دور الشخصيات بنفسه (حوري، 2022).

3- مهارات صناعة البودكاست:

انطلاقاً مما سبق، يمكن القول بأن صناعة البودكاست تعتبر واحدة من أسرع الوسائل الناجحة في الوصول إلى جمهور واسع في العالم الرقمي الحديث، كما أنه يمكن لأي شخص إنشاء بودكاست بسهولة باستخدام الأدوات والتقنيات المناسبة. ومع ذلك، فإن صناعة البودكاست تحتاج إلى مهارات تقنية وفنية متقدمة لإنتاج محتوى عالي الجودة وجذاب للجمهور من أجل تحسين تجربة المستمع. وفيما يلي بعض المتطلبات المهارية والتقنية الأساسية لصناعة البودكاست:

3-1- التخطيط والإعداد: تتطلب صناعة البودكاست التخطيط الجيد والإعداد الأساسي؛ مثل تحديد الهدف من البودكاست واختيار موضوع المحتوى والمستمعين المستهدفين.

3-2- تحرير الصوت: يتطلب إنتاج بودكاست صوتي جودة صوت عالية وتحرير صوتي متقن، ويمكن استخدام البرامج المختلفة لتحرير الصوت مثل: (Audacity و GarageBan).

3-3- الإنتاج الفني: يتطلب إنتاج البودكاست الفنيات اللازمة مثل الموسيقى والتأثيرات الصوتية والعروض الإعلانية وغيرها، ويمكن استخدام عدد من البرامج المختلفة لإنتاج هذه العناصر.

4-3- الإدارة والتوزيع: تتطلب صناعة البودكاست إدارة الإنتاج وتقديم الحلقات بشكل منتظم وتوزيعها على منصات مختلفة مثل: (Spotify, Apple Podcasts)، وغيرها.

ويمكن القول إن صناعة البودكاست تعتمد على مجموعة من المهارات التقنية والفنية المتقدمة لإنتاج محتوى جذاب وعالي الجودة. ويجب على الشخص الذي يرغب في صناعة البودكاست أن يتعلم ويتطور في هذه المهارات لتحقيق النجاح في هذا المجال (Santos, 2023).

4- البرامج والتطبيقات اللازمة لصناعة البودكاست:

تتطلب صناعة البودكاست استخدام بعض البرامج والتطبيقات المهمة لتحرير الصوت والإنتاج الفني والتوزيع والتسويق وغيرها. وفيما يلي بعض البرامج والتطبيقات الأساسية التي يمكن استخدامها لصناعة البودكاست:

4-1- برنامج (Audacity): وهو برنامج مجاني ومفتوح المصدر يستخدم لتحرير الصوت وتعديله وتنقيته، ويتضمن أدوات لتحسين جودة الصوت وتطبيق التأثيرات الصوتية وغيرها.

- 4-2- برنامج (GarageBand):** وهو برنامج متاح لأجهزة (Mac) ويستخدم لتحرير الصوت وتنقيته وإضافة المؤثرات الصوتية، كما يمكن استخدامه لإنتاج الموسيقى والتأثيرات الصوتية الأخرى.
- 4-3- برنامج (Hindenburg Journalist):** ويستخدم لتحرير الصوت وتنقيته وإضافة التأثيرات الصوتية، كما يتضمن أدوات لتحسين جودة الصوت وتحليله ويمكن استخدامه لإنتاج بودكاست بشكل سهل وسريع.
- 4-4- تطبيق (Anchor):** ويستخدم لإنتاج البودكاست وتحريره ونشره وتوزيعه في أكثر من منصة، كما يتضمن أدوات لتحسين جودة الصوت وإضافة المؤثرات الصوتية وغيرها.
- 4-5- تطبيق (Canva):** ويستخدم لتصميم الصور والملصقات والعروض التقديمية وغيرها، ويمكن استخدامه لتصميم صور وملصقات دعائية لترويج البودكاست.
- 4-6- تطبيق (Headliner):** ويستخدم لإنشاء مقاطع فيديو قصيرة للبودكاست وتحميلها على منصات التواصل الاجتماعي، كما يمكن استخدامه لإنشاء عروض ترويجية قصيرة للبودكاست (Santos, 2023).
- ثانيا: عرض الدراسات السابقة.**

تسعى عملية مراجعة التراث العلمي للوقوف على أبرز الجوانب النظرية والمنهجية المتعلقة بالمتغيرات محل الدراسة والمتمثلة في المتطلبات المهنية والتقنية المتعلقة بصناعة البودكاست بما يساهم في توجيه التصميم المنهجي للدراسة الحالية.

- دراسة (Eroğlu, 2023):

هدفت هذه الدراسة إلى رصد الكلمات المفتاحية في أطروحات الدراسات العليا حول البودكاست، ولتحقيق هدف الدراسة، تم الاعتماد على المنهج النوعي. وباستخدام تحليل الوثائق تكونت عينه الدراسة من (17) أطروحة دراسات عليا، و(13) ماجستير و(04) دكتوراه، تم الحصول عليها من قاعدة بيانات المركز الوطني للأطروحات التابع لمجلس التعليم العالي التركي. تم حفظ الأطروحات المدروسة بصيغة مفتوحة، وتخزينها في برنامج إكسل وتصنيف معلوماتها؛ كالمؤلف، ونوع البرنامج، والسنة، والكلمات المفتاحية. تم استخدام التحليل الوصفي لتحليل البيانات. وأظهرت نتائج الدراسة أن عدد كلمات موضوعات أطروحات الدراسات العليا كان كافياً، وأن الكلمات المفتاحية تعكس موضوع البحث وفقاً لمعايير (APA)، حيث تم استخدام إجمالي (23) كلمة مفتاحية متعلقة بالبودكاست، ولكن الكلمات المفتاحية كانت غير كافية من حيث دلالاتها على الأسلوب وعينه الدراسة والنتائج أو الاستنتاجات. تنوعت مجالات الأطروحات فعند دراسة موضوع أربع أطروحات دكتوراه مكتوبة حول البودكاست، لوحظ أنه تم التحقق من أطروحتين حول مهارات اللغة في تدريس اللغة الإنجليزية، وأطروحتين حول مهارات اللغة في تدريس التركيبة كلغة أجنبية. وعند النظر في أطروحات الماجستير، كتبت أطروحتان في مجال الإذاعة والتلفزيون والسينما، وثلاث أطروحات في مجال الصحافة، وأطروحة واحدة في مجال الإعلام والدراسات البصرية، وأطروحة واحدة في مجال علم الاجتماع، و(07) أطروحات في تعلم وتدريس اللغة الإنجليزية/الألمانية.

- دراسة (Lindgren, 2023):

هدفت هذه الدراسة النوعية إلى تحليل عينة مكونة من (11) بودكاست الصحفية المترشحة والفائزة بجوائز البودكاست الأسترالية والبريطانية لعام 2019، وذلك من خلال إطار معايير الصحافة السردية، مع التركيز على استخدام العواطف والتقنيات لبناء تجارب الحميمية. تتم تطبيق هذه الدراسة من خلال مفهوم عمل الصوت، لفهم تأثير الصوت على السرد الصحفي والبودكاست كنوع ناشئ ومستحدث من الصحافة. وتوصلت هذه الدراسة إلى أن بودكاست الأخبار الحائزة على الجوائز تتميز بالطابع الشخصي والتي تظهر فيها الحميمية في صياغة الصوت. وعلى العكس من المعايير الصحفية، يستخدم بودكاست الصحافة عناصر السرد القصصي المتمحورة حول العواطف والتقارير من منظور شخصي لبناء علاقات حميمة بين الصحفي والمستمع.

- دراسة (السريتي، 2022):

جاء هذا البحث للكشف عن استخدام النخبة الإعلامية لموقع البودكاست والإشباع المتحققة منه. وتنطلق مشكلة البحث من تساؤل رئيس عن مدى الإشباع المتحققة للنخبة الإعلامية من استخدام تطبيقات البودكاست. ويعد هذا البحث من البحوث الوصفية، والتي اعتمدت على أداة الاستبانة لجمع بيانات العينة؛ والتي شملت أساتذة من كليات الإعلام، والعاملين بوسائل الإعلام المختلفة على مستوى الدولة الليبية. وأوضحت نتائج الدراسة أن النخبة الإعلامية تستخدم تطبيق البودكاست بنسبة متوسطة امتدت على مدار عام. كما أظهرت النتائج أن النخبة الإعلامية تفضل المضامين المتنوعة. وتصدر دافع الحصول على الأخبار الدوافع وراء استخدام تطبيقات البودكاست، فيما جاء في المركز الثاني تعلم خبرات جديدة من الآخرين.

- دراسة (Nee & Santana , 2022):

في ضوء تصدر جائحة فيروس كورونا العناوين، وفي الوقت الذي بدأت فيه المؤسسات الصحفية في إضافة المزيد من قوالب وحلقات البودكاست إلى منصاتها الرقمية، بدا أن هذا الشكل الشائع من الصحافة الصوتية غير مقيد بممارسات الصحافة التقليدية وقيود المواعيد النهائية والمساحة. وحتى الآن لم تبحث العديد من الدراسات الأكاديمية ضمن المشهد الصحفي خصائص ومكانة البودكاست الإخباري؛ أي البرامج التي تم إنشاؤها من قبل المؤسسات الصحفية المهنية. ومن خلال تحليل محتوى (40) حلقة من بودكاست الأخبار المتعلقة بجائحة كورونا، تستكشف هذه الدراسة في العينة محل الدراسة مدى تضمين عناصر السرد القصصي؛ كالصوت، وتطور الشخصيات، وإعداد المشاهد، والحوار، والتوتر الدرامي، وعناصر أخرى مثل الرأي. وأظهرت النتائج أن جميع الحلقات باستثناء واحدة استخدمت عناصر السرد القصصي، ولكن درجة التحرير والإنتاج تختلف بشكل كبير. كما تظهر النتائج تحولاً عاماً بعيداً عن المعايير الصحفية للموضوعية، والتوجه نحو التقارير التفسيرية في هذا الشكل الناشئ. كما يظهر المراسلون والمضيفون في الحلقات كشخصيات وخبراء، وتستخدم عناصر السرد لتشجيع السرد بدلاً من المحتوى.

- دراسة (مختارية، 2021):

هدفت هذه الدراسة إلى تسليط الضوء على فنيات الدوبلاج باعتباره أداة تواصلية كلامية. ونظراً لحاجة الإنسان للتواصل مع غيره جاء هذا الفن ليقوم بدوره في التفاهم بين الشعوب. ركزت الدراسة على التعرف على فنيات الأداء الصوتي أثناء تسجيل الدوبلاج، والتي تشمل الجوانب الفنية والتقنية. وخلصت الدراسة إلى مجموعة من النتائج؛ من أهمها أن المؤدي الصوتي يعتمد على طبيعة صوته التي تختلف من مؤدي إلى آخر، وفصاحة لسانه، وطريقته الإبداعية في إلقاء الجمل والتي تخدم سياق المعنى في الصورة.

- دراسة (اليقوي، 2020):

اهتمت هذه الدراسة بتحليل تجربة بودكاست الجزيرة من حيث متطلبات العمل وخصائص المحتوى الذي يقدمه للمستخدمين. وتضمنت الدراسة تحليل مضمون كمي لعينه عشوائية بلغ عددها عشر حلقات في بودكاست "بعد أمس" اليومي؛ وهو أحد البرامج المقدمة عبر منصة بودكاست الجزيرة. واعتمدت الدراسة أداة المقابلة المعمقة. وأشارت نتائج الدراسة إلى أن مضمون بودكاست "بعد أمس" يركز على إعادة تقديم المعرفة السياسية وفق الاتجاهات التحريرية لمؤسسة الجزيرة، اعتماداً على قالب المعلوماتي الحواري، حيث يولي هذا البودكاست الاهتمام بقضايا الدول والشخصيات الفاعلة في أجندة الأخبار اليومية، معتمداً على الخبراء والسياسيين والصحفيين الميدانيين، ومركزاً الاهتمام على الآراء والتجارب التي تحفل بها مؤسسة الجزيرة. ومن الواضح أن البودكاست قد اعتمد على المقاطع الإخبارية الصوتية مصدراً مسانداً للمعلومات. وأشارت النتائج أيضاً إلى الجوانب الشكلية للبودكاست، حيث يعتمد السياق الزمني والمرحلي للبودكاست على عرض القضية تمهيداً للتقدم نحو جسد القضية المطروحة عبر التصعيد وعرض الجوانب المتصلة بها والإشكاليات والفاعلين فيها، وانتهاءً بخاتمة القضية عبر طرح الجوانب المستقبلية المرتبطة بها ومساراتها القادمة.

- دراسة (Perks & Turner, 2019):

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على الاستخدامات والإشباع المتحققة لدى عينة من الجمهور المستمع للبودكاست. أظهرت نتائج الدراسة أن أسباب الاستماع للبودكاست تمثلت في كون البودكاست قابل للتخصص من حيث طبيعة الموضوعات والمدة الزمنية، كما أن البودكاست يوفر إمداداً لا نهائياً من المحتوى الجذاب الذي يصاحب المستمعين، مما يتيح لهم أن يكونوا منتجين بطرق مختلفة ومثيرة للاهتمام. وكذلك أظهرت نتائج الدراسة قدرة البودكاست على خلق علاقات تشاركية مع مقدمي هذا النوع من الفنون الصحفية.

- دراسة (خطاب، 2017):

هدفت هذه الدراسة إلى تحديد السلوك الاتصالي للشباب المصري في علاقته بالتقنية المتطورة والمتمثلة في البودكاست، خاصة بعد أن أصبح الإعلام الرسمي والخاص لا يستجيب لاحتياجاته المعرفية والاتصالية، وانحسار المجال العام والفضاءات التقليدية. وطبقت الدراسة في الفترة ما بين 25 مارس إلى 25 مايو 2017 على عينة قوامها (420) مفردة ممن يستخدمون البودكاست، واعتمد في جمع بيانات الدراسة على أداة الاستبانة. وخلصت الدراسة إلى مجموعة

من النتائج من أهمها أن الشباب المصري يستخدم تقنية البودكاست باعتبارها إعلاماً بديلاً للقنوات التقليدية، وتتميز بالسهولة في التعاطي معها والحصول على المعلومة وقلة تكلفتها فهي في الغالب خدمة مجانية، وأن القائم بالاتصال في (البودكاست) يتميز عن القائم في الاتصال في وسائل الإعلام التقليدية بأسلوب عرض وتقديم ما يطرحه من مواضيع تلمس واقعهم بطريقة ساخرة أو فكاهية، وهذا المزج بين النقد والسخرية يغيب بشكل ما عن القائمين بالاتصال في الوسائل التقليدية حيث الجدية تغطي على كيفية طرحهم للموضوعات.

- دراسة (Berry, 2016):

هدفت هذه الدراسة إلى رصد البدايات الحقيقية لانتشار البودكاست، وأظهرت نتائجها أن العام 2004 كان البداية الحقيقية لانتشار هذا النوع من القوالب، وساهم في سعة انتشاره التطور في أدوات إنتاج الوسائط ووسائل ومنصات توزيع العمل الإعلامي بحرية دون التقيد بالكيانات الإعلامية ذات السيطرة على سوق العمل الإعلامي، وباستخدام تقنيات وبرامج مفتوحة المصدر متاحة دون اللجوء إلى الاستوديوهات الإذاعية. وأشارت الدراسة إلى أن هذه الحركة تهدد - بشكل فعلي - بتعطيل النظام الإعلامي الهرمي المعتاد عليه.

- دراسة (Bonini, 2015):

هدفت هذه الدراسة إلى استعراض وتحليل تاريخ البودكاست كممارسة ثقافية خاصة بإنتاج واستهلاك المحتوى الصوتي الرقمي. وخلصت الدراسة إلى أن البودكاست دخل في مرحلة جديدة من تطوره، حيث بدأ في توليد سوق خاص به ولم يعد مجرد مكمل للإذاعة، وإنما بديل لها؛ وذلك بالتحول نحو احتراف إنتاج المحتوى وتطبيع استهلاكه. كما تتميز هذه المرحلة، التي أطلق عليها اسم "عصر البودكاست الثاني"، بتحول البودكاست إلى ممارسة إنتاجية تجارية ووسيط للاستهلاك الجماهيري، حيث بدأت في الولايات المتحدة في العام 2012، مع إطلاق أول النماذج التي كانت قادرة على دعم الإنتاج والاستهلاك المستقل للمحتوى الصوتي الموزع عبر البودكاست. كما أظهرت النتائج أن البودكاست دخل في مرحلة جديدة من تطوره، حيث يتحول إلى قناة جديدة لتوزيع المحتوى الصوتي بشكل مربح، ويتميز هذا التحول بزيادة جودة البودكاست المتاحة واستخدام الهواتف الذكية وشبكات التواصل الاجتماعي المبنية على الصوت. وقد أدى كل ذلك إلى ظهور سوق جديد للبودكاست ساهم في تطور الإعلام الرقمي، بل ويمكن القول إنه يشكل تحولاً جديداً في صناعة الإعلام بشكل عام.

- دراسة (يونس، 2014):

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على التوظيف الإبداعي لعنصر الصوت وذلك باستخدام الحوار أو الدوبلاج أو التعليق أو المونولوج أو الصوت خارج الكادر أو الصوت المتداخل. ويهتم هذا البحث أيضاً بدراسة الأنواع المختلفة لهذه الصوتيات على وجه العموم من خلال دراستها في السياق العام للعمل الإذاعي (الفني، ودراسة تقنية فن الدوبلاج على وجه الخصوص من الناحية الحرفية والنظرية. ويطبق هذا البحث علم السيمولوجيا للصوتيات وتأثيره على المتلقي العربي. وأشارت نتائج الدراسة إلى أن الصوت الموهوب يعتمد على التركيز الذهني والقدرة على الأداء التمثيلي

التعليق على الدراسات السابقة:

من خلال مراجعة التراث العلمي المتعلق بصناعة البودكاست سواء على مستوى الدراسات العربية أو الأجنبية يتضح التالي:

- أن الدراسات التي تحلل تأثير البودكاست على مستمعيها تركز عادة على فهم سلوك المستمع وتأثير البودكاست على الإشباع المتحقق لديه، في حين أن هناك دراسات ركزت على تحليل المحتوى، والأساليب المستخدمة في البودكاست، وتحليل الموضوعات والأفكار التي يتم تناولها، في حين ركزت بعض الدراسات على تحليل الجوانب التقنية لإنشاء البودكاست. وبالتالي لم تتطرق أي من هذه الدراسات لموضوع الاحتياجات أو المهارات التدريبية المتعلقة بصناعة البودكاست أو تحليل تطبيقات البرامج والأدوات المستخدمة في إنتاج البودكاست مما يعطي الدراسة الحالية نقطة قوة للانطلاق منها.

- يلاحظ على الدراسات السابقة تنوع المنهجيات بحسب الأهداف فبعضها كان ميدانياً، مثل (السريتي، 2022)، و(Perks & Turner, 2019)، و(خطاب، 2017)، والبعض الآخر كان متعلقاً بالتحليل الكمي والكيفي مثل (اليقوي، 2020)، و(Lindgren, 2023)، و(مختارية، 2021). بينما انحصرت دراسات أخرى في رصد التطور التاريخي للمفهوم بأساليب وطرق متعددة مثل(Berry, 2016)، و(Bonini, July 2015)، و(Eroğlu, 2023).
- بشكل عام يلاحظ ندرة الدراسات السابقة وخاصة العربية منها التي تتعامل مع إشكالية ومفهوم البودكاست باعتباره أحد الفنون الصحفية والإعلامية التي أوجدتها المنصات الرقمية وما يترتب على ظهور هذا المصطلح من ظواهر بحثية تستحق الدراسة.

ثالثاً: مفاهيم الدراسة.

1- المتطلبات المهنية والتقنية لصناعة البودكاست:

هي المهارات الضرورية التي يحتاجها المنتجون والمضيفون وفريق الإنتاج لإنتاج بودكاست ناجح. وتشمل هذه المهارات؛ مهارات التحدث والتعبير بوضوح وجذب الاهتمام، والتحكم في مستوى الصوت والتأكد من جودة الإنتاج الصوت، بالإضافة إلى مهارات اختيار المواضيع والضيوف بشكل جيد والتسويق للحلقات، إضافة إلى الفهم الجيد للتقنيات المستخدمة في الإنتاج والتسجيل وتحرير الحلقات وإدارة المنصات. وتختلف المتطلبات المهنية بين أنواع مختلفة من البودكاست، حيث يمكن أن تكون بعض المهارات أكثر أهمية في أنواع من البودكاست وأقل أهمية في أنواع أخرى، ويعتمد ذلك على نوع البودكاست ومحتواه والجمهور المستهدف.

2- البودكاست (Podcast):

البودكاست (Podcast) هو مصطلح يشير إلى ملف صوتي أو مرئي يتم تحميله من الإنترنت ويتم تدفقه عبر الجهاز المحمول أو الحاسوب الشخصي. وعادة ما يتم إنشاء البودكاست من قبل المستخدمين الأفراد أو الشركات أو

المؤسسات أو مقدمي الخدمات الإعلامية. ويمكن أن يتضمن البودكاست حوارات أو مقابلات أو محتوى تعليمياً أو ترفيهياً أو موسيقي أو غير ذلك، ويمكن الاستماع إلى البودكاست على الأجهزة المحمولة مثل الهواتف الذكية والأجهزة اللوحية، أو على الحواسيب الشخصية، ويمكن تحميل الحلقات بشكل مسبق للاستماع إليها دون اتصال بالإنترنت. يعد البودكاست من أحدث وسائل الإعلام الرقمي، وقد انتشر بشكل كبير في السنوات الأخيرة. ويشكل هذا النمط الإعلامي وسيلة مهمة للتواصل وتبادل المعلومات والأفكار والمحتوى الترفيهي والتعليمي.

المبحث الثاني: الإطار المنهجي للدراسة.

أولاً: تساؤلات الدراسة.

- ما هي الخلفية المعرفية السابقة لدى عينة الدراسة بمفهوم البودكاست؟
- ما هي طبيعة المفهوم المتشكل لدى عينة الدراسة عن البودكاست؟
- ما مدى معرفة عينة الدراسة بالمنصات الخاصة بنشر حلقات البودكاست؟
- ما مدى وعي عينة الدراسة بالمتطلبات المهنية لصناعة البودكاست؟
- ما مدى وعي عينة الدراسة بالمتطلبات التقنية لمرحلة إنتاج البودكاست؟
- ما مدى وعي عينة الدراسة بالمتطلبات الإنتاجية لصناعة البودكاست؟
- ما هو فهم عينة الدراسة لأساليب تقديم حلقات البودكاست؟
- ما مدى وعي عينة الدراسة بأساليب وطرق اختيار عناوين وتسمية حلقات البودكاست؟
- ما السمات الديموغرافية لعينة الدراسة من حيث (النوع، والتخصص، والجامعة)؟

ثانياً: فروض الدراسة.

- **الفرض الأول:** توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين أفراد عينة الدراسة في مهارات البودكاست وفقاً للمعرفة المسبقة لمفهوم البودكاست.

- **الفرض الثاني:** توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين أفراد عينة الدراسة في مهارات البودكاست وفقاً لمتغير النوع.

- **الفرض الثالث:** توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين أفراد عينة الدراسة في مهارات البودكاست وفقاً لمتغير الجامعة.

- **الفرض الرابع:** توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين أفراد عينة الدراسة في مهارات البودكاست وفقاً لمتغير التخصص.

ثالثا: الإجراءات المنهجية للدراسة.

1- نوع الدراسة ومنهجها:

اعتمدت الدراسة على منهج المسح بالعينة، وهو منهج بحثي يستخدم في الدراسات الإعلامية وغيرها من الدراسات الاجتماعية، لتحديد ما إذا كانت النتائج التي تم الحصول عليها من عينة معينة يمكن تعميمها على المجتمع بأكمله. وفقا لهذا المنهج يتم اختيار العينة بطرق عشوائية أو غير عشوائية، ويتم تحليل البيانات المستخرجة من العينة للوصول إلى نتائج عامة حول الظاهرة محل الدراسة، وهي وفقا لهذه الدراسة؛ المتطلبات المهنية والتقنية لصناعة البودكاست لدى طلاب أقسام الإنتاج المرئي والمسموع في المملكة العربية السعودية.

2- عينة الدراسة وخصائصها:

اعتمدت الدراسة على مجتمع يتكون من الطلاب الجامعيين في كليات الإعلام بالمملكة العربية السعودية بتخصصاتها المختلفة، وبلغت عينة الدراسة (339) مفردة سحبت بشكل عشوائي.

3- أداة جمع البيانات (الاستبيان):

تم الاعتماد في جمع بيانات الدراسة على أداة الاستبانة والتي تم توزيعها إلكترونيا على عينة عشوائية من أقسام الإعلام بتخصصاتها المختلفة، وتضمنت الاستبانة المحاور التالية:

- محور مستوى المعرفة السابقة بمفهوم البودكاست وشملت (الخلفية المعرفية، ومفهوم البودكاست، ومنصات النشر)
- محور المتطلبات المهنية لصناعة البودكاست
- محور المتطلبات التقنية لمرحلة إنتاج البودكاست
- محور المتطلبات الإنتاجية لصناعة البودكاست
- محور أساليب تقديم حلقات البودكاست وطرق اختيار عناوين وتسمية حلقات البودكاست
- محور السمات الديموغرافية لعينة الدراسة من حيث (النوع، والتخصص، والجامعة).

4- اختبار صدق وثبات أداة جمع البيانات:

لقياس الصدق الظاهري تم عرض استبانة الدراسة على عدد من الأستاذة المتخصصين والتعديل وفق ملاحظاتهم، كذلك تم قياس ثبات الأداة من خلال استخدام أسلوب إعادة الاختبار وذلك بالتطبيق على عينة عشوائية مكونة من خمسة عشر مفردة ثم إعادة التطبيق بعد فترة بلغت أسبوع واحد من التطبيق الأول وبلغت قيمة معامل الثبات (90%) وهي قيمة تشير إلى ثبات أداة الدراسة.

رابعا: المعالجات الإحصائية لبيانات الدراسة.

بعد الانتهاء من جمع بيانات الدراسة التحليلية، تم ترميز البيانات ثم معالجتها وتحليلها واستخراج النتائج الإحصائية باستخدام البرنامج الإحصائي للعلوم الاجتماعية (SPSS) وتم اللجوء إلى المعاملات والاختبارات الإحصائية التالية في تحليل بيانات الدراسة:

- التكرارات البسيطة والنسب المئوية.
- المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية.
- اختبار كاي² (Chi Square Test) لدراسة الدلالة الإحصائية للعلاقة بين متغيرين من المتغيرات الاسمية (Nominal).
- معامل التوافق "Contingency Coefficient" بين المتغيرين، لحساب قوة العلاقة الارتباطية.
- اختبار تحليل التباين المتعدد Multivariate ANOVA (MANOVA).
- المبحث الثالث: نتائج الدراسة الميدانية.
- أولاً: التكرارات وتوزيع مفردات العينة.

الجدول رقم [01] يبين: مقدار معرفة مفردات العينة المسبقة بمفهوم البودكاست.

مقدار المعرفة	ك	ن%
لدي معرفة مسبقة	186	54.9
معرفتي محدودة	125	36.9
ليس لدي أي خلفية أو معرفة مسبقة	28	8.3
المجموع:	339	100.0

قراءة الجدول رقم: [01] والتعليق عليه:

الجدول السابق يوضح توزيع المعرفة المسبقة لمفهوم البودكاست لدى العينة، حيث كانت النسبة الكبرى لمن لديهم معرفة مسبقة بنسبة (54.9%)، يليهم الأفراد ذوي المعرفة المحدودة بنسبة (36.9%)، في حين كانت نسبة (8.3%) فقط من العينة لا تملك أي خلفية أو معرفة مسبقة بهذا المفهوم.

الجدول رقم [02] يبين: توزيع النوع في مفردات العينة.

النوع	ك	ن%
أنثى	258	84.1
ذكر	54	15.9
المجموع:	339	100.0

قراءة الجدول رقم: [02] والتعليق عليه:

الجدول السابق يوضح توزيع النوع في العينة، حيث كانت نسبة الإناث هي الأعلى بنسبة (84.1%)، في حين وصلت نسبة الذكور في العينة إلى (15.9%).

الجدول رقم [03] يبين: توزيع الجامعات التي تنتسب إليها مفردات العينة.

الجامعة	ك	ن%
جامعة الامام محمد بن سعود	18	5.3
جامعة تبوك	305	90.0
جامعات سعودية أخرى	16	4.7
المجموع:	339	100.0

قراءة الجدول رقم: [03] والتعليق عليه:

يتضح من الجدول السابق أن معظم مفردات العينة كانوا من جامعة تبوك بنسبة (90.0%)، تليها جامعة الامام محمد بن سعود بنسبة (5.3%)، في حين ظهرت باقي الجامعات السعودية الأخرى؛ مثل جامعة الملك خالد، وجامعة الملك سعود، وجامعة الملك عبد العزيز بنسبة (4.7%) فقط.

الجدول رقم [04] يبين: توزيع التخصص العلمي لمفردات العينة.

التخصص العلمي	ك	ن%
الإعلام الرقمي	18	5.3
الإنتاج المرئي والمسموع	52	15.3
الاتصال التسويقي	31	9.2
الصحافة والنشر	8	2.4
العلاقات العامة	112	33.0
تخصصات أخرى في الإعلام	118	34.8
المجموع:	339	100.0

قراءة الجدول رقم: [04] والتعليق عليه:

الجدول السابق يوضح توزيع التخصص العلمي لدى أفراد العينة، والذي يوضح أن تخصص العلاقات العامة هو الأعلى ظهوراً في العينة بنسبة (33.0%)، يليه تخصص الإنتاج المرئي والمسموع بنسبة (15.3%)، أما باقي التخصصات الأخرى في الإعلام؛ مثل السينما، والمسرح، والفنون البصرية، فظهرت بنسبة (34.8%) من أفراد العينة.

ثانيا: توزيع استجابات مفردات العينة.

الجدول رقم [05] يبين: توزيع استجابات مفردات العينة بالنسبة لمفهوم البودكاست.

المفهوم	ك	%ن
برامج إذاعية تبث عبر محطات الراديو	11	3.2
برامج مرئية ومسموعة يمكن الاستماع إليها ومشاهدتها عبر اليوتيوب	93	27.4
ملفات صوتية تنشر على الإنترنت ويمكن الاستماع إليها مباشرة عبر المنصات الرقمية المختلفة	198	58.4
ملفات صوتية تنشر على الإنترنت ويمكن الاستماع إليها من خلال قنوات البث التلفزيوني	28	8.3
لا أعلم	9	2.7
المجموع:	339	100.0

قراءة الجدول رقم: [05] والتعليق عليه:

الجدول السابق يوضح توزيع استجابات مفردات العينة بالنسبة لمفهوم البودكاست، ويتضح من خلاله أن نسبة (58.4%) من العينة تعتبر البودكاست "ملفات صوتية تنشر على الإنترنت ويمكن الاستماع إليها مباشرة عبر المنصات الرقمية المختلفة"، يليها نسبة (27.4%) تعتبره "برامج مرئية ومسموعة يمكن الاستماع إليها ومشاهدتها عبر اليوتيوب"، في حين ظهرت نسبة قليلة تمثل (2.7%) من أفراد العينة لا يعلمون المفهوم الخاص بالبودكاست.

الجدول رقم [06] يبين: توزيع استجابات مفردات العينة حول المنصات المناسبة لنشر البودكاست.

الجامعة	ك	%ن
المواقع الإلكترونية الخاصة بالصوتيات مثل: SoundCloud	35	10.3
المواقع الإلكترونية الخاصة بالمؤسسات الإعلامية	1	0.3
اليوتيوب	27	8.0
تطبيقات مخصصة على الهاتف المحمول	36	10.6
مواقع التواصل الاجتماعي	16	4.7
كل ما سبق	221	65.2
ليس أي مما سبق	3	0.9
المجموع:	339	100.0

قراءة الجدول رقم: [06] والتعليق عليه:

الجدول السابق يوضح توزيع استجابات العينة بالنسبة لمنصات نشر البودكاست، ويتضح من خلاله تبين هذه الردود فيما يتعلق بمختلف المنصات المتاحة، ولكن النسبة الأكبر من العينة والتي وصلت إلى (65.2%) اعتبرت كل هذه المنصات مناسبة لنشر البودكاست.

الجدول رقم [07] يبين: استجابات مفردات العينة حول الاحتياجات التقنية للبودكاست.

الاتجاه العينة	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	لا أوافق بشدة	لا أوافق	محايد	موافق	موافق بشدة	العبارة
			(ك)	(ك)	(ك)	(ك)	(ك)	
			(ن%)	(ن%)	(ن%)	(ن%)	(ن%)	
محايد	1.433	2.64	51	45	84	49	110	استخدام الجرافكس والمؤثرات البصرية
			15.0	13.3	24.8	14.5	32.4	
موافق	1.293	2.06	25	27	62	54	171	القيام بعمليات المونتاج والتعديل
			7.4	8.0	18.3	15.9	50.4	
موافق	1.346	1.96	33	19	44	47	196	فهم لبرامج الهندسة الصوتية والمؤثرات الصوتية
			9.7	5.6	13.0	13.9	57.8	

قراءة الجدول رقم: [07] والتعليق عليه:

الجدول السابق يوضح ردود العينة بالنسبة للاحتياجات التقنية للبودكاست، حيث كان الاتجاه العام للعينة "محايد" بخصوص عبارة "استخدام الجرافكس والمؤثرات البصرية"، و"موافق" بخصوص عبارتي "القيام بعمليات المونتاج والتعديل" و "فهم برامج الهندسة الصوتية والمؤثرات الصوتية".

الجدول رقم [08] يبين: استجابات مفردات العينة حول متطلبات إنتاج البودكاست.

الاتجاه العينة	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	غير أوافق	محايد	موافق	العبارة
			(ك)	(ك)	(ك)	
			(ن%)	(ن%)	(ن%)	
محايد	1.433	2.64	128	138	73	توفر جهة وشركة إنتاج إعلامية ضخمة
			37.8	40.7	21.5	
موافق	1.293	2.06	206	100	33	أن يكون مقدم البودكاست مديعا أو شخصية إعلامية مشهورة
			60.8	29.5	9.7	
موافق	1.346	1.96	9	41	289	يمكن للهواة أو المتخصصين تقديم بودكاست وفق اهتماماتهم وتوجهاتهم
			2.7	12.1	85.3	

قراءة الجدول رقم: [08] والتعليق عليه:

الجدول السابق يوضح ردود العينة بالنسبة لمتطلبات إنتاج البودكاست، حيث كان الاتجاه العام للعينة "محايد" بخصوص عبارة "توفر جهة وشركة إنتاج إعلامية ضخمة"، و"غير موافق" بخصوص عبارة "أن يكون مقدم البودكاست مديعاً أو شخصية إعلامية مشهورة"، و"موافق" بالنسبة لعبارة "يمكن للهواة أو المتخصصين تقديم بودكاست وفق اهتماماتهم وتوجهاتهم".

الجدول رقم [09] يبين: استجابات مفردات العينة حول أساليب تقديم البودكاست.

العبارة	رقم	ن	ن (%)	متوسط الحسابي	الاتجاه المعياري	اتجاه العينة
يقدم بشكل فردي من شخص لديه موهبة أو تخصص في مجال معين	174	125	40	2.40	0.69	موافق
يقدم من خلال نص يقدمه مديع ويتضمن مقابلات متنوعة	173	132	34	2.41	0.66	موافق
يقدم من خلال مديع وضيع يتم استضافته حسب طبيعة موضوع الحلقة	239	78	22	2.64	0.60	موافق
يقدم من خلال مجموعة من المقدمين الذين يتحاورون معاً	253	61	25	2.67	0.60	موافق
يقدم في شكل دراما وثائقية	140	116	83	2.17	0.79	محايد

قراءة الجدول رقم: [09] والتعليق عليه:

الجدول السابق يوضح ردود العينة بالنسبة لأساليب تقديم البودكاست، حيث كان الاتجاه العام للعينة "موافق" بخصوص تقديم البودكاست بشكل فردي من أشخاص موهوبين أو متخصصين، أو من خلال نص يقدمه مديع ويتضمن مقابلات متنوعة أو ضيف يتم استضافته حسن موضوع الحلقة، أو مجموعة من المقدمين الذين يتحاورون معاً. في حين كان الاتجاه العام للعينة "محايد" بخصوص تقديم البودكاست في شكل دراما وثائقية.

الجدول رقم [10] يبين: ردود مفردات العينة على أساليب تسمية البودكاست.

العبارة	رقم	إجابة	غير أوافق	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	اتجاه العينة
اختيار اسم ثابت مع إرفاق الحلقات وفق رقمها	191	101	47	2.42	0.723	محايد
اختيار اسم مستقل لكل حلقة يعبر عن محتواها	290	40	9	2.83	0.442	موافق
يحمل اسم مقدم البودكاست بغض النظر عن طبيعة المحتوى	130	115	94	2.11	0.807	موافق

قراءة الجدول رقم: [10] والتعليق عليه:

الجدول السابق يوضح ردود العينة بالنسبة لأساليب تسمية البودكاست، حيث كان الاتجاه العام للعينة "موافق" بخصوص تسمية البودكاست وفقاً لاختيار اسم ثابت له مع إضافة الحلقات وفقاً لرقمها، أو اختيار اسم مستقل لكل حلقة وفقاً لمحتواها. في حين كان اتجاه العينة "محايد" بخصوص تسميته باسم مقدم البودكاست بغض النظر عن طبيعة المحتوى.

الجدول رقم [11] يبين: توزيع ردود مفردات العينة بالنسبة لطول حلقة البودكاست.

المدة الزمنية	ك	%ن
من 1 إلى 5 دقائق	21	6.2
من 5 إلى 10 دقائق	49	14.5
من 10 إلى 20 دقيقة	106	31.3
من 20 إلى 30 دقيقة	104	30.7
أكثر من 30 دقيقة	50	14.7
أخرى	9	2.7
المجموع:	339	100.0

قراءة الجدول رقم: [11] والتعليق عليه:

الجدول السابق يوضح توزيع ردود العينة بالنسبة لطول حلقة البودكاست، والذي يوضح أن نسبة (31.3%) من العينة يفضلون أن تكون مدة الحلقة من 10 إلى 20 دقيقة. ويليهما نسبة (30.7%) من أفراد العينة يفضلون مدة

الحلقة من 20 إلى 30 دقيقة. ثم جاءت نسبة (14.7%) لمن يفضلوا أن تكون مدة الحلقة أكثر من 30 دقيقة. وكانت نسبة (14.5%) من أفراد العينة تفضل مدة الحلقة من 5 إلى 10 دقائق. وأخيراً ظهرت نسبة (6.2%) من العينة تفضل أن يكون طول الحلقة أقل من 5 دقائق.

الجدول رقم [12] يبين: توزيع ردود مفردات العينة بالنسبة للميكروفونات المناسبة للبودكاست.

الميكرفون	ك	ن%
الميكرفون الذي يستخدم (USB)	135	39.8
الميكرفون الذي يستخدم (XLR)	115	33.9
ميكرفون (ZOOM)	20	5.9
ميكرفون الهاتف الجوال	14	4.1
لا أعرف أيّاً منها	55	16.2
المجموع:	339	100.0

قراءة الجدول رقم: [12] والتعليق عليه:

الجدول السابق يوضح توزيع ردود مفردات العينة بالنسبة للميكروفونات المناسبة للبودكاست، والذي يوضح أن نسبة (39.8%) من العينة يروا أن الميكرفون الذي يستخدم (USB) هو الأنسب، يليه الميكرفون الذي يستخدم (XLR) بنسبة (33.9%)، ثم ميكرفون (ZOOM) بنسبة (5.9%)، وأخيراً ميكرفون الهاتف الجوال بنسبة (4.1%). في حين كانت نسبة (16.2%) من العينة لا تعرف أيّاً من هذه الميكروفونات.

الجدول رقم [13] يبين: توزيع ردود مفردات العينة بالنسبة للبرامج الأساسية لصناعة البودكاست.

التطبيق (البرنامج)	ك	ن%
أدوبي أوديشن (Adobe Audition)	45	13.3
أدوبي بريمر برو (Adobe Premiere Pro)	40	11.8
أدوستي (Audacity)	111	32.7
كانفا (Canva)	33	9.7
أخرى	6	1.8
لا أعرف أيّاً منها	104	30.7
المجموع:	339	100.0

قراءة الجدول رقم: [13] والتعليق عليه:

الجدول السابق يوضح توزيع ردود العينة بالنسبة للبرامج والتطبيقات الأساسية لصناعة البودكاست، والذي يوضح أن نسبة (32.7%) من العينة يروا أن برنامج أدوستي هو الأكثر أهمية، يليه برنامج أدوبي أوديشن بنسبة

(13.3%)، ثم برنامج أدوبي بريمر بنسبة (11.8%)، وأخيراً برنامج كانفا بنسبة (9.7%)، في حين كانت نسبة (30.7%) من العينة لا تعرف أيّاً من هذه التطبيقات أو البرامج.

ثالثاً: نتائج اختبارات الفرضيات.

الفرضية الأولى: توجد فروق ذات دلالة إحصائية في مهارات البودكاست وفقاً للمعرفة المسبقة لمفهوم البودكاست.

الجدول رقم [14] يبين: اختبار الفروق في مهارات البودكاست وفقاً للمعرفة المسبقة بمفهوم البودكاست.

المجموعات	العدد	الحسابي المتوسط	الانحراف المعياري	قيمة [F]	درجة الحرية	الدلالة
لدي معرفة مسبقة	186	48.86	4.125	3.767	2	*0.024
معرفة محدودة	125	47.44	5.008			
ليس لدي أي خلفية أو معرفة مسبقة	28	47.64	5.914			

قراءة الجدول رقم: [14] والتعليق عليه:

تم استخدام اختبار قياس التباين الأحادي (One-Way ANOVA) لحساب الفروق في مهارات البودكاست وفقاً للمعرفة المسبقة لمفهوم البودكاست. وقد أوضحت النتائج –كما في الجدول السابق– وجود فروق ذات دلالة إحصائية، حيث كانت قيمة مستوى الدلالة (0.024)، ودرجة الحرية (2). ولحساب هذه الفروق، تم استخدام اختبار (Tukey)، لحساب الفرق في المتوسطات الحسابية بين كل مجموعتين، والذي أوضح وجود فروق بين المجموعة التي لديها معرفة مسبقة والمجموعة التي لديها معرفة محدودة لصالح المجموعة الأولى. وبالنظر إلى المتوسطات الحسابية في الجدول السابق، نجد أن المجموعة التي لديها معرفة مسبقة هي الأعلى بمتوسط حسابي (48.86)، يليها المجموعة التي ليس لديها أي معرفة مسبقة بمتوسط حسابي (47.64)، وأخيراً المجموعة التي لديها معرفة محدودة بمتوسط حسابي (47.44).

الفرضية الثانية: توجد فروق ذات دلالة إحصائية في مهارات البودكاست وفقاً لمتغير النوع.

الجدول رقم [15] يبين: اختبار الفروق في مهارات البودكاست وفقاً لمتغير النوع.

المتغير	العدد	الحساب المتوسط	الانحراف المعياري	قيمة [ف]	درجة الحرية	الدلالة
ذكر	285	48.18	4.616	0.485-	337	0.628
أنثى	54	48.51	4.966			

قراءة الجدول رقم: [15] والتعليق عليه:

تم استخدام اختبار (ت) للعينات المستقلة (Independent Samples T-Test) لحساب الفروق في مهارات البودكاست وفقاً لمتغير النوع، حيث أوضحت نتائج الجدول السابق عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية، حيث كانت قيمة مستوى الدلالة (0.628)، ودرجة الحرية (337). وبالنظر إلى المتوسطات الحسابية في الجدول السابق، نجد أن مجموعة الذكور هي الأعلى بمتوسط حسابي (48.51)، يليها مجموعة الإناث بمتوسط حسابي (48.18).

الفرضية الثالثة: توجد فروق ذات دلالة إحصائية في مهارات البودكاست وفقاً لمتغير الجامعة.

الجدول رقم [16] يبين: اختبار الفروق في مهارات البودكاست وفقاً لمتغير الجامعة.

الجامعة	العدد	الحساب المتوسط	الانحراف المعياري	قيمة [ف]	درجة الحرية	الدلالة
جامعة الإمام محمد بن سعود	18	50.33	5.064	2.270	2	0.105
جامعة تبوك	305	48.16	4.673			
جامعات سعودية أخرى	16	47.18	3.581			

قراءة الجدول رقم: [16] والتعليق عليه:

تم استخدام اختبار قياس التباين الأحادي (One-Way ANOVA) لحساب الفروق في مهارات البودكاست وفقاً لمتغير الجامعة، حيث أوضحت نتائج الجدول السابق عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية، حيث كانت قيمة مستوى الدلالة (0.105)، ودرجة الحرية (2). وبالنظر إلى المتوسطات الحسابية في الجدول السابق، نجد أن أفراد العينة بجامعة الإمام محمد بن سعود لديهم المتوسط الحسابي الأعلى بقيمة (50.33)، يليهم جامعة تبوك بمتوسط حسابي (48.16)، وأخيراً باقي الجامعات السعودية الأخرى بمتوسط حسابي (47.18).

الفرضية الرابعة: توجد فروق ذات دلالة إحصائية في مهارات البودكاست وفقاً لمتغير التخصص.

الجدول رقم [17] يبين: اختبار الفروق في مهارات البودكاست وفقاً لمتغير التخصص.

الخصص	العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة [ف]	درجة الحرية	الدلالة
الإعلام الرقمي	18	49.16	5.020	1.54 7	5	0.178
الإنتاج المرئي والمسموع	52	48.02	4.340			
الاتصال التسويقي	31	47.67	4.728			
الصحافة والنشر	8	49.37	5.553			
العلاقات العامة	112	47.48	4.745			
تخصصات أخرى في الإعلام	118	48.97	4.551			

قراءة الجدول رقم: [17] والتعليق عليه:

تم استخدام اختبار قياس التباين الأحادي (One-Way ANOVA) لحساب الفروق في مهارات البودكاست وفقاً لمتغير التخصص، حيث أوضحت نتائج الجدول السابق عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية، وكانت قيمة مستوى الدلالة (0.178)، ودرجة الحرية (5). وبالنظر إلى المتوسطات الحسابية في الجدول السابق، نجد أن تخصص الصحافة والنشر هو الأعلى بمتوسط حسابي (49.37)، يليه تخصص الإعلام الرقمي بمتوسط حسابي (49.16)، ثم باقي تخصصات الإعلام الأخرى بمتوسط حسابي (48.97)، يليهم تخصص الإنتاج المرئي والمسموع بمتوسط حسابي (48.02)، وأخيراً تأتي تخصصات الاتصال التسويقي والعلاقات العامة بمتوسط حسابي (47.67) و(47.48) على الترتيب.

خاتمة:

تعد صناعة البودكاست من الصناعات الناشئة التي تخطى بشعبية كبيرة في الوقت الحالي، حيث يعتبر هذا النوع من المحتوى السمعي والمرئي وسيلة فعالة لنشر المعلومات والأفكار والآراء. ومن بين المهتمين بهذا المجال العديد من طلاب أقسام الإنتاج المرئي والمسموع في المملكة العربية السعودية، الذين يسعون لتطوير مهاراتهم وتقنياتهم في إنتاج البودكاست. ومن هذا المنطلق جاءت هذه الدراسة لرصد المفاهيم الأساسية الخاصة بصناعة البودكاست وتحليل المتطلبات المهنية والتقنية التي يحتاجها طلاب أقسام الإنتاج المرئي والمسموع في المملكة العربية السعودية لإنتاج البودكاست مقارنة بطلاب الإعلام في تخصصات أخرى وفي ضوء بعض السمات الديموغرافية والتي شملت النوع والجامعة والتخصص، وعلى الرغم من أنه يمكن لأي شخص إنشاء بودكاست بسهولة باستخدام الأدوات والتقنيات المناسبة، إلا أن صناعة البودكاست تحتاج إلى مهارات تقنية وفنية متقدمة لإنتاج محتوى عالي الجودة وجذاب للجمهور من أجل تحسين تجربة المستمع والمشاهد. وتتطلب صناعة البودكاست استخدام بعض البرامج والتطبيقات المهمة لتحرير الصوت والإنتاج الفني والتوزيع والتسويق وغيرها. وتجدر الإشارة إلى أن أغلب الدراسات السابقة للبودكاست لم تنطرق لموضوع الاحتياجات أو المهارات التدريبية المتعلقة بصناعة البودكاست أو تحليل تطبيقات البرامج والأدوات المستخدمة في إنتاج البودكاست، مما يعطي الدراسة الحالية نقطة قوة للانطلاق منها.

يمكن القول: إن هذه الدراسة لها أهمية علمية وتطبيقية كبيرة، حيث تساهم في تحسين مستوى صناعة البودكاست في المملكة العربية السعودية وفهم متطلبات المهارات التقنية والفنية لدى طلاب أقسام الإنتاج المرئي والمسموع في الجامعات السعودية. فمن الناحية العلمية، تساعد هذه الدراسة على تحليل مستوى الإلمام التقني والمهاري لدى الطلاب في مجال صناعة البودكاست، لتحديد الصعوبات والتحديات التي يواجهونها في هذا المجال، مما يساعد في تحسين الأساليب والتقنيات المستخدمة في صناعة البودكاست وتطوير مهارات الطلاب في هذا المجال. ومن الناحية التطبيقية، تساعد هذه الدراسة في تحسين جودة صناعة البودكاست في المملكة العربية السعودية وتطوير قدرات الطلاب في هذا المجال، مما يساهم في تحسين الإنتاج الإعلامي والثقافي والترفيهي في المملكة. وبالإضافة إلى ذلك، يمكن أن تساعد نتائج هذه الدراسة في تحديد الاحتياجات التدريبية والتعليمية للطلاب في هذا المجال وتحسين برامج التدريب والتعليم في الجامعات السعودية. وقد توصلت الدراسة لوجود فروق ذات دلالة إحصائية في مهارات البودكاست وفقا للمعرفة المسبقة لمفهوم البودكاست، ووجود فروق ذات دلالة إحصائية في مهارات البودكاست وفقا لمتغير النوع، ووجود فروق ذات دلالة إحصائية في مهارات البودكاست وفقا لمتغير الجامعة، ووجود فروق ذات دلالة إحصائية في مهارات البودكاست وفقا لمتغير التخصص. ومن المهم أن يؤخذ بعين الاعتبار عدم وجود أفراد من عينة البحث يمثلون جامعات سعودية أخرى بنسب كبيرة، وهذا يؤثر على إمكانية تعميم هذه النتائج على أفراد المجتمع. وعلى الرغم من ذلك، فإن هذه النتائج تعطي مؤشرات من الجيد أن تؤخذ في الاعتبار، ولعلها تكون إضافة لدراسات علمية مستقبلية تتعلق بالجوانب الفنية والمهنية المرتبطة بالبودكاست.

قائمة المراجع والمصادر:

1- المراجع العربية:

1. أمل خطاب. (2017). السلوك الاتصالي للشباب المصري في علاقته بالتقنيات التكنولوجية المتطورة " البودكاست نموذجاً " : دراسة في استخدام الشباب المصري لتقنية البودكاست والاشباعات المتحققة والاثيرات السلوكية المتوقعة . مجلة كلية الآداب ، 171-127.
2. إيمان يونس . (2014). أثر التطور التقني لفن الدوبلاج عبر مراحل المونتاج . كلية الآداب والعلوم الإنسانية - جامعة قناة السويس ، 162-117.
3. بتر جون. (1986). مقدمة في الاتصال الجماهيري. عمان: مركز الكتب الأردني.
4. حازم شاهين. (6 أكتوبر، 2021). البودكاست العربي .. التحديات والمستقبل.
5. خنوش مختارية . (2021). الدوبلاج الصوتي بين فنية الاداء وتقنية التسجيل. مجلة دراسات وبحاث : المجلة العربية في العلوم الانسانية والاجتماعية ، 14-1.
6. سمية اليعقوبي. (2020). لبودكاست: متطلبات العمل وخصائص المحتوى. زمالة الجزيرة معهد الجزيرة للإعلام، 34-1.
7. عمران السريني. (2022). استخدام النخبة الإعلامية لتطبيقات البودكاست والاشباعات المتحققة منها : دراسة ميدانية . مجلة كلية الفنون والإعلام ، 254-231.
8. نادر حورى. (2022). دليلك الشامل إلى صناعة البودكاست *podcast*. تم الاسترداد من مستقل: <https://blog.mostaql.com/podcast-creation-guide/>
9. نيرودا الحسين. (30 أغسطس، 2022). تاريخ البودكاست.. يوتيوب في المقدمة. تم الاسترداد من إكسفار: <https://exvar.com>

2- المراجع الأجنبية:

- 1- Berry. (2016). Part of the establishment: Reflecting on 10 years of podcasting as an audio medium. *Convergence*,.
- 2- Bonini, T. (July 2015). The Second Age of Podcasting: reframing podcasting as a new digital mass medium. *QUADERNSDEL CAC*,
- 3- Eroğlu, A. (2023). Examination of The Keywords of Postgraduate Theses Written About Podcasts. *Journal of Multidisciplinary Studies in Education*, 7(1),.
- 4- Lindgren, M. (2023). Intimacy and Emotions in Podcast Journalism: A Study of Award-Winning Australian and British Podcasts. *Journalism Practice*.
- 5- Nee, R., & Santana , A. (2022). odcasting the Pandemic: Exploring Storytelling Formats and Shifting Journalistic Norms in News Podcasts Related to the Coronavirus. *Journalism Practice*, 1559-1577.
- 6- Perks, L. G., & Turner, J. (2019). Podcasts and Productivity: A Qualitative Uses and Gratifications . *Study, Mass Communication and Society*,, 22:1,