

اتجاهات النخب نحو التشريعات الإعلامية المنظمة لمحتوى البودكاست في المملكة العربية السعودية

خالد بن بدر الشغار

باحث دكتوراه في الإعلام الرقمي وتكنولوجيا الاتصال، الجامعة الأهلية، مملكة البحرين
aklld1816@gmail.com

عبدالصديق حسن

المشرف الأكاديمي، أستاذ الإعلام، الجامعة الأهلية، مملكة البحرين

ملخص الدراسة

تناولت هذه الدراسة اتجاهات النخب السعودية نحو التشريعات الإعلامية المنظمة لمحتوى البودكاست في المملكة العربية السعودية. وانطلقت من مشكلة تتمثل في أن الانتشار المتسارع للبودكاست، بإنتاجه اللامركزي وسهولة نشره خارج آليات حراسة البوابة التقليدية، يسبق التكيف التشريعي، مما يخلق غموضاً حول كيفية ضبط محتواه. وتبرز الفجوة المعرفية في غياب دراسة متخصصة ترصد اتجاهات النخب نحو تشريعات هذا الوسيط تحديداً، إذ ركزت الدراسات السابقة على تشريعات الإعلام الجديد عموماً أو على أخلاقياته.

هدفت الدراسة إلى الكشف عن تأثير الخصائص التعريفية للنخب (نوع النخبة، والخصائص المهنية، والخصائص السلوكية) في اتجاهاتهم نحو أربعة أبعاد: الحاجة إلى التنظيم، وكفاية التشريعات الحالية، والآلية المفضلة (تنظيم ذاتي أم حكومي)، وأولويات المحتوى المراد تنظيمه.

استندت الدراسة إلى نظرية المسؤولية الاجتماعية إطاراً حاكماً، مدعومةً بنظريتي ترتيب الأولويات والتأطير. واعتمدت المنهج الوصفي التحليلي، وأداة الاستبيان بمقياس ليكرت الخماسي، على عينة عمدية أو حصصية (300-400 مفردة) من النخب الإعلامية والأكاديمية والقانونية، وتختبر فرضياتها الصفرية عند مستوى دلالة 0.05.

وتتوقع الدراسة أن تسهم في إثراء الأدبيات العلمية، وتزويد الجهات التنظيمية بمعطيات تدعم صياغة تشريعات متوازنة بين حماية القيم المجتمعية وصون حرية الإبداع.

الكلمات المفتاحية: اتجاهات النخب، التشريعات الإعلامية، البودكاست، المسؤولية الاجتماعية.

Elite Attitudes toward Media Legislation Regulating Podcast Content in the Kingdom of Saudi Arabia

Khalid bin Badr Al-Shaghar

PhD Researcher in Digital Media and Communication Technology, Ahlia University, Kingdom
of Bahrain

aklld1816@gmail.com

Abdel-Sadeq Hassan

Academic Supervisor, Professor of Media, Ahlia University, Kingdom of Bahrain

Abstract

This study examines the attitudes of Saudi elites toward media regulations governing podcast content in the Kingdom of Saudi Arabia. It addresses the issue that the rapid proliferation of podcasts—characterized by decentralized production and ease of distribution outside traditional "gatekeeping" mechanisms—has outpaced legislative adaptation, creating ambiguity regarding content regulation. A knowledge gap exists due to the absence of specialized research tracking elite attitudes specifically toward regulations for this medium; previous studies have focused on new media regulations in general or on media ethics.

The study aims to reveal how elite characteristics (elite type, professional attributes, and behavioral traits) influence attitudes across four dimensions: the need for regulation, the adequacy of current legislation, the preferred regulatory mechanism (self-regulation vs. government regulation), and priorities regarding content regulation.

The study adopts Social Responsibility Theory as its governing framework, supported by Agenda-Setting and Framing theories. It employs a descriptive-analytical approach and a questionnaire utilizing a five-point Likert scale, surveying a purposive or quota sample (300–400 individuals) of media, academic, and legal elites, while testing null hypotheses at a significance level of 0.05.

The study is expected to enrich academic literature and provide regulatory bodies with data to support the formulation of legislation that strikes a balance between protecting societal values and safeguarding creative freedom.

Keywords: Elite Attitudes, Media Legislation, Podcasts, Social Responsibility.

1. المقدمة

أحدثت الثورة الرقمية تحولاً جذرياً في بنية نظم الاتصال العالمية، وأعدت تشكيل خريطة تدفق المعلومات وأنماط استهلاكها بشكل غير مسبوق. تشهد أنظمة وسائل الإعلام، بما في ذلك المنظومة الإعلامية العربية، عمليات تحول عميقة ومستمرة، حيث تتداخل التكنولوجيا الرقمية مع الممارسات الإعلامية التقليدية لإنتاج فضاءات جديدة للتواصل والنقاش العام (ريشتر وكوزمان، 2021). لم تعد وسائل الإعلام التقليدية هي المتحكم الأورح في صناعة الرسالة ونشرها، بل ظهر "الإعلام الجديد" أو "الإعلام الرقمي" كفاعل رئيسي يعتمد على شبكة الإنترنت والوسائط المتعددة.

يُعرف الإعلام الجديد بخصائصه الفريدة التي تميزه عن الإعلام التقليدي، فهو إعلام يتميز بالاندماج بين الوسائط المختلفة (نص، وصوت، وصورة)، وبتنوع التفاعلية المباشرة بين المرسل والمستقبل، ويسمح للمستخدمين بالوصول إلى المحتوى في أي وقت ومن أي مكان، كما أنه يتسم بالطابع الكوني الذي يتجاوز الحدود الجغرافية (صادق، 2008). هذه الخصائص لم تغير فقط من شكل الوسيلة، بل غيرت من طبيعة العملية الاتصالية ذاتها، وحولت المتلقي من مستهلك سلبي للمحتوى إلى مشارك نشط ومنتج له في كثير من الأحيان.

في سياق هذا المشهد الرقمي المتطور، برز "البودكاست" (Podcast) أو التكوين الصوتي كأحد أبرز وأسرع أشكال الإعلام الجديد نمواً وتأثيراً. البودكاست هو ملف وسائط رقمي، غالباً ما يكون صوتياً، يتم توزيعه عبر الإنترنت للاستماع المباشر أو التحميل، ويمكن للمستخدمين الاشتراك في قنوات محددة للحصول على حلقات جديدة تلقائياً (الحمود، د.ت). يجمع البودكاست بين حميمية وتخصيصية الاستماع الإذاعي، وبين مرونة وسهولة الوصول التي توفرها التقنيات الرقمية، مما يجعله وسيلة مثالية لتقديم محتوى متعمق ومتخصص يتجاوز قيود البث التقليدي (موسى ونعمان، 2023).

تتعدد القوالب الفنية للبودكاست، من الحوارات والمقابلات، إلى السرد القصصي، والبرامج التعليمية، والملخصات الإخبارية، والبرامج الفكاهية والدرامية (موسى ونعمان، 2023). وقد أثبتت هذه التقنية قدرتها على بناء علاقة وثيقة مع المستمع، حيث أشارت بعض الدراسات إلى أن طبيعة الاستماع للبودكاست تساهم في تعزيز ثقة المستمع بالمحتوى المقدم (Johnson & McCall, 2025). كما أن مرونته تتيح للمستخدمين استهلاكه أثناء أداء مهام أخرى، مما ساهم في انتشاره الهائل وتأثيره المتزايد، حتى أن البعض يرى فيه منافساً جاداً ومستقبلاً بديلاً للراديو التقليدي (عبد الحميد، 2025).

لم تكن المنطقة العربية، والمملكة العربية السعودية على وجه الخصوص، بمعزل عن هذا التطور، بل تُعد من أكثر الأسواق نمواً وتفاعلاً مع صناعة البودكاست. يظهر الشباب السعودي تحديداً اهتماماً كبيراً بهذه التقنية، حيث يعتبرونها مصدراً هاماً للوعي الثقافي والمعرفي والترفيهي (بن سويدان، 2024). وقد كشفت دراسة ميدانية حديثة شملت عينة من 400 شاب سعودي أن غالبية المستخدمين يتابعون البودكاست بشكل "دائم" أو "غالباً"، وأن دوافعهم الرئيسية تتركز في "التسلية والترفيه" و"اكتساب المعرفة والمعلومات"، وتأتي منصات مثل "Apple Podcasts" و"يوتيوب" وتطبيقات البودكاست المتخصصة في مقدمة الوسائل المستخدمة للوصول إلى هذا المحتوى (آل مرعي، 2024).

ترافق هذا الإقبال الجماهيري مع نضج واضح في صناعة المحتوى المحلي في المملكة. أصبحت برامج البودكاست السعودية، مثل بودكاست "فنجان" وغيره، منصات مؤثرة تناقش قضايا ثقافية واجتماعية وفكرية عميقة. وقد أظهر تحليل محتوى لهذه البرامج قدرتها على تقديم أطر ثقافية واجتماعية تتناول موضوعات كالتراث، والعادات، والفنون، وتأثيرات العولمة، وقضايا معاصرة كالصحة النفسية والذكاء الاصطناعي، مما يعكس دورها المتنامي في تشكيل الوعي العام وتأطير النقاشات المجتمعية (القرشي والعرضاي، 2025).

هذا النمو المتسارع، والانتشار الواسع، والطبيعة الديمقراطية لإنتاج المحتوى الصوتي، يطرح تحديات تنظيمية وأخلاقية وقانونية كبيرة. فمع سهولة الإنتاج والنشر بعيداً عن "حراسة البوابة" التقليدية للمؤسسات الإعلامية، تبرز تساؤلات حول أخلاقيات المحتوى المقدم، ودقة المعلومات، والمسؤولية عن التجاوزات المحتملة، سواء كانت انتهاكاً للخصوصية، أو نشرًا لخطابات الكراهية، أو تضليلاً للرأي العام (ثابت، 2022). إن هذه الفوضى المحتملة تستدعي ضرورة البحث عن آليات لضبط الممارسة الإعلامية في الفضاء الرقمي، وهو ما يؤيده العديد من الإعلاميين أنفسهم الذين يرون أهمية تطبيق أخلاقيات الإعلام الجديد للحفاظ على مصداقية المهنة (الصبحي، 2021).

تنتقل هذه الحاجة الأخلاقية مباشرة إلى الساحة القانونية، فالتحدي الأبرز الذي يواجهه الدول اليوم هو كيفية موازنة تشريعاتها الإعلامية التقليدية مع الواقع الرقمي الجديد. إن الفضاء الرقمي بطبيعته العابرة للحدود والتفاعلية يضع الأطر القانونية القائمة أمام اختبار حقيقي، مما يستدعي نقاشاً حول ضرورة استحداث تشريعات جديدة توازن بين ضمان حرية التعبير من جهة، وحماية المجتمع وقيمه من جهة أخرى (سليمان والجمال، 2017).

وقد خطت المملكة العربية السعودية خطوات في هذا الاتجاه من خلال إصدار أنظمة ولوائح تهدف إلى تنظيم المشهد الرقمي، مثل "اللائحة التنفيذية لنشاط النشر الإلكتروني" الصادرة عن وزارة الإعلام، و"نظام الإعلام المرئي والمسموع" الذي تشرف عليه الهيئة العامة للإعلام المرئي والمسموع، والذي يتضمن تراخيص لتقديم المحتوى الصوتي الرقمي (الهيئة العامة للإعلام المرئي والمسموع، 1440 هـ، كما ورد في الصبحي، 2021؛ وزارة الإعلام، 2020، كما ورد في الصبحي، 2021).

في خضم هذا النقاش حول التقنين والتشريع، تلعب "النخب" (Elites) دوراً محورياً. فالنخب، سواء كانت إعلامية (تمارس المهنة)، أو أكاديمية (تُنظر لها)، أو قانونية (تضع الأطر)، أو حتى سياسية، هي الفاعل الرئيسي في تقييم هذه التشريعات وتوجيه مسارها. إن اتجاهات النخب نحو القوانين القائمة، ورؤيتهم للحاجة إلى تنظيمات جديدة، وتقييمهم لمدى كفاية الأدوات القانونية الحالية، هي التي تشكل في نهاية المطاف ملامح السياسة الإعلامية للدولة (اللبان وآخرون، 2018؛ العزام وكاتب، 2010).

وقد تناولت دراسات سابقة اتجاهات النخبة الإعلامية السعودية نحو "تشريعات الإعلام الجديد" بشكل عام، وبحث في مدى ملاءمتها في إطار نظرية المسؤولية الاجتماعية (جلال وآخرون، 2020). كما رصدت دراسات أخرى اتجاهات النخب نحو أخلاقيات الإعلام الجديد (الصبيحي، 2021). ولكن، مع الأخذ في الاعتبار الطبيعة الفريدة للبودكاست كوسيط صوتي ذي خصائص مختلفة عن المواقع الإخبارية النصية أو منصات التواصل الاجتماعي المرئية، تبرز فجوة معرفية. هذه الفجوة تتمثل في غياب دراسة متخصصة ترصد اتجاهات النخب السعودية، بأنواعها المختلفة، بشكل محدد نحو "التشريعات المنظمة لمحتوى البودكاست" على وجه الخصوص.

2. مشكلة البحث

يتجسد الانتشار المتسارع والواسع النطاق لوسيط "البودكاست" في المملكة العربية السعودية، والذي أصبح منصة مؤثرة لتشكيل الوعي ومناقشة القضايا الثقافية والاجتماعية (بن سويدان، 2024؛ آل مرعي، 2024)، في تحدٍ واضح للأطر التنظيمية القائمة. تنبع المشكلة البحثية من كون هذا التطور التكنولوجي والمجتمعي السريع يسبق في كثير من الأحيان التكيف التشريعي، مما يخلق فراغاً أو غموضاً قانونياً حول كيفية ضبط محتوى البودكاست، الذي يتميز بإنتاج لا مركزي وسهولة في النشر تتجاوز آليات "حراسة البوابة" التقليدية. تتمحور المشكلة في الحاجة الملحة لفهم وتقييم مدى كفاية التشريعات الإعلامية الحالية في المملكة، واستكشاف المواقف والاتجاهات التي تتبناها النخب (الإعلامية، الأكاديمية، والقانونية) تجاه ضرورة وآليات تطوير أطر تنظيمية محددة تتناسب مع خصوصية هذا الوسيط الجديد.

إن الجدال حول تقنين الوسائط الجديدة ليس وليد اللحظة، فالتبيعة الديمقراطية لتقنيات الاتصال الحديثة تطرح أسئلة جوهرية حول المعايير القانونية الملائمة للجهود التنظيمية (Carter & Lunt, 2006). لقد أدى تطور شبكات الاتصال الأفقي التفاعلي إلى ظهور "الاتصال الذاتي الجماهيري"، مما أتاح مساحات جديدة للتدخل في الفضاء العام بعيداً عن المجال المؤسسي التقليدي، وهو ما يستدعي بالضرورة إعادة نظر في علاقة السلطة بالصحافة والإعلام (Castells, 2007). وتتفاقم هذه الإشكالية عند النظر في المحتوى الصوتي تحديداً، حيث تتداخل قضايا الملكية الفكرية وحقوق النشر مع سهولة الإنتاج والتوزيع، مما يجعل الأنظمة الحالية غير كافية للتعامل مع الخصائص الفريدة للبودكاست (Carter & Lunt, 2006).

تكتسب هذه الإشكالية أبعاداً محلية واضحة في السياق العربي والسعودي، حيث يرتبط تطور الممارسة الإعلامية ارتباطاً وثيقاً بالتطورات السياسية والاجتماعية وبنية التشريعات الإعلامية المنظمة لها (ثابت، 2022). ويوجد بالفعل نقاش قائم حول مدى قدرة التشريعات على مواكبة الإعلام الجديد، فقد رصدت دراسات سابقة اتجاهات النخبة الإعلامية السعودية نحو "تشريعات الإعلام الجديد" بشكل عام، وبحث في مدى ملاءمتها في إطار نظرية المسؤولية الاجتماعية (جلال وآخرون، 2020). كما أن هناك اهتماماً بحثياً ومهنيّاً ملحوظاً بـ "أخلاقيات الإعلام الجديد" لدى الصفوة الإعلامية، مما يعكس إدراكاً للفجوة بين الممارسات الرقمية الحالية وبين المبادئ الأخلاقية والمهنية التقليدية (الصبيحي، 2021). هذا الاهتمام العام بضبط الإعلام الجديد يؤكد الحاجة لدراسة متخصصة تركز على وسيط البودكاست نظراً لخصوصيته وتأثيره المتنامي.

تتضح أهمية معالجة هذه المشكلة عند النظر إلى حجم انتشار البودكاست في المجتمع السعودي، خاصة بين فئة الشباب. ففي دراسة ميدانية حديثة شملت عينة من (400) شاب سعودي، تبين أن غالبية المستخدمين يتابعون البودكاست بشكل "دائم" أو "غالباً"، وأن دوافعهم الرئيسية تتركز في "التسلية والترفيه" و"اكتساب المعرفة والمعلومات"، وتأتي منصات مثل "Apple Podcasts" و"يوتيوب" في مقدمة الوسائل المستخدمة (آل مرعي، 2024). وفي دراسة أخرى مماثلة على (400) شاب سعودي أيضاً، أظهرت النتائج أن الموضوعات "الاجتماعية والثقافية" تأتي ضمن أبرز المضامين التي يتم الاستماع إليها، وأن للبودكاست دوراً في بناء الوعي الثقافي لديهم (بن سويدان، 2024). هذا الحضور القوي للبودكاست كمصدر للمعلومات ومساحة للنقاش الثقافي والاجتماعي، يجعله ساحة خصبة للتأثير، وفي الوقت ذاته، يفاقم من مخاطر غياب أطر تشريعية واضحة تضبط محتواه.

3. أهمية البحث

• الأهمية العلمية (النظرية):

تتبع الأهمية العلمية لهذه الدراسة من كونها تتصدى لمجال بحثي حديث نسبياً، يجمع بين ظاهرة إعلامية متسارعة النمو (البودكاست) ومجال التشريعات الإعلامية الرقمية. ففي حين تناولت أدبيات سابقة موضوع "الإعلام الجديد" وتأثيراته بشكل عام (صادق، 2008؛ Castells, 2007)، أو رصدت اتجاهات النخب نحو "تشريعات الإعلام الجديد" بصيغتها الواسعة (جلال وآخرون، 2020)، أو تناولت "الأخلاقيات" المهنية في البيئة الرقمية (الصبيح، 2021؛ ثابت، 2022)، إلا أنه يوجد ندرة واضحة في الدراسات المتخصصة التي تركز حصراً على "التشريعات المنظمة لمحتوى البودكاست" بخصوصيته كوسيط صوتي. تسعى هذه الدراسة لسد هذه الفجوة المعرفية من خلال تقديم تحليل عميق لاتجاهات النخب السعودية، التي يُعتبر رأيها مؤثراً في صياغة السياسات العامة (اللبان وآخرون، 2018)، كما تساهم في إثراء النقاش الأكاديمي حول تطبيق نظريات الإعلام، كنظرية المسؤولية الاجتماعية، في سياق تنظيمي معاصر يتسم باللامركزية وصعوبة الضبط، وهو ما يمثل وسيط البودكاست (محمد، 2015).

• الأهمية العملية (التطبيقية):

تتمثل الأهمية العملية في إمكانية أن تقدم هذه الدراسة رؤى قيمة لصانعي السياسات والهيئات التشريعية والتنظيمية في المملكة العربية السعودية، مثل وزارة الإعلام والهيئة العامة للإعلام المرئي والمسموع، وذلك عبر تزويدهم ببيانات محدثة ومحللة حول اتجاهات الفاعلين الرئيسيين (النخب) نحو آليات التنظيم. يمكن لنتائج البحث أن تساهم في توجيه النقاش العام والمهني نحو صياغة تشريعات إعلامية متوازنة، تضمن حماية القيم المجتمعية والمصالح الوطنية من جهة، وتحافظ على الحريات ومساحة الإبداع التي يتميز بها البودكاست من جهة أخرى، وهو توازن تطالب به أخلاقيات المهنة (الزهراني، 2022). كما يستفيد من هذه الدراسة ممارسو الإعلام ومنتجو البودكاست أنفسهم، من خلال فهمهم للتوجهات التنظيمية المستقبلية، وكذلك الأكاديميون والمهتمون بالشأن القانوني والإعلامي في المملكة، عبر توفير أساس علمي لتقييم وتطوير البيئة التشريعية للإعلام الصوتي الرقمي.

4. هدف البحث

يهدف البحث بشكل رئيسي إلى الكشف عما إذا كان للخصائص التعريفية للنخب (بأبعادها: نوع النخبة، الخصائص المهنية، الخصائص السلوكية) تأثير على اتجاهاتهم نحو التشريعات الإعلامية المنظمة لمحتوى البودكاست في المملكة العربية السعودية.

وبتفرع من هذا الهدف الرئيسي الأهداف الفرعية التالية:

- الكشف عما إذا كان للخصائص التعريفية للنخب (بأبعادها: نوع النخبة، الخصائص المهنية، الخصائص السلوكية) تأثير على الاتجاه نحو الحاجة إلى تنظيم محتوى البودكاست.
- الكشف عما إذا كان للخصائص التعريفية للنخب (بأبعادها: نوع النخبة، الخصائص المهنية، الخصائص السلوكية) تأثير على الاتجاه نحو كفاية التشريعات الحالية لتنظيم محتوى البودكاست.
- الكشف عما إذا كان للخصائص التعريفية للنخب (بأبعادها: نوع النخبة، الخصائص المهنية، الخصائص السلوكية) تأثير على الاتجاه نحو الآلية المفضلة لتنظيم محتوى البودكاست (تنظيم ذاتي مقابل تنظيم حكومي).
- الكشف عما إذا كان للخصائص التعريفية للنخب (بأبعادها: نوع النخبة، الخصائص المهنية، الخصائص السلوكية) تأثير على الاتجاه نحو أولويات المحتوى المراد تنظيمه في البودكاست.

5. تساؤلات البحث

بناءً على أهداف الدراسة ومتغيراتها (المستقلة والتابعة) وأبعاد كل منها، تسعى الدراسة الحالية إلى الإجابة على التساؤل الرئيسي التالي:

• التساؤل الرئيسي: هل يوجد تأثير للخصائص التعريفية للنخب (بأبعادها: نوع النخبة، الخصائص المهنية، الخصائص السلوكية) على الاتجاهات نحو التشريعات الإعلامية المنظمة لمحتوى البودكاست في المملكة العربية السعودية؟
ويتفرع من هذا التساؤل الرئيسي التساؤلات الفرعية التالية:

- التساؤل الفرعي الأول: هل يوجد تأثير للخصائص التعريفية للنخب (بأبعادها: نوع النخبة، الخصائص المهنية، الخصائص السلوكية) على البعد الأول من المتغير التابع: الاتجاه نحو الحاجة إلى تنظيم محتوى البودكاست؟
- التساؤل الفرعي الثاني: هل يوجد تأثير للخصائص التعريفية للنخب (بأبعادها: نوع النخبة، الخصائص المهنية، الخصائص السلوكية) على البعد الثاني من المتغير التابع: الاتجاه نحو كفاية التشريعات الحالية لتنظيم محتوى البودكاست؟
- التساؤل الفرعي الثالث: هل يوجد تأثير للخصائص التعريفية للنخب (بأبعادها: نوع النخبة، الخصائص المهنية، الخصائص السلوكية) على البعد الثالث من المتغير التابع: الاتجاه نحو الآلية المفضلة لتنظيم محتوى البودكاست؟
- التساؤل الفرعي الرابع: هل يوجد تأثير للخصائص التعريفية للنخب (بأبعادها: نوع النخبة، الخصائص المهنية، الخصائص السلوكية) على البعد الرابع من المتغير التابع: الاتجاه نحو أولويات المحتوى المراد تنظيمه في البودكاست؟

6. الفرضيات

بناءً على التساؤل الرئيسي والتساؤلات الفرعية للدراسة، وفي ضوء المتغيرات المستقلة والتابعة وأبعادها، تنطلق الدراسة من الفرضية الرئيسية التالية في صيغتها الصفرية:

- الفرضية الرئيسية (H_0): لا يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$) للخصائص التعريفية للنخب (بأبعادها: نوع النخبة، الخصائص المهنية، الخصائص السلوكية) على الاتجاهات نحو التشريعات الإعلامية المنظمة لمحتوى البودكاست في المملكة العربية السعودية.

ويتفرع من هذه الفرضية الرئيسية، الفرضيات الفرعية التالية (المرتبطة بأبعاد المتغير التابع) في صيغتها الصفرية:

1. الفرضية الفرعية الأولى ($H_{0.1}$): لا يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$) للخصائص التعريفية للنخب (بأبعادها: نوع النخبة، الخصائص المهنية، الخصائص السلوكية) على الاتجاه نحو الحاجة إلى تنظيم محتوى البودكاست.
2. الفرضية الفرعية الثانية ($H_{0.2}$): لا يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$) للخصائص التعريفية للنخب (بأبعادها: نوع النخبة، الخصائص المهنية، الخصائص السلوكية) على الاتجاه نحو كفاية التشريعات الحالية لتنظيم محتوى البودكاست.
3. الفرضية الفرعية الثالثة ($H_{0.3}$): لا يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$) للخصائص التعريفية للنخب (بأبعادها: نوع النخبة، الخصائص المهنية، الخصائص السلوكية) على الاتجاه نحو الآلية المفضلة لتنظيم محتوى البودكاست.
4. الفرضية الفرعية الرابعة ($H_{0.4}$): لا يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$) للخصائص التعريفية للنخب (بأبعادها: نوع النخبة، الخصائص المهنية، الخصائص السلوكية) على الاتجاه نحو أولويات المحتوى المراد تنظيمه في البودكاست.

7. هيكل الدراسة

تتكون الدراسة من مقدمة وخمسة فصول وخاتمة، وذلك على النحو التالي:

- الفصل الأول: الإطار العام للدراسة:

ويتناول هذا الفصل مقدمة الدراسة، ومشكلاتها وأبعادها، وأهميتها العلمية والعملية، والأهداف التي تسعى لتحقيقها، بالإضافة إلى صياغة تساؤلات الدراسة وفرضياتها، وتحديد متغيراتها وأبعادها.

• الفصل الثاني: الإطار النظري والدراسات السابقة:

وينقسم إلى مبحثين، يتناول المبحث الأول المفاهيم الأساسية للدراسة (البودكاست، التشريعات الإعلامية، النخب)، والخصائص الفنية والقانونية للبودكاست في السياق السعودي، والنظريات الإعلامية المفسرة (كنظرية المسؤولية الاجتماعية). ويتناول المبحث الثاني عرضاً تحليلياً للدراسات السابقة ذات الصلة بمتغيرات الدراسة والتعقيب عليها.

• الفصل الثالث: الإجراءات المنهجية للدراسة:

ويعرض هذا الفصل نوع الدراسة ومنهجها المعتمد (المنهج الوصفي التحليلي)، ومجتمع الدراسة وعينتها (النخب السعودية)، وأداة الدراسة (الاستبيان) وخطوات تصميمها وتقنياتها، والأساليب الإحصائية المستخدمة في تحليل البيانات.

• الفصل الرابع: تحليل النتائج الميدانية ومناقشتها:

ويخصص هذا الفصل لعرض وتحليل وتفسير البيانات التي تم جمعها من عينة الدراسة، ووصف اتجاهات النخب نحو أبعاد التشريعات الإعلامية المنظمة للبودكاست، واختبار فرضيات الدراسة للتحقق من تأثير المتغيرات المستقلة على المتغير التابع.

• الفصل الخامس: ملخص النتائج والتوصيات:

ويتضمن هذا الفصل خلاصة لأهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة، ومناقشة عامة لهذه النتائج في ضوء الإطار النظري والدراسات السابقة، ويختتم بتقديم مجموعة من التوصيات والمقترحات الموجهة لصناع القرار والهيئات التنظيمية في المملكة.

• الخاتمة وقائمة المراجع والملاحق.

8. مفاهيم ومصطلحات الدراسة

يتضمن هذا الجزء التعريف بالمصطلحات الرئيسية للدراسة (البودكاست، التشريعات الإعلامية، النخب) من الناحية النظرية والإجرائية، استناداً إلى الأدبيات المتاحة في الملفات المرفقة:

1. البودكاست (Podcast):

• التعريف الأول: عرّف الحمود (د.ت.) البودكاست بأنه "ملف وسائط رقمي أو سلسلة من الملفات يتم مشاركتها على الإنترنت. ويمكن لهذه الملفات أن تكون صوتاً أو فيديو... وهذه الملفات عادة تكون ضمن سلسلة من الحلقات، حيث يمكن للمستمعين الحصول على الحلقات الجديدة بشكل تلقائي عند اشتراكهم في قناة الناشر على أحد برامج التقاط البودكاست".

• التعريف الثاني: وتعرفه هاشم وعبد الرحمن (2023) بأنه "وسيلة من وسائل الإعلام الرقمي المستخدم على مستوى العالم، وهو عبارة عن ملفات صوتية رقمية يمكن للمستخدم تحميلها على جهازه أو الاستماع إليها في التطبيقات التي لديها خاصية البث".

• التعريف الإجرائي للبودكاست: يُقصد به في هذه الدراسة "خدمة بث صوتي رقمي عبر الإنترنت، تُقدم على هيئة حلقات مسجلة يمكن للمستخدم الاستماع إليها أو تحميلها في أي وقت، والتي أصبحت تشكل وسيطاً إعلامياً مؤثراً في المملكة العربية السعودية". وتتنظر الدراسة إلى البودكاست باعتباره "المحتوى" وموضوعاً "للتنظيم"، وتركز على الآراء (الاتجاهات) نحو الإطار القانوني الذي يجب أن يحكم هذا المحتوى.

2. التشريعات الإعلامية (Media Legislation):

• التعريف الأول: عرّف ثابت (2022) التشريعات الإعلامية ضمناً بأنها "مجموعة القوانين التنظيمية" التي تطرح وتُعالج "مبادئ وأخلاقيات المهنة الصحفية"، والتي يتأثر ميلادها وتطورها بالعامل السياسي والاجتماعي السائد في الدولة.

- التعريف الثاني: ويعرفها سليمان والجمال (2017) بأنها "الإطار القانوني والتشريعي المنظم لوسائل الإعلام"، والذي يشمل مختلف الوثائق والقوانين والدساتير (مثل المواد 211 و212 و213 من الدستور المصري) التي تضمن "حرية الصحافة والإعلام واستقلالها وحيادها وتعدديتها وتنوعها" وتضع "الضوابط والمعايير اللازمة لضمان الالتزام".
- التعريف الإجرائي للتشريعات الإعلامية: يُقصد بها في هذه الدراسة "مجموعة القوانين واللوائح والأنظمة الرسمية الصادرة عن الجهات المختصة في المملكة العربية السعودية، كوزارة الإعلام والهيئة العامة للإعلام المرئي والمسموع (مثل نظام الإعلام المرئي والمسموع ولائحته التنفيذية، ولائحة النشر الإلكتروني)، والتي تهدف إلى تنظيم وضبط المحتوى الإعلامي الصوتي الرقمي (البودكاست) وتحديد المسؤوليات القانونية والأخلاقية المترتبة على إنتاجه ونشره وتداوله".

3. النخب (Elites):

- التعريف الأول: عرّف طبي (2014) النخبة بأنها "جماعات متميزة في المجتمع سواء وظيفياً أو فكرياً أو تعليمياً وهو ما يؤهلها لأن تتخذ دوراً قيادياً أو أدواراً ذات مسؤولية في المجتمع، وهي من أكثر شرائح المجتمع تأثيراً في الحياة العامة وأكثرها قدرة على اتخاذ القرارات".
- التعريف الثاني: ويعرف اللبان وآخرون (2018) النخبة (نقلاً عن محرز حسن غالي، 2007) بأنهم "الأفراد الذين يشغلون مراكز بارزة في المجتمع ويتسمون بخصائص اجتماعية معينة، ولهم تأثيرهم في عملية صنع القرار في مجتمعاتهم".
- التعريف الإجرائي للنخب: تُحدد هذه الدراسة النخب إجرائياً بأنهم "مجموعة الأفراد ذوي التأثير والخبرة والاختصاص في المجال الإعلامي والقانوني والأكاديمي داخل المملكة العربية السعودية". وتنقسم عينة النخب في هذه الدراسة إلى ثلاث فئات رئيسية:

 1. النخبة الإعلامية المهنية: وتشمل منتجي ومقدمي البودكاست السعوديين البارزين، ورؤساء تحرير الصحف الرقمية، والصحفيين المتخصصين في الإعلام الجديد.
 2. النخبة الأكاديمية: وتشمل أساتذة الجامعات السعوديين المتخصصين في أقسام الإعلام (خاصة الإعلام الرقمي) وأقسام القانون (خاصة القانون الإعلامي).
 3. النخبة القانونية: وتشمل المشرعين وأعضاء الهيئات التنظيمية (مثل هيئة الإعلام المرئي والمسموع) والمحامين المتخصصين في قضايا النشر والإعلام.

9. الدراسات السابقة

يشكل موضوع التشريعات الإعلامية في العصر الرقمي، وتحديدًا في سياق الوسائط الجديدة كالبودكاست، حقلاً بحثياً حديثاً ومتقاطعاً. يستدعي هذا الموضوع الإلمام بثلاثة جوانب رئيسية: طبيعة الوسيط (البودكاست)، والإطار القانوني والأخلاقي (التشريعات)، ورؤية الفاعلين الرئيسيين (النخب). في هذا الجزء، يتم استعراض الأدبيات السابقة التي تناولت هذه المتغيرات، من خلال تصنيفها إلى دراسات ركزت على المتغير التابع (التشريعات الإعلامية والاتجاهات نحوها)، ودراسات ركزت على المتغير المستقل (النخب والبودكاست)، ودراسات حاولت الربط بين هذه المتغيرات، وذلك بهدف تحديد الفجوة المعرفية التي تسعى الدراسة الحالية لمعالجتها.

9.1 دراسات خاصة بالمتغير التابع (التشريعات الإعلامية واتجاهات النخب نحوها):

شباح ولمياء، وسي بشير ومروة، وسلمي ومولود (2024) بعنوان: اتجاهات الصحفيين الجزائريين نحو القانون العضوي للإعلام 14-23 "دراسة ميدانية على عينة من الصحفيين الجزائريين":

هدفت هذه الدراسة إلى استكشاف وفهم اتجاهات الصحفيين الجزائريين نحو القانون العضوي للإعلام رقم 14-23، وتقييم تأثيره على حرية الصحافة وعلى ممارستهم اليومية للمهنة. اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي، واستخدمت أداة الاستبيان التي وُزعت على عينة قصدية مكونة من (120) صحفياً جزائرياً ينشطون في مختلف المؤسسات الإعلامية

(العمومية والخاصة) وعبر مختلف المنصات (المكتوبة، السمعية البصرية، الإلكترونية)، وتم اختيارهم بطريقة قصدية لضمان تمثيل مختلف وجهات النظر. تم استخدام الأساليب الإحصائية الوصفية (النسب المئوية، المتوسطات الحسابية) والاستدلالية (T-Test, ANOVA) لتحليل البيانات. توصلت الدراسة إلى نتائج أبرزها وجود تباين في آراء الصحفيين؛ حيث رأت الغالبية (72%) أن القانون "يوفر التوجيهات الضرورية للتقارير المسؤولة"، بينما شعرت نسبة قليلة (8%) بأنه "يقيد حريتهم". كما أظهرت النتائج أن (80%) من العينة لديهم معرفة "متوسطة" بالقانون. وأوصت الدراسة بضرورة تعزيز الفهم العميق للقانون لدى الصحفيين، وفتح قنوات حوار لمعالجة المخاوف المتعلقة بتقييد الحرية، ومراجعة بعض المواد لضمان التوازن بين المسؤولية والحرية.

ثابت (2022) بعنوان: أخلاقيات الصحافة والعمل الإعلامي في الجزائر دراسة تحليلية للتشريعات الإعلامية:

هدفت هذه الدراسة إلى دراسة طريقة طرح ومعالجة قوانين الإعلام في الجزائر لمبادئ وأخلاقيات مهنة الصحافة، وتحديد مدى تأثير هذه القوانين بالعوامل السياسية والاجتماعية. اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي، باستخدام أداة تحليل الوثائق القانونية. تمثلت عينة الدراسة في مجموعة القوانين والموثائق الإعلامية الرئيسية في الجزائر (قانون الإعلام 1982، قانون 1990، قانون 2012، قانون السمع البصري 2014، وميثاق أخلاقيات المهنة 2007)، وتم تحليل هذه الوثائق في سياقها التاريخي والسياسي. توصلت الدراسة إلى عدة نتائج أهمها أن التشريعات الإعلامية الجزائرية ركزت بشكل كبير على "المسؤولية" والعقوبات أكثر من تركيزها على "الحرية" وضمانات ممارستها. كما أظهرت النتائج غياب آليات واضحة ومستقلة لتطبيق مبادئ الأخلاقيات، وخضوع هذه المبادئ بشكل كبير للعامل السياسي والظروف المحيطة بدلاً من أن تكون نابعة من إرادة مهنية مستقلة. وأوصت الدراسة بضرورة إرساء منظومة قانونية وأخلاقية متكاملة تنبع من المهنيين أنفسهم (التنظيم الذاتي)، وتفعيل دور سلطات الضبط المستقلة لضمان ممارسة إعلامية حرة ومسؤولة في نفس الوقت.

الزهراني (2022) بعنوان: اتجاهات الصحفيين السعوديين نحو تسويق الرسالة الإعلامية في الإعلام الرقمي وفق المعايير المهنية والأخلاقية:

هدفت هذه الدراسة إلى معرفة اتجاهات الصحفيين السعوديين نحو ممارسة "تسويق الرسالة الإعلامية" في البيئة الرقمية، ومدى استفادتهم من أدوات الإعلام الرقمي في هذا التسويق، ورصد مدى التزامهم بالمعايير المهنية والأخلاقية أثناء هذه الممارسة. اعتمدت الدراسة على المنهج النوعي (Qualitative Method). تمثلت عينة الدراسة في (15) صحفياً وصحفية من ذوي الخبرة في الإعلام الرقمي بالمملكة العربية السعودية، وتم اختيارهم بطريقة قصدية (عينة عمدية). الأداة البحثية الرئيسية المستخدمة هي "المقابلة المتعمقة". توصلت الدراسة إلى نتائج أهمها وجود اتجاهات إيجابية لدى الصحفيين السعوديين نحو أهمية تسويق الرسالة الإعلامية لضمان وصولها وانتشارها. وأكدت النتائج وجود مجموعة من المعايير والقيم الأخلاقية التي يتبنها الصحفيون في هذه العملية، تمثلت أولوياتها في: الموثوقية، المصداقية، النزاهة، الحياد، والدقة. كما كشفت النتائج عن تحديات تؤثر على تطبيق هذه المعايير، أبرزها: السبق الصحفي، والمنافسة الشديدة، والرغبة في الانتشار السريع. وأوصت الدراسة بضرورة تدريس تخصص "تسويق الإعلام" في الجامعات السعودية، وتعزيز استخدام المنهج النوعي في دراسات الإعلام الرقمي، وإجراء المزيد من البحوث حول الضوابط الأخلاقية والمهنية لظاهرة التسويق الصحفي.

الصبيحي (2022) بعنوان: اتجاهات النخب الإعلامية والتربوية نحو إقرار مادة التربية الإعلامية في التعليم ما قبل الجامعي دراسة ميدانية على عينة من الأكاديميين والقياديين والمهنيين السعوديين:

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على آراء الخبراء من النخب الإعلامية والتربوية في المملكة العربية السعودية حول مدى الحاجة إلى إقرار مادة "التربية الإعلامية" ضمن المناهج الدراسية في التعليم العام. اعتمدت الدراسة على المنهج الكمي، وتحديدًا منهج المسح الميداني. طبقت الدراسة على عينة بلغ عددها (176) مفردة من النخب الإعلامية والتربوية، شملت أكاديميين وقياديين ومهنيين في المملكة العربية السعودية (لم يحدد الملخص طريقة اختيار العينة). الأداة الرئيسية المستخدمة لجمع البيانات هي "الاستبانة". (لم يذكر الملخص الأساليب الإحصائية المستخدمة باستثناء النسب المئوية). توصلت الدراسة إلى نتائج أهمها أن غالبية أفراد العينة بنسبة (96.6%) أكدوا على "ضرورة" إقرار مادة التربية الإعلامية في مناهج التعليم العام السعودي، وأرجعوا ذلك إلى أهميتها في تنمية المهارات النقدية لدى الطلاب للتعامل مع الرسائل الإعلامية، وحمايتهم من المحتوى الضار، وتعزيز المواطنة الرقمية. وأوصت الدراسة بضرورة الإسراع في إقرار هذه المادة، وتطوير مناهج متخصصة لها، وتدريب المعلمين على تدريسها.

الصباحي (2021) بعنوان: اتجاهات الصفوة الإعلامية نحو أخلاقيات الإعلام الجديد: دراسة ميدانية:

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على فهم الصفوة (النخبة) الإعلامية لمفاهيم أخلاقيات الإعلام الجديد واتجاهاتهم نحوها من خلال ممارستهم للعمل الإعلامي التطبيقي، كما هدفت إلى تحديد معوقات تطبيق هذه الأخلاقيات في المؤسسات الإعلامية. اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي (منهج المسح). تم تطبيق الدراسة على عينة مكونة من (292) مفردة من الصفوة الإعلامية (ذكوراً وإناثاً). تم تطبيق الدراسة في المملكة العربية السعودية (يُستدل على ذلك من المراجع المذكورة في الملف مثل "الهيئة العامة للإعلام المرئي والمسموع 1440هـ" و"وزارة الإعلام 2020"). الأداة المستخدمة لجمع المعلومات هي "الاستبانة". (لم يذكر الملخص الأساليب الإحصائية). توصلت الدراسة إلى عدد من النتائج أهمها أن معظم الصفوة الإعلامية يدعمون تطبيق أخلاقيات الإعلام الجديد. وأوصت الدراسة بضرورة تفعيل موائيق الشرف الإعلامية في المؤسسات، وتدريب الإعلاميين على هذه الأخلاقيات.

9.2 دراسات خاصة بالمتغير المستقل (البودكاست والنخب):

القرشي والعرضاي (2025) بعنوان: الأطر الثقافية الاجتماعية المضمنة في البودكاست السعودي: بودكاست "فنان" أنموذجاً:

هدفت الدراسة إلى التعرف على المضامين والأطر الثقافية الاجتماعية التي تقدمها برامج البودكاست السعودي، وذلك من خلال اتخاذ بودكاست "فنان" كدراسة حالة. اعتمدت الدراسة على المنهج النوعي (Qualitative approach). تمثلت عينة الدراسة في (22) حلقة من بودكاست "فنان" تناولت قضايا ثقافية اجتماعية، وتم اختيارها من الفترة ما بين 2018 و2024 (لم يحدد الملخص طريقة اختيار العينة). الأداة البحثية المستخدمة هي "تحليل المضمون" (النوعي)، وتم توظيف نظرية الأطر الإعلامية للتعرف على السمات والموضوعات والأطر الرئيسية. أظهرت نتائج الدراسة أن الموضوعات الثقافية والاجتماعية التي تناولها البودكاست تندرج تحت أربعة أطر رئيسية: (1) الثقافة (وتشمل العادات، الفنون، التراث، اللغة، الدين)، (2) العولمة (وتشمل الحداثة، الفردية)، (3) العلاقات (الحميمية والعامة)، (4) قضايا معاصرة (مثل الصحة النفسية، الذكاء الاصطناعي، الاهتمامات المهنية). وأوصت الدراسة بأن تجمع الأبحاث المستقبلية بين المنهجيات النوعية والكمية، وتطبيق نظرية الأطر الإعلامية على قضايا أخرى (كالسياسية والاقتصادية) في سياق البودكاست السعودي.

بن سويدان (2024) بعنوان: فاعلية البودكاست الإذاعي في بناء الوعي الثقافي لدى الشباب السعودي:

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على فاعلية البودكاست الإذاعي في بناء الوعي الثقافي لدى الشباب السعودي، وقياس مستوى هذا الوعي، والكشف عن العوامل المؤثرة في ذلك. اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي، واستخدمت منهج المسح. تم تطبيق الدراسة على عينة عشوائية قوامها (400) شاب سعودي من مستخدمي البودكاست، في المملكة العربية السعودية. الأداة الرئيسية لجمع البيانات كانت "الاستبانة". تضمنت الأساليب الإحصائية المستخدمة: المتوسطات الحسابية، الانحرافات المعيارية، اختبار (ت)، تحليل التباين الأحادي (ANOVA)، ومعامل ارتباط بيرسون. توصلت الدراسة إلى نتائج أهمها وجود مستوى وعي ثقافي "متوسط" لدى الشباب السعودي نتيجة تعرضهم للبودكاست، ووجود علاقة ارتباطية إيجابية دالة إحصائياً بين كثافة التعرض للبودكاست والوعي الثقافي. كما بينت النتائج أن أبرز دوافع الاستخدام هي "البحث عن معلومات ثقافية ومعرفية"، وأن أبرز الموضوعات التي يستمعون إليها هي "الموضوعات الاجتماعية والثقافية". وأوصت الدراسة بضرورة اهتمام صانعي المحتوى بتقديم محتوى ثقافي هادف، وتشجيع المؤسسات الثقافية والإعلامية على الاستثمار في إنتاج برامج بودكاست لتعزيز الوعي الثقافي.

آل مرعي (2024) بعنوان: دور تكنولوجيا المحتوى الصوتي في تشكيل سلوكيات الشباب السعودي: دراسة حول استخدام التدوينات الرقمية الصوتية (بودكاست) نموذجاً:

هدفت هذه الدراسة إلى تحديد استخدامات الشباب السعودي لتكنولوجيا المحتوى الصوتي (البودكاست)، ورصد معدلات وكيفية استخدامهم، ودوافعهم، والمواقع المفضلة، والإشباع المتحققة، وتحديد طبيعة العلاقة بين استخدام البودكاست وسلوكيات الشباب السعودي (الاجتماعية، الثقافية، السياسية، الاقتصادية). اعتمدت الدراسة على منهج المسح الإعلامي بشقيه الوصفي والتحليلي. تم تطبيق الدراسة على عينة عمدية قوامها (400) مفردة من الشباب السعودي المستخدم للبودكاست، في المملكة العربية السعودية. الأداة المستخدمة لجمع البيانات هي "الاستبانة". تم استخدام الأساليب الإحصائية الوصفية (التكرارات

والنسب المئوية) وأساليب تحليل الارتباط والانحدار. توصلت الدراسة إلى أن معظم الشباب يستخدمون البودكاست بشكل "دائم" أو "غالبًا"، وأن أبرز دوافع الاستخدام هي "التسلية والترفيه" و"اكتساب المعرفة والمعلومات". جاءت منصة "Apple Podcasts" في مقدمة المنصات المفضلة. وأظهرت النتائج وجود علاقة ارتباطية موجبة ودالة إحصائياً بين كثافة استخدام البودكاست والسلوكيات الاجتماعية والثقافية للشباب. وأوصت الدراسة بتوظيف البودكاست في المجالات التعليمية والثقافية، وتشجيع الشباب على إنتاج محتوى هادف، وإجراء دراسات تحليلية لمحتوى البودكاست السعودي.

كلفاح (2023) بعنوان: واقع صناعة المحتوى الإعلامي العربي الرقمي عبر المدونات الصوتية دراسة تحليلية لبودكاست البعد الآخر من العربية بودكاست:

هدفت هذه الدراسة إلى تسليط الضوء على صناعة المضامين الإعلامية العربية في البيئة الرقمية عبر البودكاست، ورصد سمات المضامين الرقمية التي تقدمها قناة العربية (كمؤسسة إعلامية كبرى) وتحديدًا من خلال برنامج "البعد الآخر". اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي. تمثلت عينة الدراسة في مجموعة من حلقات برنامج "البعد الآخر" المتاحة على منصة "العربية بودكاست". الأداة البحثية المستخدمة هي "أداة تحليل المضمون". (الملخص المتوفر في الملف المرفق لا يتضمن عرضاً للنتائج التفصيلية، حيث انتهى الملخص بعبارة "وقد وصلت الدراسة إلى نتائج..."). (الملخص المتوفر في الملف المرفق لا يتضمن توصيات محددة).

موسى ونعمان (2023) بعنوان: البودكاست أنواعه وقوالبه الفنية ومنصات الاستماع "دراسة وصفية":

هدفت هذه الدراسة الوصفية إلى التوصل للكشف عن معرفة البودكاست (ماهيته)، ومراحل إنتاجه، وأنواعه وقوالبه الفنية، وأهم منصات استضافته والاستماع إليه. اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي (دراسة مكتبية قائمة على مراجعة الأدبيات والمصادر المتاحة حول تقنية البودكاست). لم تكن هناك عينة ميدانية، بل تم الاعتماد على المصادر الثانوية. (لا توجد أساليب إحصائية كونها دراسة وصفية مكتبية). خلصت الدراسة إلى أن البودكاست هو وسيلة رائعة للتعليم والترفيه والتواصل، ويتميز بسهولة الوصول إليه وتنوع محتواه. واستعرضت الدراسة الأنواع المختلفة للبودكاست (مثل الحوار، السرد القصصي، التعليمي) والقوالب الفنية، وأبرزت أهم منصات الإنشاء والاستماع (مثل Spotify, Apple Podcasts, Google Podcasts, Anchor, Podbean). وأوصت الدراسة بتبني هذه التقنية في مختلف المجالات نظرًا لمميزاتها المتعددة وسهولة استخدامها وإنتاجها مقارنة بوسائل إعلامية أخرى.

9.3 دراسات خاصة بالربط بين المتغيرات (نخب /بودكاست /إعلام جديد + تشريعات /أخلاقيات):

دراسة Johnson & McCall (2025) بعنوان: Trust in Pod: Listener Trust of News Content Heard on Different Genre Podcasts

هدفت هذه الدراسة إلى قياس "ثقة المستمع" (وهو جانب مرتبط بالأخلاقيات والمصادقية) في "المحتوى الإخباري" الذي يتم بثه عبر أنواع مختلفة من البودكاست، وتحديدًا المقارنة بين البودكاست المتخصصة في الأخبار والبودكاست ذي الأنواع الأخرى (مثل الكوميدي، التاريخي، الجريمة الحقيقية) الذي يتضمن أخبارًا في محتواه. (لم يحدد الملخص المنهجية أو العينة أو الأساليب الإحصائية بالتفصيل، لكنها دراسة كمية تقيس الثقة). (المكان: غير محدد في الملخص، لكن الباحثين من جامعات أمريكية). أشارت النتائج إلى أن معظم المستمعين "يقفون" بالمحتوى المسموع في "البودكاست الإخباري". كما أظهرت النتائج أن بعض المستمعين يقفون أيضًا بالأخبار التي يسمعونها في بودكاست "غير إخباري"، وهو ما قد يرتبط باهتمامهم بمصادر بديلة للأخبار وبأساليب السرد القصصي المستخدمة في تلك البرامج. (لم يتضمن الملخص توصيات واضحة).

السريتي وديهوم (2022) بعنوان: استخدام النخبة الإعلامية لتطبيقات البودكاست والإشباع المتحققة منها (دراسة ميدانية):

هدفت هذه الدراسة إلى الكشف عن مدى استخدام "النخبة الإعلامية" (متغير مستقل) لتطبيقات "البودكاست" (السياق الوسيط)، ورصد الإشباع التي تتحقق لهم من هذا الاستخدام. اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي (منهج المسح). تم تطبيق الدراسة على عينة من "النخبة الإعلامية" (لم يحدد الملخص العدد أو طريقة الاختيار). تمت الدراسة في سياق جامعة مصراته بـ (ليبيا). الأداة البحثية المستخدمة هي (الاستبيان) لجمع البيانات حول الاستخدامات والإشباع. (لم يذكر الملخص الأساليب الإحصائية). (الملخص المتوفر في الملف المرفق ركز على مشكلة الدراسة وأهدافها ولم يعرض النتائج التفصيلية).

أوصت الدراسة بضرورة مواكبة النخبة الإعلامية للتطور التكنولوجي، والاستفادة من تطبيقات البودكاست كمنصة لتقديم محتوى إعلامي هادف ومفيد (وهي توصية تحمل بعداً أخلاقياً ومهنياً).

جلال والغزاوي والحازمي (2020) بعنوان: اتجاهات النخبة الإعلامية السعودية نحو تشريعات الإعلام الجديد في إطار نظرية المسؤولية الاجتماعية "دراسة ميدانية":

هدفت هذه الدراسة (وفقاً للبيانات الوصفية المستخرجة من الملف) إلى رصد اتجاهات "النخبة الإعلامية السعودية" (متغير مستقل/العينة) نحو "تشريعات الإعلام الجديد" (المتغير التابع) في المملكة العربية السعودية. اعتمدت الدراسة على "دراسة ميدانية" (منهج المسح). العينة المستهدفة هي "النخبة الإعلامية السعودية". مكان الدراسة هو المملكة العربية السعودية. (الأداة المستخدمة غالباً هي الاستبيان، وتمت في إطار نظرية المسؤولية الاجتماعية). (الملف المرفق pdf.008-024-000 و ldd_rqm_24.pdf و 0978-0000-0000-0000) هو عبارة عن صفحة بيانات وصفية (Metadata) من قاعدة بيانات "المنظومة"، ولا يحتوي على الملخص الفعلي للدراسة، وبالتالي لا يمكن استخلاص أهم النتائج أو التوصيات منه).

الداغر (2017) بعنوان: اتجاهات النخبة المصرية نحو أخلاقيات التغطية الإعلامية للأزمات الأمنية في مصر بعد ٣٠ يونيو 2013م «مواقع التواصل الاجتماعي نموذجاً»:

هدفت هذه الدراسة (وفقاً لصفحة الغلاف) إلى رصد اتجاهات "النخبة المصرية" (متغير مستقل/العينة) نحو "أخلاقيات التغطية الإعلامية" (متغير تابع) للأزمات الأمنية، وذلك في سياق "مواقع التواصل الاجتماعي" (الإعلام الجديد). اعتمدت الدراسة على "دراسة ميدانية" (منهج المسح). العينة المستهدفة هي "النخبة المصرية". مكان الدراسة هو مصر. (الأداة المستخدمة غالباً هي الاستبيان أو المقابلة لقياس الاتجاهات). (الملف المرفق اتجاهات-النخبة-المصرية-نحو-أخلاقيات-التغطية-الإعلامية-لأزمات-الأمنية-في-مصر-بعد-30-يونيو-2013م.pdf هو عبارة عن صفحة غلاف وفهرس أولي فقط، ولا يحتوي على ملخص للدراسة، وبالتالي لا يمكن استخلاص أهم النتائج أو التوصيات منه).

دراسة Carter & Lunt (2006) بعنوان: Podcasting and Copyright: The Impact of Regulation on New Communication Technologies

هدفت هذه الدراسة إلى بحث وفحص تأثير "التشريعات" وتحديد "تنظيمات حقوق النشر" (Regulation/Copyright) على تقنيات الاتصال الجديدة، مع التركيز بشكل خاص على وسيط "البودكاست" (Podcasting). اعتمدت الدراسة على المنهج التحليلي القانوني (Legal and Policy Analysis). تمثلت عينة الدراسة في تحليل التشريعات الأمريكية المتعلقة بحقوق النشر والبيث وأنظمة الترخيص المعمول بها. تمت الدراسة في سياق الولايات المتحدة الأمريكية. (الأسلوب البحثي هو التحليل القانوني المقارن والنقدي). توصلت الدراسة إلى نتائج أهمها أن أنظمة الترخيص القائمة (Licensing regimes) التي تديرها وكالات حقوق الأداء معقدة ومكلفة، وقد تكون مصممة لصالح الشركات الكبرى المالكة لحقوق التسجيل الصوتي أكثر من كونها حافزاً للتقدم في التعبير الإبداعي. وأثارت الدراسة جدلاً حول ما إذا كانت الخصائص الفريدة للبودكاست (كالجودة العالية للصوت الرقمي، والتفاعلية، وسهولة النسخ والتوزيع) تبرر معاملته بشكل قانوني مختلف عن البيث التقليدي (Streaming). وأوصت الدراسة (بشكل ضمني) بضرورة أن يتجنب الكونغرس والمحاكم معاملة البودكاست بشكل مختلف دون فحص دقيق لهذه الخصائص، لضمان عدم ابتعاد قانون حقوق النشر عن جذوره الدستورية (في السياق الأمريكي).

9.4 التعليق على الدراسات السابقة:

• أولاً: من حيث أهداف الدراسة:

توافقت العديد من الدراسات السابقة في هدفها العام المتمثل في رصد الاتجاهات أو تحليل المضمون في سياق الإعلام الجديد؛ حيث توافقت دراسات كل من شباح وآخرون (2024)، والزهراني (2022)، والصبيحي (2022)، والصبيحي (2021)، والسريتي وديهوم (2022)، وجلال وآخرون (2020)، والداغر (2017) في التركيز على رصد "اتجاهات النخب أو الصحفيين" نحو قضايا إعلامية (سواء تشريعات أو أخلاقيات أو استخدام وسائل). كما توافقت دراسات القرشي والعرضاي (2025)، وكلفاج (2023) في هدف "تحليل محتوى البودكاست". وتوافقت دراسات بن سويدان (2024) وآل مرعي (2024) في هدف "قياس تأثير البودكاست على الشباب". واختلفت الدراسات في تركيزها النوعي، فدراسة ثابت (2022) ودراسة Carter & Lunt (2006) اختلفتا بتركيزهما الحصري على "التحليل القانوني والتشريعي"

للوثنائق. واختلفت دراسة موسى ونعمان (2023) بكونها "دراسة وصفية مكتبية" لماهية البودكاست. بينما اختلفت دراسة Johnson & McCall (2025) بتركيزها على قياس "الثقة" في محتوى البودكاست الإخباري تحديداً.

• ثانياً: من حيث منهج الدراسة:

توافقت غالبية الدراسات السابقة في اعتمادها على "المنهج الوصفي" كإطار عام، وتحديدًا "منهج المسح الميداني" كما في دراسات شباح وآخرون (2024)، والصبيحي (2022)، والصبيحي (2021)، وبن سويدان (2024)، وآل مرعي (2024)، والسريتي وديهوم (2022)، وجلال وآخرون (2020)، والداغر (2017). كما توافقت دراسات القرشي والعرضاي (2025)، وكلفاح (2023) في استخدام "منهج تحليل المضمون" كأحد تطبيقات المنهج الوصفي. واختلفت الدراسات في أساليبها، حيث اختلفت دراسة الزهراني (2022) بتبنيها "المنهج النوعي" (Qualitative). واختلفت دراسة ثابت (2022) ودراسة Carter & Lunt (2006) باعتمادهما على "المنهج التحليلي للوثائق" (القانوني). بينما اختلفت دراسة موسى ونعمان (2023) بكونها "دراسة وصفية مكتبية" لا ميدانية. وكانت دراسة Johnson & McCall (2025) كمية (Quantitative) اعتمدت على المسح أيضاً.

• ثالثاً: من حيث أداة الدراسة:

توافقت مجموعة كبيرة من الدراسات السابقة في استخدام "الاستبانة" (الاستبيان) كأداة رئيسية لجمع البيانات الميدانية، وشمل ذلك دراسات شباح وآخرون (2024)، والصبيحي (2022)، والصبيحي (2021)، وبن سويدان (2024)، وآل مرعي (2024)، والسريتي وديهوم (2022)، وجلال وآخرون (2020)، والداغر (2017)، وكذلك دراسة Johnson & McCall (2025). وتوافقت دراسات القرشي والعرضاي (2025) وكلفاح (2023) في استخدام "استمارة تحليل المضمون". واختلفت الدراسات الأخرى بشكل واضح؛ حيث استخدمت دراسة الزهراني (2022) أداة "المقابلة المتعمقة". بينما اختلفت دراسة ثابت (2022) ودراسة Carter & Lunt (2006) باعتمادهما على "تحليل الوثائق القانونية" كأداة. واعتمدت دراسة موسى ونعمان (2023) على "مراجعة الأدبيات" كأداة أساسية.

• رابعاً: من حيث مكان الدراسة:

توافقت مجموعة كبيرة ومهمة من الدراسات السابقة في تطبيقها ضمن "المملكة العربية السعودية"، وهي دراسات الزهراني (2022)، والصبيحي (2022)، والصبيحي (2021)، والقرشي والعرضاي (2025)، وبن سويدان (2024)، وآل مرعي (2024)، وجلال وآخرون (2020)، مما يوفر ثراءً في فهم السياق المحلي للدراسة الحالية. واختلفت الدراسات الأخرى في مكان تطبيقها، حيث أجريت دراسات في "الجزائر" (شباح وآخرون 2024؛ ثابت 2022)، و"مصر" (الداغر 2017)، و"ليبيا" (السريتي وديهوم 2022)، و"الولايات المتحدة الأمريكية" (Carter & Lunt 2006; Johnson & McCall 2025). بينما كانت دراسات أخرى "عربية عامة" أو "مكتبية" ولم ترتبط بمكان محدد (كلفاح 2023؛ موسى ونعمان 2023).

• خامساً: من حيث عينة الدراسة:

توافقت أغلب الدراسات التي تقترب من متغيرات الدراسة الحالية في التركيز على عينة "النخب" أو "الصحفيين" (Elite/Journalists)، وشمل ذلك دراسات شباح وآخرون (2024)، والزهراني (2022)، والصبيحي (2022) (نخب إعلامية وتربوية)، والصبيحي (2021) (الصفوة الإعلامية)، والسريتي وديهوم (2022) (النخبة الإعلامية)، وجلال وآخرون (2020) (النخبة الإعلامية السعودية)، والداغر (2017) (النخبة المصرية). واختلفت دراسات أخرى اختلافاً كبيراً، حيث ركزت دراسات على عينة "الشباب" أو "الجمهور العام" (بن سويدان 2024؛ آل مرعي 2024؛ Johnson & McCall 2025). بينما كانت عينة دراسات أخرى هي "المحتوى الإعلامي" نفسه (القرشي والعرضاي 2025؛ كلفاح 2023). واعتمدت دراسات على "الوثائق والقوانين" كعينة للتحليل (ثابت 2022؛ Carter & Lunt 2006)، أو "الأدبيات" (موسى ونعمان 2023).

9.5 أوجه الاستفادة من الدراسات السابقة:

توفر الدراسات السابقة التي تم عرضها أساساً نظرياً ومنهجياً غنياً، وتساهم في بلورة الدراسة الحالية وتحديد موقعها ضمن

الإنتاج المعرفي، وذلك من خلال الأوجه التالية:

• **بناء الإطار النظري وتأسيس المفاهيم:**

تساعد الدراسات السابقة في تحديد الأبعاد النظرية للمتغيرات. فدراسات مثل (موسى ونعمان، 2023) و(الحمود، د.ت.) و(Minooka, 2024) و(Johnson & McCall, 2025) تساهم في تأطير مفهوم "البودكاست" وخصائصه كوسيط إعلامي فريد. كما أن دراسات (ثابت، 2022) و(Carter & Lunt, 2006) و(الزهراني، 2022) و(الصبحي، 2021) توفر أساساً نظرياً لمفهوم "التشريعات الإعلامية" و"الأخلاقيات المهنية" في البيئة الرقمية. وتعتبر دراسة (جلال وآخرون، 2020) ودراسة (محمد، 2015) مرجعاً هاماً في تطبيق نظرية "المسؤولية الاجتماعية" على الإعلام الجديد، وهو ما تستفيد منه الدراسة الحالية. كما تساعد دراسات (اللبان وآخرون، 2018) و(طبي، 2014) و(الداغر، 2017) في تحديد المفهوم الإجرائي لـ "النخب".

• **تأكيد الفجوة البحثية ومشكلة الدراسة:**

تؤكد الدراسات السابقة، خاصة المطبقة في السياق السعودي، على تنامي ظاهرة البودكاست وتأثيرها (بن سويدان، 2024؛ آل مرعي، 2024؛ القرشي والعرضاي، 2025). كما تؤكد وجود نقاش وحاجة ملحة لضبط الإعلام الجديد، سواء أخلاقياً (الصبحي، 2021؛ الزهراني، 2022) أو تشريعياً (جلال وآخرون، 2020). ورغم ذلك، لم تُخصص أي من هذه الدراسات (في حدود ما تم الاطلاع عليه) بحثاً مستقلاً لرصد "اتجاهات النخب" نحو "تشريعات البودكاست" تحديداً. فدراسة (جلال وآخرون، 2020) كانت عامة حول "الإعلام الجديد"، ودراسة (Carter & Lunt, 2006) ركزت على "حقوق النشر" فقط وفي سياق أمريكي. أما دراسة (السريتي وديهوم، 2022) فركزت على "استخدامات" النخبة للبودكاست وليس اتجاهاتهم نحو "تشريعاتهم". هذا يؤكد الفجوة المعرفية التي تسعى الدراسة الحالية لسدها.

• **تطوير الإجراءات المنهجية:**

تستفيد الدراسة الحالية من المنهجيات التي أثبتت فعاليتها في الدراسات السابقة. حيث إن شيوع استخدام "منهج المسح الميداني" في دراسة الاتجاهات (شباح وآخرون، 2024؛ الصبحي، 2022؛ آل مرعي، 2021؛ بن سويدان، 2024؛ آل مرعي، 2024؛ السريتي وديهوم، 2022؛ جلال وآخرون، 2020) يدعم اختيار الدراسة الحالية لهذا المنهج. كما أن اعتماد هذه الدراسات على عينة "النخب" و"الصحفيين" (شباح وآخرون، 2024؛ الزهراني، 2022؛ الصبحي، 2022؛ الصبحي، 2021؛ السريتي وديهوم، 2022؛ جلال وآخرون، 2020) يدعم اختيار الدراسة الحالية لهذه العينة، مع تطوير التصنيف ليشمل (إعلاميين، أكاديميين، قانونيين) لضمان شمولية الرؤية.

• **بناء أداة الدراسة (الاستبيان):**

يمكن الاسترشاد بالمحاور التي استخدمتها الدراسات السابقة في تصميم أداة الاستبيان. فمثلاً، يمكن الاستفادة من محاور قياس الاتجاهات نحو التشريعات في دراسة (جلال وآخرون، 2020) ودراسة (شباح وآخرون، 2024). كما يمكن الاستفادة من محاور تحديد الأولويات الأخلاقية والمهنية في دراسة (الزهراني، 2022) ودراسة (الصبحي، 2021). بالإضافة إلى ذلك، يمكن تصميم المحور الخاص بـ "الخصائص السلوكية" للعينة (مدى استماعهم للبودكاست) بالاستناد إلى الدراسات التي قاست الاستخدامات والإشباع مثل دراسة (آل مرعي، 2024) ودراسة (السريتي وديهوم، 2022).

• **تفسير النتائج والمقارنة:**

ستوفر نتائج الدراسات السابقة، وخصوصاً المطبقة في "المملكة العربية السعودية"، إطاراً مهماً لمقارنة وتفسير نتائج الدراسة الحالية. فمثلاً، ستتم مقارنة نتائج الدراسة باتجاهات النخب السعودية نحو "تشريعات الإعلام الجديد" بشكل عام (جلال وآخرون، 2020) واتجاهاتهم نحو "الأخلاقيات" (الصبحي، 2021)، لتحديد ما إذا كانت هناك خصوصية في نظرة النخب لوسيط "البودكاست" تختلف عن نظرتهم لباقي المنصات الرقمية. كما ستساعد نتائج دراسات (القرشي والعرضاي، 2025) و(بن سويدان، 2024) حول طبيعة المحتوى المحلي وتأثيره، في تفسير أسباب اتجاهات النخب نحو الحاجة لتنظيمه.

10. الإطار النظري والدراسات السابقة

المبحث الأول: الإطار النظري للدراسة:

يمثل فهم اتجاهات النخب نحو تشريعات البودكاست تقاطعاً لثلاثة مجالات رئيسية: طبيعة الوسيط الإعلامي (البودكاست كأحد أشكال الإعلام الرقمي)، وطبيعة الإشكال (التشريع والتنظيم الإعلامي)، وطبيعة العينة (النخب ودورها في المجتمع). ويقدم هذا المبحث تأصيلاً نظرياً لهذه الجوانب، وي طرح المداخل النظرية الحاكمة للدراسة.

1. التحول الرقمي وصعود البودكاست كقوة إعلامية:

أ. من الإعلام التقليدي إلى "الإعلام الجديد":

يشهد العالم تحولاً عميقاً في نظم الاتصال، حيث لم تعد وسائل الإعلام الجماهيرية التقليدية (كالصحف والإذاعة والتلفزيون) هي الفاعل الأوحى في الساحة. لقد أدت الثورة التكنولوجية، وخصوصاً انتشار شبكة الإنترنت، إلى بزوغ ما يُعرف بـ "الإعلام الجديد" (New Media) أو "الإعلام الرقمي" (صادق، 2008). هذا الإعلام الجديد ليس مجرد امتداد للتقديم، بل هو فلسفة جديدة في الإعلام والاتصال، تقدم بديلاً للنموذج الاتصالي الخطي التقليدي (عبد، 2016).

يتميز الإعلام الجديد بمجموعة من السمات التي أعادت تعريف العلاقة بين المرسل والمستقبل. فمن أبرز خصائصه: التفاعلية (Interactivity)، حيث لم يعد الجمهور مجرد متلقٍ سلبي، بل أصبح مشاركاً ومتفاعلاً مع المحتوى (صادق، 2008). ومن سماته أيضاً التفكيك واللاتزامن (Fragmentation & Asynchronicity)، إذ يستطيع المستخدم اختيار المحتوى الذي يناسبه في الوقت الذي يريده (صادق، 2008). كما يتميز بـ الكونية (Globalism) والقدرة على تجاوز الحدود الجغرافية، والاندماج بين الوسائط المتعددة (نص، صوت، صورة، فيديو) في منصة واحدة (صادق، 2008؛ الموسى، 2016). هذا التحول أدى إلى ما أسماه مانويل كاستلز "الاتصال الذاتي الجماهيري" (Mass Self-Communication)، حيث أصبح بإمكان الأفراد إنتاج رسائلهم الخاصة وبنها لجمهور عالمي، مما أدى إلى تحول تاريخي للفضاء العام من المجال المؤسسي التقليدي إلى فضاء الاتصال الجديد (Castells, 2007).

ب. البودكاست: تعريف وخصائص:

في قلب هذا التحول الرقمي، برز "البودكاست" (Podcast) كأحد أسرع الوسائط نمواً وتأثيراً. يمكن تعريف البودكاست بأنه "ملف وسائط رقمي أو سلسلة من الملفات يتم مشاركتها على الإنترنت... عادة تكون ضمن سلسلة من الحلقات، حيث يمكن للمستمعين الحصول على الحلقات الجديدة بشكل تلقائي عند اشتراكهم في قناة الناشر" (الحمود، د.ت.). وهو يُعد "تسجيلات صوتية رقمية" يمكن تحميلها أو الاستماع إليها عبر تطبيقات متخصصة (بن سويدان، 2024؛ هاشم وعبد الرحمن، 2023).

يكن سر قوة البودكاست في خصائصه الفريدة التي تميزه حتى عن باقي وسائط الإعلام الرقمي. أولاً، هو وسيط "صوتي" بالأساس، مما يمنحه "حميمية" (Intimacy) تشبه الراديو، ويسمح للمستمعين ببناء علاقة شبه شخصية (Parasocial Relationship) مع المقدمين، مما قد يعزز "الثقة" في المحتوى المقدم (Johnson & McCall, 2025). ثانياً، هو وسيط "غير متزامن" (On-demand)، يتيح للمستخدم الاستماع في أي وقت وأي مكان، وغالباً أثناء أداء مهام أخرى (مثل القيادة أو ممارسة الرياضة)، وهو ما يتناسب مع نمط الحياة المعاصر (Minooka, 2024؛ عبد الحميد، 2025). ثالثاً، يتميز بـ "التخصصية" و"التعمق"، حيث تتيح طبيعته غير المقيدة بوقت البث التقليدي للمنتجين إمكانية الغوص في موضوعات متخصصة ومعقدة (موسى ونعمان، 2023)، بعيداً عن ضغوط "السبق الصحفي" اللحظي (الزهراني، 2022).

ت. مشهد البودكاست في المملكة العربية السعودية:

لم تكن المملكة العربية السعودية بمعزل عن هذه الظاهرة، بل تُعد اليوم واحدة من أنشط وأسرع الأسواق نمواً في صناعة واستهلاك البودكاست في المنطقة. أصبح البودكاست وسيلة رئيسية لاستهلاك المحتوى، خاصة بين فئة الشباب السعودي. وقد أظهرت الدراسات الميدانية الحديثة مدى تغلغل هذا الوسيط؛ ففي دراسة على عينة من (400) شاب سعودي، تبين أن غالبيتهم يستخدمون البودكاست بشكل "دائم" أو "غالباً"، وأن دوافعهم الرئيسية تتراوح بين "التسلية والترفيه" و"اكتساب

المعرفة والمعلومات" (آل مرعي، 2024).

كما أثبتت دراسة أخرى (عينة من 400 شاب سعودي) فاعلية البودكاست في "بناء الوعي الثقافي" لديهم، حيث احتلت "الموضوعات الاجتماعية والثقافية" مرتبة متقدمة في أولويات استماعهم (بن سويدان، 2024). ولم يقتصر الأمر على الاستهلاك، بل شهدت المملكة طفرة في الإنتاج المحلي، وبرزت برامج بودكاست سعودية مؤثرة، مثل بودكاست "فنجان"، الذي أظهر تحليل محتواه قدرته على تقديم "أطر ثقافية واجتماعية" عميقة تناقش قضايا التراث، والهوية، والعولمة، والقضايا الفكرية المعاصرة (القرشي والعرضاوي، 2025). هذا الحضور القوي للبودكاست، إنتاجاً واستهلاكاً، يجعله منصة ذات تأثير متزايد في تشكيل الوعي وتأطير النقاش العام في المجتمع السعودي.

2. إشكالية "تنظيم" الإعلام الرقمي: بين الحرية والمسؤولية:

إن ذات الخصائص التي منحت الإعلام الرقمي (والبودكاست ضمناً) قوته وتأثيره -وهي اللامركزية، وسهولة الإنتاج، وغياب حراسة البوابة التقليدية -هي نفسها التي تثير التحدي الأكبر: التحدي التنظيمي والقانوني (Carter & Lunt, 2006).

أ. الحاجة إلى التنظيم: مبررات أخلاقية وقانونية:

يطرح الفضاء الرقمي المفتوح تساؤلات جدية حول المسؤولية والأخلاق. فمع سهولة النشر، تزداد مخاطر انتشار المحتوى الضار، مثل الأخبار الزائفة والتضليل الإعلامي (Navarro Triola, 2022) (Disinformation)، وخطاب الكراهية، وانتهاك الخصوصية، والتعدي على حقوق الملكية الفكرية (Carter & Lunt, 2006). هذه المخاطر تستدعي ضرورة البحث عن آليات لـ "التربية الإعلامية" (Media Literacy) لتمكين الجمهور من التعامل النقدي مع المحتوى (الصبيحي، 2022؛ Carlsson, 2019)، ولكنها أيضاً تفتح الباب أمام ضرورة وجود "تشريعات" وضوابط.

تبرز "أخلاقيات الإعلام" كخط دفاع أول، وهي مجموعة المبادئ والمعايير التي يجب أن يلتزم بها الممارس طوعاً (ثابت، 2022). وقد أظهرت الدراسات اهتماماً لدى النخب الإعلامية السعودية بأهمية تطبيق هذه الأخلاقيات في البيئة الرقمية، مثل "الموثوقية" و"المصداقية" و"النزاهة" (الزهراني، 2022؛ الصبيحي، 2021). ومع ذلك، فإن الطبيعة الطوعية للأخلاق قد لا تكون كافية لردع الممارسات الضارة، مما ينقل النقاش إلى مستوى "القانون" و"التشريع".

ب. التشريعات الإعلامية في مواجهة الوسائط الجديدة:

يُقصد بالتشريعات الإعلامية "الإطار القانوني والتشريعي المنظم لوسائل الإعلام" (سليمان والجمال، 2017). تواجه هذه التشريعات، التي صُمم أغلبها في عصر الإعلام التقليدي، صعوبة بالغة في مواكبة سرعة تطور الإعلام الرقمي (الموسى، 2016). فالفضاء الرقمي، بطبيعته العابر للحدود، يجعل من الصعب تطبيق القوانين المحلية (Schleffer & Miller, 2021).

تجد الحكومات والهيئات التنظيمية نفسها أمام معضلة: فالتساهل في التنظيم قد يؤدي إلى فوضى معلوماتية وأخلاقية، والتشدد في التنظيم (كما في نموذج "السلطوية") قد يقوض الحريات ويخنق الإبداع (Seibert, 1976). كما ورد في (الموسى، 2016). هذا التوتر يدفع نحو البحث عن نماذج تنظيمية "حديثة" ومتوازنة (ريشتر وكوزمان، 2021).

في السياق السعودي، تتولى جهات رسمية مثل وزارة الإعلام و"الهيئة العامة للإعلام المرئي والمسموع" مسؤولية تنظيم هذا القطاع. وقد أشير إلى وجود لوائح منظمة مثل "اللائحة التنفيذية لنشاط النشر الإلكتروني" و"نظام الإعلام المرئي والمسموع" (الصبيحي، 2021). ورغم وجود هذه الأطر العامة لـ "الإعلام الجديد"، فإن الخصوصية الفنية للبودكاست (كوسيط صوتي) قد تتطلب قواعد تنظيمية أكثر تحديداً، خاصة في مجالات حساسة مثل "حقوق النشر" الموسيقي والمحتوى الصوتي (Lunt, 2006 & Carter)، وهو ما يمثل جوهر الإشكالية التي تبحثها هذه الدراسة.

ت. آليات التنظيم: الضبط الحكومي مقابل التنظيم الذاتي:

يدور الجدل العالمي حول الآلية الأفضل لضبط الإعلام الرقمي. هناك اتجاه يدعم التنظيم الحكومي (Governmental Regulation)، حيث تضع الدولة القوانين والعقوبات لضمان الالتزام (Schleffer & Miller, 2021). وهناك اتجاه آخر ينادي بـ التنظيم الذاتي (Self-Regulation)، حيث يقوم المهنيون أنفسهم، عبر نقابات أو موائيق شرف، بوضع معاييرهم ومحاسبة المخالفين، وذلك للحفاظ على استقلالية الإعلام (House of commons culture... 2007)، كما

ورد في هنوز، 2017؛ ثابت، 2022). وغالباً ما يكون النموذج الهجين (Co-regulation)، الذي يجمع بين إطار قانوني عام تضعه الدولة وتنظيم ذاتي تفصيلي تضعه المهنة، هو الحل الوسط في العديد من الديمقراطيات. إن استكشاف اتجاهات النخب نحو أي من هذه الآليات يُعد محورياً لفهم مستقبل تشريعات البودكاست.

3. النخب ودورها في صياغة السياسات الإعلامية:

إن دراسة اتجاهات "النخب" (Elites) ليست مجرد رصد لأراء فئة من المجتمع، بل هي استشراف للسياسات المستقبلية، نظراً للدور المحوري الذي تلعبه هذه الفئة.

أ. تعريف النخب وأنواعها:

تُعرّف النخبة بأنها "جماعات متميزة في المجتمع سواء وظيفياً أو فكرياً أو تعليمياً وهو ما يؤهلها لأن تتخذ دوراً قيادياً أو أنواراً ذات مسؤولية في المجتمع" (طبي، 2014). وهم "الأفراد الذين يشغلون مراكز بارزة في المجتمع وينسبون بخصائص اجتماعية معينة، ولهم تأثيرهم في عملية صنع القرار في مجتمعاتهم" (اللبان وآخرون، 2018). وتتنوع النخب بحسب مجال تأثيرها؛ فهناك النخب السياسية، والنخب الاقتصادية، والنخب الثقافية، وفي سياق هذه الدراسة، تبرز ثلاث نخب رئيسية: النخب الإعلامية (المهنيون والممارسون)، والنخب الأكاديمية (المنظرون والباحثون)، والنخب القانونية (المشرعون والمنظمون).

ب. النخب والإعلام وصناعة القرار:

العلاقة بين النخب والإعلام هي علاقة تأثير متبادل. فوسائل الإعلام، من جهة، هي المصدر الرئيسي الذي تعتمد عليه النخب في متابعة الأحداث وتكوين معارفهم واتجاهاتهم (العزام وكاتبتي، 2010؛ Alawneh et al., 2023؛ المغيضي، 2021). وتعمل وسائل الإعلام كـ "ساحة" (Arena) تتنافس فيها النخب المختلفة لعرض أطروحاتها والتأثير على الرأي العام وعلى صانع القرار (Van Aelst, & Walgrave, 2016، كما ورد في غالي وحسن، 2023).

ومن جهة أخرى، فإن النخب (بما فيها الإعلامية) هي التي تساهم في "صناعة النموذج" وتحديد أولويات المجتمع (دراغمة، 2019؛ منصور، 2002). وفي العصر الرقمي، ظهر ما يسمى بـ "النخب الجديدة" أو "النخب الإلكترونية" التي اكتسبت تأثيرها من خلال الفضاء الرقمي مباشرة، منافسةً بذلك النخب التقليدية (دراغمة، 2019؛ الهابط، 2020). وفي سياق التشريعات، فإن اتجاهات هذه النخب (الأكاديمية والقانونية والإعلامية) تُعتبر "بوصلة" لصانع القرار، فأراؤهم وتقييماتهم للوضع القائم (كفاية التشريعات الحالية) ومقترحاتهم (الحاجة للتنظيم وآلياته) هي التي تشكل ملامح أي إصلاح تشريعي قادم (شباح وآخرون، 2024؛ الصبيحي، 2022).

4. الإطار النظري الموجه للدراسة: نظرية المسؤولية الاجتماعية:

للإجابة على إشكالية الدراسة (كيفية تنظيم البودكاست) وفهم اتجاهات النخب نحوها، لا يمكن الاعتماد على نظريات التأثير المباشر، بل يجب اللجوء إلى النظريات المعيارية (Normative Theories) التي تبحث في "ما يجب أن يكون عليه الإعلام". النظرية الأبرز والأكثر ملائمة في هذا السياق هي "نظرية المسؤولية الاجتماعية" (Social Responsibility Theory).

أ. نشأة وأسس النظرية:

نشأت نظرية المسؤولية الاجتماعية في الولايات المتحدة في منتصف القرن العشرين، كرد فعل على تجاوزات "نظرية الحرية" (Libertarian Theory) التي أعطت حرية مطلقة للإعلام أدت إلى الاحتكارات والممارسات غير الأخلاقية. جاءت هذه النظرية، عبر لجنة "هاتشنز" (Hutchins Commission)، لنقول إن "الحرية تقتضي مسؤولية" (Peterson, 1976، كما ورد في الموسى، 2016).

تقوم النظرية على فلسفة مفادها أن وسائل الإعلام هي ملكية عامة أو "أمانة" (Public Trust)، ويجب أن تخدم الصالح العام. هي لا تلغي الحرية، ولكنها تربطها بالالتزام الأخلاقي والمهني تجاه المجتمع (محمد، 2015). وتضع النظرية على عاتق الإعلام وظائف محددة، ليس فقط نقل الأخبار، بل "تقديم صورة ممثلة وصادقة لمختلف فئات المجتمع"، و"العمل كمُنبر لتبادل التعليق والنقد"، و"توضيح أهداف المجتمع وقيمه" (محمد، 2015).

ب. النظرية في سياق الإعلام الرقمي والبودكاست:

تكتسب نظرية المسؤولية الاجتماعية أهمية متجددة في العصر الرقمي. ففي مواجهة فوضى "الحرية" المطلقة التي تتيحها الإنترنت (والتي قد تؤدي إلى تضليل وفوضى)، وفي مواجهة خطر "السلطوية" والرقابة الصارمة، تقدم "المسؤولية الاجتماعية" حلاً وسطاً متوازناً (جلال وآخرون، 2020).

عند تطبيقها على "البودكاست"، تطالب النظرية منتجي المحتوى (Podcasters) بالألا يكتفوا بالحرية التي تتيحها لهم التكنولوجيا، بل أن يلتزموا "بمسؤولية" تجاه مستمعهم ومجتمعهم. وهذا يشمل:

- المسؤولية عن دقة المحتوى: الالتزام بالمعايير المهنية في التحقق من المعلومات وتجنب نشر الأخبار الزائفة (الزهراني، 2022).
- المسؤولية الأخلاقية: تجنب خطاب الكراهية، واحترام الخصوصية، والالتزام بأداب الحوار (الصباحي، 2021).
- المسؤولية المجتمعية: المساهمة في النقاش العام البناء، وطرح القضايا التي تهم المجتمع، و"تنمية المسؤولية الاجتماعية" لدى الجمهور نفسه (محمد، 2015).

ت. النظرية كإطار لتحليل اتجاهات النخب:

تُعد نظرية المسؤولية الاجتماعية الإطار المثالي لقياس اتجاهات النخب نحو التشريعات، وهو ما فعلته دراسة (جلال وآخرون، 2020) عند دراستها لاتجاهات النخبة السعودية نحو تشريعات الإعلام الجديد. فمن خلال هذه النظرية، يمكن تصنيف اتجاهات النخب:

- الاتجاه الليبرالي (المؤيد للحرية): يرى أن البودكاست يجب أن يُترك حراً بأقل قدر من القيود، وأن التنظيم الذاتي كافٍ (يقترّب من نظرية الحرية).
 - الاتجاه السلطوي (المؤيد للضبط): يرى أن مخاطر البودكاست كبيرة (أمنياً، اجتماعياً) ويجب إخضاعه لرقابة وتشريعات حكومية صارمة (يقترّب من نظرية السلطوية).
 - الاتجاه المعتدل (المسؤولية الاجتماعية): وهو الاتجاه الذي تبحث عنه الدراسة، والذي يرى بضرورة وجود "تشريعات" (وليس رقابة) تضمن التزام البودكاست بمسؤولياته تجاه المجتمع، وتحميه من التجاوزات، دون خنق حريته وإبداعه.
- إن قياس مدى ميل النخب السعودية نحو هذا الاتجاه المعتدل (المسؤولية الاجتماعية) عند التفكير في تنظيم البودكاست هو جوهر هذه الدراسة.

ث. نظريات مساندة (ترتيب الأولويات والتأطير):

لدعم فهم "كيف" تفكر النخب في هذه القضية، يمكن الاستعانة بنظريتين:

- نظرية ترتيب الأولويات (Agenda-Setting): تشير إلى أن وسائل الإعلام تحدد للجمهور "بماذا يفكر". وفي سياق هذه الدراسة، فإن النخب (باعتبارها جمهوراً خاصاً للإعلام، وفي نفس الوقت صانعة لمضمونه) تتأثر بأجندة الإعلام حول أهمية "قضية تنظيم البودكاست" (منصور، 2002؛ غالي وحسن، 2023).
- نظرية التأطير (Framing): تشير إلى "كيف" يتم تقديم القضايا. فالنخب لا تتخذ موقفاً من "التشريع" كمفهوم مجرد، بل من "الإطار" الذي يُقدم فيه: هل يُقدم التشريع كـ "أداة لحماية المجتمع والقيم" أم كـ "أداة لتقييد الحرية والإبداع"؟ (بريك وأحمد، 2020؛ القرشي والعرضوي، 2025).

بتوظيف نظرية المسؤولية الاجتماعية كإطار حاكم، وبدعم من نظريتي ترتيب الأولويات والتأطير، تسعى هذه الدراسة إلى تحليل اتجاهات النخب السعودية (الإعلامية، الأكاديمية، القانونية) نحو تشريعات البودكاست، هذا الوسيط الرقمي الصاعد، لفهم رؤيتهم لكيفية الموازنة بين حريته ومسؤوليته في سياق المجتمع السعودي.

11. الإطار المنهجي للدراسة

11.1 نوع الدراسة:

تنتمي هذه الدراسة إلى فئة الدراسات الوصفية (Descriptive Studies)، التي تهدف إلى رصد وتوصيف ظاهرة محددة في سياقها الواقعي، وهي في هذه الحالة اتجاهات النخب نحو تشريعات البودكاست. تعتمد الدراسة بشكل أساسي على جمع البيانات الكمية (Quantitative Data) من خلال أداة الاستبيان، بهدف قياس متغيرات الدراسة (الاتجاهات بأبعادها المختلفة) وتحليلها إحصائياً، واستكشاف العلاقات والفروق ذات الدلالة الإحصائية بين المتغيرات المستقلة (خصائص النخب) والمتغير التابع (الاتجاهات نحو التشريعات).

11.2 منهج الدراسة:

تعتمد هذه الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي (Descriptive-Analytical Method). ويُعرّف المنهج الوصفي بأنه المنهج الذي "يعتمد على دراسة الظاهرة كما توجد في الواقع، ويهتم بوصفها وصفاً دقيقاً ويعبر عنها تعبيراً كميّاً أو كميّاً" (أرباب، 2023). ويتجاوز هذا المنهج مجرد الوصف ليصل إلى التحليل، حيث يهدف إلى "استخلاص النتائج ذات الدلالة، والوصول إلى استنتاجات عن الوضع القائم للظاهرة، أو المشكلة موضوع الدراسة، وتحديد العلاقات التي توجد بين المتغيرات ذات الصلة" (هاشم وعبد الرحمن، 2023). وبالتالي، فإن هذا المنهج هو الأنسب لرصد اتجاهات النخب (الوصف) وتحليل تأثير خصائصهم على هذه الاتجاهات (التحليل).

11.3 أداة البحث:

الأداة الرئيسية لجمع البيانات في هذه الدراسة هي الاستبيان (Questionnaire). سيتم تصميم استمارة استبيان موجهة خصيصاً لعينة النخب المستهدفة، وتتضمن مجموعة من المحاور والعبارات التي تقيس أبعاد الدراسة:

- بيانات أولية: تقيس المتغيرات المستقلة (نوع النخبة، الخبرة، مدى الاستماع للبودكاست).
- محاور الاتجاهات (المتغير التابع): وتشمل مقاييس (مثل مقياس ليكرت الخماسي) لقياس الاتجاه نحو (الحاجة للتنظيم، كفاية التشريعات الحالية، الآلية المفضلة للتنظيم، وأولويات المحتوى المراد تنظيمه). وسيتم التأكد من الصدق والثبات للأداة قبل تطبيقها بشكل نهائي.

11.4 مجتمع الدراسة:

يتكون مجتمع الدراسة من النخب (Elites) في المملكة العربية السعودية، وهم الأفراد الذين "يشغلون مراكز بارزة في المجتمع ويتسمون بخصائص اجتماعية معينة، ولهم تأثيرهم في عملية صنع القرار في مجتمعاتهم" (اللبان وآخرون، 2018). وهم أيضاً "جماعات متميزة في المجتمع سواء وظيفياً أو فكرياً أو تعليمياً وهو ما يؤهلها لأن تتخذ دوراً قيادياً أو أدواراً ذات مسؤولية في المجتمع" (طبي، 2014). ونظراً لصعوبة حصر كافة النخب، سيتم التركيز إجرائياً على ثلاث فئات رئيسية ذات صلة مباشرة بموضوع التشريعات الإعلامية للبودكاست، وهم:

- النخبة الإعلامية المهنية: (منتجو ومقدمو البودكاست البارزون، رؤساء تحرير المنصات الرقمية، الصحفيون المتخصصون).
- النخبة الأكاديمية: (أساتذة الإعلام والاتصال وأساتذة القانون في الجامعات السعودية).
- النخبة القانونية والتشريعية: (أعضاء الهيئات التنظيمية للإعلام، والمحامون المتخصصون في قضايا النشر والإعلام). (ملاحظة: لا توجد إحصائيات رسمية متاحة في الملفات المرفقة تحدد العدد الدقيق لهذه الفئات من النخب).

11.5 حدود للدراسة:

تلتزم الدراسة بالحدود التالية:

- الحدود الموضوعية: تقتصر الدراسة على رصد وقياس "اتجاهات النخب" نحو "التشريعات الإعلامية المنظمة لمحتوى

البودكاست" تحديداً، دون التعرض لوسائل رقمية أخرى إلا في إطار المقارنة.

● **الحدود المكانية:** سيتم تطبيق الدراسة الميدانية في المملكة العربية السعودية، باعتبارها سياق الدراسة ومجال تطبيق التشريعات المعنية.

● **الحدود البشرية:** تقتصر الدراسة على عينة من النخب السعودية المنتمين للفئات الثلاث المحددة إجرائياً (الإعلامية المهنية، الأكاديمية، والقانونية).

● **الحدود الزمنية:** سيتم جمع البيانات الميدانية للدراسة وتطبيق الأداة خلال العام 2024-2025 م.

11.6 عينة الدراسة:

نظراً لعدم وجود إطار إحصائي دقيق ومحدد لحجم مجتمع الدراسة الكلي (N) بفئاته الثلاث (النخب الإعلامية، الأكاديمية، القانونية) في المملكة العربية السعودية، فإنه يصعب تطبيق المعادلات الإحصائية لتحديد العينة العشوائية بدقة، مثل معادلة كريجسي ومورجان (Krejcie & Morgan, 1970) التي تتطلب معرفة حجم المجتمع الأصلي. لذلك، ستعتمد الدراسة على العينة العمدية (Purposive Sample) أو العينة الحصصية (Quota Sample). سيتم اختيار عينة مقصودة من الأفراد الذين تنطبق عليهم تعريفات النخب المحددة إجرائياً في الدراسة، مع السعي لتحقيق تمثيل متوازن قدر الإمكان بين الفئات الثلاث (إعلاميين، أكاديميين، قانونيين). وستسعى الدراسة للوصول إلى حجم عينة كبير نسبياً (مثل 300-400 مفردة)، على غرار العينات المستخدمة في دراسات النخب والمسوح الميدانية المماثلة (مثل بن سويدان، 2024؛ آل مرعي، 2024)، لضمان الحصول على بيانات كافية وموثوقة لتحليل النتائج واختبار الفرضيات.

الخاتمة

سعت هذه الدراسة إلى رصد اتجاهات النخب السعودية، الإعلامية والأكاديمية والقانونية، نحو التشريعات المنظمة لمحتوى البودكاست، والكشف عن أثر خصائصهم التعريفية (نوع النخبة، والخصائص المهنية، والخصائص السلوكية) في هذه الاتجاهات. وقد انطلقت من مشكلة جوهرية مفادها أن النمو المتسارع للبودكاست في المملكة يسبق التكيف التشريعي، ما يترك غموضاً حول ضبط محتواه اللامركزي.

وبيّنت الأدبيات أن البودكاست، بما يتمتع به من حميمية وتخصصية وثقة لدى المستمع، أصبح منصة مؤثرة في تشكيل الوعي الثقافي والاجتماعي، وأن الأنظمة القائمة صُممت في الأصل للإعلام التقليدي، ولم تتناول خصوصية هذا الوسيط الصوتي. وقد وفّرت نظرية المسؤولية الاجتماعية إطاراً ملائماً لفهم موقف النخب، بوصفه موازنة بين حرية الإبداع والتزام المنتجين تجاه المجتمع، بعيداً عن الانفلات المطلق أو الرقابة الصارمة.

وتسهم الدراسة نظرياً في سدّ فجوة معرفية بتناولها البودكاست تحديداً، وتطبيقاً بتزويد الجهات التنظيمية، كوزارة الإعلام والهيئة العامة للإعلام المرئي والمسموع، بمعطيات علمية عن توجهات الفاعلين الرئيسيين. ويُتوقع أن تُسهم نتائجها في صياغة تشريعات متوازنة تحمي القيم المجتمعية والمصالح الوطنية، وتحافظ في الوقت نفسه على حيوية هذا الوسيط. وتوصي الدراسة بتوسيع البحث مستقبلاً ليشمل اتجاهات الجمهور وصناعات المحتوى والمقارنة بتجارب دولية.

11. المراجع

أولاً: المراجع العربية:

- آل مرعي، عبد الله بن علي. (2024). دور تكنولوجيا المحتوى الصوتي في تشكيل سلوكيات الشباب السعودي: دراسة حول استخدام التدوينات الرقمية الصوتية (بودكاست) نموذجاً. مجلة جامعة الملك خالد للعلوم الإنسانية، 11(1)، 1183-1230.
- أرباب، وداد هارون أحمد محمد. (2023). أهمية استخدام تقنية البودكاست في إثراء محتوى المواقع الإلكترونية للمؤسسات الإعلامية دراسة تحليلية لعينة من البودكاست الإعلامي. مجلة اتحاد الجامعات العربية لبحوث الإعلام وتكنولوجيا الاتصال، 2023(11)، 1-36.

- بريك، أيمن محمد إبراهيم، وأحمد، إيمان محمود محمد. (2020). اتجاهات النخبة نحو آليات مواجهة الخطاب المعادي لمصر والسعودية عبر شبكات التواصل الاجتماعي دراسة تقييمية في إطار مفهوم حروب الجيل الخامس. المجلة الأردنية للإعلام، 21(1)، 181-230.
- بن سويدان، أحمد بن عبد العزيز. (2024). فاعلية البودكاست الإذاعي في بناء الوعي الثقافي لدى الشباب السعودي. المجلة العربية لبحوث الإعلام والاتصال، (45)، 101-147.
- بوسنان، رقية. (2019). ديناميكية البودكاست في العملية التعليمية. مجلة دراسات إنسانية واجتماعية، جامعة وهران 2، (10)، 106-117.
- ثابت، مصطفى. (2022). أخلاقيات الصحافة والعمل الإعلامي في الجزائر دراسة تحليلية للتشريعات الإعلامية. المجلة الدولية للاتصال الاجتماعي، 9(2)، 633-652.
- جلال، أسماء يوسف، والغزاوي، آمال حسن محمد، والحازمي، مبارك بن واصل (مشرف). (2020). اتجاهات النخبة الإعلامية السعودية نحو تشريعات الإعلام الجديد في إطار نظرية المسؤولية الاجتماعية "دراسة ميدانية". المجلة العربية للإعلام والاتصال، (24)، 232-371.
- الحمود، ريان بن علي. (د.ت.). البود كاست مفهومه وإنتاجه ونشره واستخداماته في التعليم.
- الداغر، مجدي عبد الجواد. (2017). اتجاهات النخبة المصرية نحو أخلاقيات التغطية الإعلامية للأزمات الأمنية في مصر بعد 30 يونيو 2013م «مواقع التواصل الاجتماعي نموذجاً». حوليات الآداب والعلوم الاجتماعية، الحولية 38، الرسالة 479.
- دراغمة، بشار مصطفى. (2019). دور وسائل الإعلام الحديثة في صناعة النموذج: النخب الجديدة في فلسطين من منظور إعلامي-سياسي. [رسالة ماجستير، جامعة النجاح الوطنية].
- الزهراني، أروى. (2022). اتجاهات الصحفيين السعوديين نحو تسويق الرسالة الإعلامية في الإعلام الرقمي وفق المعايير المهنية والأخلاقية. المجلة العربية للنشر العلمي، (48)، 511-585.
- السريتي، معز علي، وديهوم، عمران جمعة. (2022). استخدام النخبة الإعلامية لتطبيقات البودكاست والإشباع المتحققة منها (دراسة ميدانية). مجلة كلية الفنون والإعلام، جامعة مصراتة، 7(14)، 231-254.
- سلامة، إيمان حلمي علي. (2025). العلاقة بين التعرض للبودكاست ومستوى وعي المرأة المصرية بالقضايا المجتمعية. مجلة البحوث والدراسات الإعلامية، 2025(31)، 169-294.
- سليمان، إيمان محمد، والجمال، راسم. (2017). اتجاهات النخبة الإعلامية المصرية نحو التشريعات الإعلامية عقب ثورة 25 يناير 2011. المجلة العلمية لبحوث العلاقات العامة والإعلان، (11)، 417-443.
- السيد، نهى مجدي. (2023). تأثير البرامج التلفزيونية ومواقع التواصل الاجتماعي على القيم الأخلاقية والثقافية في المجتمعات العربية. المجلة المصرية لبحوث الاتصال الجماهيري، 7(2)، 798-860.
- شباح، لمياء، وسي بشير، مروة، وسلمي، مولود. (2024). اتجاهات الصحفيين الجزائريين نحو القانون العضوي للإعلام 14-23 "دراسة ميدانية على عينة من الصحفيين الجزائريين". [مذكرة ماستر، جامعة ابن خلدون -تيارت].
- صادق، عباس مصطفى. (2008). الإعلام الجديد: المفاهيم والوسائل والتطبيقات. (مشار إليه في أرباب، 2023؛ كلفاح، 2023).
- الصبحي، ريمة حامد. (2021). اتجاهات الصفوة الإعلامية نحو أخلاقيات الإعلام الجديد: دراسة ميدانية. مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، 5(7)، 119-138.
- الصبحي، محمد بن سليمان. (2022). اتجاهات النخب الإعلامية والتربوية نحو إقرار مادة التربية الإعلامية في التعليم

- ما قبل الجامعي دراسة ميدانية على عينة من الأكاديميين والقياديين والمهنيين السعوديين. المجلة العلمية لنشر البحوث.
- طبي، منير. (2014). دور البرامج الحوارية التلفزيونية في تشكيل اتجاهات النخبة الجزائرية نحو القضايا السياسية. مجلة العلوم الاجتماعية والإنسانية (جامعة تبسة)، (10)، 212-226.
 - عبد الحميد، عمرو محمد محمود. (2025). تفاعل الجمهور مع محتوى البودكاست على المنصات الرقمية وأثره على مستقبل الإذاعة في المنطقة العربية. دراسات: العلوم الإنسانية والاجتماعية، 52(2)، 158-177.
 - عبده، خالد جمال. (2016). الإعلام البديل على الإنترنت: فلسفة جديدة في الإعلام والاتصال. المكتب العربي للمعارف.
 - العزام، عبد المجيد، وكاتب، هاديا خزنة. (2010). اتجاهات الأردنيين نحو الأداء الإعلامي دراسة استطلاعية. مجلة جامعة دمشق، 26(4+3)، 589-645.
 - غالي، محمد كمال محرز، وحسن، خالد صلاح الدين. (2023). اتجاهات النخب المصرية نحو أطروحات السياسات الدولية في الفضائيات الأجنبية الناطقة بالعربية. المجلة العربية لبحوث الإعلام والاتصال، (41)، 410-426.
 - القرشي، ظلال صالح، والعرضاي، مرفت محمد شريف. (2025). الأطر الثقافية الاجتماعية المضمنة في البودكاست السعودي: بودكاست "فنان" أنموذجاً. مجلة جامعة الملك عبد العزيز: الاتصال والدراسات الإعلامية، (1)2، 106-142.
 - كلفاح، أمينة. (2023). واقع صناعة المحتوى الإعلامي العربي الرقمي عبر المدونات الصوتية دراسة تحليلية لبودكاست البعد الآخر من العربية بودكاست. المجلة الدولية للاتصال الاجتماعي، 10(4)، 183-202.
 - اللبان، شريف درويش، وعلي، هناء السيد محمد، وطاحون، رشا إبراهيم عبد السمیع. (2018). اتجاهات النخبة الإعلامية نحو معالجة الصحافة الإلكترونية لأحداث العنف السياسي في مصر. المجلة العلمية لكلية التربية النوعية، جامعة المنوفية، 5(16)، 95-141.
 - محمد، أحمد جمال حسن. (2015). التربية الإعلامية نحو مضامين مواقع الشبكات الاجتماعية: نموذج مقترح لتنمية المسؤولية الاجتماعية لدى طلاب الجامعة. [رسالة ماجستير، جامعة المنيا].
 - المغيضي، آلاء تركي. (2021). دور الأفلام الوثائقية في قناة الجزيرة في تزويد النخب السياسية الأردنية بالمعارف /دراسة ميدانية. [رسالة ماجستير، جامعة اليرموك].
 - منصور، حسن محمد حسن. (2002). دور التلفزيون والصحافة البينية في ترتيب أولويات النخبة -دراسة مسحية مقارنة في إطار نظرية (وضع الأجندة). [رسالة ماجستير، جامعة الأزهر].
 - موسى، ياسين طه، ونعمان، أنس قصي. (2023). البودكاست أنواعه وقوالبه الفنية ومنصات الاستماع "دراسة وصفية. مجلة الجامعة العراقية"، 67(3)، 612-621.
 - الموسى، عصام سليمان. (2016). التحديات التي تواجه الاعلام الرقمي في الوطن العربي. مجلة الإعلام والعلوم الاجتماعية للأبحاث التخصصية، 1(1)، 1-14.
 - النابلسي، أريج عبد الله محمد. (2021). تأثير مسلسلات "البودكاست" على اليافعين في ترسيخ القيم الاجتماعية والإنسانية: دراسة تجريبية على مسلسل "وليد الصدفة". [رسالة ماجستير، جامعة الشرق الأوسط].
 - هاشم، منى، وعبد الرحمن، أمينة. (2023). اتجاهات المواقع الاخبارية المصرية والعربية لاستخدام تقنية البودكاست وعلاقتها بتفضيلات الجمهور المصري. المجلة المصرية لبحوث الاتصال الجماهيري، 5(1)، 736-834.
 - الهابط، محمد شاكر. (2020). أطر معالجة النخبة الإلكترونية المصرية على شبكتي فيس بوك وتويتر للقضايا المجتمعية [دراسة تحليلية]. المجلة العربية للإعلام والاتصال، (23)، 414-473.

• هنوز، رندة. (2017). وسائل الإعلام والحراك السياسي في المنطقة العربية: مقارنة نظرية. مجلة الرواق، (9)، 205–218.

• ريشتر، كارولا، وكوزمان، كلاوديا (محرران). (2021). نظم وسائل الإعلام العربية. (دعاء نبيل سيد إمبابي، مترجم). مركز دراسات الوحدة العربية.

ثانياً: المراجع الأجنبية:

- Academy of ICT Essentials for Government Leaders. (n.d.). Social Media, Development and Governance Module. ESCAP/APCICT.
- Alawneh, H., Nejadat, A., & Alkadi, A. (2023). The Attitudes of Jordanian Elites about the Coverage of News Websites to Current Political Events: A Field Study. *Dirasat: Human and Social Sciences*, 50(1), 324–342.
- Carlsson, U. (Ed.). (2019). Understanding Media and Information Literacy (MIL) in the Digital Age: A Question of Democracy. UNESCO Chair on Freedom of Expression, Media Development and Global Policy at University of Gothenburg.
- Carter, E. L., & Lunt, S. (2006). Podcasting and Copyright: The Impact of Regulation on New Communication Technologies. *Santa Clara High Technology Law Journal*, 22(2), 187–218.
- Castells, M. (2007). Communication, Power and Counter-power in the Network Society. *International Journal of Communication*, 1238–266.
- Derendinger, M., & Frank, B. (2023). Visions of Diversity: The Kingdom of Saudi Arabia's Vision 2030 and its efforts to build a diversified economy. Working Paper Series, Middlebury Institute of International Studies at Monterey.
- Johnson, K., & McCall, M. (2025). Trust in Pod: Listener Trust of News Content Heard on Different Genre Podcasts. *Media and Communication*, 13. <https://doi.org/10.17645/mac.9182>
- Krejcie, R. V., & Morgan, D. W. (1970). Determining sample size for research activities. *Educational and Psychological Measurement*, 30(3), 607–610.
- Ministry of Culture, Kingdom of Saudi Arabia. (2024). The report on the state of culture in the Kingdom of Saudi Arabia 2024: Cultural Impact.
- Minooka, L. (2024). The Rise of Podcasting: Evolution, Impact, and Future Directions. *Global Media Journal*, 22(72):473.
- Navarro Triola, C. (2022). IPSO FACTO: A PODCAST TO FIGHT DISINFORMATION. [Final Degree Project, Blanquerna - Universitat Ramon Llull].
- Schleffer, G., & Miller, B. (2021). The Political Effects of Social Media Platforms on Different Regime Types. *Texas National Security Review*, 4(3), 54–75.