

دوافع استخدام الجمهور لتطبيقات ومنصات الكتب الصوتية على شبكة الانترنت والاشباعات المتحققة منها

د/ نادر محمد علي عبدالمطلب

مدرس الاعلام - قسم الاعلام وثقافة الطفل
كلية الدراسات العليا للطفولة جامعة عين شمس

ملخص الدراسة

تهدف الدراسة إلى التعرف على العلاقة بين دوافع استخدام الجمهور لتطبيقات ومنصات الكتب الصوتية على شبكة الانترنت والاشباعات المتحققة منها، وكذلك التعرف على مزايا تطبيقات ومنصات الكتب الصوتية من وجهة نظر الجمهور.

تنتمي الدراسة إلى الدراسات الوصفية، بينما تعتمد على منهج المسح الإعلامي، وتمثلت عينة الدراسة في عينة قوامها (٤٠٠) مفردة من الجمهور المصري في المرحلتين الثانوية والجامعية. واستخدمت الدراسة أداة الاستبيان كأداة لجمع البيانات، واعتمدت الدراسة في إطارها النظري على نظرية الاستخدامات والاشباعات.

وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج، من أهمها: جاء مجال (الأدب والروايات) في صدارة المجالات التي يفضلها المبحوثين الاستماع إليها من تطبيقات ومنصات الكتب الصوتية على شبكة الانترنت. وفي الترتيب الثاني جاء مجال (علم النفس)، تلاه (مجال الرعب) في الترتيب الثالث.

وجاء تطبيق (أقرألي) في صدارة تطبيقات ومنصات الكتب الصوتية التي يفضلها المبحوثين عينة الدراسة، وفي الترتيب الثاني جاء تطبيق (Storytel)، تلاه تطبيق (Freed Audiobooks) في الترتيب الثالث.

وتبين أن (الدوافع النفعية) جاءت في مقدمة دوافع استخدام الجمهور (المرحلة الثانوية - المرحلة الجامعية) لتطبيقات ومنصات الكتب الصوتية، بينما جاءت (الدوافع الطقوسية) في الترتيب الثاني بالنسبة لهم، وجاءت (اشباعات المحتوى) في مقدمة الاشباعات المتحققة جراء استخدام الجمهور (المرحلة الثانوية - المرحلة الجامعية) لتطبيقات ومنصات الكتب الصوتية، بينما جاءت (اشباعات عملية الاتصال) في الترتيب الثاني بالنسبة لهم.

الكلمات المفتاحية:

- تطبيقات ومنصات الكتب الصوتية، الاستخدامات والاشباعات، الجمهور.

Motivations for the public's use of audio book applications and platforms on the Internet and the satisfactions achieved from them

Abstract

The study aims to identify the relationship between the motives of the public's use of audiobook applications and platforms on the Internet and the satisfactions achieved from them, as well as to identify the advantages of audiobook applications and platforms from the public's point of view.

The study belongs to the descriptive studies, while it relies on the media survey method, and the study sample was a sample of (400) individuals from the Egyptian public in the secondary and university stages. The study used the questionnaire as a tool for collecting data, and the study relied in its theoretical framework on the theory of uses and gratifications.

The study reached a set of results, the most important of which are: The field of (literature and novels) came at the forefront of the fields that the respondents prefer to listen to from audiobook applications and platforms on the Internet. In second place came the field of (psychology), followed by (the field of horror) in third place.

The (iqraaly) application came at the forefront of audiobook applications and platforms preferred by the study sample respondents, followed by the (Storytel) application in second place, followed by the (Freed Audiobooks) application in third place.

It was found that (utilitarian motives) came at the forefront of the motives for the audience (secondary school - university stage) to use audiobook applications and platforms, while (ritual motives) came in second place for them, and (content satisfactions) came at the forefront of the satisfactions achieved as a result of the audience (secondary school - university stage) using audiobook applications and platforms, while (communication process satisfactions) came in second place for them.

Key words:

- Audiobook applications and platforms
- Uses and gratifications
- Audience

مقدمة:

تعد الكتب الصوتية تعبيرًا عن التطور التكنولوجي والرقمي الذي حدث خلال السنوات الأخيرة، من خلال تطويع شبكة الانترنت بما تقدمه من أدوات في تعزيز عرض المحتوى الثقافي والإعلامي، ومن بينها الكتب الورقية، والتي تصنف من أدوات المعرفة التقليدية، والتي تحولت من خلال التكنولوجيا إلى وسيط رقمي تفاعلي عبر تطبيقات ومنصات الكتب الصوتية عبر الانترنت.

وتتيح تطبيقات الكتب الصوتية عددًا من المميزات لمستخدميها في الاستماع للكتب المختلفة في عدد من المجالات، دون الحاجة إلى قراءتها بصريًا، وذلك من خلال راو يقوم بسرود الكتب بأداء صوتي، مصحوبًا في بعض الأحيان بمؤثرات صوتية موسيقية للتعبير عن الحالة التي يقدمها الكاتب. علاوة على إمكانية التوقف في أي لحظة والاستمرار في وقت لاحق، كنوع من التسهيل على المستمع، والقدرة على الاستماع لها أثناء أداء بعض الأعمال مثل قيادة السيارة على سبيل المثال.

وفي نفس الوقت يرى البعض أن تطبيقات الكتب الصوتية ليست الاختيار الأمثل لعملية القراءة، فتجربة القراءة التقليدية تُحقّق اندماجًا أكبر للقراء وشرودا ذهنيًا أقل، وأداء أفضل للذاكرة مقارنة بالاستماع للمواد الصوتية.

وفي هذا التسابق التكنولوجي السريع، تبدو مسألة النظر لاستخدام تطبيقات ومنصات الكتب الصوتية من قبل الجمهور بفئاته السنوية المختلفة، أمر يدعو لدراسته من أجل معرفة أوجه الشبه والاختلاف في عملية استخدام تلك التكنولوجيا حديثة العهد في مصر والمنطقة العربية.

■ مشكلة الدراسة:

لاحظ الباحث انتشار عدد من تطبيقات ومنصات الكتب الصوتية عبر شبكة الانترنت، والتي تتيح للمستخدمين عملية الاستماع للكتب صوتيًا، مع إمكانية تحميل تلك الكتب والاستماع لها بشكل سهل، وإمكانية استدعائها في أي وقت دون الحاجة لبذل مجهود بصري.

يأتي ذلك في ضوء خروج عدد من التوقعات لتحليل اتجاهات صناعة الكتب الصوتية، تشير إلى أن حجم السوق العالمي للكتب الصوتية سوف يبلغ نحو ٢٠ مليار دولار أميركي، بحلول عام ٢٠٢٨، مما يمثل نموًا سنويًا بنسبة ٢٦ في المئة. وأوضح الخبراء إلى قيام ثلاث دول بقيادة نمو سوق النشر الإلكتروني في المنطقة العربية، وهي مصر والإمارات والسعودية، وتستحوذ على ٨٠ في المئة من سوق الكتاب الإلكتروني. (سكاي نيوز عربية، ٢٠٢٢)

وتحدد مشكلة الدراسة في التعرف على العلاقة بين دوافع استخدامات الجمهور المصري من المراهقين (المرحلة الثانوية) والشباب (المرحلة الجامعية) لتطبيقات ومنصات الكتب الصوتية عبر شبكة الانترنت، والاشباعات المتحققة منها نتيجة هذا الاستخدام، وذلك لرصد أوجه الشبه والاختلاف بين دوافع واشباعات الجمهور وفقاً للمرحلة السنية، وبتطبيق فروض نظرية الاستخدامات والاشباعات.

■ أهمية الدراسة:

١. انتشار الكتب الصوتية بين فئات كثيرة من القراء.
٢. ظهور الكثير من تطبيقات ومنصات الكتب الصوتية عبر شبكة الانترنت.
٣. الاعتماد على نظرية الاستخدامات والاشباعات في الوصول لفهم أكبر للظاهرة.
٤. الوصول إلى نتائج حول الاشباعات المختلفة للجمهور المصري من المراهقين والكبار جراء استخدام تطبيقات ومنصات الكتب الصوتية.
٥. الخروج بنتائج تفيد القائم بالاتصال في تصميم تطبيقات ومنصات الكتب الصوتية بشكل يناسب احتياجات الجمهور.

■ أهداف الدراسة:

١. التعرف على دوافع استخدام الجمهور لتطبيقات ومنصات الكتب الصوتية على شبكة الانترنت.
٢. رصد أنواع اشباعات الجمهور لتطبيقات ومنصات الكتب الصوتية على شبكة الانترنت.
٣. معرفة أساليب الجمهور النشط في التفاعل مع تطبيقات الكتب الصوتية على شبكة الانترنت.
٤. التعرف على مزايا تطبيقات ومنصات الكتب الصوتية من وجهة نظر الجمهور.
٥. رصد أوجه الشبه والاختلاف بين دوافع واشباعات الجمهور (المرحلة الثانوية - الجامعية) لتطبيقات ومنصات الكتب الصوتية.

■ الكتب الصوتية:

مر ظهور الكتاب الصوتي أو المسموع بعدة مراحل، بداية من ظهور الكتاب الإلكتروني Electronic Book، والذي يمكن تعريفه بأنه نص يتاح في شكل رقمي يمكن توزيعه عن طريق الانترنت أو نقله على أي من الوسائط التخزينية المختلفة، ويتم قراءة النص أو الكتاب

من خلال العرض على شاشات خاصة بأجهزة حاسبات إلكترونية، أو أجهزة لوحية بأي صيغة من الصيغ، منها ما قد يكون تفاعلياً أو غير تفاعلي. (رامي عبود داود، ٢٠٠٧).

تعريف الكتاب الصوتي:

بينما يعرف الكتاب الصوتي بأنه نسخة صوتية من كتاب مطبوع، فيها يُستعان بالصوت والمؤثرات الصوتية بدلاً من النص المكتوب. (Binosha & others, 2015)

ويمكن تعريفها أيضاً بأنها تسجيل صوتي لكتاب مكتوب تم نشره مسبقاً، أو متزامناً تم تكوينه بواسطة الراوي، والذي يمكن أن يكون هو المؤلف، أو ممثلاً محترفاً أو هاوياً، أو صوتاً اصطناعياً، وتم نشره وتوزيعه من خلال الانترنت. (Have, Iben & Pedersen, Birgitte,) (2019).

ظهور تطبيقات الكتب الصوتية في المنطقة العربية:

ولقد جاء ظهور الكتب المسموعة في مصر والمنطقة العربية حديثاً، لهذا ستجدها شحيحة بعض الشيء، وربما كانت هناك مبادرات تطوعية لتسجيل الكتب صوتياً ورفعها على منصات مجانية مثل ساوند كلاود ويوتيوب، إلا أن أغلب هذه المبادرات لا يكون لديها حق استغلال هذه الكتب. (محمد محمود، ٢٠١٩)

ولكت أشارت الدراسات إلى أن الكتب الصوتية انتقلت من كونها منتجاً ثانوياً بجانب الكتاب المطبوعة إلى مركز للنشر الرقمي. (Have, Iben & Pedersen, Birgitte,) (2019).

أشهر تطبيقات ومنصات الكتب الصوتية:

ولكن شهدت السنوات الأخيرة تطوراً ملحوظاً وظهور العديد من تطبيقات ومنصات الكتب الصوتية، وتحظى بنسب استخدام كبيرة مقارنة بعدد تحميلاتها داخل مصر، ومن أبرزها تطبيقات (اقرألي) و(ستوريتل) وغيرها، وتقدم تلك التطبيقات الكتب بشكل صوتي، مع إتاحة العديد من الكتب في المجالات المختلفة والمتنوعة باللغتين العربية والانجليزية، ولأعمار سنوية مختلفة بداية من ١٢ عاماً.



شكل رقم (١): نماذج من تطبيقات ومنصات الكتب الصوتية على شبكة الانترنت

وفي ظل التطور المستمر، فالعالم يسير نحو الرقمنة، وكل شيء تحول للصيغة الرقمية: حياتنا، أموالنا، هوياتنا، تذكارات الطيران، كل شيء يتحول إلى "ميجا بايت"، معرفتنا البشرية كذلك تترقن يوماً بعد يوم. (محمد هلال، ٢٠٢١).

مميزات تطبيقات الكتب الصوتية:

تتيح تطبيقات الكتب الصوتية مجموعة من المميزات، من أبرزها ميزات المرونة والتنوع في الكتب الصوتية للأفراد الاستماع إلى المحتوى في أي وقت، كما أن الكتب الصوتية تجعل المحتوى سهل الوصول إليه على الأجهزة الإلكترونية، بغض النظر عن الزمان والمكان. كما تكتسب الكتب الصوتية شعبية بين الأفراد بسبب العديد من الفوائد، مثل الاستماع أثناء التنقل وتعدد المهام. من الأقراص المضغوطة (CDs) والكتب على أشرطة مع مشغلات الوسائط المحمولة في أوائل العقد الأول من القرن الحادي والعشرين إلى الهواتف الذكية التي أصبحت منتشرة في كل مكان في الوقت الحاضر.

ومن المتوقع أن يؤدي ظهور تقنيات التحول الرقمي إلى تحفيز الابتكار في سوق الكتب الصوتية، وأدى دمج التقنيات المتقدمة مثل انترنت الأشياء (IOT) والذكاء الاصطناعي (AI) إلى تسهيل حصول العملاء على الكتب الصوتية، كما استفاد الناشر أيضاً من الشكل الحالي للتكنولوجيا، والذي يسمح لهم بتحويل مادتهم المكتوب فعلياً إلى الملفات الصوتية. (مركز العبيكان للأبحاث والنشر، ٢٠٢٣)

كما تم تحديد عدد من مميزات نشر الكتب صوتيًا بالنسبة للمؤلف، جاء من أبرزها: كسب المزيد من المال، والوصول إلى جمهور أوسع، عدم نفاذ النسخ، إضفاء شكل جديد على القصة أو الكتاب، وإكساب المؤلف الذاتي مصداقية. (Have, Iben & Pedersen, Birgitte, Eftimova, S., et al, Welch, Jazmin, Anderson, Stephanie, Sockel, Adam, Bradshaw, Claire)

عيوب تطبيقات الكتب الصوتية:

يرى دانييل ويلينجهام، أستاذ علم النفس في جامعة فيرجينيا، ومؤلف كتاب "كيف تربي أطفالًا يقرأون"، أن هناك فرقًا جوهريًا بين القراءة من نسخة ورقية، وبين الاستماع إلى قارئ إلكتروني. ففي الكتاب الصوتي والكتاب الإلكتروني يفقد الإنسان القدرة على إحساسه "بالموضوع" داخل الكتاب، عكس النسخة الورقية التي تمكن الإنسان من الشعور بحيزه المكاني داخل الكتاب أو الرواية، الأمر الذي يتفاعل مع الفكرة أو سردية الرواية تفاعلًا إيجابيًا، فمعرفة موقعك من الحكاية يتكامل مع موقعك في وسط صفحات الكتاب، ويحفز الذهن أكثر للتذكر. كما يقول الكاتب حسين الوداعي أن القراءة تعتمد على التوقف، بينما الاستماع يعتمد على الانسياب، وهذا يجعل تجربة الكتاب المسموع متناقضة، فأنت تريد التوقف بعد قراءة فقرة مثيرة للتأمل، للاشتباك، لتكون رأيًا، بينما تجربة الاستماع تدفعك لمتابعة الانسياب مع صوت قارئ الكتاب. (محمد هلال، ٢٠٢١)

دوافع استخدام الجمهور للتطبيقات الصوتية:

أوضح مستخدمو تطبيقات الكتب الصوتية أنها تعد خيار مفضل لهم لأنها تجمع بين القراءة والأنشطة الأخرى، وقد تم التعبير عن ذلك كأمر واقع. على سبيل المثال، استمع أحد الأفراد إلى الكتب الصوتية خلال معظم يوم عمله. ومع ذلك، كان الاكتشاف الأكثر شيوعًا هو الجمع بين الاستماع إلى الكتب الصوتية أثناء أداء مهام عملية خاصة. وكانت ميزة الكتب الصوتية أثناء القيادة أو العمل في الخارج في الحديقة أو داخل المنزل أو أداء مهام بدنية أخرى شائعة بين الأفراد المهتمين بالكتب الصوتية. كما تم استخدام الكتب الصوتية بشكل أكثر فاعلية للنوم أو المشاركة في الأنشطة الاجتماعية مع الأطفال (Spjeldnæs, K., & Karlsen, F, 2023).

كما تبين أن أبرز الدوافع لاستخدام الكتب الصوتية هو "اكتساب المعلومات"، ولكونها "أيسر في سماعها من القراءة التقليدية"، وتبين أن الكتب الصوتية قد جعلت مستمعها أكثر تعاطفًا للقراءة. (مجدي عبد الجواد الجاكي، ٢٠٢١)

■ الإطار النظري: (نظرية الاستخدامات والإشباع)

تعرف نظرية الاستخدامات والإشباع على أنها الأصول الاجتماعية والنفسية للاحتياجات التي تولد توقعات وسائل الإعلام أو غيرها من المصادر، مما يؤدي إلى أنماط مختلفة للتعرض لوسائل الإعلام، لإرضاء هذه الاحتياجات وعواقبها الأخرى في نهاية المطاف". (Yousra Osama Taha, 2020)

وتشير الإشباع التي تم الحصول عليها التي يعاني منها أعضاء الجمهور بالفعل من خلال استخدام وسيلة معينة. وعلى النقيض من ذلك، تشير الإشباع المطلوبة (والتي كثيراً ما يشار إليها أيضاً باسم "الاحتياجات" أو "الدوافع") إلى تلك الإشباع التي يتوقع أعضاء الجمهور الحصول عليها من وسيلة قبل أن يتصلوا بها بالفعل. (Karimi, Leila & others, 2014)

ونظرية الاستخدامات والإشباع هي إحدى نظريات الاتصالات التي تركز على الاتصالات الاجتماعية، وتنص على أن أهم دور لوسائل الإعلام هو تلبية احتياجات ودوافع الجمهور. لذا فكلما تم تلبية هذه الاحتياجات، كلما تحقق المزيد من الارتياح. (Mehrad, Jafar and Pegah Tajer, 2016) وتهدف نظرية الاستخدامات والإشباع للكشف عن كيفية استخدام الأفراد لوسائل الإعلام وذلك لأنهم جمهور نشط، كما تسعى للكشف عن دوافع استخدام وسائل معينة، وتساهم أيضاً في فهم عملية الاتصال الجماهيري. (محمد عبد الحميد، ٢٠١٥)

فروض نظرية الاستخدامات والإشباع:

ولعل الفروض الخمسة التي ذكرها كاتز وزملاؤه هي من أفضل ما ذكر في تلك النظرية، وهي:

- ١) أن جمهور وسائل الإعلام مشاركون فاعلون في عملية الاتصال الجماهيري، ويستخدمون وسائل الاتصال لتحقيق أهداف مقصودة تلبى توقعاتهم.
- ٢) يعبر استخدام وسائل الاتصال عن الحاجات التي يبحث عنها الجمهور، ويتحكم في ذلك عوامل الفروق الفردية، وعوامل التفاعل الاجتماعي، وتنوع الحاجات باختلاف الأفراد.
- ٣) التأكيد على أن الجمهور هو الذي يختار المضمون الذي يُشبع حاجاته، فالأفراد هم الذين يستخدمون وسائل الاتصال وليس العكس.
- ٤) يستطيع الجمهور أن يحدد حاجاته ودوافعه، ومن ثم يختار الوسائل التي تشبع تلك الحاجات.
- ٥) يمكن الاستدلال على المعايير الثقافية السائدة من خلال استخدامات الجمهور لوسائل الاتصال، وليس من خلال محتوى الرسائل فقط.

الاتجاهات الحديثة في نظرية الاستخدامات والإشباعات:

تبلورت الاتجاهات الحديثة في نظرية الاستخدامات والإشباعات في عدة اتجاهات، وهي:

- **الاتجاه الأول:** الجمهور النشط: حيث افترضت بعض النظريات القديمة أن الجمهور متلق سلبي، حتى ظهر مفهوم الجمهور العنيد الايجابي الذي يبحث عما يريد التعرض إليه، ويتحكم في اختيار الوسائل التي تلبى احتياجاته والمضامين التي تحقق اشباعاته، وتم التوصل لبعض العناصر التي حدد نوعية الجمهور النشط وهما (الانتقائية، المنفعية، العمدية، الاستغراق، مناعة التأثير) (أحمد عيساوي، ٢٠١٤).

- **الاتجاه الثاني:** الأصول النفسية والاجتماعية لاستخدامات وسائل الإعلام: هناك مجموعة من المتغيرات الاجتماعية والنفسية التي تؤثر في الرسالة الإعلامية، حيث تتمثل الأصول الاجتماعية في هذه النقاط التالية (مختار و فيق، ٢٠١٤): حالة اجتماعية تنتج عن توترات تؤدي إلى الإلحاح لتطويقها، حالة اجتماعية تخلق الإدراك للمشكلات، وتتطلب الانتباه للمعلومات المتاحة لها، وحالة اجتماعية تقدم فرص حياة حقيقية مسلوبة إشباع حاجات معينة والتي يتم توجيهها إلى وسائل الإعلام إتمام إشباعها.

- **الاتجاه الثالث:** دوافع وحاجات تعرض الجمهور لوسائل الإعلام: تنتج دوافع التعرض لوسائل الإعلام عن الحاجات الأساسية والاجتماعية لأفراد الجمهور، ويؤدي ذلك إلى توقعات يمكن إشباعها من خلال استخدام وسائل الإعلام. (كامل مراد خورشيد، ٢٠١٤) و(كمال الحاج، ٢٠٢٠).

علاقة النظرية بالدراسة:

- اعتمدت الدراسة على نظرية الاستخدامات والإشباعات من خلال السعي نحو تحديد طبيعة دوافع استخدام الجمهور لتطبيقات ومنصات الكتب الصوتية على شبكة الانترنت، وتحديد الأسباب التي تدفعهم لاستخدامها، وذلك من خلال تصنيف دوافع الاستخدام طبقاً للنظرية إلى دوافع (نفعية - طقوسية).
- وتم تصنيف إشباعات الجمهور الناتجة عن استخدامهم لتطبيقات ومنصات الكتب الصوتية، وذلك طبقاً لنظرية الاستخدامات والإشباعات، حيث تم تصنيف الإشباعات إلى: (إشباعات المحتوى، والتي تضم: إشباعات توجيهية - إشباعات اجتماعية)، و(إشباعات

واقترحت عينة الدراسة تحديث واجهة المستخدم وخيارات التنقل والدخول على المحتوى والحصول على المعلومات داخل التطبيق، مع تنسيق مناسب لشكل المحتوى التعليمي يختلف عن شكل الكتاب التقليدي مع دعمه بالصور والفيديوهات.

وطرحت دراسة (Lust, Maia & Laanpere, Mart & Tammets, Preet & Laanpere, Jaak, 2020) نفس المفهوم حول الانتقال من الكتب المطبوعة إلى الكتب الرقمية بإستونيا على ثلاثة مستويات مختلفة، باعتبار أن الكتاب الدراسي التفاعلي قادر على التحقق من استجابات المتعلمين لمهام التعلم، وإعطاء ملاحظات وتقارير فورية للمستخدم. وتم التركيز في الدراسة على تصميم وتطوير وتجريب كتابين دراسيين في الشكل الإلكتروني التفاعلي. وتوصلت الدراسة إلى وجود ردود فعل إيجابية من الطلاب وأعضاء هيئة التدريس بشكل عام، وأوصت الدراسة بتقديم عدد من مقترحات التطوير والتحسين لشكل ومضمون محتوى الكتب الدراسية الإلكترونية.

وكذلك دراسة (Anne W. Hartell, 2018) التي سعت للتعرف على تأثير الكتب الصوتية على تجارب القراءة لدى الطلاب في إحدى المدارس الابتدائية في منطقة ريفية بشمال ولاية ساوث كارولينا، وتم إجراء هذه الدراسة لمعالجة مشكلة عملية أبلغ عنها المعلمون، وهي انخفاض الدافعية والانخراط أثناء القراءة المستقلة في الفصول الدراسية، مما ساهم في تجارب سلبية خلال هذه الجلسات. واعتمدت هذه الدراسة على البحث الإجمالي واستخدمت المقابلات، والمجموعة النقاشية، والاستبيان، كأدوات لجمع البيانات حول تجربة القراءة قبل وبعد إدخال الكتب الصوتية من ثلاثة مصادر.

وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج من أبرزها أن الكتب الصوتية قد تؤثر أو لا تؤثر على تصورات الطلاب عن القراءة، لكن تطبيقها يمكن أن يكون له تأثير إيجابي على تجربة القراءة للطلاب.

نفس الأمر بالنسبة لدراسة (داليا عبد الله، ٢٠١٧)، والتي سعت لمعرفة استخدام طلاب بعض الجامعات المصرية في تخصصات العلوم الاجتماعية والإنسانيات للكتاب الإلكتروني، وتبين من خلال نتائجها: أن النسبة الأكبر من العينة من مستخدمي الكتب الإلكترونية هم من خريجي مدارس اللغات الخاصة في مصر، وذلك بتشجيع مدارس اللغات الخاصة لطلابها على استخدام الأجهزة الإلكترونية في العملية التعليمية.

ويظهر هنا أن النظرة للكتاب الإلكتروني مازالت ينظر لها بشكل مشوش، فالمسألة لا تقتصر على تحويل الكتاب الورقي إلى وسيط إلكتروني فقط، ولكن الأمر يستتبع مزيد من

الاهتمام بخلق حالة من التفاعلية مع المستخدم، من خلال إضافة الوسائط المتعددة المختلفة والعناصر الداعمة لعرض المحتوى النصي، ومن هنا بدأ الحديث حول سميات تطبيقات ومنصات الكتب الصوتية، التي تعتمد في الأساس على تحويل النص المكتوب إلى مقاطع صوتية عبر منصات وتطبيقات تفاعلية مع المستخدم.

فقد تناولت دراسة (Nguyen, H.V., Phan, T.T., Nguyen, H. et al, 2023) كيفية إدراك المستهلكين لقيم استهلاك تطبيقات الكتب الصوتية، بما في ذلك القيمة الوظيفية، والقيمة الاجتماعية، والقيمة العاطفية، والقيمة المعرفية، والقيمة الظرفية. تم جمع البيانات من ١٠٤١ مستهلكاً فينتامياً من خلال استبيان عبر الإنترنت.

أظهرت النتائج أن القيمة الظرفية حصلت على أعلى متوسط نقاط، تلتها القيمة المعرفية ثم العاطفية. ومن الملاحظ أن المستهلكين لديهم تصورات سلبية تجاه القيمة الوظيفية لتطبيقات الكتب الصوتية، خاصة فيما يتعلق بموثوقيتها واتساقها. كما تشير النتائج إلى أن المستهلكين سيكونون أكثر ميلاً لاستخدام تطبيقات الكتب الصوتية إذا تم توفير المزيد من الخصومات والمزايا الترويجية وزيادة عدد الكتب المتاحة في هذه التطبيقات.

كما هدفت دراسة (نسمة محمد فهمي سعد أبو إسماعيل، ٢٠٢٢) إلى استكشاف تطبيقات الكتب المسموعة ومنصاتها وتحليلها، للتعرف على طبيعة الكتب المسموعة وسياسات ناشريها، وتحديد طبيعة مستخدمي تلك التطبيقات/ المنصات، والكشف عن دوافع الاستخدام، ومميزات وعيوب كل تطبيق/ منصة. وتم الاعتماد على المنهج المسحي الميداني، واستخدمت قائمة مراجعة، واستبيان علاوة على المقابلة المقننة كأدوات لجمع البيانات.

وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج منها تعدد تطبيقات الكتب المسموعة ومنصاتها في العالم العربي التي تعمل بنظام تشغيل أندرويد Android ونظام تشغيل IOS وتلك التي تعمل بنظام تشغيل مايكروسوفت، كما تبين تنوع موضوعات تطبيقات الكتب المسموعة ومنصاتها وكان من أكثر الموضوعات تكراراً في غالبية تطبيقات الكتب المسموعة ومنصاتها هي كتب الأطفال، والروايات، والفكر والفلسفة، والسير والتاريخ، وإدارة الأعمال، والقصص. وقد بلغت النسبة الأكبر في احتواء هذه التطبيقات/ المنصات للأعمال الفنية لصالح تطبيق/ منصة (ستوريتل) والتي تحتوي على حوالي ٣٠٠,٠٠٠ عمل بنسبة (٩٨.٦٪). وأوصت الدراسة بضرورة تعاون دور النشر والمكتبات ومراكز المعلومات في إنشاء نسخ صوتية من المواد المطبوعة ذات الأهمية بالنسبة لمستخدميها.

وكذلك سعت دراسة (حميدة حامد السيد إبراهيم، ٢٠٢٢)، إلى التعريف بمفهوم الكتب الصوتية وبيان مدى تأثيرها على الكتب الورقية وتناول تطبيق Stoytel، وعرض لأهم مميزات ومحاولات تواجده على المستوى العالمي، وكذلك حصر الإنتاج الفكري الصوتي للناشرين المصريين على التطبيق وتحليله. واعتمدت الدراسة على المنهج البليوجرافي البليومتري، واستخدمت قائمة بأسماء الناشرين المصريين الذين أتاحوا بعض إصداراتهم في شكل صوتي، وتطبيق Storytel كأدوات لجمع البيانات.

وخرجت الدراسة بمجموعة من النتائج، من أهمها تبين أهمية استخدام الكتب الصوتية في اتجاهات عديدة، والتي تعود بالنفع على المستفيد من الإضافة إلى حصيلته اللغوية ودعمها بمئات المفردات، وتوفير الفرص لتعلم الاستماع النقدي والبناء واستبدال الفهم المرئي للكلمات المكتوبة بالفهم السمعي لها، كما تبين أن عدد الناشرين المصريين الذين تتوافر لهم إصدارات صوتية على Storytel (٣٨) ناشراً، كما بلغ الإنتاج الفكري الصوتي للناشرين المصريين على التطبيق (١٣٧٩) كتاباً. وأوصت الدراسة بزيادة الوعي بآثار الكتب الصوتية في سياق الأسرة والمدرسة، وتوعية الشباب بأهمية الكتب الصوتية وتطبيقاتها باعتبارها أبرز المستجدات التكنولوجية، والعمل على الاستفادة من شبكات التواصل الاجتماعي في سهولة الوصول لها، من والتسويق لها.

كما سعت دراسة (مجدي عبد الجواد الجاكي، ٢٠٢١) إلى تحديد السمات الديموغرافية لمستمعي الكتب الصوتية، إضافة إلى رصد الدوافع العامة والمبررات الخاصة للاستماع للكتاب الصوتية، والمدة التي يقضيها القارئ في سماعه. وتم استخدام استبيان كأداة لجمع البيانات، بالتطبيق على عينة عشوائية قوامها (٦٠٠) مفردة، منهم (٤٨٢) يستمعون للكتب الصوتية. وتوصلت الدراسة إلى أن كلا الجنسين يستمعان للكتب الصوتية، بارتفاع طفيف للإناث، كما تبين أن أكثر المستمعين كانوا من الشباب، وأكثرهم كانت أعمارهم عشرين سنة، كما تبين أن أكثر المستمعين من ذوي المؤهلات الجامعية. وجاءت أبرز الدوافع لاستخدام الكتب الصوتية هو "اكتساب المعلومات"، وكونها "أيسر في سماعها من القراءة التقليدية"، وتبين أن الكتب الصوتية قد جعلت مستمعها أكثر تعطشاً للقراءة.

ويتضح من خلال هذا الاتجاه الجديد في تناول ظاهرة تطبيقات ومنصات الكتب الصوتية، مدى التوسع والتطور في استخدام هذا الوسيط، عن الصورة الذهنية التي ربطت بين الكتب الصوتية وذوي القدرات الخاصة، في قدرتها على توصيل المعلومات لهم بشكل أسهل وأيسر.

وهذا ما طرحته على سبيل المثال دراسة (منال غريب يس المصري، ٢٠٢٣) التي هدفت إلى رصد مدى إفادة الطلاب المكفوفين وضعاف البصر من الاستماع إلى الكتب الصوتية، ورصد الدوافع العامة والمبررات للاستماع للكتب الصوتية.

واعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي الميداني، مستعينة بقائمة المراجعة والمقابلة كأدوات للدراسة، وتوصلت الدراسة إلى أغلب الطلاب ذوي الإعاقة البصرية بجامعة جنوب الوادي يستمعون إلى الكتب الصوتية، وأفاد أكثر من نصف العينة أن الاستماع للكتب الصوتية ساهم في زيادة تحصيلهم الدراسي بنسبة (٥٢٪)، كما تبين أن من أهم المزايا "تحفزي على القراءة والتعلم المستقل دون مساعدة الآخرين".

وكذلك دراسة (سهة بشير أحمد عبد العال، ٢٠٢٢)، والتي سعت لقياس مدى فاعلية استخدام تطبيقات الكتب الصوتية على الهواتف الذكية في تدريس مقرر حقوق الإنسان لطلاب الفرقة الأولى من المعاقين بصرياً بكلية الآداب بجامعة طنطا، وذلك بالاعتماد على تطبيق Sound Book App التي قامت الباحثة بتصميمه، وباستخدام المنهج التجريبي بالاعتماد على الاختبار القبلي والبعدى.

وتوصلت النتائج إلى أن تطبيق الكتاب الصوتي كان له تأثيراً إيجابياً على تنمية الجانب المعرفي لمقرر حقوق الإنسان لدى الطلاب عينة الدراسة، وأوصت الدراسة بضرورة التخطيط لإتاحة المقررات الدراسية للمعاقين بصرياً في شكل تطبيقات للكتب الصوتية على الهواتف الذكية.

التعليق على الدراسات السابقة:

١. قلة الدراسات التي اهتمت بتناول ظاهرة تطبيقات ومنصات الكتب الصوتية في حدود علم الباحث، وذلك سواء للدراسات العربية أو الأجنبية، وربما يمكن تفسير ذلك لحدثة تلك الوسيلة، وانتشارها مؤخراً في اقتحامها للعديد من المجالات، وعدم اقتصار الكتب الصوتية أو الإلكترونية على الجانب التعليمي أو الدراسي فقط.

٢. ظهر هناك عدد من الاتجاهات في الدراسات السابقة التي تناولت تطبيقات ومنصات الكتب الصوتية، فظهرت الدراسات التي تناولت تطبيقات ومنصات الكتب الصوتية من الجانب التعليمي، باعتبارها أداة في تحسين أو تطوير قدرات الطلاب، وهو الاتجاه الذي اتجه فيه المسمى نحو الكتاب الإلكتروني.

أما الاتجاه الثاني فهو يتناول تطبيقات الكتب الصوتية وأدوارها في تعزيز قدرات الجمهور من ذوي القدرات الخاصة أو الاحتياجات الخاصة، مثل المكفوفين على سبيل المثال، وبيان إفادة تلك التطبيقات لتلك الفئات في تعزيز معارفها وتواصلها مع المجتمع بشكل يليق بهم. بينما جاء الاتجاه الثالث المعني بالدراسات التي تناولت دراسة لعدد من تطبيقات ومنصات الكتب الصوتية، وسمات مستخدميها، وهو المسار الذي اختارته الدراسة الحالية.

٣. تبين تطور النظرة للكتب الإلكترونية بالشكل التقليدي من تحويلها إلى مجرد بضعة أوراق بصيغة pdf إلى الكتب الصوتية المدعمة بالوسائط المتعددة، خاصة في ظل ظهور العديد من تطبيقات ومنصات الكتب الصوتية عبر شبكة الانترنت، وارتفاع عدد مستخدميها.

٤. استقادت الدراسة الحالية من الدراسات السابقة في بلورة مشكلة الدراسة ومعرفة ما انتهت إليه الدراسات في مجال تطبيقات الكتب الصوتية.

٥. اختارت الدراسة الحالية المنهج المسحي وأداة الاستبيان باعتبارها الأداة الملائمة لجمع البيانات من خلال اختيار نظرية الاستخدامات والاشباع، علاوة على نقص الدراسات الميدانية في مجال تطبيقات الكتب الصوتية.

■ تساؤلات الدراسة:

- ١) ما معدل استخدام الجمهور لتطبيقات الكتب الصوتية؟
- ٢) ما أكثر تطبيقات الكتب الصوتية التي يفضلها الجمهور عينة الدراسة؟
- ٣) ما دوافع استخدام الجمهور لتطبيقات الكتب الصوتية؟
- ٤) ما درجة تأثير الجمهور بتطبيقات الكتب الصوتية؟
- ٥) ما الاشباع المتحققة لدى الجمهور عينة الدراسة نتيجة استخدام تطبيقات الكتب الصوتية؟

■ فروض الدراسة:

الفرض الأول: توجد علاقة ارتباطية بين دوافع استخدام الجمهور عينة الدراسة لتطبيقات ومنصات الكتب الصوتية وبين الاشباع المتحققة لديهم.

الفرض الثاني: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين معدل استخدام الجمهور عينة الدراسة لتطبيقات ومنصات الكتب الصوتية تبعاً للعوامل الديموجرافية (النوع - المستوى الاقتصادي).

الفرض الثالث: توجد علاقة ارتباطية بين معدل استخدام الجمهور لتطبيقات ومنصات الكتب الصوتية وبين الاشباع المتحققة لديهم.

■ متغيرات الدراسة:

- المتغير المستقل: استخدام تطبيقات ومنصات الكتب الصوتية على شبكة الانترنت.
- المتغير الوسيط: النوع (ذكور، إناث)، السن (المرحلة الثانوية - المرحلة الجامعية)، المستوى التعليمي، المستوى الاقتصادي.
- المتغير التابع: الإشباع المتحققة لدى الجمهور جراء استخدام تطبيقات ومنصات الكتب الصوتية.

■ الإجراءات المنهجية:

(أ) نوع الدراسة ومنهجها:

تنتمي الدراسة إلى الدراسات الوصفية، وتعتمد على منهج المسح الإعلامي.

(ب) تحديد مجتمع الدراسة واختيار العينة:

يتمثل مجتمع الدراسة في الجمهور المستخدم لتطبيقات الكتب الصوتية على شبكة الانترنت. وتمثلت عينة الدراسة في عينة (عمدية) قوامها (٤٠٠) مفردة من الجمهور المصري من مستخدمي تطبيقات ومنصات الكتب الصوتية على شبكة الانترنت، وذلك على النحو التالي:

جدول رقم (١): توزيع عينة الدراسة وفقاً للمتغيرات الديموغرافية

الاجمالي		المرحلة الجامعية		المرحلة الثانوية		الفئات العمرية	
%	ك	%	ك	%	ك	للمتغيرات الديموغرافية	
%٦٧.٨	٢٧١	%٣٥.٨	١٤٣	%٣٢.٠	١٢٨	انثي	النوع
%٣٢.٢	١٢٩	%١٤.٢	٥٧	%١٨.٠	٧٢	ذكر	
%١٠.٠	٤٠	%٥.٠	٢٠	%٥.٠	٢٠	مرتفع	المستوى الاقتصادي
%٨٥.٥	٣٤٢	%٤٢.٠	١٦٨	%٤٣.٥	١٧٤	متوسط	
%٤.٥	١٨	%٣.٠	١٢	%١.٥	٦	منخفض	

(ج) أدوات جمع البيانات:

استمارة استبيان:

تم الاعتماد على استمارة الاستبيان، وتعد إحدى أدوات جمع البيانات في إطار منهج المسح، لجمع بيانات الدراسة الميدانية.

وتم تصميم الاستمارة من إعداد الباحث لتطبيقها على عينة من الجمهور من (المرحلة الثانوية)، والجمهور في المرحلة السنية (المرحلة الجامعية) من مستخدمي تطبيقات ومنصات

الكتب الصوتية، وذلك للتعرف على دوافع استخدامهم لها، والاشباكات المتحققة منها جراء هذا الاستخدام.

وتكونت استمارة الاستبيان من (١٢) سؤالاً بهدف التعرف على دوافع المبحوثين لتطبيقات ومنصات الكتب الصوتية، والاشباكات المتحققة نتيجة هذا الاستخدام، وتم مراعاة تضمين الإطار النظري للدراسة في صياغة الأسئلة، وتقضيات المبحوثين للتطبيقات والمنصات.

وتم مراجعة الأسئلة وتصنيفها لمجموعة محاور بعد الحذف والتعديل بعد الرجوع لملاحظات السادة المحكمين^(٢) ، وذلك على النحو التالي:

المحور الأول: معدل استخدام المبحوثين عينة الدراسة لتطبيقات ومنصات الكتب الصوتية.
المحور الثاني: دوافع استخدام المبحوثين عينة الدراسة لتطبيقات ومنصات الكتب الصوتية.
المحور الثالث: مميزات تطبيقات الكتب والمنصات الصوتية من وجهة نظر المبحوثين عينة الدراسة.
المحور الرابع: مدى تأثير المبحوثين عينة الدراسة باستخدام تطبيقات ومنصات الكتب الصوتية.
المحور الخامس: اشباكات استخدام المبحوثين عينة الدراسة لتطبيقات ومنصات الكتب الصوتية.

د) اختبار الصدق والثبات:

لتحديد درجة صلاحية ومدى الاعتماد على الأداة المستخدمة في قياس استجابات مفردات العينة، قام الباحث باستخدام كلاً من معاملي الصدق والثبات:
تم حساب معامل الثبات (Alpha) لأسئلة الاستقصاء (ما يسمى بمعامل الاعتمادية)، وذلك لبحث مدى الاعتماد على نتائج الدراسة الميدانية في تعميم النتائج وكذلك تم حساب معامل الصدق الذاتي عن طريق إيجاد الجزر التربيعي لمعامل الثبات.

(٢) (*) أسماء السادة المحكمين لاستمارة الاستبيان وفقاً للترتيب الأبجدي في كل درجة:

١- أ.د. اعتماد خلف معبد: أستاذ الإعلام بقسم الإعلام وثقافة الأطفال بكلية الدراسات العليا للطفولة - جامعة عين شمس.

٢- أ.د. حنان اسماعيل يوسف: أستاذ الإعلام بقسم علوم الاتصال والإعلام بكلية الآداب - جامعة عين شمس.

٣- أ.د. هويدا مصطفى: أستاذ الإعلام بكلية الإعلام - جامعة القاهرة.

٤- أ.م.د. شيماء عز الدين: أستاذ الإعلام المساعد - قسم علوم الاتصال والإعلام - كلية الآداب - جامعة عين شمس.

٥- أ.د/ مؤمن جبر عبد الشافي: أستاذ مساعد الإعلام بقسم الإعلام وثقافة الأطفال - كلية الدراسات العليا للطفولة - جامعة عين شمس.

وقام الباحث بإجراء الدراسة على عينة استطلاعية مكونة من (٤٠) مفردة من مجتمع الدراسة، لكي يتم التأكد من وضوح بنود الاستبيان لدي المستقسي منهم، ويوضح الجدول التالي نتائج التحليل الإحصائي الخاصة بحساب كل من درجة المصدقية ومعامل الثبات.

جدول رقم (٢): نتائج صلاحية واعتمادية الأبعاد الخاصة باستبيان الدراسة

م	البعد	معامل كرونباخ ألفا	معامل الصدق الذاتي
١.	معدل استخدام المبحوثين عينة الدراسة لتطبيقات ومنصات الكتب الصوتية	.652	.807
٢.	دوافع استخدام المبحوثين عينة الدراسة لتطبيقات ومنصات الكتب الصوتية	.604	.777
٣.	مميزات تطبيقات الكتب والمنصات الصوتية من وجهة نظر المبحوثين عينة الدراسة	.760	.871
٤.	مدى تأثر المبحوثين عينة الدراسة باستخدام تطبيقات ومنصات الكتب الصوتية	.632	.794
٥.	اشباع استخدام المبحوثين عينة الدراسة لتطبيقات ومنصات الكتب الصوتية	.734	.856

تدل بيانات الجدول رقم (٢) على عدة نتائج؛ من أهمها

- صلاحية صدق جميع ابعاد الاستبانة حيث أكد على ذلك قيم معاملات الصدق التي تراوحت ما بين (٠.٧٧٧ : ٠.٨٧١) وهذا يدل على صلاحية جميع الابعاد.
- أكدت قيم كرو نباخ ألفا على الاعتمادية على هذه الابعاد بشكل كبير حيث تراوحت قيم معامل الثبات Cronbach's Alpha ما بين (٠.٦٠٤ : ٠.٧٦٠) مما يعكس درجة عالية من ثبات أبعاد الاستبانة الدراسة.

الأساليب والمعاملات الإحصائية المستخدمة:

تم استخدام عدد من المعاملات والمقاييس الإحصائية، وهي:

- **التوزيعات التكرارية:** لتحديد عدد التكرارات، والنسبة المئوية للتكرار التي تتحصل عليه كل إجابة، منسوبا إلى إجمالي التكرارات، وذلك لتحديد الأهمية النسبية لكل إجابة ويعطي صورة أولية عن إجابة أفراد مجتمع الدراسة على العبارات المختلفة.
- **الثبات:** للتأكد من أن الاختبار قادرٌ على أن يحقق دائما النتائج نفسها في حالة تطبيقه مرتين على نفس المجموعة.
- **المتوسط الحسابي:** يستعمل لتحديد درجة تركز إجابات المبحوثين عن كل فقرة، حول درجات المقياس، وذلك لمعرفة مدى توفر متغيرات كل محور من محاور الدراسة.

- المتوسط الحسابي المرجح أو الموزون.
- الانحراف المعياري: يستخدم الانحراف المعياري لقياس تشتت الإجابات ومدى انحرافها عن متوسطها الحسابي.
- اختبار تي (Independent Sample T – Test): لتحديد معنوية الفروق فيما بين المتغيرات الديموغرافية ثنائية الإجابة وبعض متغيرات الدراسة.
- اختبار التباين الأحادي: لتحديد معنوية الفروق فيما بين المتغيرات الديموغرافية وبعض متغيرات الدراسة.
- الاختبارات البعدية Post Hoc Tests بطريقة أقل فرق معنوي Least Significance Difference والمعروف بـ L.S.D لمعرفة مصدر التباين بين المجموعات التي يؤكد تحليل التباين علي وجود فرق بينها.
- معامل ارتباط سبيرمان Spearman's rho لدراسة شدة واتجاه العلاقة الارتباطية بين متغيرين من متغيرات الدراسة.
- وقد تم قبول نتائج الاختبارات الإحصائية عند درجة ثقة ٩٥٪ فأكثر، أي عند مستوى معنوية ٠.٠٥ فأقل.
- **نتائج الدراسة:**

١. معدل استخدام المبحوثين عينة الدراسة لتطبيقات ومنصات الكتب الصوتية:

جدول رقم (٣): معدل استخدام المبحوثين عينة الدراسة لتطبيقات ومنصات الكتب الصوتية

الاجمالي		المرحلة الجامعية		المرحلة الثانوية		الفئات العمرية معدل استخدام المبحوثين عينة الدراسة لتطبيقات ومنصات الكتب الصوتية
ك	%	ك	%	ك	%	
199	49.8%	97	24.2%	102	25.5%	دائمًا
150	37.5%	78	19.5%	72	18.0%	أحيانًا
51	12.8%	25	6.2%	26	6.5%	نادرًا
400	100%	200	100%	200	100%	الاجمالي

تشير بيانات الجدول السابق إلى الآتي:

تبين أن جمهور المبحوثين يستخدم تطبيقات ومنصات الكتب الصوتية بمعدل (دائمًا)، وذلك في الترتيب الأول بنسبة مئوية بلغت (٤٩.٨٪).

وفي الترتيب الثاني جاء الجمهور ممن يستخدمون تطبيقات ومنصات الكتب الصوتية بمعدل (أحياناً)، وذلك بنسبة (٣٧.٥٪)، فيما جاء الباحثين ممن يستخدمون تطبيقات ومنصات الكتب الصوتية بمعدل (نادراً) في الترتيب الثالث والأخير، بنسبة مئوية بلغت (١٢.٨٪). كما أشارت النتائج التفصيلية إلى الاتفاق بين الباحثين في المرحلتين الثانوية والجامعية في معدلات الاستخدام، وعدم وجود فوارق لصالح فئة على حساب الأخرى.

٢. عدد الساعات التي يقضيها الباحثين عينة الدراسة في الاستماع لتطبيقات ومنصات الكتب الصوتية:

جدول رقم (٤): عدد الساعات التي يقضيها الباحثين عينة الدراسة في الاستماع لتطبيقات ومنصات الكتب الصوتية

الاجمالي		المرحلة الجامعية		المرحلة الثانوية		الفئات العمرية
ك	%	ك	%	ك	%	
٢٤٨	٦٢.٠٪	١٢٦	٣١.٥٪	١٢٢	٣٠.٥٪	عدد الساعات أقل من ساعة
١٥٢	٣٨.٠٪	٧٤	١٨.٥٪	٧٨	١٩.٥٪	من ساعة إلى ساعتين
400	100%	200	100%	200	100%	الاجمالي

تشير بيانات الجدول السابق إلى الآتي:

تبين أن جمهور الباحثين يقضون (أقل من ساعة) في الاستماع لتطبيقات ومنصات الكتب الصوتية في المرة الواحدة، وذلك في الترتيب الأول بنسبة مئوية بلغت (٦٢٪). وفي الترتيب الثاني جاء الباحثين ممن يقضون (من ساعة إلى ساعتين) بنسبة مئوية بلغت (٣٨٪).

واختلفت نتيجة الدراسة الحالية مع نتيجة دراسة (مجدي الجاكي، ٢٠٢١) والتي أشارت إلى أن المدة التي يقضيها القارئ في سماع الكتاب الصوتي (حسب الوقت المتاح) في الترتيب الأول بنسبة (٤١.٧٠٪)، وفي الترتيب الثاني جاء مدة (٣٠ دقيقة) بنسبة (١٩.٧٠٪). ويرى الباحث أن تصدر الفترة الزمنية (أقل من ساعة) ربما لأن الاستماع للكتب الصوتية غالباً ما يتم أثناء قيام الأفراد ببعض الأعمال الأخرى مثل القيادة أو إنجاز بعض المهام المنزلية، علاوة على أن الاستماع لفترة طويلة قد يسبب نوع من أنواع التشتت وفقدان التركيز.

٣. الأوقات التي يفضلها المبحوثين عينة الدراسة لاستخدام تطبيقات ومنصات الكتب الصوتية فيها:

جدول رقم (٥): الأوقات التي يفضلها المبحوثين عينة الدراسة لاستخدام تطبيقات ومنصات الكتب الصوتية فيها

الاجمالي		المرحلة الجامعية		المرحلة الثانوية		الفئات العمرية	الأوقات
%	ك	%	ك	%	ك		
%٧٨.٥	٣١٤	%٣٤.٨	١٣٩	%٤٣.٨	١٧٥		الفترة المسائية
%١٩.٧	٧٩	%١٣.٨	٥٥	%٦.٠	٢٤		الفترة الصباحية
%١.٨	٧	%١.٥	٦	%٠.٢	١		فترة الظهيرة
100%	400	100%	200	100%	200		الاجمالي

تشير بيانات الجدول السابق إلى الآتي:

يفضل جمهور المبحوثين (الفترة المسائية) في الاستماع لتطبيقات ومنصات الكتب الصوتية، وذلك في الترتيب الأول بنسبة مئوية بلغت (%٧٨.٥). وفي الترتيب الثاني جاء الجمهور ممن يفضل (الفترة الصباحية) في الاستماع لتطبيقات ومنصات الكتب الصوتية، وذلك بنسبة مئوية بلغت (%١٩.٧)، فيما جاء الجمهور ممن يفضل (فترة الظهيرة) في الاستماع لتطبيقات ومنصات الكتب الصوتية في الترتيب الثالث والأخير، وذلك بنسبة مئوية بلغت (%١.٨).

واختلفت نتيجة الدراسة الحالية مع نتيجة دراسة (مجدي الجاكي، ٢٠٢١) جزئيًا، والتي أشارت إلى أنه (لا يوجد وقت معين) في سماع الكتاب الصوتي، وذلك في الترتيب الأول بنسبة (%٦١.٤٠)، وفي الترتيب الثاني جاءت فترة (في المساء) بنسبة (%18.80)، وجاءت فترة (قبل النوم) في الترتيب الثالث، ثم (الفترة الصباحية) في الترتيب الرابع، وجاءت (فترة الظهيرة) في الترتيب الخامس والأخير.

٤. أهم الوسائل الذي يفضل المبحوثين عينة الدراسة لاستخدام تطبيقات ومنصات الكتب الصوتية من خلالها:

جدول رقم (٦): أهم الوسائل الذي يفضل المبحوثين عينة الدراسة لاستخدام تطبيقات ومنصات الكتب الصوتية من خلالها

الاجمالي		المرحلة الجامعية		المرحلة الثانوية		الفئات العمرية الوسائل
%	ك	%	ك	%	ك	
96.0%	384	48.0%	192	48.0%	192	الموبايل
13.2%	53	6.8%	27	6.5%	26	الآي باد
13.0%	52	7.0%	28	6.0%	24	اللاب توب
4.0%	16	2.5%	10	1.5%	6	الكمبيوتر المكتبي
400		200		200		الاجمالي

تشير بيانات الجدول السابق إلى الآتي:

جاء (الموبايل) في صدارة الوسائل التي يفضل المبحوثين عينة الدراسة الاعتماد عليها في استخدام تطبيقات ومنصات الكتب الصوتية، وذلك بنسبة مئوية بلغت (٩٦٪). وفي الترتيب الثاني جاء وسيلة (الآي باد) بنسبة مئوية (١٣.٢٪)، تلاها (اللاب توب) في الترتيب الثالث بنسبة (١٣٪)، فيما جاء (الكمبيوتر المكتبي) في الترتيب الرابع والأخير بنسبة مئوية بلغت (٤٪).

واتفقت نتيجة الدراسة الحالية مع نتيجة دراسة (مجدي الجاكي، ٢٠٢١) والتي أشارت إلى أن (الهاتف المحمول) جاء في مقدمة أجهزة الاستماع للكتب الصوتية، بينما اختلفت في أن (اللاب توب) جاءت في الترتيب الثاني، ثم (التابلت) جاء في الترتيب الثالث، بينما جاء (الكمبيوتر المكتبي) في الترتيب الرابع.

ويرى الباحث أن انتشار الموبايل وملازمته للأفراد طوال الوقت يعزز من استخدامه بشكل أكبر من أي وسيلة أخرى، خاصة وأن تطبيقات الكتب الصوتية يمكن استخدامها من خلال تشغيل وضع القيادة، وهو الأمر الذي يزيد من فترات استخدامه.

٥. أهم المجالات التي يفضلها المبحوثين عينة الدراسة للاستماع إليها من تطبيقات

ومنصات الكتب الصوتية:

جدول رقم (٧): أهم المجالات التي يفضلها المبحوثين عينة الدراسة للاستماع إليها من تطبيقات

ومنصات الكتب الصوتية

الاجمالي		المرحلة الجامعية		المرحلة الثانوية		الفئات العمرية المجالات
%	ك	%	ك	%	ك	
61.8%	247	30.8%	123	31.0%	124	الأدب والروايات
50.2%	201	25.8%	103	24.5%	98	علم النفس
49.8%	199	24.8%	99	25.0%	100	مجال الرعب
25.2%	101	12.8%	51	12.5%	50	اللغات
25.0%	100	13.0%	52	12.0%	48	التنمية البشرية
13.0%	52	7.0%	28	6.0%	24	المجال التعليمي
13.0%	52	6.5%	26	6.5%	26	المجال الديني
12.0%	48	6.0%	24	6.0%	24	المرأة
11.8%	47	5.8%	23	6.0%	24	العلوم
6.2%	25	3.2%	13	3.0%	12	المجال السياسي
400		200		200		الاجمالي

تشير بيانات الجدول السابق إلى الآتي:

جاء مجال (الأدب والروايات) في صدارة المجالات التي يفضل المبحوثين الاستماع إليها من تطبيقات ومنصات الكتب الصوتية على شبكة الانترنت، وذلك بنسبة مئوية بلغت (٦١.٨%).

وفي الترتيب الثاني جاء مجال (علم النفس) بنسبة (٥٠.٢%)، تلاه (مجال الرعب) في الترتيب الثالث بنسبة (٤٩.٨%)، فيما جاء مجال (اللغات) في الترتيب الرابع بنسبة (٢٥.٢%). وحل مجال (التنمية البشرية) في الترتيب الخامس بنسبة (٢٥%)، تلاه (المجال التعليمي) في الترتيب السادس بنسبة (١٣%)، ثم مجال (المرأة) في الترتيب السابع بنسبة (١٢%)، ومجال (العلوم) في الترتيب الثامن بنسبة (١١.٨%)، بينما جاء (المجال السياسي) في الترتيب التاسع والأخير بنسبة (٦.٢%).

واتفقت نتيجة الدراسة الحالية مع نتيجة دراسة (مجدي الجاكي، ٢٠٢١) والتي أشارت إلى أن مجال (الروايات) جاء في مقدمة التخصصات الموضوعية لمؤلفي الكتب الصوتية المسموع لهم مؤخرًا، وذلك بنسبة مئوية بلغت (٥٧.٦٪). وهو الأمر الذي أشارت له دراسة (نسمة أبو إسماعيل، ٢٠٢٢)، والتي أوضحت إلى أن أكثر الموضوعات تكرارًا في غالبية تطبيقات الكتب المسموعة ومنصاتاتها هي كتب الأطفال، والروايات، والفكر والفلسفة، والسير والتاريخ، وإدارة الأعمال، والقصص. ويرى الباحث أن التنوع الكبير في المضامين في تطبيقات ومنصات الكتب الصوتية سواء باللغة العربية أو الأجنبية يعزز من انتشار تلك التطبيقات بين المستويات العمرية المختلفة من الجمهور.

٦. أهم تطبيقات ومنصات الكتب الصوتية التي يفضلها المبحوثين عينة الدراسة استخدامها:

جدول رقم (٨): أهم تطبيقات ومنصات الكتب الصوتية التي يفضلها المبحوثين عينة الدراسة استخدامها

الاجمالي		المرحلة الجامعية		المرحلة الثانوية		الفئات العمرية
%	ك	%	ك	%	ك	
61.8%	247	30.2%	121	31.5%	126	تطبيق اقرألي
37.0%	148	18.5%	74	18.5%	74	تطبيق Storytel
25.0%	100	12.0%	48	13.0%	52	تطبيق Freed Audiobooks
13.2%	53	6.8%	27	6.5%	26	تطبيق Audible مسموع
13.0%	52	7.0%	28	6.0%	24	تطبيق القراءة العربية والكتب الصوتية
12.0%	48	5.5%	22	6.5%	26	تطبيق Librivox Audio Books
12.0%	48	6.0%	24	6.0%	24	تطبيق منطوق
6.0%	24	3.0%	12	3.0%	12	تطبيق كتب صوتية إسلامية.
5.0%	20	2.5%	10	2.5%	10	تطبيق رفوف.
400		200		200		الاجمالي

تشير بيانات الجدول السابق إلى الآتي:

جاء تطبيق (اقرألي) في صدارة تطبيقات ومنصات الكتب الصوتية التي يفضلها المبحوثين عينة الدراسة، وذلك بنسبة مئوية بلغت (٦١.٨٪). وفي الترتيب الثاني جاء تطبيق (Storytel) بنسبة (٣٧٪)، تلاه تطبيق (Freed Audiobooks) في الترتيب الثالث بنسبة (٢٥٪).

وحل تطبيق (Audible مسموع) في الترتيب الرابع بنسبة (١٣.٢٪)، ثم تطبيق (القراءة العربية والكتب الصوتية) في الترتيب الخامس بنسبة (١٣٪)، وتقاسم في الترتيب السادس كل من تطبيقي (Librivox Audio Books) و(منطوق) بنسبة (١٢٪) لكل منهما، وجاء تطبيق (كتب صوتية إسلامية) في الترتيب السابع بنسبة (٦٪)، فيما جاء تطبيق (رفوف) في الترتيب الثامن بنسبة مئوية بلغت (٥٪).

ومن الملاحظ ارتفاع عدد المستخدمين لتلك التطبيقات تحديداً، وذلك من خلال ملاحظة الباحث، فمن خلال مراجعة APP Store تبين أن تلك التطبيقات تلائم المرحلة السنوية ١٢ سنة فيما فوق، كما تمتعت بنسب تحميل مرتفعة تبدأ من مليون مرة تحميل وتصل في بعض التطبيقات إلى ١٠٠ مليون مرة تحميل.

٧. دوافع استخدام المبحوثين عينة الدراسة لتطبيقات ومنصات الكتب الصوتية:

جدول رقم (٩): دوافع استخدام المبحوثين عينة الدراسة لتطبيقات ومنصات الكتب الصوتية (ن = ٢٠٠)

المرحلة الثانوية											
الترتيب	نسبة الأهمية	الاتجاه	انحراف معياري	متوسط	معارض		محايد		موافق		مدى الموافقة دوافع الاستخدام
					%	ك	%	ك	%	ك	
2	92.00%	موافق	.42815	2.7600	0.0%	0	24.0%	48	76.0%	152	لكي أحصل من خلالها على خبرات جديدة.
1	96.00%	موافق	.32578	2.8800	0.0%	0	12.0%	24	88.0%	176	لأتعرف على معلومات حول الموضوعات التي اهتم بها.
	96.00%	موافق	.32578	2.8800	0.0%	0	12.0%	24	88.0%	176	لسهولة استخدامها.
4	82.33%	موافق	.71530	2.4700	13.0%	26	27.0%	54	60.0%	120	لعدم استطاعتي من القراءة بالشكل التقليدي.
5	71.67%	محايد	.92291	2.1500	36.0%	72	13.0%	26	51.0%	102	للهرب من المشكلات

المرحلة الثانوية											
الترتيب	نسبة الالهمية	الاتجاه	انحراف معياري	متوسط	معارض		محايد		موافق		مدي الموافقة دوافع الاستخدام
					%	ك	%	ك	%	ك	
1	96.00%	موافق	.32578	2.8800	0.0%	0	12.0%	24	88.0%	176	للترفيه والتسلية.
3	87.33%	موافق	.48660	2.6200	0.0%	0	38.0%	76	62.0%	124	للتخلص من الملل والفراغ.
6	63.33%	محايد	.59309	1.9000	23.0%	46	64.0%	128	13.0%	26	لانتشارك مع من حولي في استخدام الكتب الصوتية.
			موافق	.30666	2.5675	الاجمالي المتوسط العام					

تابع جدول رقم (٩): دوافع استخدام المبحوثين عينة الدراسة لتطبيقات ومنصات الكتب الصوتية (ن = ٢٠٠)

المرحلة الجامعية											
الترتيب	نسبة الالهمية	الاتجاه	انحراف معياري	متوسط	معارض		محايد		موافق		مدي الموافقة دوافع الاستخدام
					%	ك	%	ك	%	ك	
3	91.50%	موافق	.43695	2.7450	0.0%	0	25.5%	51	74.5%	149	لكي أحصل من خلالها على خبرات جديدة.
2	95.67%	موافق	.33715	2.8700	0.0%	0	13.0%	26	87.0%	174	لأتعرف على معلومات حول الموضوعات التي اهتم بها.
1	95.83%	موافق	.33155	2.8750	0.0%	0	12.5%	25	87.5%	175	لسهولة استخدامها.
5	83.83%	موافق	.70872	2.5150	12.5%	25	23.5%	47	64.0%	128	لعدم استطاعتي القراءة بالشكل التقليدي.
6	70.00%	محايد	.93508	2.1000	39.0%	78	12.0%	24	49.0%	98	للهرب من المشكلات

المرحلة الجامعية											
الترتيب	نسبة الأهمية	الاتجاه	انحراف معياري	متوسط	معارض		محايد		موافق		مدى الموافقة دوافع الاستخدام
					%	ك	%	ك	%	ك	
2	95.67%	موافق	.33715	2.8700	0.0%	0	13.0%	26	87.0%	174	للترفيه والتسلية.
4	87.50%	موافق	.48534	2.6250	0.0%	0	37.5%	75	62.5%	125	للتخلص من الملل والفراغ.
7	62.00%	محايد	.61013	1.8600	26.5%	53	61.0%	122	12.5%	25	لأنتشارك مع من حولي في استخدام الكتب الصوتية.
					الإجمالي المتوسط العام						
					٢.٥٥٧٥	٣٠.٨٩٥٠	موافق				

تشير بيانات الجدول السابق إلى الآتي:

بالنسبة لجمهور المرحلة الثانوية: تقاسمت دوافع (لأتعرف على معلومات حول الموضوعات التي اهتم بها)، (سهولة استخدامها)، و(للترفيه والتسلية) صدارة دوافع استخدام الباحثين عينة الدراسة في المرحلة السنية من ١٥ لأقل من ١٨ سنة لتطبيقات ومنصات الكتب الصوتية، وذلك بمتوسط حسابي بلغ (٢.٨٨) لكل منهم.

وفي الترتيب الثاني جاء دافع (لكي أحصل من خلالها على خبرات جديدة) بمتوسط حسابي (٢.٧٦)، تلاه دافع (للتخلص من الملل والفراغ) في الترتيب الثالث بمتوسط (٢.٦٢)، تلاه دافع (لعدم استطاعتي من القراءة بالشكل التقليدي) في الترتيب الرابع بمتوسط (٢.٤٧). وفي الترتيب الخامس جاء دافع (للهرب من المشكلات) بمتوسط (٢.١٥)، ثم دافع (لأنتشارك مع من حولي في استخدام الكتب الصوتية) في الترتيب السادس والأخير بمتوسط (١.٩٠).

بالنسبة لجمهور المرحلة الجامعية: جاء دافع (سهولة استخدامها) في مقدمة دوافع استخدام الباحثين عينة الدراسة في المرحلة السنية أكبر من ١٨ سنة لتطبيقات ومنصات الكتب الصوتية، وذلك بمتوسط حسابي بلغ (٢.٨٧٥).

وتقاسم دافعي (لأتعرف على معلومات حول الموضوعات التي اهتم بها) و(للترفيه والتسلية) الترتيب الثاني، بمتوسط حسابي بلغ (٢.٨٧٠) لكل منهما، تلاه دافع (لكي أحصل

من خلالها على خبرات جديدة) في الترتيب الثالث بمتوسط حسابي (٢.٧٤)، ثم دافع (للتخلص من الملل والفراغ) في الترتيب الرابع بمتوسط (٢.٦٢).

وحل دافع (لعدم استطاعتي القراءة بالشكل التقليدي) في الترتيب الخامس بمتوسط (٢.٥١)، تلاه دافع (للهرب من المشكلات) في الترتيب السادس بمتوسط (٢.١٠)، فيما جاء دافع (لأتشارك مع من حولي في استخدام الكتب الصوتية) في الترتيب السابع والأخير بمتوسط حسابي بلغ (١.٨٨).

واتفقت نتيجة الدراسة الحالية مع نتيجة دراسة (مجدي الجاكي، ٢٠٢١)، والتي أشارت إلى أن أكثر الدوافع العامة لاستماع الكتب الصوتية هو "اكتساب المعلومة"، وذلك بنسبة مئوية بلغت (٤٥.٨٪)، وجاءت في الترتيب الثاني "استثمار الوقت" بنسبة مئوية بلغت (٤٠.٤٪). وبشكل عام هذا يتفق أيضًا مع تصدر الدوافع النفعية في استخدام تطبيقات ومنصات الكتب الصوتية في الدراسة الحالية.

من هنا نستطيع توضيح متوسطات دوافع استخدام المبحوثين عينة الدراسة لتطبيقات ومنصات الكتب الصوتية من خلال محورين كما يستعرضها الجدول التالي:

جدول رقم (١٠): متوسطات درجات دوافع استخدام المبحوثين عينة الدراسة لتطبيقات ومنصات الكتب الصوتية

المرحلة الجامعية					المرحلة الثانوية					دوافع استخدام المبحوثين عينة الدراسة لتطبيقات الكتب الصوتية
الترتيب	الأهمية النسبية	الاتجاه	الانحراف المعياري	متوسط	الترتيب	الأهمية النسبية	الاتجاه	الانحراف المعياري	متوسط	
1	91.71%	موافق	.21921	2.7512	1	91.58%	موافق	.21412	2.7475	الدوافع النفعية
2	78.79%	موافق	.48908	2.3637	2	79.58%	موافق	.48258	2.3875	الدوافع الطقوسية
		موافق	.30895	2.5575			موافق	.30666	2.5675	متوسط العام الإجمالي

تشير بيانات الجدول السابق إلى الآتي:

تبين أن (الدوافع النفعية) جاءت في مقدمة دوافع استخدام الجمهور (المرحلة الثانوية - المرحلة الجامعية) لتطبيقات ومنصات الكتب الصوتية، بينما جاءت (الدوافع الطقوسية) في الترتيب الثاني بالنسبة لهم.

حيث أشارت النتائج التفصيلية إلى أن الجمهور في المرحلة السنية (الثانوية)، تبني (الدوافع النفعية) في استخدامه لتطبيقات ومنصات الكتب الصوتية على شبكة الانترنت، وذلك في الترتيب الأول بمتوسط حسابي بلغ (٢.٧٤)، بينما جاءت (الدوافع الطقوسية) في الترتيب الثاني بمتوسط حسابي (٢.٣٨).

وكذلك تبني الجمهور في المرحلة السنية (الجامعية) (الدوافع النفعية) في استخدامه لتطبيقات ومنصات الكتب الصوتية على شبكة الانترنت، وذلك في الترتيب الأول بمتوسط حسابي بلغ (٢.٧٥)، بينما جاءت (الدوافع الطقوسية) في الترتيب الثاني بمتوسط حسابي (٢.٣٦).

ويرى الباحثة أن ارتفاع نسبة الدوافع النفعية يرجع إلى طبيعة الوسيلة وحدائتها بشكل كبير، ورغبة الجمهور في الاستفادة من التقنية الحديثة في الاستماع للكتب دون عناء القراءة والاستفادة من الاستماع لها أثناء القيام بأعمال أخرى، وبالتالي يمكن تفسير هذا الارتفاع لصالح الدوافع الطقوسية.

٨. تفضيلات المبحوثين لطبيعة استخدامهم لتطبيقات ومنصات الكتب الصوتية:

جدول رقم (١١): تفضيلات المبحوثين لطبيعة استخدامهم لتطبيقات ومنصات الكتب الصوتية

الاجمالي		المرحلة الجامعية		المرحلة الثانوية		الفئات العمرية الاشخاص
%	ك	%	ك	%	ك	
97.0%	388	48.0%	192	49.0%	196	بمفردي.
2.0%	8	1.0%	4	1.0%	4	مع الأصدقاء.
1.0%	4	1.0%	4	0.0%	0	مع الأهل.
100%	400	100%	200	100%	200	الاجمالي

تشير بيانات الجدول السابق إلى الآتي:

يفضل جمهور المبحوثين عينة الدراسة استخدام تطبيقات ومنصات الكتب الصوتية على شبكة الانترنت (بمفردهم)، وذلك في الترتيب الأول بنسبة مئوية بلغت (٩٧٪). وفي الترتيب الثاني جاء المبحوثين الذين يفضلون استخدام تطبيقات ومنصات الكتب الصوتية على شبكة الانترنت (مع الأصدقاء)، وذلك بنسبة (٢٪)، فيما جاء المبحوثين ممن يفضلون استخدام تطبيقات ومنصات الكتب الصوتية (مع الأهل) في الترتيب الثالث والأخير، وذلك بنسبة مئوية بلغت (١٪).

٩. مميزات تطبيقات ومنصات الكتب الصوتية من وجهة نظر المبحوثين عينة

الدراسة:

جدول رقم (١٢): مميزات تطبيقات ومنصات الكتب الصوتية من وجهة نظر المبحوثين عينة الدراسة (ن = ٢٠٠)

المرحلة الثانوية											
الترتيب	نسبة الاهمية	الاتجاه	انحراف معياري	متوسط	لا		أحيانا		دائما		مدي الموافقة مميزات
					%	ك	%	ك	%	ك	
1	100.00%	دائما	٣.٠٠٠٠٠	%٠.٠٠	٠	%٠.٠٠	٠	%١٠٠.٠٠	٢٠٠	امكانية التنقل بها.
	100.00%	دائما	٣.٠٠٠٠٠	%٠.٠٠	٠	%٠.٠٠	٠	%١٠٠.٠٠	٢٠٠	إمكانية التوقف والاستمرار في أي وقت.
٢	96.00%	دائما	٣٢٥٧٨.	٢.٨٨٠٠٠	%٠.٠٠	٠	%١٢.٠٠	٢٤	%٨٨.٠٠	١٧٦	إمكانية التحميل والتشغيل بدون

المرحلة الثانوية

الترتيب	نسبة الاهمية	الاتجاه	انحراف معياري	متوسط	لا		أحيانا		دائما		مدي الموافقة مميزات
					%	ك	%	ك	%	ك	
											انترنت.
٢	96.00%	دائما	٣٢٥٧٨.	٢.٨٨٠٠	%٠.٠٠	٠	%١٢.٠٠	٢٤	%٨٨.٠٠	١٧٦	الصوت المميز للراوي.
٢	96.00%	دائما	٣٢٥٧٨.	٢.٨٨٠٠	%٠.٠٠	٠	%١٢.٠٠	٢٤	%٨٨.٠٠	١٧٦	استخدام مؤثرات صوتية.
					الاجمالي المتوسط العام						
					٢.٩٢٨٠			١٩٥٤٧.	دائما		

تابع جدول رقم (١٢) توزيع عينة الدراسة وفقاً ودوافع استخدام المبحوثين عينة الدراسة لتطبيقات الكتب الصوتية

المرحلة الجامعية

الترتيب	نسبة الاهمية	الاتجاه	انحراف معياري	متوسط	لا		أحيانا		دائما		مدي الموافقة مميزات
					%	ك	%	ك	%	ك	
١	100.00%	دائما	٠.٠٠٠٠٠	٣,٠٠٠٠	0.0%	0	0.0%	0	100.0%	٢٠٠	إمكانية التنقل بها.
	100.00%	دائما	٠.٠٠٠٠٠	٣,٠٠٠٠	0.0%	0	0.0%	0	%١٠٠,٠	٢٠٠	إمكانية التوقف والاستمرار في أي وقت.
٢	95.67%	دائما	٣٣٧١٥.	٢,٨٧٠٠	0.0%	0	%١٣,٠	٢٦	%٨٧,٠	١٧٤	إمكانية التحميل

المرحلة الجامعية											
الترتيب	نسبة الأهمية	الاتجاه	انحراف معياري	متوسط	لا		أحيانا		دائما		مدي الموافقة مميزات
					%	ك	%	ك	%	ك	
											والتشغيل بدون انترنت.
٢	95.67%	دائما	٣٣٧١٥.	٢,٨٧٠٠	0.0%	0	13.0%	26	٪٨٧,٠	١٧٤	الصوت المميز للراوي.
٢	95.67%	دائما	٣٣٧١٥.	٢,٨٧٠٠	0.0%	0	13.0%	26	٪٨٧,٠	١٧٤	استخدام مؤثرات صوتية.
				٢.٩٢٢٠	الاجمالي المتوسط العام						
				٢٠.٢٢٩.	دائما						

تشير بيانات الجدول السابق إلى الآتي:

بالنسبة للفئة السنية من ١٥ لأقل من ١٨ سنة: تقاسمت ميزتي (إمكانية التنقل بها) و(إمكانية التوقف والاستمرار في أي وقت) صدارة مميزات تطبيقات ومنصات الكتب الصوتية من وجهة نظر المبحوثين عينة الدراسة، وذلك بمتوسط حسابي بلغ (٣) لكل منهما. وتقاسمت مميزات (إمكانية التحميل والتشغيل بدون انترنت) و(الصوت المميز للراوي) و(استخدام المؤثرات الصوتية) الترتيب الثاني على الترتيب، وذلك بمتوسط حسابي بلغ (٢.٨٨) لكل منهم.

بالنسبة للفئة السنية أكبر من ١٨ سنة: تقاسمت ميزتي (إمكانية التنقل بها) و(إمكانية التوقف والاستمرار في أي وقت) صدارة مميزات تطبيقات ومنصات الكتب الصوتية من وجهة نظر المبحوثين عينة الدراسة، وذلك بمتوسط حسابي بلغ (٣) لكل منهما.

وتقاسمت مميزات (إمكانية التحميل والتشغيل بدون انترنت) و(الصوت المميز للراوي) و(استخدام المؤثرات الصوتية) الترتيب الثاني على الترتيب، وذلك بمتوسط حسابي بلغ (٢.٨٧) لكل منهم.

ويمكن تفسير بعض المميزات من خلال سهولة التنقل بها، مثل قيام بعض الأفراد باستخدام الكتب الصوتية أثناء القيادة، وهو الخيار التي تتيحه عدد من التطبيقات تحت اسم

(وضع القيادة)، كذلك توجد إمكانية تحميل الكتب الصوتية والاستماع إليها لاحقًا بدون انترنت، وهو الأمر الذي يتطلب اشتراك الجمهور في التطبيق أو المنصة. وفيما يخص صوت الراوي، تحظى تلك الميزة بتفضيل لدى قطاع كبير من الجمهور، وقد أشارت نتيجة دراسة (Nguyen, H.V., Phan, T.T., Nguyen, H. et al, 2023) إلى تلك المسألة، حيث أوضحت إحدى المبحوثات أنها تقوم باختيار الكتب الصوتية عبر التطبيق وفقًا لصوت الراوي الذي تفضله.

١٠. مدى تأثير المبحوثين عينة الدراسة باستخدام تطبيقات ومنصات الكتب الصوتية:

جدول رقم (١٣): مدى تأثير المبحوثين عينة الدراسة باستخدام تطبيقات ومنصات الكتب الصوتية

الاجمالي		المرحلة الجامعية		المرحلة الثانوية		الفئات العمرية
ك	%	ك	%	ك	%	
349	87.2%	175	43.8%	174	43.5%	مدى التأثير باستخدام تطبيقات ومنصات الكتب الصوتية
51	12.8%	25	6.2%	26	6.5%	تأثير إلى حد ما
400	100%	200	100%	200	100%	تأثير بشكل كبير
الاجمالي		الاجمالي		الاجمالي		الاجمالي

تشير بيانات الجدول السابق إلى الآتي:

تبين أن جمهور المبحوثين عينة الدراسة يتأثر (إلى حد ما) باستخدامه لتطبيقات ومنصات الكتب الصوتية على شبكة الانترنت، وذلك بنسبة مئوية بلغت (٨٧.٢٪). وفي الترتيب الثاني جاء المبحوثين ممن يتأثرون (بشكل كبير)، وذلك بنسبة مئوية بلغت (١٢.٨٪).

ويمكن تفسير معدلات التأثير بدرجة الإشباع الناتجة عن عملية استخدام تطبيقات ومنصات الكتب الصوتية، حيث تنوعت الإشباعات سواء على مستوى اشباع المحتوى واستفادة الجمهور من الموضوعات المطروحة والمقدمة عبر تطبيقات ومنصات الكتب الصوتية، نفس الأمر من خلال اشباعات عملية الاتصال، وقدرة الوسيلة الممثلة في التطبيقات والمنصات الرقمية في جذب انتباه الجمهور بمختلف مراحل السنية لما تقدمه من

أدوات جذابة في عملية تقديم المحتوى من خلال اختيار الرواة المناسبين في قراءة الكتب، أو استخدام بعض المؤثرات الصوتية المصاحبة للنص المسموع، علاوة على إتاحة عدد من الأشكال التفاعلية بين الوسيلة والجمهور.

١.١ مستوى تفاعل الباحثين عينة الدراسة مع تطبيقات ومنصات الكتب الصوتية:

جدول رقم (١٤): مستوى تفاعل الباحثين عينة الدراسة مع تطبيقات ومنصات الكتب الصوتية

الاجمالي		المرحلة الجامعية		المرحلة الثانوية		الفئات العمرية مستويات التفاعل
%	ك	%	ك	%	ك	
37.8%	151	18.8%	75	19.0%	76	تحميل الكتاب الصوتي
37.0%	148	19.5%	78	17.5%	70	لا تفاعل
25.2%	101	11.8%	47	13.5%	54	الاشتراك في التطبيق أو المنصة
100%	400	100%	200	100%	200	الاجمالي

تشير بيانات الجدول السابق إلى الآتي:

جاء (تحميل الكتاب الصوتي) في صدارة مستويات تفاعل الباحثين عينة الدراسة مع تطبيقات ومنصات الكتب الصوتية، وذلك بنسبة مئوية بلغت (٣٧.٨%).

وفي الترتيب الثاني جاء الباحثين ممن (لا يتفاعلون) بنسبة مئوية بلغت (٣٧%)، فيما جاء (الاشتراك في التطبيق أو المنصة) في الترتيب الثالث والأخير، بنسبة مئوية بلغت (٢٥.٢%).

١.٢ اشباع استخدام الباحثين عينة الدراسة لتطبيقات ومنصات الكتب الصوتية:

جدول رقم (١٥): اشباع استخدام الباحثين عينة الدراسة لتطبيقات ومنصات الكتب الصوتية (ن=٢٠٠)

المرحلة الثانوية											
الترتيب	نسبة الأهمية	الاتجاه	الانحراف المعياري	متوسط	معارض		محايد		موافق		مدى الموافقة الاشباع المحققة
					%	ك	%	ك	%	ك	
٢	88.33%	موافق	.47817	2.6500	0.0%	0	35.0%	70	65.0%	130	حصلت على خبرات جديدة بعد استخدام تطبيقات

المرحلة الثانوية												
الترتيب	نسبة الاهمية	الاتجاه	الانحراف المعياري	متوسط	معارض		محايد		موافق		مدى الموافقة الاشباكات المحققة	
					%	ك	%	ك	%	ك		
												ومنصات الكتب الصوتية.
١	92.33%	موافق	.42189	2.7700	0.0%	0	23.0%	46	77.0%	154		تعرفت على الأنواع المختلفة من الأدب والثقافة.
٧	75.67%	موافق	.44507	2.2700	0.0%	0	73.0%	146	27.0%	54		اكتسبت بعض المفردات اللغوية وكيفية نطقها بشكل صحيح.
٢	88.33%	موافق	.47817	2.6500	0.0%	0	35.0%	70	65.0%	130		حصات على معلومات كافية عن المضامين التي تقدمها تطبيقات ومنصات الكتب الصوتية.
٢	88.33%	موافق	.47817	2.6500	0.0%	0	35.0%	70	65.0%	130		استخدام

المرحلة الثانوية												
الترتيب	نسبة الاهمية	الاتجاه	الانحراف المعياري	متوسط	معارض		محايد		موافق		مدى الموافقة الاشباع المحققة	
					%	ك	%	ك	%	ك		
											تطبيقات ومنصات الكتب الصوتية ساهم في نظرتي للمجتمع بشكل مختلف.	
٧	75.67%	محايد	.44507	2.2700	0.0%	0	73.0%	146	27.0%	54	استقدت من متابعة تطبيقات ومنصات الكتب الصوتية في علاقتي مع الأخرين.	تقييمات اشباع
٦	79.67%	موافق	.48897	2.3900	0.0%	0	61.0%	122	39.0%	78	أتناقش مع أصدقائي حول مضامين تطبيقات ومنصات الكتب الصوتية التي أسمعها.	

المرحلة الثانوية											
الترتيب	نسبة الاهمية	الاتجاه	الانحراف المعياري	متوسط	معارض		محايد		موافق		مدى الموافقة الاشباكات المحققة
					%	ك	%	ك	%	ك	
٧	75.67%	محايد	.83702	2.2700	25.0%	50	23.0%	46	52.0%	104	أتواصل مع المهتمين بتطبيقات ومنصات الكتب الصوتية عبر الانترنت.
٣	84.33%	موافق	.50035	2.5300	0.0%	0	47.0%	94	53.0%	106	أقوم بحكي ما أسمعه عبر تطبيقات ومنصات الكتب الصوتية لأفراد أسرتي.
٥	80.00%	موافق	.49113	2.4000	0.0%	0	60.0	120	40.0	80	أستطيع أن أدير نقاش حول مضامين تطبيقات ومنصات الكتب الصوتية بسبب متابعتي المستمرة لها.

المرحلة الثانوية												
الترتيب	نسبة الاهمية	الاتجاه	الانحراف المعياري	متوسط	معارض		محايد		موافق		مدى الموافقة	
					%	ك	%	ك	%	ك	الاشباع المحققة	
٢	88.33%	موافق	.47817	2.6500	0.0%	0	35.0%	70	65.0%	130	الاستماع لتطبيقات ومنصات الكتب الصوتية يحقق لي الشعور بالترفيه والتسلية.	
١٠	66.00%	محايد	.72264	1.9800	27.0%	54	48.0%	96	25.0%	50	استخدام تطبيقات ومنصات الكتب الصوتية طريقة جيدة للهروب من المشكلات.	
١٢	58.33%	محايد	.67063	1.7500	38.0%	76	49.0%	98	13.0%	26	أشعر بالقلق بعد الاستماع لبعض مضامين بعض تطبيقات ومنصات الكتب الصوتية.	

اشباع عملي الاتصال
اشباع شبه توجيهية

المرحلة الثانوية											
الترتيب	نسبة الاهمية	الاتجاه	الانحراف المعياري	متوسط	معارض		محايد		موافق		مدى الموافقة الاشباكات المحققة
					%	ك	%	ك	%	ك	
١١	62.33%	محايد	.61235	1.8700	26.0%	52	61.0%	122	13.0%	26	أتخلص من التوتر بعد الاستماع لتطبيقات ومنصات كتب الصوتية
٤	84.00%	موافق	.50085	2.5200	0.0%	0	48.0%	96	52.0%	104	أشعر بالتميز بعد استخدام تطبيقات ومنصات الكتب الصوتية.
٩	70.33%	محايد	.80069	2.1100	27.0%	54	35.0%	70	38.0%	76	أميل إلى الجلوس وحيذاً بعد الاستماع إلى تطبيقات ومنصات الكتب الصوتية
٦	79.67%	موافق	.48897	2.3900	0.0%	0	61.0%	122	39.0%	78	اتأثر ببعض الشخصيات التي أستمع

المرحلة الثانوية											
الترتيب	نسبة الاهمية	الاتجاه	الانحراف المعياري	متوسط	معارض		محايد		موافق		مدى الموافقة الاشباع المحققة
					%	ك	%	ك	%	ك	
											لهافي تطبيقات ومنصات الكتب الصوتية.
٢	88.33%	موافق	.47817	2.6500	0.0%	0	35.0%	70	65.0%	130	أسعى لمعرفة المزيد عن بعض المعلومات المقدمة في تطبيقات ومنصات الكتب الصوتية.
٨	71.00%	محايد	.79767	2.1300	26.0%	52	35.0%	70	39.0%	78	متابعة تطبيقات ومنصات الكتب الصوتية تغني عن التواصل مع الآخرين.
٣	88.00%	موافق	.48120	2.6400	0.0%	0	36.0%	72	64.0%	128	استماعي لتطبيقات ومنصات الكتب

المرحلة الثانوية											
الترتيب	نسبة الأهمية	الاتجاه	الانحراف المعياري	متوسط	معارض		محايد		موافق		مدى الموافقة الإشباع المحققة
					%	ك	%	ك	%	ك	
											الصوتية يساعدني على التخيل.
				2.3770	.31242	الإجمالي المتوسط العام					

تابع جدول رقم (١٥): اشباع استخدام المبحوثين عينة الدراسة لتطبيقات ومنصات الكتب الصوتية (ن = ٢٠٠).

المرحلة الجامعية											
الترتيب	نسبة الأهمية	الاتجاه	انحراف معياري	متوسط	معارض		محايد		موافق		مدى الموافقة الإشباع المحققة
					%	ك	%	ك	%	ك	
٢	87.00%	موافق	.48897	2.6100	0.0%	0	39.0%	78	61.0%	122	حصلت على خبرات جديدة بعد استخدام تطبيقات ومنصات الكتب الصوتية.
١	91.17%	موافق	.44244	2.7350	0.0%	0	26.5%	53	73.5%	147	تعرفت على الأنواع المختلفة من الأدب والثقافة.
٦	74.67%	موافق	.42815	2.2400	0.0%	0	76.0%	152	24.0%	48	اكتسبت بعض المفردات اللغوية وكيفية نطقها بشكل صحيح.
٢	87.00%	موافق	.48897	2.6100	0.0%	0	39.0%	78	61.0%	122	حصلت

المرحلة الجامعية

الترتيب	نسبة الاهمية	الاتجاه	انحراف معياري	متوسط	معارض		محايد		موافق		مدي الموافقة الاشباكات المحققة
					%	ك	%	ك	%	ك	
											على معلومات كافية عن المضامين التي تقدمها تطبيقات ومنصات الكتب الصوتية.
٢	87.00%	موافق	.48897	2.6100	0.0%	0	39.0%	78	61.0%	122	استخدام تطبيقات ومنصات الكتب الصوتية ساهم في نظرتي للمجتمع بشكل مختلف.
٦	74.67%	موافق	.42815	2.2400	0.0%	0	76.0%	152	24.0%	48	استفدت من متابعة تطبيقات ومنصات الكتب الصوتية ففي علاقاتي مع الأخرين.
٥	78.83%	موافق	.48264	2.3650	0.0%	0	63.5%	127	36.5%	73	أتناقش مع أصدقائي حول مضامين تطبيقات ومنصات الكتب الصوتية التي أسمعها.
٦	74.83%	موافق	.82363	2.2450	24.5%	49	26.5%	53%	49.0%	98	أتواصل مع المهتمين بتطبيقات ومنصات

الاشباكات الاجتماعية

المرحلة الجامعية												
الترتيب	نسبة الاهمية	الاتجاه	انحراف معياري	متوسط	معارض		محايد		موافق		مدى الموافقة الاشباع المحققة	
					%	ك	%	ك	%	ك		
											الكتب الصوتية عبر الانترنت.	
٤	82.83%	موافق	.50103	2.4850	0.0%	0	51.5%	103	48.5%	97	أقوم بحكي ما أسمعه عبر تطبيقات ومنصات الكتب الصوتية لأفراد أسرتي.	
٥	78.83%	موافق	.48264	2.3650	0.0%	0	63.5%	127	36.5%	73	أستطيع أن أدير نقاش حول مضامين تطبيقات ومنصات الكتب الصوتية بسبب متابعتي المستمرة لها.	
٢	87.00%	موافق	.48897	2.6100	0.0%	0	39.0%	78	61.0%	122	الاستماع لتطبيقات ومنصات الكتب الصوتية يحق لي الشعور بالترفيه والتسلية.	
٩	67.00%	محايد	.70168	2.0100	24.0%	48	51.0%	102	25.0%	50	استخدام تطبيقات ومنصات الكتب الصوتية طريقة جيدة للهرب من المشكلات.	اشباع عملي الاتصال اشباعا شبه توجيهية

المرحلة الجامعية

الترتيب	نسبة الاهمية	الاتجاه	انحراف معياري	متوسط	معارض		محايد		موافق		مدي الموافقة الاشباكات المحققة
					%	ك	%	ك	%	ك	
١١	58.50%	محايد	.66118	1.7550	37.0%	74	50.5%	101	12.5%	25	أشعر بالقلق بعد الاستماع لبعض مضامين بعض تطبيقات ومنصات الكتب الصوتية.
١٠	62.83%	محايد	.59459	1.8850	24.0%	48	51.0%	102	25.0%	50	أتخلص من التوتر بعد الاستماع لتطبيقات ومنصات كتب الصوتية
٣	83.00%	موافق	.50115	2.4900	0.0%	0	51.0%	102	49.0%	98	أشعر بالتميز بعد استخدام تطبيقات ومنصات الكتب الصوتية.
٧	71.00%	محايد	.77206	2.1300	24.0	48	39.0%	78	37.0%	74	أميل إلى الجلوس وحيثًا بعد الاستماع إلى تطبيقات ومنصات الكتب الصوتية
٥	78.83%	موافق	.48264	2.3650	0.0%	0	63.5%	127	36.5%	73	أثر ببعض الشخصيات التي أستمع لها في تطبيقات ومنصات الكتب الصوتية.
٢	87.00%	موافق	.48897	2.6100	0.0%	0	39.0%	78	61.0%	122	أسعى

الاشباكات شبه الاجتماعية

المرحلة الجامعية											
الترتيب	نسبة الاهمية	الاتجاه	انحراف معياري	متوسط	معارض		محايد		موافق		مدى الموافقة الإشباع المحققة
					%	ك	%	ك	%	ك	
											لمعرفة المزيد عن بعض المعلومات المقدمة في تطبيقات ومنصات الكتب الصوتية.
٨	70.67%	محايد	.77369	2.1200	24.5	49	39.0%	78	36.5	73	متابعة تطبيقات ومنصات الكتب الصوتية تغنيني عن التواصل مع الأخرين.
٢	87.00%	موافق	.48897	2.6100	0.0%	0	39.0%	78	61.0%	122	استماعي لتطبيقات ومنصات الكتب الصوتية يساعدني على التخيل.
الاجمالي المتوسط العام											

تشير بيانات الجدول السابق إلى الآتي:

بالنسبة للمرحلة الثانوية: جاء إشباع (تعرفت على الأنواع المختلفة من الأدب والثقافة) في صدارة إشباع استخدام المبحوثين عينة الدراسة لتطبيقات ومنصات الكتب الصوتية على شبكة الانترنت، وذلك بمتوسط حسابي بلغ (٢.٧٧).

ونقاسم في الترتيب الثاني كل من (حصلت على خبرات جديدة بعد استخدام تطبيقات ومنصات الكتب الصوتية)، (حصلت على معلومات كافية عن المضامين التي تقدمها تطبيقات ومنصات الكتب الصوتية)، (استخدام تطبيقات ومنصات الكتب الصوتية ساهم في نظرتي للمجتمع بشكل مختلف)، (الاستماع لتطبيقات ومنصات الكتب الصوتية يحقق لي الشعور

بالترفيه والتسلية)، و(أسعى لمعرفة المزيد عن بعض المعلومات المقدمة في تطبيقات ومنصات الكتب الصوتية)، وذلك بمتوسط حسابي بلغ (٢.٦٥) لكل منهم.

وجاء كل من إشباعي (أقوم بحكي ما أسمع عبر تطبيقات ومنصات الكتب الصوتية لأفراد أسرتي)، و(استماعي لتطبيقات ومنصات الكتب الصوتية يساعدني على التخيل) في الترتيب الثالث، وذلك بمتوسط حسابي بلغ (٢.٦٤) لكل منهما، تلاهم إشباع (أشعر بالتميز بعد استخدام تطبيقات ومنصات الكتب الصوتية) في الترتيب الرابع بمتوسط (٢.٥٢)، ثم (أستطيع أن أدير نقاش حول مضامين تطبيقات ومنصات الكتب الصوتية بسبب متابعتي المستمرة لها). في الترتيب الخامس بمتوسط (٢.٤٠). وجاء في الترتيب السادس كل من (أتناقش مع أصدقائي حول مضامين تطبيقات ومنصات الكتب الصوتية التي أسمعها)، و(تأثر ببعض الشخصيات التي أستمع لها في تطبيقات ومنصات الكتب الصوتية) بمتوسط حسابي بلغ (٢.٣٩) لكل منهما، تلاهم كل من إشباعات (اكتسبت بعض المفردات اللغوية وكيفية نطقها بشكل صحيح)، (استفدت من متابعة تطبيقات ومنصات الكتب الصوتية في علاقاتي مع الآخرين)، (أتواصل مع المهتمين بتطبيقات ومنصات الكتب الصوتية عبر الانترنت) في الترتيب السابع، بمتوسط حسابي بلغ (٢.٢٧) لكل منهم.

وجاء إشباع (متابعة تطبيقات ومنصات الكتب الصوتية تغنيني عن التواصل مع الآخرين) في الترتيب الثامن بمتوسط (٢.١٣)، تلاه (أميل إلى الجلوس وحيداً بعد الاستماع إلى تطبيقات ومنصات الكتب الصوتية) في الترتيب التاسع بمتوسط (٢.١١)، ثم (استخدام تطبيقات ومنصات الكتب الصوتية طريقة جيدة للهروب من المشكلات) في الترتيب العاشر بمتوسط (١.٩٨)، وحل إشباع (أتخلص من التوتر بعد الاستماع لتطبيقات ومنصات كتب الصوتية) في الترتيب الحادي عشر بمتوسط (١.٨٧)، فيما جاء إشباع (أشعر بالقلق بعد الاستماع لبعض مضامين بعض تطبيقات ومنصات الكتب الصوتية) في الترتيب الثاني عشر والأخير، بمتوسط حسابي (١.٧٥).

بالنسبة للمرحلة الجامعية: جاء إشباع (تعرفت على الأنواع المختلفة من الأدب والثقافة) في صدارة إشباعات استخدام المبحوثين عينة الدراسة لتطبيقات ومنصات الكتب الصوتية على شبكة الانترنت، وذلك بمتوسط حسابي بلغ (٢.٧٣).

ونقاسم في الترتيب الثاني كل من (حصلت على خبرات جديدة بعد استخدام تطبيقات ومنصات الكتب الصوتية)، (حصلت على معلومات كافية عن المضامين التي تقدمها تطبيقات

ومنصات الكتب الصوتية)، (استخدام تطبيقات ومنصات الكتب الصوتية ساهم في نظرتي للمجتمع بشكل مختلف)، (الاستماع لتطبيقات ومنصات الكتب الصوتية يحقق لي الشعور بالترفيه والتسلية)، (أسعى لمعرفة المزيد عن بعض المعلومات المقدمة في تطبيقات ومنصات الكتب الصوتية)، و(استماعي لتطبيقات ومنصات الكتب الصوتية يساعدني على التخيل) وذلك بمتوسط حسابي بلغ (٢.٦١) لكل منهم.

وجاء إشباع (أشعر بالتميز بعد استخدام تطبيقات ومنصات الكتب الصوتية)، في الترتيب الثالث، وذلك بمتوسط حسابي بلغ (٢.٤٩) تلاهم إشباع (أقوم بحكي ما أسمع عبر تطبيقات ومنصات الكتب الصوتية لأفراد أسرتي) في الترتيب الرابع بمتوسط (٢.٤٨)، ثم تقاسمت إشباعات (أتناقش مع أصدقائي حول مضامين تطبيقات ومنصات الكتب الصوتية التي أسمعها)، (أستطيع أن أدير نقاش حول مضامين تطبيقات ومنصات الكتب الصوتية بسبب متابعتي المستمرة لها)، و(تأثر ببعض الشخصيات التي أستمع لها في تطبيقات ومنصات الكتب الصوتية). الترتيب الخامس، وذلك بمتوسط حسابي بلغ (٢.٣٦). وجاء في الترتيب السادس كل من (اكتسبت بعض المفردات اللغوية وكيفية نطقها بشكل صحيح)، (استقدت من متابعة تطبيقات ومنصات الكتب الصوتية في علاقاتي مع الآخرين)، و(أتواصل مع المهتمين بتطبيقات ومنصات الكتب الصوتية عبر الانترنت)، وذلك بمتوسط حسابي بلغ (٢.٢٤) لكل منهم، تلاهم (أميل إلى الجلوس وحيداً بعد الاستماع إلى تطبيقات ومنصات الكتب الصوتية) في الترتيب السابع، بمتوسط حسابي بلغ (٢.١٣).

وجاء إشباع (متابعة تطبيقات ومنصات الكتب الصوتية تغنيني عن التواصل مع الآخرين) في الترتيب الثامن بمتوسط (٢.١٢)، تلاه (استخدام تطبيقات ومنصات الكتب الصوتية طريقة جيدة للهروب من المشكلات) في الترتيب التاسع بمتوسط (٢.٠١)، ثم (أتخلص من التوتر بعد الاستماع لتطبيقات ومنصات كتب الصوتية) في الترتيب العاشر بمتوسط (١.٨٨)، وحل إشباع (أشعر بالقلق بعد الاستماع لبعض مضامين بعض تطبيقات ومنصات الكتب الصوتية) في الترتيب الحادي عشر بمتوسط (١.٧٥).

واتفقت نتيجة الدراسة الحالية مع نتيجة دراسة (حميدة حامد السيد إبراهيم، ٢٠٢٢)، والتي أشارت إلى أهمية استخدام الكتب الصوتية في اتجاهات عديدة، والتي تعود بالنفع على المستفيد من الإضافة إلى حصيلته اللغوية ودعمها بمئات المفردات.

من هنا نستطيع توضيح متوسطات اشباكات استخدام المبحوثين عينة الدراسة لتطبيقات ومنصات الكتب الصوتية من خلال محورين وكل محور مقسم إلي جزئين كما يستعرضها الجدول التالي :

جدول رقم(١٦) متوسطات درجات اشباكات استخدام المبحوثين عينة الدراسة لتطبيقات ومنصات الكتب الصوتية

المرحلة الجامعية					المرحلة الثانوية					اشباكات استخدام المبحوثين عينة الدراسة لتطبيقات ومنصات الكتب الصوتية
الترتيب	الأهمية النسبية	الاتجاه	أنحراف معياري	متوسط	الترتيب	الأهمية النسبية	الاتجاه	أنحراف معياري	متوسط	
1	85.37%	موافق	.40978	2.5610	1	86.60%	موافق	.40150	2.5980	اشباكات التوجيهية
2	78.00%	موافق	.44201	2.3400	2	79.07%	موافق	.45104	2.3720	اشباكات اجتماعية
		موافق	.37510	2.4505			موافق	.37628	2.4850	متوسط العام لاشباكات المحتوى
2	71.67%	محايد	.41029	2.1500	2	71.80%	محايد	.41174	2.1540	اشباكات شبه توجيهية
1	78.90%	موافق	.39585	2.3670	1	79.47%	موافق	.39462	2.3840	اشباكات شبه اجتماعية
		محايد	.33374	2.2585			محايد	.33481	2.2690	متوسط العام لاشباكات عملية الاتصال
		موافق	.31348	2.3545			موافق	.31242	2.3770	متوسط العام الإجمالي

تشير بيانات الجدول السابق إلى الآتي:

تبين أن (اشباعات المحتوى) جاءت في مقدمة الاشباعات المتحققة نتيجة استخدام الجمهور (المرحلة الثانوية - المرحلة الجامعية) لتطبيقات ومنصات الكتب الصوتية، بينما جاءت (اشباعات عملية الاتصال) في الترتيب الثاني بالنسبة لهم. حيث أشارت النتائج التفصيلية إلى أن الجمهور في المرحلة السنية (المرحلة الثانوية)، تحققت لديه (اشباعات المحتوى) نتيجة استخدامه لتطبيقات ومنصات الكتب الصوتية على شبكة الانترنت، وذلك في الترتيب الأول بمتوسط حسابي بلغ (٢.٤٨)، بينما جاءت (اشباعات عملية الاتصال) في الترتيب الثاني بمتوسط حسابي (٢.٢٦). وكذلك تحقق لدى الجمهور في المرحلة السنية (المرحلة الجامعية) (اشباعات المحتوى) نتيجة استخدامه لتطبيقات ومنصات الكتب الصوتية على شبكة الانترنت، وذلك في الترتيب الأول بمتوسط حسابي بلغ (2.4٥)، بينما جاءت (اشباعات عملية الاتصال) في الترتيب الثاني بمتوسط حسابي (٢.٢٥).

ومن خلال ما سبق يتبين أنه يوجد اتفاق ما بين ترتيب الدوافع والاشباعات للجمهور (في المرحلة السنية الثانوية - والمرحلة الجامعية) فيما يخص تطبيقات ومنصات الكتب الصوتية، ويمكن ملاحظة ذلك من خلال:

أولاً: الاتفاق بين جمهور المرحلتين الثانوية والجامعية في اختيار الدوافع النفعية في الترتيب الأول يليه الدوافع الطقوسية، ويمكن تفسير ذلك بحدثة الوسيلة التي تعد تطويراً للكتب بشكلها التقليدي، علاوة على وضوح الهدف الأساسي للكتب سواء كانت مطبوعة أو صوتية وهو تحقيق الفائدة والمنفعة، وبالتالي لم تظهر اختلافات جوهرية بين المراحل السنية في ترتيب دوافع عملية الاستخدام.

ثانياً: الاتفاق أيضاً بين جمهور المرحلتين الثانوية والجامعية في طبيعة الاشباعات المتحققة لديهم نتيجة استخدام تطبيقات ومنصات الكتب الصوتية، فجاءت (اشباعات المحتوى) في مقدمة اشباعاتهم، تلتها (اشباعات عملية الاتصال)، وهو الأمر الذي يتوافق بالتبعية مع طبيعة الدوافع النفعية التي تهدف في عملية الاستخدام للأساس للوصول إلى المحتوى الذي يريدون التعرف عليه، والاستزادة منه كل حسب ما يفضله، وهو الأمر الذي يشير إلى استفادة الكتب بالشكل الأمثل من الوسيلة، فالتطبيقات والمنصات الإلكترونية الرقمية استطاعت تقديم الإفادة الحقيقية للكتب دون التوغل على المحتوى أو إضفاء جوانب سلبية عليه، وهو الأمر الذي تبين من خلال إجابات المبحوثين واستجاباتهم.

نتائج اختبار صحة فروض الدراسة:

الفرض الأول: توجد علاقة ارتباطية بين دوافع استخدام الجمهور عينة الدراسة لتطبيقات ومنصات الكتب الصوتية وبين الاشباعات المتحققة لديهم.

قام الباحث بالتحقق من هذا الفرض من خلال حساب معامل ارتباط سيرمان بين دوافع استخدام الجمهور عينة الدراسة لتطبيقات ومنصات الكتب الصوتية وبين الاشباعات المتحققة لديهم حسب الفئات العمرية، ويوضح الجدول التالي مصفوفة الارتباط ومستوى معنوية.

جدول (١٧) معامل ارتباط سيرمان بين دوافع استخدام الجمهور عينة الدراسة لتطبيقات ومنصات الكتب الصوتية وبين الاشباعات المتحققة لديهم حسب الفئات العمرية

الاشباعات المتحققة لديهم	دوافع استخدام الجمهور عينة الدراسة لتطبيقات ومنصات الكتب الصوتية		المتغيرات		
.796**	1	معامل ارتباط سيرمان	دوافع استخدام الجمهور عينة الدراسة لتطبيقات ومنصات الكتب الصوتية	المرحلة الثانوية	
		المعنوية			
.000	.796**	معامل ارتباط سيرمان	الاشباعات المتحققة لديهم		
		المعنوية			
1	.784**	معامل ارتباط سيرمان	دوافع استخدام الجمهور عينة الدراسة لتطبيقات ومنصات الكتب الصوتية		المرحلة الجامعية
		المعنوية			
.784**	1	معامل ارتباط سيرمان	الاشباعات المتحققة لديهم		
		المعنوية			
.000	.784**	معامل ارتباط سيرمان	الاشباعات المتحققة لديهم		
		المعنوية			

* تدل على معنوية معامل الارتباط عند مستوى معنوية ٠.٠٠٥.

تدل بيانات الجدول رقم (١٧) على عدة نتائج؛ من أهمها:

- وجود علاقة ارتباطية بين دوافع استخدام الجمهور عينة الدراسة لتطبيقات ومنصات الكتب الصوتية وبين الاشباعات المتحققة لديهم حسب الفئات العمرية، حيث أن مستوى المعنوية أقل من ٥% وهذا يدل على وجود علاقة ارتباطية بين دوافع استخدام الجمهور عينة الدراسة لتطبيقات ومنصات الكتب الصوتية وبين الاشباعات المتحققة لديهم حسب الفئات العمرية.

- وجود علاقة ارتباطية قوية بين دوافع استخدام الجمهور عينة الدراسة لتطبيقات ومنصات الكتب الصوتية وبين الاشباعات المتحققة لديهم حسب الفئات العمرية.

الفرض الثاني: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين معدل استخدام الجمهور عينة الدراسة لتطبيقات ومنصات الكتب الصوتية تبعاً للعوامل الديموجرافية (النوع -المستوي الاقتصادي).
لاختبار معنوية الفرق بين متوسط آراء فئتي الدراسة (ذكور، اناث)، تم استخدام اختبار Independent T- test لقياس الفروق بين فئتي الدراسة حول معدل استخدام الجمهور عينة الدراسة لتطبيقات الكتب الصوتية حسب الفئات العمرية، يعرض جدول رقم (١٨) نتائج هذا الاختبار.

جدول (١٨) اختبارات للمقارنة بين فئتي الدراسة (ذكور، اناث) وبين معدل استخدام الجمهور عينة الدراسة لتطبيقات ومنصات الكتب الصوتية حسب الفئات العمرية

Sig.	T test	اناث		ذكور		البُعد	
		الانحراف المعياري	المتوسط	الانحراف المعياري	المتوسط	المرحلة الثانوية	معدل استخدام الجمهور عينة الدراسة لتطبيقات ومنصات الكتب الصوتية
*.000	5.905	.65939	2.4219	.51882	1.8889	المرحلة الثانوية	معدل استخدام الجمهور عينة الدراسة لتطبيقات ومنصات الكتب الصوتية
*.000	7.094	.65786	2.4545	.41131	1.7895	المرحلة الجامعية	معدل استخدام الجمهور عينة الدراسة لتطبيقات ومنصات الكتب الصوتية

تدل على معنوية اختبارات عند مستوي معنوية ٠.٠٠٥.

تدل بيانات الجدول رقم (١٨) على عدة نتائج؛ من أهمها:

توجد فروق ذات دلالة احصائية بين فئتي الدراسة (ذكور، اناث) حول معدل استخدام الجمهور عينة الدراسة لتطبيقات ومنصات الكتب الصوتية الفئة العمرية (من ١٥ لأقل من ١٨ سنة)، بقيمة (ت= ٥.٩٠٥) عند مستوي معنوية= ٠.٠٠٠٠ حيث أن مستوي المعنوية أقل من ٠.٠٠٥ ونستخلص من هذا أن هناك اختلاف بين النوع حول معدل استخدام الجمهور عينة الدراسة لتطبيقات ومنصات الكتب الصوتية الفئة العمرية (من ١٥ لأقل من ١٨ سنة) وذلك لصالح فئة الاناث حيث بلغ المتوسط الحسابي = ٢.٤٢١٩، بينما بلغ الفئة العمرية (أكبر من ١٨ سنة)، بقيمة (ت= ٧.٠٩٤) عند مستوي معنوية= ٠.٠٠٠٠ حيث أن مستوي المعنوية أقل من ٠.٠٠٥ ونستخلص من هذا أن هناك اختلاف بين النوع حول معدل استخدام الجمهور عينة الدراسة لتطبيقات الكتب الصوتية الفئة العمرية (أكبر من ١٨ سنة) وذلك لصالح فئة الاناث حيث بلغ المتوسط الحسابي = ٢.٤٥٤٥.

➤ حسب المستوى الاقتصادي

ولإختبار معنوية الفرق بين متوسط المستوى الاقتصادي، تم استخدام اختبار التباين أحادي الاتجاه (ANOVA) لقياس الفروق بين المستوى الاقتصادي حول معدل استخدام الجمهور عينة الدراسة لتطبيقات ومنصات الكتب الصوتية حسب الفئات العمرية، ويعرض جدول رقم (١٩) نتائج هذا الاختبار.

جدول (١٩) يوضح تحليل التباين لبيان مدى الاتفاق والاختلاف بين متوسطات المستوى

الاقتصادي حول استخدام الجمهور لتطبيقات ومنصات الكتب الصوتية

البُعد	المستوى التعليمي	المتوسط	الانحراف المعياري	قيمة F	Sig.
معدل استخدام الجمهور على الدراسة لتطبيقات الكتب الصوتية	مرتفع	2.8333	.40825	3.116	*.047
	متوسط	2.1954	.65117		
	منخفض	2.3500	.74516		
معدل استخدام الجمهور على الدراسة لتطبيقات الكتب الصوتية	مرتفع	2.3333	.49237	.550	.578
	متوسط	2.2440	.67012		
	منخفض	2.4000	.75394		

* تدل على معنوية اختبار ف عند مستوى معنوية ٠.٠٠٥.

تدل بيانات الجدول رقم (١٩) على عدة نتائج؛ من أهمها:

- توجد فروق ذات دلالة احصائية بين متوسطات المستوى الاقتصادي حول معدل استخدام الجمهور عينة الدراسة لتطبيقات الكتب الصوتية الفئة العمرية (من ١٥ لأقل من ١٨ سنة)، بقيمة (ف=٣.١١٦) عند مستوى معنوية =٠.٠٤٧ حيث أن مستوى المعنوية أقل من ٠.٠٥. ونستخلص من هذا أن هناك اختلاف بين متوسطات المستوى الاقتصادي حول معدل استخدام الجمهور عينة الدراسة لتطبيقات الكتب الصوتية الفئة العمرية (من ١٥ لأقل من ١٨ سنة)، وذلك لصالح المستوى الاقتصادي مرتفع حيث بلغ المتوسط الحسابي = ٢.٨٣٣٣.

لا توجد فروق ذات دلالة احصائية بين متوسطات المستوى الاقتصادي حول معدل استخدام الجمهور عينة الدراسة لتطبيقات الكتب الصوتية للفئة العمرية (أكبر من ١٨ سنة).

الفرض الثالث: توجد علاقة ارتباطية بين معدل استخدام الجمهور لتطبيقات ومنصات الكتب الصوتية وبين الاشباع المتحققة لديهم.

قام الباحث بالتحقق من هذا الفرض من خلال حساب معامل ارتباط سيرمان بين معدل استخدام الجمهور لتطبيقات ومنصات الكتب الصوتية وبين الاشباع المتحققة لديهم جراء استخدامهم لها، ويوضح الجدول التالي مصفوفة الارتباط ومستوى معنوية.

جدول (٢٠) معامل ارتباط سيرمان معدل استخدام الجمهور لتطبيقات ومنصات الكتب الصوتية وبين

الإشباع المتحققة لديهم

الإشباع ككل	إشباعات عملية الاتصال	إشباعات شبه اجتماعية	إشباعات شبه توجيهية	إشباعات المحتوى	إشباعات اجتماعية	الإشباع التوجيهية	معدل استخدام الجمهور لتطبيقات ومنصات الكتب الصوتية	المتغيرات
.781** (.000)	.922** (.000)	.922** (.000)	.435** (.000)	.604** (.000)	.356** (.000)	.715** (.004)	1	معدل استخدام الجمهور لتطبيقات ومنصات الكتب الصوتية
.973** (.000)	.665** (.000)	.540** (.000)	.510** (.000)	.956** (.000)	.657** (.000)	1		الإشباع التوجيهية
.556** (.000)	.205** (.000)	.443** (.000)	.031 (.666)	.812** (.000)	1			إشباع اجتماعية
.627** (.000)	.473** (.000)	.473** (.000)	.339** (.000)	1				إشباع المحتوى
.644** (.000)	.608** (.000)	.193** (.000)	1					إشباع شبه توجيهية
.596** (.000)	.842** (.000)	1						إشباع شبه اجتماعية
.781** (.000)	1							إشباع عملية الاتصال
1								الإشباع ككل
.791** (.000)	.927** (.000)	.927** (.000)	.417** (.000)	.628** (.000)	.342** (.000)	.732** (.004)	1	معدل استخدام الجمهور لتطبيقات ومنصات الكتب الصوتية
.977** (.000)	.659** (.000)	.541** (.000)	.512** (.000)	.957** (.000)	.613** (.000)	1		الإشباع التوجيهية
.511** (.000)	.164** (.000)	.408** (.000)	.002 (.975)	.778** (.000)	1			إشباع اجتماعية
.887** (.000)	.474** (.000)	.474** (.000)	.338** (.000)	1				إشباع المحتوى
.632** (.000)	.586** (.000)	.188** (.000)	1					إشباع شبه توجيهية
.594** (.000)	.859** (.004)	1						إشباع شبه اجتماعية
.767** (.000)	1							إشباع عملية الاتصال
1								الإشباع ككل

* تدل على معنوية معامل الارتباط عند مستوى معنوية ٠.٠٠٥ .

تدل بيانات الجدول رقم (٢٠) على عدة نتائج؛ من أهمها:

- وجود علاقة ارتباط بين معدل استخدام الجمهور لتطبيقات ومنصات الكتب الصوتية وبين الإشباع المتحققة لديهم نتيجة استخدامهم لها، حيث أن مستوى المعنوية أقل من ٥% ، وهذا يدل على وجود علاقة ارتباط بين معدل استخدام الجمهور لتطبيقات ومنصات الكتب الصوتية وبين الإشباع المتحققة لديهم نتيجة استخدامهم لها.
- وجود علاقة ارتباط طردية قوية بين معدل استخدام الجمهور لتطبيقات ومنصات الكتب الصوتية وبين الإشباع المتحققة لديهم نتيجة استخدامهم لها.

- أبرز نتائج الدراسة:
- جاء (الموبايل) في صدارة الوسائل التي يفضل المبحوثين عينة الدراسة الاعتماد عليها في استخدام تطبيقات ومنصات الكتب الصوتية، وذلك بنسبة مئوية بلغت (٩٦٪). وفي الترتيب الثاني جاء وسيلة (الآي باد) بنسبة مئوية (١٣.٢٪)، تلاها (اللاب توب) في الترتيب الثالث بنسبة (١٣٪).
- جاء مجال (الأدب والروايات) في صدارة المجالات التي يفضلها المبحوثين الاستماع إليها من تطبيقات ومنصات الكتب الصوتية على شبكة الانترنت. وفي الترتيب الثاني جاء مجال (علم النفس)، تلاه (مجال الرعب) في الترتيب الثالث، فيما جاء مجال (اللغات) في الترتيب الرابع.
- جاء تطبيق (اقرألي) في صدارة تطبيقات ومنصات الكتب الصوتية التي يفضلها المبحوثين عينة الدراسة، وذلك بنسبة مئوية بلغت (٦١.٨٪). وفي الترتيب الثاني جاء تطبيق (Storytel) بنسبة (٣٧٪)، تلاه تطبيق (Freed Audiobooks) في الترتيب الثالث بنسبة (٢٥٪).
- تبين أن (الدوافع النفسية) جاءت في مقدمة دوافع استخدام الجمهور (المرحلة الثانوية - المرحلة الجامعية) لتطبيقات ومنصات الكتب الصوتية، بينما جاءت (الدوافع الطقوسية) في الترتيب الثاني بالنسبة لهم.
- تبين أن جمهور المبحوثين عينة الدراسة يتأثر (إلى حد ما) باستخدامه لتطبيقات ومنصات الكتب الصوتية على شبكة الانترنت، وذلك بنسبة مئوية بلغت (٨٧.٢٪). وفي الترتيب الثاني جاء المبحوثين ممن يتأثرون (بشكل كبير)، وذلك بنسبة مئوية بلغت (١٢.٨٪).
- تبين أن (اشباع المحتوى) جاءت في مقدمة الاشباع المتحققة نتيجة استخدام الجمهور (المرحلة الثانوية - المرحلة الجامعية) لتطبيقات ومنصات الكتب الصوتية، بينما جاءت (اشباع عملية الاتصال) في الترتيب الثاني بالنسبة لهم.
- ثبت صحة الفرض القائل: توجد علاقة ارتباطية بين دوافع استخدام الجمهور عينة الدراسة لتطبيقات ومنصات الكتب الصوتية وبين الاشباع المتحققة لديهم.

التوصيات والمقترحات:

- زيادة الترويج لتطبيقات ومنصات الكتب الصوتية كونها أداة تشجع الجمهور على القراءة بطريقة سهلة عن القراءة بالطريقة التقليدية.
- تقديم دعم مادي من الجهات الحكومية ومنظمات المجتمع المدني لتطبيقات ومنصات الكتب الصوتية للمساعدة على إتاحتها للجمهور بشكل مجاني.
- استخدام المنهج التجريبي لدراسة ظاهرة تطبيقات الكتب الصوتية وتأثيراتها المختلفة على الجمهور.
- إجراء دراسات للمقارنة بين تفضيلات الجمهور لتطبيقات الكتب الصوتية والكتب التقليدية ومستوى التأثير بينهما.

مراجع الدراسة:**(أ) المراجع العربية:**

- (١) أحمد عيساوي، **مدخل إلى علوم الإعلام والاتصال**، (القاهرة، دار الكتاب، ٢٠١٤)، ص 110.
- (٢) حميدة حامد السيد إبراهيم. **الكتب الصوتية للناشرين المصريين على تطبيق Storytel**، **المجلة الدولية لعلوم المكتبات والمعلومات**، (جامعة طنطا، المجلد ٩، العدد ٤، ديسمبر ٢٠٢٢)
- (٣) داليا موسى عبد الله. ٢٠١٧. استخدام الكتاب الإلكتروني لدى طلاب المرحلة الجامعية الأولى في تخصصات العلوم الاجتماعية والإنسانيات واللغات بالجامعات المصرية: دراسة ميدانية. **المجلة الدولية لعلوم المكتبات والمعلومات**، مج ٤، ع. ٤، ص ص. ٢٠٠-٢١٤. <https://search.emarefa.net/detail/BIM-787972>
- (٤) رامي عبود داود. **الكتب الإلكترونية: النشأة والتطور والخصائص والإمكانات والاستخدام والإفادة**، (القاهرة: الدار المصرية اللبنانية، ٢٠٠٧).
- (٥) السعيد داود علي دواود، اتجاهات طلاب جامعة الأزهر نحو الكتب الإلكترونية المتاحة عبر تطبيق Al Azhar ebook: دراسة تحليلية، **مجلة كلية اللغة العربية**، (المنوفية، العدد ٣٧، ديسمبر ٢٠٢٢)، ص ص ٢٦٩٥، ٢٧٥٥.
- (٦) سكاى نيوز عربية. **الكتب الصوتية.. سوق واحدة وتحديات عديدة**، موضوع منشور بتاريخ: ٢٠٢٢/١١/٢٨م، رابط <https://www.skynewsarabia.com/varieties/1575757> الزيارة:
- (٧) سها بشير أحمد عبد العال. **فاعلية استخدام تطبيقات الكتب الصوتية على الهواتف الذكية في تنمية الجانب المعرفي لمقرر حقوق الإنسان لدى طلاب الفرقة الأولى المعاقين بصريًا بكلية الآداب بجامعة طنطا: دراسة تجريبية**، **المجلة الدولية لعلوم المكتبات**، (المجلد ٩، العدد ٤، ديسمبر ٢٠٢٢)، ص ص ١٣، ٥٨.
- (٨) كامل مراد خورشيد، **الاتصال الجماهيري التطور - الخصائص - النظريات**، (عمان، دار الميسرة، 2014)، ص 132.
- (٩) كمال الحاج، **نظريات الإعلام والاتصال**، (سوريا، الجامعة الافتراضية السورية، ٢٠٢٠)، ص ١٠٥.

- ١٠) مجدي عبد الجواد الجاكي. استماع الكتب الصوتية وسمات مستمعها بمصر، مجلة بحوث في علم المكتبات والمعلومات، (جامعة القاهرة، كلية الآداب، مركز بحوث نظم وخدمات المعلومات، العدد ٢٦، مارس ٢٠٢١)، ص ص ١٤٦، ٢١٦.
- ١١) محمد عبد الحميد، نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، ط٤، (القاهرة، عالم الكتب، ٢٠١٥)،
- ١٢) محمد محمود. «كتاب صوتي» أم «أقرألي»: ما منصة الكتب المسموعة الأفضل عربياً؟، موقع إضاءات، موضوع منشور بتاريخ: ٢٠١٩/٧/٩م، رابط الزيارة: <https://www.ida2at.com/what-is-the-best-arabic-audio-book-platform>.
- ١٣) محمد هلال. الكتاب الصوتي: هل الاستماع إلى كتاب مثل قراءته؟، عالم الكتب، (مصر، الهيئة المصرية العامة للكتاب، الإصدار الرابع، العدد ٦٠، سبتمبر ٢٠٢١)، ص ٥٢.
- ١٤) محمد هلال. الكتاب الصوتي: هل الاستماع إلى كتاب مثل قراءته؟، عالم الكتب، (الهيئة المصرية العامة للكتاب، الإصدار الرابع، العدد ٦٠، سبتمبر ٢٠٢١)، ص ص ٥٠ - ٥٢.
- ١٥) مختار وفيق، وسائل الاتصال والإعلام وتشكيل وعي الأطفال والشباب، (القاهرة، دار غريب، ٢٠١٤)، ص ١١٣.
- ١٦) منال غريب يس المصري. الكتب الصوتية للطلاب ذوي الإعاقة البصرية بجامعة جنوب الوادي: دراسة في الخدمات ومدى الاستفادة منها، مجلة كلية الآداب، (جامعة جنوب الوادي، كلية الآداب، المجلد ٣٢، العدد ٥٩، أبريل ٢٠٢٣)، ص ص ٤١٦، ٥٠٣.
- ١٧) نسمة محمد فهمي سعد أبو إسماعيل. تطبيقات الكتب المسموعة ومنصاتها في العالم العربي : دراسة استكشافية تحليلية، رسالة ماجستير غير منشورة، (جامعة كفر الشيخ، كلية الآداب، قسم المكتبات والمعلومات، ٢٠٢٢).
- ١٨) هيئة التحرير. الكتب المسموعة من التسجيل الصوتي الأول إلى التنزيلات الرقمية، مجلة فكر، (مركز العبيكان للأبحاث والنشر، العدد ٣٨، سبتمبر ٢٠٢٣)، ص ص ٦ - ١١.

(ب) المراجع الأجنبية:

- 1) W. Hartell, A.(2018). Audio Books' Impact On Students' Reading Experiences. (Doctoral dissertation). Retrieved from <https://scholarcommons.sc.edu/etd/4925>.
- 2) Anderson, Stephanie. "The Small Publisher's Guide to Audiobooks."(2019) https://pdxscholar.library.pdx.edu/eng_bookpubpaper/42/
- 3) Bradshaw, Claire. "5 Key Benefits Of Publishing Audiobooks For Indie Authors." Writer's Edit. <https://writersedit.com/self-publishing/5-key-benefits-of-publishing-audiobooks-for-indie-authors/> .
- 4) Eftimova, S., et al. "The Therapeutic Function of Reading: Audiobooks and Children in a Global Pandemic." INTED2022 Proceedings. IATED, (2022). <https://library.iated.org/view/EFTIMOVA2022RAP>
- 5) Have, Iben & Pedersen, Birgitte. (2019). The audiobook circuit in digital publishing: Voicing the silent revolution. *New Media & Society*. 22. 146144481986340. 10.1177/1461444819863407.
- 6) Karimi, Leila & Rouhollah, Khodabandelou & Ehsani, Maryam & Ahmad, Muhammad. (2014). Applying the Uses and Gratifications Theory to Compare Higher Education Students' Motivation for Using Social Networking Sites: Experiences from Iran, Malaysia, United Kingdom, and South Africa. *Contemporary Educational Technology*. 5. 10.30935/cedtech/6115.
- 7) Lust, Maia & Laanpere, Mart & Tammets, Priit & Laanpere, Jaak. (2020). Interactive Textbooks in School Informatics: A Case Study in Estonia.
- 8) Mehrad, Jafar and Pegah Tajer. "Uses and Gratification Theory in Connection with Knowledge and Information Science: A Proposed Conceptual Model." **International Journal of Information Science and Management**, 14 (2016).
- 9) Nguyen, H.V., Phan, T.T., Nguyen, H. *et al.* Understanding Audiobook Apps' Consumption Values and Their Implications for Promoting Audiobooks in Vietnam. *Pub Res Q* 39, 61–68 (2023). <https://doi.org/10.1007/s12109-022-09934-w>.
- 10) Sockel, Adam. "The Statistics behind Audiobooks' Continued Growth." Perspectives on Reading, (2018), <https://perspectivesonreading.com/the-statistics-behind-audiobooks-continued-growth/>
- 11) Spjeldnæs, K., & Karlsen, F. (2024). How digital devices transform literary reading: The impact of e-books, audiobooks and online life on reading habits. *New Media & Society*, 26(8), 4808-4824. <https://doi.org/10.1177/14614448221126168>
- 12) Thirasi, W.A.P.Binosha & U.P, Dickwella & G.C, Peiris & I.M.B.S.C, Illangasinghe & Jayakody, Chaminda & Lokuliyana, Shashika. (2015). Digital Talking Book for Vision Impaired Individual. *International Journal of Computer Applications*. 03.
- 13) Welch, Jazmin. "Self-published authors and the production and distribution of audiobooks." (2020) <https://summit.sfu.ca/item/34321>
- 14) Yousra Osama Taha, Uses and gratifications of social media in the Middle East North Africa region. 2020. American University in Cairo, Master's Thesis. AUC Knowledge Fountain .<https://fount.aucegypt.edu/etds/816>.