

الاستخدامات التفاعلية لتطبيقات الميديا الجديدة في الحياة اليومية للمراهقين الجزائريين: تطبيقات البودكاست أنموذجاً

Interactive Uses of New Media Applications in the Daily Life of Algerian Adolescents : Podcast Applications as à Model

نوال رضا*، (جامعة باتنة 1)، redha.nawal@univ-oeb.dz

2022-01-05	تاريخ القبول	2021-03-09	تاريخ الاستلام
------------	--------------	------------	----------------

ملخص

تبعاً لما يعكسه الواقع اليومي لمراهقي المجتمع الجزائري خلال السنوات الأخيرة في ظل تطبيقات الميديا الجديدة عبر الوسائط المحمولة والذكية، والتي أصبحت جزءاً لا يتجزأ من محيطهم في الحياة اليومية، سعت هذه الدراسة إلى بسط آليات الاستخدام التفاعلي لتطبيقات الميديا الجديدة -البودكاست أنموذجاً- لدى عينة من المراهقين، بالاعتماد على المنهج التكاملي وأدواته المنهجية وتم اختيارنا للملاحظة العلمية بالمشاركة لمعايشة المبحوثين خلال يومياتهم، وكذلك اعتماد تقنية المجموعات البؤرية وتم تطبيقهما على عينة قصدية ضمت 40 مراهقاً موزعين عبر 15 عائلة و07 مدن جزائرية.

توصلت الدراسة إلى أن التواجد الرقمي لمراهقي العينة عبر تطبيقات البودكاست مظهر من مظاهر التفاعلية الرقمية التي تدعم سيكولوجية المستخدم المراهق، وتبرز الاستخدامات التفاعلية للمنصات الرقمية كألية لتحقيق إشباعات لحاجات عديدة لديهم، وفق مرونة تضمن تجاوز المشكلات النفسية والاجتماعية، وفي ظل خيارات الوصول التكنولوجي والرقمي -المتوفرة خلال الحياة اليومية-، إلى الوسائط الشبكية المحمولة والذكية وتطبيقات الميديا الجديدة.

الكلمات المفتاحية: الاستخدامات؛ الميديا الجديدة؛ المراهقين؛ البودكاست؛ الحياة اليومية.

Abstract

This study sought to simplify the mechanisms of interactive use of new media applications - the podcast as a model - among a sample of adolescents, depending on the mixed method and its methodological tools, scientific observation & focus groups applied on an intentional sample of 40 adolescents across 15 families and 07 Algerian cities. The study found that the digital presence of adolescents' sample through podcast apps is an aspect of digital interactivity that supports the psychology of the adolescent user, and the interactive uses of digital platforms are highlighted as a mechanism to achieve fulfillment of many needs they have, according to flexibility that guarantees overcoming psychological and social problems, and in light of the available technological and digital access options- in everyday life - to digital mediums and new media applications.

Keywords: Uses; New media; Teenagers; Podcast; Everyday life.

* المؤلف المرسل

مقدمة

شهد المجتمع الجزائري خلال العشر سنوات الماضية تزايداً ملحوظاً بمعدلات الاستخدام الرقمي لتطبيقات الميديا الجديدة، في ظل مؤشرات مستويات النفاذ التكنولوجي والرقمي إلى الأدوات والشاشات الرقمية في الجزائر عبر الوسائط المحمولة والذكية والمتصلة بالإنترنت الذي بلغ حسب التقرير السنوي الصادر شهر جانفي 2021 عبر منصة الإحصاءات العالمية "HOOTSUITE" عدد مستخدمي المواقع الأونترتية والتطبيقات الرقمية في الجزائر 26.35 مليون مستخدم بزيادة قدرت بنسبة +16 بالمائة مقارنة بالعام 2020. لتصل معدلات انتشار الإنترنت بالجزائر بداية العام 2021 نسبة 59.6 بالمائة. بينما بلغ معدل التواجد الرقمي للمستخدمين الجزائريين عبر تطبيقات الميديا الجديدة حسب التقرير نفسه 25 مليون مستخدم بداية عام 2021 بزيادة قدرت بنسبة +14 بالمائة مقارنة بالعام 2020. في حين بلغت النسبة العامة لمستخدمي تطبيقات الميديا الجديدة في الجزائر 56.5 بالمائة من النسبة الإجمالية لسكان الجزائر، وسجلت نسبة 46.82 بالمائة متصلاً عبر شبكة الهواتف المحمولة مطلع العام 2021. (Hootsuite, 2021) وتبعاً لما يعكسه الواقع اليومي لمراهقي المجتمع الجزائري خلال السنوات الأخيرة في ظل تطبيقات الميديا الجديدة عبر الوسائط المحمولة والذكية، تتميز نشأة المراهقين الجزائريين اليوم في ظل معطيات البيئة الاتصالية الرقمية بخصوصية شديدة التي أفرزتها الديناميات الافتراضية القائمة على سيرورات النفاذ التكنولوجي الرقمي والحضور والتفاعل الافتراضي عبر الفضاءات الأونترتية التي لا تتوقف تطوراتها التكنولوجية، ولا تتوقف معها سيرورات الاستخدام والتفاعل الرقمي للبشر عموماً والمراهقين بصفة خاصة .

كما تشير معطيات الواقع الاجتماعي الحقيقي والافتراضي إلى أن تطبيقات الميديا الجديدة عبر الوسائط المحمولة الرقمية والذكية Smart Mediums، قد أصبحت جزءاً لا يتجزأ من محيط هؤلاء المراهقين في الحياة اليومية The everyday life. إذ تعد تطبيقات البودكاست Podcast apps من بين المنصات الرقمية التي يجذب إليها المستخدمون من المراهقين في العالم. ووفقاً لاستطلاع أجرته مبادرة "بودكاست بالعربي" لدعم المحتوى الصوتي العربي في عام 2019 الذي شمل 661 مشاركاً من 31 دولة في المنطقة العربية، تتراوح أعمار مستمعي البودكاست العرب بين 18 و34 عاماً، وبنسبة متساوية تقريباً بين الذكور (50.8%) والإناث (49.2%)، وكان الأغلبية من المتعلمين (حاملي شهادات البكالوريوس وما أعلى) بنسبة (80%) حيث تمثل نسبة المراهقين المستمعين للبودكاست في المنطقة العربية (41.8%) بمعدل (0.9%) تقل أعمارهم عن 16 سنة و(40.9%) تتراوح أعمارهم ما بين 16 و24 سنة. في حين بلغت نسبة مستمعين البودكاست العرب 82% من فئة الشباب عموماً (18 إلى 35 سنة). ما يعكس البودكاست كبيئة خصبة للاستخدام الرقمي لهذه الفئة العمرية

(من المراهقين والشباب) وكأحد أهم تطبيقات الميديا الجديدة استهلاكاً. وبناء على ما ذكر، تأتي هذه الدراسة للبحث حول الإشكالية التالية: ماهي آليات الاستخدام التفاعلي لتطبيقات الميديا الجديدة - تطبيقات البودكاست أنموذجاً- في الحياة اليومية للمراهقين الجزائريين؟ وهو التساؤل الذي نحاول الإجابة عنه من خلال التساؤلات الفرعية التالي ذكرها: ما هي مستويات النفاذ الرقمي Digital Access لدى مراهقي العينة في الحياة اليومية؟ ما هي السياقات Contexts المؤطرة لاستخدامات مراهقي العينة لتطبيقات البودكاست الرقمية في الحياة اليومية؟ وما هي طقوس الاستخدام التفاعلي لتطبيقات البودكاست الرقمية في الحياة اليومية لمراهقي العينة؟

تهدف الدراسة المقدمة إلى تحقيق الأهداف المتعلقة أولاً، وتحديد مستويات الوصول الرقمي لدى مراهقي العينة في الحياة اليومية. ثانياً ضبط السياقات المؤطرة لاستخدام مراهقي العينة لتطبيقات البودكاست الرقمية في الحياة اليومية. وثالثاً، شرح طقوس الاستخدام التفاعلي لتطبيقات البودكاست الرقمية في الحياة اليومية لدى مراهقي العينة. بخصوص منهج الدراسة، تم اختيارنا خلال هذه الدراسة المنهج التكاملية Mixing Method الذي يجمع بين المنهجين الكيفي والكمي (BRANNEN, 2005) وفق هذا الترتيب المقصود، الذي يناسب الهدف العام للبحث، حيث اعتمدت الباحثة المنهج الكيفي في المرحلة الأولى؛ بغية معايشة المراهقين عينة الدراسة خلال يومياتهم الحياتية؛ لغرض الوصول إلى البيانات المطلوبة، أما في المرحلة الثانية، فقد اجتهدت الباحثة في تحويل البيانات الكيفية إلى بيانات كمية لتقديمهم إجابات واضحة ومفسرة للتساؤلات التي ارتكزت عليها إشكالية الدراسة.

بخصوص مجتمع البحث وعينة الدراسة، جاء اختيارنا لعينة الدراسة بطريقة قصدية، احترمانا خلال اختيارها مجموعة من الاعتبارات المتمثلة أساساً في انتماء المبحوث إلى المرحلة العمرية الموازية لمرحلة المراهقة، وكذلك خوض المبحوث لتجارب استخدام الوسائط الاتصالية الرقمية المحمولة، وأيضاً الولوج إلى منصات التطبيقات الرقمية في الحياة اليومية. وقد ضمت العينة 40 مراهقاً موزعين عبر 15 أسرة جزائرية، وعبر 07 مدن جزائرية شملت: الجزائر العاصمة (13 مراهقاً)، قسنطينة (03)، سطيف (04)، جيجل (09)، أم البواقي (07)، بشار (02)، واد سوف (02).

أما بخصوص أدوات جمع البيانات، فقد وظفنا في دراستنا هذه، أداة الملاحظة العلمية بالمشاركة، حيث قمنا بمعايشة مراهقي العينة خلال يومياتهم برخصة من أوليائهم بحكم علاقة القرابة العائلية لمدة أربع سنوات ابتداء من جانفي 2017. كما اعتمدت الباحثة على أداة المجموعات البؤرية "Focus Groups" بمعدل خمس مجموعات نقاش ضمت كل واحدة ثمانية مراهقين، تم إجراؤها عبر تطبيقات التواصل التالية: ميسنجر Messenger، فايبر

Viber وإيمو Imo. بعد إنشاء الباحثة لخمس مجموعات افتراضية Groups عبر هذه المنصات التواصلية خلال الفترة الممتدة من جانفي 2019 - جانفي 2020.

مفاهيم الدراسة

***الاستخدام USE /USAGE مفهوم يدرج ضمن تيار سوسولوجيا الاستخدام، ولقد**
أدرج القاموس السوسولوجي Robert عام 1999 معنيين له، فأول معنى يتلاقى مع "الممارسة الاجتماعية التي ومن خلال قدمها أو تكرارها المستمر تصبح ممارسات عادية في ثقافة ما". بمعنى الاستخدام يتم في سياق من الممارسات (العائلة، والتسلية، والعمل) وفي هذه الحالات من السياقات تتولد المعاني الاجتماعية لها، أما المعنى الثاني الذي قدمه هذا القاموس لكلمة استخدام تشير إلى الاستخدامات الخاصة التي يمكن أن يقوم بها الفرد أو الجماعة اتجاه شيء أو جهاز...ويتعلق الأمر هنا بتوضيح الاستخدامات الاجتماعية والمعاني الثقافية المحددة لهذه التوجهات أمام الأشياء أو الأجهزة في الحياة اليومية. وهو ما يتماشى أيضا مع البراديغم الحديث للتفاعل الذي لا يشير فقط إلى تفاعل الأفراد، بل يضم أيضا تفاعل الشخص مع الشيء أو مع الجهاز. (هوارى، 2011، صفحة 19) في حين أشار شامبا بيار Pierre Chambat إلى أن الاستخدام ليس شيئا طبيعيا، ولكنه نتاج اجتماعي.

"فلاستخدامات تعني الممارسات الثقافية التي تحدث باستمرار في الحياة اليومية التي يتم التعايش معها كأنها ممارسات عادية ومقبولة" (Chambat, 1994) غير أن هذا التعريف لا يشير بالضرورة إلى العدة التقنية. وحسب سياقات التحليل والتأطيرات النظرية المستعملة فإن "مفهوم الاستخدام" يشير إلى تعاريف غير منتهية التي تنطلق من قطب تبني بسيط (شراء، واستهلاك، وتعبير عن طلب اجتماعي أمام العرض الصناعي) إلى قطب الاستيعاب. "Adoption". (Chambat, p. 255) وعليه يتم التسجيل الاجتماعي لتكنولوجيات الإعلام والاتصال في أربع مراحل: تبني، واكتشاف، وتعلم ثم جعلها مألوفة (أو رفضها)، ويعد في هذا الصدد "الممارس النشط" الذي يبني علاقات متطورة وغير مستقرة أهم نموذج أوجدته "سوسولوجيا الاستخدام" حسب "جوزيان جوي". (JOUET, 2000, p. 29) ويعد ميشال دو سيرتو "Michel de Certeau" أول من قدم تعريفا أصليا لاستخدام وسائل الإعلام والتكنولوجيات "كمكان للإبداع الثقافي" من خلال وصفه بالبريكولاج Bricolage مع السلعة المتوفرة" (Chambat, 1994, p. 258) وقد حددت مساهمة "دو سيرتو" في هذا الصدد إطارا نظريا ومنهجيا لم يسبق لها مثيل من أجل فهم وشرح الاستخدام. وحسب Giard Luce "أحد المقربين من هذا الباحث، فإن المسألة الأساسية عند "دو سيرتو" صيغت من خلال إشكاليته حول "الإبداع الثقافي للأشخاص العاديين، ومن خلال تساؤله عن الإنتاج اليومي للثقافة سعى الباحث إلى فهم الميكانيزمات التي من خلالها يبدع الأفراد بطريقة مستقلة باعتبارهم فاعلين، وهو الإبداع الذي يعبر عنه من خلال صيرورة استهلاكهم وكذا ممارساتهم اليومية"

(Chambat, 1994, p. 258). نميل إلى تبني مفهوم الاستخدام على أنه أنماط اجتماعية تظهر وتبرز بصورة منتظمة على نحو كاف بحيث تشكل عادات مندمجة في يوميات المستخدمين - المراهقين- وتفرض نفسها في قائمة ممارسات الحياة اليومية. وتستند الباحثة في توظيفها لمفهوم الاستخدام إلى الاعتبارات التالية: أولاً: كون مفهوم الاستخدام يؤدي عادة إلى طرح التساؤل "ماذا يفعل الناس حقيقة بالأدوات والأشياء التقنية"؟ ثانياً: باعتبار مفهوم الاستخدام يميل بدوره إلى مسألة التملك الاجتماعي للتكنولوجيات، أي علاقة الفرد بالأشياء التقنية وبمحتوياتها أيضاً، كما أن الاستخدام فيزيائياً يميل إلى استعمال وسيلة إعلامية أو تكنولوجية قابل للاكتشاف والتحليل عبر ممارسات وتمثلات خصوصية. ثالثاً: كون مفهوم الاستخدام يقتضي أولاً الوصول إلى تكنولوجيا معينة، بمعنى أن تكون متوفرة فيزيائياً (مادياً)، ثم ضرورة أن يتم تبني هذه التكنولوجيا حتى نستطيع الحديث عن الاستخدام.

/التفاعلية Interactivity/ interactivité

كلمة مركبة من كلمتين في أصلها اللاتيني، ومعناه ممارسة بين اثنين؛ أي تبادل وتفاعل بين شخصين. تم تداول الوسط الفكري والعلمي والصحفي هذا المفهوم " التفاعلية" في بداية التسعينيات من القرن الماضي؛ نتيجة التقدم الهائل الذي تعرفه التكنولوجيات الرقمية الذي تم بفضل المعلوماتية. وفي خضم هذه التطورات التكنولوجية، أصبح مفهوم التفاعلية مرتبطاً أكثر فأكثر بالوسائط المتعددة. يعرفها نصر الدين لعياضي بأنها مفهوم ابتكر في البداية للدلالة عن شكل خاص من العلاقة بين السمع والبصر والمشاهد، ويهدف إلى تحويل المشاهد الساكن والسلبى إلى عنصر فعال ونشط، بشكل يؤثر في البرمجة، لكن الاستخدام التدريجي والمتعدد لهذا المفهوم، أصبح يدل على كل أنواع مشاركة المتلقي في الرسالة، سواء أحدثت رجوع الصدى أو لم تحدث. كما تعني التفاعلية الاتصال في اتجاهين بين المصدر والمتلقي، أو بصفة أوسع الاتصال المتعدد الاتجاهات بين أي عدد من المصادر والمتلقين". التفاعلية أيضاً هي صفة الأجهزة والبرامج وظروف الاستغلال التي تسمح بأفعال متبادلة في نمط الحوار بين المستخدمين أو بين الأجهزة في الوقت الفعلي". كما تعرف بأنها ميزة الوسيلة التي يكون فيها المستعمل قادراً على التأثير في شكل أو محتوى عرض وساطي أو تجريه". (رضا، 2012)

/ الميديا الجديدة أو الإعلام الجديد new media / nouveaux media

يستخدم المصطلح في الأدبيات النظرية العربية مترجمة للمقابل الإنجليزي New Media والفرنسي nouveaux medias وواضح أنه حدث خطأ في تعريب المسمى الإنجليزي فأصل كلمة " Media " هو "Medium" التي تعني الوسيط / الناقل ، ولذلك عربت كلمة " MultiMedia سابق إلى الوسائط المتعددة، ولم تعرب إلى الإعلام المتعدد ، ولذلك يورد الباحثون أن استخدام كلمة الميديا الجديدة هو الأصح ، واستناداً إلى هذه القاعدة في الترجمة،

يصبح التعريب الصحيح لمصطلح New Media هو الوسائط الجديدة، أو الإعلام بالوسائط الجديدة (عيساني، 2013، صفحة 58). وتوحي القراءة المتأنية للعديد من المقالات المتخصصة حول موضوع الإعلام الجديد عن تمظهره وفقا لعدة تسميات تم اعتمادها بناء على مجالات واهتمامات المنشغلين حوله، وقد رصدت مفيدة بالهامل ثلاثة عشر مصطلحا تتوحد في معناها للدلالة على مصطلح الإعلام الجديد وهي: الإعلام الجديد، والإعلام البديل، والإعلام الرقمي، والإعلام الاجتماعي، أو لإعلام الخدماتي، والإعلام الشبكي، والإعلام الإلكتروني، وإعلام المواطن، وإعلام الشعب، وإعلام المصدر المفتوح، ومواقع التواصل الاجتماعي، وشبكات التواصل الاجتماعي، والويب 2.0، والإنترنت المجتمعي، والإنترنت التشاركي. (بالهامل، 2014، صفحة 17) وتدل الأسماء المتعددة للتطبيقات الإعلامية المستحدثة كل واحدة على أرضية جديدة لهذا الإعلام. (مصطفى، 2008) ويشرح جمال الزرن تعدد اصطلاحات الإعلام الجديد لكن خصائصهما السيكولوجية والسوسولوجية النهائية والدلالية اللغوية لم تتبلور بعد، ليحدث نوع من التواضع حول تسمية "الإعلام الجديد"؛ لأنه ببساطة منهجية لا يشبه وسائط الاتصال التقليدية. فقد نشأت داخل الإعلام الجديد حالة تزامن نادرة وجديدة بين مجموعة من العمليات التي كانت إلى زمن قريب متباعدة لتصبح عملية بث وإرسال النصوص والصور المتحركة والثابتة والأصوات ممكنة بشكل حر ومجاني وأي. (الزرن، 2017) بينما يقوم الاتفاق على أنه لا يوجد تعريف متفق عليه إلى حد الآن لماهية الإعلام الجديد، ولم ترق الصياغات اللغوية المختلفة التي تناولته إلى تحرير صيغة موحدة لمدلوله، وتعود الإشكالية في ذلك إلى أن المفهوم نفسه لا يزال في إطار ديناميكية التشكل والإضافات المتنوعة والتحفظات المختلفة، كما تعود صعوبة الاتفاق أساسا إلى تأخر التنظير الأكاديمي عن الممارسة المهنية في مجال دراسات الإعلام الجديد بشكل كبير. (بالهامل، صفحة 16) إذ يستخدم مصطلح الوسائط الجديدة في كل مكان بعدة طرق مختلفة. يركز ليفينغستون وليفيرو Lievrouw وLivingstone (2002) على الرسالة (أي الاتصال وممارساته)، والتكنولوجيا (أي الوسيط)، والسياق الاجتماعي الذي يتم استخدامه فيه. تظهر هذه الجوانب الثلاثة لوسائل الإعلام الجديدة بشكل متكرر في الأدبيات إلى جانب تقنيات وممارسات أخرى أكثر تحديداً مثل التعاون والرقمنة والاتصالات. يتخذ كل من Gitelman and Pingree (2003) النهج الزمني، باستخدام مصطلح "الوسائط التي تمر بمرحلة انتقالية" لوصف فترة زمنية تظهر خلالها وسيلة ما، وبالتالي نوعاً من التباين والمنافس لوسائل الإعلام القديمة. قام مانوفيتش (2002) بتعريف الوسائط الجديدة بأنها أشياء ثقافية "تستخدم تكنولوجيا الكمبيوتر الرقمية للتوزيع والعرض". (Weiser, 2008) أما حسب قاموس الإنترنت الموحد تعبير الإعلام الجديد يشير إلى أجهزة الإعلام الرقمية عموماً، وصناعات الصحافة على الإنترنت (مصطفى، صفحة 28). أما إجرائياً فنميل إلى توظيف المفهوم باعتباره مجموع المنصات الشبكية الرقمية ذات الطبيعة

التفاعلية التي تسمح بانتقال وتبادل المعلومات والوصول إليها ومشاركتها والتفاعل حولها وإنتاجها وتخزينها واسترجاعها. ويبرز من خلال هذه المنصات التواصلية الرقمية المستخدم كمنتج للمعلومات والمواد المختلفة وفق أشكال متعددة الأبعاد التقنية والإعلامية.

***/ تطبيقات الميديا الجديدة new media apps**

يعرفها قاموس أكسفورد بأنها "معظم التطبيقات التي تمكن مستخدميها من إنتاج محتوى ومشاركته مع آخرين و/ أو اندماج الاشتراك في شبكات اجتماعية" (Oxford, 2013) كما تعرف بأنها تطبيقات الإنترنت Web Apps وبأنها "تطبيقات الهاتف المحمول" Mobile Apps وتعني برنامجا يمكن تنزيله مجائا، أو مقابل رسوم، ويمكن تشغيله من نظام تشغيل الهاتف. يتم تكييف تطبيقات الهاتف المحمول مع البيئات التقنية المختلفة للهواتف الذكية وقيودها وإمكانياتها المريحة (شاشة تعمل باللمس بشكل خاص). وهي تسمح بشكل عام بوصول أكثر راحة وفعالية إلى المواقع التي يمكن الوصول إليها أيضاً في إصدارات الجوال أو الويب" (definitions-webmarketing, 2019) تم توظيف المفهوم في الدراسة للدلالة على البرامج الموجودة عبر المتاجر الرقمية عبر بوابات الأجهزة الرقمية المحمولة والذكية مثل Apple App Store أو Android Market أو Blackberry App World التي يزورها المستخدمون للبحث وتنزيل التطبيقات الرقمية التي يريدونها والتي تظهر وفق فئات رئيسية، وأخرى فرعية تمنح خيارات تحميلها بناء على معطيات وبيانات تقنية تشير إلى مزاياها وعدد تحميلاتها من طرف المستخدمين السابقين.

***/ تطبيقات البودكاست Podcast Apps**

عبارة عن برامج إذاعية تبث عن طريق الإنترنت تستطيع تحميلها والاستماع لها في أي وقت. (ARCAST، 2020) وتعود أصل كلمة بودكاست إلى الترجمة اللغوية للتسمية الإنجليزية "Podcast" الذي نشأ من كلمتين ولا كلمة. iPod ويشير إلى مخزن أو مستودع أو إلى جهاز مشغل الصوت الشهير من شركة أبل Pod اختصار من ل "iPod" والجزء الآخر cast اختصار من مصطلح الإذاعة نفسه "Broadcast". وتعني: البث. ليحيل بذلك معنى بودكاست Podcast إلى إذاعة صوتية أو محتوى صوتي متوفر على شبكة الإنترنت، ويختلف عن الراديو في أنه يمكنك سماعه في أي وقت، وليس عند البث المباشر فقط! ويمكن للبودكاست أن يكون في صيغة صوتية أو فيديو أيضا. ظهرت تقنية البودكاست في عام 2004م، ويقال إن أول من أطلق التسمية الجارديان البريطانية خلال السنة نفسها. ويعرف أيضاً بتسميات متعددة على غرار "البث الصوتي"، أو "البث الجيبي" أو "التدوين الصوتي". (arcast، 2020) تم اعتمادنا للمفهوم باعتباره برنامجا صوتيا إذاعيا، ينتجه أشخاص عائدون أو مؤسسات، وي طرح موضوعات متعددة في جوانب الحياة والتعليم والهوايات والسياسة وغيرها، وهو مسجل ومنشور على الإنترنت وذلك باستخدام برامج التقاط البودكاست على شكل حلقات، بحيث

يمكن للمستمعين الاشتراك فيها وتحميل الحلقات الجديدة عند صدورها تلقائيا من خلال تطبيقات رقمية مثل تطبيق Podcatchers سامسونج جالكسي وغيره..

* المراهقة / adolescence / adolescents

يشير المعنى اللغوي بأنها التدرج في النضج من جميع الجوانب الجنسية والجسمية والاجتماعية والعقلية، وهذا التعريف لا يختلف كثيرا عن المعنى العلمي الذي قدمه العديد من العلماء و الباحثين الغربيين على رأسهم (آرنولد جازل) A-Gessel و معاونوه، كما اهتم بها أيضا العالم النفساني (أو سبل) Ausbel 1955 و قد عرفها بأنها: "الوقت الذي يحدث فيه التحول في الوضع البيولوجي للفرد" كما عرفها العالم الكبير (ستانلي هول) S-Hall سنة 1956 بأنها: "الفترة من العمر التي تتميز فيها التصرفات السلوكية للفرد بالعواصف و الانفعالات الحادة و التوترات العنيفة" كما يعدها "مولدا جديدا للفرد" و "فترة عواصف و توتر و شدة" و لذلك سميت نظرية Hall "بالعاصفة" أو "الأزمة"; لأنها تتضمن في رأيه تغييرات ضخمة في الحياة، و هي نوع جديد من الميلاد مصحوب هذه المرة بالتوترات و مشاكل لا يمكن تجنب أزماتها و ضغوطها. كما عرفها موروكس 1962 بأنها: "الفترة التي يكسر فيها المراهق شرقة الطفولة، ليخرج إلى العالم الخارجي، ويبدأ في التفاعل معه والاندماج فيه". أما الباحثون العرب، فقد عرفها د: عبد السلام حامد بقوله: "يعني مصطلح المراهقة كما يستخدم في علم النفس مرحلة النضج والرشد، فالمراهقة مرحلة تذهب لمرحلة الرشد". وقد عرفها د: عبد الرحمن العيسوي بقوله: "إنها سن النضج العقلي والانفعالي والاجتماعي وتصل إليها الفتاة قبل الفتى بنحو عامين". أما عبد القادر محمد فيقول: "إنها بدء ظهور المميزات الجنسية و ذلك نتيجة لنضج الغدد التناسلية، فهي إذن مرحلة النمو المتوسط بين الطفولة و الرشد، حيث يتم فيها إعداد الناشئ ليصبح فردا يتحمل مسؤولياته للمشاركة في نشاط المجتمع..." (الزعيبي، 2010، صفحة 15) نستند خلال هذا البحث إلى اعتبار أن المراهقة عبارة عن فترة زمنية في مجرى حياة الإنسان التي تمتد ما بين نهاية الطفولة المتأخرة و بداية سن الرشد، تتميز بوجود مجموعة من المتغيرات الجسمية و العقلية و الانفعالية و الاجتماعية. حيث يرافق هذه المرحلة ظهور مجموعة من الدوافع والحاجات المختلفة التي يترتب عنها حدوث عدة مشكلات في حال عدم إشباعها.

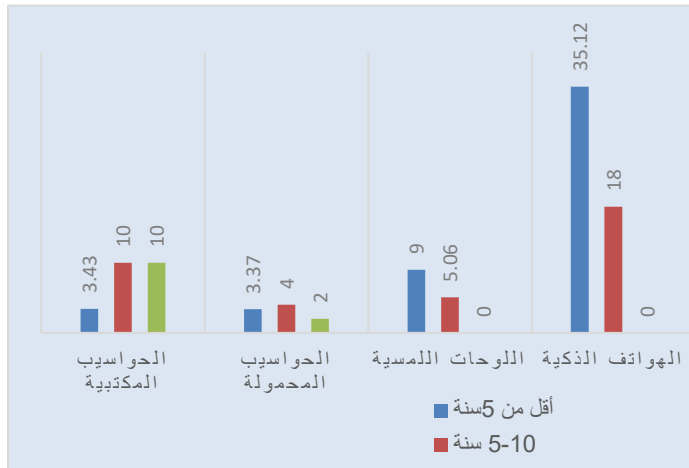
1. المراهقون ومستويات النفاذ الرقمي Digital Access في الحياة اليومية

يعكس معدل النفاذ الرقمي فرص وصول الأفراد إلى التكنولوجيا وشبكات الاتصال الرقمية خلال الحياة اليومية، وهنا يجب أن يعي مستخدمو التكنولوجيا Users أن فرص الاستخدام الأمثل غير عادلة نظراً؛ لتفاوت الإمكانيات والكفاءات بين الأفراد والبلدان، الأمر الذي يؤثر قطعاً على التنمية المستدامة للمجتمع ككل، ومستويات المشاركة الكاملة للفرد في المجتمع الرقمي. لذا يُعد العمل على تحقيق المساواة في القدرة على استخدام التكنولوجيا،

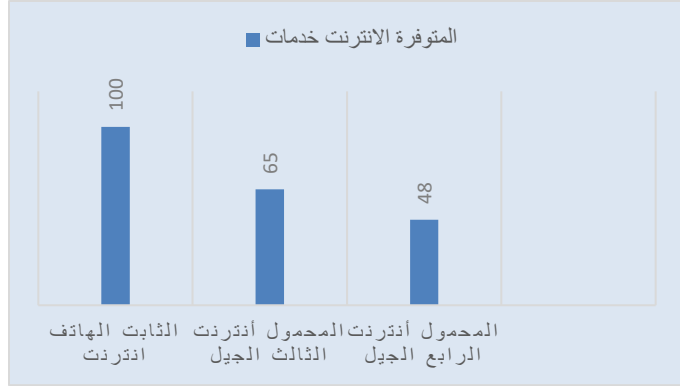
والتأكد من عدم حرمان أي شخص من الوصول الرقمي، نقطة انطلاق أساسية للمواطنة الرقمية. (acrseg) ويقدم مؤشر Adoption Index (DAI) Digital تصوراً عن مدى استفادة كل دولة من تكنولوجيا المعلومات، ومقدار توظيفها للتقنية في القطاعات البشرية والاقتصادية والحكومية. (الخيمي إ.، 2019) يتفرع عن المؤشر السابق الذكر ثلاثة مؤشرات، وهي مؤشر الأعمال business DIA ومؤشر الحكومات gouvernement DIA ومؤشر الأشخاص DIA people، حيث يقيس هذا الأخير مدى استخدام الأشخاص لتكنولوجيا المعلومات، ومدى دخول التكنولوجيا في حياتهم اليومية، من خلال حساب توفر الاتصال بالإنترنت لكل شخص داخل المنزل، أو خارجه (من خلال هاتف نقال). بالنسبة للجزائر حسب التقرير ذاته تحتل المرتبة التاسعة من مجموع 23 دولة عربية مباشرة، وتسبقها على الترتيب الدول التالية: العراق، لبنان، عمان، السعودية، الكويت، قطر، البحرين، الإمارات التي تصدرت القوائم الثلاث المتعلقة بمؤشر الانتشار التكنولوجي في الدول العربية. (الخيمي إ.)

واستناداً لنتائج الدراسة الكيفية وفقاً لأداتي الملاحظة العلمية والمجموعات البؤرية، فقد قمنا برصد مجموعة من المؤشرات المتعلقة بالوصول الرقمي للمراهقين وتتعلق أساساً بعدد الأجهزة التكنولوجية ونوع شبكة الإنترنت المتوفرة عبر الأنسجة الأسرية للمراهقين الجزائريين عينة الدراسة كمدخل لاستخدام التكنولوجيا الرقمية والشبكية في الحياة اليومية، كما قمنا بقياسها كميًا، وقد جاءت النتائج المتوصل إليها كالتالي:

الشكل رقم (1): معدلات امتلاك الأجهزة التكنولوجية عبر العائلات عينة الدراسة



المصدر: (من إنجاز الباحثة).



المصدر: (من إنجاز الباحثة).

تعكس النتائج المتوصل إليها معدلات النفاذ التكنولوجي والشبكي المرتفعة لدى العائلات الجزائرية عينة الدراسة، والذي يمكن تفسيره على ضوء مؤشرات تكنولوجيا الإعلام والاتصال وفقا لوزارة البريد والاتصالات الجزائرية التي تؤكد تطور عدد الاشتراكات المواطنين عبر خدمات الإنترنت الثابت في الجزائر منذ العام 2014، وخدمات الإنترنت الهاتف المحمول الجيل الثالث منذ 2015 والجيل الرابع منذ 2016. (MPT، 2018)

2. المراهقون وسياقات الاستخدام الرقمي لتطبيقات البودكاست في الحياة اليومية

ارتبطت الدراسات الاتصالية والإعلامية ارتباطا وثيقا بمفهوم السياق الذي يعود في الأصل إلى تأطير سوسيولوجي قبل دخوله لعلوم الإعلام والاتصال. إذ تناول باتستون Bateson مفهوم السياق في أثناء محاولته الإجابة عن السؤال الذي كرره مرارا: ما هو الاختلاف الذي يصنع الاختلاف؟ ويجيب: "يمكن أن نعرف السياق على أنه مجموع المعلومات التي تسمح بتحديد عدد من المعاني الممكنة لكلمة ما، أو لفعل ما، أو لحدث ما". (هوارى، 2011، صفحة 18). لا يعدّ الاتصال الرقمي إذن قضية نقل الرسالة أو المحتوى الرقمي فقط، بل هو الشيء الذي بإمكانه أن يعدل بعض السياقات التي تشكل وضعية ما. فالتوجه الاتصالي نحو الاستخدام الرقمي لمحتوى البودكاست لدى الفاعل المراهق - الجزائري- يتولد نتيجة ربط علاقة بين هذا الاتصال الرقمي مع كل العناصر السياقية التي تملك معنى بالنسبة له. وبالاستناد على وضعية الاستخدام الرقمي التي تمت ملاحظتها خلال الحياة اليومية للمراهقين -عينة الدراسة- تمكنا من رصد ملامح السياقات التالية التي نشرحها كما يلي:

1.2. السياق التعبيري عن الهوية الذاتية المستقلة

وفقا لما طرحه جوتلوب فريجه Frege Gotlob بخصوص تعريف مفهوم الهوية ومؤداه أن الهوية مفهوم لا يقبل التعريف؛ وذلك لأن كل تعريف هو هوية بحد ذاته، باعتبار الهوية مفهوما أنطولوجيا وجوديا يمتلك خاصية سحرية تؤهله للظهور في مختلف المقولات المعرفية.

فمن زاوية لغوية، نجد مفهوم «الهوية» العربي يقابل كلمة *Identité/Identity* في الإنجليزية والفرنسية وهو من أصل لاتيني، ويعني: الشيء نفسه، أو الشيء الذي هو ما هو عليه، أي إن الشيء له الطبيعة نفسها التي للشيء الآخر. كما يعني هذا المصطلح في الفرنسية مجموعاً؛ أما في اللغة العربية فنجد أن المواصفات التي تجعل من شخص ما شخصاً معروفاً أو متعين الهوية مصدر صناعي مركب من «هو» ضمير المفرد الغائب المعرف بأداة التعريف «الـ». ومن اللاحقة المتمثلة في الـ «ب» المشددة وعلامة التأنيث أي «ة». غير أن مفهوم الهوية غالباً ما يترجم "مجموعة من معايير التعريف لفاعل ما أو لشعور داخلي ما... ويتكون هذا الشعور بالهوية من عدة مشاعر أخرى، كالشعور بالوحدة، والشعور بالتماسك الاجتماعي، أو الانتماء، أو القيم، أو الاستقلالية أو حتى الثقة والرغبة في الوجود. (هوارى، صفحة 78) فخلال المرحلة العمرية المتعلقة بالمراهقة تبرز مشاعر عديدة لدى الفرد المراهق كفاعل اجتماعي يسعى إلى إبراز ذاته ضمن جماعات الانتماء المحيطة به خلال تفاعلاته في الحياة اليومية. إذ لا يمكن للمراهق باعتباره فاعلاً اجتماعياً أن يكون دون حياة اجتماعية وأخرى علائقية، وقد تم الإشارة إلى هذا الهدف العام للاتصال تحت شكل أكثر ملموس من طرف الباحث إرفيغ غوفمان Erving Goffman الذي يرى "أننا نتصل من أجل أن نمثل هوية مرغوباً فيها في الوضعية الاتصالية التي نتواجد فيها (هوارى، صفحة 85). من جانب آخر، نجد أن مرحلة المراهقة تبرز خلالها احتياجات نفسية كثيرة ما تتعلق بالرغبة في إبراز الهوية المستقلة والملفتة لنظر واهتمام المحيطين بالمراهقين، حيث تؤكد ملاحظتنا الميدانية للعينة، درجة الانجذاب الكبير الموجود لدى المراهقين الجزائريين -عينة الدراسة - نحو استخدام الوسائط الاتصالية المحمولة والذكية من جهة، والحضور الرقمي عبر منصات تطبيقات الميديا الجديدة -البودكاست أنموذجاً - والاستماع لمحتوياتها والاجتهاد حتى في إنتاجها بالنسبة للبعض خلال الحياة اليومية. في اعتقادنا تتمظهر أفعال الاستخدامات التفاعلية مع المحتوى الرقمي للبودكاست كوضعية اتصالية يميل إليها المراهق الجزائري؛ كونها لا تضمن له تحقيقاً لإشباعه النفسي المتعلق بالتعبير عن الهوية المستقلة فقط، وإنما تعمل كموجه لبلوغه مستويات التحكم والتأثير خاصة إذا سلمنا بأن كل وضعية اتصالية تستند إلى ثلاث متغيرات وهي أساساً النفسية والمعرفية والاجتماعية.

فالمستخدم- المراهق خلال وضعيات الاتصال الرقمي عبر تطبيقات الميديا الجديدة البودكاست نموذجاً يبدو سلوكه الاتصالي وفعال الاستخدام تحت سلطة ذاته ونظام احتياجاته الذي يحدد مستويات دافعيته نحو هذه المنصات ومحتوياتها الرقمية. هذه الأخيرة قد تكون صريحة أو ضمنية أو غير مدركة لديه. يمكن تفسير الأمر بالنموذج الذي اقترحه لوين Lewin 1959، يفترض أن كل فرد يعمل مثل كائن حي يخضع لمجموعة من القوى. يمكن أن تكون هذه القوى من أصل خارجي - ضغوط من البيئة - أو من أصل داخلي - أي مرتبط بتاريخ

الموضوع وتاريخ التورط في الموقف. كل هذه القوى تعمل على خلق الفرد احتياجات تولد التوتر. لذلك يعتبر المستخدم-المراهق ككائن حي تحت التوتر. وهي التوترات التي تنتج السلوكيات. "فالسلوك المعتمد من قبل فرد في حالة معينة يهدف إلى الحد من التوترات التي تمارس عليه؛ لتلبية الاحتياجات التي تولدها القوى الخارجية والداخلية التي يخضع لها." (Abric, 2019, p. 06)

2.2. السياق الاتصالي لإثبات الحضور الرقمي

يبدو المراهق عموما ككائن يواجه مشكلات عديدة بمرحلة المراهقة كمرحلة عمرية حاسمة في تكوينه النفسي والجسماني. قد تترجم سلوكياته الاتصالية جهوده للتوافق مع هذه المعطيات والبيئة التي تحيط به حيث اعتبر "Claude Flament" 1965 أن الخطاب ينتج من خلال أسئلة رئيسة يجب معرفتها: ماذا أكون بالنسبة لك؟ وماذا تكون أنت بالنسبة لي؟ فكل فاعل من وجهة نظر وجودية أي من وجهة نظر المقاربة البنائية لعلوم الإعلام والاتصال يعتبر كائنا يواجه مشكلات عامة، وهي مشكلات مرتبطة أساسا بوجوده في العالم، وعليه يذهب اتصاله في اتجاه تحقيق هذه الإمكانية". (هوارى، صفحة 79) وهي المسألة التي أكدتها نتائج مجموعات النقاش المطبقة على العينة من المراهقين الجزائريين، نظرا للتمثلات الاجتماعية الإيجابية حول المتمكنين من التطبيقات الرقمية.

3.2. سياق المعايير المجتمعية

لا يمكن أن نفهم ونحلل الاستخدامات والممارسات الاتصالية الرقمية للمراهقين -عينة الدراسة- إلا ضمن نظام القواعد المجتمعية والنطاقات الأسرية التي ينتمون إليها، وفي ظل الاتفاق الجمعي على مبادئ الاتصال الرقمي المتوافق وهذه المعايير المجتمعية. لقد ظهرت أهمية هذا السياق في مسار فهم معنى الاتصال في عدة أعمال سوسيولوجية (Persons, 1964) (وفي علم النفس الاجتماعي (Brumer, 1991) وفي الأثنوميتودولوجيا (Garfinkel, 1967)، (فكل هؤلاء الباحثين ومنذ "دوركايم" أشاروا إلى وجود مستقر للمراجع المعيارية لكل الأفعال الإنسانية. (هوارى). إذ نطلق من اعتبارنا للسياق المعياري أو سياق المعايير المجتمعية كمجموعة من المعايير الحاضرة في الوضعية التي تضي معنى على هذا الاتصال الرقمي والاستخدامات والممارسات الرقمية عبر الفضاءات الشبكية لتطبيقات الميديا الجديدة - البودكاست أنموذجا-. كما نميل إلى اعتبار هذا السياق سياقًا ثقافيًا يرجع نحو القيم التي يتم تقاسمها الأفراد المراهقون المستخدمون جماعيا. فلا يمكن أن يقام أي اتصال خارج السياق الاجتماعي والثقافي المحيط بالمراهق- الجزائري أنموذجا- في الحياة اليومية. وكما تؤكد نتائج الملاحظات العلمية المتوصل إليها، فإن الاستخدامات الرقمية لتطبيقات الميديا الجديدة -البودكاست أنموذجا- لدى المراهقين- عينة الدراسة- تتأثر إلى حد كبير بالسياقات القيمة للمجتمع الجزائري، حيث يراعي أفراد العينة مجموعة من المعايير القيمة المتفق عليها

في المجتمع الجزائري خلال اختبارهم لموضوعات البودكاست على الأقل أمام الآخرين من الراشدين المحيطين بهم، دون إغفال وجود بعض الاستثناءات التي لا تنطبق عليها هذه الملاحظة. فبحكم الفضول لمعرفة تفاصيل عديدة خلال مرحلة المراهقة على غرار موضوع العادة الشهرية، وكل ما اتصل بها من تفاصيل تنجذب إلى معرفتها المراهقات - من عينة الدراسة - من خلال محتويات البودكاست الرقمي غير أن عادات الاستخدام تخضع لجملة من المعايير القيمة نظرا لحساسية هذه الموضوعات وما اتصل بها في العائلة الجزائرية والمجتمع الجزائري. فمن المرفوض اجتماعيا مشاركة الاستماع لبودكاست هذه الموضوعات مع أفراد العائلة والأقارب من جنس الذكر مثلا. هذا لا ينفي وجود بعض التجاوزات الأخلاقية في استهلاك المحتوى الرقمي عبر تطبيقات الميديا الجديدة عبر بعض الأسر الجزائرية وفي المجتمع الجزائري، إلا أن السياق المعياري لا يزال له وجود وتأثير لعمليات الاستخدام والاستهلاك الرقمي لمحتويات الميديا الجديدة في الحياة اليومية للمراهقين الجزائريين عبر العوائل التي تحرص على ضبط سياقات التملك والوصول والاستعمال والاستخدام والممارسة الرقمية منذ البداية.

4.2. السياق الاجتماعي وبناء العلاقات

تؤكد ملاحظتنا أن التواجد الرقمي المراهقين الجزائريين - عينة الدراسة - عبر منصات التطبيقات الرقمية يشكل مظهرا من مظاهر الاتصال الرقمي الذي يسعون من خلاله إلى بناء علاقة مع البودكاستر وفق آليات التفاعلية الرقمية التي تتخذ أشكالا متعددة على غرار الاشتراك بالضغط على زر الجرس لمتابعة جديد محتويات البودكاستر المفضل أولا بأول، والتعليق والتحاوور معه. والردشة والتعرف على معجبين آخرين ... مما يسهم في بناء علاقة الوفاء لهذه المواد الرقمية التي تنشأ بين المستخدم البودكاستر كمستهلك رقمي وفي للبودكاستر كمنتج رقمي. سيما وأن الاتصال يظهر على أنه ركيزة وجود العلاقة الإنسانية، بحيث نتصل بهدف الدخول في علاقة ما مع الآخر، هذه العلاقة التي قد تتعزز خلال سيرورة الاستخدام الرقمي كأن يحظى المستخدمون للبودكاستر بتميز وتفضيل كثيرا ما يستهوي المراهقين المستخدمين للبودكاستر الساخر عينة الدراسة الذين سيبحثون من خلال استخدامهم الرقمي لهذه الأخيرة إلى تعزيز الشعور بالذات المستقلة وإظهارها أمام جميع الأفراد الذين يتفاعلون اجتماعيا ورقميا. ينظر إلى هذا السياق كسياق اجتماعي علائقي مباشر، فما تم التعبير عنه يأخذ معنى مقارنة مع طبيعة العلاقة بين الفاعلين ضمن مجمل نظام التفاعلات المتولدة... كما سنطبق على الأمر ما شرحتة بعض أعمال مدرسة "باولو ألتو" (1981, 1972; Watzlawick, weakland) ظاهرة "هيكل العلاقات"، وبينت أن عملية إنشاء المعايير العلائقية يحدث في أثناء التبادلات اليومية الساذجة التي يقيمها الأفراد. (هوارى، صفحة 81)

5.2. السياق الزمني

تبرز الاستخدامات الرقمية لتطبيقات البودكاست الساخر أوساط المراهقين ضمن سياق زمني تحدد ملامحه تفاصيل سيرورة تبني الأجهزة الرقمية والولوج إلى الفضاءات الافتراضية من طرف الجماعات المحيطة بالمراهق أولا، ووصولاً إلى المراهقين أنفسهم. فسياق كل ظاهرة اتصالية هو سياق تاريخي، وعليه يتعين على الباحث الذي يدرس الاستخدام في هذا الميدان "ألا يغفل ضرورة فهم هذه الاستخدامات ضمن سيرورة تاريخية، وأن يعتبر أن بروز استخدامات معينة لجهاز تقني، إنما تحدث ضمن سياق متصل غير متقطع. تؤكد ملاحظتنا استخدام مراهقي العينة لمحتويات البودكاست المختلفة خلال مختلف الفترات اليومية دون ملل. بل أكثر من مجرد استخدام، فقد باتت بالنسبة للبعض روتيناً يومياً، لا بد من القيام به على غرار النشاطات الحياتية الأخرى وتوصيفه بـ "ضرورة الحياة بعصر التطبيقات الرقمية".

6.2. السياق الفضائي

السياق الفضائي لكل اتصال حاضر دائماً، إذا ما أردنا أن نعتبر أنه لا يمكن لنا أن نتصل خارج مكان مادي، ومن أجل التعرف على ما إذا كان مسار الاستخدام الرقمي ذا طبيعة فضائية نتساءل: هل ينشئ المراهقون المستخدمون الضغوطات الفضائية لوضعية الاستخدام الرقمي للبودكاست أو بالعكس يتجهون نحو إزالتها؟ إذ تتجسد قيمة حضور السياق الفضائي بشكل أكثر مرونة بالنسبة للمراهقين المستخدمين لمنصات الميديا الجديدة في ظل خيارات التواجد الرقمي وتكنولوجيا الوسائط المحمولة والذكية لتحقيقه دون أن يشكل طبيعة الفضاء الفيزيائي ضغطاً على وضعيات الاستخدام الرقمي لدى مراهقي العينة حسب ما لاحظناه وما توصلنا إليه من خلال تقنية المجموعات البؤرية المطبقة على العينة.

3. المراهقون وطقوس الاستخدام التفاعلي لتطبيقات البودكاست في الحياة اليومية

تؤكد نتائج الدراسة الكيفية وفق أداة المجموعات البؤرية التي قمنا بتحويلها إلى نسب مئوية أكثر دلالة وتوضيحاً لمستويات الاستخدام التفاعلي لتطبيقات البودكاست في الحياة اليومية للمراهقين عينة الدراسة، حيث توصلنا إلى أن:

- 65% من مراهقي العينة (35% لصالح الإناث و30% لصالح الذكور) يستخدمون تطبيقات البودكاست في الحياة اليومية بمتوسط 3 ساعات ونصف يومياً.
- 73% (41% لصالح الإناث و32% لصالح الذكور) من مراهقي العينة يفضلون الفترة المسائية للاستماع للبودكاست.
- 82% (42% لصالح الإناث و40% لصالح الذكور) من مراهقي العينة يفضلون الاستماع للبودكاست عبر الأجهزة المحمولة والذكية.
- 43% (20% لصالح الإناث و23% لصالح الذكور) من مراهقي العينة يميلون إلى الاستماع للبودكاست التثقيفي والتعليمي.

- 72٪ (30٪ لصالح الإناث و42٪ لصالح الذكور) من مراهقي العينة يستمتعون بالاستماع للبودكاست الساخر.
 - 15٪ (05٪ لصالح الإناث و10٪ لصالح الذكور) من مراهقي العينة جربوا إنتاج بودكاست خاص بهم؛ بدافع الإبداع واكتساب الشهرة.
 - 35٪ من مراهقي العينة (20٪ لصالح الإناث و15٪ لصالح الذكور) يحقق لهم محتوى البودكاست إشباعات معرفية حول موضوعات خاصة بالمراهقة.
 - 35٪ (15٪ لصالح الإناث و20٪ لصالح الذكور) من مراهقي العينة يستمعون لمحتوى البودكاست باللغة العربية.
 - 40٪ (15٪ لصالح الإناث و25٪ لصالح الذكور) من مراهقي العينة يستمعون لمحتوى البودكاست باللغات الأجنبية (الفرنسية والإنجليزية).
 - 10٪ (05٪ لصالح الإناث و05٪ لصالح الذكور) من مراهقي العينة يفضلون محتوى البودكاست باللهجات العربية العامية.
 - 56٪ (22٪ لصالح الإناث و34٪ لصالح الذكور) من مراهقي العينة مشتركون بقنوات البودكاست.
 - 42٪ (12٪ لصالح الإناث و30٪ لصالح الذكور) من مراهقي العينة يتفاعلون مع محتوى البودكاست بالتعليق والمشاركة عبر تطبيقات الميديا الجديدة الأخرى.
 - 58٪ (25٪ لصالح الإناث و33٪ لصالح الذكور) من مراهقي العينة يستمعون فقط لمحتوى البودكاست.
 - 82٪ (32٪ لصالح الإناث و50٪ لصالح الذكور) من مراهقي العينة يعدّون محتوى البودكاست مصدرا للمعلومات والأفكار العملية والجديدة.
 - 54٪ (24٪ لصالح الإناث و30٪ لصالح الذكور) من مراهقي العينة يعدّون محتوى البودكاست مصدرا موثوقا للمعلومات.
 - 63٪ (33٪ لصالح الإناث و30٪ لصالح الذكور) من مراهقي العينة لا يستطيعون التخلي عن عادة الاستخدام التفاعلي لمحتوى البودكاست في الحياة اليومية.
 - 48٪ (30٪ لصالح الإناث و28٪ لصالح الذكور) من مراهقي العينة يعتمدون على محتويات البودكاست لاكتساب مهارات وخبرات مفيدة.
- يمكن تفسير النتائج المتوصل إليها بناء على معدلات الانتشار الواسع للأجهزة المحمولة وسهولة استخدامها أوساط المراهقين، سيما وقد أصبحت هذه الوسائط الرقمية تقدم كهذا مقابل التحصيل العلمي الجيد، والتفوق في الامتحانات من طرف أولياء الأمور؛ بحجة مواكبة

العصر وتعزيز فرص التواصل مع الأبناء المراهقين خارج البيت وغير ذلك من الأسباب التي تجعل استخدام البودكاست عبر هه الوسائط المحمولة خاصة على منحنى نمو قوي أوساط المراهقين الجزائريين عينة الدراسة. من جهة أخرى تعد تنسيقات الصوت القابلة للنقل شائعة؛ لأن المستخدمين المراهقين يمكنهم القيام بمهام متعددة في أثناء استهلاك المحتوى. إضافة إلى ذلك، بمجرد التنزيل، يمكن الاستماع إلى البودكاست في زمان ومكان. كما تزيد هذه المزايا من فرص الانجذاب لدى المراهقين نحو محتوياتها التي يمكن استهلاكها بالموازاة مع تطبيقات رقمية أخرى على غرار منصات الدردشة والتواصل... إلخ.

خاتمة ونتائج الدراسة

توصلت الدراسة إلى أن 65% من مراهقي العينة متواجدون رقميا عبر تطبيقات البودكاست بنسبة تفاعل بلغت 42% من خلال الاستماع والتعليق والمشاركة عبر تطبيقات الميديا الجديدة الأخرى، كمظهر من مظاهر التفاعلية الرقمية التي تدعم سيكولوجية المستخدم المراهق، وتبرز الاستخدامات التفاعلية للبودكاست بنسبة 65% من مجموع العينة، وبمتوسط 3 ساعات ونصف يوميا كآلية لتحقيق إشباعات لحاجات معرفية 35% وثقافية 82% وترفيهية 43% لديهم، وهذا في ظل خيارات الوصول التكنولوجي والرقمي -المتوفرة خلال الحياة اليومية-، إلى الوسائط الشبكية المحمولة والذكية وتطبيقات الميديا الجديدة عبر العائلات عينة الدراسة. وعليه يبرز محتوى البودكاست كأداة فعالة في حياة المراهقين -عينة الدراسة - ويبرز معه التحدي أمامنا لجعل هذه النوعية من المحتويات الرقمية الأسرة لقلوب واهتمام المراهقين وسيلة لدعم خطط التنشئة النفسية والاجتماعية والتربية الإعلامية في ظل القيم الأسرية والمجتمعية الصحيحة، وفي ظل التأكيد على أن البودكاست أداة فعالة في تطوير المجتمع، ومن الضروري توسيع نطاق الوصول إليها والتأثير من خلاله. وعلى وجه التحديد، فقد برزت مؤخرا مؤسسات وشركات الوسائط الاتصالية والإعلامية التي تقدم البودكاست بديلا لكل شخص ليس لديه الوقت لقراءة الأخبار ومتابعة الأفلام... وبخاصة وأن اتجاهات الصناعة تُظهر أن الجمهور (المستخدمين) أصبح أكثر تفاعلاً وولاءً، حيث من المحتمل أن يكون لديهم الوقت للاستماع إلى محتوى البودكاست في أثناء النقل والترفيه والأنشطة الأخرى. (MERVAALA, 2020, p. 06)

قائمة المراجع

أولا: المراجع باللغة العربية

- بالهامل، مفيدة. (2014). الإعلام الجديد: مصطلحات، مفاهيم ونماذج، مجلة علوم الإنسان والمجتمع، العدد12، ص ص 04-21.
- رضا، نوال. (2012). إخراج البرامج التفاعلية في الإذاعة الرقمية – إذاعة جيجل أنموذجاً- مذكرة لنيل شهادة الماجستير، جامعة باتنة1. باتنة
- زاهر، ضياء الدين. (2017). اللغة ومستقبل الهوية: التعليم نموذجا. الإسكندرية: مكتبة الإسكندرية.
- الزرن، جمال. (2017. 27 مارس). الإعلام التقليدي والجديد في سياق تمدد الإعلام الاجتماعي وشبكاته. مركز الجزيرة للدراسات.
- الزعبي، أحمد محمد. (2010). سيكولوجية المراهقة: النظريات جوانب النمو، المشكلات وسبل علاجها. عمان: دار زهران للنشر.
- عباس، صادق مصطفى. (2008). الإعلام الجديد: المفاهيم والوسائل والتطبيقات. عمان: دار الشروق.
- عيساني، رحيمة. (2013). " الصراع والتكامل بين الإعلام الجديد والإعلام التقليدي"، الباحث الإعلامي، العدد 20. ص ص 50-67.
- هواري، نصيرة. (2011). السياق الاتصالي لجمهور الإنترنت في الجزائر: محاولة تحليل بمقاربة: "البناءات الذهنية الفردية"، مذكرة لنيل شهادة الماجستير، جامعة الجزائر. الجزائر العاصمة

ثانيا: المراجع باللغة الأجنبية

- ..Abric, Jean-Claude. (2019)Psychologie :de la communication Théories et méthodes. Malakoff: Dunod
- Brannen, Julia (2005). Mixing Methods: The Entry of Qualitative and Quantitative Approaches into the Research Process, International Journal of Social Research Methodology, vol. 8, n° 3, pp.173-184.
- Chambat, Pierre. (1994) .Usages des TIC: Evolution des problématiques, Technologie de l'information et société, vol. 6, n° 3, pp. 249-270.
- Jouët, Josiane. (2000). Retour critique sur la sociologie des usages : Communiquer à l'ère des réseaux, Réseaux vol. 18, n° 100, pp.487-521.
- MERVAALA ,ERKKI. (2020). Introduction to Podcasting . New York: MDIF.

- ,WeiserLinda Hershey, H(2008). THE NEW MEDIA . TECHNOLOGIES: OVERVIEW AND RESEARCH FRAMEWORK ,journal of Political Behavior Cognition.pp.01-28.
- Oxford (2013).Oxford University Press .
- Hootsuite. (2021) url :<https://bit.ly/3vc8wQ8>.
- Arcast (2020) url:<https://ar-podcast.com/>.
- definitions-webmarketing url: <https://bit.ly/2N0c3jm> .