

هدفت الدراسة الى التعرف على دوافع استخدام الجمهور السعودي لراديو البودكاست وقياس الاشباع المتحققة منه؛ فاستندت الدراسة على المنهج الوصفي بطريقة المسح الاعلامي من خلال جمع وتحليل بيانات (٢٢٠) استبانة وزعت على عينة من متابعي بودكاست (ثمانية) في المملكة العربية السعودية. أظهرت النتائج أن الدوافع النفعية للتعرض تغلب على دوافع الطقوسية، كلما زاد مستوى التعرض زادت دوافعه.