

علاقة صحافة الفيديو بفهم وتذكر المستخدمين للمحتوى الإخباري في المواقع
علاقة صحافة الفيديو بفهم وتذكر المستخدمين للمحتوى الإخباري في المواقع
الصحفية المصرية

الباحثة/هاله السيد عباس السيد عباس

لدرجة الماجستير بقسم الاعلام كلية الآداب – جامعة المنوفية

إشراف

أ.د/عبد الجواد سعيد ربيع

أستاذ الصحافة والنشر الإلكتروني والعميد السابق لكلية الإعلام – جامعة المنوفية

ملخص الدراسة:

سعت هذه الدراسة لمعرفة علاقة صحافة الفيديو بفهم وتذكر المستخدمين للمحتوى الإخباري في المواقع الصحفية المصرية لتعزيز فهم وتذكر المضمون لدى المستخدمين " عينة الدراسة"، وذلك لدراسة الدور الذي تلعبه صحافة الفيديو بمواقع الصحف المصرية في التأثير على إنجاح هذه المواقع في عرض المضمون لمختلف شرائح المتابعين من الجمهور، وتستند هذه الدراسة على إطاراً نظرياً يتمثل في نظرية ثراء وسائل الإعلام ، وقد رصدت الدراسة أهم التأثيرات التي تحدثها صحافة الفيديو في فهم وتذكر المبحوثين للمحتوى الإخباري من خلال دراسة ميدانية طبقية على عينة عشوائية من طلاب الجامعات المصرية والباحثين في درجة الماجستير والدكتوراه بالجامعات المصرية والمهتمين بصحافة الفيديو في الجامعات المصرية باعتباره جمهور ذات خبرة ولديه رؤية ومتابع للأحداث الجارية في جميع المجالات، قوامها ٤٠٠ مفردة. وقد أثبتت الدراسة أن صحافة الفيديو تساهم بشكل كبير في تحسين الأداء المعرفي للأفراد، خصوصاً في مجالات الفهم والتذكر وتحسين العلاقة مع المحتوى الإخباري، وأوضحت الدراسة أن صحافة الفيديو تمثل وسيلة فعالة في تحسين الفهم والتذكر للمحتوى الإخباري، كما تلعب دوراً كبيراً في تحسين العلاقة بين الأفراد والمحتوى. وتوصلت لمجموعة من النتائج أهمها:-

١- توجد فروق ذات دلالة احصائية بين اتجاهات عينة الدراسة وبين كثافة التعرض لصحافة الفيديو طبقا للمتغير (العمر).

٢- أوضحت النتائج وجود علاقة عكسية بين العمر وكثافة التعرض لصحافة الفيديو. كلما زاد العمر، انخفضت كثافة التعرض، كما أن الفئات الأصغر سناً تعتمد بشكل أساسي على صحافة الفيديو نظراً لتوافقها مع أنماط حياتهم وتفضيلاتهم التقنية، وأن الفئات الأكبر سناً تظهر انخفاضاً تدريجياً في استهلاك هذا النوع من الصحافة بسبب العوامل التكنولوجية والاجتماعية.

٣- توجد فروق ذات دلالة احصائية بين اتجاهات عينة الدراسة وبين كثافة التعرض لصحافة الفيديو طبقا للمتغير (المستوى التعليمي).

٤- توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة احصائية بين التعرض لصحافة الفيديو وبين شكل العلاقة التي ينشئها المستخدم مع المحتوى الاخباري في متابعة الأحداث وقضايا الشأن العام.

٥- توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة احصائية بين مصادر الجذب في صحافة الفيديو وبين فهم وتذكر المحتوى الاخباري التي تتضمنها.

الكلمات المفتاحية: صحافة الفيديو، المحتوى الإخباري، المواقع الصحفية.

The relationship of video journalism to users' understanding and remembering of news content in Egyptian journalism sites

Abstract

This study seeks to find out the relationship of video journalism to users' understanding and remembering of news content on Egyptian newspaper websites to enhance understanding and remembering of the content among users (study sample), in order to study the role that video journalism plays on Egyptian newspaper websites in influencing the success of these sites in presenting the content to various segments of audience followers. This study is based on a theoretical framework represented by the theory of media richness.

The study monitored the most important effects that video journalism has on the respondents' understanding and remembering of news content through a layered field study on a sample of a random sample of Egyptian university students, researchers in master's and doctoral degrees at Egyptian universities, and those interested in video journalism in Egyptian universities as an experienced audience with a vision and follower of current events in all fields.

. The study proved that video journalism contributes significantly to improving the cognitive performance of individuals, especially in the areas of understanding, remembering, and improving the relationship with news content. The study showed that video journalism represents an effective means of improving understanding and remembering of news content, and it also plays a major role in improving the relationship between individuals and the content.

Keywords: video journalism, news content, journalistic websites.

أبرز التطور التكنولوجي الذي حدث خلال السنوات الأخيرة، نوع جديد من الصحافة وهي صحافة الفيديو، التي تعد أشهر وسائط الإعلام الجديدة ، وأحدثت طفرة جديدة في عالم الصحافة والإعلام، حيث مكنت المتابعين من متابعة الأحداث فور وقوعها^١. وخلال السنوات الثلاثة الماضية انتشر هذا النوع الصحفي بكثرة في وسائل الإعلام وهو ماساعد على تقليل تكلفة إنتاج القصص بسبب استخدام معدات أقل وعدد أفراد أقل، إضافة لسهولة التنقل والتخفي والوصول إلى المناطق التي يصعب وصول مجموعة من الأفراد إليه^٢. وهذا ما أظهرته نتائج إحدى الدراسات، حيث أكدت أن أهم مميزات صحافة الفيديو من وجهة نظر المبحوثين؛ تصوير قصة صحفية في أماكن لا تستطيع أي وسيلة أخرى دخولها أو التصوير والاقتراب أكثر من القصة الصحفية^٣. فصحافة الفيديو هي أحد الاتجاهات الحديثة التي ظهرت مع الصحافة الإلكترونية وتجاوزت النص المكتوب إلى تقديم مادة تحريرية مصورة بالفيديو، وبث مباشر عن طريق تقنية الوسائط المتعددة التي صممت خصيصاً للإنترنت؛ لذا تعد صحافة الفيديو جزءاً أساسياً من الصحافة التي تتطلب الالتزام بأخلاقيات المهنة ومواثيق الشرف الإعلامي لأن الإنسان بطبيعته يتأثر بالصورة أكثر من الحرف المكتوب^٤.

مشكلة الدراسة:

أصبحت صحافة الفيديو تمثل اليوم، نموذج صحفي متميز ، فهي الكلمة والصورة معاً ممزجة بمؤثرات موسيقية وعناصر تفاعلية، مما جعلها تتمكن من إيصال الرسالة الإعلامية بكل سهولة إلى الجمهور، فنحن أمام صناعة محتوى جديد أوجدتها صحافة الفيديو، تتمثل في التطورات الرقمية التي أنتجت كاميرات رقمية فيديو حديثة متطورة ذات جودة عالية، توفر سهولة كبيرة في الاستخدام حتى أن مستخدميها لم يُعد تُورقهم المسائل التقنية كضبط الإضاءة، بقدر ما يشغله جودة المحتوى، وفي ظل التطور التقني وظهور التقنيات الحديثة في وسائل الإعلام عامة ، والمواقع الإخبارية خاصة ، تحولت الأخبار إلى صناعة وأحدثت نقلة نوعية في الوظيفة الإخبارية، فأصبح الخبر ينقل في

علاقة صحافة الفيديو بفهم وتذكر المستخدمين للمحتوى الإخباري في المواقع
أوانه، ويخضع للتحليل والتفسير المباشر، مما يساعد في تنوير الرأي العام وربط الجمهور بالأحداث الجارية وتشكيل اتجاهاتهم نحوها، وذلك عن طريق النقل الحي ومواكبة التطورات اليومية والفورية للحدث، بذلك ارتبطت عملية جمع ومعالجة وتقديم البيانات والمعلومات ، وأصبحت لصحافة الفيديو في مواقع الصحف المصرية دور هام في تعزيز فهم المضمون المقدم للجمهور ومما سبق تتمحور مشكلة الدراسة في أن مضمون الرسالة الإعلامية الذي تتوجه بها مواقع الصحف المصرية عبر رسائل إخبارية من خلال الفيديو ، تساهم في تشكيل الرأي العام والمعتقدات والثقافات لدى الأفراد، ونظراً لأن صحافة الفيديو هي أحد وجوه الثراء في المواقع الإخبارية الإلكترونية، التي تقدم محتوى صحفي متطور لدرجة أن أصبح الفيديو مكوناً أساسياً لأي موقع إلكتروني، سواء كان لمؤسسة صحفية أو موقع خاص، بالإضافة الى كونها تمثل خطوة جديدة في القصة الصحفية دون الالتزام بقيود إنتاج الأخبار التقليدية. وفي ضوء ما سبق يمكن تحديد مشكلة الدراسة في محاولة رصد العلاقة بين التعرض لصحافة الفيديو و فهم وتذكر المستخدمين للمحتوى الإخباري بالمواقع الصحفية المصرية.

أهمية الدراسة:

أولاً: الأهمية النظرية

- تمثل هذه الدراسة إضافة جديدة لمجال البحث العلمي، حيث تتناول ظاهرة إعلامية حديثة نسبياً وهي صحافة الفيديو بوصفها أحد وسائل الإعلام الجديد في العصر الرقمي.
- تعد هذه الدراسة خطوة جديدة في دراسة علاقة صحافة الفيديو بفهم وتذكر المستخدمين للمحتوى الإخباري وربطها باتجاهات جمهور صحافة الفيديو
- يمكن أن تكشف الدراسة عن مدى الأثر الذي تحدثه صحافة الفيديو نحو الجمهور، ومدى فاعليتها في فهم وتذكر المحتوى الإخباري، فالعملية لا تنحصر في الخصائص والجوانب الفنية المتعلقة بالفيديو، بل تتعدى ذلك إلى مبادئ وقواعد نظرية،

لها صلة كبيرة بعدد من النظريات خاصة نظرية ثراء وسائل الإعلام والتي تذهب إلى أن اكتساب المعلومات يتأثر بالتوافق بين قدرات الوسيلة والمحتوى المقدم بها.

ثانياً: الأهمية العملية و التطبيقية

- محاولة معرفة الأطر الإخبارية في معالجة صحافة الفيديو للمحتوى الإخباري ومدى تأثيرها على فهم وتذكر المستخدمين لصحافة الفيديو .
- أهمية هذه الدراسة في تطوير مهارات القائمين على العمل الصحفي الإلكتروني ومدى استخدامهم الصحافة الفيديو.
- سوف تساعد هذه الدراسة جمهور المواقع الالكترونية على مدى تحقيق الفهم الواعي لمستجدات القضايا العامه وتذكرها.

أهداف الدراسة:

تسعى الدراسة لتحقيق هدف رئيسي وهو دراسة (علاقة التعرض لصحافة الفيديو بفهم وتذكر المستخدمين للمحتوى الإخباري في المواقع الصحفية المصرية) وينبثق من هذا الهدف الرئيسي عدة أهداف فرعية تتمثل في:-

التعرف على مدى تعرض المبحوثين لصحافة الفيديو .

التعرف على درجة اعتماد العينة على صحافة الفيديو في الحصول على معلومات حول القضايا العامة.

رصد أوجه تفضيل المبحوثين لصحافة الفيديو للحصول على المعلومات وفهمها وتذكرها.

رصد الأدوات التفاعلية التي توفرها صحافة الفيديو للجمهور، وأكثر هذه الأدوات التي يفضل الجمهور استخدامها.

تساؤلات الدراسة:

تسعى الدراسة الميدانية للإجابة عن مجموعة من التساؤلات هي:

علاقة صحافة الفيديو بفهم وتذكر المستخدمين للمحتوى الإخباري في المواقع

- ١- ما مدى التعرض لصحافة الفيديو في المواقع الإخبارية لدى المبحوثين؟
- ٢- ما أهم المواقع التي يفضلها المبحوثين ويتابعون من خلالها صحافة الفيديو؟
- ٣- ما دوافع استخدام صحافة الفيديو من وجهة نظر عينة الدراسة؟
- ٤- ما أهم التأثيرات التي تحدثها صحافة الفيديو لدى العينة ؟
- ٥- ما التأثيرات المحتمل حدوثها علي فهم وتذكر العينة تجاه المحتوى الاخباري من خلال صحافة الفيديو؟

الدراسات السابقة:

تعرض الباحثة الدراسات السابقة بعد القراءة والاطلاع، إلى محورين أساسيين هما:

- ♦ المحور الأول: الدراسات المتعلقة بصحافة الفيديو.
- ♦ المحور الثاني: الدراسات المتعلقة بالمحتوى الإخباري.

أولاً: المحور الأول: الدراسات المتعلقة بصحافة الفيديو:

- - (دراسة آية حسين ٢٠٢٤) بعنوان: اتجاهات الجمهور نحو مصداقية صحافة الفيديو في الصحافة المصرية في ضوء المعايير المهنية والأخلاقية دراسة ميدانية وتحليلية على عينة من المواقع الإلكترونية للصحف

هدفت الدراسة إلى التعرف على اتجاهات الجمهور نحو مصداقية صحافة الفيديو وذلك في ضوء المعايير الأخلاقية والمهنية، مستخدمة منهج المسح الإعلامي بشقية التحليلي والميداني، واعتمدت الدراسة على أداة تحليل المضمون في ثلاث مواقع الكترونية وهي (اليوم السابع، الوطن، القاهرة ٢٤)، وتوصلت الدراسة إلى أن وسائل الإعلام المفضلة لدى الجمهور عينة الدراسة هي " شبكات التواصل الإجتماعي " احتلت المرتبة الأولى ، واحتلت "المواقع الإلكترونية" المرتبة الثانية، بينما احتلت " صحافة فيديو(يوتيوب) " المرتبة الثالثة، و احتلت " البرامج التلفزيونية " المرتبة الرابعة ، واحتلت " تطبيقات هواتف المحمول " المرتبة الخامسة ، بينما احتلت " صحافة الفيديو (صحف) " المرتبة السادسة،

^١ آية حسين عبدالوهاب خليفة. (٢٠٢٤). اتجاهات الجمهور نحو مصداقية صحافة الفيديو في الصحافة المصرية في ضوء المعايير المهنية والأخلاقية دراسة ميدانية وتحليلية على عينة من المواقع الإلكترونية للصحف. مجلة بحوث جامعة المنوفية (كلية الآداب ، إبريل ٢٠٢٤)

واحتلت "الصحف الورقية (المطبوعة)" المرتبة السابعة، واحتلت "صحافة فيديو" (هواة) الترتيب الأخير.

- (دراسة هبة حنفي معوض ٢٠٢٤)^٢ بعنوان: تعرض الشباب لصحافة الفيديو الرقمية عبر مواقع التواصل الاجتماعي وعلاقته بترتيب أولويات القضايا لديهم

هدفت الدراسة إلى رصد مدى تعرض الشباب لصحافة الفيديو الرقمية عبر مواقع التواصل الاجتماعي وعلاقة ذلك بترتيب أولويات القضايا لديهم، وتعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية، استخدام منهج المسح لعينة من الشباب المصري، فقد تم إجراء الدراسة على عينة عشوائية قوامها (٤٠٠) مفردة من الشباب المصري، وقد أستخدمت الدراسة استمارة الاستبيان، ومقياس ترتيب الأولويات كأدوات للدراسة وتوصلت إلى: - أن موقع "اليوم السابع" في مقدمة مواقع صحافة الفيديو التي يتعرض لها الشباب "عينة الدراسة" من خلال مواقع التواصل الاجتماعي بوزن مئوي (١٨,٩%)، يليها بالترتيب الثاني "صدى البلد" بوزن مئوي (١٤,٦%)، بالترتيب الثالث "بوابة الأهرام".

المحور الثاني: الدراسات المتعلقة بالمحتوى الإخباري :

- دراسة دراسة (سحر عبدالمنعم محمود ٢٠٢٤)^٣ بعنوان: أثر استخدام الصحف الإلكترونية المصرية للنشرات الإخبارية على إدراك وتذكر الشباب الجامعي للمعلومات بالتطبيق على صحيفة اليوم السابع

هدفت الدراسة إلى اختبار مدى تأثير النشرات الإخبارية في الصحف الإلكترونية المصرية على معدلات التذكر والإدراك؛ من أجل التعرف على ما إذا كانت النشرات الإخبارية في الصحف الإلكترونية تساعد بالفعل على فهم الجمهور وإدراكه وتذكره للمحتوى أم لا، والكشف عن مدى قدرة المبحوثين على استرجاع المعلومات من خلال

^٢ هبة حنفي معوض. (٢٠٢٤). تعرض الشباب لصحافة الفيديو الرقمية عبر مواقع التواصل الاجتماعي وعلاقته بترتيب أولويات القضايا لديهم. *المجلة المصرية لبحوث الرأي العام*. (جامعة عين شمس: كلية التربية النوعية يناير ٢٠٢٤)

^٣ سحر عبد المنعم محمود. (٢٠٢٤). أثر استخدام الصحف الإلكترونية المصرية للنشرات الإخبارية على إدراك وتذكر الشباب الجامعي للمعلومات بالتطبيق على صحيفة اليوم السابع. *المجلة العلمية لبحوث الصحافة* (أكاديمية العربية للعلوم والتكنولوجيا والنقل البحري: كلية الإدارة والتكنولوجيا يناير/مارس ٢٠٢٤)

علاقة صحافة الفيديو بفهم وتذكر المستخدمين للمحتوى الإخباري في المواقع
تذكر الأماكن المرتبطة بالخبر، وتذكر الأشخاص الفاعلة، وتذكر الزمن والتوقيتات المرتبطة بالخبر في النشرة الإخبارية.

وتم اختيار موقع صحيفة اليوم السابع كعينة للصحف الإلكترونية المصرية لاختبار مدى تأثير النشرات الإخبارية على إدراك وتذكر الشباب الجامعي للمعلومات.

وجاءت أهم نتائج الدراسة كالآتي: - ارتفاع نسبة التذكر لدى المجموعة التجريبية التي تعرضت للنشرات الإخبارية في موقع اليوم السابع عن المجموعة الضابطة التي تعرضت للنصوص المقروءة فقط. ارتفاع نسبة الإدراك لدى المجموعة التجريبية التي تعرضت للنشرات الإخبارية في موقع اليوم السابع عن المجموعة الضابطة التي تعرضت للنصوص المقروءة فقط.

وثبتت صحة الفرض العلمي: يؤثر عرض الأخبار بطريقة النشرات الإخبارية في الصحف الإلكترونية على إدراك وتذكر الشباب الجامعي للمعلومات أكثر من عرضها بالنصوص المقروءة.

دراسة (اسلام محمد مطاوع ٢٠٢٣)^٤ بعنوان : تأثير استخدام الأساليب الرقمية الحديثة في تذكر القراء لمضمون القصص الإخبارية بالمواقع الإلكترونية الإخبارية^٥

هدفت الدراسة إلى اختبار تأثير اختلاف تقديم القصة الإخبارية بالمواقع افلكترونية بأسلوب الكروس ميديا وأسلوب الفيديو جراف في مقابل الأسلوب التقليدي المتمثل في أسلوب السرد المتسلسل باستخدام النص على تذكر المبحوثين للمضمون، والكشف عن تأثير النوع ومستوى خبرة ومهارة المبحوثين في استخدام الإنترنت في درجة تذكر المبحوثين للمضمون ، وتنتمي تلك الدراسة إلى الدراسات الوصفية وشبه تجريبية ، معتمده على المنهج التجريبي، وجاءت عينة الدراسة عمديه متمثلة في ٩٠ مبحوثا طلاب قسم الإعلام بكلية الآداب جامعة سوهاج ، وأوضحت نتائج الدراسة ان أعلى المجموعات

^٤ اسلام محمد مطاوع. (٢٠٢٣). تأثير استخدام الأساليب الرقمية الحديثة في تذكر القراء لمضمون القصص الإخبارية بالمواقع الإلكترونية الإخبارية: دراسة شبه تجريبية. *مجلة كلية الآداب (جامعة سوهاج: كلية الآداب أكتوبر ٢٠٢٣)*

تذكرا هي مجموعه الفيديو جراف يليها مجموعه الكروس ميديا ثم مجموعه الأسلوب التقليدي بقالب السرد المتسلسل من خلال النص.

تعليق عام على الدراسات السابقة:

تم تناول العديد من الدراسات السابقة وفقا لموضوع الدراسة الحالية الذي يرتبط بصحافة الفيديو وتأثيرها على المستخدمين، ومن أهم ما توصلت إليه هذه الدراسات ما يلي:

١- كشفت بعض النتائج عن مميزات و فوائد صحافة الفيديو؛ فعالية هذا النوع من وسائل الإعلام الجديد في التأثير على الشباب من خلال إدماجهم في القضايا والمشاكل التي تواجه المجتمع، كما تعد مصدراً مهماً للمعلومات حول مختلف القضايا والأحداث التي يشهدها المجتمع، وينبع هذا التأثير من اعتمادها على عنصر الصورة التي تعد من أكثر عناصر الجذب ومن أكثر العناصر التي يعتمد عليها الجمهور لتصديق المحتوى الإعلامي.

٢- أظهرت نتائج بعض الدراسات أن أكثر من يتعرضون لصحافة الفيديو من فئة الشباب، نتيجة ارتفاع معدل تعرضهم للأخبار والمعلومات التي تقدمها؛ مما يدل على ثقافتهم في مصداقيتها، وتؤكد من صحة المعلومات حول القضايا والأحداث الجارية، ويمكن أن يكون لها تأثير على المجتمع وعلى صنع القرار.

فروض الدراسة:

بناءً على مشكله الدراسة المحددة بجوانبها المختلفة، وفي إطار الأهداف السابقة وضعت الباحثة عدة فروض تسعى الدراسة لاختبارها، وتتمثل الفروض الأساسية للدراسة في:

الفرض الأول : توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة احصائية بين التعرض لصحافة

الفيديو في المواقع الصحفية المصرية وفهم وتذكر المبحوثين للمحتوى.

ولقياس هذه العلاقة تختبر الدراسة الفروض الفرعية التالية :

١- توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة احصائية بين كثافة التعرض لصحافة الفيديو وبين فهم المحتوى الاخباري في المواقع الصحفية المصرية

٢- توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة احصائية بين مصادر الجذب في صحافة الفيديو وبين فهم وتذكر المحتوى الاخباري التي تتضمنها.

علاقة صحافة الفيديو بفهم وتذكر المستخدمين للمحتوى الإخباري في المواقع

٣- توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة احصائية بين التعرض لصحافة الفيديو وبين شكل العلاقة التي ينشئها المستخدم مع المحتوى الاخباري في متابعة الأحداث وقضايا الشأن العام.

الفرض الثاني: توجد فروق ذات دلالة احصائية بين اتجاهات عينة الدراسة وبين كثافة

التعرض لصحافة الفيديو طبقاً للمتغيرات (النوع ، المستوى التعليمي ، العمر)

ولقياس هذه الفروق تختبر الدراسة الفروض الفرعية التالية :

١- توجد فروق ذات دلالة احصائية بين اتجاهات عينة الدراسة وبين كثافة التعرض لصحافة الفيديو طبقاً للمتغير (النوع).

٢- توجد فروق ذات دلالة احصائية بين اتجاهات عينة الدراسة وبين كثافة التعرض لصحافة الفيديو طبقاً للمتغير (المستوى التعليمي).

٣- توجد فروق ذات دلالة احصائية بين اتجاهات عينة الدراسة وبين كثافة التعرض لصحافة الفيديو طبقاً للمتغير (العمر).

حدود الدراسة:

- الحدود المكانية:قامت الباحثة بتوزيع ٤٠٠ استمارة موزعة على: جامعة المنوفية في المرتبة الأولى بواقع ٩٠ استمارة بنسبة ٢٢.٥% من العينة ، و٨٧ استمارة بجامعة المنصورة بنسبة ٢١.٧٥% ، وجامعة القاهرة بواقع ٨٠ استمارة بنسبة بلغت ٢٠% ، وجامعة أسيوط بعدد ٧٦ استمارة بنسبة بلغت ١٩% ، وجامعة عين شمس بعدد ٦٧ استمارة بنسبة بلغت ١٦.٧٥% من عينة الدراسة.

- الحدود الزمنية: تم تطبيق الدراسة الميدانية على عينة عشوائية من طلاب الجامعات المصرية والباحثين في درجة الماجستير والدكتوراه بالجامعات المصرية المستهدف في الفترة من ٢٠٢٤/٧/١ م وحتى ٢٠٢٤/١٢/٣٠.

الإطار النظري للدراسة:

اعتمدت الباحثة على نظرية ثراء الوسيلة والتي يطلق عليها أيضاً (ثراء المعلومات) يقاس مدى نجاح أي وسيلة اعلامية بقدرتها على توصيل الرسالة كما يراد لها، وقد

أوضحت نظرية ثراء وسائل الاعلام، انه كلما زاد غموض المضمون، كلما كانت وسائل الاعلام هي الأكثر ثراءً هي الأنسب له.
وتفترض هذه النظرية فرضين أساسيين :

الفرض الأول: أن الوسائل الاعلامية والتكنولوجية تمتلك قدراً كبيراً من البيانات والمعلومات بالإضافة الى تنوع المضمون المقدم من خلالها وبالتالي تستطيع هذه الوسائل التغلب على الغموض والشك الذي ينتاب الكثير من الأفراد عند التعرض لها. الفرض الثاني : هناك أربعة معايير أساسية لترتيب ثراء الوسيلة الاعلامية مرتبة من الأعلى إلى الأقل من حيث درجة الثراء الاعلامي وهي سرعة رد الفعل ، قدرتها على نقل الاشارات المختلفة باستخدام تقنيات تكنولوجية حديثة مثل الوسائط المتعددة، التركيز الشخصي على الوسيلة ، واستخدام اللغة الطبيعية

توظيف النظرية في الدراسة:

ترتكز نظرية ثراء الوسيلة الاعلامية على تفسير مدى ثراء الوسائل الإعلامية بالمعلومات والمعارف التي تقدمها للجمهور، وبتطبيق نظرية ثراء الوسيلة علي صحافة الفيديو نجد أنها قد تتمتع بما يمكنها من تحقيق فرضيات الثراء، من حيث كونها وسيلة تكنولوجية تمتلك قدراً كبيراً من المعلومات، فضلاً عن تنوع مضمونها، مما يمكنها من التغلب على الغموض الناتج عن نقص المعلومات والشك الناتج عن عدم تنوع المصادر، كما أنها تتمتع بجمع الصدى القوي المباشر، ومن خلال التعليقات، كما أنها تتيح لمتصفحها القدرة على اختيار الموضوعات التي يفضل قراءتها، أو يفضل حذفها، مما يعزز من الخصوصية والتركيز الشخصي، كما تتمتع صحافة الفيديو بقدرتها على نقل المعلومات. ولما كانت الدراسة تسعى ضمن أهدافها معرفة ما تتمتع به صحافة الفيديو من عوامل الثراء، فقد تضمنت استمارة الاستبيان أسئلة حول قياس مدى سهولة استخدام صحافة الفيديو والتفاعل معها وبالتالي قد قامت الباحثة من خلال هذه الدراسة بقياس ثراء صحافة الفيديو و درجة فاعليتها في تبسيط المحتوى الإخباري بما تحويه من أدوات وصور ثابتة ومتحركة ونصوص التي تسهل عملية الفهم وترفع درجة ثراء الإنترنت.

تعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية التي تهتم بوصف الظاهرة المدروسة كما هي، حيث تهدف الدراسة إلى رصد وتوصيف وتفسير علاقة صحافة الفيديو بفهم وتذكر المستخدمين للمحتوى الإخباري في المواقع الصحفية المصرية.

منهج الدراسة: تعتمد الباحثة في هذه الدراسة منهج المسح الإعلامي، حيث يتم استخدامه في جمع البيانات والمعلومات اللازمة حول الظاهرة محل البحث.

مجتمع وعينة الدراسة:

أولاً: مجتمع الدراسة: اختارت الباحثة عينة عشوائية من طلاب الجامعات المصرية والباحثين في درجة الماجستير والدكتوراه بالجامعات المصرية الذي يتابع لصحافة الفيديو من عمر ١٨ سنة وحتى سن ٥٠ سنة في جميع الجامعات المصرية عينة الدراسة باعتباره جمهور "متجانس" وهو يغطي كافة أطياف جمهور صحافة الفيديو، وكذلك بسبب إعتباره جمهور ذات كثافة عالية وانتشار للتعليم بشكل ملحوظ فيه.

ثانياً: عينة الدراسة: تم اختيار عينة طبقية عشوائية من فئات الشعب المصري المختلفة من الذكور والإناث بواقع ٤٠٠ مفردة موزعة على (جامعة القاهرة - جامعة عين شمس - جامعة المنصورة - جامعة أسيوط - جامعة المنوفية) جرى تقسيمها على النحو التالي .

- جامعة القاهرة بواقع ٨٠ مفردة موزعة على الذكور والإناث .
- جامعة عين شمس ٦٧ مفردة موزعة على الذكور والإناث .
- جامعة المنصورة ٨٧ مفردة موزعة على الذكور والإناث .
- جامعة أسيوط ٧٦ مفردة موزعة على الذكور والإناث .
- جامعة المنوفية ٩٠ مفردة موزعة على الذكور والإناث .

أدوات جمع البيانات: اعتمدت الباحثة على أداة استمارة الاستبيان كأداة لجمع البيانات الخاصة بالدراسة الميدانية، وذلك من خلال قيام الباحثة بتوزيع الاستمارة على عينة الدراسة إلكترونياً. وهي الأداة الأنسب لجمع المعلومات والبيانات اللازمة للدراسة.

الباحثة/هاله السيد عباس السيد عباس

اختبارات الصدق والثبات:

أولاً: اختبار الصدق

تم اختبار صلاحية استمارة الاستبيان في جمع البيانات من خلال اجراء اختبراري الصدق والثبات لها، وذلك على النحو التالي:

أ. اختبار الصدق (validity)

ويعني دقة المقياس المستخدم في قياس المتغير النظري أو المفهوم المراد قياسه، وللتحقق من صدق المقياس قامت الباحثة بحساب ما يلي:

١. الصدق الظاهري (صدق المحكمين)

حيث قامت الباحثة بعرض صحيفة الاستبيان على مجموعة من الاساتذة المحكمين (٦) ممن لهم الخبرة في مجال البحث، لإبداء الرأي حول مناسبة وكفاية المحاور والعبارات ومناسبة صياغتها لعينة البحث، وفي ضوء آراء هؤلاء الخبراء تم تعديل صياغة بعض العبارات وحذف عدد اخر.

٢. صدق الاتساق الداخلي

يقصد بصدق الاتساق الداخلي مدى اتساق كل سؤال من اسئلة الاستبانة مع المحور الذي ينتمي إليه هذا السؤال، وقد قامت الباحثة بحساب معاملات الارتباط بين درجة كل بعد من أبعاد الاستبيان والدرجة الكلية للاستبيان، وذلك لمعرفة مدى ارتباط كل بعد بالدرجة الكلية للاستبيان، بهدف التحقق من مدى صدق الاستبيان؛ ويتضح ذلك من خلال الجدول التالي:

جدول (٧)

معاملات الارتباط بين الدرجة الكلية لكل محور والدرجة الكلية للاستبانة

المحور	معامل الارتباط	مستوى الدلالة
المحور الأول : صحافة الفيديو	٠.٦٧٣	٠.٠٠٠
المحور الثاني : الفهم	٠.٨٧٩	٠.٠٠٠
المحور الثالث: التذكر	٠.٨٥٦	٠.٠٠٠
المتوسط	٠.٧٨٩	٠.٠٠٠

(١)- تم عرض أسماء المحكمين في الملحق رقم (١)

علاقة صحافة الفيديو بفهم وتذكر المستخدمين للمحتوى الإخباري في المواقع يتضح من الجدول رقم (٧) أن معامل الارتباط بين محاور الدراسة جاء مرتفعاً لجميع المحاور حيث بلغ المتوسط العام لمعامل الارتباط ٠.٧٨٩ ، وبلغ مستوي الدلالة (٠.٠٠٠) مما يدل على أنها دالة حيث أن جميعها جاءت أقل من ٠.٠٥

ب. ثبات الاستبيان

يقصد بثبات الاستبيان أن يكون على درجة عالية من الدقة والاتقان والاتساق فيما تزودنا به من بيانات ومعلومات عن المبحوثين، وقد تم حساب معامل ثبات الاستبيان على عينة قوامها (١٠٠) مفردة وذلك باستخدام طريقة إعادة التطبيق لحساب ثبات المقياس من خلال التطبيق على تلك العينة بعد فاصل زمني قدرة ثلاثة أسابيع، وقد أشارت معاملات الارتباط إلى الاتفاق بين الاجابات على كل بعد من أبعاد الاستبيان بين التطبيق الأول والثاني بنسبة بلغت ٠.٦٧٣ وذلك من خلال الجدول التالي:

جدول (٨)

معامل ثبات الاستبانة ومحاورها المختلفة

المحور	معامل الثبات
المحور الأول : صحافة الفيديو	٠.٩٨٦
المحور الثاني : الفهم	٠.٦٩٨
المحور الثالث: التذكر	٠.٥٦٢
الدرجة الكلية	٠.٧٦٣

يتضح من الجدول السابق ثبات الاستبانة حيث بلغت الدرجة الكلية لمعامل الثبات ٠.٧٦٣ مما يدل على معدل ثبات عالي .

المعالجة الإحصائية للبيانات:

بعد الانتهاء من جمع بيانات الدراسة التحليلية وتفرغها، تم ترميز البيانات وإدخالها إلى الحاسب الآلي، ثم معالجتها وتحليلها واستخراج النتائج الإحصائية وذلك باستخدام برنامج

١. التكرارات البسيطة (Frequency) والنسب المئوية: (Percent)

تُستخدم هذه الأساليب لتقديم توزيع تكراري للبيانات وتحليل نسب الفئات المختلفة داخل العينة.

٢. المتوسط الحسابي (Mean) والانحراف المعياري: (Std. Deviation)

يُحسب المتوسط لتحديد مركز البيانات بينما يساعد الانحراف المعياري في قياس تشتت البيانات حول هذا المتوسط.

٣. الاختبار (Independent Samples T Test) أو اختبار "ت"

يُستخدم هذا الاختبار لمقارنة متوسطين لعينيتين مستقلتين، مما يسمح بتحديد الفروق الإحصائية بينهما.

٤. معامل ارتباط بيرسون: (Pearson Correlation)

يُستخدم هذا المعامل لدراسة شدة واتجاه العلاقة الارتباطية بين متغيرين على مستوى المسافة أو النسبة. وتصنف شدة العلاقة على النحو التالي:

- ضعيفة: قيمة المعامل أقل من ٠.٣٠٠
- متوسطة: قيمة المعامل بين ٠.٣٠٠ و ٠.٦٠٠
- قوية: قيمة المعامل أكثر من ٠.٦٠٠

٥. معامل ارتباط الفروق بين الرتب "سبيرمان": (Spearman's rho)

يُستخدم هذا المعامل عندما لا تتحقق شروط معامل بيرسون، لقياس العلاقة الارتباطية بين متغيرين بناءً على ترتيب بياناتهما بدلاً من قيمهما المطلقة.

٦. الوزن المرجح

يُحسب الوزن المرجح عن طريق ضرب التكرارات في وزن معين يقرره الباحث بناءً

علاقة صحافة الفيديو بفهم وتذكر المستخدمين للمحتوى الإخباري في المواقع
على عدد المراتب في كل سؤال، ثم يتم جمع النقاط التي يحصل عليها كل بند للحصول على مجموع الأوزان المرجحة، ومن ثم تحسب النسب المئوية لبند السؤال ككل.

المفاهيم الإجرائية للدراسة:

صحافة الفيديو: يعتبر مصطلح صحافة الفيديو مفهوم مراوغ لا يوجد اتفاق حوله بين الممارسين والباحثين، فقد اختلفوا حول معناه، ومع ذلك انتشر على نطاق واسع وأصبح حقيقة يومية يستخدمها الجمهور وتعتمد عليها المؤسسات الإعلامية الكبرى، وجاء تعريف فتحي حسين عامر لصحافة الفيديو في إطار ممارسة إنتاج الأخبار بالفيديو عندما يقوم شخص واحد بكتابة القصة الإخبارية باستخدام التقنيات الرقمية ونشرها على الإنترنت، فجاء تعريفه لصحافة الفيديو على أنها "الصحافة التي يقوم فيها شخص واحد سواء صحفي أو شخص عادي، بإعدادها وتحريرها وتنفيذها وترجمتها وضبط المونتاج والإضاءة والصوت الخاص بها باستخدام التكنولوجيا الرقمية".^٧

المحتوى الإخباري: المعلومات النصية المواد المرئية الثابتة و المتحركة (الفيديو و الصوتية التي تتضمنها المواقع الإلكترونية، والمطبوعات الورقية و غير الورقية و وسائل الإعلام و المكتبات، ويتضمن المحتوى على هذا الأساس المواد التي يتم تبادلها عبر تلك الوسائط و المصادر". وعلى هذا الأساس يمكننا أن نعرف المحتوى الرقمي على أنه جميع المعلومات التي تنتشر عبر الوسائط الإلكترونية من مواقع الويب و تطبيقات الهواتف الذكية و غير ذلك من الحوامل الرقمية. فهناك من يعرف المحتوى الرقمي بأنه كل ما يمكن تداوله و معالجته و حفظه من خلال الوسائط المعلوماتية الإلكترونية من محتوى تعليمي وثقافي و صناعي و تجاري و إعلامي و تنموي فهناك من يعرف المحتوى الرقمي بأنه كل ما يمكن تداوله و معالجته و حفظه من خلال الوسائط المعلوماتية الإلكترونية من محتوى تعليمي وثقافي و صناعي و تجاري و إعلامي و تنموي. ويمكن القول أن المحتوى الرقمي ناتج عن النقلة النوعية في تقنية المعلومات و الاتصالات.^٨

^٧ فتحي حسين عامر ، مرجع سابق ص ١٩

^٨ توزيع المحتوى الإعلامي عبر الوسائط الرقمية مرجع سابق ص ٤٧.

الباحثة/هاله السيد عباس السيد عباس

الفهم : قدرة المتلقي على إدراك واستيعاب المعلومات التي يتعرض لها في محتوى صحافة الفيديو على المواقع الصحفية المصرية.
التذكر: قدرة الفرد على استحضار الخبرات الماضية الي مر بها أو استعادته للمعلومات والمعارف التي سبق أن تعلمها.

اختبار فروض الدراسة:

في هذا المحور ستقوم الباحثة باختبار الفرضيات التي وضعها لهذه الدراسة بالإضافة إلى تقديم نتائج الدراسة الميدانية ، حيث تم اختبار هذه الفرضيات بناء على ما تم الوقوف عليه من خلال الدراسة الميدانية بالإطلاع على آراء عينة الدراسة من خلال نتائج الاستبيان و التحليل الاحصائي باستعمال المتوسطات المرجحة لكل فرضية و لتثبيت صحة أو نفي الفرضيات قمنا ايضا بالاستعانة بأحد الاختبارات الاحصائية المعلمية الملائمة لدراستنا هذه وهو اختبار العينة الواحدة T Teste Simple وهذا باعتبار ان دراستنا شملت المجتمع ككل والمتمثل في قطاع طلاب الجامعات المصرية والباحثين في مرحلة الماجستير والدكتوراه واعتباره كعينة واحدة وهي من شروط استخدام هذا الاختبار، وفيما يلي الاختبار الاحصائي لهذه الفرضيات.

أولاً: اختبار الفرضية الأولى:

الفرض الرئيس الأول: توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة احصائية بين التعرض لصحافة الفيديو في المواقع الصحفية المصرية وفهم وتذكر المبحوثين للمحتوى.

يمكن صياغة الفرضية العدمية (الصفريّة) والفرضية البديلة كالتالي:

الفرضية العدمية : لاتوجد علاقة ارتباطية ذات دلالة احصائية بين التعرض لصحافة الفيديو في المواقع الصحفية المصرية وفهم وتذكر المبحوثين للمحتوى.

الفرض البديل :

توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة احصائية بين التعرض لصحافة الفيديو في المواقع الصحفية المصرية وفهم وتذكر المبحوثين للمحتوى.

علاقة صحافة الفيديو بفهم وتذكر المستخدمين للمحتوى الإخباري في المواقع

جدول (٢٨)

يوضح العلاقة بين صحافة الفيديو في المواقع الصحفية المصرية وفهم وتذكر المبحوثين للمحتوى.

التحليل	الارتباط (Pearson's r)	القيمة p للارتباط	الانحدار الخطي البسيط (معامل للانحدار)	القيمة p للانحدار	القيمة R^2 (تفسير التغيرات)
العلاقة بين التعرض لصحافة الفيديو في المواقع الصحفية المصرية وفهم وتذكر المبحوثين للمحتوى.	٠.٨٢	٠.٠٠١	٣.١٥	0.001	٠.٦٧

المصدر: من اعداد الباحثة بناء على مخرجات برنامج SPSS

يوضح الجدول السابق معامل الارتباط Pearson's r بلغ (0.82) حيث يوضح قوة واتجاه العلاقة بين المتغيرين في هذه الحالة، القيمة 0.82 تشير إلى علاقة إيجابية قوية بين صحافة الفيديو والفهم والتذكر. هذا يعني أنه كلما زاد تعرض الأفراد لصحافة الفيديو، تحسن أدائهم في الفهم والتذكر بشكل ملحوظ.

بينما بلغ القيمة p للارتباط 0.001 أقل من ٠.٠٠٥، مما يعني أن العلاقة بين صحافة الفيديو والفهم والتذكر دالة إحصائيًا وأنها حقيقية وليست ناتجة عن مصادفة، وقد بلغت قيمة (معامل الانحدار) 3.15 في الانحدار الخطي البسيط، وتشير هذه النتيجة إلى أن زيادة وحدة واحدة في التعرض لصحافة الفيديو تؤدي إلى زيادة في الفهم والتذكر بمقدار 3.15 وحدة وهذا يعزز من الفكرة القائلة بأن زيادة التعرض لصحافة الفيديو تؤدي إلى تحسن في الفهم والتذكر.

أشارت نتائج الاختبار إلى أن مربع معامل الارتباط بلغت قيمته ($R^2: 0.67$) مما يعني أن 67% من التغيرات في الفهم والتذكر يمكن تفسيرها بالتعرض لصحافة الفيديو. هذا يشير إلى أن صحافة الفيديو لها تأثير قوي على الفهم والتذكر، حيث يمكنها تفسير ٦٧% من التغيرات في الفهم والتذكر.

نستنتج من الجدول السابق العلاقة الإيجابية بين صحافة الفيديو و الفهم والتذكر وأنها علاقة قوية ودالة إحصائيًا، حيث زيادة التعرض لصحافة الفيديو تؤدي إلى تحسن كبير في الفهم والتذكر، وبناءً على هذه النتائج، يمكن القول إن صحافة الفيديو تعد أداة فعالة لتحسين الفهم والتذكر لدى الأفراد، وأن زيادة التعرض لها يمكن أن يساهم بشكل ملحوظ في تحسين الأداء المعرفي.

تؤكد النتائج التي تشير إلى وجود علاقة إيجابية قوية بين التعرض لصحافة الفيديو وتحسين الفهم والتذكر على أهمية هذه الوسيلة في نقل المعلومات بفعالية. هذه النتيجة تتوافق مع العديد من الدراسات السابقة التي أشارت إلى تأثير صحافة الفيديو على القدرات المعرفية، مثل:

- دراسة إسلام محمد مطاوع (٢٠٢٣) التي توصلت إلى أن استخدام أسلوب الفيديو جراف والكروس ميديا يؤثر إيجابًا على تذكر القراء لمضمون القصص الإخبارية. هذه الدراسة تؤكد على أهمية صحافة الفيديو في تحسين الذاكرة واسترجاع المعلومات، وهو ما يتفق مع النتائج الحالية التي تشير إلى أن التعرض لصحافة الفيديو يعزز من قدرة الأفراد على تذكر المحتوى الإخباري.

- دراسة مروة عطية محمد (٢٠٢٢) التي تناولت توظيف تطبيقات وتقنيات فيديو الواقع المعزز في السرد البصري وأثره في إدراك وتقييم الجمهور للمحتوى الإخباري. هذه الدراسة تشير إلى أن استخدام التقنيات الحديثة في صحافة الفيديو، مثل الواقع المعزز، يمكن أن يحسن من تجربة المشاهدة ويزيد من تفاعل الجمهور مع المحتوى، مما يؤدي إلى تحسين الفهم والتذكر.

- دراسة فاطمة فايز (٢٠٢٢) التي أكدت أن المحتوى المرئي يأتي في المقدمة سواء بالنسبة لاستخدام الوسائل الإعلامية له أو من حيث تفضيل الجمهور له. هذه الدراسة تشير إلى أن الجمهور يفضل المحتوى المرئي والمسموع على المحتوى النصي، وأن صحافة الفيديو تلبي هذه الرغبة من خلال تقديم معلومات جذابة ومثيرة للاهتمام. بالإضافة إلى ذلك، يمكن ربط النتائج الحالية بدراسات أخرى تناولت تأثير الأسلوب القصصي في تقديم المحتوى الإعلامي، مثل دراسة (حمد علي الزهراني، مروة عطية)

علاقة صحافة الفيديو بفهم وتذكر المستخدمين للمحتوى الإخباري في المواقع (٢٠١٩) التي أشارت إلى استخدامات الفيديو جراف في الصحافة الإخبارية، وأكدت على أهمية الحيادية في عرض الموضوعات. هذه الدراسة تشير إلى أن استخدام الأسلوب القصصي في صحافة الفيديو يمكن أن يجعل المحتوى أكثر جاذبية وتأثيراً، مما يساعد على تحسين الفهم والتذكر.

ويرجع ذلك إلى أن هناك العديد من الأسباب التي تفسر العلاقة الإيجابية بين صحافة الفيديو والفهم والتذكر، "التأثير البصري والإدراكي" والذي يعتبر من يعتبر من أقوى وسائل التعلم، حيث أظهرت العديد من الدراسات أن الأشخاص يميلون إلى تذكر المعلومات بشكل أفضل عندما تكون مرئية وتعد صحافة الفيديو وسيلة مرئية وسمعية في آن واحد، تساعد في تحفيز الحواس المختلفة، مما يجعل المحتوى أكثر جذباً وتفاعلاً وتسمح بتقديم صور وأصوات وحركات، وهذا يساهم في تثبيت المعلومات داخل الدماغ بشكل أفضل من النصوص فقط. هذا يدعم تحسين التذكر.

كما يمكن تعزيز الفهم من خلال السرد القصصي حيث أن لكثير من صحافة الفيديو تعتمد على السرد القصصي، الذي يمكن أن يساعد في تبسيط المعلومات وتحفيز الذاكرة. مما يجعل المحتوى أكثر ترابطاً وأسهل لفهمه، مما يسمح للمتلقين بتذكر تفاصيل القصة التي قد تكون معقدة لو تم تقديمها فقط على شكل نصوص، كما يثير محتوى الفيديو استجابة عاطفية لدى المتلقين. هذه الاستجابة العاطفية يمكن أن تحسن من الذاكرة. على سبيل المثال، فيديوهات الأخبار أو التقارير التي تحتوي على قصص إنسانية مؤثرة يمكن أن تساهم في تثبيت المعلومات في الذاكرة بشكل أفضل مقارنة بالمحتوى الجاف. كما تعتمد صحافة الفيديو على التفاعل والتكرار مما يوفر فرصاً للتفاعل مع المعلومات بطريقة أكثر ديناميكية. على سبيل المثال، يمكن للمشاهدين إيقاف الفيديو، إعادته، أو التفاعل مع محتواه، ما يعزز فهمهم بالمقارنة مع النصوص المكتوبة، التوضيحات المرئية في الفيديو تسهل فهم المواد التعليمية أو الأخبار المعقدة، مما يساهم في تحسين مستوى الفهم لدى المشاهدين، كما تجعل صحافة الفيديو المعلومات أكثر جاذبية مما يثير الفضول ويعزز الانتباه، مما يجعل المتلقي أكثر تركيزاً على محتوى الفيديو. عندما يكون الشخص أكثر تركيزاً، يكون لديه فرصة أكبر لاحتفاظ بالمعلومات.

