

البودكاست الاجتماعي بين تنمية المسؤولية وخلق الوعي المجتمعي: دراسة وصفية
على عينة من مستخدمي تدوينات المضامين الصوتية والمرئية في الجزائر
Social podcast between responsibility development & creating societal
awareness: A descriptive study on sample users of audio-video posting
in Algeria

تاريخ الإرسال: 2021 / 06 / 24 تاريخ القبول: 2021 / 12 / 23 تاريخ النشر: 2021/12/30

عبد الرزاق غزال¹، وفاء بورحلي²

1 جامعة محمد بوضياف بالمسيلة، الجزائر، Email : abderrazek.ghezal@univ-msila.dz

2 جامعة محمد بوضياف، مخبر بحوث ودراسات في الميديا الجديدة، المسيلة، الجزائر،

Email : wafa.bourahli@univ-msila.dz

الملخص:

أصبح للإعلام الجديد بمختلف تطبيقاته كشبكات التواصل الاجتماعي والمدونات دورا محوريا في عملية التغيير الاجتماعي، فأضحى يقوم بدور كبير في تنشئة الأفراد وتنمية وعيهم الثقافي والسياسي، من خلال تثقيفهم وإكسابهم اتجاهات معينة كما يمكنهم من المساهمة في صنع القرارات، ومثالها التدوين الصوتي المرئي أو البودكاست وهو ما دفع إلى التساؤل حول كيفية مساهمته في ذلك. تهدف الورقة إلى الكشف عن دور مواقع التواصل والبودكاست في تنمية المسؤولية الاجتماعية والوعي المجتمعي للمستخدم الجزائري.

الكلمات المفتاحية: البودكاست؛ التدوين الصوتي-المرئي؛ المسؤولية الاجتماعية؛ الوعي المجتمعي.

المؤلف المرسل: وفاء بورحلي، Email : wafa.bourahli@univ-msila.dz

Abstract:

This study aims to reveal the role of social media and podcasts in developing responsibility and societal awareness of the Algerian user, especially parallel to the growing importance & roles of new media; thus we've used the questionnaire oriented to a random sample. The study revealed that there is a disparity in the impact of these contents (audio & video podcasts) on users, besides neglecting the importance of transferring social heritage & educational podcasts, which made them limited to developing responsibility & societal awareness.

Keywords: Podcast; Social responsibility; Societal awareness.

مقدمة:

أصبحت شبكات التواصل الاجتماعي خلال السنوات الأخيرة جزءاً لا يتجزأ من الحياة اليومية لغالبية المستخدمين والأفراد إذ أضحت من بين أهم وسائل الإعلام والاتصال، فهي مصدر لاستقاء الأخبار والمعلومات المتشعبة عن مختلف الوقائع والأحداث والقضايا المحلية والدولية، وكذلك وسيط لربط الأفراد بعضهم ببعض وكفل عملية التواصل فيما بينهم متجاوزة الحدود الجغرافية إلى العالمية، كما أنها استطاعت التأثير بشكل بالغ في تكوين الرأي العام وتغيير مساراته خاصة في الدول النامية -وهو ما كشفت عنه العديد من الدراسات العلمية- وذلك من خلال توفير مادة إعلامية تفاعلية وتشاركية تؤثر في قرارات المستخدمين واستجاباتهم؛ ورغم أن هذه المواقع أنشئت في الأساس لغرض تواصل بحت إلا أن استخدامها امتد ليشمل التأثيرات الاجتماعية فيما يتعلق تربية النشء وإكسابهم عادات وسلوكيات جديدة سواء بشكل إيجابي أو سلبي، وأضحت كذلك أداة مهمة من أدوات التغيير الاجتماعي وقد مست الهوية والخصوصية وغيرها من القضايا الاجتماعية المختلفة، وكجزء منها أيضاً تنمية المسؤولية الاجتماعية



وضمنها الوعي المجتمعي والسياسي من خلال تداول المعلومات الخاصة بالقضايا والمواضيع المختلفة سياسية كانت أو غيرها.

تتعدد شبكات ومواقع التواصل الاجتماعي نوعا وتطبيقا، إذ ظهرت أنواعا وتطبيقات مختلفة لهذه الشبكات و إن لم تكن في شكلها الحالي منذ ظهور أول موقع اجتماعي عام 1997 وهو موقع SixDegress إلا أنه يمكن القول أن مواقع الفاييبوك، تويتر، اليوتيوب، انستغرام وسنابشات أصبحت علامة فارقة في هذا المجال متفوقة من حيث أعداد المستخدمين من جهة ومعاملاتها الاقتصادية من جهة أخرى، وبما أنها تجمع كل هذه الجماهير متجاوزة حدود الزمان والمكان فإن احتمالات تأثيرها في التغيير الاجتماعي تكون أكبر، وبطبيعة الحال تتعدد المضامين والمحتويات التي تحيلها هذه المواقع من حيث الشكل والأدوات ويعتبر التدوين الصوتي المرئي والبودكاست ونشر الفيديوهات المتعلقة بمواضيع محددة من نشطاء مؤثرين وجماهيريين إحدى تلك الطرق إلى جانب ما اصطلح عليه "صحافة المواطن" واستخدام الإعلاميين لـ "صحافة الموبايل" وغيرها...

وفي المجتمع الجزائري، حظي التدوين الصوتي والبودكاست بمختلف مضامينه خاصة السياسي منه باهتمام كبير في الآونة الأخيرة لما أثاره من جدل وما حاوله لتكوين قراراتهم واتجاهاتهم وتنمية وعيهم السياسي وكان ذلك واضحا بشكل جلي في فترة الانتخابات التشريعية والمحلية لسنة 2017، إذ ما فتئ يؤكد أن الإعلام الجديد أصبح أكثر انتشارا وتأثيرا وهو ما أدى إلى تطور استخدام الأفراد لهذا النوع منه من أجل تحسين الحياة الاجتماعية إذ امتد تأثيره إلى مختلف نواحي الحياة؛ ومنه خلصنا إلى طرح التساؤل الآتي: كيف يساهم البودكاست الاجتماعي بمضامينه المختلفة عبر مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية المسؤولية والوعي المجتمعي لدى المستخدم الجزائري؟

1.1 التساؤلات الفرعية

- ما طبيعة استخدام الجزائريين لمواقع التواصل الاجتماعي؟



- هل يسهم البودكاست في طرح قضايا اجتماعية تساهم في التنشئة الاجتماعية وتبني روح المسؤولية لدى المستخدم الجزائري؟
- هل يزود البودكاست المستخدمين الجزائريين لمواقع التواصل الاجتماعي بالمعرفة المختلفة (سياسية، اجتماعية، ثقافية...)?
- كيف يؤثر البودكاست عبر مواقع التواصل الاجتماعي في إشباع وتشكيل اتجاهات وسلوكيات المستخدمين وتشكل الوعي لديهم (الثقافي، السياسي، الاجتماعي)?

2.1 أهمية وأهداف الدراسة

تكتسب الدراسة أهميتها من تسليط الضوء على أهمية مواقع التواصل الاجتماعي كشكل من أشكال الإعلام الجديد في عملية التغيير الاجتماعي بصفة عامة وتنمية روح المسؤولية والتنشئة وإبراز حجم اهتمام مستخدميها بالمحتوى المرئي القصير قياسا بأشكال وأنواع المحتويات الأخرى. وما يقدمه من إشباعات مختلفة خاصة في ظل منحها هامش حرية أكبر حول مختلف القضايا وتهدف إلى الكشف عن الآثار المترتبة عن استخدام مواقع التواصل والتعرض لمضامين البودكاست المختلفة وكيفية تأثيرها على قرارات الرأي العام وتوجيه سلوكياته الاجتماعية.

3.1 منهجية الدراسة والبيانات المجمعة

تندرج هذه الدراسة ضمن الدراسات الوصفية حيث توصف إسهام مواقع التواصل الاجتماعي وخاصة البودكاست والتدوين الصوتي والمرئي في شكله الحديث في إحداث التغيير الاجتماعي على مستوى المجتمع الجزائري ودورها في تنمية المسؤولية والوعي المجتمعي للمبحوثين من خلال المضامين المقدمة عبره وكذلك محاولة التعرف على تأثيرها في تشكيل الوعي المجتمعي (السياسي، الثقافي، الاجتماعي) وتوجيه قرارات المبحوثين في هذا المجال بصفة خاصة.

اعتمدت الدراسة على منهج المسح الاجتماعي، وجاء الاعتماد عليه بقصد دراسة ظاهرة من الظواهر الإعلامية المستجدة ذات التأثير المجتمعي، وذلك عن طريق التعرف على التوجهات العامة لمستخدمي التدوين الصوتي المتاح عبر الشبكات

الاجتماعية: من خلال اختيار أسلوب المسح بالعينة لمجموعة من مستخدمي مضامين البودكاست- عبر الشبكات الاجتماعية في الجزائر.

يشتمل مجتمع بحث هذه الدراسة جميع مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي من المجتمع الجزائري ومتابعي وصلات البودكاست والتدوين الصوتي، وتتمثل عينة البحث في عينة قصدية من المستخدمين الفعليين للتدوينات الصوتية والمرئية البودكاست- قوامها 70 مفردة من مختلف الجامعات الجزائرية: خلال الثلاثي الأول من سنة 2019، ويأتي تحديد هذا الإطار الزمني، مرتبط أساساً بالأوضاع الاجتماعية والسياسية المرتبطة بالإطار المكاني في الجزائر، أين بدأ يتصاعد الاهتمام بالمحتويات المقدمة بشكل أكبر في ظل تنامي هذه القضايا وبداية ميلاد الحراك ومساهمة وسائل الإعلام بصفة عامة ووسائل التواصل في نقل الأحداث والتأثير على الرأي العام وصناعة قراراتها باعتبارها وسيطاً منفلتاً من الضغط والرقابة ومنطوية على هامش أكبر من الحرية.

اعتمدنا لجمع البيانات على استمارة استبانة تحتوي على مجموعة محددة من الأسئلة تخدم أربع محاور أساسية كالآتي: المحور الأول: البيانات الشخصية للمبشرين: المحور الثاني: عادات وأنماط استخدام المبشرين لمضامين البودكاست عبر مواقع التواصل الاجتماعي؛ المحور الثالث: دوافع تعرض المبشرين لمضامين التدوين المرئي الصوتي والبودكاست على مواقع التواصل الاجتماعي؛ المحور الرابع: إسهام وأدوار البودكاست في تشكيل الوعي (القرارات) وتنمية المسؤولية الاجتماعية.

4.1 مراجعة الأدبيات الأكاديمية

تميل البحوث العلمية المتعلقة بظواهر البودكاست إلى التركيز بشكل أساسي على ثلاثة مجالات: من الذي يستخدم البودكاست، ومعدل استخدام البودكاست، واستخدام البودكاست في المجالات المختلفة، مع ملاحظة أنه لا يوجد سوى القليل من البحوث التي تهتم بفحص دوافع أو أسباب استخدام الأشخاص للبودكاست كوسيلة إعلامية مستجدة، وعليه نجد من الأدبيات الأكاديمية التي اهتمت بموضوع البودكاست



والأدوار الاجتماعية التي يقوم بها دراسة كل من Chulmo Koo و Namho Chung و Dan J. Kim تحت عنوان: How do social media transform politics? The role of a podcast, 'Naneun Ggomsuda' in South Korea والمنشورة في سنة 2014 والتي تشير الى توظيف البودكاست ووسائل التواصل الاجتماعي فيما يتعلق بالمشاركة السياسية والاجتماعية، أين تحظى بشعبية كبيرة في كوريا الجنوبية، عبر برنامج Naneun Ggomsuda وهو برنامج بودكاست الذي يحتل المرتبة الأولى في العالم بين المستخدمين الناطقين باللغة الكورية للمشاركة السياسية. تبحث الدراسة في عوامل النجاح الحاسمة لنظام الوسائط الاجتماعية هذا، بما في ذلك جودة النظام وجودة المحتوى الاجتماعي وجودة الخدمة والقضايا الاجتماعية، وتقرح آثارًا عملية تشمل الجوانب السياسية والاجتماعية والتجارية لتأثير هذا البرنامج الصوتي (Koo, Chung, & Kim, 2015, p 426).

في نفس السياق أشار Chang Sup Park في دراسته المنشورة في سنة 2017 والموسومة تحت عنوان: Citizen news podcasts and engaging journalism: The formation of a counter-public sphere in South Korea الى أن الأدوار التي تلعبها المدونات الإخبارية للمواطنين في كوريا الجنوبية، بناءً على مفهومين متميزين: المحتوى الهزلي والصحافة الجذابة، وتحقيقاً لهذه الغاية حلل محتوى 11 تديونة بودكاست لأخبار المواطنين الأكثر شعبية في هذا البلد، وأجرى مقابلات مع 10 صحفيين محترفين، حيث كشفت النتائج أنه من خلال استخدام التقنيات الكوميديّة مثل الفكاهة والمحاكاة الساخرة والهجاء، يتخطى خطاب البودكاست المواطن التسلسلات الهرمية الاجتماعية والثقافية الموجودة ويقوض مجموعة الخطابات الرسمية التي تطرح من قبل وسائل الإعلام الرئيسية كما وجد التحليل أن الخطاب في البودكاست الإخباري للمواطنين يأخذ طبيعة الصحافة الجذابة، والتي تحفز الأفراد العاديين الذين يشعرون بخيبة أمل كبيرة من الصحافة السائدة للانخراط في عمل سياسي يتحدى النخبة (Park, 2017, p

250)



أما Alkhalouf و Aufderheide فقد تناولت دراستهما المنشورة في سنة 2020 والموسومة تحت عنوان Podcasting as Public Media: The Future of U.S. News, Public Affairs, and Educational Podcasts موضوع بيئة البث الصوتي في الولايات المتحدة الأمريكية، حيث انطلقت من التساؤل الذي يشير إلى الحالة التي يصبح فيها البث الصوتي في الولايات المتحدة جزءاً قابلاً للتطبيق تجارياً في المشهد الإعلامي، إذ تنطلق الدراسة في وصف ليس فقط مجموعة من ممارسات البث، ولكن أيضاً توصيف بيئة البث من الداخل، والتي تسمح بتحليل كل من أساليب العمل والممارسات الاجتماعية وعلاقتها فيما بعد بالبعد التجاري للعملية؛ وبما يشمل توسيع نطاق الإعلام ليشمل إدراج البث الصوتي كحقل من حقول الممارسة الإعلامية - تكييف المحتوى الخاص بالبث الصوتي ضمن نطلق الممارسة الصحفية (Aufderheide & Alkhalouf, 2020)

إن الدراسات السابقة الذكر قد مكنت من بناء تصورات نظرية لمختلف السياقات التكنولوجية الاجتماعية والثقافية، التي أسست لسريان استخدام البودكاست في المجتمعات باعتبار أنها "ثقافة سمعية جديدة" ومشهداً جديداً من مشاهد الحقل الإعلامي، الذي يؤسس لبث مضامين إعلامية مختلفة تساهم في بناء وعي مجتمعي، وإرساء معالم الديمقراطية من خلال فتح مجال المشاركة السياسية عبر تأثير تديونات المضامين الصوتية والمرئية عبر مختلف المنصات الاجتماعية.

1. المقاربة النظرية والمفاهيمية للدراسة

1.2 المدخل النظري للدراسة:

انطلاقاً من المفهوم الإجرائي لعملية الاستخدام والذي نعني به عملية وطبيعة التصفح التي يقوم بها الأفراد من خلال الشبكات الاجتماعية، ثم مفهوم الإشباع باعتباره نوع من الرضا الذي يحقق عند بلوغ هدف ما أو خفض دافع ما؛ تم الاعتماد في هذه الدراسة على نظرية "الاستخدام والإشباع" لفهم طبيعة استخدام المجتمعات



الافتراضية ممثلة في عينة من مستخدمي البودكاست لإحدى مظاهر الإعلام الجديد وهي استخدام التدوينات الصوتية والمرئية والإشباع المحققة منها.

ووفقا لكاتز وبلومر (مكاوي و السيد، 1998، ص 241)، فإن النظرية تستند الى مجموعة من الفروض تتعلق باستخدام الأفراد لوسائل الإعلام بما يحقق لهم أهدافاً مقصودةً تلي ما يطمحون إليه، وأن الجمهور عنصر فعال في عملية الاتصال. تعود الرغبة في اختيار الوسيلة الإعلامية لإشباع حاجات محددة إلى الجمهور نفسه، وتختلف تلك الرغبات بين الأفراد وفقاً لاحتياجاتهم؛ الأفراد هم من يختارون وسائل الإعلام التي تشبع رغباتهم، فالوسيلة الإعلامية لا تستخدم الجمهور بل الجمهور هو من يستخدمها، يعلم الجمهور مدى الفائدة التي قد يجنيها نتيجة اختياره لوسائل الإعلام التي يتعرض لها.

كوننا سنتناول بحثيا في دراستنا هذه، واحدة من الظواهر الإعلامية المستجدة ممثلة في البودكاست، أين أصبح ينظر إليها، كثقافة ممارسة لإنتاج واستهلاك المحتويات الصوتية الرقمية، حيث تتناول ملفات البودكاست قصص التاريخ الأحداث المجتمعية المختلفة، وتقدم شروحات وتفسيرات حول السلوك البشري، والتحيزات المعرفية لهم، وهو ما يسمح للمتعرضين لهذه المحتويات من زيادة في المعرفة ويسمح بتفسير المواقف والسلوكيات المحتملة نتيجة للانخراط في هذه العروض التي تتعامل مع القضايا الاجتماعية الناشئة، وتبين الطرق التي يمكن للناس أن يتفاعلوا معها لغرض أعلى ويخلقون تأثيراً اجتماعياً أكبر بشكل عام؛ وعليه فإن دراسة الإشباع تهدف إلى تحقيق ثلاث أهداف رئيسية:

✚ التعرف على كيفية استخدام الأفراد للتدوينات الصوتية والمرئية عبر مواقع الشبكات الاجتماعية بحكم أن المبحوثين يتقصدون انتقاء واختيار التعرض لهذه التدوينات وفقا لحاجاتهم وتوقعاتهم.

✚ التأكيد على نتائج استخدام البودكاست والمحتويات المرئية تمهيدا لفهم الظاهرة الاتصالية المستجدة، وتفسير سلوكيات التعرض وتأثيراتها على المبحوثين.

✚ تبيان طبيعة الإشباعات المختلفة التي يمكن تحصيلها من وراء التعرض لتدوينات الصوتية والمرئية، تفسير طبيعة الأدوار التي يقوم بها البودكاست من ناحية بناء الوعي المجتمعي حيال ما يحصل داخله وتمثلات الأفراد لاسيما ما تعلق بأدوار التحفيز على المشاركة السياسية وتثمين دورهم في ذلك.

1.2 المدخل الاصطلاحي والمفاهيمي للدراسة

■ مواقع التواصل الاجتماعي: يعرف Xue bai صفحات التواصل الاجتماعي بأنها عبارة عن مواقع الكترونية تسمح للأفراد بالتعرف بأنفسهم والمشاركة في الشبكات الاجتماعية حيث يقومون من خلالها بإنشاء علاقات اجتماعية (Bai & others, 2016).

وتعرف مواقع التواصل الاجتماعي على أنها: "منظومة من الشبكات الالكترونية التي تسمح للمشارك فيها بإنشاء موقع خاص به، ومن ثم ربطه عن طريق نظام اجتماعي الكتروني مع أعضاء آخرين لديهم الاهتمامات والهوايات نفسها، وهذا الترابط نتج عنه نوع من الإعلام يختلف عن الإعلام التقليدي القديم، وهو ما يعرف بالإعلام الاجتماعي، أو الإعلام الجديد أو البديل، وهو يطلق عادة على كل ما يمكن استخدامه وتبادلته من معلومات من قبل الأفراد والجماعات على الشبكة العنكبوتية؛ ويعرف الإعلام الاجتماعي بأنه المحتوى الإعلامي الذي يتميز بالطابع الشخصي، والمتناقل بين طرفين: أحدهما مستقبل والآخر مرسل، عبر وسيلة (شبكة اجتماعية)، مع حرية الإرسال للمرسل وحرية التجاوب معها للمستقبل (مركز المحاسب للاستشارات، 2017، ص 16)؛ ومواقع التواصل الاجتماعي عبارة عن منصات تتيح تقنيات تسهل التواصل وتبادل الأفكار والمعلومات في فضاء افتراضي يجمع بين المرسل من منتج لمادة متنوعة نصية، مسموعة

ومرئية وبين المستخدم كمتلقي. تتكون هذه الشبكات من مجموعة من الفاعلين الذين يتواصلون مع بعضهم ضمن علاقات محددة مثل صداقات أو أعمال مشتركة أو تبادل معلومات وغيرها وتتم المحافظة على وجود هذه الشبكات من خلال استمرار تفاعل الأعضاء فيما بينهم (Chou & Chou, 2012). تعتبر إذن مواقع التواصل الاجتماعي منصات تشكل منظومة لقناة اتصالية تواصلية وإعلامية يشكل فيها الموقع الوسيلة التي يلتقي فيها المرسل من مستخدمي صناع للمحتوى المكتوب أو المرئي المسموع، والمستقبل ممثلا في المستخدمين المتلقين الذين يشكلون جمهورا لهم ويستهلكون محتوياتهم ويتأثرون بها بأشكال ومستويات مختلفة.

➤ المسؤولية الاجتماعية: هناك من عرف المسؤولية الاجتماعية بأنها مجموع الالتزامات والتعهدات التي بذمة الفرد والتي تدفعه إلى العمل من أجل المجموع، هذا العمل يتوخى تنمية المجتمع وتطويره أو إزالة المشكلات والتحديات والأخطار المحيطة به من كل جانب؛ وهناك بعض من علماء الاجتماع يعرفون المسؤولية بأنها ضرب من ضروب الوعي الاجتماعي الذي يجسده الفرد في تفكيره وسلوكه وعلاقاته مع الآخرين، وهذا الوعي يجعله يفضل المصلحة الجماعية على المصلحة الذاتية، وعندما تطفى الروح الجماعية على الروح الفردية يبادر الفرد بالعمل من أجل الصالح العام والتخلي عن النوازع الذاتية والأنانية (بن عبيد، 2015، ص 42)؛ وعليه نقصد بها إسهام والتزام الفرد ذاتيا في تنمية مجتمعه من خلال القيم الإيجابية والنبيلة التي تحقق الصالح العام.

➤ الوعي المجتمعي: يمكننا تعريف الوعي الاجتماعي بأنه: "الصورة الذهنية للفرد عن واقعه الاجتماعي، والمتمثلة في مجموعة الأفكار والمشاعر والسلوكيات التي تعبر عن إدراكه لهذا الواقع، والتي غالباً ما تكون مستمدة من هذا الواقع، ثم تعود لتؤثر في فهم الفرد لهذا الواقع، وتُشكل استجابته تجاهه (هارون، 2015)، كما يمكننا تعريفه على أنه إدراك الفرد للقضايا والمشكلات والتحديات التي تواجه مجتمعه، وفي هذه الدراسة يتشكل الوعي المجتمعي بمساهمة وسائل الإعلام المختلفة التي

توفر للمتلقى المستخدم مجموعة من المعارف والمعلومات والتفسيرات التي تشكل صورته الذهنية عن واقعه.

➤ التديون الصوتي المرئي/ البودكاست (Podcasting): البودكاستينغ تقنية تحقق مبدأ المحتوى الصوتي -أو المرئي- عند الطلب والذي لا يرتبط بموعد بث البرنامج على الراديو إذ يمكن تحميله عند توفره على الانترنت، وهذه رؤية وحسيلة تزواج المدونات الشخصية مع البث الإذاعي والصوت الرقمي، والبودكاست الإذاعي مختلف تماما عن الاستماع مباشرة عبر الانترنت لأن المستمعين قادرين على حمل البرنامج معهم والاستماع له حينما يكونون مستعدين لذلك. يرى بدوي بأن البودكاست عبارة عن سلسلة ملفات وسائط متعددة صوتية أو مرئية، مثل أي ملف موجود على شبكة الانترنت، ولكن التقنية خلف نشر هذه الملفات والتي تُبث عبر قناة ثابتة لبث الصوتي-المرئي تُمكن الأشخاص من الإشتراك في هذه القناة وتحميل آخر الملفات اوتوماتيكياً بمجرد الإتصال بالانترنت (التزامن عن طريق الويب)؛ ويمكن تحميل هذه الملفات عن طريق برامج خاصة تسمى "بودكاتشرز- Podcatchers" - يسمى كل ملف في البودكاست "حلقة - episode". تتنوع البودكاستات بتنوع البرامج التلفزيونية والإذاعات وكذلك المدونات (ولذلك تسمى في بعض الأحيان التديون الصوتي أو المرئي، لإمكانية أي شخص تسجيل صوته أو صورته والتحدث عن ما يشاء ومن ثم تخزين الملف في جهازه ورفعها على الشبكة)؛ فهناك أنواع من البودكاست تُعنى بالسياسة وأخرى بأخبار التكنولوجيا وغيرها لتعلم لغة جديدة، ولا يمكن حصر الأنواع في نطاق معين؛ من مميزاته أن البرامج المسجلة على شكل بودكاست لا تحصى وفي شتى المجالات: في العلوم الطبيعية، والسياسة، والاقتصاد، وعلم النفس، والتكنولوجيا، والأخبار، واللغة، والموسيقى، والدين، والهزل، وكل ما يخطر على مزاجك، وقد تجد أن الباب الواحد يقوم به عدة أشخاص، فربما تفضل الاستماع لشخص دون شخص آخر، ومن مميزات البودكاست كذلك أن الغالبية العظمى منها مجانية، ولا يعني ذلك أن جودة

البودكاست أقل، هناك الكثير من البودكاستات ذات جودة عالية جدا (الغامدي، 2014). يمكن أن نعرف البودكاست على أنه كل محتوى صوتي أو مرئي يتم انتاجه وتركيبه ونشره وبثه على مواقع التواصل الاجتماعي بواسطة فئات مختلفة من صناعات المحتوى سواء كانوا مهنين إعلاميين، مدونين أو هواة؛ تتضمن كل حلقة من حلقاته أو أعداده مضمونا معيناً متعلقاً بقضية أو موضوع محدد تتم معالجته بشكل جدي أو هزلي، ويهدف غالبا إلى تحقيق أهداف متشعبة انطلاقاً من الإخبار والترفيه إلى التنشئة والتنمية وصولاً إلى التأثير.

3.2 أشكال الوعي المجتمعي

يمكن أن نصنف أشكال الوعي المجتمعي إلى الآتي: (حلس و مهدي، 2010، ص

(148-147)

- الوعي الاجتماعي: الوعي الاجتماعي وعي عام يشتمل على إحاطة أفراد المجتمع بمجمل القضايا التي لها دخل في حياتهم.
- الوعي السياسي: إن الحياة الاجتماعية هي المكان الذي يعيش فيه الإنسان، فهو بحاجة إلى السياسة، فالحكم طبيعة في الإنسان لما فيه من طبيعة الاجتماع كما يقول ابن خلدون: "لابد من نظم سياسية ينتظم بها أمر العمران البشري". فالوعي السياسي خبرة عامة نحتاجها من أجل شؤون المجتمع كما يلعب الوعي السياسي دورا هاما في إنارة الطريق للممارسة السياسية.
- الوعي الديني: يمثل الدين جزءا لا يتجزأ من السلوك الاجتماعي وينظر إليه باعتباره مجموعة من المعتقدات الإلهية والشعائر، والثواب والعقاب التي تؤثر في أشكال ودرجات ومستويات الوعي الفردي والجماعي.
- الوعي الثقافي: الثقافة في مجملها هي المعرفة والتعليم وأن الوعي بهما يرقى بالفرد إلى مستوى اجتماعي أفضل، والوعي الثقافي يعني الوعي بالحياة اليومية بما يشمل من عادات وتقاليد وأعراف وتدين وأحكام وتفاعل وصور النشاط العام التلقائي المنظم. وهناك أشكال أخرى من أشكال الوعي وهي الوعي الأخلاقي، القانوني، العلمي، الجماهيري، والوعي بالذات، والوعي الطبقي.

➤ نتائج الدراسة

➤ النتائج العامة:

○ أسفرت الدراسة الميدانية التي أجريناها على النتائج العامة التالية:

➤ يأتي موقع التواصل الاجتماعي "فايسبوك" في مقدمة المواقع التي يتجه نحوها المستخدم الجزائري إذ كشفت الدراسة أن 75.71% من المبحوثين يفضلون استخدامه ويقضون فترات طويلة عليه مقارنة بالمواقع الأخرى والتي تمثلت في اليوتيوب بالدرجة الثانية بنسبة 12.52% فالانستغرام 7.14% وأخيرا تويتر 4.28% فيما لم تسجل إجابات بخصوص مواقع التواصل الأخرى.

➤ كشفت الدراسة أن 65.71% من المبحوثين يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي بهدف الحصول على الأخبار والمعلومات والاطلاع على مجريات الأحداث المحلية والعالمية إلى جانب التواصل مع الأصدقاء، فيما يستخدم ما نسبته 17.14% منهم مواقع التواصل الاجتماعي من أجل مشاركة آرائهم وصناعة مضامين ومحتويات تعبر عن اتجاهاتهم بحرية أكبر، وأقرت نسبة 7.14% أنها تستخدمه من أجل الترفيه والتسلية فقط، ويستخدم 10% منهم الشبكات الاجتماعية للتواصل فقط لا غير.

➤ المبحوثون الذين يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي من أجل صناعة محتوى إعلامي يعتمدون على كل من الفايسبوك، المدونات واليوتيوب من أجل صناعة ونشر هذا المحتوى، ويتمثل هذا المحتوى حسب 66.66% في التدوين الصوتي وبث الفيديوها على اليوتيوب ومن ثمة مشاركتها على الفايسبوك، فيما يعتمد 25% منهم على المنشورات الكتابية الفايسبوكية وإرفاقها بالصور، ويستخدم فرد واحد فقط من العينة بما معدله 8.33% مدونة خاصة به في هذه العملية الاتصالية والإعلامية.

➤ تتعرض وتتابع نسبة 75.71% من المبحوثين مضامين البودكاست والتدوين المرئي-الصوتي من خلال الروابط والإحالات التي تتيحها مختلف الصفحات على موقع

الفايسبوك والتي هم من مشتركها في الأساس، فيما تتعرض نسبة 15.71% لهذا الشكل من التدوين من خلال اليوتيوب مباشرة، وكلاهما يتابعانها بشكل دائم ودوري في حين أن 8.57% يتعرضون إليها بالصدفة ولا يتابعونها بشكل مستمر؛ كما أكدت نسبة 88.57% أن البودكاست الجزائري يسهم بشكل واضح في طرح القضايا التي تهتم المجتمع الجزائري بصفة عامة وأتت في مقدمة هذه القضايا، القضايا الاجتماعية ثم السياسية فالاقتصادية.

➤ رأى المبحوثون أن القضايا الاجتماعية التي تعرضوا إليها وطرحها البودكاستر الجزائريون تمثلت بشكل كبير في "مشاكل الشباب وأخبار الجرائم، ثم مضامين ذات علاقة بالحياة اليومية خاصة منها مدونات المرأة والجمال، وأما بالنسبة للبودكاست السياسي فأتت قضية نقد سياسة الحكومة في المرتبة الأولى، وتلتها التدوينات المتعلقة بالفساد، ونقد وسائل الإعلام خاصة منها السمعية البصرية.

➤ أكدت نسبة 60% من المبحوثين على أن مشاهدتهم لوصلات وحلقات البودكاست والتدوين الصوتي-المرئي زاد من وعيهم الاجتماعي وتمثلت مظاهر ذلك في ارتفاع إحساسهم بالمسؤولية الاجتماعية نحو الوطن والمواطنة وكيفية تحسين علاقاتهم مع الأفراد المحيطة بهم، فيما رأت نسبة 40% أن هذه المواقع لم تؤثر في ذلك بأي شكل كان من الأشكال.

➤ أكدت نسبة 65.71% من المبحوثين أن مشاهدتهم وتعرضهم للبودكاست عبر مواقع التواصل الاجتماعي قد ساهم في تنمية وعيهم السياسي وتشكيل اتجاهاتهم وقراراتهم بشأن القضايا السياسية وتجلت ذلك حسهم من خلال إمدادهم بالمعلومات والحقائق السياسية التي كانوا يجهلونها وكشف المحتوى الإعلامي الذي تقدمه هذه التدوينات المرئية الصوتية عن الفساد الحاصل على مستوى الحكومة عموما والطبقة السياسية خصوصا، أما عن أهم القرارات التي دفع بهم البودكاست السياسي إلى تبنيها واتخاذها فقد كان قرار مقاطعة كلا من تشريعات ماي 2017 والانتخابات المحلية لنوفمبر 2017.

- فيما اعتقدت نسبة 34.28% من المبحوثين أن مشاهدتهم للبودكاست لم يقدم لهم أي إضافة في نطاق التنشئة السياسية وبرروا ذلك في أنه محتواه قائم على النقد فقط كما تبتعد أهدافه عن التوعية وتقديم المعرفة السياسية الحقيقية.
- لا يساهم البودكاست في نقل التراث الاجتماعي والثقافة المحلية ويقتصر دوره على نقل الأحداث الآنية برؤية نقدية.

1.3 مناقشة النتائج والتوصيات:

- نشهد في السنوات الأخيرة هيمنة المحتوى المرئي-الصور والفيديو- على وسائل التواصل الاجتماعي، بحيث أصبحت كل منصة اجتماعية مهددة بالتأخر عن مواكبة التطور، ما لم تلحق بموجة الإنتاج المرئي، أين منحت الصورة والفيديو أولوية وأفضلية في خوارزميات شبكات التواصل. وهو ما يتجلى في النتيجة التي توصلنا إليها حيث يفاضل المبحوثون في استخدام المنصات الاجتماعية أين جاء التركيز على موقع الفايسبوك كمنصة أولية لمشاهدة البودكاست والتعرض للتدوين الصوتي-المرئي باعتباره يمكن المستخدم من التلقي والنشر بالإضافة الى الخيارات المتعددة المرتبطة بالاستخدام.
- إن الزخم الذي تمتعت به شبكات التواصل والاعتماد الأساسي عليها كمنصات جامعة لكافة "وسائل الإعلام" وكمصدر من مصادر نشر المعلومات والأخبار والإحاطات الجارية لمجريات الأحداث اليومية، عزز من التوجه أيضا إليها في ظل انفتاحها على التنوع في المحتوى والاهتمام بـ "البودكاست" والتديونات الصوتية والمرئية، وفي هذا الشأن أشارت الدراسة الى أن معظم المستخدمين يتعرضون للبودكاست بدوافع متعددة منها ما يتعلق بالحصول على المعلومات التي يجهلونها في مختلف المجالات ومنها ما يتعلق بالجوانب المرتبطة بالترفيه.
- تماشيا والتطورات الحاصلة في البيئة الإعلامية والتقنية، التي تشهد تغييرات متسارعة، فإن دور المنصات الاجتماعية يجنح نحو إحداث توفير "قيمة مضافة" للجمهور المستخدم، علاوة عن مهمتها الأصلية المتمثلة في التمكين لفعل النشر

بكل أشكاله، غير أن المبحوثين أكدوا أنها وعبر تدوينات البودكاست لا تساهم بشكل كبير في لعب الأدوار المرتبطة بنقل التراث الاجتماعي والثقافة المحلية وتقتصر على مناقشة الأحداث الاجتماعية الراهنة فقط وبالتالي فإن إسهامه في تنمية الوعي الاجتماعي يبقى دون الحد المطلوب.

➤ كشفت الدراسة عن إهمال أهمية البودكاست التعليمي سواء من طرف الجمهور الذي لا يفضل الاتجاه نحوه أو من طرف صناع التدوينات المرئية الصوتية إذ سجلنا وجود نقص في هذا النوع من البودكاست رغم أن له دور كبير في التغيير المعرفي وتطوير المستوى التعليمي والثقافي للأفراد.

➤ علاوة على الأدوار التي يؤديها البودكاست من خلال التدوينات الصوتية والمرئية عبر المنصات الاجتماعية، من خلال عمليات الإخبار المواطنين بما يشع الحاجة للمعلومة خصوصا لكثير من الفئات التي تشعر أنها مستبعدة من المجال العام أو مدفوعة بشكل رئيسي عن طريق غياب وسائل الإعلام الرئيسية؛ ولهذا توصلنا الى حجم التفاوت في دور البودكاست بخصوص نشر الوعي السياسي لدى المستخدمين نسبيا، من التأثير الواضح على اتجاهات بعضهم والدفع بهم إلى تبني القرارات التي يحتويها ويروج لها، إلى تجاهل البعض الآخر منهم لمضمونه وعدم الثقة به.

➤ كشف مايك ديفيس أن البودكاست أو التدوينات الصوتية والمرئية لها دور كبير في تقديم حوافز ذهنية أو كما سماه الإلهام الفكري، من شأنها التأثير على الجوانب السلوكية والمشاركة في الحياة السياسية والمدنية وعلى خلاف ذلك رأى المبحوثون أن التدوينات التي تعرضوا إليه نادرا ما تنطرق إلى أمور تعنى بالشأن اليومي كالتدوينات الدينية التي تعنى بنشر وتعزيز الوعي الديني باستثناء بعض وصلات حلقات "التجارب الاجتماعية" في حين لا تخلو مضامينها في كثير من الأحيان إلى أمور تافهة وعادية لا أهمية لها.

انطلاقا من جملة ما تم مناقشته توصي الدراسة الميدانية بما يأتي:

إعادة النظر في المضامين التي يقدمها قادة الرأي والبودكاسترز عبر تدويناتهم والبودكاست الذي يقدمون عبره المادة وصنع المحتوى الإعلامي.

وضع آليات واستراتيجيات محكمة لمواجهة المادة الإعلامية الغير مفيدة والتي لا تضيف شيئا من أجل تعزيز الوعي المجتمعي بل تؤثر عليه بشكل سلبي وتساهم في تضليل الرأي العام.

ضرورة عمل صناع المحتوى الإعلامي والبودكاست والتدوينات الصوتية المرئية على تطوير محتوهم وتطوير برامج واقعية تلم بالخصائص المجتمعية للمستخدم الجزائري وتساهم في تعزيز وعيه وتنشئته في مختلف المجالات الاجتماعية والسياسية والثقافية.

خاتمة:

حاولت هذه الدراسة وصف دور مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية المسؤولية والوعي المجتمعي لدى المستخدمين الجزائريين من خلال التدوينات الصوتية المرئية والبودكاست كنموذج عبر ما يقدمه من مضامين وصناعة محتوى وكشفت نتائجها أنه رغم اهتمام المستخدمين الجزائريين بهذا النوع من التدوين على مواقع التواصل الاجتماعي إلا أن نوعية المضامين التي يقدمها اعتبرت قاصرة نسبيا على تحقيق الأهداف السامية التي ترقى بالمجتمع وتساهم في تعزيز المسؤولية الاجتماعية ونشر الوعي المجتمعي للأفراد فيه، وبدا واضحا أن اختيار المضامين لا يخضع لاعتبارات لها علاقة بهوية المجتمع واحتياجات الأفراد فيه بينما تقوم معظمها على نقد المنظومة الحكومية وعلى المضامين الترفيهية وتهمل العامل التعليمي، المعرفي وكذا التنشئة الاجتماعية والثقافية والسياسية الصحيحة، ورغم أن الدراسة كشفت عن مساهمة البودكاست في الآونة الأخيرة في التأثير على بعض الاتجاهات السياسية وتغيير قرارات المستخدمين والجمهور نحوها إلا أن ذلك بقي نسبيا. يتجلى أخيرا أن مواقع التواصل الاجتماعي رغم ما أثبتته الدراسات من تأثيراتها على التغيرات الاجتماعية المختلفة سواء بالإيجاب أو السلب إلا أن البودكاست في الجزائر لم ينجح حسب الدراسة في تجاوز الترفيه إلى تنمية المسؤولية



والوعي المجتمعي للفرد الجزائري وهو ما يدفع إلى إعادة النظر في صناعة المحتوى والمضامين المقدمة من طرف القائمين على هذا النوع من الإعلام مع ضرورة وضع آليات محكمة لمواجهة المحتوى الغير هادف أو الذي يتجاوزه إلى التأثير سلبيا.

📌 قائمة المراجع:

أولا: المراجع باللغة العربية

1. بن عبيد، عهود بنت ناصر. (2015). دور الأسرة في تنمية المسؤولية الاجتماعية لدى أبنائها، دراسة مقدمة لاستكمال متطلبات الحصول على درجة الماجستير في الخدمة الاجتماعية، جامعة الملك سعود، الرياض.
2. جلس، موسى عبد الرحيم و مهدي، ناصر علي. (2010). دور وسائل الإعلام في تشكيل الوعي الاجتماعي لدى الشباب الفلسطيني (دراسة ميدانية على عينة من طلاب كلية الآداب جامعة الأزهر). مجلة جامعة الأزهر سلسلة العلوم الإنسانية. 12 (2)، 135-180.
3. الغامدي، أميرة محمد. (2014). التديون الصوتي. متاح على: <https://bit.ly/3gwuExv> تاريخ الاسترجاع: 2018/10/09.
4. مركز المحتسب للاستشارات. (2017). دور مواقع التواصل الاجتماعي في الاحتساب "تويتر نموذجاً". الرياض: دار المحتسب للنشر والتوزيع.
5. مكاوي، حسن و السيد، ليلى. (1998). الاتصال ونظرياته المعاصرة. القاهرة: الدار المصرية اللبنانية.
6. هارون، فرغلي. (2015). حول مفهوم الوعي الاجتماعي. <https://bit.ly/3canPhC>، تاريخ الاسترجاع: 2018/04/10.

ثانيا: المراجع باللغة الأجنبية

1. Aufderheide, Patricia & Alkhalouf, Atika. (2020). **Podcasting as Public Media: The Future of U.S. News, Public Affairs, and**



- Educational Podcasts, International Journal of Communication, (14), 1683-1704, <https://bit.ly/2XC2x7w>.
2. Bai, Xue & others. (2016). **Utility-based Link Recommendation for Online Social Networks**, available: <http://bit.ly/36IdCGq>, (retrieved :20/06/2019).
 3. Chou, Amy Y. & Chou, David C. (2012). **Exploring age factor and network effects in social media use**. available: <http://bit.ly/2tUdxCt>, (retrieved: 25/06/2019).
 4. Koo, Chulmo & Chung, Namho & Kim, Dan J. (2015). **How do social media transform politics?** The role of a podcast, Information development, 31 (5), 421-434, South Korea, <https://doi.org/10.1177/0266666913516883>.
 5. Park, Chang Sup. (2017) **Citizen news podcasts and engaging journalism: The formation of a counter-public sphere in South Korea**, Pacific Journalism Review, 23(1), 245-262.