

سلسلة تقارير أسبار

رقم (466)

ردمد : 2961-4074

ISSN: 2961-4074

رقم الإيداع : 1446/3664

البودكاست، وصناعة التأثير:
من المنصات الرقمية
إلى تشكيل الوعي الجمعي

لجنة الشؤون الاعلامية



ملتقى أسبار
Asbar Council
(نادي تفكير)



مركز أسبار
ASBAR CENTER

32 Years
منذ 1994

تقرير رقم (466)



ملتقى أسبار
Asbar Council
(نادي تفكير)

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ



تقرير يصدر عن ملتقى أسبار

- رئيس الملتقى:
- **د. فهد العرابي الحارثي**
- رئيس الهيئة الإشرافية للملتقى
- **د. خالد بن دهيش**
- الأمين العام
- **د. أماني البريكان**
- التحرير
- **د. إبراهيم إسماعيل عبده**
- التصميم والإخراج:
- **أ. صفوان يحيى مسعد**
- **لجنة الشؤون الاعلامية**
- د. مساعد المحيا (رئيس اللجنة)
- أحمد بن محمد السمرين (نائب رئيس اللجنة)
- أعضاء اللجنة*:
- د.إبراهيم عبدالعزيز البعير
- د.حسين محمد حكمي
- د.سعود الغربي
- د.سعيد محمد مزهر
- د.صالح الغامدي سعيد
- أ.محمد ناصر الاسمري
- د.نادية عبدالله الشهراني

* ترتيب الأسماء حسب الحروف الأبجدية

المشاركون في الندوة

- د. سعود الغربي
- د. سعود هلال
- د. عبد الله الحمود
- أ. محمد الزهراني
- د. منال الجعيد

* ترتيب الأسماء حسب الحروف الأبجدية



المحتويات

• الموضوع	• الصفحة
• الملخص التنفيذي.	3
• مقدمة.	7
• التحول التاريخي، والنمو المؤسسي: تطور البودكاست؛ بوصفه وسيلة إعلامية رقمية من ممارسات فردية ميسرة إلى صناعة رقمية متكاملة.	7
• صناعة الرسالة، وبناء الجمهور: كيف يصنع البودكاستر (PODCASTER) رسالته، ويكوّن جمهوره في ضوء نموذج بودكاست "مصراع"؟	11
• رسائل البودكاست: بين صناعة الوعي ومخاطر التأثير غير الواعي.	14
• تجارب بودكاست سعودية، ودولية غيرت وعي الجمهور.	21
• التحديات الأخلاقية، والمعرفية في البودكاست: خطاب الكراهية، والتضليل، والانحياز الأيديولوجي.	23
• التوصيات.	26
• خاتمة.	27
• المصادر، والمراجع.	28
• المشاركون.	29



البودكاست، وصناعة التأثير: من المنصات الرقمية إلى تشكيل الوعي الجمعي

الملخص التنفيذي:

يتناول هذا التقرير "البودكاست، وصناعة التأثير: من المنصات الرقمية إلى تشكيل الوعي الجمعي"؛ وذلك استنادًا إلى ندوة عقدها ملتقى أسبار عبر الإنترنت (WEBINAR) بتاريخ 14 يناير 2026م بمشاركة نخبة من الخبراء، والمتخصصين.

وتطرّق المحور الأول من التقرير إلى التحوّل التاريخي الذي شهده البودكاست في السعودية؛ إذ انتقل من ممارسة فردية ميسرة تعتمد على أدوات إنتاج محدودة إلى صناعة إعلامية رقمية ذات طابع مؤسسي متكامل؛ ففي مرحلته الأولى اتسم بطابع شخصي، وتجريبي ضمن سياق ثقافة رقمية ناشئة، ثم تطوّر تدريجيًا إلى نموذج إنتاج احترافي مدعوم بمنصات عالمية، مثل: SPOTIFY التي وفّرت آليات متقدمة للتوزيع، وتحليل الأداء، والاستثمار الإعلاني؛ مما أسهم في بروز مؤسسات سعودية متخصصة تتبنى سياسات تحريرية واضحة، ومنظومات إنتاج منتظمة، وقد استند هذا التحول إلى مجموعة من الركائز الأساسية، أبرزها: انخفاض تكلفة الدخول إلى السوق، وتحول سلوك الاستهلاك الإعلامي نحو المحتوى عند الطلب، إضافة إلى قوة الوسيط الصوتي في بناء علاقة ثقة شخصية مع المستمع؛ فضلًا عن قابلية القياس، والتحليل التي مكّنت من تطوير محتوى يستند إلى بيانات فعلية، وانعكس ذلك على طبيعة الموضوعات المطروحة؛ حيث تركزت حول القضايا المهنية، وريادة الأعمال، والتحوّلات الاجتماعية، والثقافية، والاهتمامات الشبابية؛ بما يتسق مع السياق التنموي لرؤية المملكة 2030م، كما أسهمت نماذج مؤثرة، مثل: "فنجان"، و"سوالف" في ترسيخ البعد المؤسسي للبودكاست، ونقل تأثيره من نطاق البرامج الفردية إلى مستوى المؤسسة الإعلامية؛ مما عزز حضوره في تشكيل الوعي الرقمي، والثقافي؛ لاسيما لدى فئة الشباب، ومع ذلك لا يزال تأثير البودكاست في المجال الإخباري محدودًا؛ وذلك مقارنة بوسائل التواصل الاجتماعي، والصحافة التقليدية، وهو ما يعكس تباينًا في مستوى الاستمرارية، والتأثير بين البودكاست المعرفي والثقافي، والبودكاست الإخباري.

يتناول المحور الثاني من التقرير صناعة الرسالة، وبناء الجمهور في البودكاست في ضوء نموذج بودكاست "مصراع"؛ بوصفها عمليتين مترابطتين تقومان على تخطيط منهجي يهدف إلى تقديم تجربة سمعية متكاملة تعكس هدف الحلقة، وتُسهم في بناء وعي مستدام لدى الجمهور، وتشمل هذه العملية عناصر متعددة، من أبرزها: تصميم المحتوى، وإدارة الحوار، واختيار الضيوف، وتوظيف المنصات الرقمية لضمان انتشار الرسالة، ووصولها بفاعلية، وتبرز تجربة «مصراع» نموذجًا تطبيقيًا يوضح أن التأثير لا يتحقق عبر الإثارة، أو الجدل؛ بل عبر التيسير، والصدق، وجودة الإنصات



فالرسالة في البودكاست لا تُختزل في الوصف التعريفي؛ بل تتجسد في نبرة الصوت، وطريقة صياغة السؤال، واحترام الضيف، والمستمع مع التركيز على التجربة الحقيقية؛ بدلاً من السعي وراء الإجابات الجاهزة، أو الأسماء اللامعة، كما تؤكد التجربة أن بناء الجمهور عملية تراكمية تقوم على الثقة، والاستمرارية، وتقديم قيمة معرفية حقيقية، وليس على الانتشار اللحظي، ويرتكز نموذج الإنتاج الناجح على جملة من المبادئ، تشمل الصدق، والواقعية، والانفتاح على جمهور متنوع دون حصر فئوي، وبناء التأثير من خلال التبسط، واختيار الضيوف؛ بناءً على القيمة، والخبرة، واعتماد حوار مرن يمنح الضيف مساحة كافية للتعبير، ويعزز ذلك التحضير الجيد، والاستماع الفعّال أثناء الحوار، وتحليل مؤشرات التفاعل، إضافة إلى توظيف وسائل التواصل الاجتماعي لدعم الانتشار، واستدامة التأثير، ويخلص المحور إلى أن صناعة الرسالة في البودكاست ليست إجراءً تقنيًا فحسب؛ بل إستراتيجية طويلة الأمد لبناء الثقة، وتعزيز القيمة المعرفية؛ بما يجعل البودكاست أداة فاعلة في تشكيل الوعي الثقافي، والاجتماعي.

أما المحور الثالث؛ فسلط الضوء على رسائل البودكاست في السعودية؛ باعتبارها أداة مزدوجة التأثير؛ فهي وسيلة لصناعة الوعي الإيجابي، وفي الوقت نفسه تحمل مخاطر التأثير غير الواعي؛ فمن جهة يسهم البودكاست في تشكيل الوعي عبر تقديم تفسير متوازن للتحويلات الاجتماعية، والمهنية، والثقافية، وبناء «طريقة معرفة» تعزز مهارات الفهم، والتفكير النقدي؛ وذلك بدل الاقتصار على نقل المعلومات فقط، ويتحقق ذلك عبر ثلاثة مستويات متداخلة؛ وذلك من خلال تكوين المعرفة القابلة للتطبيق، وتشكيل القيم ضمناً عبر أسلوب الحوار، وأخلاقياته، وإعادة إنتاج الهوية المجتمعية من خلال اختيار الضيوف، وصياغة النماذج، والمعايير الاجتماعية، ومن جهة أخرى تظهر مخاطر التأثير غير الواعي نتيجة العلاقة الحميمة التي يبنها البودكاست مع الجمهور؛ مما قد يحوّل الرأي إلى مرجعية، أو التجربة الفردية إلى قاعدة عامة، ويتجلى ذلك في أشكال، مثل: التضليل غير الصريح (عرض أنصاف الحقائق، أو استخدام لغة علمية بلا توثيق)، والانحياز الثقافي، أو الجغرافي، أو القيمي الذي يُقدّم؛ بوصفه وصفاً محايداً للواقع؛ لذا ترتبط فاعلية البودكاست ارتباطاً وثيقاً بأخلاقيات الرسالة؛ بما في ذلك التمييز بين الرأي والمعلومة، واحترام التخصص، ومراعاة السياق، والإقرار بحدود الطرح، وتشير الدراسات التحليلية التي شملت أكثر من 180 حلقة عبر أكثر من 40 منصة في المملكة إلى أن 76% من الحلقات تتجاوز ساعة زمنية، و64% منها حوارات رأي، أو معلومات غنية معرفياً، و78% تعالج موضوعات مهمة، ومبتكرة، و56% تستهدف جمهوراً نوعياً، و74% يقدمها مختصون ذوو كفاءة مهنية، بينما تستخدم 64% اللغة الدارجة.



كما أبرزت النتائج حضور موضوعات الإلهام الفردي، والعمل غير الربحي، والتوعية الصحية، والطابع الفكري التأملي؛ مما يعزز دور البودكاست في دعم جودة الحياة، وتشكيل الوعي المجتمعي، ويخلص المحور إلى أن البودكاست عندما يلتزم بالمسؤولية المعرفية، والأخلاقية يمثل أداة فعالة لبناء المعرفة، والقيم، والهوية، أما إغفال هذه الضوابط؛ فيجعل تأثيره التراكمي غير الواعي مصدرًا محتملاً للتشويش، أو الانحياز في الوعي العام.

بينما ركز المحور الرابع على تجارب بودكاست سعودية، ودولية غيّرت وعي الجمهور مؤكِّدًا أن البودكاست لم يعد مجرد وسيلة صوتية عابرة؛ بل أصبح ظاهرة إعلامية تعيد تعريف العلاقة بين المنصة والجمهور، وفي زمن تهيمن عليه السرعة، والمحتوى القصير يعود الصوت؛ ليؤدي دورًا يقوم على العمق، والاستمرارية، ويمنح المستمع مساحة أطول للتفكير، والتحليل، وعلى المستوى المحلي شهدت المملكة العربية السعودية تحولاً نوعياً في صناعة المحتوى الصوتي؛ حيث قدّمت منصات، مثل: «ثمانية» حوارات طويلة في السياسة، والاقتصاد، والمجتمع تجاوز بعضها مليون استماع، وساهم بودكاست «سقراط» في إعادة تعريف مفاهيم النجاح، والطموح لدى الشباب مع تعزيز التفكير النقدي، وإعادة تشكيل التصورات الذهنية داخل المجتمع، وأظهرت الدراسات أن الاستماع المكثف للبودكاست مرتبط بتغيرات في المعارف، والسلوكيات، والهوية الثقافية، وهو ما يبرز قوة البودكاست في بناء الإدراك، والهوية، وعلى المستوى العالمي تبرز أمثلة، مثل: SERIAL، وTHE DAILY التي أظهرت قدرة البودكاست على التأثير في الرأي العام، والمؤسسات؛ وذلك من خلال السرد القصصي، والتحليل المعمق؛ حيث تُشكّل القصة المواقف أكثر من المعلومات المجردة، ويحدث التأثير عبر عدة خصائص رئيسة تشمل العلاقة الحميمة مع المستمع، والطرح الممتد مقابل السرعة، والانتقاء الذاتي للمحتوى بدافع معرفي، هذا إضافة إلى آليات، مثل: التكرار المعرفي، وبناء الثقة، والسرد المؤثر، وبفضل هذه الخصائص تحول البودكاست إلى قوة ناعمة مؤثرة قادرة على إعادة تشكيل طريقة التفكير، والحوار المجتمعي؛ وذلك بعيداً عن الانطباعات السريعة؛ لتصبح تجربة الاستماع صوتاً يرسخ القنوات، ويعمق الفهم، ويمنح الجمهور القدرة على التعامل الواعي مع القضايا الاجتماعية، والثقافية، والمهنية.

وفي سياق متصل تناول المحور الأخير للتقرير التحديات الأخلاقية، والمعرفية في البودكاست موضحة أن طبيعة هذا الوسيط الصوتي تمنحه قدرة كبيرة على تشكيل الوعي عبر الثقة، والقرب الشخصي بين المقدم والمستمع، وهذا القرب يجعل الكلمة أكثر تأثيراً، وقد تتحول الحلقات اليومية إلى رفيق مستمر؛ مما يزيد من مسؤولية صناع المحتوى في توجيه الرسائل بشكل أخلاقي، ومعرفي.

وأبرز التحديات تشمل خطاب الكراهية الذي يظهر في التعميمات، أو الوصم، أو الاستهزاء باللهجات، والمناطق، والمهن؛ مما يزرع بذور الاستعلاء، والشك في الوعي الاجتماعي، ويُضاف إليه التضليل المعرفي الذي قد ينشأ من تقديم الرأي بلباس المعلومة، أو سرد الوقائع انتقائيًا، أو استخدام لغة علمية دون التزام دقيق؛ مما قد يؤدي إلى تبني معرفة خاطئة، أو اتخاذ قرارات مضرّة في مجالات حساسة، مثل: الصحة، أو القانون، أو العلاقات الشخصية، وكذلك يشكل الاستقطاب خطرًا معرفيًا، وأخلاقيًا؛ إذ يقسم المستمعين إلى معسكرين، ويضعف الثقة العامة، بينما يؤدي الخلط بين الترفيه، والمعرفة إلى تقديم مسائل حساسة بطريقة سطحية للإمتاع مع ما يترتب على ذلك من جرح للمشاعر، أو تشويه للفهم لمواجهة هذه التحديات، وتضمنت المقترحات لمعالجة ذلك عدة سبل عملية، من أبرزها: توضيح نوع الحلقة لتحديد إن كانت رأيًا، أو تحقيقًا، أو تجربة، والتحقق من المعلومات الحساسة عبر مصادر موثوقة، وضبط اللغة لتجنب التعميمات، والنكات المثبتة للصور النمطية، والسخرية، والحفاظ على التوازن؛ وذلك من خلال الاعتراف بوجود وجهات نظر مختلفة، وترك مساحة للتفكير؛ بدلاً من الاستقطاب، وبهذه الطريقة يمكن للبودكاست أن يحافظ على قربه من الجمهور، وعمقه التحليلي مع تعزيز دوره كوسيط إعلامي مسؤول قادر على التأثير البناء، وإنتاج محتوى معرفي، وأخلاقي متوازن.



مقدمة

يشهد الإعلام المعاصر تحولات عميقة، ومتسارعة أعادت صياغة مفهوم الاتصال الجماهيري، وأدواره، ووظائفه في المجتمع؛ فقد انتقل الجمهور من موقع المتلقي السلبي إلى فاعل مشارك يختار ما يستهلكه من محتوى، ويحدد توقيت متابعته، ويعيد إنتاجه، أو التفاعل معه. وفي خضم هذا التحول الرقمي برز البودكاست؛ بوصفه أحد أهم تجليات الإعلام البديل، ليس باعتباره وسيلة تقنية فحسب؛ بل بوصفه مساحة حوارية مرنة تتجاوز قيود البث التقليدي، وتتيح طرح القضايا بعمق، وتحليل؛ وذلك بعيدًا عن الإيقاع السريع الذي يميز كثيرًا من منصات التواصل الاجتماعي.

وتتطلب مناقشة موضوع البودكاست، وصناعة التأثير في الوقت الراهن من فرضية، مفادها: أن البودكاست لم يعد مجرد خيار ترفيهي، أو مساحة لسرد التجارب؛ بل أصبح أداة مؤثرة في صياغة التصورات العامة، وإعادة ترتيب أولويات النقاش المجتمعي، والمساهمة في بناء المعرفة. وفي ضوء ذلك تتزايد أهمية التحليل العلمي لآليات صناعة الرسالة داخل بيئة البودكاست، وكيفية تصميم المحتوى؛ بما يحقق التوازن بين الجاذبية والعمق، هذا إضافة إلى إستراتيجيات بناء الجمهور، وتوسيع نطاق الوصول عبر المنصات الرقمية المختلفة، ويتناول كذلك ديناميكيات التأثير التي ينقلها الصوت؛ بوصفه وسيطًا حميميًا قادرًا على بناء علاقة ثقة مع المستمع، وتحويل التجربة السمعية إلى عملية إدراكية تسهم في تشكيل المواقف، والاتجاهات؛ لاسيما في السياق السعودي الذي يشهد تحولات ثقافية، واجتماعية متسارعة عززت من حضور هذا النمط الإعلامي، وأهميته.

التحول التاريخي، والنمو المؤسسي: تطور البودكاست؛ بوصفه وسيلة إعلامية رقمية من ممارسات فردية ميسرة إلى صناعة رقمية متكاملة:

• أولًا - تطور البودكاست، والانتقال إلى الإنتاج المؤسسي:

شهد البودكاست في السعودية تحولًا واضحًا من كونه مجرد ممارسة فردية إلى صناعة إعلامية رقمية متكاملة، وفي بداياته كان الإنتاج محدودًا لأشخاص فرديين لديهم شغف بالمحتوى الرقمي، أو المهارات التقنية، ويعتمد على أدوات ميسرة، مثل: الميكروفونات المنزلية، وبرامج تحرير الصوت الأساسية مع وجود منصات نشر مفتوحة تتيح الوصول لأي مستمع، وفي هذه المرحلة لم يكن البودكاست وسيلة إعلام جماهيرية؛ بل كان إعلامًا شخصيًا يفتقر إلى الجمهور الواسع، والتنظيم المؤسسي.

وفي السياق السعودي هذه البدايات جاءت في مرحلة كانت فيها الثقافة الرقمية في المملكة لا تزال في طور التشكل؛ مما جعل الممارسات الفردية تمثل خطوة أولية لتجربة أشكال جديدة من التعبير الإعلامي، والثقافي، خصوصًا بين الشباب المتحمس لتبادل المعرفة، والخبرات.



ومع تطور المنصات العالمية، مثل: سبوتيفاي (Spotify)، ومنصات البودكاست المفتوحة بدأت السعودية في تبني نموذج الإنتاج المؤسسي؛ فهذه المنصات لم تعد مجرد أدوات للنشر؛ بل أصبحت وسائط لتوزيع المحتوى، وقياس الأداء، وتحليل تفضيلات الجمهور، واستثمار الإعلانات، وفيالسعودية ساهم ظهور هذه المنصات في خلق بيئة إنتاجية متكاملة؛ حيث ظهرت شركات ومنصات سعودية متخصصة في البودكاست، مثل: بودكاست فنجان، وإذاعة ثمانية التي طورت منظومات إنتاجية مؤسسية متكاملة، وهذه المؤسسات لم تقتصر على إنتاج حلقات فردية؛ بل ركزت على خلق برامج متسقة، وسياسات تحريرية موحدة، وتحديد أولويات موضوعية تلائم المجتمع السعودي.

• ثانيًا - ركائز تحول البودكاست إلى صناعة إعلامية:

1 - سهولة الدخول إلى السوق:

انخفاض تكلفة الإنتاج جعل البودكاست متاحًا لأي شخص؛ مما سمح للشباب السعودي بتجربة الإنتاج الصوتي كمهنة محتملة؛ سواءً في الرياض، أو جدة، أو الدمام؛ وذلك دون الحاجة إلى استثمارات ضخمة، ومع ذلك سهولة الإنتاج لا تضمن الوصول إلى تأثير جماهيري فعّال؛ إذ يتطلب النجاح مهارات تسويق المحتوى، وفهم اهتمامات الجمهور المحلي.

2 - تحول سلوك المستهلك الإعلامي:

أصبح الجمهور السعودي يستهلك المحتوى؛ وفق اختياره الشخصي، ومتى يشاء متجاوزًا الجداول التقليدية للبث الإذاعي، أو التلفزيوني، وهذا التغيير مدعوم جزئيًا بزيادة استخدام الهواتف الذكية، وانتشار الإنترنت عالي السرعة، واهتمام الشباب بالمحتوى الثقافي، والتعليم الذاتي، والترفيه عند الطلب.

3 - قوة الصوت في بناء العلاقة:

ساعدت الوسيلة الصوتية على بناء علاقة شخصية بين المتحدث والمستمع السعودي، خصوصًا في معالجة مواضيع حساسة، مثل: التطوير المهني، والصحة النفسية، ومهارات الحياة اليومية، وهذهالعلاقة الشخصية تعزز التفاعل، والثقة بالمحتوى؛ مما يجعل البودكاست أداة لإعادة تعريف المفاهيم الاجتماعية، والثقافية في المملكة.

4 - قابلية القياس، والتحليل:

أصبح بالإمكان قياس التفاعل عبر مؤشرات، مثل: مدة الاستماع، ونقاط الانسحاب؛ مما ساهم في إنتاج محتوى مبني على بيانات فعلية، وتحديد الموضوعات الأكثر جذبًا للجمهور السعودي، وهذاالأسلوب يختلف عن النشر التقليدي الذي يعتمد على افتراضات عامة عن تفضيلات الجمهور.

ثالثاً - البودكاست السعودي، وأولويات المحتوى:



يتم تحديد موضوعات البودكاست السعودي؛ وفق آليات تحريرية، واجتماعية، وثقافية مع مراعاة الأولويات التي يضعها الجمهور السعودي، ويتم تقديم القضايا بصيغ مبتكرة، مثل: القصة، والتجربة الشخصية، والحوار الطويل، أو التحليل المعمق، وفي المجتمع السعودي يُلاحظ أن الاهتمامات تتنوع بين ما يأتي:

01 - القضايا المهنية، وريادة الأعمال؛
بما يتوافق مع رؤية المملكة 2030م، وتشجيع الشباب على ريادة الأعمال.



02 - التغيرات الاجتماعية، والثقافية، مثل:
تمكين المرأة، والتعليم الحديث، ومهارات الحياة اليومية.



03 - الهوايات، والاهتمامات الشبابية؛
بما في ذلك الرياضة، والثقافة الرقمية، والتقنيات الحديثة.



وتكرار طرح هذه الموضوعات يحولها إلى أولويات مجتمعية، ويزيد من تأثيرها على وعي المستمعين.





رابعًا - نماذج مؤثرة للبودكاست السعودي:



1 بودكاست فنجان:

1

ركز على قصص النجاح، والفشل، والتحويلات المهنية، والتغيرات الاجتماعية، وقدم الإنجازات الفردية في سياق اجتماعي، وثقافي؛ مما ساعد في إعادة تعريف مفهوم النجاح لدى المستمعين السعوديين، وخلق تجربة تعليمية جماعية.



فنجان
— بودكاست —



التغيرات
الاجتماعية



التحويلات المهنية



قصص الفشل



قصص النجاح



سوالف
— بودكاست —

2 بودكاست سوالف:

2

يتبع بودكاست فنجان، ويعكس منظومة إنتاجية مؤسسية شاملة مع سياسات تحريرية موحدة، وتنوع في القضايا، وساهم هذا النموذج في نقل التأثير من مستوى البرنامج الفردي إلى مستوى المؤسسة الإعلامية؛ مما جعل البودكاست السعودي لاعبًا مؤثرًا في تشكيل الوعي الرقمي، والثقافي.



مستوى المؤسسة
الإعلامية



نقل التأثير من مستوى
البرنامج الفردي إلى



تنوع في القضايا



سياسات تحريرية
موحدة



منظومة إنتاجية
مؤسسية شاملة

لعبت هذه النماذج دورًا محوريًا في جعل البودكاست السعودي لاعبًا مؤثرًا في تشكيل الوعي الرقمي، والثقافي لدى الجمهور السعودي.





• خامسًا - حدود البودكاست كوسيلة رقمية في الوظائف الإعلامية:

تحول البودكاست في السعودية إلى منتج ثقافي فاعل ساهم في إعادة ترتيب اهتمامات الجمهور، خصوصًا الشباب؛ وذلك فيما يتعلق بالعمل، والنجاح، والهوية المهنية، والمسار الحياتي؛ إذ أصبحت قنوات البودكاست في المملكة أكثر من مجرد وسيلة نشر؛ بل وسيلة لإعادة صياغة الأولويات المجتمعية، ودعم الحوار الاجتماعي، والثقافي.

لكن، وعلى الرغم من نجاح البودكاست في الترفيه، والتعليم إلا أن دوره في نقل الأخبار لا يزال محدودًا؛ وذلك مقارنة بشبكات التواصل الاجتماعي، والصحافة التقليدية، وبعض المؤسسات الصحفية السعودية حاولت إطلاق بودكاست متخصص للأخبار، لكنه - غالبًا - لم يحقق استمرارية؛ مما يبرز الفارق بين البودكاست القائم على الهواية وتلك المنظومة المؤسسية المحترفة التي تقدم محتوى متماسكًا، ومؤثرًا.

صناعة الرسالة، وبناء الجمهور: كيف يصنع البودكاستر (PODCASTER) رسالته، ويكوّن

جمهوره في ضوء نموذج بودكاست "مصراع"؟

• أولًا - مفهوم صناعة الرسالة في البودكاست:

تتمثل عملية صناعة الرسالة في البودكاست في تصميم المحتوى بعناية؛ وذلك لتقديم تجربة متكاملة للمستمع تشمل عرض التجربة، واستخدام الأدوات المناسبة، وحوار الضيوف بطريقة تعكس الهدف من الحلقة، وتهدف هذه العملية إلى بناء وعي لدى الجمهور من خلال محتوى مؤثر، ومتابعة مستمرة لما يتم تقديمه مع ضمان وصول الرسالة إلى أكبر عدد ممكن من المستمعين عبر المنصات الرقمية المختلفة، ووسائل التواصل الاجتماعي، وتوضح تجربة بودكاست "مصراع" كيف يمكن للبودكاست أن يكون أداة لبناء المحتوى المؤثر، واستخدام أدوات الحوار مع الضيوف، وإحداث تأثير حقيقي، ومستدام لدى الجمهور.

• ثانيًا - كيف يمكن للمحتوى الميسر الهادئ الصادق أن يصنع تأثيرًا؟

من تجربة "مصراع" تبين أن رسالة البودكاست لا تُكتب في الوصف؛ بل تُسمع في نبرة الصوت، وتُحسّ في طريقة السؤال، وتظهر في احترام الضيف، والمشاهد معًا، وفي "مصراع" الاهتمام لا يتركز على الضيف المثالي؛ بل عن الضيف الحقيقي، ولا عن الإجابة النموذجية؛ بل عن الإجابة التي تأتي بعد تفكير، وصمت؛ لأن التأثير الحقيقي لا يخرج من الجمل الجاهزة؛ بل من اللحظة الصادقة؛ فالجمهور لا يتكوّن فجأة، ولا ينحذب لمجرد الوجود؛ بل يتكوّن حين يشعر أنك تتصت له قبل أن تطلب منه أن ينصت لك



ومن أهم الدروس المستفادة من نموذج بودكاست "مصراع" أن الاستمرارية أهم من البداية المثالية، وأن التطور أهم من الكمال، وأن المحتوى الحقيقي لا يكون عابراً؛ فقد بُني اختيار الضيوف على القصص، والتجارب لا على الأسماء؛ فإعلاميون، وأكاديميون، وأطباء، ورجال أعمال، وصنّاع محتوى جمعهم شيء واحد؛ فإنها تجربة تستحق أن تُروى، ويقوم أسلوب الحوار في "مصراع" على مبدأ يسير، مؤداه: الوقت للضيف، والمداخلات لخدمة الفكرة، وأقوى أداة بعد التحضير الجيد هي الإنصات، وفي البدايات طُرحت فكرة "الترند السريع" عبر الجدل، لكنها قوبلت بسؤال حاسم: وماذا بعد الترند؟ فكان الخيار واضحاً بمحتوى يحترم الناس حتى لو تأخر؛ لأنه حين يصل يصل بثبات، وقد وُصف "مصراع" بأنه برنامج "جاد"، وكان ذلك أكبر تأكيد على صحة الطريق؛ لأن الجديدة- هنا- تعني أن هذا المحتوى ليس لإضاعة وقت المستمع؛ بل لفائدته، وقد أكدت التجربة أن وسائل التواصل مجرد أداة، وأن المحتوى الراقى يمكن أن يصل، ويُتابع، ويؤثر دون صراخ، أو استفزاز، كما أن صناعة البودكاست ليست سباق سرعة؛ بل رحلة معنى تبدأ بسؤال صادق، وتكبر مع الناس لا عليهم.

• ثالثاً - مبادئ إنتاج البودكاست الناجح:

1 - الصدق، والواقعية:

الصوت الصادق لا يحتاج إلى مسرح كبير، وميزانية ضخمة، أو شهرة مسبقة؛ بل يكفي أن يكون حقيقياً في التعبير، وتجربة بودكاست "مصراع" بدأت بهدف الفهم، وليس الظهور؛ حيث ركزت على طرح الأسئلة، والتجارب التي تلمس المستمعين بشكل مباشر؛ وذلك بعيداً عن الأرقام، أو التنافس على الشهرة.

2 - استهداف الجمهور الواسع:

منذ الحلقة الأولى لم يحدد "مصراع" جمهوراً جغرافياً، أو لهجياً، أو فئوياً معيناً؛ بل استهدف كل من يرغب في الاستماع إلى قصة صادقة، وتجربة حقيقية دون تزييف، وهذا النهج ساهم في جذب جمهور متنوع تجاوز عدد المشاهدات، والتفاعل فيه أربعة ملايين.

3 - بناء التأثير من البساطة:

يمكن لمحتوى ميسر، ومعدات محدودة، وأسلوب هادئ أن يخلق تأثيراً كبيراً على المستمع، والرسالة في البودكاست لا تُكتب فقط في وصف البرنامج؛ بل تُسمع من نبرة الصوت، وطريقة السؤال، واحترام الضيف، والمستمع معاً.

• رابعًا - أسلوب الحوار، واختيار الضيوف:

1 - الضيف الحقيقي بدل المثالي:

التركيز ليس على الكمال، أو الشهرة؛ بل على الضيف الذي يحمل تجربة حقيقية، وبسنتطيع تقديم إجابات صادقة بعد تفكير، وتأمل؛ وذلك بعيدًا عن الجمل الجاهزة.

2 - الحوار المفتوح، والمرن:

أسلوب الحوار يعتمد على البساطة مع ترك الوقت للضيف للتعبير الكامل، وأحيانًا تُترك الأسئلة مفتوحة، أو يُعاد التطرق إلى نقاط ذكرها الضيف قبل دقائق، وهذا النهج يعزز التجربة الواقعية، ويجعل المحتوى أكثر تأثيرًا.

3 - اختيار الضيوف على أساس القصة، والخبرة:

لم يتم اختيار الضيوف بناءً على الأسماء، أو الشهرة فقط؛ بل على القيمة التي تقدمها قصصهم، وخبراتهم. في "مصراع"، وتمت استضافة إعلاميين، وخبراء؛ بحيث يحمل كل ضيف تجربة تستحق الاستماع.

• خامسًا - بناء الجمهور، واستمرارية التأثير:

1 - الجمهور يتشكل عبر الثقة، والصدق:

لا ينشأ الجمهور فجأة، ولا يجذب لمجرد وجود البودكاست؛ بل يتكون عندما يشعر أن صوته مسموع، وأن محتوى البرنامج يجب على أسئلته، وتوقعاته.

2 - أهمية الاستمرارية:

الاستمرارية في الإنتاج ضرورية؛ حيث إن الحلقات المستمرة، والمتطورة بمرور الوقت تبني علاقة طويلة الأمد مع الجمهور، والحلقات التي تقدم قيمة حقيقية تزيد من ولاء المستمعين، وتعزز تأثير الرسالة.

3 - التركيز على المحتوى المؤثر:

لا تكفي مجرد حلقة عادية؛ بل يجب أن تقدم الإضافة، والفائدة للمستمع، وهذا يشمل تقديم تجارب أصيلة، وأسئلة محفزة، وتحليل معمق يلامس اهتمامات الجمهور.

• سادسًا - أدوات النجاح في البودكاست:

1 - التحضير الجيد، والاستماع الفعّال:

يُعَدُّ التحضير المسبق، والحوار المنظم مع الضيف من أقوى أدوات التأثير في البودكاست، والاستماع الجيد أثناء الحوار يعزز من جودة الأسئلة، ويضمن التفاعل الطبيعي، والمثمر.

2 - توظيف وسائل التواصل الاجتماعي:

متابعة ما يُنتج في البودكاست، ونشره عبر منصات متعددة يسهل الرجوع إليه، ويزيد من الانتشار، والوصول إلى جمهور أوسع.

3 - التركيز على تجربة المستمع:

كل عنصر في البودكاست من الصوت، وطريقة السؤال إلى اختيار الضيوف يهدف إلى جعل تجربة المستمع مميزة، ومؤثرة، وملهمة؛ مما يضمن تأثيرًا طويل الأمد على واعي الجمهور.

• رسائل البودكاست: بين صناعة الوعي ومخاطر التأثير غير الواعي:

أولاً - صناعة الوعي، وبناء الرسائل الإيجابية:

البودكاست في السعودية اليوم لم يعد مجرد مادة صوتية تُسمع في الطريق، أو أثناء المشي؛ بل أصبح أشبه بجلسة هادئة تدخل إلى يومك من أوسع الأبواب؛ فالبودكاست لا يقتحم الوعي اقتحامًا؛ بل يتسلل للجمهور، ويترك أثره على مهل، ثم يذهب ليعود مرة أخرى في حلقة جديدة، وفي موضوع جديد، وفي نبرة جديدة، لكن في الاتجاه نفسه؛ أي: تشكيل الوعي؛ فإن البودكاست لا يصنع معرفة فحسب؛ بل يصنع طريقة معرفة.

وفرق كبير بين أن نقدم للناس معلومات إضافية وأن نُحسّن لهم أدوات الفهم، والتفكير، وصناعة البودكاست اليوم لا تترك جمهورها بعبارات لامعة فقط؛ بل بأسئلة ذكية، وبقدرة أفضل على التفريق بين ما هو رأي وما هو معلومة، وبين ما هو تجربة شخصية وما يصلح أن يتحول إلى حكم عام، وربما كثير من الناس لا ينتهون إلى هذه النقطة إلا بعد فترة طويلة من الاستماع.

وفي السياق السعودي تتضاعف أهمية هذا الدور؛ لأننا مجتمع يعيش تحولات متسارعة، ومشاهد جديدة في سوق العمل، وفي أنماط الحياة، وفي مفهوم النجاح، وفي العلاقة بين الأجيال، وفي أسئلة الهوية، والقيم، وهذه التحولات تُنتج قلقًا مشروعًا إذا لم نجد تفسيرًا ناضجًا، والقلق في ذاته ليس عيبًا؛ بل قد يكون علامة حياة، لكنه يصبح عبئًا حين يتحول إلى خوف عام، أو تشوش دائم، أو حين يُترك بلا شرح، وبلا إطار يفسر المشهد، ويضعه في سياقه، وهنا يمكن القول - أيضًا - إن البودكاست يؤدي وظيفة جميلة جدًا؛ وذلك أن يفسر، وأن يطمئن، وأن يفتح مسارات للفهم؛ بدلًا من أن يكتفي بإثارة الانفعال.

إن البودكاست؛ حيث ينجح في تقديم تفسير متوازن للتحولات؛ فإنه يساهم في ضبط العلاقة بين الإنسان والواقع؛ فكم من شاب، أو شابة يعيشون ضغوطًا كبيرة، مثل: توقعات الدراسة، وتوقعات العمل، وتوقعات الأسرة، وتوقعات المجتمع، وتوقعات الذات، وكم من آباء، وأمّهات يشعرون بالحيرة أمام سرعة التغيير في لغة الأبناء، واهتماماتهم، وكم من موظفين في منتصف العمر يتساءلون عن معنى الاستقرار في زمن يتغير فيه كل شيء بسرعة، وفي مثل هذه المساحات قد تكون الحلقة الجيدة علاجًا معرفيًا ميسرًا؛ إذ لا تداوي الألم كله، لكنها تساعد الإنسان أن يفهمه، وأن يضعه في حجمه، وأن يميز بين ما يمكن تغييره

وما يجب التعايش معه، ويمكن بيان ذلك من خلال الأبعاد الآتية:



1 - مستويات صناعة البودكاست للوعي المجتمعي:

حين نتحدث عن صناعة الوعي في البودكاست السعودي؛ فإننا نتحدث عن مستويات تتداخل دون أن تُعلن عن نفسها دائماً:



1 مستوى تكوين المعرفة

وهو المستوى الذي نبحث فيه عن تفسير، أو مهارة، أو خبرة، أو إطار لفهم الواقع.



2 مستوى تشكيل القيم

لأن طريقة تقديم القضايا في منصات البودكاست - غالباً - تُرسل رسائل أخلاقية ضمنية، مثل: احترام الخصوصية، وعدم السخرية من الناس، وتجنب التعميم، والاعتراف بحدود معرفة الأفراد، والإنصاف في عرض الرأي الآخر.



3 مستوى إعادة إنتاج الهوية المجتمعية

إذ إن اختيار الضيوف، ونوعية الأسئلة، والمفردات المستخدمة في وصف الناس، والمناطق، والطبقات، والأجيال، كلها تصنع صورة عن المجتمع في وعي نفسه، وإدراكه لذاته.



2 - تكوين المعرفة عبر البودكاست:

تكوين المعرفة في البودكاست لا يعني حشد معلومات كثيرة؛ بل يعني تقديم فهم قابل للحياة؛ فالمعرفة التي تنفع الناس هي التي تُترجم إلى سلوك، أو قرار، أو موقف أكثر جدوى، وفاعلية، ومن شواهد ذلك ما يأتي:

- حين يتحدث بودكاست عن سوق العمل مثلاً؛ فهو لا يقدم أرقاماً فحسب؛ بل يعيد تعريف قيمة المهارة، ومعنى التخصص، وحدود الطموح، ومسؤولية الفرد تجاه نفسه.
- وحين يتحدث عن الصحة النفسية؛ فإنه لا يذكر مصطلحات فقط؛ بل يعيد تشكيل نظرة المجتمع إلى المرض، وإلى طلب المساعدة، وإلى الفرق بين الضعف الإنساني والمرض.
- وحين يتحدث عن الثقافة، والهوية؛ فإنه لا يسردها تاريخياً؛ بل يعيد طرح سؤال الانتماء بطريقة تسمح للناس أن يجتمعوا على المعنى دون أن يختلفوا على التفاصيل.

3 - تشكيل القيم عبر البودكاست:

غالبًا ما يحدث تشكيل القيم عبر البودكاست دون إعلان؛ فلا يقول المقدم: إن هذه قيمة، لكنه يبينها في طريقة الحوار؛ فمثلاً:

- حين يرفض التشهير، ويقاطع الضيف؛ فإنه يبيّن قيمة الكرامة.
- حين يسمح بالاختلاف، ويمنع السخرية بالآخرين، والأشياء؛ فإنه يبيّن قيمة الاحترام.
- حين يتواضع، ويقول: إن الأمر يحتاج إلى تحقق، أو إلى مختص؛ فإنه يبيّن قيمة النزاهة المعرفية.
- حين يعطي المستمع مساحة للتفكير؛ بدلاً من أن يفرض عليه خلاصة جاهزة؛ فإنه يبيّن قيمة الاستقلالية.

وهذه القيم ليست ترفاً أخلاقياً؛ بل هي أساس صناعة الوعي الصحي؛ لأن الوعي دون قيم قد يتحول إلى ذكاء فقط، أو إلى استعلاء، أو إلى مهارة جدلية بلا ضمير، أو وعي.

4 - إعادة إنتاج الهوية المجتمعية عبر البودكاست:

يُنظر لإعادة إنتاج الهوية المجتمعية عبر البودكاست؛ باعتبارها من أعقد ما تفعله هذه الصناعة؛ لأن البودكاست يعمل - هنا - على مستوى الرموز من التساؤلات الآتية:

- من الذي يُستضاف، ويُمنح مساحة الكلام؟
- من الذي يُقدّم؛ بوصفه نموذجاً ناجحاً؟
- أيُّ أمر يُستخف به عليها، وأيُّ أمر يُحترم؟
- أية مدينة تُعرض؛ بوصفها المركز، وأية مدينة تُذكر على الهامش؟
- أية فئة تُوصف بصفات حسنة، وأية فئة تُوصف بسوء؟

وهذه التفاصيل قد تبدو واضحة، لكنها مع التكرار تصنع صورًا جمعية؛ فالهوية ليست فقط ما نقوله عن أنفسنا؛ بل ما نكرره دون أن نشعر بما يأتي:

- طريقة تعريفنا للنجاح.
- صورة الإنسان الفاضل.
- معنى التقدم، ومعنى التقاليد، ومعنى الحرية، ومعنى المسؤولية.
- ولهذا يمكن تأكيد أن البودكاست استطاع أن يبنى رسائل مجتمعية إيجابية دون أن يتحول إلى خطاب رسمي، أو وعظ مباشر؛ لماذا؟ لأن البودكاست استطاع أن يبنى تمكينًا واقعيًا، ولا يبيع أوهامًا للجمهور؛ فمثلًا يبرز هذا المضمون مما يأتي:
- يتحدث عن النجاح مع تعثراته، وعن الخبرة مع أخطائها، وعن الطريق مع صعوباته.
- يقدم تفسيرًا ناضجًا للتحويلات؛ بدلًا من تضخيم القلق منها، أو إشاعة ثقافة الدعاية.
- يُحسن ثقافة الحوار العام، وهذا مكسب كبير؛ لأنه يعلم الناس كيف يختلفون باحترام، وكيف يراجعون رأيًا دون حرج، وكيف يستمعون قبل أن يحكموا؟
- يوسع التمثيل الاجتماعي؛ فيمنح المجتمع مرآة أقرب إلى الواقع؛ فضيوفه، وحواراته ليست مرآة نخبوية؛ بل مساحة يسمع فيها الإنسان العادي صوته أيضًا، ويشعر أن تجربته ليست خارج الحكاية المجتمعية في مجتمعه الذي يعيش فيه.

وفي المجتمع السعودي؛ حيث أصبحت فرص التطور متاحة على نطاق أوسع يحتاج الناس إلى محتوى يوازن بين الأمل والواقع، ويشرح العلاقة بين الطموح والعمل، ويُعيد تعريف معنى الإنجاز؛ وذلك بعيدًا عن الاستعراض.

ثانيًا - التأثير غير الواعي، وما يتصل به من تضليل، وانحياز، واستقطاب:

مع القوة الناعمة التي يمتلكها البودكاست تظهر مساحة أخرى ينبغي الانتباه لها، وهي أن أثره لا يأتي دائمًا من المعلومة ذاتها؛ بل من الثقة التي يصنعها لدى الجمهور؛ فالصوت القريب، والحديث الطويل، والسردي الذي يشبه الحكاية، كل ذلك يبنى ألفة، ومع الألفة تأتي قابلية أعلى للتلقي؛ وبالتالي التأثير، وقد يحدث أن يمنح الجمهور هذه الألفة معنى زائدًا؛ فيتحول المقدم، أو الضيف من صاحب رأي إلى مرجع، ومن صانع محتوى إلى سلطة معرفية، وحين تصل العلاقة إلى هذا المستوى تصبح الرسائل التي تُقال - حتى إن كانت عابرة - قادرة على تشكيل الوعي بعمق، وربما دون أن يشعر المستمع أنه يتلقى توجيهًا.

وهنا بالذات تظهر حساسية البودكاست كوسيط؛ لأنه يعمل في منطقة وسيطة بين الإعلام والتعليم، والتجربة الشخصية؛ فهو ليس درسًا أكاديميًا يدّعي الدقة الصارمة، وليس برنامجًا إخباريًا يلتزم بمقتضيات الخبر، وحدوده، وليس مجلسًا عائليًا لا تُحسب فيه الكلمات؛ بل هو شيء من كل ذلك

ولهذا تلتبس على البعض حدود ما يسمعون؛ وعليه يمكن النظر للتأثير غير الواعي في ضوء ما يأتي:

- **التضليل** الذي قد لا يأتي في صورة كذب صريح؛ فأحياناً يكفي أن تُقال الحقيقة بنصفها، أو أن تُعرض تجربة فردية؛ بوصفها قاعدة، أو أن تُستخدم لغة العلم بلا علم؛ فنُقال عبارة، مثل: (الدراسات تقول دون إحالة واضحة)، وأحياناً تختلط النصيحة بالتشخيص، خصوصاً في القضايا الحساسة كالعلاقات، والصحة النفسية، والأنظمة، والقوانين؛ فهنا لا يتلقى المستمع معلومة خاطئة فقط؛ بل يتلقى انطباعاً قد يتحول إلى قناة، والقناة قد تتحول إلى سلوك.
- **الانحياز**، وهو من أكثر ما يصل للجماهير بهدوء؛ لأن الناس تتقبله؛ بوصفه أمراً طبيعياً؛ فقد يكون انحيازاً لنمط حياة شريحة معينة، أو انحيازاً لتجربة مدينة كبرى تُعمم على سائر المناطق، أو انحيازاً لجيل يُقدّم؛ بوصفه معيار الصواب، أو انحيازاً لقيم مستوردة تُطرح كأنها الحقيقة الوحيدة دون اختبار ملاءمتها للسياق السعودي، وهذه الانحيازات لا تُقال- عادة- بصيغة ظاهرة؛ بل تُقال؛ بوصفها وصفاً للواقع، ومع التكرار يصبح الوصف شبه حقيقة ينظر بها المستمع إلى المجتمع، وربما يحكم بها على الواقع.

ولهذا لا يمكن فصل نجاح البودكاست السعودي عن أخلاقيات رسالته؛ فالأخلاق- هنا- ليست قيماً على الإبداع؛ بل هي ما يحمي الإبداع من أن يتحول إلى ضرر، وهذا لا يعني أن نتحدث بلغة جامدة؛ بل يعني أن نكون واضحين: هل ما نقوله رأي، أم معلومة؟ هل ضيفنا يتحدث من مرجعية حقيقية، أم من انطباع؟ هل نراعي خصوصية الناس، وكرامتهم؟ هل نعترف بحدود الحلقة؛ بدلاً من ادعاء الإحاطة؟ هل نترك مساحة للاختلاف دون أن نحوله إلى خصومة؟

وبناء على ذلك يمكن للحلقة أن تكون خفيفة، ومؤنسة، لكنها في الوقت نفسه يجب أن تكون دقيقة في مواضع الدقة، وحذرة في مواضع الحذر، كما يمكنها أن تقدم تجربة شخصية جميلة، لكنها تضعها في سياقها، وتُذكّر المستمع أن التجارب تختلف، وأن ما يصلح لشخص قد لا يصلح لغيره، ويمكنها أن تناقش قضايا حساسة، لكنها تُحسن ضبط اللغة.

وكخلاصة عامة لذلك؛ فإن حرية القول لا تكتمل إلا بمسؤولية الأثر؛ فرسائل البودكاست ليست مجرد موضوعات نختارها للطلاقات؛ بل هي طريقة مجتمع في التفكير، وهو يتحدث مع نفسه؛ فحين تكون الرسائل واعية، يصبح البودكاست صناعة وعي، وبناء قيم، ومعرفة، ويصبح مساحة ترفع جودة الحياة المعرفية، والاجتماعية، أما حين يشتغل التأثير غير الواعي؛ فيتغير الناس من حيث لا يشعرون، ويترك في الوعي العام ما يصعب إصلاحه لاحقاً؛ لأن مصدره كان تراكمًا هادئًا، ومتكررًا.



ثالثاً - أبرز مخرجات دراسات علمية للبودكاست في المملكة:

في (لومينا سباير) أجريت العديد من الدراسات التي فحصت تجربة البودكاست في المملكة، وقد شملت أكثر من 180 حلقة بودكاست، وأكثر من أربعين منصة متنوعة الاهتمامات بين الثقافية والاجتماعية، والاقتصادية، والسياسية، والرياضية، وغيرها، وخرجت هذه الدراسات بالعديد من النتائج، ويمكن إيراد أبرزها فيما يأتي:

1.

كشفت الدراسات أن أغلبية مواد البودكاست المدروسة هي من المواد المرئية التي تجمع بين الصوت والصورة المتحركة، ومع أن طبيعة البودكاست في نشأته، وسماته الاتصالية يأخذ المسار الصوتي.



2.

من الحلقات المدروسة بُثت حلقاتها في أكثر من ساعة.

76%



3.

64% من الحلقات جاءت في شكل حوارات رأي، أو معلومات، و64% من الحلقات جاءت ثرية معلوماتياً.

64%



4.

78% من الحلقات موضوعاتها مهمة، وجديدة، ومبتكرة.

78%



5.

56% من الحلقات جمهورها نوعي متخصص.

56%



6.

74% من الحلقات يمتلك مقدموها كفاءة مهنية عالية.

74%



7.

64% من الحلقات توظف اللغة الدارجة، والشعبية.

64%





وفيما يتعلق بجدوى موضوعات البودكاست كشف التحليل عن عدد من الخلاصات، أبرزها:

- 1** عرض عدد من الحلقات قصص الصبر، والكفاح، والعصامية، وهذا المحتوى مما قد يلهم الشباب، ويسهم في جعل تلك الشخصيات نماذج تحتذى.
- 2** ناقشت بعض الحلقات موضوعات الدور الريادي للجمعيات غير الربحية، وهذا يضيف كثيرًا للمجتمع، ويعزز فكرة توسيع دائرة الاهتمام بالعمل الخيري.
- 3** اهتمت بعض الحلقات بالموضوعات التي تسهم في رفع وعي المجتمع تجاه أمراض شائعة؛ بما ينسجم مع جهود الدولة في تعزيز جودة الحياة، ومستهدفات رؤية المملكة 2030م في المجال الصحي.
- 4** توظف بعض الحلقات البعد الفكري المتمسم بقدر من الإطار الفلسفي في عرض بعض الأفكار، ومناقشتها مع شيء من الهدوء في الطرح، والطابع التأملي؛ مما يزيد من عمق المحتوى، وثرائه، وقيمه العالية للجمهور.

تجارب بودكاست سعودية، ودولية غيّرت وعي الجمهور:

عند تناول البودكاست في المرحلة الراهنة لا يُنظر إليه كوسيلة صوتية عابرة؛ بل كظاهرة إعلامية أعادت تعريف العلاقة بين المنصة والجمهور؛ ففي زمن يتسم بالسرعة، وهيمنة الصورة، والمحتوى المختصر عاد الصوت؛ ليؤدي دورًا مختلفًا يقوم على العمق، والاستمرارية، ويمنح المتلقي مساحة أطول للتفكير، والتحليل، وهذا التحول يعكس انتقال البودكاست من مجرد أداة نشر رقمية إلى وسيط قادر على إحداث تأثير ممتد في الإدراك والوعي؛ سواءً على المستوى المحلي، أو العالمي؛ وذلك على النحو الآتي:

أولاً - منصات سعودية... كيف شكّلت الوعي؟

شهدت المملكة العربية السعودية خلال السنوات الأخيرة تحولاً نوعياً في صناعة المحتوى الصوتي؛ فمنصات، مثل: "ثمانية" قدمت حوارات طويلة، وعميقة في السياسة، والاقتصاد، والمجتمع، وتجاوزت بعض طقاتها مليون مشاهدة، أو استماع، وتكمن أهمية هذا التحول في أنه غيّر ثقافة التلقي؛ إذ أصبح الجمهور مستعداً للاستماع إلى حوار يمتد لساعة، أو أكثر بحثاً عن الفهم، والتحليل بعد أن كان الإيقاع السريع هو السائد في المنصات الرقمية الأخرى. كذلك أسهم بودكاست، مثل: "سقراط" في تسليط الضوء على التجارب القيادية، والتحويلات المهنية، وشارك في إعادة تعريف مفاهيم النجاح، والطموح لدى الشباب، ولا يتعلق الأمر -هنا- بزيادة المتابعة فقط؛ بل بإعادة تشكيل تصورات ذهنية داخل المجتمع.

وفي السياق البحثي تناولت دراسة د. عبد الله آل مرعي تأثير البودكاست على الشباب خلال الفترة 2020م-2025م، وشملت عينة مكونة من 4000 طالب سعودي، وأظهرت النتائج وجود علاقة إيجابية بين كثافة الاستماع وتغير المعارف، والاتجاهات، والسلوكيات غير أن الدراسة نبهت إلى أن التأثير قد يكون إيجابياً، أو سلبياً؛ وذلك بحسب نوعية المحتوى، وجودته، وهو ما يعكس في الوقت ذاته قوة المنصة، وخطورتها، ولتجنب الطابع الانطباعي تشير دراسة ميدانية أُجريت على 400 مشارك في مصر إلى نتائج دالة على نحو ما يأتي:

- 77% من العينة من الشباب المتعلم.
- 60% ينجذبون إلى المحتوى الثقافي.
- 83% أكدوا أن البودكاست عزز معرفتهم الثقافية.
- 78% أفادوا بأنه عزز هويتهم الثقافية.
- 53% أبدوا ثقة عالية في محتوى البودكاست.

وتعني هذه النتائج أن البودكاست لا يقتصر على نقل المعلومات؛ بل يسهم في بناء الإدراك، والهوية، وقد اعتمدت الدراسة على مدخل "الاستخدامات، والتأثيرات" الذي يفترض أن الجمهور يختار الاستماع بدافع ذاتي، وكلما كان الدافع معرفياً كان التأثير أعمق، وأكثر رسوخاً.

ثانياً - تجارب عالمية في البودكاست، وعلاقتها بصناعة الوعي الجماهيري:

على المستوى العالمي يبرز مثال SERIAL الذي تجاوز 300 مليون تحميل، وأسهم في إعادة فتح قضية جنائية في الولايات المتحدة، وقد تجاوز تأثيره حدود التوعية إلى التأثير في الرأي العام، والمؤسسات؛ مما يعكس قدرة البودكاست على تجاوز المجال الثقافي إلى المجال المؤسسي.

كما تعتمد برامج، مثل: THE DAILY على السرد القصصي في تيسير القضايا المعقدة؛ حيث تُظهر التجارب أن القصة تُشكّل الموقف أكثر من المعلومة المجردة؛ مما يعزز من قدرة البودكاست على التأثير في تشكيل الاتجاهات.

ثالثاً - من المنصات الرقمية إلى تشكيل الوعي - كيف يحدث التأثير؟

إذا ثبت وجود التأثير؛ فإن السؤال المنهجي يتمثل في كيفية حدوثه، ويمكن تحديد ثلاث خصائص رئيسية تمنح البودكاست قوة في صناعة الوعي، وقد جاءت على النحو الآتي:

1 - العلاقة الحميمة مع المستمع: يُستهلك البودكاست - غالباً - عبر السماعات الشخصية؛ حيث يصل الصوت مباشرة إلى الأذن دون مشتتات بصرية؛ مما يعزز التركيز، والانغماس الإدراكي، ويجعل الرسالة أكثر رسوخاً في الوعي.

2 - العمق مقابل السرعة: بينما تعتمد منصات، مثل: TIKTOK على المحتوى السريع، والقصير يقوم البودكاست على الطرح الممتد، والتحليل المعمق؛ فالمنصات السريعة تصنع انطباعات في حين يصنع البودكاست قناعات.

3 - الانتقاء الذاتي: لا يُجبر الجمهور على الاستماع؛ بل يختار المحتوى بدافع معرفي، أو مهني، وهذا الانتقاء يجعل التأثير مبنياً على استعداد داخلي؛ مما يزيد من عمقه، واستمراريته.

رابعاً - آليات صناعة التأثير:

- التكرار المعرفي: التعرض المستمر لفكرة معينة يحولها إلى مرجعية ذهنية.
- بناء الثقة: عندما يثق الجمهور بالمحتوى - كما أظهرت الدراسة بنسبة 53% - يصبح أكثر قابلية لتبني الأفكار.
- السرد القصصي: كما في THE DAILY؛ حيث تُبسط القضايا المعقدة عبر القصة، وتتشكل المواقف من خلال السرد أكثر من المعلومة المجردة.
- التأثير المؤسسي: كما في حالة SERIAL التي تجاوز تأثيرها حدود التوعية إلى التأثير في الرأي العام، والمؤسسات.

وبالمجمل يمكن القول: إن المنصات الرقمية وفّرت البنية التقنية، والمساحة المفتوحة للنشر، والوصول إلا أن البودكاست هو الذي أحسن استثمار هذه المساحة من خلال تقديم محتوى يقوم على العمق، والتليل، والطرح الممتد؛ فالقيمة لم تتحقق بمجرد الإتاحة التقنية؛ بل من خلال توظيفها في بناء خطاب هادئ، ومتوازن يمنح القضايا حقها من النقاش، والتفسير؛ وذلك بعيداً عن منطلق السرعة، والاستهلاك العابر.

وعندما تتكامل عناصر العمق المعرفي، والمصداقية المهنية، والدافع الذاتي لدى الجمهور للاستماع بدافع الفهم، لا بدافع التسلية اللحظية يتحول الصوت إلى قوة ناعمة مؤثرة، وهذه القوة لا تفرض رأياً مباشراً، ولا تملي قناعة جاهزة؛ بل تسهم في إعادة تشكيل طريقة التفكير عبر الحوار المتدرج، والسرد الواعي، وتعدد زوايا النظر، وفي بيئة إعلامية تتكسب فيها الصور، والمقاطع القصيرة، والمحتويات السريعة يبرز الصوت الصادق كوسيط قادر على صناعة تأثير أكثر رسوخاً، واستدامة، تأثير يقوم على بناء القناعة، وتعميق الفهم، لا على مجرد جذب الانتباه، أو صناعة انطباع مؤقت.

التحديات الأخلاقية، والمعرفية في البودكاست: خطاب الكراهية، والتليل، والانحياز الأيديولوجي:
البودكاست- بحكم طبيعته- لا يعمل على مستوى المعلومة وحدها؛ بل يعمل على مستوى الثقة، والانطباع، واللغة التي يتشكل بها الوعي، وفي اللحظة التي يصبح فيها الصوت مألوفاً، ويصبح المقدم قريباً، وتتحول الحلقة إلى رفقة يومية، تتغير قواعد التأثير؛ فالكلمة- هنا- لا تُلقى على جمهور بعيد؛ بل تُقال لشخص واحد في أذنه تقريباً، وهذا القرب قد يكون باباً لصناعة فهم راق، وقد يكون باباً لتمرير انحرافات معرفية، وأخلاقية لا يشعر بها المستمع إلا بعد أن تستقر؛ ومن هنا؛ فإنحساسية البودكاست تبدأ، وثمة زاويتان للرؤية في هذا الإطار؛ وذلك على نحو ما يأتي:

أولاً - أبرز التحديات الأخلاقية للبودكاست:

البودكاست يمنح الأفكار وقتاً أطول لتغلغل، وقد يمنح الأخطاء وقتاً أطول؛ لتجذّر أيضاً، وليس لأن البودكاست سيئ بطبيعته؛ بل لأن آليته في الإقناع مختلفة؛ فهو يشتغل عبر السرد، وعبر الحوار، وعبر النبذة، وعبر تكرار الفكرة في أكثر من حلقة، وعبر الإيحاء بأن ما يُقال هو خلاصة تجربة، أو معرفة، وفي مجتمع متنوع، مثل: المجتمع السعودي تتضاعف مسؤولية هذا النوع من المحتوى؛ لأن أي انزلاق في الكلمة قد يتحول إلى انزلاق في المزاج العام، ثم إلى انزلاق في النظرة إلى الناس، ثم إلى انزلاق في طريقة الحكم عليهم

ومن أبرز التحديات التي تنطوي عليها صناعة البودكاست ما يأتي:

- خطاب الكراهية، وهو تحدّي يتسلل- غالبًا- عبر اللغة أكثر مما يتسلل عبر التصريح المباشر؛ فكثيرون يتخللون أن خطاب الكراهية هو شتيمة صريحة، أو تحريض فاضح، بينما الحقيقة أن أكثر أشكاله شيوعًا هو التعميم، والوصم، والتصنيف أن تُقال جملة تبدو عابرة، لكنها تضع فئة كاملة في سلة واحدة، أو أن تُستخدم نكتة لتثبيت صورة نمطية، أو أن يُشار إلى مجموعة بشرية؛ بوصفها مصدر المشكلة، أو سبب الانحدار، أو عائق التقدم، وخطورة هذا النوع من الخطاب في البودكاست أنه يأتي محمولًا على نبرة مؤنسة، وعلى سياق ممتع، وعلى استضافة قد تبدو طبيعية؛ فيمر دون مقاومة، ثم يصبح المستمع مع الوقت أقل حساسية تجاه الكلمة، وأكثر استعدادًا لتقبلها؛ بوصفها وصفًا للواقع، لا بوصفها إساءة.
- وخطاب الكراهية قد يظهر- أيضًا- على شكل استهزاء مستتر باللهجات، أو المناطق، أو الطبقات، أو المهن، وقد يظهر في التعامل غير المنصف مع فئة اجتماعية بعينها؛ حيث تُختصر حياتها في صفات جاهزة، وفي مجتمع يحافظ على قيمة التماسك الاجتماعي لا يكون أثر هذا الخطاب مجرد أذى معنوي؛ بل يصبح أذى في العلاقات؛ لأنه يزرع في الوعي العام بذور الشك، وبذور الاستعلاء، وبذور التقليل من الآخر، وهذه البذور قد لا تثبت في يوم واحد، لكنها مع التكرار تتكاثر.
- التضليل، وهو أكثر التحديات تعقيدًا؛ لأنه لا يعني دائمًا الكذب الصريح، والتضليل في البودكاست قد يكون حكاية جذابة تُروى بمهارة، لكنها مبنية على انتقائية في الوقائع، وقد يكون رأيًا يُقدم بلباس معلومة، وقد يكون استنتاجًا كبيرًا يُبنى على مثال صغير، وقد يكون ضيقًا يتحدث بثقة في مجال لا يمتلك أدواته، لكن الثقة- هنا- تمل محل التحقق، والمشكلة أن المستمع في البودكاست لا يملك دائمًا فرصة مراجعة التفاصيل كما يفعل مع النص المكتوب؛ فهو يسمع، ويتأثر، ثم يمضي؛ ولذلك تصبح مسؤولية المنتج، والمقدم أعلى؛ لأن الخطأ إذا قيل مرة واحدة قد يبقى، وإذا تكرر عبر حلقات يصبح معرفة جمعية خاطئة.
- ومن صور التضليل الشائعة أن تُستخدم لغة العلم دون التزام العلم، أو أن تُقال عبارة، مثل: (تشير الدراسات)، أو (أثبتت الأبحاث)، أو (يقول المختصون)، ثم لا يُذكر مصدر، ولا يُوضح سياق، ولا تُذكر حدود، وفي كثير من القضايا؛ لاسيما القضايا الصحية، والنفسية، والقانونية لا يكون هذا مجرد خطأ معرفي؛ بل قد يصبح ضررًا مباشرًا؛ لأن المستمع قد يبنى قرارًا على ما سمع، قرارًا في علاقة، أو في علاج، أو في موقف من مؤسسة، أو في حكم على شخص.

- الاستقطاب؛ وذلك حين تصبح الحلقة مبنية على تقسيم الناس إلى معسكرين، وتُدار اللغة؛ بوصفها معركة، لا بوصفها بحثًا، والاستقطاب- وإن رفع التفاعل- يضعف الثقة العامة؛ لأنه يجعل الناس أقل استعدادًا للإصغاء، وأكثر استعدادًا للتصنيف، وفي مجتمع يريد أن يحافظ على مرونته، وتماسكه يصبح هذا خطرًا معرفيًا، وأخلاقيًا في آن واحد.
- الخلط بين الترفيه والمعرفة؛ فبعض البودكاستات تملك قدرة عالية على الإمتاع، وهذا جميل في ذاته، لكن الإمتاع حين يصبح غطاءً لتقديم قضايا حساسة بصورة سطحية يتحول إلى ضرر، وقد تُناقش مسألة أسرية عميقة بطريقة تضحك الناس، لكنها تجرح آخرين، وقد تُطرح قضية نفسية بطريقة تجذب المستمع، لكنها تخلط التشخيص بالنكتة، وقد تُعرض تجربة شخصية مؤلمة؛ بوصفها مادة إثارة.

وهذه التحديات كلها تجعلنا ننظر فكرة محورية واحدة، وهي أن صناعة البودكاست ليست فقط صناعة محتوى؛ بل صناعة أمان معرفي، وأخلاقي، وهذا الأمان لا يعني أن نمنع الاختلاف، ولا أن نخنق الجراءة، ولا أن نجعل كل حلقة خطابًا رسميًا، أو وعظيًا؛ بل يعني أن نعترف بأن المستمع يثق، وأن الثقة مسؤولية.

ثانيًا - سبل مواجهة تحديات البودكاست:

- يمكن تصور سبل عملية يسيرة، لكنها مؤثرة، وتساعد صانع البودكاست على أن يواجه التحديات دون أن يفقد مهنيته، وقربه من الجمهور:
- 1 - وضوح النوع؛ بمعنى: هل هذه الحلقة رأي، أم تحقيق، أم تجربة، أم شرح؟ فالوضوح- هنا- يمنع التضليل قبل أن يحدث.
 - 2 - التحقق في مواضع الخطر؛ فحين تُذكر أرقام، أو أحكام قانونية، أو نصائح صحية لا يكفي حسن النية؛ بل يلزم مصدرًا واضحًا، أو إحالة مسؤولية، أو استضافة مختصٍ بالفعل.
 - 3 - ضبط اللغة؛ من حيث تجنب التعميمات الجارحة، وتجنب النكات التي تثبت صورة نمطية، وتجنب السخرية التي تضع الناس في مراتب.
 - 4 - التوازن؛ فليس بالضرورة أن تُعرض كل الآراء في كل حلقة، لكن على الأقل أن يُعترف بوجود زوايا أخرى، وأن يُحترم الاختلاف، وأن تُترك مساحة للمستمع؛ كي يفكر، لا كي يُستقطب فقط.

التوصيات:

- 1- إعداد مدونة سلوك للتعامل مع الموضوعات الحساسة في منصات البودكاست بشكل ركيزة أساسية؛ وذلك لضمان التزام صناع المحتوى بالقيم الأخلاقية، والثقافية، والاجتماعية في المملكة، وتتضمن هذه المدونة معايير واضحة تحرص على احترام الدين، والثقافة، والخصوصية، وآليات للتحقق من المعلومات لتجنب نشر محتوى مذل، أو مسيء، كما تهدف إلى حماية الضيوف، والمستمعين من أي استغلال، أو محتوى تحريضي مع إنشاء لجنة استشارية تضم خبراء إعلاميين، وقانونيين، واجتماعيين؛ وذلك لتقديم التوجيه، والمراجعة قبل نشر الحلقات الحساسة.
- 2- إيجاد برامج تدريب متقدمة لتدريب المقدمين الذين يحتاجون، أو يرغبون في التطوير؛ بما يهدف إلى رفع جودة المحتوى، وضمان مستوى احترافي للمذيعين، ويمكن تصميم برامج متدرجة من المبتدئ إلى الاحترافي تشمل مهارات كتابة النصوص، وتقنيات التسجيل، والتحرير الصوتي، وإستراتيجيات التسويق الرقمي للبودكاست، كما توفر هذه البرامج ورش عمل عملية في استديوهات مجهزة لتدريب المقدمين على مواجهة التحديات الواقعية، هذا إضافة إلى تدريب متخصص على التعامل مع الموضوعات الحساسة، واستضافة الضيوف بطريقة تحترم الثقافة المحلية، ومن خلال منح شهادات معترف بها من جهات رسمية، أو جامعات سعودية يمكن تعزيز مصداقية المقدمين في السوق المحلي.
- 3- عقد فعاليات سنوية لتطوير صناعة البودكاست في المملكة يُعد خطوة إستراتيجية لتعزيز حضور هذه الصناعة في المشهد الإعلامي السعودي، ويمكن تنظيم مهرجانات، وبازارات تجمع صناع المحتوى، والمعلنين، والمهتمين بالإعلام الصوتي في مدن رئيسية، مثل: الرياض، وجدة، وتشمل ورش عمل، ومحاضرات تدريبية، ومسابقات لاكتشاف المواهب الجديدة، إلى جانب تكريم المتميزين في مجالات، مثل: الثقافة، والترفيه، والتقنية؛ مما يعزز روح المنافسة الإيجابية، كما يمكن دمج هذه الفعاليات مع الجامعات، والمؤسسات التعليمية؛ وذلك لإتاحة فرص للتعلم العملي، واستضافة خبراء دوليين لتقديم جلسات تدريبية مع التركيز على إبراز الاتجاهات العالمية، وتبسيط الضوء على الثقافة، والقيم السعودية.

4- تفعيل أسئلة الجمهور، واستطلاعات الرأي، وجلسات البث الحي الدورية، وقنوات استقبال الملاحظات، وربطها بتحسينات تحريرية دورية يُعزز التواصل المستمر بين صناع المحتوى والمستمعين، ويتيح إنتاج حلقات أكثر ملاءمة، واهتمامًا باحتياجات الجمهور، ويمكن تحقيق ذلك عبر حملات تفاعلية على وسائل التواصل لجمع الأسئلة، وجلسات استماع مباشرة شهرية، واستخدام أدوات تحليلية لمتابعة تفاعل الجمهور، وقياس نجاح كل حلقة، كما تُترجم هذه التغذية الراجعة إلى تطوير محتوى دوري، وتحسين أساليب العرض، واختيار المواضيع، والتقنيات؛ بما يتوافق مع اهتمامات المستمعين السعوديين.

5- اعتماد أدوات تحليل متاحة على منصات النشر، ووسائل التواصل الاجتماعي؛ وذلك لمتابعة سلوك المستمعين، مثل: مدة الاستماع، ونقاط الانسحاب، وتفاعل الجمهور، واستخدام هذه البيانات لتحديد الموضوعات الأكثر تأثيرًا، وإعادة طرحها؛ بما يعزز وعي الجمهور السعودي.

• خاتمة:

تشير المعطيات المرتبطة بتطور البودكاست، وتحولاته المتسارعة أن هذه الوسيلة تجاوزت إطارها التقني الضيق، وأصبحت جزءًا مؤثرًا في بنية المجال العام الرقمي؛ فلم يعد حضورها مقتصرًا على تقديم محتوى صوتي عند الطلب؛ بل امتد ليشمل الإسهام في توجيه النقاشات، وإعادة ترتيب الأولويات، وصياغة تصورات جديدة حول قضايا المجتمع، وقد انتقل البودكاست من مبادرات فردية بسيرة إلى منظومات إنتاج مؤسسية تعتمد على البيانات، وتستند إلى فهم دقيق لسلوك الجمهور، واهتماماته.

وفي السياق السعودي يعكس انتشار البودكاست، وتنوع موضوعاته قدرته على التفاعل مع التحولات الاجتماعية، والثقافية، والمساهمة في تشكيل تصورات تتعلق بالعمل، والهوية، والنجاح، ومسارات الحياة، ويؤكد ذلك أن التأثير الحقيقي للبودكاست لا يقاس فقط بحجم المتابعة؛ بل بمدى إسهامه في بناء وعي جمعي أكثر عمقًا، واتزانًا، وفي ترسيخ ثقافة الحوار، والمعرفة في الفضاء الرقمي.



المصادر والمراجع

- استند التقرير إلى ندوة عقدها ملتقى أسبار عبر الإنترنت (WEBINAR) بعنوان: "البودكاست، وصناعة التأثير: من المنصات الرقمية إلى تشكيل الوعي الجمعي" بتاريخ 14 فبراير 2026م بمشاركة نخبة من الخبراء والمتخصصين.
- بن سويدان، أحمد بن عبد العزيز. (2024م). فاعلية البودكاست الإذاعي في بناء الوعي الثقافي لدى الشباب السعودي. المجلة العربية لبحوث الإعلام، والاتصال، 45، 101-147.
- حسن، زينب محمد حامد. (2024م). واقع تبني طلبة أقسام الإعلام في مصر، والسعودية لتطبيق البودكاست، وأثره في رفع وعيهم بقضايا مجتمعاتهم: دراسة في إطار نموذج قبول التكنولوجيا. مجلة الإعلام، والدراسات البيئية، 3 (9)، 1-46.
- الرفاعي، سهى مصطفى، وحمدان، ماريان زهير. (2025م). دوافع تعرض الجمهور السعودي للبودكاست، والإشباع المتحققة منه: دراسة مسحية لعينة من متابعي بودكاست "ثمانية". مجلة البحوث، والدراسات الإعلامية، 31 (31)، 621-658.
- الشهيبي، خالد علي عبد الله. (2025م). الدور الوسيط للمنصات الرقمية في العلاقة بين الثقافة الإعلامية، وتشكيل الوعي العام السعودي. المجلة العربية لبحوث الإعلام، والاتصال، 46، 57-91.
- الشيباني، ماجد بن فهد. (2022م). دوافع تعرّض الجمهور السعودي لإذاعات الإنترنت (البودكاست)، والإشباع المتحققة منه: دراسة مسحية لعينة من متابعي بودكاست (ثمانية) في المملكة العربية السعودية. المجلة المصرية لبحوث الإعلام، (79)، 433-466.
- عبد الحميد، عمرو محمد محمود. (2024م). تفاعل الجمهور مع محتوى البودكاست على المنصات الرقمية، وأثره على مستقبل الإذاعة في المنطقة العربية. دراسات: العلوم الإنسانية، والاجتماعية، (2)52، 158-177.
- العطوي، رانيا سعيد. (2025م). البودكاست، والفيديو الرقمي كمصادر تعليمية في التاريخ الإسلامي: تحليل محتوى قنوات اليوتيوب، والبودكاست المتخصصة في التاريخ الإسلامي؛ من حيث الدقة العلمية، وجاذبية العرض. مجلة الفنون، والأدب، وعلوم الإنسانيات، والاجتماع، ع (124)، 39-62.
- عودة، ألينا علي. (2025م). البودكاست، وتأثيره على الشباب العربي، والعراقي: دراسة في الانتشار، والتأثيرات الاجتماعية، والنفسية. LARK JOURNAL، 17 (4)، 789-807.
- Harharah, A. ., Abudawood, A., AlWazani, F., Borah, G. ., & Oqbi, S. . (2024). Exploring the Emerging Podcast Culture: A Case Study of Podcast Cafe in Saudi Arabia. European Journal of Sustainable Development, 13(1), 291.

المشاركون

- د. سعود الغريبي - مدير الندوة، عضو ملتقى أسبار.
- د سعود هلال - أستاذ مساعد في قسم الإعلام جامعة الملك سعود، ومقدم بودكاست رسالة الجامعة.
- د. عبد الله الحمود - أستاذ الإعلام، ورئيس مجلس إدارة لومينا سباير.
- أ. محمد الزهراني - معد، ومقدم، ومنتج بودكاست "مصراع"، وصانع محتوى.
- د. منال الجعيد - أكاديمية في مجال الاتصال، والإعلام الرقمي.



[لمشاهدة الندوة يرجى الضغط هنا:](#)



ملتقى أسبار
Asbar Council
(نادي تفكير)

تأسس الملتقى في 28 يونيو 2015م



@MultaqaAsbar



@Multaqa_Asbar



<https://cutt.us/U0nnC>



00966114624229



www.asbar.com