

تعرض الشباب لصحافة الفيديو الرقمية عبر مواقع التواصل الاجتماعي وعلاقته بترتيب أولويات القضايا لديهم

د. هبة حنفي معوض حسين *

الملخص:

هدف البحث 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 مؤوي (١٨,٩%)، يليها بالترتيب الثاني "صدى البلد" بوزن مؤوي (١٤,٦%)، بالترتيب الثالث "بوابة الأهرام" بوزن مؤوي (١٣,٨%)، بالترتيب الرابع وبفارق طفيف "قناة الجزيرة" بوزن مؤوي (١٣,٧%)، وتلاها بالترتيب الخامس موقع "أخبار اليوم" بوزن مؤوي (١٢,٨%). وأوضحت النتائج أن الإسهامات التي تقوم بها صحافة الفيديو الرقمية في إدراك الشباب "عينة الدراسة" للقضايا المطروحة؛ جاء في مقدمتها "تحديد أهم المخاطر الناتجة عن القضايا التي تواجه المجتمع المصري" بنسبة (٥٥,١%)، يليها "تقديم كافة المعلومات الخاصة بالقضايا الحالية" بنسبة (٤٤,١%)، "متابعة القضايا الحالية" بنسبة (٤٣,٩%)، "تزيد من ثقافتني بواسطة ما يعرض من خلالها على مواقع التواصل الاجتماعي"، وذلك بنسبة (٤٢,٦%)، جاء أنها "تساعدني في تكوين آراء سليمة نحو القضايا الراهنة" بنسبة (٣٩,١%)، تلاها "تسهم في تغيير مفاهيمي نحو بعض القضايا" بنسبة (٣٨,٣%)، "تضيف معلومات جديدة حول القضايا المختلفة" بنسبة (٣٦,٤%).

الكلمات المفتاحية: صحافة، الفيديو، الرقمية، مواقع التواصل الاجتماعي

* مدرس بقسم الإعلام التربوي- كلية التربية النوعية - جامعة عين شمس

Youth exposure to digital video journalism via social networking sites and its relationship to prioritization

Dr. Heba Hanafy Moawad Hussein *

Abstract:

The aim of the research is to monitor the extent to which young people are exposed to digital video journalism through social media and its relationship to their prioritization of issues. This study is descriptive in nature, employing a survey methodology on a sample of Egyptian youth. The study was conducted on a random sample of 400 individuals from the Egyptian youth, utilizing a questionnaire and a priority ranking scale as research tools. The findings revealed that the "Al-Youm Al-Sabea" website is at the forefront of video journalism sites accessed by the study sample through social media, with a percentage weight of (18.9%). Following closely is "Sada El Balad" in second place with a percentage weight of (14.6%), followed by "Gate Al-Ahram" in third place with a percentage weight of (13.8%). In the fourth position, with a slight difference, is "Al Jazeera" with a percentage weight of (13.7%), followed by "Akhbar Al-Youm" in fifth place with a percentage weight of (12.8%). The results indicated that the contributions of digital video journalism in shaping the perception of the study sample towards the presented issues were as follows: "Identifying the most significant risks resulting from the issues facing Egyptian society" with a percentage of (55.1%) came at the forefront, followed by "Providing all information about current issues" with a percentage of (44.1%), "Following current issues" with a percentage of (43.9%), "Increasing my knowledge through what is presented on social media platforms" with a percentage of (42.6%), and "Helping me form sound opinions towards current issues" with a percentage of (39.1%). It was followed by "Contributing to changing my concepts towards some issues" with a percentage of (38.3%), and "Adding new information about various issues" with a percentage of (36.4%).

Key words: Digital, video, journalism, social media

* Lecturer in the Department of Educational Media, Faculty of Specific Education, Ain Shams University

مقدمة

لا يقتصر دور وسائل الإعلام على تقديم المعلومات والمواد الإعلامية المتنوعة للجمهور فقط، بل إنها تؤثر في الآراء التي يكوها الجمهور تجاه بعض القضايا وذلك نتيجة لتركيز وسائل الإعلام على قضايا محددة وبطريقة معينة؛ مما يترتب عليه اهتمامه بتلك القضايا والموضوعات، وبالتالي فإنه يتبنى أجندة القضايا التي تعرضها وسائل الإعلام وتكون هي أولوياته الفعلية^(١).

شهدت الصحافة مؤخراً حركة ديناميكية من التطور والانتشار، وتحولت خلال السنوات الأخيرة من أداة إعلامية نصية مكتوبة إلى أداة إعلامية سمعية وبصرية تؤثر في قرارات واستجابات الجمهور، وتعد صحافة الفيديو 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، وهذا النوع من الصحافة تميز بالتفاعلية في عرض المادة الصحفية بالصوت والصورة مما جعلها أكثر مصداقية في نقل الأحداث^(٢)، خاصة أنه ارتفعت معدلات نشر ملفات الفيديو على الإنترنت مدفوعاً بالتطورات التقنية والمبادرات لعدد من المنصات الإلكترونية مثل الفيس بوك والتويتير واليوتيوب^(٣).

وأكدت العديد من النظريات وعلى رأسها نظرية "ترتيب الأولويات" أنه توجد علاقة وثيقة بين ما تطرحه الصحافة من قضايا وبين ترتيب هذه القضايا لدى المتابعين لها، بمعنى أن للصحافة دوراً فعالاً في تحديد الأولويات المهمة لدى الجمهور، حيث تشير معظم الدراسات إلى أن للصحافة قدرة عالية في إبراز القضايا المختلفة وتشكيلها بذهن الجمهور، ولها دور في انتقاء وتسليط الضوء على بعض الأحداث أو الشخصيات أو قضايا معينة، ومن خلال التكرار لهذه العملية يبدأ الجمهور في تبني الأجندة التي تطرحها هذه الوسيلة، بما يقوده للتصديق والافتناع الفعلي بأهمية وبروز هذه الأحداث والقضايا دون غيرها^(٤).

بالتالي أصبح أمام الشباب العديد من المضامين التي يمكن التعرض لها، والتي تتناسب مع ميولهم واهتماماتهم، ومن ثم تؤثر على ترتيب أولويات القضايا لديهم من خلال تعرضهم لصحافة الفيديو، وهذا ما تسعى إليه نظرية ترتيب الأولويات حيث تعريف المتلقي بالقضايا المطروحة على الساحة، وعرض أحداثها وتطوراتها، والنتائج المترتبة عليها.

وعلى ضوء ما سبق ينطلق البحث الحالي للتعرف على القضايا التي تهتم صحافة الفيديو الرقمية بعرضها (من وجهة نظر الشباب)، ومحاور القضايا المهمة المطروحة مؤخراً من خلال هذه الصحافة (من وجهة نظر الشباب)، والإسهامات التي تقوم بها صحافة

الفيديو في إدراكهم للقضايا المطروحة، ومدى تفاعلهم مع هذه الصحافة بمواقع التواصل الاجتماعي حول مختلف القضايا.

أولاً: الدراسات السابقة

بالنظر إلى ما لمراجعة الدراسات السابقة من أهمية كبيرة في مجال البحث العلمي، فقد قامت الباحثة باكتشاف المنشور في الموضوع من دراسات بعد تحديد الكلمات المفتاحية للبحث؛ حيث جرى البحث بالكلمات التالية (صحافة الفيديو، صحافة الفيديو والقضايا، صحافة الفيديو والشباب) ، وعليه ستعرض الباحثة بالتفصيل هذه المراجعة على محور واحد يتناول صحافة الفيديو، وقد أسفر استعراض الدراسات السابقة عن العديد من الدراسات التي عالجت هذا الموضوع، وما يرتبط به من متغيرات، وفيما يلي عرضاً موضوعياً وفقاً للمحور الذي حددته الباحثة:

فيما يخص فوائد صحافة الفيديو للجمهور: تناول عدد كبير من أدبيات البحث العلمي فوائد صحافة الفيديو بالنسبة للجمهور؛ حيث أشارت دراسة (Shrimali, M., 2018)^(٥) إلى دور صحافة الفيديو التي يتم تقديمها للشباب في ترسيخ القيم المجتمعية، وعلى اقتناعهم بالإنخراط في العمل المجتمعي لحل المشاكل التي تواجه الدولة، كما ظهر أهمية صحافة الفيديو المجتمعية في تكوين رؤية مستقبلية لدى الشباب، وضرورة حل الخلافات العرقية؛ مما يؤدي إلى إحداث تغيير اجتماعي، كما خلصت دراسة (عبد السميع، نهلة صلاح، ٢٠١٨)^(٦) إلى أنه تسهم صحافة الفيديو في تشكيل وعي الشباب عن الحوادث وقضية حقوق الإنسان والتمكين السياسي للمرأة والعنف ضد المرأة، وأفادت دراسة (Hedley, D., 2018)^(٧) بأنه تسهم هذه الصحافة بشكل كبير في مراقبة الأحداث وتقوم بنشرها بطريقة فورية وتكوين زخم حول تلك الموضوعات، مما يساعد على تكوين رأي حول هذه القضايا، وبالتالي الإسراع في حل تلك القضايا والأزمات.

وجدت دراسة (سالم، أميرة حسن، ٢٠١٩)^(٨) أن من أكثر المفاهيم المجتمعية التي يهتم بمتابعتها الشباب الجامعي بصحافة الفيديو الإلكترونية (تفضيل المحسوبة على العمل الجاد، الفساد الاجتماعي، فقدان الشعور بالانتماء للوطن، الفساد السياسي، الفساد الاقتصادي، إعلاء قيمة الولاء الشخصي على الولاء الوطني..)، وبلغت نسبة من يرون أن صحافة الفيديو تسهم بشكل كبير في تعريفهم بالمفاهيم المجتمعية (٣، ٥٨٪).

تحققت دراسة (Schoon, A. J., 2019)^(٩) بأن الفيديوهات تسهم بشكل كبير في تكوين علاقة قوية بين الشباب ومجتمعاتهم، وتعمل على إدماجهم في المشاكل والقضايا التي تواجه المجتمع، وتوصلت دراسة (Edwards, W. C., 2020)^(١٠) إلى أن الشباب الذين

تعرضوا لمحتوى صحافة الفيديو الرقمية اكتسبوا معلومات حول الأعمال والتمويل والاقتصاد بصفة عامة،

كما وجد أن هذه الصحافة شكلت مصدرًا مهمًا للمعلومات عن القضايا السياسية والاجتماعية، وهو ما توصلت إليه نتائج دراسة (Moeller, J. & Others, 2021)^(١١).

وتأتي دراسة (عطية، أحمد إبراهيم، ٢٠٢٣)^(١٢) التي بحثت رصد وتحليل وتفسير الأطر الإخبارية المصورة في تناول صحافة الفيديو لمؤتمر الأمم المتحدة للمناخ بمصر COP27، من خلال تحليل مقاطع الفيديو التي نشرت عبر قنوات مواقع "اليوم السابع" وأخبار اليوم والوفد" خلال شهري نوفمبر وديسمبر ٢٠٢٢، واتضح أنه ركزت مواقع الصحف الإلكترونية في تغطيتها لمؤتمر المناخ على دور مصر في تنظيم الحدث، حيث جاءت في مقدمة الأفكار الرئيسة بمقاطع الفيديو، تلاها التأثيرات الاقتصادية لتغير المناخ، ثم التعاون الدولي لمواجهة مخاطر التغيرات المناخية.

بالنسبة لعناصر الجذب بصحافة الفيديو؛ أفادت دراسة (Hedley, D., 2018)^(١٣) بأن من أهم الأسباب التي أدت إلى انتشار صحافة الفيديو الرقمية هو اعتمادها على عنصر الصورة التي تعد من أكثر عناصر الجذب التي يعتمد عليها الجمهور لتصديق المضمون الإعلامي، كما توصلت دراسة (مدوح، آلاء محمد والسيد، رانيا زكريا، ٢٠٢٣)^(١٤) إلى أنه جاءت ثقة المبحوثين في صحافة الفيديو؛ لتدعيم أخبارها بالصوت والصورة.

أما عن سلبيات صحافة الفيديو: في إطار التعرف على مدى إدراك طلاب الإعلام لصحافة الفيديو، واتجاهاتهم نحوها، أظهرت دراسة (عبد الفتاح، وليد وإبراهيم، عبد الخالق، ٢٠١٧)^(١٥) أن نسبة (٥٩,٣%) من طلاب الإعلام يرون أنه من أهم عيوب وسلبيات صحافة الفيديو هو عدم وجود جهة مسؤولة عن صحفي الفيديو بمصر، كما ترى نسبة (٥٠,٦%) أنه يتمثل في عدم الإلتزام بالموضوعية عند تناول الأحداث.

في حين جاءت أخلاقيات عرض صحافة الفيديو من خلال التعرف على سياسات ومحددات وأخلاقيات نشر مقاطع الفيديو على بوابات الصحف الإلكترونية، حيث تم تحليل محتوى مقاطع الفيديو بموقعي اليوم السابع وفيتو من خلال دراسة (الغريب، إيمان محمد، ٢٠١٨)^(١٦) وقد توصلت لوضوح المسؤولية الأخلاقية بمقاطع الفيديو، وظهر ذلك في احترام حقوق الفرد واحترام الكرامة الإنسانية والارتقاء بالذوق العام والدفاع عن المصالح العامة للمجتمع، كما تبنت تعليقات الجمهور أبعاد أخلاقية ببث الشعور بالمسؤولية بنسبة (٣٣,٨%) وإبراز نماذج إيجابية بنسبة (١٨,٤%)، وبينت دراسة (محمد، هالة بسيوني، ٢٠٢٢)^(١٧) أنه جاء الإلتزام بالمعايير المهنية والأخلاقية من أهم عوامل بقاء صحافة الفيديو

من وجهة نظر الجمهور المتابع، كما استهدفت دراسة (ممدوح، آلاء محمد والسيد، رانيا زكريا، ٢٠٢٣)^(١٨) التعرف على اتجاهات الجمهور نحو مصداقية صحافة الفيديو ودورها في مكافحة الشائعات الإلكترونية والأخبار الزائفة والمضللة، واتضح ارتفاع معدل تعرض العينة للأخبار والمعلومات المقدمة من صحافة الفيديو؛ وذلك لثقتهم في مصداقيتها، ولتأكدهم من صحة المعلومات حول القضايا والأحداث الجارية.

وبشأن الآثار المترتبة على استخدام صحافة الفيديو: ظهر من خلال دراسة (سالم، أميرة حسن، ٢٠١٩)^(١٩) وجود علاقة دالة إحصائية بين دوافع متابعة الشباب لصحافة الفيديو الإلكترونية وبين تأثيرها على المفاهيم المجتمعية لديهم، ووجدت دراسة (Schoon, A. J., 2019)^(٢٠) التأثير الكبير لصحافة الفيديو على المستوى المعرفي والإدراكي لدى الشباب، كما أصبح هناك تطابقاً كبيراً بين أولويات الشباب والمجتمع نتيجة لتأثير تلك الفيديوهات، واتضح من خلال دراسة (عطية، أحمد إبراهيم، ٢٠٢٠)^(٢١) وجود علاقة بين كثافة التعرض لصحافة الفيديو عن الأحداث الإرهابية على شبكة الإنترنت وبين الآثار المعرفية والسلوكية المترتبة على هذا التعرض، بينما لم تثبت هذه العلاقة مع الآثار الوجدانية، وتتقارب معها دراسة (عطية، أحمد إبراهيم، ٢٠٢١)^(٢٢) حيث توصل لوجود علاقة ارتباطية بين كثافة التعرض لمقاطع الفيديو عن أزمة كورونا على شبكة الإنترنت والآثار المعرفية والوجدانية والسلوكية المترتبة على هذا التعرض، ووجدت دراسة (محمود، سمير محمد، ٢٠٢٢)^(٢٣) أن صحافة الفيديو تتأثر بأهداف منتجها ومروجها، ويمكن أن يكون لها تأثير على المجتمع وعلى صنع القرار، كما يمكن أن يتسع دورها كأداة للضغط والرقابة المجتمعية.

وحول مصادر التعرض لصحافة الفيديو أشارت دراسة (عطية، أحمد إبراهيم، ٢٠٢١)^(٢٤) إلى أنه جاءت مواقع الشبكات الاجتماعية في المرتبة الأولى كأول المصادر التي يحصل منها الباحثون على مقاطع الفيديو التي تتعلق بأزمة كورونا، تلاها المواقع الإخبارية، ورصدت دراسة (محمود، سمير محمد، ٢٠٢٢)^(٢٥) أن مواقع التواصل الاجتماعي تسبق المواقع الإلكترونية والفضائيات والصحف ووكالات الأنباء؛ كوسيلة يتعرض من خلالها الجمهور العربي لصحافة الفيديو ومقاطع الفيديو، خاصة تويتر وفيس بوك وانستجرام.

أما عن الأطر المستخدمة في تناول القضايا بصحافة الفيديو أوضحت دراسة (عطية، أحمد إبراهيم، ٢٠٢٠)^(٢٦) إلى أنه احتلت الأطر المتعاطفة أو الإنسانية المرتبة الأولى بالنسبة لمواقع صحافة الفيديو عن الأحداث الإرهابية، واحتلت أطر التغيير السياسي

والاجتماعي المرتبة الثانية، بينما احتلت أطر دعم الوضع القائم المرتبة الثالثة، وعند تناول صحافة الفيديو لمؤتمر المناخ بمصر؛ جاء إطار المسئولية في مقدمة الأطر المصورة، ثم إطار النتائج، تلاه إطار الحلول، وهو ما حققته نتائج دراسة (عطية، أحمد إبراهيم، ٢٠٢٣)^(٢٧).

فيما يتعلق بالأحداث والقضايا التي تركز عليها صحافة الفيديو: أشارت دراسة (الغريب، إيمان محمد، ٢٠١٨)^(٢٨) إلى أنه تم توظيف مقاطع الفيديو في عرض الأحداث الجارية بنسبة (٥٦,٤%) مقابل (٤٣,٦%) لأحداث غير جارية، كما توصلت دراسة (عبدالسميع، نهلة صلاح، ٢٠١٨)^(٢٩) إلى أنه جاءت الحوادث في مقدمة القضايا الاجتماعية التي تفاعل معها المبحوثون وذلك من خلال (إضافة تقييم على الفيديو بالإعجاب ثم الإبلاغ عن الفيديو إذا وجد به محتوى غير لائق..)، أظهرت دراسة (Hedley, D., 2018)^(٣٠) أنه لم يقتصر استخدام صحافة الفيديو على الموضوعات السياسية فقط بل تم استخدامها في معالجة الموضوعات الاجتماعية.

استهدفت دراسة (Edwards, W. C., 2020)^(٣١) معرفة دور صحافة الفيديو الرقمية التي تقدمها الصفحة الرسمية لجريدة فاينانشيال نيوز على الفيس بوك في ترتيب أولويات الشباب للقضايا الاقتصادية وزيادة فهمها، وظهرت فروق بين طبيعة القضايا الاقتصادية التي حددها المشاركون كأولوية بالنسبة لهم أثناء التطبيقين القبلي والبعدي لمقياس أولويات متابعة القضايا الاقتصادية، وتتقارب معها دراسة (Gibbs, M., 2021)^(٣٢) التي استهدفت معرفة الدور الذي تقوم به صحافة الفيديو الرقمية في ترتيب أولويات الشباب نحو القضايا الاجتماعية، وأسفرت نتائجها عن أنه أسهمت قوة وانتشار صحافة الفيديو الرقمية في تغيير ديناميكيات ترتيب أولويات الشباب للقضايا الاجتماعية؛ وذلك من خلال تزايد عدد التفاعلات وإعادة تغريد محتوى صحافة الفيديو الرقمية.

كما أوضحت دراسة (Lowenstein-Barkai, H. & Lev-on, A., 2021)^(٣٣) استخدام المراهقين والشباب لصحافة الفيديو الرقمية بالإعلام الجديد وتأثير الاستخدام على ترتيب أولويات القضايا، تم إمدادهم بتطبيق عبر الهاتف المحمول لجلب الأخبار المصورة بالفيديو من كبرى الصحف الإلكترونية الرقمية بالولايات المتحدة، وقام المشاركون لمدة أربعة أيام متتالية بتحديد سلوكيات مشاهدتهم لصحافة الفيديو الرقمية، وأبرزت النتائج أن تعرض المراهقين لصحافة الفيديو الرقمية عبر تطبيقات الإعلام الجديد بالهاتف المحمول أقل من الشباب، كما تم التوصل إلى وجود علاقة موجبة بين استخدام المراهقين والشباب لصحافة الفيديو الرقمية عبر الإعلام الجديد وترتيب أولويات القضايا لديهم، هذا بالإضافة

إلى ما توصلت إليه نتائج دراسة (Moeller, J. & Others, 2021)^(٣٤) ذلك أن التعرض لمحتوى هذه الصحافة ارتبط إيجابياً بترتيب أولويات القضايا السياسية والاجتماعية؛ حيث أدت الخصائص التفاعلية لصحافة الفيديو الرقمية إلى تزايد المشاركة والاهتمام بقضايا الديمقراطية والإصلاح المجتمعي بين الشباب.

خلصت دراسة (محمد، هالة بسيوني، ٢٠٢٢)^(٣٥) إلى أنه من أهم القضايا والأحداث التي تعرضها صحافة الفيديو (الجرائم الأسرية)، وأشارت دراسة (ممدوح، آء محمد والسيد، رانيا زكريا، ٢٠٢٣)^(٣٦) إلى تعدد الموضوعات التي تتناولها صحافة الفيديو والتي ترتبط بالشائعات الإلكترونية، فقد جاءت الموضوعات السياسية والاجتماعية، وموضوعات الجرائم والحوادث في المراتب الأولى.

التعليق على الدراسات السابقة:

تم تناول العديد من الدراسات السابقة وفقاً لموضوع الدراسة الحالية الذي يرتبط بصحافة الفيديو الرقمية من خلال مواقع التواصل الاجتماعي، ومن أهم ما توصلت إليه هذه الدراسات ما يلي:

١- كشفت بعض النتائج عن فوائد صحافة الفيديو الرقمية منها؛ فعالية هذا النوع من الصحافة في ترسيخ القيم المجتمعية للشباب، وأن الفيديوهات تعمل على إدماجهم في المشاكل والقضايا التي تواجه المجتمع، كما تعد مصدراً مهماً للمعلومات حول القضايا السياسية والاجتماعية، بالإضافة إلى توضيح اعتمادها على عنصر الصورة التي تعد من أكثر عناصر الجذب ومن أكثر العناصر التي يعتمد عليها الجمهور لتصديق المضمون الإعلامي.

٢- في حين أظهرت نتيجة دراسة (عبد الفتاح، وليد وإبراهيم، عبد الخالق، ٢٠١٧) أن نسبة (٥٩,٣%) من طلاب الإعلام يرون أنه من أهم عيوب وسلبيات صحافة الفيديو هو عدم وجود جهة مسؤولة عن صحفي الفيديو بمصر، كما ترى نسبة (٥٠,٦%) أنه يتمثل في عدم الإلتزام بالموضوعية عند تناول الأحداث، بينما توصلت عدة دراسات إلى إلتزام صحافة الفيديو بالمعايير المهنية والأخلاقية، بالإضافة إلى ارتفاع معدل تعرض الجمهور للأخبار والمعلومات التي تقدمها؛ مما يدل على ثقتهم في مصداقيتها، وتأكيدهم من صحة المعلومات حول القضايا والأحداث الجارية، ويمكن أن يكون لها تأثير على المجتمع وعلى صنع القرار.

٣- بينت نتائج بعض الدراسات أن مواقع التواصل الاجتماعي تعد أول المصادر التي يتعرض من خلالها الجمهور لصحافة الفيديو.

٤- اتضح تناول صحافة الفيديو لقضايا وأحداث مختلفة؛ منها دراسة (عبد السميع، نهلة صلاح، ٢٠١٨) التي توصلت إلى أنه جاءت الحوادث في مقدمة القضايا الاجتماعية التي تفاعل معها المبحوثون، كما أظهرت دراسة (Hedley, D., 2018) أنه لم يقتصر استخدام صحافة الفيديو على الموضوعات السياسية فقط بل تم استخدامها في معالجة الموضوعات الاجتماعية.

٥- استهدفت بعض الدراسات معرفة دور صحافة الفيديو الرقمية في ترتيب أولويات الشباب لقضايا محددة منها دراسة (Edwards, W. C., 2020) التي ركزت على القضايا الاقتصادية، دراسة (Moeller, J. & Others, 2021) اهتمت بالقضايا السياسية والاجتماعية، إلا دراسة (Lowenstein-Barkai, H. & Lev-on, A., 2021) تناولت قضايا مختلفة، وقد يظهر الاختلاف فيما بين الدراستين الحالية والسابقة؛ حيث تجرى الدراسة الحالية على عينة من الشباب، في حين طبقت الدراسة السابقة على عينة من المراهقين وعينة من الشباب، كما تناولت الدراسة الحالية مواقع التواصل الاجتماعي لبعض الصحف والقنوات الفضائية، بينما تم إمداد المراهقين والشباب - في الدراسة السابقة- بتطبيق عبر الهاتف المحمول لجلب الأخبار المصورة بالفيديو من كبرى الصحف الإلكترونية الرقمية بالولايات المتحدة، وفي الدراسة الراهنة اختصت الباحثة بدراسة تعرض الشباب لصحافة الفيديو الرقمية عبر مواقع التواصل الاجتماعي ودورها في ترتيب أولوياتهم للقضايا.

أوجه الاستفادة من الدراسات السابقة:

- مثلت الدراسات السابقة العربية والأجنبية رصيماً علمياً زاخراً استمدت منه الباحثة الرؤية العلمية السليمة لدراسة صحافة الفيديو الرقمية المعروضة من خلال مواقع التواصل الاجتماعي ودورها في ترتيب أولويات القضايا العامة لدى الشباب.
- توظيفها في تحديد مشكلة الدراسة وأهميتها، مع صياغة وتحديد الأهداف، وتحديد أنسب المناهج، وتصميم استمارة الاستبيان؛ بما يحقق أهداف الدراسة ويجب على تساؤلاتها، وكذلك الوقوف على النقاط التي تم تناولها في الدراسات السابقة.
- أفادت نتائج الدراسات السابقة في تفسير نتائج البحث الحالي من خلال المقارنة مع نتائج هذه الدراسات التي ساهمت في إثراء البحث بالمعلومات.

ثانياً: الإطار المعرفي للدراسة:

- صحافة الفيديو الرقمية **Digital video journalism**

أ- تعريف صحافة الفيديو الرقمية:

تعد صحافة الفيديو ممارسة صحفية حديثة تعتمد على الكاميرات الرقمية التي تصور الأحداث والأخبار وقت وقوعها، ويتم نشرها عبر المنصات الإلكترونية للصحف أو مواقع التواصل الاجتماعي^(٣٧)، حيث تستخدم التكنولوجيا في إنتاج وإصدار الأخبار والمعلومات المصورة بالفيديو ليستقبلها الجمهور عبر أجهزة مثل الهواتف المحمولة^(٣٨)، بالتالي فهي ظاهرة وممارسة اختيار وتفسير وتوزيع الأخبار المصورة بالفيديو حول القضايا العامة باستخدام التقنيات الرقمية التي تؤدي إلى مستويات مرتفعة من التفاعل من جانب الجماهير^(٣٩).

ب- تطور صحافة الفيديو الرقمية:

تعد صحافة الفيديو أحد أنواع "صحافة البث"، حيث يقوم الصحفي بإعداد وتصوير ومونتاج المادة الخاصة به، ويرجع البعض بدايات صحافة الفيديو لفترة الستينيات من القرن العشرين بالولايات المتحدة الأمريكية عندما كان مراسلوا بعض المحطات التلفزيونية بالولايات المتحدة يقومون بالتصوير^(٤٠).

يعتبر الصحفي التلفزيوني "ميشيل روزنبلوم **Michael Rosenblum**" الرائد والمعلم الذي دفع بالكثيرين لاحتراف صحافة الفيديو، كما اعتمدت عليه منظمات تلفزيونية مثل مؤسسة الإذاعة البريطانية (B.B.C.) لتدريب طاقمها للعمل بهذا الأسلوب، وكانت بداية روزنبلوم أثناء تعطيته لبعض الأحداث المهمة بقطاع غزة في تسعينيات القرن الماضي وكان معه حينها طاقم تلفزيوني تقليدي، كما كان بحوزته كاميرا فيديو من النوع المنزلي المنتشر حينها في الأسواق، وبكاميرته تلك حاول أن يصور كل شيء صادفه دون أن يخطر بباله أن ما يقوم به سيكون ذا أهمية كبيرة^(٤١).

في عام ١٩٩٠ كانت بداية ظهور صحفيي الفيديو كوظيفة بقناة نيويورك الأولى، تبعها بعد سنوات قليلة العديد من المحطات الألمانية الخاصة، وفي عام ١٩٩٤ أصبحت القناة الإقليمية "بايريش روندفك" أول محطة بث عامة تتبع نفس المنهجية وتقوم بتعيين مجموعة من صحفيي الفيديو^(٤٢).

في عام ٢٠٠١ بالمملكة المتحدة تحولت وكالة البي بي سي لصحافة الفيديو، وتم تعيين أكثر من ٦٠٠ صحفي فيديو في عام ٢٠٠٥^(٤٣)، وفي عام ٢٠٠٦ بدأت الصحف الأمريكية

باستخدام ذلك النوع من الصحافة التي تعتمد على الفيديوهات في تغطية الأحداث المحلية إلى جانب الأخبار العاجلة والأخبار المتعلقة بالطقس والرياضة، ومع انتشار مواقع التواصل الاجتماعي ظهر مصطلح **صحافة الفيديو الرقمية Digital video journalism** أو **Solo video journalism**^(٤٤).

أما في مصر والعالم العربي فقد انتشرت مقاطع فيديو شغلت الرأي العام، وكانت مادة ثرية لوسائل الإعلام التقليدية الرسمية التي دأبت على إذاعتها وبنها، وتمت مشاركتها على أوسع نطاق عبر شبكات التواصل الاجتماعي وتطبيقات الدردشة، وبعضها مقاطع فيديو لهواة ومواطنين صحفيين ساهمت في تعريف الجمهور بما جرى وقت حدوثه وقبل أن تنقله وسائل الإعلام التقليدية الرسمية والخاصة^(٤٥).

ج- خصائص صحافة الفيديو الرقمية:

من الخصائص التي تميز صحافة الفيديو الرقمية ما يلي:

- ١- التركيز على العناصر السمعية بصرية أكثر من العناصر النصية في عرض الأخبار.
- ٢- التفاعلية بين محتوى صحافة الفيديو الرقمية والجمهور^(٤٦).
- ٣- القدرة على إنتاج محتوى رقمي عالي الجودة للأحداث والأخبار.
- ٤- القدرة والكفاءة في معالجة وتحرير الفيديوهات ونشرها عبر المنصات الإلكترونية.
- ٥- دعم تفاعلات القراء ومشاركتهم في صنع الخبر الصحفي^(٤٧).
- ٦- تقديم أخبار مصورة بالفيديو تتراوح مدة عرضها ما بين ثواني معدودة إلى العديد من الدقائق، وتتنوع ما بين البث المباشر والمُسجل.
- ٧- تنوع أنماط إنتاج صحافة الفيديو الرقمية ما بين الإنتاج الشخصي إلى المحتوى العام المُرخص.
- ٨- اختلاف وسائل العرض إما من خلال المدونات أو مواقع الإنترنت أو شبكات التواصل الاجتماعي.
- ٩- السماح بمشاهدة محتوى فيديوهات من جميع أنحاء العالم باستخدام الهواتف المحمولة أو الوسائل التكنولوجية الأخرى^(٤٨).

ثالثًا: الإطار النظري للدراسة:

- نظرية ترتيب الأولويات Agenda- Setting Theory

تعتمد هذه الدراسة على نظرية ترتيب الأولويات، من منطلق أن وسائل الإعلام قادرة عن طريق الإلحاح على مواضيع معينة أن تجعلها في موضع الصدارة من اهتمام المتلقي،

فالجُمهور لا يتعلم القضايا والموضوعات العامة فقط من وسائل الإعلام، ولكنه يتعلم مقدار الأهمية التي تمنحها لقضية أو لموضوع معين من خلال التركيز الذي يحظى به، وهذا هو المقصود بدور وسائل الإعلام في ترتيب أولويات اهتمام الجميع^(٤٩).

بالتالي تبين النظرية التي وضعها كل من "ماكومبس وشو McCombs and Shaw (1972)" أن الاهتمام المتكرر بقضية من جانب وسائل الإعلام يجعلها أكثر انتشاراً ورسوخاً في أذهان الجمهور، على سبيل المثال تقترح النظرية أنه إذا خصصت وسائل الإعلام الإخبارية قدرًا كبيرًا من الوقت لمناقشة ظاهرة معينة، فإن ذلك سيجعل الجمهور يعتبر هذه الظاهرة موضوع مهم وجدير بالمتابعة^(٥٠).

وفي الوقت الذي أصبحت فيه مواقع التواصل الاجتماعي وسيلة شائعة للحصول على المعلومات حول القضايا، فقد استطاعت زيادة دور الإعلام الاجتماعي في ترتيب أولويات واهتمامات الجمهور بالقضايا^(٥١).

يتفق الباحثون والخبراء على أن وسائل الإعلام لا تخبرنا بما نعتقد، ولكنها تقترح علينا ما يمكن أن نوافق عليه جميعًا لمناقشته أو تمثله في السلوك الاجتماعي، وقد أشار "برنارد كوهن Bernard Cohen" إلى أن وسائل الإعلام قد لا تنجح دائمًا في توجيه الجمهور إلى كيفية التفكير في القضايا، لكنها تنجح بشكل كبير في توجيههم إلى القضايا التي يفكرون بها^(٥٢).

● تعتبر نظرية ترتيب الأولويات تغيير في ترتيب أهمية القضايا عبر المستويات الثلاثة التالية:

- ١- ترتيب الأولويات العامة Public Agenda-setting: تركز على أولويات الجمهور.
- ٢- ترتيب الأولويات الإعلامية Media Agenda-setting: تركز على تأثير وسائل الإعلام على الجمهور.
- ٣- ترتيب أولويات السياسة Policy Agenda-setting: تركز على تأثير أولويات الإعلام والجمهور على قرارات صانعي السياسة من النخب في المجتمعات^(٥٣).

● تتأثر عملية ترتيب أولويات الجمهور من خلال وسائل الإعلام بعدة عوامل ومتغيرات منها ما يلي:

- ١- طبيعة القضايا ونوعها: يقصد بها إذا كانت القضايا ملموسة، خاصة وأن تأثيرات وسائل الإعلام تزداد في حالة القضايا الملموسة ويتم إدراكها بصورة أكبر مقابل القضايا المجردة التي لا يتم إدراكها بسهولة.

٢- **الاتصال الشخصي:** أوضحت الدراسات أن المعلومات التي تنتقل عبر قنوات الاتصال الشخصي تستند على تغطية الأجندة الإخبارية للأفراد الذين يشاركون في محادثات مع الآخرين حول أجندة القضايا التي تثيرها أجهزة الإعلام بدرجة كبيرة من الذين لا يمارسون الاتصال الشخصي، وبهذه الطريقة يقوم الاتصال الشخصي بهمزة الوصل بين الإدراك الذاتي لأهمية القضايا على المستوى الشخصي، وبين إدراك أهمية القضايا على المستوى العام.

٣- **نوع الوسيلة:** يؤثر نوع الوسيلة المستخدمة على كفاءتها في التأثير على ترتيب أولويات الجمهور، وقد انصب تركيز الباحثين حول ماهية الوسائل الأكثر فعالية على إحداث تأثيرات في وضع الأجندة.

٤- **المدى الزمني للأجندة:** ترى نظرية الأجندة أن تأثير وسائل الإعلام يتوقف على تحديد الموضوعات، وكيفية إدراكها لدى الجمهور في فترة زمنية محددة لهذا الفاصل الزمني الذي تحقق فيه وسائل الإعلام التأثير التراكمي على أجندة الجمهور باهتمام كبير، حتى أن بعض الباحثين ذكروا أن فترة ثلاثة أسابيع هي مدى زمني كاف لوضع الأجندة^(٥٤).

٥- **الخصائص الديموغرافية:** يقصد بها مراعاة المتغيرات الديموغرافية الخاصة بالجمهور، بعد ما أشارت بعض الدراسات الخاصة بوضع الأجندة إلى وجود علاقة ارتباط إيجابي بين هذه المتغيرات وبين أجندة القضايا المثارة في وسائل الإعلام، وذلك على اعتبار أن المتغيرات الديموغرافية تقوم بدور أساسي في تشكيل خبرات الفرد واتجاهاته نحو الأشياء المختلفة، وبالتالي تتحكم في اختياراته للقضايا التي يتعرض لها إعلامياً^(٥٥).

وبعد تناول صحافة الفيديو الرقمية من حيث التعريف ومراحل التطور والخصائص التي تتميز بها، بالإضافة إلى التطرق لجوانب مختلفة من نظرية ترتيب الأولويات؛ يتم في الجزء التالي تطبيق النظرية على موضوع الدراسة وهي صحافة الفيديو من خلال مواقع التواصل الاجتماعي وانعكاس ذلك على ترتيب أولويات القضايا بالنسبة للجمهور بصفة عامة والشباب على وجه الخصوص.

- علاقة النظرية بموضوع الدراسة:

ظهرت صحافة الفيديو الرقمية كنتيجة للتطورات التكنولوجية الحديثة في عصر الإعلام البديل والبحث المستمر عن طرق جديدة لعرض الأخبار، وتؤدي إلى تجربة إخبارية أكثر ثراءً لأنها تتيح للمستخدمين أن يكونوا محاطين بالصور، وبالتالي توفر إمكانات لا يمكن أن يقدمها أي نسق إخباري تقليدي آخر^(٥٦).

استطاعت مواقع التواصل الاجتماعي مثل الفيس بوك والتويتير وانستجرام... التأثير في سيناريوهات صحافة الفيديو الرقمية؛ حيث أصبح عدد كبير من الشباب متواصلين للحصول على أحدث الأخبار المحلية والدولية، على سبيل المثال يعتبر اليوتيوب من أفضل مواقع مشاركة محتوى صحافة الفيديو لما يتسم به من سهولة رفع المحتوى وحرية مشاركة الفيديوهات الإخبارية^(٥٧).

تزود صحافة الفيديو الإخبارية عبر مواقع التواصل الاجتماعي الشباب بخبرات حسية مكثفة، وبالتالي مستويات أعلى من المشاركة في الموضوعات الإخبارية، والتي بدورها قد تؤدي إلى سعي الشباب نحو الحصول على المزيد من المعلومات حول هذه الموضوعات تبعاً لأهمية القضايا وترتيب أولوياتها^(٥٨).

يبين نيغارد، س. (2020) Nygaard, S. أن صحافة الفيديو الرقمية تؤثر على تشكيل أولويات الجمهور للقضايا من خلال بناء مجال عام جديد، فالتفاعل والمناقشات المستمرة في صورة محتوى الفيديو وتعليقات المتلقين عليها تقدم منتدى محتمل لمجال عام رقمي يتم من خلاله بناء الرأي العام حول القضايا ذات الأهمية بالنسبة لهم، وبالتالي فإن تبادل الآراء يقدم أرضية خصبة للتنقيف والتفاعل حول مختلف الموضوعات، ويظهر الدور واضحاً في تشكيل الأولويات للقضايا^(٥٩).

● يوضح نموذج فالينزويلا (2020) Valenzuela أن تأثير صحافة الفيديو على ترتيب أولويات القضايا بين الشباب يمر بالمراحل التالية:

- المرحلة الأولى: يبدأ الشباب بتشكيل آرائهم حول المصادقية والثقة المدركة في صحافة الفيديو، وهذه الثقة تساعدهم على تشكيل مستوى مرتفع من الاعتماد على هذه الوسيلة في الحصول على المعلومات حول القضايا ذات الأهمية.
- المرحلة الثانية: يقوم الشباب بالتعرض لصحافة الفيديو بصورة أكثر كفاءة تبعاً لمستويات الثقة المرتفعة فيها كمصدر للأخبار.
- المرحلة الثالثة: يؤدي تعرض الشباب إلى صحافة الفيديو لتكوين تأثيرات ترتيب الأولويات للقضايا^(٦٠).

ومن كل ما تقدم يظهر أنه تقوم نظرية ترتيب الأولويات على أسس نظرية ومنهجية وعملية، حيث توضح أن وسائل الإعلام يمكن أن يكون لها تأثيرات قوية ومباشرة من خلال التأثير على تفكير الأفراد، وقد أوضح كل من سو وبوراه (2019) Su, Y. & Borah, P.

أن ترتيب الأولويات من خلال التعرض لصحافة الفيديو يحدث بواسطة عملية معرفية تُعرف باسم "إمكانية الوصول"، بمعنى أنه كلما زاد التركيز ومعدل تكرار تغطية هذه الصحافة لموضوع معين، يصبح هذا الموضوع أكثر قابلية وسهولة في الوصول إليه بذاكرة الجمهور^(٦١)، خاصة أن تكرار الأخبار والمعلومات حول قضية معينة يوماً تلو الآخر قد يشكل مصدرًا مهمًا لتأثير صحافة الفيديو الرقمية على الشباب، حيث تساعد هذه الصحافة - عبر مواقع التواصل الاجتماعي- على تحريك القضايا سريعًا ونقلها من الأجندة الإعلامية إلى الأجندة العامة الجماهيرية نظرًا لأهمية العلاقة بين ما تقدمه وسائل الإعلام من قضايا وترتيب الجمهور لهذه القضايا.

رابعًا: مشكلة الدراسة

لاحظت الباحثة في الآونة الأخيرة انتشار مقاطع الفيديو بشكل كبير بمواقع الصحف والقنوات الفضائية وذلك من خلال منصات التواصل الاجتماعي ما بين الفيس بوك واليوتيوب وتويتر...، وتناولها للكثير من الأحداث والقضايا، بالإضافة إلى تعدد الدراسات التي سلطت الضوء على صحافة الفيديو ومدى اهتمام الشباب بمتابعتها؛ نظرًا لما تنتم به من استخدام الوسائط المتعددة والخصائص التفاعلية لإضفاء مزيد من التقدم في تنوير وتثقيف المتلقي حول القضايا التي يهتم بها.

ومع هذا الانتشار الكبير لصحافة الفيديو تتم عملية بناء الأولويات بواسطة نمط تغطية الصحافة للقضايا خلال فترة زمنية معينة، وأثناء تلك المدة تركز على قضايا محددة، بينما تكون أقل اهتمامًا بتغطية قضايا أخرى، في حين توجد قضايا لا يتم تغطيتها على الإطلاق، بالتالي تحدث عملية ترتيب الأولويات في صحافة الفيديو الرقمية^(٦٢).

وبناء على ما تم الاطلاع عليه من الدراسات السابقة ولتحديد المشكلة بطريقة علمية تم إجراء دراسة استطلاعية ميدانية على عينة قوامها (٦٠) مبحوثًا من الشباب بحيث تكون ممثلة للعينة من حيث النوع والسن والإقامة والمستويين التعليمي والاقتصادي، للتعرف على مدى متابعة الشباب لصحافة الفيديو الرقمية التي تتناول القضايا المختلفة، مواقع التواصل الاجتماعي التي يفضل الشباب متابعة صحافة الفيديو من خلالها، رصد مواقع الصحف والقنوات الفضائية التي تعرض صحافة الفيديو ويتعرض لها الشباب بمنصات التواصل الاجتماعي، ترتيب القضايا التي تهتم صحافة الفيديو بعرضها عبر مواقع التواصل الاجتماعي من وجهة نظر الشباب.

وفيما يلي عرض لأهم المؤشرات التي توصلت إليها الدراسة الاستطلاعية والتي ساهمت في الوصول إلى تحديد المشكلة محل الدراسة، وهي كالتالي:

جدول (١)

مدى متابعة الشباب لصحافة الفيديو الرقمية التي تتناول القضايا المختلفة

مدى المتابعة	ك	%
أتابعها أحياناً	٢٧	٤٥
أتابعها دائماً	٢٢	٣٦,٧
لا أتابعها	١١	١٨,٣
الإجمالي	٦٠	١٠٠

يتضح من الجدول السابق أن نسبة كبيرة من المبحوثين يتابعون صحافة الفيديو التي تعرض مختلف القضايا، بلغت نسبة "أحياناً" (٤٥%)، من يتابعونها "دائماً" (٣٦,٧%)، بينما بلغت نسبة "من لا يتابعونها" (١٨,٣%).

جدول (٢)

مواقع التواصل الاجتماعي التي يفضل الشباب متابعة صحافة الفيديو من خلالها

مواقع التواصل الاجتماعي	ك	%
الفيس بوك	٣٩	٧٩,٦
يوتيوب	٣٦	٧٣,٥
تويتر	٢٨	٥٧,١
انستجرام	١٩	٣٨,٨
الواتس آب	١٨	٣٦,٧
جملة من سنلوا	٤٩	

تبين من الجدول السابق أن من أكثر مواقع التواصل الاجتماعي التي يفضل الشباب "عينه" الدراسة الاستطلاعية "متابعة صحافة الفيديو من خلالها، جاء في مقدمتها موقع "الفيس بوك" بنسبة (٧٩,٦%)، يليها موقع "يوتيوب" بنسبة (٧٣,٥%)، ثم "تويتر" بنسبة (٥٧,١%)، موقع "انستجرام" بنسبة (٣٨,٨%)، موقع "الواتس آب" بنسبة (٣٦,٧%).

جدول (٣)

مواقع صحافة الفيديو التي يتعرض لها الشباب عبر مواقع التواصل الاجتماعي

مواقع صحافة الفيديو	ك	%
اليوم السابع	٤٠	٨١,٦
قناة الجزيرة	٣٧	٧٥,٥
صدى البلد	٣١	٦٣,٣
بوابة الأهرام	٢٩	٥٩,٢
أخبار اليوم	٢٥	٥١
قناة سكاى نيوز عربية	١٩	٣٨,٨
جملة من سنلوا	٤٩	

ظهر من الجدول السابق أنه جاء موقع "اليوم السابع" في مقدمة مواقع صحافة الفيديو بمنصات التواصل الاجتماعي التي تعرض مختلف القضايا ويتعرض لها المبحوثون بنسبة (٨١,٦%)، ثم "قناة الجزيرة" (٧٥,٥%)، يليها "صدى البلد" بنسبة (٦٣,٣%)، "بوابة الأهرام" (٥٩,٢%)، موقع "أخبار اليوم" (٥١%)، موقع "قناة سكاى نيوز عربية" بنسبة (٣٨,٨%).

جدول (٤)

ترتيب القضايا التي تهتم صحافة الفيديو بعرضها عبر مواقع التواصل الاجتماعي من وجهة نظر الشباب

الترتيب القضايا	الأول	الثاني	الثالث	الرابع	الخامس	المتوسط
القضايا الاجتماعية	١١	١٣	١٠	١١	٤	٣,٣٢
القضايا الاقتصادية	٨	١٦	١٢	٥	٨	٣,٢٢
القضايا السياسية	٩	١٠	١٥	٦	٩	٣,٠٨
القضايا التعليمية	٨	٩	١٢	١٧	٣	٣,٠٣
القضايا الصحية	٤	١١	١٣	١١	١٠	٢,٧٥
القضايا البيئية	٢	١٤	٥	١٦	١٢	٢,٥٤
القضايا الأمنية	١	٧	٧	١٥	١٩	٢,١٠
الإجمالي						٤٩

يتضح من الجدول السابق أن الشباب "عينة الدراسة الاستطلاعية" يرون أن "القضايا الاجتماعية" في مقدمة القضايا التي تهتم بعرضها صحافة الفيديو الرقمية، حيث جاءت في مقدمة القضايا بمتوسط حسابي بلغ (٣,٣٢)، يليها "القضايا الاقتصادية" بمتوسط (٣,٢٢)،

"القضايا السياسية" بمتوسط (٣,٠٨)، "القضايا التعليمية" بمتوسط (٣,٠٣)، تلاها "القضايا الصحية" بمتوسط (٢,٧٥)، "القضايا البيئية" بمتوسط (٢,٥٤)، وأخيراً "القضايا الأمنية" بمتوسط (٢,١٠).

جدول (٥)

أسباب عدم متابعة بعض الشباب لصحافة الفيديو الرقمية التي تتناول القضايا المختلفة

الأسباب	ك	%
أفضل مشاهدة القنوات الفضائية	٨	٧٢,٧
يتم استغلالها في نشر المعلومات الزائفة	٨	٧٢,٧
تضيع الوقت	٥	٤٥,٤
لا أستطيع الوصول إليها	٣	٢٧,٣
جملة من سنلوا	١١	

ظهر من الجدول السابق وجود عدة أسباب لعدم إقبال بعض مفردات العينة على التعرض لصحافة الفيديو الرقمية التي تتناول القضايا، جاءت نسبة كل من "أفضل مشاهدة القنوات الفضائية" و "يتم استغلالها في نشر المعلومات الزائفة" بنسبة متساوية لكليهما بلغت (٧٢,٧%)، يليها "تضيع الوقت" بنسبة (٤٥,٤%)، "لا أستطيع الوصول إليها" بنسبة (٢٧,٣%).

بالتالي يتبين من موضوع الدراسة وإطارها النظري ومن نتائج الدراسات السابقة والدراسة الاستطلاعية أن صحافة الفيديو الرقمية تقوم بخدمة المجتمع والاطلاع على الأحداث والموضوعات من خلال التركيز عليها، من ثم فهناك حاجة إلى دراسة العلاقة بين تعرض الشباب لصحافة الفيديو الرقمية - كأحد وسائل الإعلام البديل التي تحظى بانتشار واسع بين مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي- وبين ترتيب أولويات القضايا لديهم.

● ومن هنا فإن مشكلة الدراسة الحالية يمكن أن تتحدد في التساؤل التالي:

"ما العلاقة بين تعرض الشباب لصحافة الفيديو الرقمية عبر مواقع التواصل الاجتماعي، وبين ترتيب أولويات القضايا لديهم؟"

خامساً: أهمية الدراسة

تنبع أهمية الدراسة مما يلي:

١ - اكتسبت صحافة الفيديو أهمية كبيرة خلال السنوات الأخيرة لأنها تجمع بين مميزات الصحافة والراديو والتلفزيون، حيث تقدم مضمونها بطريقة مسموعة ومرئية مما يسبب

- ارتفاع نسبة الإقبال عليها، وقد حققت جاذبية عالية لدى المتلقي نظراً لما تتيحه من حرية كبيرة في التعبير عن الرأي والتعليق على الأحداث والقضايا التي يتم عرضها، كما تعد أحد المصادر الأساسية التي تسهم في إدراك القضايا؛ وخاصة من خلال مواقع الصحف الإلكترونية والقنوات الفضائية بمنصات التواصل الاجتماعي التي تحظى بمكانة مهمة بالنسبة لجميع الفئات من الجمهور.
- ٢- رغم تعدد الدراسات التي تناولت صحافة الفيديو وأهميتها، إلا أنها تعد من الدراسات القليلة - في حدود اطلاع الباحثة - التي اهتمت بدراسة العلاقة بين تعرض الشباب لهذا النوع من الصحافة بمواقع التواصل الاجتماعي، وترتيب أولوياتهم لمختلف القضايا.
- ٣- تُعد هذه الدراسة من الدراسات المكتملة لنظيراتها في مجال صحافة الفيديو الرقمية، وخاصة في إطار نظرية ترتيب الأولويات إزاء قضايا معينة مما ينعكس على اهتمامات الشباب بالقضايا المختلفة من خلال صحافة الفيديو.
- ٤- أهمية دراسة قطاع الشباب باعتباره عصب كل مجتمع من المجتمعات وبنينه، فهم يفضلون قضاء أطول وقت على الإنترنت وبصفة خاصة صحافة الفيديو التي تنقل صوراً حقيقية عن الأحداث.
- ٥- السعي نحو الوصول إلى مجموعة من النتائج والتوصيات التي تؤدي إلى تطوير أداء صحافة الفيديو في تغطيتها للأحداث بشكل أكثر مصداقية وجاذبية والتقليل من النواحي السلبية؛ لأنها تعد مصدراً مهماً للأحداث الجارية لكافة القطاعات وخاصة الشباب.
- ٦- إتاحة الفرصة للباحثين للاستفادة من هذه الدراسة؛ حيث تضيف رؤية جديدة لهم وتكون بمثابة نقطة بداية ينطلق منها الباحثين لتوسيع دائرة دراسة أهمية صحافة الفيديو الرقمية وأبعاد استخداماتها.
- ٧- المستقبل لصحافة الفيديو في ظل الفضاء الإعلامي المفتوح وسط الصحافة الإلكترونية التي تعتمد على نقل الخبر لحظة وقوعه.

سادساً: أهداف الدراسة

تنبع أهداف الدراسة مما يلي:

- ١- التعرف على متابعة الشباب لصحافة الفيديو الرقمية عبر مواقع التواصل الاجتماعي.
- ٢- رصد مواقع التواصل الاجتماعي التي يفضل الشباب متابعة صحافة الفيديو من خلالها.
- ٣- معرفة ترتيب مواقع صحافة الفيديو التي يتعرض لها الشباب أكثر بمواقع التواصل الاجتماعي.

- ٤- التعرف على متابعة الشباب للقضايا التي تقدم من خلال صحافة الفيديو الرقمية بمواقع التواصل الاجتماعي.
- ٥- الكشف عن القضايا التي تهتم صحافة الفيديو الرقمية بعرضها عبر مواقع التواصل الاجتماعي من وجهة نظر الشباب.
- ٦- توضيح معدل تعرض الشباب لصحافة الفيديو الرقمية عبر مواقع التواصل الاجتماعي.
- ٧- تناول محاور القضايا المهمة المطروحة مؤخرًا من خلال صحافة الفيديو الرقمية المقدمة بمواقع التواصل الاجتماعي من وجهة نظر الشباب.
- ٨- الاستدلال على مدى وجود علاقة ارتباطية طردية ذات دلالة إحصائية بين كثافة تعرض الشباب لصحافة الفيديو الرقمية عبر مواقع التواصل الاجتماعي، وترتيب أولوياتهم للقضايا.

سابعًا: تساؤلات الدراسة وفروضها

● أ- تساؤلات الدراسة:

- ١- ما مدى متابعة الشباب (عينة الدراسة) لصحافة الفيديو الرقمية عبر مواقع التواصل الاجتماعي؟
- ٢- ما مواقع التواصل الاجتماعي التي يفضل الشباب (عينة الدراسة) متابعة صحافة الفيديو من خلالها؟
- ٣- ما ترتيب مواقع صحافة الفيديو التي يتعرض لها الشباب (عينة الدراسة) أكثر بمواقع التواصل الاجتماعي؟
- ٤- ما مدى متابعة الشباب (عينة الدراسة) للقضايا التي تقدم من خلال صحافة الفيديو الرقمية بمواقع التواصل الاجتماعي؟
- ٥- ما القضايا التي تهتم صحافة الفيديو الرقمية بعرضها عبر مواقع التواصل الاجتماعي من وجهة نظر الشباب (عينة الدراسة)؟
- ٦- ما معدل تعرض الشباب (عينة الدراسة) لصحافة الفيديو الرقمية عبر مواقع التواصل الاجتماعي؟
- ٧- ما محاور القضايا المهمة المطروحة مؤخرًا من خلال صحافة الفيديو الرقمية المقدمة بمواقع التواصل الاجتماعي من وجهة نظر الشباب (عينة الدراسة)؟

● ب- فروض الدراسة:

- ١- توجد علاقة ارتباطية طردية دالة إحصائياً بين كثافة تعرض الشباب (عينة الدراسة) لصحافة الفيديو الرقمية بمواقع التواصل الاجتماعي، وترتيب أولوياتهم للقضايا.
- ٢- توجد علاقة ارتباطية طردية دالة إحصائياً بين كثافة تعرض الشباب (عينة الدراسة) لصحافة الفيديو الرقمية بمواقع التواصل الاجتماعي، واتجاهاتهم نحوها.
- ٣- توجد علاقة ارتباطية طردية دالة إحصائياً بين اتجاهات الشباب (عينة الدراسة) نحو صحافة الفيديو الرقمية بمواقع التواصل الاجتماعي، وأشكال التفاعلية التي يقومون بها.
- ٤- توجد فروق معنوية ذات دلالة إحصائية بين ترتيب أولويات الشباب (عينة الدراسة) نحو القضايا التي تقدمها صحافة الفيديو الرقمية بمواقع التواصل الاجتماعي نتيجة اختلاف المتغيرات الديموجرافية (النوع- المرحلة العمرية- المستوى التعليمي- المستوى الاقتصادي- الإقامة)، وينبثق من هذا الفرض عدة فروض فرعية هي:
 - أ- توجد فروق معنوية ذات دلالة إحصائية بين ترتيب أولويات الشباب (عينة الدراسة) نحو القضايا التي تقدمها صحافة الفيديو الرقمية بمواقع التواصل الاجتماعي نتيجة اختلاف النوع (ذكور- إناث).
 - ب- توجد فروق معنوية ذات دلالة إحصائية بين ترتيب أولويات الشباب (عينة الدراسة) نحو القضايا التي تقدمها صحافة الفيديو الرقمية بمواقع التواصل الاجتماعي نتيجة اختلاف المرحلة العمرية (١٨- ٢٣ عاماً، ٢٤- ٢٩ عاماً، ٣٠- ٣٥ عاماً، ٣٦- ٤٠ عاماً).
 - ج- توجد فروق معنوية ذات دلالة إحصائية بين ترتيب أولويات الشباب (عينة الدراسة) نحو القضايا التي تقدمها صحافة الفيديو الرقمية بمواقع التواصل الاجتماعي نتيجة اختلاف المستوى التعليمي (متوسط- جامعي- دراسات عليا).
 - د- توجد فروق معنوية ذات دلالة إحصائية بين ترتيب أولويات الشباب (عينة الدراسة) نحو القضايا التي تقدمها صحافة الفيديو الرقمية بمواقع التواصل الاجتماعي نتيجة اختلاف المستوى الاقتصادي (منخفض - متوسط - مرتفع).

هـ- توجد فروق معنوية ذات دلالة إحصائية بين ترتيب أولويات الشباب (عينة الدراسة) نحو القضايا التي تقدمها صحافة الفيديو الرقمية بمواقع التواصل الاجتماعي نتيجة اختلاف الإقامة (القاهرة- المنوفية- المنيا).

ثامناً: متغيرات الدراسة

تتمثل متغيرات هذه الدراسة فيما يلي:

- المتغير المستقل: يتمثل في كثافة تعرض الشباب لصحافة الفيديو الرقمية.
- المتغير التابع: يتمثل في ترتيب أولويات القضايا- اتجاهات الشباب نحو صحافة الفيديو.
- المتغيرات الوسيطة: تتمثل في (النوع- المرحلة العمرية- المستوى التعليمي- المستوى الاقتصادي - الإقامة).

تاسعاً: مفاهيم الدراسة

أ- صحافة الفيديو الرقمية هي:

تعددت تعريفات صحافة الفيديو ومنها ما يلي: هي صحافة بث رقمي، تقوم على إعداد تقارير ومقاطع مصورة قصيرة وسريعة، ينتجها إما فرد قد ينتمي لمؤسسة إعلامية محترفة، أو صحفي فيديو مستقل، أو أحد المواطنين الصحفيين، أو حتى الهواة من الجمهور الذين لا يعملون بالإعلام، ويتم بثها وتداولها على المواقع الإلكترونية للصحف والفضائيات ووكالات الأنباء ومواقع مشاركة الفيديو؛ وأشهرها اليوتيوب، كما يتم مشاركتها على نطاق واسع بمواقع التواصل الاجتماعي كالفيس بوك وتويتر وانستجرام وسناب شات، وتطبيقات المحادثة الأشهر مثل الواتس اب والتليجرام والمدونات الشخصية والقنوات الخاصة على الإنترنت^(٦٣).

- التعريف الإجرائي: أحد أشكال الصحافة الإلكترونية التي تتناول مختلف الأحداث والقضايا، ويقوم بها أحد الصحفيين بداية من اختيار الفكرة وتحريرها وتصويرها - باستخدام أجهزة وكاميرات رقمية حديثة- حتى يتم بثها للجمهور عبر المواقع الإلكترونية للصحف والقنوات الفضائية ومن خلال شبكات التواصل الاجتماعي؛ والتي تطلق على مجموعة من المواقع بشبكة الإنترنت، حيث تتيح التواصل بين الأفراد في بيئة مجتمع

افتراضي وتدعم التفاعل بين المجموعات، مثل: تبادل الرسائل الفورية ومشاركة ملفات الصوت والصورة .

ب- ترتيب الأولويات هي:

في ضوء نظرية ترتيب الأولويات، توجد علاقة قوية بين التغطية الإعلامية لقضايا معينة وتشكيل أهمية تلك القضايا لدى الجمهور، وبالتالي فإن الأولويات تُعرف بأنها مجموعة من القضايا التي يمكن تصنيفها هرمياً أو تسلسلياً تبعاً لأهميتها^(٦٤).

يصف مفهوم ترتيب الأولويات العملية التي تقوم بموجبها وسائل الإعلام بالاختيار والتركيز على موضوعات معينة خلال فترة زمنية محددة، مما يجعل الأشخاص يدركون هذه الموضوعات أو القضايا على أنها أكثر قوة أو أهمية من غيرها.

عاشراً: حدود الدراسة

تتمثل حدود هذه الدراسة فيما يلي:

- ١- **الحدود الموضوعية:** تتمثل في تعرض الشباب لصحافة الفيديو الرقمية عبر مواقع التواصل الاجتماعي، وعلاقته بترتيب أولويات القضايا لديهم.
- ٢- **الحدود الزمنية:** تتمثل في فترة تطبيق استمارة الاستبيان من ٣/٥ إلى ٤/١٣ / ٢٠٢٣.
- ٣- **الحدود المكانية:** تم إجراء الدراسة الميدانية في محافظات (القاهرة- المنوفية- المنيا).
- ٤- **الحدود البشرية:** يقتصر تطبيق الدراسة على عينة عشوائية من الشباب في المرحلة العمرية من ١٨ إلى ٤٠ عاماً.

إحدى عشر: نوع الدراسة ومنهجها

تعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية التي تستهدف دراسة ظاهرة أو موقف أو مجموعة من الأحداث كما هي في الواقع الفعلي، وذلك بهدف الحصول على وصف دقيق يساعد في التعرف عليها من خلال تحليل البيانات والمعلومات الناتجة عن الدراسة، وفي إطار ذلك تم استخدام **منهج المسح لعينة** من الشباب المصري نظراً لصعوبة إجراء مسح شامل نتيجة لكبر حجم مجتمع الدراسة، ولجمع البيانات الخاصة بالمتغيرات المتعلقة بتعرض الشباب لصحافة الفيديو الرقمية من خلال مواقع التواصل الاجتماعي، وترتيب أولويات القضايا لديهم.

إثنى عشر: مجتمع وعينة الدراسة

إن تحديد مجتمع الدراسة ونوع العينة من الخطوات المنهجية التي تؤدي الدقة في خطواتها إلى نتائج علمية دقيقة، ويتوقف تحديد مجتمع الدراسة على الموضوع والأهداف التي تسعى الدراسة إلى تحقيقها، ويشمل الشباب المصري من المستويات التعليمية والاقتصادية المختلفة، من الذكور والإناث، وتم التطبيق في محافظات القاهرة والمنوفية والمنيا.

بعد تحديد المجتمع الأصلي للدراسة تبقى سحب العينة من هذا المجتمع؛ وذلك لإجراء الدراسة الميدانية عليها، وبالتالي فقد تم إجراء الدراسة على عينة عشوائية قوامها (٤٠٠) مفردة من الشباب المصري.

● أسباب اختيار عينة الدراسة:

- ١- أظهرت نتائج الدراسة الاستطلاعية الميدانية التي أجرتها الباحثة على عينة من الشباب؛ ارتفاع معدل متابعتهم لصحافة الفيديو الرقمية مع اهتمامهم بقضايا مختلفة؛ باعتبارها أكثر القضايا التي يتم التركيز عليها من خلال هذه الوسيلة.
- ٢- تم اختيار عينة من الشباب المصري باعتبارهم فئة تمثل قطاعًا فاعلاً في المجتمع، بالإضافة إلى أن الشباب في هذه المرحلة العمرية قد يكون لديه حب الاستطلاع والكشف عن الأحداث والقضايا التي تثير اهتمامهم؛ سواء كانت داخلية أو خارجية.
- ٣- إجماع العديد من الدراسات على زيادة شعبية وسائل الإعلام البديلة لدى الشباب والمراهقين مقارنة بالوسائل التقليدية، ومن ثم خلصت هذه الدراسات إلى أن الإعلام الإلكتروني له تأثير أكبر من مثيله التقليدي في المساهمة على تحديد أجندة الجمهور وفي وقت أسرع^(٦٥)، كما أشارت نتائج إحدى الدراسات إلى أن السنوات المقبلة سوف تشهد تناميًا ملحوظًا في انتشار صحافة الفيديو، وتزايد الإقبال عليها خاصة من قبل المستخدمين الشباب^(٦٦).

ثلاثة عشر: توصيف عينة الدراسة

جدول (٦)

توزيع عينة الدراسة وفقاً للنوع، السن، المستوى التعليمي، المحافظة، المستوى الاقتصادي

المتغير	المجموعات	التكرار	النسبة
النوع	ذكور	١٩٣	٤٨,٣%
	إناث	٢٠٧	٥١,٧%
المجموع		٤٠٠	١٠٠%
المرحلة العمرية	من ١٨ إلى ٢٣ عاماً	٥٣	١٣,٢%
	من ٢٤ إلى ٢٩ عاماً	١٠١	٢٥,٣%
	من ٣٠ إلى ٣٥ عاماً	١١٨	٢٩,٥%
	من ٣٦ إلى ٤٠ عاماً	١٢٨	٣٢%
المجموع		٤٠٠	١٠٠%
المستوى التعليمي	منخفض	١١١	٢٧,٨%
	متوسط	٢٢٣	٥٥,٧%
	مرتفع	٦٦	١٦,٥%
المجموع		٤٠٠	١٠٠%
المحافظة	القاهرة	١٨٠	٤٥%
	المنوفية	١١٧	٢٩,٣%
	المنيا	١٠٣	٢٥,٧%
المجموع		٤٠٠	١٠٠%
المستوى الاقتصادي	مرتفع	٨١	٢٠,٣%
	متوسط	١٩٨	٤٩,٥%
	منخفض	١٢١	٣٠,٢%
المجموع		٤٠٠	١٠٠%

أربعة عشر: أداة الدراسة

اعتمدت الدراسة في جمع بياناتها على:

- ١- استمارة الاستبيان.
- ٢- مقياس ترتيب أولويات الشباب للقضايا المختلفة.

مقياس ترتيب أولويات الشباب للقضايا المختلفة:

تم تصنيف المقياس وفقاً لسبع قضايا على النحو التالي:

جدول (٧)

توصيف ليكرت لمقياس ترتيب الأولويات للقضايا المختلفة

م	القضايا	العبارات	وحدة القياس	ك	%
١	الاجتماعية	٧	غير مهمة = (٧ : ١١)	٤٢	١١,٢%
			مهمة إلى حد ما = (١٢ : ١٦)	٢٥٧	٦٨,٤%
			مهمة = (١٧ : ٢١)	٧٧	٢٠,٥%
٢	الاقتصادية	٨	غير مهمة = (٨ : ١٣)	٦	١,٦%
			مهمة إلى حد ما = (١٤ : ١٩)	٣١٩	٨٤,٨%
			مهمة = (٢٠ : ٢٤)	٥١	١٣,٦%
٣	السياسية	٨	غير مهمة = (٨ : ١٣)	١٥	٤%
			مهمة إلى حد ما = (١٤ : ١٩)	٣٥٩	٩٥,٥%
			مهمة = (٢٠ : ٢٤)	٢	٠,٥%
٤	التعليمية	٥	غير مهمة = (٥ : ٨)	١١٩	٣١,٦%
			مهمة إلى حد ما = (٩ : ١٢)	١٩٩	٥٢,٩%
			مهمة = (١٣ : ١٥)	٥٨	١٥,٤%
٥	الصحية	٥	غير مهمة = (٥ : ٨)	٥٦	١٤,٩%
			مهمة إلى حد ما = (٩ : ١٢)	٢٠٠	٥٣,٢%
			مهمة = (١٣ : ١٥)	١٢٠	٣١,٩%
٦	البيئية	٨	غير مهمة = (٨ : ١٣)	١٤٨	٣٩,٤%
			مهمة إلى حد ما = (١٤ : ١٩)	٢٢٨	٦٠,٦%
			مهمة = (٢٠ : ٢٤)	-	-
٧	الأمنية	٤	غير مهمة = (٤ : ٦)	٤٤	١١,٧%
			مهمة إلى حد ما = (٧ : ٩)	١٩٩	٥٢,٩%
			مهمة = (١٠ : ١٢)	١٣٣	٣٥,٤%
٤٥	القضايا ككل	٤٥	غير مهمة = (٤٥ : ٧٥)	١٠	٢,٧%
			مهمة إلى حد ما = (٧٦ : ١٠٥)	٣٢٥	٨٦,٤%
			مهمة = (١٠٦ : ١٣٥)	٤١	١٠,٩%

صدق وثبات أدوات الدراسة:

صدق المحكمين:

تم عرض أدوات الدراسة على مجموعة من الأساتذة المحكمين في المجالات التي ترتبط بموضوع الدراسة، وذلك بغرض دراسة مفردات الاستبيان في ضوء التعريف الإجرائي له، وكذلك الهدف من الاستمارة، وقد أقر المحكمين بصلاحيه صحيفه الاستبيان بشكل عام بعد إجراء بعض التعديلات، حيث حذف بعض العبارات وتعديل بعضها في ضوء الملاحظات التي أبداهها المحكمين^(*).

صدق الاتساق الداخلي:

تم حساب معاملات الارتباط بين درجة كل بُعد من أبعاد مقياس ترتيب أولويات الشباب للقضايا والدرجة الكلية للمقياس، وذلك لمعرفة مدى ارتباط كل بُعد بالدرجة الكلية للمقياس، ولهدف التحقق من مدى صدق المقياس، ويتضح ذلك من خلال الجدول التالي:

جدول (٨)

معاملات الارتباط بين الدرجة الكلية لكل مقياس فرعي والدرجة الكلية للمقياس

مستوى الدلالة	معامل الارتباط	القضايا
دالة عند ٠,٠١	٠,٧٧٥	الاجتماعية
دالة عند ٠,٠١	٠,٨٤٥	الاقتصادية
دالة عند ٠,٠١	٠,٦٨٨	السياسية
دالة عند ٠,٠١	٠,٥٠٦	التعليمية
دالة عند ٠,٠١	٠,٥٩٦	الصحية
دالة عند ٠,٠١	٠,٧٩٨	البيئية
دالة عند ٠,٠١	٠,٧٩٩	الأمنية

تبين من الجدول السابق أن أبعاد المقياس تتميز بمعاملات ارتباط قوية ودالة إحصائياً عند مستوى دلالة أقل من (٠,٠١)، وقد تراوحت معاملات الارتباط للمقياس ما بين (٠,٥٠٦-٠,٨٤٥) لذلك يتسم المقياس بمعامل صدق مرتفع.

حساب الثبات:

تم حساب معامل الثبات لأدوات الدراسة من خلال التطبيق على عينة قوامها (٤٠ مفردة) وذلك بعدة طرق مختلفة، وحساب معامل ارتباط البعدين المكونين للمقياس مع بعضهما، وكذلك حساب معامل ارتباط الأبعاد مع الدرجة الكلية للمقياس وفقاً لمعامل الارتباط لجتمان ومعامل ارتباط ألفا كرومباخ.

جدول (٩)

معامل ثبات لمقياس ترتيب أولويات الشباب للقضايا وأبعاده وفقاً لمعاملات الارتباط
(جتمان- ألفا كرومباخ)

م	القضايا	معامل ارتباط جتمان	معامل ارتباط ألفا كرومباخ
١	الاجتماعية	٠,٩٤٤	٠,٨٧٠
٢	الاقتصادية	٠,٨٨٦	٠,٨٥٧
٣	السياسية	٠,٩٠٥	٠,٩٢٩
٤	التعليمية	٠,٨٨٨	٠,٨٧٩
٥	الصحية	٠,٩٠١	٠,٨٩٧
٦	البيئية	٠,٧٨٤	٠,٧٩٧
٧	الأمنية	٠,٨٩٥	٠,٨٩٠
	ارتباط القضايا مع الدرجة الكلية	٠,٩٧٣	٠,٩٦٨

يتضح من الجدول السابق أن أبعاد مقياس ترتيب أولويات الشباب للقضايا حققت معاملات ثبات على درجة معقولة ومقبولة علمياً.

خمس عشر: جمع البيانات والمعالجة الإحصائية:

تم جمع بيانات تلك الدراسة من خلال المقابلة المباشرة مع عينة من الشباب، وقد خضعت الاستثمارات لمراجعة دقيقة أثناء المقابلة، كما روجعت بعد استيفاء جميع الحالات، وتم إدخال البيانات في الحاسب الآلي وعولجت إحصائياً باستخدام الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية (SPSS)، وذلك وفقاً لخطة تتفق مع الإجابة على التساؤلات والتحقق من الفروض، حيث تضمنت المعالجة الإحصائية ما يلي:

- التكرارات والنسب المئوية لاستجابات الشباب على جميع أسئلة وبنود الاستبيان.
- المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية للقيم الكمية التي تعكس استجابات المبحوثين على البنود والمقاييس الفرعية التي يتضمنها الاستبيان.
- اختبار "ت" للمقارنة بين مجموعات العينة مصنفة حسب النوع (ذكور وإناث)، وذلك من حيث متوسط الدرجة على بنود ومقاييس الاستبيان.
- تحليل التباين أحادي الاتجاه One Way Analysis of Variance ANOVA بين مجموعات العينة مصنفة حسب المرحلة العمرية، المستوى التعليمي، المستوى الاقتصادي للأسرة، محل الإقامة، وذلك من حيث متوسط الدرجة على بنود ومقاييس الاستبيان، وفي حالة وجود فروق جوهريّة تم استخدام الاختبارات البعدية Post Hoc Tests بطريقة أقل فرق معنوي Least Significance Difference والمعروف بـ

L.S.D. لمعرفة مصدر التباين بين المجموعات التي كشف تحليل التباين عن وجود فرق بينها.

- اختبار كاي^٢ (Chi-square) ، وكذلك معامل التوافق (Contingency Coefficient) لرصد قيمة ومعنوية العلاقة بين متغيرين من المستوى الأسمى.
- اختبار " Z .Test " لدراسة معنوية الفرق بين نسبتين منويتين.
- مجموع الأوزان المرجحة.
- معامل ارتباط الرتب سبيرمان Spearman Correlation Coefficient لدراسة شدة واتجاه العلاقة الارتباطية بين متغيرين من متغيرات الدراسة.

سنة عشر: نتائج الدراسة الميدانية

تهدف هذه الدراسة إلى الكشف عن مدى تعرض الشباب لصحافة الفيديو الرقمية عبر مواقع التواصل الاجتماعي، وعلاقته بترتيب أولويات القضايا لديهم، وفي إطار منهج المسح تم ملء استمارة الاستبيان لعينة قوامها (٤٠٠) مفردة، مع مراعاة المتغيرات الديموجرافية لعينة الدراسة، وفيما يلي عرض نتائج الدراسة الميدانية، وقد أسفر تحليل استجابات العينة - التي تضمنتها بيانات صحيفة الاستبيان بعد عملية الجدولة والتصنيف- عن بيانات كمية دعمت الثقة في النتائج وموضوعيتها، كما ساعدت على تحقيق أهداف الدراسة والإجابة على تساؤلاتها.

أ- الإجابة على تساؤلات الدراسة:

١- مدى متابعة الشباب (عينة الدراسة) لصحافة الفيديو الرقمية عبر مواقع التواصل الاجتماعي

جدول (١٠)

مدى متابعة الشباب لصحافة الفيديو الرقمية عبر مواقع التواصل الاجتماعي (وفقاً للنوع)

النوع		ذكور		إناث		الإجمالي	
مدى المتابعة		ك	%	ك	%	ك	%
أتابعها دائماً		١٦١	٨٣,٤	١٥٩	٧٦,٨	٣٢٠	٨٠
أتابعها أحياناً		٢٣	١١,٩	٣٣	١٥,٩	٥٦	١٤
لا أتابعها		٩	٤,٧	١٥	٧,٣	٢٤	٦
الإجمالي		١٩٣	١٠٠	٢٠٧	١٠٠	٤٠٠	١٠٠
قيمة كاي ^٢ = ٢,٨١٢		درجة الحرية = ٢		معامل التوافق = ٠,٠٨٤		مستوى الدلالة = غير دالة	

يتضح من بيانات الجدول السابق ما يلي:

بحساب قيمة كآ عند درجة حرية = ٢، وجد أنها = ٢,٨١٢ وهي قيمة غير دالة إحصائياً عند أي مستوى دلالة، وقد بلغت قيمة معامل التوافق ٠,٠٨٤، مما يدل على عدم وجود علاقة دالة إحصائياً بين (الذكور - الإناث) وبين مدى متابعة الشباب لصحافة الفيديو الرقمية عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

حيث تشير النتائج التفصيلية أن نسبة كبيرة من الشباب يتابعونها "بشكل دائم" من إجمالي مفردات عينة الدراسة بلغت (٨٠%)، وبلغت نسبة من يتابعونها "أحياناً" (١٤%)، بينما بلغت نسبة "من لا يتابعون صحافة الفيديو الرقمية بمواقع التواصل الاجتماعي" (٦%).

توضح هذه النتيجة ارتفاع نسبة إقبال عينة الدراسة على مشاهدة صحافة الفيديو بمواقع التواصل الاجتماعي بصفة دائمة وبين الحين والآخر بنسبة بلغت (٩٤%)، مما يدل على أهمية مقاطع الفيديو المصاحبة للأخبار والقضايا، حيث أصبحت من أدوات تحقيق المصداقية للموضوع لنقل الحدث لحظة وقوعه، بالإضافة إلى الجاذبية لاعتمادها على الصورة.

تختلف هذه النتيجة عن نتيجة دراسة (سالم، أميرة حسن، ٢٠١٩) حيث اتضح أن نسبة من يتابعون صحافة الفيديو أحياناً (٥٧,٢%)، ومن يتابعونها بصفة دائمة (٣٥%)^(٦٧)، كما أوضحت نتيجة دراسة (ممدوح، آلاء محمد والسيد، رانيا زكريا، ٢٠٢٣) أن متابعة المبحوثين لصحافة الفيديو بشكل كبير جاء بنسبة (٦١,٥%)، ثم بشكل متوسط (٢٩,٥%)^(٦٨).

٢- أسباب عدم متابعة بعض الشباب (عينة الدراسة) لصحافة الفيديو الرقمية عبر مواقع التواصل الاجتماعي

جدول (١١)

أسباب عدم متابعة بعض الشباب لصحافة الفيديو الرقمية عبر مواقع التواصل الاجتماعي (وفقاً للنوع)

الدلالة	قيمة Z	الإجمالي		إناث		ذكور		النوع الأسباب
		%	ك	%	ك	%	ك	
غير دالة	٠,٤٢٢	٦٦,٧	١٦	٧٣,٣	١١	٥٥,٦	٥	يتم استغلالها في نشر الشائعات والمعلومات الزائفة
غير دالة	٠,٣٦٩	٤٥,٨	١١	٤٠	٦	٥٥,٦	٥	تضييع الوقت
غير دالة	٠,٠٠٥	٣٣,٣	٨	٣٣,٣	٥	٣٣,٣	٣	لا أثق بمصادرها
غير دالة	٠,١٠٥	٢٥	٦	٢٦,٧	٤	٢٢,٢	٢	موضوعاتها لا تثير اهتمامي
غير دالة	٠,٥٢٧	٢٥	٦	٣٣,٣	٥	١١,١	١	لا أستطيع الوصول إليها
		٢٤		١٥		٩		جملة من سنلوا

تشير بيانات الجدول السابق إلى ما يلي:

من أسباب عدم متابعة بعض الشباب لصحافة الفيديو الرقمية عبر مواقع التواصل الاجتماعي " يتم استغلالها في نشر الشائعات والمعلومات الزائفة" جاءت بنسبة مئوية بلغت (٦٦,٧%)، يليها " تضييع الوقت " بنسبة (٤٥,٨%)، وجاء "لا أثق بمصادرها" بنسبة (٣٣,٣%)، جاء أن "موضوعاتها لا تثير اهتمامي- لا أستطيع الوصول إليها" بنسبة متساوية لكليهما بلغت (٢٥%) من إجمالي عينة الشباب الذين لا يتابعون فيديوهات صحافة الفيديو الرقمية بمواقع التواصل الاجتماعي.

بالرغم من ارتفاع نسبة الإقبال على متابعة مقاطع الفيديو إلا أنه ظهرت اتجاهات سلبية في أوساط بعض مفردات العينة من الشباب نحو هذه المقاطع، حيث يرى البعض أن هذه الوسيلة تنشر الأخبار المزيفة مع عدم الثقة في مصادرها، بالإضافة إلى أن موضوعاتها غير مهمة.

اتفقت هذه النتيجة مع نتيجة دراسة (عبد الفتاح، وليد وإبراهيم، عبد الخالق، ٢٠١٧) والتي اتضح من خلالها أن نسبة (٣٤,١%) من أفراد العينة لا يتعرضون لمقاطع الفيديو بمواقع الصحف الإلكترونية عبر الإنترنت لأنهم يكتفون بقراءة الخبر، ولأنهم لا يتقوا بمصادرها، ونسبة (١٣,٦%) لا يتعرضون لها لأنها لا تثير اهتمامهم^(١٩).

٣- مواقع التواصل الاجتماعي التي يفضل الشباب (عينة الدراسة) متابعة صحافة الفيديو من خلالها

جدول (١٢)

مواقع التواصل الاجتماعي التي يفضل الشباب متابعة صحافة الفيديو من خلالها (وفقاً للنوع)

الدالة	قيمة Z	الإجمالي		إناث		ذكور		النوع
		%	ك	%	ك	%	ك	
غير دالة	٠,٢٢٨	٤٤,٧	١٦٨	٤٥,٨	٨٨	٤٣,٥	٨٠	يوتيوب
غير دالة	٠,٠٧٩	٤٣,٤	١٦٣	٤٣,٨	٨٤	٤٢,٩	٧٩	الفييس بوك
غير دالة	٠,٣٣٨	٣٠,٦	١١٥	٣٢,٣	٦٢	٢٨,٨	٥٣	تويتر
غير دالة	٠,٥٠	٢٥,٣	٩٥	٢٥,٥	٤٩	٢٥	٤٦	انستجرام
غير دالة	٠,٤٠٤	٢٢,٩	٨٦	٢٠,٨	٤٠	٢٥	٤٦	ماسنجر
غير دالة	٠,١٧٨	١٩,٤	٧٣	٢٠,٣	٣٩	١٨,٥	٣٤	الواتس آب
غير دالة	٠,٠١٣	١٥,٧	٥٩	١٥,٦	٣٠	١٥,٨	٢٩	سناپ شات
		٣٧٦		١٩٢		١٨٤		جملة من سنلوا

تشير بيانات الجدول السابق إلى ما يلي:

من أكثر مواقع التواصل الاجتماعي التي يفضل الشباب "عينة الدراسة" متابعة صحافة الفيديو من خلالها، جاء في مقدمتها موقع "يوتيوب" بنسبة بلغت (٤٤,٧%)، يليها في الترتيب الثاني بفارق بسيط موقع "الفييس بوك" بنسبة (٤٣,٤%)، في الترتيب الثالث "تويتر" بنسبة (٣٠,٦%)، وجاء في الترتيب الرابع موقع "انستجرام" بنسبة (٢٥,٣%)، أما بالترتيب الخامس فجاء موقع "ماسنجر" بنسبة (٢٢,٩%)، وبالترتيب السادس "الواتس آب" بنسبة (١٩,٤%)، وفي الترتيب السابع جاء "سناپ شات" بنسبة (١٥,٧%).

اتضح أنه جاء اليوتيوب في مقدمة المواقع التي يقبل عليها الشباب "عينة الدراسة" نظراً لشعبية هذا الموقع، وما يتسم به من مميزات مثل تقديمه لمقاطع الفيديو على مدار اليوم، سهولة الوصول لأي مقطع فيديو، توفيره لكافة الأدوات التفاعلية، وإمكانية رفع ملفات الفيديو من خلاله.

تتفق هذه النتيجة مع نتيجة دراسة (عطية، أحمد إبراهيم، ٢٠٢١) التي جاء بها أن موقع اليوتيوب احتل مقدمة المواقع التي يفضلها المبحوثون للتعرض لمقاطع الفيديو من خلالها، حيث حصل على نسبة (٧٧%)، في حين جاء الفييس بوك بنسبة (٩%) (٧٠)، وتتقارب مع دراسة (محمود، سمير محمد، ٢٠٢٢) حيث اتضح أنه من أكثر المواقع والمنصات التي يتعرض من خلالها الجمهور العربي لصحافة الفيديو: منصة يوتيوب في

المرتبة الأولى بمتوسط (٢,٤٨)، تلاها الواتس آب (٢,٣٦)، ثم تويتر (٢,٢٠)، الفيس بوك (٢,١٢)^(٧١).

في حين أجرى مركز المعلومات ودعم اتخاذ القرار بمجلس الوزراء استطلاعاً للرأي خلال شهر يناير ٢٠٢٣ على عينة من المواطنين البالغين ١٨ عاماً فأكثر حول استخدامهم وتفضيلاتهم لمنصات التواصل الاجتماعي، وأشارت أبرز نتائج الاستطلاع إلى أن (٩٥,٩%) من المصريين يستخدمون موقع الفيس بوك، يليه واتس آب وماسنجر وانستجرام^(٧٢).

٤- ترتيب مواقع صحافة الفيديو التي يتعرض لها الشباب (عينة الدراسة) بمواقع التواصل الاجتماعي

جدول (١٣)

ترتيب مواقع صحافة الفيديو التي يتعرض لها الشباب عبر مواقع التواصل الاجتماعي

الوزن المئوي	النقاط	الاستجابة									
		١	٢	٣	٤	٥	٦	٧	٨	٩	١٠
١٨,٩	٢٥٦١	١٦	١٧	١٠	٩	٧	٣٣	٦٠	٢٢٤	اليوم السابع	
١٤,٦	١٩٧٤	٣٣	٢٨	٢٢	٤٠	٧٤	٣٦	٧١	٧٢	صدى البلد	
١٣,٨	١٨٦٣	١٣	٣٤	٢٨	٥٧	٧٣	٩٨	٦٧	٦	بوابة الأهرام	
١٣,٧	١٨٥٩	١٨	٢٥	٣٢	٧٥	٦٥	٨٠	٥٨	٢٣	قناة الجزيرة	
١٢,٨	١٧٣٣	٤٠	٣٩	٤١	٤٦	٥٦	٦٦	٧٢	١٦	أخبار اليوم	
٩,٢٩	١٢٥٨	٦٧	٩٤	٧٦	٤١	٢٩	٣٢	٢٢	١٥	قناة BBC News العربية	
٨,٥٦	١١٥٩	٩٩	٥٣	٩٩	٤٣	٤١	١٧	١٤	١٠	قناة سكاي نيوز عربية Sky News Arabia	
٨,٤١	١١٣٩	٨٧	٨٦	٧٠	٦٥	٣١	١٤	١٣	١٠	قناة CNN بالعربية	
ن = ٣٧٦											

يتضح من بيانات الجدول السابق ما يلي :

جاء 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" بوزن مئوي (١٣,٨%)، بالترتيب الرابع وبفارق طفيف "قناة الجزيرة" بوزن مئوي (١٣,٧%)، وتلاها بالترتيب الخامس موقع "أخبار اليوم" بوزن مئوي (١٢,٨%)، وبالترتيب السادس موقع "قناة BBC News العربية" بوزن مئوي (٩,٢٩%)، وجاء

بالترتيب السابع موقع "قناة سكاي نيوز عربية Sky News Arabia" بوزن مؤوي (٨,٤١%)، بالترتيب الثامن موقع "قناة CNN بالعربية" بوزن مؤوي (٨,٤١%).

جاء موقع اليوم السابع في المقدمة خاصة أنه حصل على جائزة يوتيوب الذهبية، بعد تخطيه المليون مشترك على موقع "يوتيوب" عام ٢٠١٥، حيث تحتوي القناة على كم هائل من الفيديوهات، ويتعامل المتابعون لها على أنها تمثل توثيقًا للفترة السابقة والأحداث التي مرت بها البلاد^(٧٣).

وتتفق هذه النتيجة مع نتائج بعض الدراسات منها دراسة (عبد السميع، نهلة صلاح، ٢٠١٨) حيث جاءت قناة اليوم السابع المصورة في مقدمة القنوات التي يفضل الشباب التفاعل معها للحصول على المعلومات حول القضايا الاجتماعية، تلاها قناة بوابة أخبار اليوم^(٧٤)، ودراسة (ممدوح، آلاء محمد والسيد، رانيا زكريا، ٢٠٢٣) جاء موقع اليوم السابع بنسبة (٦٤,٥%)، تلاها بوابة الأهرام (٤٩,٥%)، صحيفة البي بي سي العربية (٢٦,٥%)^(٧٥).

في حين تختلف عن نتيجة دراسة (سالم، أميرة حسن، ٢٠١٩) حيث جاءت الجزيرة مباشر مصر بوزن مؤوي (٢١,٣%)، صحيفة الأهرام (١٥,٤%)، اليوم السابع (١٣,٩%)، بي بي سي العربية (١١%)^(٧٦).

٥- أسباب متابعة الشباب (عينة الدراسة) لصحافة الفيديو الرقمية عبر مواقع التواصل الاجتماعي

جدول (١٤)

أسباب متابعة الشباب لصحافة الفيديو الرقمية عبر مواقع التواصل الاجتماعي

الاستجابة	الوزن المرجح		معارض		محايد		موافق		الاستجابة العناصر
	الوزن المؤوي	النقاط	%	ك	%	ك	%	ك	
موافق	٨,٩٨	٩٧٩	٧,٤	٢٨	٢٤,٧	٩٣	٦٧,٨	٢٥٥	تجعلني على دراية بالأحداث من حولي
موافق	٨,٩٥	٩٧٦	٦,٤	٢٤	٢٧,٧	١٠٤	٦٦	٢٤٨	أستطيع تذكر الأحداث والقضايا ومن الممكن استرجاعها
موافق	٨,٩١	٩٧١	٦,٦	٢٥	٢٨,٥	١٠٧	٦٤,٩	٢٤٤	تنقل الحدث لحظة وقوعه وتمكنني من معرفته في الحال
موافق	٨,٨٤	٩٦٣	٨,٨	٣٣	٢٦,٣	٩٩	٦٤,٩	٢٤٤	تلبي اهتماماتي وتقدم ما لا أجده بوسائل الإعلام الأخرى

الاستجابة	الوزن المرجح		معارض		محايد		موافق		الاستجابة العناصر	
	الوزن المنوي	النقاط	%	ك	%	ك	%	ك		
موافق	٨,٤٩	٩٢٥	١٢	٤٥	٣٠,١	١١٣	٥٨	٢١٨	تساعدني في معرفة كل ما هو جديد في المجالات التي اهتم بها	
موافق	٨,٤٢	٩١٨	٩,٦	٣٦	٣٦,٧	١٣٨	٥٣,٧	٢٠٢	التخلص من الملل وشغل وقت الفراغ	
موافق	٨,٢٩	٩٠٣	٩,٨	٣٧	٤٠,٢	١٥١	٥٠	١٨٨	تساعد في تكوين رأي حول الأحداث والقضايا المطروحة	
موافق	٧,٩٧	٨٦٩	١٦	٦٠	٣٧	١٣٩	٤٧,١	١٧٧	سهولة الوصول إليها واستخدامها	
موافق	٧,٨٥	٨٥٦	١٦,٥	٦٢	٣٩,٤	١٤٨	٤٤,١	١٦٦	الثقة فيما تقدمه من معلومات حول القضايا والأحداث	
موافق	٧,٨٢	٨٥٢	١٦,٥	٦٢	٤٠,٤	١٥٢	٤٣,١	١٦٢	التعرض بحكم التعود	
موافق	٧,٧٥	٨٤٥	١٧,٦	٦٦	٤٠,٢	١٥١	٤٢,٣	١٥٩	أستفيد بما تقدمه من معلومات في الحوار وإبداء رأيي للآخرين	
موافق	٧,٧٣	٨٤٢	١٨,٤	٦٩	٣٩,٤	١٤٨	٤٢,٣	١٥٩	كتابة تعليقي على الموضوعات التي أتابعها	
		١٠٨٩٩	ن=٣٧٦						مجموع الأوزان	

يتضح من بيانات الجدول السابق ما يلي:

موافقة الشباب "عينة الدراسة" على أن من أسباب متابعتهم لصحافة الفيديو الرقمية بمواقع التواصل الاجتماعي أنها "تجعلني على دراية بالأحداث من حولي" جاءت بوزن منوي (٨,٩٨%)، يليها "أستطيع تذكر الأحداث والقضايا ومن الممكن استرجاعها" بوزن منوي (٨,٩٥%)، أنها "تنقل الحدث لحظة وقوعه وتمكنني من معرفته في الحال" بوزن منوي (٨,٩١%)، جاء أنها "تليبي اهتماماتي وتقدم ما لا أجده بوسائل الإعلام الأخرى" بوزن منوي (٨,٨٤%)، وتلاها أنها "تساعدني في معرفة كل ما هو جديد في المجالات التي اهتم بها" بوزن منوي (٨,٤٩%).

جاء "التخلص من الملل وشغل وقت الفراغ" بوزن منوي (٨,٤٢%)، أنها "تساعد في تكوين رأي حول الأحداث والقضايا المطروحة" بوزن منوي بلغ (٨,٢٩%)، "سهولة الوصول إليها واستخدامها" بوزن منوي (٧,٩٧%)، وجاءت "الثقة فيما تقدمه من معلومات

حول القضايا والأحداث" بوزن مؤوي (٧,٨٥%)، "التعرض بحكم التعود" بوزن مؤوي (٧,٨٢%)، "لأنني" أستفيد بما تقدمه من معلومات في الحوار وإبداء رأيي للآخرين" بوزن مؤوي (٧,٧٥%)، وجاء "كتابة تعليقي على الموضوعات التي أتابعها" من تلك الأسباب بوزن مؤوي (٧,٧٣%) من إجمالي اختيارات الشباب الذين يتابعون صحافة الفيديو الرقمية.

ترى الباحثة تعدد أسباب متابعة عينة الدراسة لصحافة الفيديو عبر مواقع التواصل الاجتماعي منها: تجعل المتلقي على دراية بالأحداث من حوله، تساعد على تذكر الأحداث والقضايا مع إمكانية استرجاعها فيما يتناسب مع وقت المستخدم، تنقل الحدث وقت وقوعه، تقدم ما لا يوجد بوسائل الإعلام الأخرى، سهولة الوصول إليها... كلها أسباب مرتبطة بالتقدم التكنولوجي ومن ثم تدفع الشباب إلى استخدام وسائل الإعلام الحديثة للإلمام بالأحداث من حولهم مع تكوين آراء.

اختلفت النتيجة عن نتيجة دراسة (محمد، هالة بسيوني، ٢٠٢٢) والتي أظهرت أنه من دوافع متابعة صحافة الفيديو: "سهولة الوصول إليها" بمتوسط (٢,٧٩)، "لأنها تتابع الأحداث أولاً بأول" بمتوسط (٢,٧٦)، "تنقل الحدث لحظة وقوعه وتمكنني من معرفته في الحال" بمتوسط (٢,٦٦)، ثم "أستطيع تذكر الأحداث والقضايا" بمتوسط (٢,٦١)^(٧٧).

٦- العوامل التي تجذب الشباب (عينة الدراسة) لمتابعة صحافة الفيديو الرقمية عبر مواقع التواصل الاجتماعي

جدول (١٥)

العوامل التي تجذب الشباب لمتابعة صحافة الفيديو الرقمية عبر مواقع التواصل الاجتماعي (وفقاً للنوع)

الدلالة	قيمة Z	الإجمالي		إناث		ذكور		النوع العوامل
		%	ك	%	ك	%	ك	
غير دالة	٠,٢٠٦	٧٤,٥	٢٨٠	٧٣,٤	١٤١	٧٥,٥	١٣٩	عنوان مقطع الفيديو
غير دالة	٠,٦٨٥	٦٦	٢٤٨	٦٢,٥	١٢٠	٦٩,٦	١٢٨	الصورة المصاحبة للفيديو
غير دالة	٠,٤٠٢	٤٠,٢	١٥١	٤٢,٢	٨١	٣٨	٧٠	جاذبية موضوع الفيديو ومحتواه
غير دالة	٠,٠٩	٤٠,٢	١٥١	٤٠,٦	٧٨	٣٩,٧	٧٣	نسبة مشاهدة الفيديو
غير دالة	٠,٢٠٤	٢٥,٥	٩٦	٢٦,٦	٥١	٢٤,٥	٤٥	قصر مدة الفيديو
		٣٧٦		١٩٢		١٨٤		جملة من سنلوا

تشير بيانات الجدول السابق إلى أنه:

من أكثر العوامل التي تجذب الشباب لمتابعة صحافة الفيديو الرقمية وفقاً للنوع؛ جاء "عنوان مقطع الفيديو" في مقدمة تلك العوامل بالترتيب الأول بنسبة بلغت (٧٤,٥%)، يليها في الترتيب الثاني "الصورة المصاحبة للفيديو" بنسبة (٦٦%)، وجاء في الترتيب الثالث "جاذبية موضوع الفيديو ومحتواه- نسبة مشاهدة الفيديو" بنسبة بلغت (٤٠,٢%) لكليهما، وفي الترتيب الرابع "قصر مدة الفيديو" بنسبة (٢٥,٥%).

توضح هذه النتيجة تنوع أساليب تصميم وإخراج صحافة الفيديو بطريقة تتسم بالجاذبية، حيث اختيار العناوين المصحوبة بالصور، مع توضيح نسبة المشاهدة وقصر المدة الزمنية للمقطع ... مما يترتب عليه ارتفاع نسبة الإقبال على مشاهدة محتوى الفيديو، وسبق أن أوضحت دراسة (Hedley, D., 2018) أن من أهم الأسباب التي أدت إلى انتشار صحافة الفيديو الرقمية هو اعتمادها على عنصر الصورة التي تعد من أكثر عوامل الجذب للجمهور^(٧٨).

تتفق هذه النتيجة مع نتيجة دراسة (عبد الفتاح، وليد وإبراهيم، عبد الخالق، ٢٠١٧) حيث اتضح أنه من أهم عناصر الجذب لمواقع صحافة الفيديو الإلكترونية؛ عنوان الفيديو (٥٧,٦%)، صورة الفيديو المصاحبة (٤٧,٢%)، نسبة مشاهدة الفيديو (٣٣,٧%)^(٧٩).

٧- مدى متابعة الشباب (عينة الدراسة) للقضايا التي تقدم من خلال صحافة الفيديو الرقمية عبر مواقع التواصل الاجتماعي

جدول (١٦)

مدى متابعة الشباب للقضايا التي تقدم من خلال صحافة الفيديو الرقمية عبر مواقع التواصل الاجتماعي (وفقاً للنوع)

النوع	ذكور		إناث		الإجمالي	
	ك	%	ك	%	ك	%
دائماً	٧٨	٤٢,٤	١٠٠	٥٢,١	١٧٨	٤٧,٣
أحياناً	٩١	٤٩,٤	٧١	٣٧	١٦٢	٤٣,١
نادراً	١٥	٨,٢	٢١	١٠,٩	٣٦	٩,٦
الإجمالي	١٨٤	١٠٠	١٩٢	١٠٠	٣٧٦	١٠٠
قيمة كاي ^٢ = ٦,٠٢١	درجة الحرية = ٢		معامل التوافق = ٠,١٢٦		مستوى الدلالة = دالة عند ٠,٠٥	

يتضح من بيانات الجدول السابق ما يلي :

بحساب قيمة ك^٢ عند درجة حرية = ٢، وجد أنها = ٦,٠٢١ وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى دلالة = ٠,٠٥، وقد بلغت قيمة معامل التوافق ٠,١٢٦ تقريباً؛ مما يدل على وجود علاقة دالة إحصائياً بين (الذكور- الإناث) وبين مدى متابعة الشباب للقضايا التي تقدم من خلال صحافة الفيديو الرقمية.

تشير النتائج التفصيلية إلى أن نسبة من يتابعون القضايا المقدمة بصحافة الفيديو الرقمية "بشكل منتظم - دائماً" (٤٧,٣%)، وبلغت نسبة من يتابعون القضايا "بشكل غير منتظم- أحياناً" (٤٣,١%)، بينما بلغت نسبة من يتابعون القضايا "نادراً" عبر صحافة الفيديو (٩,٦%).

وجد ارتفاع نسبة متابعة الشباب - عينة الدراسة - للقضايا المختلفة التي تعرضها صحافة الفيديو الرقمية سواء بشكل دائم أو بين الحين والآخر، مما يدل - كما ذكر سابقاً- على جاذبية الصور المتعلقة بالأحداث وتداعياتها مما يشجع الشباب على متابعة هذه المقاطع، بالإضافة إلى أهمية الدور الذي تقوم به هذه الوسيلة في تسليط الضوء على أهم الموضوعات والقضايا، وقد ينعكس ذلك على تشكيل آراء الشباب واتجاهاتهم.

٨- القضايا التي تهتم صحافة الفيديو الرقمية بعرضها عبر مواقع التواصل الاجتماعي من وجهة نظر الشباب (عينة الدراسة)

جدول (١٧)

القضايا التي تهتم صحافة الفيديو الرقمية بعرضها عبر مواقع التواصل الاجتماعي

الاستجابة	المتوسط الحسابي	غير مهمة		مهمة إلى حد ما		مهمة		الاستجابة القضايا
		%	ك	%	ك	%	ك	
مهمة	٢,٦٤	١,١	٤	٣٤,٣	١٢٩	٦٤,٦	٢٤٣	القضايا الاجتماعية
مهمة	٢,٦٣	٠,٥	٢	٣٦,٤	١٣٧	٦٣	٢٣٧	القضايا الاقتصادية
مهمة	٢,٦٢	١,٩	٧	٣٤,٦	١٣٠	٦٣,٦	٢٣٩	القضايا التعليمية
مهمة إلى حد ما	٢,٤٥	٢,٤	٩	٥٠,٥	١٩٠	٤٧,١	١٧٧	القضايا السياسية
مهمة إلى حد ما	٢,٣٣	١٢	٤٥	٤٣,٤	١٦٣	٤٤,٧	١٦٨	القضايا الصحية
مهمة إلى حد ما	٢,٢٠	١٩,١	٧٢	٤١,٨	١٥٧	٣٩,١	١٤٧	القضايا البيئية
مهمة إلى حد ما	١,٧٨	٣٥,١	١٣٢	٥١,٦	١٩٤	١٣,٣	٥٠	القضايا الأمنية
ن=٣٧٦								

يتضح من بيانات الجدول السابق ما يلي:

أن الشباب (عينة الدراسة) يرون أن "القضايا الاجتماعية" في مقدمة القضايا التي تهتم بعرضها صحافة الفيديو الرقمية، حيث جاءت بالترتيب الأول بمتوسط حسابي (٢,٦٤)، يليها بالترتيب الثاني "القضايا الاقتصادية" بمتوسط (٢,٦٣)، وبالترتيب الثالث ونسبة متقاربة "القضايا التعليمية" بمتوسط بلغ (٢,٦٢)، أما بالترتيب الرابع فجاءت "القضايا السياسية" بدرجة مهمة إلى حد ما بمتوسط (٢,٤٥)، تلاها "القضايا الصحية" بالترتيب الخامس بمتوسط (٢,٣٣)، في الترتيب السادس "القضايا البيئية" بمتوسط (٢,٢٠)، وفي الترتيب السابع والأخير للأهمية جاءت "القضايا الأمنية" بمتوسط (١,٧٨) من وجهة نظر الشباب الذين يتابعون صحافة الفيديو الرقمية من خلال مواقع التواصل الاجتماعي.

اختلفت النتيجة عن نتيجة دراسة (محمد، فاطمة نبيل، ٢٠١٤) والتي تناولت الصحافة الإلكترونية وترتيب أولويات قضايا الشباب الاجتماعية في المرحلة العمرية (من ١٨ - ٣٥ عاماً)؛ حيث جاءت القضايا السياسية في مقدمة القضايا التي تشكل اهتمامات الشباب، يليها القضايا الاقتصادية ثم القضايا الاجتماعية، فالقضايا الدينية ثم القضايا التعليمية، وأخيراً القضايا الصحية^(٨٠)، في حين توصلت دراسة (الغريب، إيمان محمد، ٢٠١٨) إلى تصدر المضامين الاجتماعية في مقاطع الفيديو بنسبة (٢٩,٤%) يليها الحوادث بنسبة (١٥,٣%) ثم المضمون السياسي (١٤,٤%)^(٨١).

٩- عدد مرات تعرض الشباب (عينة الدراسة) لصحافة الفيديو الرقمية التي تتناول القضايا المطروحة

جدول (١٨)

عدد مرات تعرض الشباب لصحافة الفيديو الرقمية التي تتناول القضايا المطروحة (وفقاً للنوع)

النوع	ذكور		إناث		الإجمالي	
	ك	%	ك	%	ك	%
عدة مرات في الأسبوع	٦١	٣٣,٢	٦٦	٣٤,٤	١٢٧	٣٣,٨
مرة واحدة يومياً	٥٦	٣٠,٤	٦٢	٣٢,٣	١١٨	٣١,٤
عدة مرات في اليوم الواحد	٢١	١١,٤	٢٢	١١,٥	٤٣	١١,٤
مرة واحدة في الأسبوع	٢٤	١٣	١٦	٨,٣	٤٠	١٠,٦
حسب الظروف	١٤	٧,٦	١٢	٦,٣	٢٦	٦,٩
في أوقات الأزمات الطارئة	٨	٤,٣	١٤	٧,٣	٢٢	٥,٩
الإجمالي	١٨٤	١٠٠	١٩٢	١٠٠	٣٧٦	١٠٠

قيمة كا^٢ = ٣,٧٤٧ درجة الحرية = ٥ معامل التوافق = ٠,٠٩٩
مستوى الدلالة = غير دالة

تشير بيانات الجدول السابق إلى ما يلي:

بحساب قيمة كآ عند درجة حرية = ٥، وجد أنها = ٣,٧٤٧ وهي قيمة غير دالة إحصائياً، فقد بلغت قيمة معامل التوافق ٠,٠٩٩؛ مما يوضح عدم وجود علاقة دالة إحصائياً بين النوع (الذكور- الإناث) وبين عدد مرات تعرض الشباب لصحافة الفيديو الرقمية بمواقع التواصل الاجتماعي والتي تتناول القضايا المختلفة.

حيث تشير النتائج التفصيلية إلى أنه بلغت نسبة "عينة الدراسة" الذين يتابعون صحافة الفيديو "عدة مرات في الأسبوع" (٣٣,٨%)، بينما بلغت نسبة من يتابعونها "مرة واحدة يومياً" (٣١,٤%)، في حين جاءت نسبة "عدة مرات في اليوم الواحد" (١١,٤%)، كذلك جاءت نسبة الذين يتابعونها "مرة واحدة في الأسبوع" (١٠,٦%)، "حسب الظروف" (٦,٩%)، "في أوقات الأزمات الطارئة" بلغت نسبتها (٥,٩%).

تدل هذه النتيجة على أهمية صحافة الفيديو وحرص الشباب على متابعتها سواء عدة مرات أسبوعياً، أو مرة واحدة يومياً، أو عدة مرات في اليوم الواحد... وقد يرجع ذلك إلى تدعيمها الأحداث والقضايا بالصوت والصورة، مما يجذب انتباههم لمتابعة الأخبار من حولهم.

تختلف هذه النتيجة عن نتيجة دراسة (عبد الفتاح، وليد وإبراهيم، عبد الخالق، ٢٠١٧) والتي توصلت إلى أن نسبة (٣٥,١%) من أفراد العينة يتعرضون لمقاطع الفيديو بمواقع الصحف الإلكترونية حسب الظروف، ونسبة (٢٦,٧%) منهم يتعرضون لها عدة مرات في اليوم الواحد، ونسبة (١٥,٧%) يتعرضون لها عدة مرات في الأسبوع^(٨٢)، وكذلك نتيجة دراسة (ممدوح، آلاء محمد والسيد، رانيا زكريا، ٢٠٢٣) التي توصلت إلى أن النسبة الأكبر من المبحوثين جاء معدل متابعتهم لصحافة الفيديو يومياً (٣٢,٥%)، حسب الظروف (٣١,٥%)، من يتابعونها يومين في الأسبوع (٢٧,٥%)، مرة واحدة في الأسبوع (٨,٥%)^(٨٣).

١٠- الوقت الذي يقضيه الشباب (عينة الدراسة) في متابعة صحافة الفيديو الرقمية التي تتناول القضايا المطروحة

جدول (١٩)

الوقت الذي يقضيه الشباب في متابعة صحافة الفيديو الرقمية التي تتناول القضايا المطروحة (وفقًا للنوع)

الإجمالي		إناث		ذكور		النوع الوقت
%	ك	%	ك	%	ك	
٣٩,٩	١٥٠	٤٠,٦	٧٨	٣٩,١	٧٢	ثلاث ساعات فأكثر
٣٥,٦	١٣٤	٣٥,٤	٦٨	٣٥,٩	٦٦	من ساعتين إلى أقل من ٣ ساعات
١١,٤	٤٣	١٣,١	٢٥	٩,٨	١٨	أقل من ساعة
٩,١	٣٤	٧,٣	١٤	١٠,٩	٢٠	من ساعة إلى أقل من ساعتين
٤	١٥	٣,٦	٧	٤,٣	٨	حسب الظروف
١٠٠	٣٧٦	١٠٠	١٩٢	١٠٠	١٨٤	الإجمالي
قيمة كا ^٢ = ٢,٣٦٦ درجة الحرية = ٤ معامل التوافق = ٠,٠٧٩ مستوى الدلالة = غير دالة						

تشير بيانات الجدول السابق إلى ما يلي:

بحساب قيمة كا^٢ عند درجة حرية = ٤، وجد أنها = ٢,٣٦٦ وهي قيمة غير دالة إحصائيًا عند أي مستوى دلالة، وقد بلغت قيمة معامل التوافق ٠,٠٧٩ تقريبًا؛ مما يدل على عدم وجود علاقة دالة إحصائيًا بين النوع (الذكور- الإناث) وبين الوقت الذي يقضيه الشباب في متابعة صحافة الفيديو الرقمية التي تتناول مختلف القضايا بمواقع التواصل الاجتماعي.

تضح أنه بلغت نسبة من يتابعون صحافة الفيديو الرقمية "ثلاث ساعات فأكثر" (٣٩,٩%)، ونسبة من يتابعونها "من ساعتين إلى أقل من ٣ ساعات" (٣٥,٦%)، بينما بلغت نسبة من يتابعونها "أقل من ساعة" (٩,٨%)، "من ساعة إلى أقل من ساعتين" (١٠,٩%)، أما نسبة من يتابعون صحافة الفيديو الرقمية "حسب الظروف" فبلغت (٤%).

تعزو الباحثة ارتفاع معدل التعرض لصحافة الفيديو؛ إلى تلبية احتياجات عينة الدراسة من خلال تقديم الأحداث بصورة واقعية مع استخدام الفيديو للوسائط المتعددة (النص- الصور- الرسوم - الصوت - الفيديو) بالتالي تعتمد على أكثر من حاسة، ومن ثم تقديم الرسائل الاتصالية بصورة أكثر فعالية، مما ينعكس على قضاء وقتًا كبيرًا في التعرض لها.

تختلف النتيجة عن نتيجة دراسة (محمود، سمير محمد، ٢٠٢٢) فقد جاءت أقل من ساعة يوميًا في مقدمة الوقت الذي يقضيه المبحوثين في متابعة مقاطع الفيديو بنسبة (٥٣,٥%)، بينما جاءت من ساعة إلى ٣ ساعات (٣٨,١%)، في حين جاءت أكثر من ٣ ساعات بنسبة (٨,٤%)^(٨٤).

١١- مدى إسهام صحافة الفيديو الرقمية بمواقع التواصل الاجتماعي في زيادة معرفة الشباب (عينة الدراسة) بالقضايا المطروحة

جدول (٢٠)

مدى إسهام صحافة الفيديو الرقمية بمواقع التواصل الاجتماعي في زيادة معرفة الشباب بالقضايا المطروحة (وفقًا للنوع)

الإجمالي		إناث		ذكور		النوع
%	ك	%	ك	%	ك	
٣٧	١٣٩	٣٤,٤	٦٦	٣٩,٦	٧٣	تسهم إلى حد كبير
٣٤,٣	١٢٩	٣٦,٤	٧٠	٣٢,١	٥٩	تسهم إلى حد ما
٢٨,٧	١٠٨	٢٩,٢	٥٦	٢٨,٣	٥٢	تسهم نادرًا
١٠٠	٣٧٦	١٠٠	١٩٢	١٠٠	١٨٤	الإجمالي
قيمة كا ^٢ = ١,٢٦٩ درجة الحرية = ٢ معامل التوافق = ٠,٠٥٨ مستوى الدلالة = غير دالة						

تشير بيانات الجدول السابق إلى ما يلي:

بحساب قيمة كا^٢ عند درجة حرية = ٢، وجد أنها = ١,٢٦٩ وهي قيمة غير دالة إحصائيًا عند أي مستوى دلالة، وقد بلغت قيمة معامل التوافق ٠,٠٥٨؛ مما يوضح عدم وجود علاقة دالة إحصائيًا بين النوع (الذكور- الإناث) وبين مدى إسهام صحافة الفيديو الرقمية في زيادة معرفة الشباب بالقضايا المطروحة.

تشير النتائج إلى أن نسبة الشباب الذين يرون أن صحافة الفيديو الرقمية "تسهم بدرجة كبيرة" في زيادة معرفتهم بالقضايا المطروحة بلغت (٣٧%)، وبلغت نسبة من يرون أن هذه الوسيلة "تسهم إلى حد ما" (٣٤,٣%)، بينما بلغت نسبة من يرون أنها "تسهم نادرًا" في زيادة المعرفة بالقضايا (٢٨,٧%).

تدل هذه النتيجة على دور صحافة الفيديو في زيادة معرفة الجمهور، وإمامهم بالعديد من القضايا؛ فهي تقدم المعلومات بطريقة مبسطة يسهل فهمها من قبل جميع الفئات (وخاصة الشباب) بالرغم من اختلاف مستوياتهم التعليمية والثقافية.

وقد أوضحت نتيجة دراسة (عطية، أحمد إبراهيم، ٢٠٢١) الدور الكبير الذي تقوم به صحافة الفيديو في زيادة معرفة المبحوثين بأبعاد أزمة كورونا، فقد رأى (٦٢%) من المبحوثين أنها تؤثر عليهم إلى حد ما، ويرى (٣٥%) أنها تؤثر على الجانب المعرفي لديهم بشكل كبير، بينما يرى (٣%) أنها لا تؤثر على الجانب المعرفي لديهم^(٨٥).

١٢- الإسهامات التي تقوم بها صحافة الفيديو الرقمية في إدراك الشباب (عينة الدراسة) للقضايا المطروحة

جدول (٢١)

الإسهامات التي تقوم بها صحافة الفيديو الرقمية في إدراك الشباب للقضايا المطروحة (وفقاً للنوع)

الدلالة	قيمة Z	الإجمالي		إناث		ذكور		النوع
		%	ك	%	ك	%	ك	
دالة عند ٠,٠١	٢,١٩٧	٥٥,١	٢٠٧	٦٦,١	١٢٧	٤٣,٥	٨٠	تحديد أهم المخاطر الناتجة عن القضايا التي تواجه المجتمع المصري
غير دالة	٠,١٨٢	٤٤,١	١٦٦	٤٣,٢	٨٣	٤٥,١	٨٣	تقديم كافة المعلومات الخاصة بالقضايا الحالية
غير دالة	٠,١٨٠	٤٣,٩	١٦٥	٤٤,٨	٨٦	٤٢,٩	٧٩	متابعة القضايا الحالية
غير دالة	٠,٩٥٩	٤٢,٦	١٦٠	٤٧,٤	٩١	٣٧,٥	٦٩	تزيد من ثقافتني بواسطة ما يعرض من خلالها على مواقع التواصل الاجتماعي
دالة عند ٠,٠١	١,٧٦٠	٣٩,١	١٤٧	٣٠,٢	٥٨	٤٨,٤	٨٩	تساعدني في تكوين آراء سليمة نحو القضايا الراهنة
غير دالة	٠,٤٦١	٣٨,٣	١٤٤	٤٠,٦	٧٨	٣٥,٩	٦٦	تسهم في تغيير مفاهيمي نحو بعض القضايا
غير دالة	٠,٥١١	٣٦,٤	١٣٧	٣٣,٩	٦٥	٣٩,١	٧٢	تضيف معلومات جديدة حول القضايا المختلفة
		٣٧٦		١٩٢		١٨٤		جملة من سنلوا

تشير بيانات الجدول السابق إلى:

أن الإسهامات التي تقوم بها صحافة الفيديو الرقمية في إدراك الشباب "عينة الدراسة" للقضايا المطروحة؛ جاء في مقدمتها "تحديد أهم المخاطر الناتجة عن القضايا التي تواجه المجتمع المصري" بنسبة (٥٥,١%)، يليها "تقديم كافة المعلومات الخاصة بالقضايا الحالية" بنسبة (٤٤,١%)، "متابعة القضايا الحالية" بنسبة (٤٣,٩%)، "تزيد من ثقافتني بواسطة ما

يعرض من خلالها على مواقع التواصل الاجتماعي"، وذلك بنسبة (٤٢,٦%)، جاء أنها "تساعدني في تكوين آراء سليمة نحو القضايا الراهنة" بنسبة (٣٩,١%)، تلاها "تسهم في تغيير مفاهيمي نحو بعض القضايا" بنسبة (٣٨,٣%)، "تضيف معلومات جديدة حول القضايا المختلفة" بنسبة (٣٦,٤%).

وقد أوضحت النتائج التفصيلية وجود فروق دالة إحصائية في استجابات الشباب حول أهم إسهامات صحافة الفيديو الرقمية في إدراكهم للقضايا المطروحة على النحو التالي:

- يرى الإناث أنها تسهم في "تحديد أهم المخاطر الناتجة عن القضايا التي تواجه المجتمع المصري" بنسبة أكبر من الذكور (٦٦,١% - ٤٣,٥%) على التوالي، والفارق دال إحصائياً حيث بلغت قيمة Z المحسوبة ٢,١٩٧، وهي أعلى من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة (٩٩%).

- في حين يرى الذكور أنها "تساعدني في تكوين آراء سليمة نحو القضايا الراهنة" بنسبة أكبر من الإناث (٤٨,٤% - ٣٠,٢%) على التوالي، والفارق دال إحصائياً حيث بلغت قيمة Z المحسوبة ١,٧٦٠، وهي أعلى من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة (٩٩%).

يتضح مما سبق تعدد الإسهامات التي تقوم بها صحافة الفيديو الرقمية في إدراك الشباب للقضايا؛ مما يوضح مدى أهمية هذه الموضوعات، مثل تحديد أهم المخاطر الناتجة عن القضايا التي تواجه المجتمع، تقديم المعلومات والمعارف الخاصة بالقضايا البارزة والمشكلات الملحة، كما تساعد في تكوين آراء سليمة نحو القضايا الراهنة....

١٣- مدى تفاعل الشباب (عينة الدراسة) مع صحافة الفيديو الرقمية بمواقع التواصل الاجتماعي حول القضايا المطروحة

جدول (٢٢)

مدى تفاعل الشباب مع صحافة الفيديو الرقمية بمواقع التواصل الاجتماعي حول القضايا المطروحة (وفقاً للنوع)

النوع	ذكور		إناث		الإجمالي	
	ك	%	ك	%	ك	%
أحياناً	٧٦	٤١,٣	٦٦	٣٤,٤	١٤٢	٣٧,٨
لا	٦٢	٣٣,٧	٦٩	٣٥,٩	١٣١	٣٤,٨
دائماً	٤٦	٢٥	٥٧	٢٩,٧	١٠٣	٢٧,٤
الإجمالي	١٨٤	١٠٠	١٩٢	١٠٠	٣٧٦	١٠٠

قيمة كا^٢ = ٢,٠٨٤ درجة الحرية = ٢ معامل التوافق = ٠,٠٧٤
مستوى الدلالة = غير دالة

يتضح من بيانات الجدول السابق ما يلي:

بحساب قيمة كآ عند درجة حرية = ٢، وجد أنها = ٢,٠٨٤ وهي قيمة غير دالة إحصائياً عند أي مستوى دلالة، وقد بلغت قيمة معامل التوافق ٠,٠٧٤ تقريباً؛ مما يدل على عدم وجود علاقة دالة إحصائياً بين النوع (الذكور- الإناث) وبين مدى تفاعل الشباب مع صحافة الفيديو الرقمية بمواقع التواصل الاجتماعي حول القضايا المطروحة.

تشير النتائج إلى أن نسبة الشباب الذين يتفاعلون مع ما تعرضه صحافة الفيديو الرقمية حول القضايا المطروحة "أحياناً" بلغت (٣٧,٨%)، أما نسبة الذين "لا يتفاعلون معها" (٣٤,٨%)، بينما بلغت نسبة من "يتفاعلون دائماً" (٢٧,٤%).

على الرغم من إيجابية تفاعل معظم مفردات العينة مع صحافة الفيديو عبر مواقع التواصل الاجتماعي باستخدام الأدوات التفاعلية المختلفة بنسبة بلغت (٦٥,٢%) لكل من أحياناً ودائماً، إلا أن هناك نسبة تتسم بالسلبية وتكتفي بالمشاهدة فقط دون إبداء أي رد فعل، حيث أوضح (٣٤,٨%) أنهم لا يستخدمون أيًا من الأدوات التفاعلية التي توفرها لهم شبكة الإنترنت وصحافة الفيديو.

وتختلف هذه النتيجة عن نتيجة دراسة (الغريب، إيمان محمد، ٢٠١٨) حيث توصلت إلى تفاعلية الجمهور بشكل كبير في التعليق على مقاطع فيديو الدراسة، فقد بلغ إجمالي مقاطع الفيديو التي تم التعليق عليها (٩٣,٩%)^(٨٦).

١٤ - أشكال التفاعلية التي يقوم بها الشباب (عينة الدراسة) من خلال صحافة الفيديو الرقمية حول القضايا المطروحة

جدول (٢٣)

أشكال التفاعلية التي يقوم بها الشباب من خلال صحافة الفيديو الرقمية حول القضايا المطروحة (وفقاً للنوع)

الدلالة	قيمة Z	الإجمالي		إناث		ذكور		النوع أشكال التفاعلية
		%	ك	%	ك	%	ك	
دالة عند ٠,٠١	١,٨٢١	٥٠,٢	١٢٣	٦١,٨	٧٦	٣٨,٥	٤٧	إضافة صور أو فيديوهات أخرى
دالة عند ٠,٠١	٢,٠٧٨	٤٦,٩	١١٥	٦٠,٢	٧٤	٣٣,٦	٤١	الإعجاب بالموضوع

الدلالة	قيمة z	الإجمالي		إناث		ذكور		النوع أشكال التفاعلية
		%	ك	%	ك	%	ك	
غير دالة	٠,٤٠٨	٣٨,٤	٩٤	٣٥,٨	٤٤	٤١	٥٠	قراءة التعليقات المصاحبة للفيديو
غير دالة	٠,٥٩٨	٣٦,٣	٨٩	٣٢,٥	٤٠	٤٠,٢	٤٩	التعليق وإبداء الرأي
غير دالة	٠,٨٠٩	٣٣,٩	٨٣	٣٩	٤٨	٢٨,٧	٣٥	تحميل الفيديو على جهازي
غير دالة	٠,١٤٨	٣١	٧٦	٣٠,١	٣٧	٣٢	٣٩	المشاركة عبر مواقع التواصل الاجتماعي
غير دالة	٠,٩١٢	٢٦,٩	٦٦	٢١,١	٢٦	٣٢,٨	٤٠	أحذف الفيديو إذا لم يعجبني
		٢٤٥		١٢٣		١٢٢		جملة من سنلوا

توضيح بيانات الجدول السابق ما يلي:

تعددت أشكال التفاعلية التي يقوم بها الشباب الذين يتفاعلون - سواء بين الحين والآخر أو بصفة دائمة - بما تقدمه صحافة الفيديو الرقمية من قضايا مختلفة، جاء في المقدمة "إضافة صور أو فيديوهات أخرى" بنسبة (٥٠,٢%)، بالتالي فإنه لم يعد هناك خطوفاً فاصلة بين منتجي مواد الفيديو من الإعلاميين والمحترفين، وبين الجمهور العام الذي يستطيع أن ينتج أي مادة فيديو، ويقوم بسهولة بتحميلها ونشرها على الملايين عبر الإنترنت^(٨٧).

يليهما "الإعجاب بالموضوع" بنسبة (٤٦,٩%)، ذلك أن كل ما تتطلبه هذه الأداة هو الضغط على علامة Like ضغطة واحدة لا تتطلب بذل أي مجهود، ثم "قراءة التعليقات المصاحبة للفيديو" بنسبة (٣٨,٤%)، "التعليق وإبداء الرأي" بنسبة بلغت (٣٦,٣%)، حيث يتم اللجوء لذلك حينما يريد المستخدم كتابة بعض الكلمات ليعبر عن رأيه تجاه موضوع صحافة الفيديو المعروض أمامه، بالإضافة إلى قراءة التعليقات الأخرى.

"تحميل الفيديو على جهازي" وذلك بنسبة (٣٣,٩%)، تلاها "المشاركة عبر مواقع التواصل الاجتماعي" بنسبة (٣١%)، ذلك أن بعض مفردات العينة تريد مشاركة مقاطع الفيديو التي تعجبهم ليشاهدها الأصدقاء، وأخيراً "أحذف الفيديو إذا لم يعجبني" بنسبة (٢٦,٩%).

وقد أوضحت النتائج التفصيلية وجود فروق دالة إحصائية في استجابات الشباب حول أهم أشكال التفاعلية التي يقومون بها من خلال صحافة الفيديو الرقمية حول القضايا المطروحة على النحو التالي:

- يتفاعل الإناث بنسبة أكبر بـ "إضافة صور أو فيديوهات أخرى" (الإناث ٦١,٨% مقابل ٣٨,٥% للذكور)، والفارق دال إحصائياً، حيث بلغت قيمة Z المحسوبة ١,٨٢١، وهي أعلى من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة (٩٩%).
- كذلك يتفاعل الإناث بـ "الإعجاب بالموضوع" بنسبة أكبر من الذكور (الإناث ٦٠,٢% - الذكور ٣٣,٦%) والفارق دال إحصائياً، حيث بلغت قيمة Z المحسوبة ٢,٠٧٨، وهي أعلى من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة (٩٩%).

يتضح مما سبق تفوق ملامح التفاعل الإيجابية من خلال توفير مواقع التواصل الاجتماعي للأدوات التفاعلية المختلفة مثل إضافة فيديوهات أخرى، الإعجاب بالموضوع والتعليق على المحتوى وإبداء الرأي، وتحميل الفيديو على الجهاز مع إمكانية مشاركته مع المستخدمين.

تقاربت النتيجة مع نتيجة دراسة (سالم، أميرة حسن، ٢٠١٩) عندما تمثلت تفاعلية عينة الدراسة في: مشاركة الروابط المختلفة بنسبة (٤٥,٣%)، التعليق (٤٤,٧%)، إضافة صور وفيديوهات (٤٤,٤%)، تحميل الفيديو (٢٧,٤%)^(٨٨)، بينما اختلفت عن نتيجة دراسة (محمد، هالة بسيوني، ٢٠٢٢) أسمع أو أشاهد الفيديو فقط بمتوسط (٢,٥٠)، أرسل الفيديو إلى الأصدقاء لمشاهدته بمتوسط (٢,٢٧)، أعلق فقط بعد مشاهدة الفيديو (٢,١٢)، ممكن أضيف فيديوهات أخرى (٢,٠١)^(٨٩).

١٥ - محاور القضايا المهمة المطروحة مؤخراً من خلال صحافة الفيديو الرقمية المقدمة بمواقع التواصل الاجتماعي من وجهة نظر الشباب (عينة الدراسة)
أ- القضايا الاجتماعية:

جدول (٢٤)

القضايا الاجتماعية المهمة المطروحة مؤخراً من خلال صحافة الفيديو الرقمية

الاستجابة	المتوسط الحسابي	غير مهمة		مهمة إلى حد ما		مهمة		الاستجابة القضايا الاجتماعية
		%	ك	%	ك	%	ك	
مهمة	٢,٤٩	١٨,٤	٦٩	١٤,٦	٥٥	٦٧	٢٥٢	مبادرة كلنا واحد لتوفير السلع الغذائية للمواطنين
مهمة	٢,٣١	٢٤,٥	٩٢	٢٠,٢	٧٦	٥٥,٣	٢٠٨	تطبيق الحد الأدنى للأجور
مهمة	٢,١٣	٢٨,٢	١٠٦	٣٠,٣	١١٤	٤١,٥	١٥٦	إطلاق الدولة لمشروع تنمية الأسرة المصرية
مهمة إلى حد ما	٢,٠٥	٢٤,٧	٩٣	٤٥,٧	١٧٢	٢٩,٥	١١١	ارتفاع معدلات الطلاق
مهمة إلى حد ما	٢,٠٤	٢٦,٣	٩٩	٤٣,٤	١٦٣	٣٠,٣	١١٤	مكافحة الفساد
مهمة إلى حد ما	٢,٠٢	٢٧,٤	١٠٣	٤٣,٤	١٦٣	٢٩,٣	١١٠	البطالة
غير مهمة	١,٥٩	٥٥,٣	٢٠٨	٣٠,٦	١١٥	١٤,١	٥٣	إطلاق الدولة لمشروع حياة كريمة
ن=٣٧٦								

يتضح من بيانات الجدول السابق ما يلي:

أن عينة الدراسة من الشباب يرون أن "مبادرة كلنا واحد لتوفير السلع الغذائية للمواطنين" في مقدمة الموضوعات والقضايا الاجتماعية التي يهتمون بمتابعتها من خلال صحافة الفيديو، فقد جاءت بالترتيب الأول بمتوسط (٢,٤٩)، يليها في الأهمية بالترتيب الثاني "تطبيق الحد الأدنى للأجور" بمتوسط (٢,٣١)، بالترتيب الثالث "إطلاق الدولة لمشروع تنمية الأسرة المصرية" بمتوسط (٢,١٣).

تحرص مواقع الصحف الإلكترونية والقنوات الفضائية، وكذلك منصات التواصل الاجتماعي أن تقدم بين موضوعاتها مضامين تحريرية مدعمة بفيديوهات تتعلق ببعض هذه الأحداث، مما يدفع المتلقي للإهتمام بهذه الموضوعات وخاصة ما يتعلق منها بأسرته، مثل

مبادرة كلنا واحد، والتي انطلقت في إطار توجيهات رئيس الجمهورية لأجهزة الدولة باتخاذ كافة الإجراءات للتخفيف عن كاهل المواطنين بتوفير السلع الأساسية والغذائية بأسعار مناسبة، وذلك لتحقيق توازن بالسوق المحلي ومواجهة غلاء التجار^(٩٠).

بالإضافة إلى إطلاق الدولة لمشروع تنمية الأسرة المصرية والذي يعد الهدف الإستراتيجي العام لخطة تنمية الأسرة، لأنه الإرتقاء بجودة حياة المواطن والأسرة بشكل عام من خلال ضبط معدلات النمو المتسارعة، والإرتقاء بخصائص السكان^(٩١).

ومن القضايا المهمة إلى حد ما - من وجهة نظر الشباب- جاء بالترتيب الرابع "ارتفاع معدلات الطلاق" بمتوسط (٢,٠٥)، بالترتيب الخامس "مكافحة الفساد" بمتوسط (٢,٠٤)، أما "البطالة" فقد جاءت بالترتيب السادس بمتوسط (٢,٠٢).

أن المشكلات الاجتماعية عديدة ومتشعبة منها البطالة والطلاق...، ذلك أنها أمثلة من القضايا والأزمات الاجتماعية التي تؤثر بدورها على كافة الفئات وخاصة قطاع الشباب، بالتالي فإن صحافة الفيديو الإلكترونية تسهم في تكوين علاقة قوية بين الشباب والمجتمع، وتعمل على إدماجهم في المشاكل والقضايا المجتمعية^(٩٢)، وذلك من أجل الإحاطة بهذه المشكلات ومحاولة طرح الحلول للحفاظ على تماسك واستقرار المجتمع بأسره.

جاء بالترتيب السابع "إطلاق الدولة لمشروع حياة كريمة" بمتوسط بلغ (١,٥٩)، وهي من القضايا غير المهمة من وجهة نظر عينة الدراسة.

ب- القضايا الاقتصادية:

جدول (٢٥)

القضايا الاقتصادية المهمة المطروحة مؤخراً من خلال صحافة الفيديو الرقمية

الاستجابة	المتوسط الحسابي	غير مهمة		مهمة إلى حد ما		مهمة		الاستجابة القضايا الاقتصادية
		%	ك	%	ك	%	ك	
مهمة	٢,٤٤	٢٠,٥	٧٧	١٥,٤	٥٨	٦٤,١	٢٤١	ارتفاع أسعار الوقود والسلع الغذائية
مهمة	٢,٣٤	١٩,٧	٧٤	٢٧,١	١٠٢	٥٣,٢	٢٠٠	زيادة معدل التضخم في مصر والعالم
مهمة	٢,٢٢	٢٩	١٠٩	٢٠,٢	٧٦	٥٠,٨	١٩١	تدني مستوى المعيشة
مهمة إلى حد ما	٢,١٤	١٨,١	٦٨	٥٠,٣	١٨٩	٣١,٦	١١٩	القوانين الاقتصادية
مهمة إلى حد ما	٢,٠٨	٢٢,٩	٨٦	٤٦,٣	١٧٤	٣٠,٩	١١٦	مشروعات قومية

الاستجابة	المتوسط الحسابي	غير مهمة		مهمة إلى حد ما		مهمة		الاستجابة القضايا الاقتصادية
		%	ك	%	ك	%	ك	
مهمة إلى حد ما	٢,٠٠	٣٠,١	١١٣	٣٩,٦	١٤٩	٣٠,٣	١١٤	تعويم الجنيه المصري
غير مهمة	١,٨٤	٤٧,٦	١٧٩	٢١,٣	٨٠	٣١,١	١١٧	قروض صندوق النقد الدولي
غير مهمة	١,٧٨	٤٣,٤	١٦٣	٣٤,٨	١٣١	٢١,٨	٨٢	الإتفاقيات الاقتصادية
ن = ٣٧٦								

تشير بيانات الجدول السابق إلى ما يلي:

يرى الشباب – عينة الدراسة- أن قضية "ارتفاع أسعار الوقود والسلع الغذائية" في مقدمة القضايا الاقتصادية التي يهتمون بمتابعتها عبر صحافة الفيديو الرقمية، فقد جاءت بالترتيب الأول بمتوسط (٢,٤٤)، يليها في الأهمية بالترتيب الثاني "زيادة معدل التضخم في مصر والعالم" بمتوسط (٢,٣٤)، بالترتيب الثالث "تدني مستوى المعيشة" بمتوسط بلغ (٢,٢٢).

وبالنسبة للقضايا المهمة إلى حد ما من وجهة نظر الشباب؛ كانت "القوانين الاقتصادية" في الترتيب الرابع بمتوسط (٢,١٤)، بالترتيب الخامس جاءت "مشروعات قومية" بمتوسط (٢,٠٨)، أما "تعويم الجنيه المصري" فقد جاءت بالترتيب السادس بمتوسط (٢,٠٠).

بينما كانت الموضوعات غير المهمة هي "قروض صندوق النقد الدولي" في الترتيب السابع بمتوسط (١,٨٤)، وفي الترتيب الثامن والأخير كانت "الإتفاقيات الاقتصادية" بمتوسط (١,٧٨).

تستنتج الباحثة من هذه النتيجة أن بعض القضايا والأزمات الاقتصادية تتعلق بالمشكلات التي يعاني منها المواطن، منها ارتفاع أسعار الوقود والسلع الغذائية، زيادة معدل التضخم، تدني مستوى المعيشة مما تسبب في ارتفاع درجة أهمية هذه القضايا – بالنسبة للمبحوث- خاصة في إطار متابعتها لما تتطرق إليه صحافة الفيديو الرقمية، وبالرغم من ذلك فقد جاءت موضوعات انخفضت درجة أهميتها قليلاً – وفقاً لرأي مفردات العينة- مثل المشروعات القومية (مشروعات الطرق والكباري، تطوير قناة السويس، العاصمة الإدارية الجديدة، مشروع لتوفير المياه للمزارعين.....)، مما يدل على أنه بالرغم من وجود مشكلات اقتصادية إلا أنه توجد تطورات في المجتمع تعود بالفائدة على المواطن، وتعرض من خلال صحافة الفيديو.

ج- القضايا التعليمية:

جدول (٢٦)

القضايا التعليمية المهمة المطروحة مؤخراً من خلال صحافة الفيديو الرقمية

الاستجابة	المتوسط الحسابي	غير مهمة		مهمة إلى حد ما		مهمة		الاستجابة	القضايا التعليمية
		%	ك	%	ك	%	ك		
مهمة	٢,٤٦	٢٠,٥	٧٧	١٢,٨	٤٨	٦٦,٨	٢٥١	تطبيق مشروع التابلت	تبني الدولة لتطوير التعليم في المرحلة الابتدائية التعليم متعدد اللغات التعليم الهجين إصلاح التعليم
مهمة إلى حد ما	١,٩٧	٣٦,٢	١٣٦	٣١,١	١١٧	٣٢,٧	١٢٣		
مهمة إلى حد ما	١,٩٦	٣٣,٨	١٢٧	٣٦,٢	١٣٦	٣٠,١	١١٣		
مهمة إلى حد ما	١,٩٥	٣٠,٩	١١٦	٤٣,٤	١٦٣	٢٥,٨	٩٧		
غير مهمة	١,٥٦	٥٨	٢١٨	٢٧,٧	١٠٤	١٤,٤	٥٤		
ن=٣٧٦									

يتضح من بيانات الجدول السابق:

أن عينة الدراسة يرون أن "تطبيق مشروع التابلت" في مقدمة الموضوعات والقضايا التعليمية التي يهتمون بمتابعتها، حيث جاءت في الترتيب الأول بمتوسط (٢,٤٦).

يليهما في الترتيب الثاني "تبني الدولة لتطوير التعليم في المرحلة الابتدائية" بتوجه أنها مهمة إلى حد ما في ترتيب أولويات الشباب بمتوسط (١,٩٧)، وبفارق طفيف في الترتيب الثالث "التعليم متعدد اللغات" بمتوسط (١,٩٦)، بالترتيب الرابع "التعليم الهجين" بمتوسط بلغ (١,٩٥).

بالترتيب الخامس "إصلاح التعليم" باتجاه غير مهم من وجهة نظر الشباب بمتوسط (١,٥٦).

ظهر مما تقدم أنه تراوحت بعض القضايا التعليمية المقدمة من خلال صحافة الفيديو الرقمية ما بين مهمة ومهمة إلى حد ما أو غير مهمة – من وجهة نظر عينة الدراسة- منها تطبيق مشروع التابلت، التعليم متعدد اللغات، التعليم الهجين، إصلاح التعليم.

أن تطور الأمم والمجتمعات يقاس بمدى اهتمامها وتطويرها لنظامها التعليمي بما يتلاءم ومستجدات العصر ومتطلباته، لذا يجب السعي للتعرف على القضايا والمشكلات المعاصرة التي تواجه المنظومة التعليمية، خاصة أن التعليم لأي دولة ولأي مجتمع هو

عملية مصيرية يتوقف عليها بناء الأجيال القادمة^(٩٣) ، وفي ظل ذلك كان تطبيق مشروع التابلت من أهم الموضوعات التي اهتم بها غالبية المبحوثين من الشباب بنسبة (٦٦,٨%)، فقد يرون أن هذه الوسيلة تجذب انتباه الطلاب، وتعمل على تقديم محتوى معلوماتي مفيد وسهل.

د- القضايا السياسية:

جدول (٢٧)

القضايا السياسية المهمة المطروحة مؤخراً من خلال صحافة الفيديو الرقمية

الاستجابة	المتوسط الحسابي	غير مهمة		مهمة إلى حد ما		مهمة		الاستجابة القضايا السياسية
		%	ك	%	ك	%	ك	
مهمة	٢,٤١	٢٢,٣	٨٤	١٤,٦	٥٥	٦٣	٢٣٧	الحرب الروسية الأوكرانية
مهمة	٢,٣٢	٢١,٥	٨١	٢٥,٣	٩٥	٥٣,٢	٢٠٠	أداء الحكومة
مهمة	٢,٢٦	٢٢,١	٨٣	٢٩,٥	١١١	٤٨,٤	١٨٢	علاقات مصر الخارجية
مهمة إلى حد ما	٢,٠١	٢٧,١	١٠٢	٤٤,٩	١٦٩	٢٧,٩	١٠٥	الصراع الإسرائيلي الفلسطيني
مهمة إلى حد ما	١,٩٥	٢٧,٤	١٠٣	٥٠	١٨٨	٢٢,٦	٨٥	التهميش السياسي
غير مهمة	١,٨٨	٤٢,٣	١٥٩	٢٧,٧	١٠٤	٣٠,١	١١٣	أداء البرلمان
غير مهمة	١,٨١	٤٧,٩	١٨٠	٢٢,٩	٨٦	٢٩,٣	١١٠	مكافحة الإرهاب
غير مهمة	١,٦٩	٥١,١	١٩٢	٢٩,٣	١١٠	١٩,٧	٧٤	تطورات الوضع في سوريا
ن = ٣٧٦								

يتضح من بيانات الجدول السابق ما يلي:

أن الشباب – عينة الدراسة- يرون أن "الحرب الروسية الأوكرانية" في مقدمة القضايا السياسية التي يهتمون بمتابعتها عبر صحافة الفيديو الرقمية، جاءت في الترتيب الأول بمتوسط (٢,٤١)، قد يرجع تقدم هذه القضية في الأهمية لأنها ما زالت مستمرة بتطورات ووقائع جديدة، حيث تسببت في أزمة إنسانية واسعة النطاق، وحصيلة القتلى في ارتفاع

متواصل بسبب المعارك الضارية بين الجانبين، بالإضافة إلى هروب الملايين من أوكرانيا للدول الأوروبية.

يليهما في الأهمية بالترتيب الثاني "أداء الحكومة" بمتوسط (٢,٣٢)، حيث اهتمام الشباب بالاطلاع على القرارات المهمة والتصريحات، والزيارات الميدانية التي قام بها رئيس الحكومة، والاتفاقيات التي تم توقيعها... وبالترتيب الثالث "علاقات مصر الخارجية" بمتوسط بلغ (٢,٢٦).

ومن الموضوعات المهمة إلى حد ما من وجهة نظر مفردات العينة؛ بالترتيب الرابع جاءت قضية "الصراع الإسرائيلي الفلسطيني" بمتوسط (٢,٠١)، وبالترتيب الخامس "التهميش السياسي" بمتوسط (١,٩٥).

بينما كانت الموضوعات غير المهمة "أداء البرلمان" بالترتيب السادس (١,٨٨)، في الترتيب السابع "مكافحة الإرهاب" بمتوسط (١,٨١)، وفي الترتيب الثامن "تطورات الوضع في سوريا" بمتوسط (١,٦٩).

أن صحافة الفيديو الرقمية تعرض الأحداث الإخبارية المباشرة وقت حدوثها ثم يقبل على مشاهدتها المتلقي وفقاً لدرجة التركيز على موضوعات وقضايا معينة؛ مما ينعكس على درجة اهتمامه بالقضية، بالتالي فإن هذه الفيديوهات تستطيع مواكبة الأحداث بسهولة ويسر أكثر من أي وسيلة أخرى.

هـ- القضايا الصحية:

جدول (٢٨)

القضايا الصحية المهمة المطروحة مؤخراً من خلال صحافة الفيديو الرقمية

الاستجابة	المتوسط الحسابي	غير مهمة		مهمة إلى حد ما		مهمة		الاستجابة القضايا الصحية
		%	ك	%	ك	%	ك	
مهمة	٢,٦٠	٥,٦	٢١	٢٨,٧	١٠,٨	٦٥,٧	٢٤٧	مبادرة رئيس الجمهورية لدعم صحة المرأة المصرية
مهمة	٢,٥٢	٩,٦	٣٦	٢٨,٥	١٠,٧	٦٢	٢٣٣	تعامل الدولة مع أزمة جائحة كورونا
مهمة	٢,٣٣	٢٣,١	٨٧	٢٠,٥	٧٧	٥٦,٤	٢١٢	الخدمات الصحية المدرسية

الاستجابة	المتوسط الحسابي	غير مهمة		مهمة إلى حد ما		مهمة		الاستجابة القضايا الصحية
		%	ك	%	ك	%	ك	
مهمة إلى حد ما	١,٩٩	٣٧	١٣٩	٢٧,١	١٠٢	٣٥,٩	١٣٥	توفير الأدوات الطبية
غير مهمة	١,٦٩	٥٨,٨	٢٢١	١٣	٤٩	٢٨,٢	١٠٦	جودة الرعاية الصحية
ن = ٣٧٦								

تشير بيانات الجدول السابق إلى ما يلي:

ترى عينة الدراسة أن "مبادرة رئيس الجمهورية لدعم صحة المرأة المصرية" في مقدمة الموضوعات الصحية التي يهتمون بمتابعتها بواسطة صحافة الفيديو الرقمية، فقد جاءت في الترتيب الأول بمتوسط (٢,٦٠)، يليها في الأهمية بالترتيب الثاني "تعامل الدولة مع أزمة جائحة كورونا" بمتوسط (٢,٥٢)، بالترتيب الثالث "الخدمات الصحية المدرسية" بمتوسط (٢,٣٣).

بالترتيب الرابع "توفير الأدوات الطبية" باتجاه مهمة إلى حد ما - من وجهة نظر مفردات العينة - بمتوسط (١,٩٩)، وبالنسبة للموضوعات غير المهمة بالترتيب الخامس كانت "جودة الرعاية الصحية" بمتوسط (١,٦٩).

يتضح مما سبق حرص عينة الدراسة على متابعة الموضوعات والقضايا الصحية لما لها من أهمية كبيرة لارتباطها بأفراد الأسرة، ومنها مبادرة رئيس الجمهورية لدعم صحة المرأة المصرية خاصة أن هذه المبادرة تقدم خدمات الفحص والتوعية للسيدات، بداية من سن ١٨ عامًا، ذلك أن التشخيص والكشف المبكر عن الأورام السرطانية يسهم في تقليل العبء على المريض والدولة من خلال الاستجابة الفعالة لبروتوكولات العلاج التي توفرها المبادرة بالمجان، كما تشمل المبادرة الكشف عن الأمراض غير السارية (السكر، ضغط الدم، قياس الوزن والطول وتحديد مؤشر كتلة الجسم، ومستوى السمنة أو زيادة الوزن)، مع التوعية بالصحة الإنجابية وتنظيم الأسرة^(٩٤).

يضاف إلى ذلك اهتمام الشباب بمتابعة كل ما هو متعلق بجائحة كورونا وما تقدمه الدولة من إجراءات وقائية للحفاظ على صحة المواطن، ولاحتواء الفيروس والحد من انتشاره، مع توعية المواطنين بكيفية التعامل مع أعراض هذا المرض وطرق الوقاية منه.

و- القضايا البيئية:

جدول (٢٩)

القضايا البيئية المهمة المطروحة مؤخراً من خلال صحافة الفيديو الرقمية

الاستجابة	المتوسط الحسابي	غير مهمة		مهمة إلى حد ما		مهمة		القضايا البيئية
		%	ك	%	ك	%	ك	
مهمة	٢,٥١	١٦,٢	٦١	١٧	٦٤	٦٦,٨	٢٥١	التغيرات المناخية
مهمة	٢,٤٩	١٦,٥	٦٢	١٨,٤	٦٩	٦٥,٢	٢٤٥	قضايا الطاقة
مهمة	٢,٢٥	٢٨,٧	١٠٨	١٧,٦	٦٦	٥٣,٧	٢٠٢	ترشيد استخدام الموارد الطبيعية
مهمة	٢,١١	٢٧,٧	١٠٤	٣٣,٨	١٢٧	٣٨,٦	١٤٥	الاحتباس الحراري
غير مهمة	١,٨٠	٤٩,٥	١٨٦	٢٠,٧	٧٨	٢٩,٨	١١٢	استخدام الطاقة المتجددة
غير مهمة	١,٨٠	٤٩,٥	١٨٦	٢١,٥	٨١	٢٩	١٠٩	استنزاف الموارد
غير مهمة	١,٧١	٤٩,٧	١٨٧	٢٩,٥	١١١	٢٠,٧	٧٨	التلوث البيئي
غير مهمة	١,٦٥	٥٨,٢	٢١٩	١٨,٦	٧٠	٢٣,١	٨٧	استغلال المصادر
ن=٣٧٦								

تشير بيانات الجدول السابق إلى ما يلي:

يرى الشباب أن قضية "التغيرات المناخية" في مقدمة القضايا البيئية التي يهتمون بمتابعتها، فقد جاءت بالترتيب الأول بمتوسط (٢,٥١)، يليها بالترتيب الثاني "قضايا الطاقة" بمتوسط (٢,٤٩)، بالترتيب الثالث "ترشيد استخدام الموارد الطبيعية" بمتوسط بلغ (٢,٢٥)، أما بالترتيب الرابع فجاء "الاحتباس الحراري" بمتوسط (٢,١١).

جاء "استخدام الطاقة المتجددة، واستنزاف الموارد" بالترتيب الخامس باتجاه غير مهم - من وجهة نظر عينة الدراسة- بمتوسط (١,٨٠) لكليهما، أما قضية "التلوث البيئي" فقد جاءت بالترتيب السادس بمتوسط (١,٧١)، "استغلال المصادر" بالترتيب السابع بمتوسط (١,٦٥) من وجهة نظر الشباب "عينة الدراسة".

اتضح مما تقدم ارتفاع درجة أهمية بعض القضايا بالنسبة لمفردات العينة، مما يدل على متابعتهم لصحافة الفيديو وما تتناوله من قضايا وأزمات بيئية من ناحية، وقلق نسبة

كبيرة منهم جراء المخاطر الناتجة عن تأثيرات التغيرات المناخية في مصر من ناحية أخرى، خاصة أنها -مصر- من أكثر الدول المعرضة لذلك على الرغم من أنها أقل دول العالم إسهاماً في انبعاثات غازات الاحتباس الحراري عالمياً، يظهر ذلك في زيادة أو انخفاض درجة الحرارة عن معدلاتها الطبيعية، زيادة معدلات الأحداث المناخية المتطرفة؛ مثل العواصف الترابية، موجات الحرارة والسيول، تناقص هطول الأمطار، تدهور الإنتاج الزراعي وتأثر الأمن الغذائي، وتدهور الصحة العامة^(٩٥).

تشير نتيجة دراسة (عبد الحى، مصطفى، ٢٠٢٢) إلى اهتمام المواقع الصحفية: اليوم السابع، المصري اليوم، الشرق؛ بتغطية عدة قضايا منها قلة الموارد الطبيعية، الكوارث الطبيعية، التلوث، الاحتباس الحراري^(٩٦)، مما يترتب على أهمية بعض هذه القضايا بالنسبة للمبجوثين، وهذا يتفق مع نتيجة الدراسة الحالية.

ز- القضايا الأمنية:

جدول (٣٠)

القضايا الأمنية المهمة المطروحة مؤخراً من خلال صحافة الفيديو الرقمية

الاستجابة	المتوسط الحسابى	غير مهمة		مهمة إلى حد ما		مهمة		الاستجابة
		%	ك	%	ك	%	ك	
مهمة	٢,٢٧	٢٤,٧	٩٣	٢٣,١	٨٧	٥٢,١	١٩٦	الحفاظ على الأمن القومي
مهمة	٢,٢٣	٢٠,٧	٧٨	٣٨,٣	١٤٤	٤١	١٥٤	قضية الأمن المائي "سد النهضة"
مهمة	٢,٢٠	٢٥,٥	٩٦	٢٨,٧	١٠٨	٤٥,٧	١٧٢	قضية حلايب وشلاتين
مهمة إلى حد ما	٢,١٩	١٦,٥	٦٢	٤٨,٤	١٨٢	٣٥,١	١٣٢	السيطرة على الحدود الليبية
٣٧٦ = ن								

يتضح من بيانات الجدول السابق ما يلى:

أن الشباب - عينة الدراسة - يرون أن "الحفاظ على الأمن القومي" في مقدمة موضوعات القضايا الأمنية التي يهتمون بها، فقد جاءت بالترتيب الأول بمتوسط (٢,٢٧)، يليها في الأهمية بالترتيب الثاني "قضية الأمن المائي- سد النهضة" بمتوسط (٢,٢٣)، بالترتيب الثالث "قضية حلايب وشلاتين" بمتوسط بلغ (٢,٢٠).

في حين كانت "السيطرة على الحدود الليبية" بالترتيب الرابع وأنها مهمة إلى حد ما من وجهة نظر الشباب بمتوسط (٢,١٩).

ارتفعت نسبة القضايا المهمة التي تمس المواطن، فقد اتسع مفهوم الأمن القومي في ضوء ما يشهده الواقع الدولي المعاصر من تطورات، فلم يعد مقتصرًا على الجانب العسكري وإنما امتد ليشمل الجوانب الاقتصادية والسياسية والثقافية، أو بالأحرى كل ما هو من شأنه التأثير على قوة الدولة بمعناها الواسع، وبالتالي تأتي أهمية الأمن المائي كأحد المرتكزات الأساسية والهامة للحفاظ على الأمن القومي للدول، لما له من أبعاد إستراتيجية وسياسية وأمنية وقانونية مهمة تؤثر تأثيرًا كبيرًا على قوة الدولة، كما أن نقص الموارد المائية مع الزيادة السكانية والحاجة الملحة للمياه - في إحداث التنمية - يؤدي إلى الصراع على المياه، وفي بعض الأحيان للحروب، مما يهدد الأمن القومي للدول^(٩٧)، ولهذا يهتم المتلقي بمتابعة الأحداث المتعلقة بالأمن القومي والأمن المائي، هذا بالإضافة لقضية النزاع المصري السوداني حول حلايب وشلاتين بالرغم من قدمها.

من كل ما سبق يتضح أن تأثير مضامين الفيديوها ت الصحفية يشترط فيه توافر مجموعة من العوامل هي أن تكون المعلومات المقدمة في تلك الفيديوها ت معلومات تفصيلية تعمل على توضيح جميع جوانب الموضوع، كما يجب أن تكون من مصدر معلوم الثقة، وأن تكون هذه المعلومات قيمة يمكن الوثوق فيها^(٩٨)، ومن ثم يتأثر المتلقي بمضمونها ويدرك أهمية ما يشاهده من وقائع وأحداث وفقًا لدرجة التركيز على هذه القضايا.

١٦- اتجاه معالجة القضايا بصحافة الفيديو الرقمية من وجهة نظر الشباب (عينة الدراسة)

جدول (٣١)

اتجاه معالجة القضايا بصحافة الفيديو الرقمية من وجهة نظر الشباب (وفقًا للنوع)

الإجمالي		إناث		ذكور		النوع
%	ك	%	ك	%	ك	
٣٩,٩	١٥٠	٤٠,٦	٧٨	٣٩,١	٧٢	يسير بشكل إيجابي
٣٨,٨	١٤٦	٣٩,١	٧٥	٣٨,٦	٧١	يتم عرض الفيديوها ت بشكل محايد موضوعي
٢١,٣	٨٠	٢٠,٣	٣٩	٢٢,٣	٤١	تعرض الفيديوها ت بشكل سلبي
١٠٠	٣٧٦	١٠٠	١٩٢	١٠٠	١٨٤	الإجمالي

قيمة كا^٢ = ٠,٢٢٩ درجة الحرية = ٢ معامل التوافق = ٠,٠٢٥
مستوى الدلالة = غير دالة

تشير بيانات الجدول السابق إلى ما يلي:

بحساب قيمة كا^٢ عند درجة حرية = ٢، وجد أنها = ٠,٢٢٩ وهي قيمة غير دالة إحصائيًا عند أي مستوى دلالة، وقد بلغت قيمة معامل التوافق ٠,٠٢٥ تقريبًا؛ مما يدل على

عدم وجود علاقة دالة إحصائيًا بين النوع (الذكور- الإناث) وبين وجهة نظر الشباب تجاه معالجة القضايا في صحافة الفيديو الرقمية المقدمة عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

تشير النتائج التفصيلية إلى أن نسبة من يرون أن اتجاه معالجة صحافة الفيديو الرقمية "يسير بشكل إيجابي" من إجمالي مفردات العينة بلغت (٣٩,٩%)، بينما بلغت نسبة من يرون أن اتجاه معالجتها "يتم عرض الفيديوهات بشكل محايد موضوعي" (٣٨,٨%)، أما نسبة من يرون أن اتجاه معالجتها "تعرض الفيديوهات بشكل سلبي" هي (٢١,٣%).

يمكن تفسير ذلك بأن صحافة الفيديو تتميز بالوضوح ونقل الأحداث لحظة وقوعها مما انعكس على المعالجة بالإيجابية وفقًا لرأي المبحوثين؛ حيث بلغت النسبة (٣٩,٩%)، إلا أنه اختلفت النتيجة عن نتيجة دراسة (محمد، هالة بسيوني، ٢٠٢٢) التي توصلت إلى أن نسبة من يرون أن اتجاه معالجة القضايا في صحافة الفيديو محايد وموضوعي بلغت (٥٠,١٥%)، في حين بلغت نسبة اتجاه المعالجة الإيجابية (٤٣,٠٧%)، اتجاه المعالجة السلبية (٦,٧٨%)^(٩٩).

١٧- دور صحافة الفيديو الرقمية في ترتيب أولويات القضايا بالنسبة للشباب من وجهة نظرهم

جدول (٣٢)

دور صحافة الفيديو الرقمية في ترتيب أولويات القضايا بالنسبة للشباب (وفقًا للنوع)

الإجمالي		إناث		ذكور		النوع	وجهة النظر
%	ك	%	ك	%	ك		
٤٣,٩	١٦٥	٥٢,١	١٠٠	٣٥,٣	٦٥	ساعدتني إلى حد ما في ترتيب القضايا المطروحة بالنسبة لي	
٢٨,٤	١٠٧	٢١,٩	٤٢	٣٥,٣	٦٥	لم تغير في ترتيب القضايا المطروحة بالنسبة لي	
٢٧,٧	١٠٤	٢٦	٥٠	٢٩,٤	٥٤	ساعدتني بدرجة كبيرة في ترتيب القضايا المطروحة بالنسبة لي	
١٠٠	٣٧٦	١٠٠	١٩٢	١٠٠	١٨٤	الإجمالي	
قيمة كا ^٢ = ١٢,٣٥٧ درجة الحرية = ٢ معامل التوافق = ٠,١٧٨ مستوى الدلالة = دالة عند ٠,٠١							

تشير بيانات الجدول السابق إلى ما يلي:

بحساب قيمة كا^٢ عند درجة حرية = ٢، وجد أنها = ١٢,٣٥٧ وهي قيمة دالة إحصائيًا عند مستوى دلالة = ٠,٠١، وقد بلغت قيمة معامل التوافق ٠,١٧٨ تقريبًا؛ مما يوضح وجود

علاقة دالة إحصائيًا بين النوع (الذكور- الإناث) وبين وجهة نظر عينة الدراسة في دور صحافة الفيديو الرقمية في ترتيب أولويات القضايا بالنسبة لهم.

تشير النتائج التفصيلية إلى أن نسبة الشباب الذين يرون أنها "ساعدتني إلى حد ما في ترتيب القضايا المطروحة بالنسبة لي" بلغت (٤٣,٩%)، أما نسبة من يرون أنها "لم تغير في ترتيب القضايا المطروحة بالنسبة لي" (٢٨,٤%)، "ساعدتني بدرجة كبيرة في ترتيب القضايا المطروحة بالنسبة لي" بلغت (٢٧,٧%).

يتضح مما سبق أنه بالرغم من رأي بعض مفردات العينة أن صحافة الفيديو الرقمية لم تغير في ترتيب القضايا المطروحة بنسبة (٢٨,٤%)، إلا أن معظم العينة ترى أن هذه الوسيلة تساعدهم إما إلى حد ما أو بدرجة كبيرة في ترتيب الأولويات بالنسبة لهم، مما يدل على تميز صحافة الفيديو في تقديم المعلومات بالصوت والصورة، وأنها وسيلة لإلام الجمهور بأحدث وأهم الأخبار عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

١٨- اتجاهات الشباب (عينة الدراسة) نحو صحافة الفيديو الرقمية المقدمة عبر مواقع التواصل الاجتماعي

جدول (٣٣)

اتجاهات الشباب نحو صحافة الفيديو الرقمية المقدمة عبر مواقع التواصل الاجتماعي

الاستجابة	المتوسط الحسابي	معارض		محايد		موافق		الاستجابة العبارة
		%	ك	%	ك	%	ك	
موافق	٢,٣١	١٣,٨	٥٢	٤٢	١٥٨	٤٤,١	١٦٦	تتميز بالتمعق في شرح وتفسير القضايا
موافق	٢,٣٠	١٤,٩	٥٦	٣٩,٩	١٥٠	٤٥,٢	١٧٠	أكثر واقعية ومصداقية في نقل الوقائع والأحداث
محايد	٢,٢٣	١٤,٤	٥٤	٤٨,٤	١٨٢	٣٧,٢	١٤٠	تتسم بالحرية والبعد عن قيود الرقابة
محايد	٢,٢٢	١٣,٨	٥٢	٥٠	١٨٨	٣٦,٢	١٣٦	صحافة الفيديو تتأثر بأهداف منتجها ومروجها
محايد	٢,٠٦	٣٤,٦	١٣٠	٢٥,٣	٩٥	٤٠,٢	١٥١	تتسم صحافة الفيديو بالحياد والدقة والوضوح في عرض القضايا
محايد	٢,٠٥	٣٠,٦	١١٥	٣٤,٣	١٢٩	٣٥,١	١٣٢	يمكن الوثوق فيما تقدمه من أحداث وقضايا

الاستجابة	المتوسط الحسابي	معارض		محايد		موافق		الاستجابة العبارة
		%	ك	%	ك	%	ك	
معارض	١,٩٠	٣٩,٤	١٤٨	٣١,٤	١١٨	٢٩,٣	١١٠	صحافة الفيديو لا تتبنى وجهة نظر رسمية غالباً
معارض	١,٨٣	٣٦,٢	١٣٦	٤٤,٧	١٦٨	١٩,١	٧٢	تقدم معلومات ناقصة وصور مضللة
معارض	١,٧٧	٤٦	١٧٣	٣٠,٦	١١٥	٢٣,٤	٨٨	لا تعكس الحقيقة والصورة الكاملة
ن=٣٧٦								

يتضح من بيانات الجدول السابق ما يلي:

وافق الشباب على أن صحافة الفيديو الرقمية "تتميز بالتعمق في شرح وتفسير القضايا" بمتوسط (٢,٣١)، يليها من وجهة نظرهم أنها "أكثر واقعية ومصداقية في نقل الوقائع والأحداث" بمتوسط (٢,٣٠)، وقد يرجع ذلك لما تتميز به مقاطع الفيديو من تقديم معلومات عن مختلف الموضوعات والقضايا؛ مما يعمل على توضيح جوانب هذه القضايا، بالإضافة إلى اتسامها بالمصداقية.

وجاءت وجهة نظرهم المحايدة في أنها "تنتم بالحري والبعد عن قيود الرقابة" بمتوسط بلغ (٢,٢٣)، "صحافة الفيديو تتأثر بأهداف منتجها ومروجها" بمتوسط (٢,٢٢)، "تنتم صحافة الفيديو بالحياد والدقة والوضوح في عرض القضايا" بمتوسط (٢,٠٦)، ويفارق بسيط أشارت وجهة نظرهم إلى أنه "يمكن الوثوق فيما تقدمه من أحداث وقضايا" بمتوسط (٢,٠٥).

بالتالي يجب أن يتسم الصحفي بالحيادية وأخلاقيات العمل الصحفي؛ لأن صحافة الفيديو جزء أساسي من الصحافة التي تتطلب الحرص على الإلتزام بأخلاقيات المهنة^(١٠٠)، نظراً لتأثيرها المباشر على المتلقي.

بينما جاءت معارضتهم في أن "صحافة الفيديو لا تتبنى وجهة نظر رسمية غالباً" بمتوسط (١,٩٠)، "تقدم معلومات ناقصة وصور مضللة" بمتوسط (١,٨٣)، "لا تعكس الحقيقة والصورة الكاملة" بمتوسط بلغ (١,٧٧) من وجهة نظر الشباب الذين يتابعون صحافة الفيديو الرقمية عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

يتضح بالتالي معارضة بعض مفردات العينة على أن صحافة الفيديو تقدم معلومات ناقصة وصور مضللة، وأنها لا تعكس الحقيقة والصورة الكاملة، مما يدل على وجود نسبة كبيرة من مفردات العينة يثقون في أن صحافة الفيديو تنتم بقدرتها على نقل الأحداث

والقضايا بدقة ووضوح وموضوعية، خاصة أن معظم الشباب على الرغم من ثقتهم في أن مقاطع الفيديو أكثر صدقًا من الخبر المكتوب، إلا أن التطورات التكنولوجية أوجدت برامج يمكنها التلاعب بمقاطع الفيديو وتغيير مضمونها حتى تصبح كالحقيقية^(١٠).

ب- اختبار صحة فروض الدراسة:

بعد عرض ما أسفرت عنه الإجابة على التساؤلات من نتائج في الجزء السابق، يتم التحقق من صحة فروض الدراسة في الجزء القادم، وذلك في ضوء أهداف الدراسة وفروضها:

- الفرض الأول: توجد علاقة ارتباطية طردية دالة إحصائيًا بين كثافة تعرض الشباب (عينة الدراسة) لصحافة الفيديو الرقمية بمواقع التواصل الاجتماعي، وترتيب أولوياتهم للقضايا

جدول (٣٤)

معامل ارتباط سبيرمان بين كثافة تعرض الشباب لصحافة الفيديو الرقمية

بمواقع التواصل الاجتماعي وترتيب أولوياتهم للقضايا

كثافة تعرض لصحافة الفيديو الرقمية			المتغير القضايا
الدالة	قيمة سبيرمان	العدد	
دالة عند ٠,٠١	٠,٢٠٤	٣٧٦	الاجتماعية
دالة عند ٠,٠١	٠,٢٦٣		الاقتصادية
دالة عند ٠,٠١	٠,٢٣٣		التعليمية
دالة عند ٠,٠١	٠,٣٠٥		السياسية
دالة عند ٠,٠١	٠,٤٣١		الصحية
دالة عند ٠,٠١	٠,٣٠٦		البيئية
دالة عند ٠,٠١	٠,٢١١		الأمنية
دالة عند ٠,٠١	٠,٤٠٠		القضايا ككل

تشير نتائج الجدول السابق إلى ما يلي:

باستخدام معامل ارتباط سبيرمان اتضح وجود علاقة ارتباطية موجبة طردية ودالة إحصائيًا بين كثافة تعرض الشباب "عينة الدراسة" لصحافة الفيديو الرقمية بمواقع التواصل الاجتماعي، وترتيب أولوياتهم للقضايا المعروضة من خلالها (الاجتماعية، الاقتصادية، التعليمية، السياسية، الصحية، البيئية، الأمنية)، حيث بلغت قيمة معامل الارتباط (٠,٢٠٤ - ٠,٢٦٣ - ٠,٢٣٣ - ٠,٣٠٥ - ٠,٤٣١ - ٠,٣٠٦ - ٠,٢١١) على التوالي، وجميعها قيم دالة

إحصائياً عند مستوى دلالة = (٠,٠١)، وبالتالي فقد ثبت صحة الفرض الذي ينص على أنه: توجد علاقة ارتباطية طردية دالة إحصائياً بين كثافة تعرض الشباب لصحافة الفيديو الرقمية بمواقع التواصل الاجتماعي وترتيب أولوياتهم للقضايا.

يتضح مما سبق وجود علاقة وثيقة بين تعرض الشباب لمحتوى صحافة الفيديو الرقمية وما تناوله من مختلف القضايا بواسطة مواقع ومنصات التواصل الاجتماعي، وترتيب أولوياتهم للقضايا التي يحرصون على متابعتها والاهتمام بها، وتتفق هذه النتيجة مع نتيجة دراسة (Lowenstein-Barkai, H. & Lev-on, A., 2021) حيث توصل إلى وجود علاقة موجبة بين استخدام المراهقين والشباب لصحافة الفيديو عبر الإعلام الجديد وترتيب أولويات القضايا لديهم^(١٠٢).

- **الفرض الثاني:** توجد علاقة ارتباطية طردية دالة إحصائياً بين كثافة تعرض الشباب (عينة الدراسة) لصحافة الفيديو الرقمية بمواقع التواصل الاجتماعي، واتجاهاتهم نحوها

جدول (٣٥)

معامل ارتباط سبيرمان بين كثافة تعرض الشباب لصحافة الفيديو الرقمية

بمواقع التواصل الاجتماعي واتجاهاتهم نحوها

كثافة تعرض الشباب لصحافة الفيديو الرقمية				المتغير
مستوى الدلالة	القوة	الاتجاه	معامل الارتباط	
٠,٠١	قوي	طردي	٠,٣٠٧	اتجاهاتهم نحو صحافة الفيديو الرقمية

يتضح من الجدول السابق ما يلي:

وجود علاقة طردية قوية بين كثافة تعرض الشباب "عينة الدراسة" لصحافة الفيديو الرقمية بمواقع التواصل الاجتماعي واتجاهاتهم نحوها، حيث بلغ معامل الارتباط (٠,٣٠٧) وهي دالة عند مستوى دلالة = (٠,٠١)، مما يؤكد صحة الفرض بأنه: توجد علاقة ارتباطية طردية دالة إحصائياً بين كثافة تعرض الشباب لصحافة الفيديو الرقمية بمواقع التواصل الاجتماعي، واتجاهاتهم نحوها.

يعني ذلك أنه كلما زاد معدل تعرض قطاع الشباب لصحافة الفيديو كلما ازدادت درجة التأثير على اتجاهاتهم نحو هذه الوسيلة وما تقدمه من مضامين مختلفة، ومن ثم فإنه تتقارب هذه النتيجة مع نتيجة دراسة (عطية، أحمد إبراهيم، ٢٠٢١) والذي توصل إلى وجود علاقة ارتباطية بين كثافة التعرض لمقاطع الفيديو التي تتناول أزمة كورونا على شبكة الإنترنت، واتجاهات الجمهور نحو تلك الأزمة^(١٠٣).

- **الفرض الثالث:** توجد علاقة ارتباطية طردية دالة إحصائياً بين اتجاهات الشباب (عينة الدراسة) نحو صحافة الفيديو الرقمية بمواقع التواصل الاجتماعي، وأشكال التفاعلية التي يقومون بها

جدول (٣٦)

معامل ارتباط سبيرمان بين اتجاهات الشباب نحو صحافة الفيديو الرقمية

بمواقع التواصل الاجتماعي وأشكال التفاعلية التي يقومون بها

اشكال التفاعلية التي يقوم بها الشباب				المتغير
مستوى الدلالة	القوة	الاتجاه	معامل الارتباط	
٠,٠١	قوي	طردي	٠,٢٧٨	اتجاهاتهم نحو صحافة الفيديو الرقمية

تشير بيانات الجدول السابق إلى ما يلي:

وجود علاقة طردية قوية بين اتجاهات الشباب نحو صحافة الفيديو الرقمية بمواقع التواصل الاجتماعي وأشكال تفاعلهم على ما تقدمه هذه الوسيلة من موضوعات وقضايا، حيث بلغ معامل الارتباط (٠,٢٧٨) وهي دالة عند مستوى دلالة = (٠,٠١)، مما يبين صحة الفرض بأنه: توجد علاقة ارتباطية طردية دالة إحصائياً بين اتجاهات الشباب نحو صحافة الفيديو الرقمية بمواقع التواصل الاجتماعي وأشكال التفاعلية التي يقومون بها، بمعنى أنه كلما زادت إيجابية اتجاهات المبحوثين نحو صحافة الفيديو تزداد بالتالي درجة التفاعل مع القضايا بواسطة صحافة الفيديو.

- **الفرض الرابع:** توجد فروق معنوية ذات دلالة إحصائية بين ترتيب أولويات الشباب (عينة الدراسة) نحو القضايا التي تقدمها صحافة الفيديو الرقمية بمواقع التواصل الاجتماعي نتيجة اختلاف المتغيرات الديموجرافية (النوع- المرحلة العمرية- المستوى التعليمي- المستوى الاقتصادي- الإقامة)، وينقسم هذا الفرض إلى عدة فروض فرعية

هي:

أ- توجد فروق معنوية ذات دلالة إحصائية بين ترتيب أولويات الشباب (عينة الدراسة) نحو القضايا التي تقدمها صحافة الفيديو الرقمية بمواقع التواصل الاجتماعي نتيجة اختلاف النوع (ذكور- إناث).

جدول (٣٧)

نتائج اختبار (ت) T-test لدلالة الفروق بين متوسطات درجات الذكور ومتوسطات درجات الإناث في ترتيب أولوياتهم للقضايا التي تقدمها صحافة الفيديو الرقمية عبر مواقع التواصل الاجتماعي

القضايا	النوع	العدد	المتوسط	الانحراف المعياري	قيمة ت	درجة الحرية	الدلالة
الاجتماعية	ذكور	١٨٤	٢,١٢	٠,٥٣٠	٠,٩٠٥	٣٧٤	غير دالة
	إناث	١٩٢	٢,٠٧	٠,٥٧٩			
الاقتصادية	ذكور	١٨٤	٢,١٤	٠,٣٧٩	١,١٠٧	٣٧٤	غير دالة
	إناث	١٩٢	٢,١٠	٠,٣٦٣			
التعليمية	ذكور	١٨٤	١,٧٩	٠,٦٣٧	١,٢٦٠	٣٧٤	غير دالة
	إناث	١٩٢	١,٨٨	٠,٦٩٥			
السياسية	ذكور	١٨٤	١,٩٥	٠,٢١٦	١,٢٩٧	٣٧٤	غير دالة
	إناث	١٩٢	١,٩٨	٠,٢٠٤			
الصحية	ذكور	١٨٤	٢,١٣	٠,٦٢٢	١,١٣٨	٣٧٤	غير دالة
	إناث	١٩٢	٢,٢١	٠,٧٠٠			
البيئية	ذكور	١٨٤	١,٦٦	٠,٤٧٦	١,٩٩٦	٣٧٤	غير دالة
	إناث	١٩٢	١,٥٦	٠,٤٩٨			
الأمنية	ذكور	١٨٤	٢,٢٣	٠,٥٦٦	٠,٢٤٨	٣٧٤	غير دالة
	إناث	١٩٢	٢,٢٤	٠,٦٣٧			
القضايا ككل	ذكور	١٨٤	٢,٠٨	٠,٣٥٤	٠,٣٣٥	٣٧٤	غير دالة
	إناث	١٩٢	٢,٠٩	٠,٣٦٥			

تشير بيانات الجدول السابق إلى ما يلي:

أظهرت نتائج اختبار "ت" عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات الذكور ومتوسطات درجات الإناث في أهمية القضايا (الاجتماعية، الاقتصادية، التعليمية، السياسية، الصحية، البيئية، الأمنية) المعروضة بصحافة الفيديو الرقمية التي تقدمها مواقع التواصل الاجتماعي، حيث بلغت قيمة "ت" (٠,٩٠٥ - ١,١٠٧ - ١,٢٦٠ - ١,٢٩٧ - ١,٣٨ - ١,٩٩٦ - ١,٢٤٨) على التوالي، وجميعها قيم غير دالة إحصائيًا عند أي مستوى دلالة.

اتضح عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات الذكور ومتوسطات درجات الإناث في ترتيب أولوياتهم نحو القضايا التي تعرضها صحافة الفيديو الرقمية، حيث بلغت قيمة "ت" (٠,٣٣٥) وهي قيمة غير دالة إحصائياً، وبالتالي فقد ثبت عدم صحة الفرض الفرعي الذي ينص على أنه: توجد فروق معنوية ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات الذكور ومتوسطات درجات الإناث في ترتيب أولوياتهم للقضايا التي تقدمها صحافة الفيديو الرقمية بمواقع التواصل الاجتماعي.

بالتالي يظهر أن الذكور والإناث يتعرضون لمختلف القضايا من خلال هذا النوع من الصحافة عبر مواقع التواصل الاجتماعي، وأن النوع متغير غير مؤثر على ترتيب أولويات القضايا، كما يرجع إلى طبيعة اهتمامات الفرد - سواء ذكر أو أنثى- بمختلف المضامين وخاصة المعروضة من خلال صحافة الفيديو.

وتتفق هذه النتيجة مع نتيجة دراسة (محمد، هالة بسيوني، ٢٠٢٢) حيث توصلت إلى أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس متابعة قضايا وأحداث المجتمع عبر صحافة الفيديو وفقاً للنوع (ذكور - إناث)^(١٠٤).

ب- توجد فروق معنوية ذات دلالة إحصائية بين ترتيب أولويات الشباب (عينة الدراسة) نحو القضايا التي تقدمها صحافة الفيديو الرقمية بمواقع التواصل الاجتماعي نتيجة اختلاف المرحلة العمرية (١٨- ٢٣ عاماً، ٢٤- ٢٩ عاماً، ٣٠- ٣٥ عاماً، ٣٦- ٤٠ عاماً).

جدول (٣٨)

تحليل التباين أحادي الاتجاه بين متوسطات درجات المبحوثين في ترتيب أولوياتهم نحو القضايا التي تقدمها صحافة الفيديو الرقمية بمواقع التواصل الاجتماعي نتيجة اختلاف المرحلة العمرية

القضايا	مصدر التباين	مجموعات المربعات	درجة الحرية	متوسط مجموع المربعات	قيمة ف	الدلالة
الاجتماعية	بين المجموعات	٠,٥٥٣	٣	٠,١٨٤	٠,٥٩٦	غير دالة
	داخل المجموعات	١١٥,١٨٩	٣٧٤	٠,٣١٠		
	المجموع	١١٥,٧٤٢	٣٧٥	-		
الاقتصادية	بين المجموعات	٠,٣٦٠	٣	٠,١٢٠	٠,٨٧١	غير دالة
	داخل المجموعات	٥١,٢٥٤	٣٧٤	٠,١٣٨		
	المجموع	٥١,٦١٤	٣٧٥	-		

القضايا	مصدر التباين	مجموعات المربعات	درجة الحرية	متوسط مجموع المربعات	قيمة ف	الدالة
التعليمية	بين المجموعات	٢,٦٠٩	٣	٠,٨٧٠	١,٩٦٧	غير دالة
	داخل المجموعات	١٦٤,٤٩٥	٣٧٤	٠,٤٤٢		
	المجموع	١٦٧,١٠٤	٣٧٥	-		
السياسية	بين المجموعات	٠,٢٢٧	٣	٠,٠٧٦	١,٧٢١	غير دالة
	داخل المجموعات	١٦,٣٢٤	٣٧٤	٠,٠٤٤		
	المجموع	١٦,٥٥١	٣٧٥	-		
الصحية	بين المجموعات	١,٣٤٨	٣	٠,٤٤٩	١,٠٢١	غير دالة
	داخل المجموعات	١٦٣,٧٥٩	٣٧٤	٠,٤٤٠		
	المجموع	١٦٥,١٠٦	٣٧٥	-		
البيئية	بين المجموعات	٠,٦٠٥	٣	٠,٢٠٢	٠,٨٤١	غير دالة
	داخل المجموعات	٨٩,١٤٠	٣٧٤	٠,٢٤٠		
	المجموع	٨٩,٧٤٥	٣٧٥	-		
الأمنية	بين المجموعات	٠,١١٨	٣	٠,٠٣٩	٠,٠٩٤	غير دالة
	داخل المجموعات	١٥٥,٨١٥	٣٧٤	٠,٤١٩		
	المجموع	١٥٥,٩٣٤	٣٧٥	-		
القضايا ككل	بين المجموعات	٠,٣٤٤	٣	٠,١١٥	٠,٨٨٦	غير دالة
	داخل المجموعات	٤٨,١٠١	٣٧٤	٠,١٢٩		
	المجموع	٤٨,٤٤٤	٣٧٥	-		

يتضح من بيانات الجدول السابق ما يلي:

عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين مجموعات الشباب الذين يمثلون المراحل العمرية المختلفة (من ١٨- ٢٣ عامًا، من ٢٤- ٢٩ عامًا، من ٣٠- ٣٥ عامًا، من ٣٦- ٤٠ عامًا)، وذلك في ترتيب أولوياتهم لأهم القضايا (الاجتماعية، الاقتصادية، التعليمية، السياسية، الصحية، البيئية، الأمنية) التي يتابعونها بصحافة الفيديو الرقمية من خلال مواقع التواصل الاجتماعي، حيث بلغت قيمة ف (٠,٥٩٦ - ٠,٨٧١ - ١,٩٦٧ - ١,٧٢١ - ١,٠٢١ - ٠,٨٤١ - ٠,٠٩٤) على الترتيب، وجميعها قيم غير دالة عند أي مستوى دلالة.

ظهر عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين مجموعات الشباب الذين يمثلون المراحل العمرية (من ١٨- ٢٣ عامًا، من ٢٤- ٢٩ عامًا، من ٣٠- ٣٥ عامًا، من ٣٦- ٤٠

عاماً)، وذلك في ترتيب أولوياتهم للقضايا التي تقدمها صحافة الفيديو، حيث بلغت قيمة ف (٠,٨٨٦) وهذه القيمة غير دالة عند أي مستوى دلالة، وبالتالي فقد ثبت عدم صحة الفرض الفرعي الذي ينص على أنه: توجد فروق معنوية ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات الشباب في ترتيب أولوياتهم نحو القضايا التي تقدمها صحافة الفيديو الرقمية بمواقع التواصل الاجتماعي نتيجة اختلاف المرحلة العمرية.

تبين بالتالي أن الشباب من سن ١٨ إلى ٤٠ عاماً يتساوون في تعرضهم لمختلف القضايا من خلال صحافة الفيديو الرقمية بمواقع التواصل الاجتماعي، وأن السن متغير غير مؤثر على ترتيب أولوياتهم للقضايا.

تختلف هذه النتيجة عن نتيجة دراسة (محمد، هالة بسيوني، ٢٠٢٢) حيث توصلت إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس متابعة قضايا وأحداث المجتمع عبر صحافة الفيديو وفقاً للسن (أقل من ٣٠، من ٣٠ إلى أقل من ٤٥، من ٤٥ فأكثر) (١٠٥).

ج- توجد فروق معنوية ذات دلالة إحصائية بين ترتيب أولويات الشباب (عينة الدراسة) نحو القضايا التي تقدمها صحافة الفيديو الرقمية بمواقع التواصل الاجتماعي نتيجة اختلاف المستوى التعليمي (متوسط- جامعي- دراسات عليا).

جدول (٣٩)

تحليل التباين أحادي الاتجاه بين متوسطات درجات الشباب في ترتيب أولوياتهم نحو القضايا التي تقدمها صحافة الفيديو الرقمية بمواقع التواصل الاجتماعي نتيجة اختلاف المستوى التعليمي

القضايا	مصدر التباين	مجموعات المربعات	درجة الحرية	متوسط مجموع المربعات	قيمة ف	الدلالة
الاجتماعية	بين المجموعات	٢,٣٤٩	٢	١,١٧٤	٣,٤١١	٠,٠٥
	داخل المجموعات	١٢٨,٤١٤	٣٧٣	٠,٣٤٤		
	المجموع	١٣٠,٧٦٣	٣٧٥	-		
الاقتصادية	بين المجموعات	٢,٧٣٨	٢	١,٣٦٩	٧,٢٧٦	٠,٠١
	داخل المجموعات	٧٠,١٨٧	٣٧٣	٠,١٨٨		
	المجموع	٧٢,٩٢٦	٣٧٥	-		

القضايا	مصدر التباين	مجموعات المربعات	درجة الحرية	متوسط مجموع المربعات	قيمة ف	الدالة
التعليمية	بين المجموعات	٤,٠٩٦	٢	٢,٠٤٨	٤,٦٦٤	دالة ٠,٠١
	داخل المجموعات	١٦٣,٧٧٦	٣٧٣	٠,٤٣٩		
	المجموع	١٦٧,٨٧٢	٣٧٥	-		
السياسية	بين المجموعات	٣,٣٤٠.١	٢	١,٧٠٠	١٨,٥٣٧	دالة ٠,٠١
	داخل المجموعات	٣٤,٢١٦	٣٧٣	٠,٠٩٢		
	المجموع	٣٧,٦١٧	٣٧٥	-		
الصحية	بين المجموعات	٧,٩٢٧	٢	٣,٩٦٣	٩,٤٠٥	دالة ٠,٠١
	داخل المجموعات	١٥٧,١٨٠	٣٧٣	٠,٤٢١		
	المجموع	١٦٥,١٠٦	٣٧٥	-		
البيئية	بين المجموعات	٣,٥٦٧	٢	١,٧٨٣	٦,٤٢٤	دالة ٠,٠١
	داخل المجموعات	١٠٣,٥٤٠	٣٧٣	٠,٢٧٨		
	المجموع	١٠٧,١٠٦	٣٧٥	-		
الأمنية	بين المجموعات	٩,٤٦٩	٢	٤,٧٣٤	٩,٥٥١	دالة ٠,٠١
	داخل المجموعات	١٨٤,٩٠٣	٣٧٣	٠,٤٩٦		
	المجموع	١٩٤,٣٧٢	٣٧٥	-		
القضايا ككل	بين المجموعات	١,٠٧٧	٢	٠,٥٣٩	٤,٢٤١	دالة ٠,٠١
	داخل المجموعات	٤٧,٣٦٧	٣٧٣	٠,١٢٧		
	المجموع	٤٨,٤٤٤	٣٧٥	-		

تشير بيانات الجدول السابق إلى ما يلي:

اتضح وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين مجموعات الشباب الذين يمثلون المستويات التعليمية المختلفة (متوسط- جامعي- دراسات عليا)، وذلك في ترتيب أولوياتهم لأهم القضايا الاجتماعية التي يتابعونها بصحافة الفيديو الرقمية من خلال مواقع التواصل الاجتماعي، حيث بلغت قيمة ف (٣,٤١١) وهذه القيمة دالة إحصائياً عند مستوى (٠,٠٥).

كما ظهر وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين مجموعات الشباب الذين يمثلون المستويات التعليمية المختلفة في ترتيب أولوياتهم لأهم القضايا (الاقتصادية، التعليمية،

السياسية، الصحية، البيئية، الأمنية)، بلغت قيمة ف (٧,٢٧٦-٤,٦٦٤-١٨,٥٣٧-٩,٤٠٥-٦,٤٢٤-٩,٥٥١) على التوالي، وجميعها قيم دالة إحصائياً عند مستوى (٠,٠١).

اتضح وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين مجموعات الشباب "عينة الدراسة" الذين يمثلون المستويات التعليمية المختلفة (متوسط- جامعي- دراسات عليا)، وذلك في ترتيب أولوياتهم للقضايا التي تعرضها صحافة الفيديو، حيث بلغت قيمة ف (٤,٢٤١) وهذه القيمة دالة عند مستوى دلالة (٠,٠١)، وبالتالي فقد ثبت صحة الفرض الفرعي الذي ينص على أنه: توجد فروق معنوية ذات دلالة إحصائية بين ترتيب أولويات الشباب نحو القضايا التي تقدمها صحافة الفيديو الرقمية بمواقع التواصل الاجتماعي نتيجة اختلاف المستوى التعليمي (متوسط- جامعي- دراسات عليا).

للتأكد من نتيجة الاختبار السابق تم إجراء اختبار بعدي L.S. D، ويشير الجدول التالي (٤٠) إلى هذا الاختبار.

جدول (٤٠)

نتائج تحليل L.S.D. لمعرفة الفروق بين المجموعات في ترتيب أولوياتهم للقضايا التي يتابعونها بصحافة الفيديو الرقمية تبعاً لاختلاف المستوى التعليمي

المجموعات	متوسط	جامعي	دراسات عليا
متوسط	-	*٠,١٥٢-	*٠,١٣٢-
جامعي	*٠,١٥٢	-	٠,٢٠-
دراسات عليا	*٠,١٣٢	٠,٢٠	-

تبين اختلاف المتوسطات الحسابية للمجموعات التي تمثل اتجاه الشباب في ترتيب أولوياتهم نحو القضايا المقدمة بصحافة الفيديو الرقمية تبعاً لاختلاف المستوى التعليمي، ولمعرفة مصدر التباين للفروق بين المتوسطات الحسابية لمجموعات الباحثين أجري الاختبار البعدي L.S.D. بطريقة أقل فرق معنوي.

اتضح أن هناك اختلافاً بين متوسطات درجات الشباب ذوي التعليم المتوسط وبين متوسطات درجات الشباب ذوي التعليم الجامعي بفرق بين المتوسطين الحسابيين بلغت قيمته (-٠,١٥٢*)، لصالح الشباب ذوي التعليم الجامعي، وهو فرق دال إحصائياً عند مستوى (٠,٠٥).

كذلك هناك اختلاف بين متوسطات الشباب ذوي التعليم المتوسط وبين متوسطات درجات الشباب ذوي الدراسات العليا بفرق بين المتوسطين الحسابيين بلغت قيمته (-

١٣٢,٠*)، لصالح الشباب ذوي الدراسات العليا وهو فرق دال إحصائياً عند مستوى (٠,٠٥).

تشير النتيجة إلى أن المبحوثين ذوي (المؤهل المتوسط- الجامعي- الدراسات العليا) يختلفون في طبيعة اهتماماتهم مما يؤثر على تعرضهم لمختلف القضايا - التي تشبع دوافعهم في الحصول على المعرفة والمعلومات- من خلال صحافة الفيديو الرقمية بمواقع التواصل الاجتماعي، ومن ثم فإنه تتميز صحافة الفيديو بقدرتها على الوصول إلى جميع الفئات بغض النظر عن نوعهم أو أعمارهم، في حين اختلفت وفقاً لمستوياتهم التعليمية.

د- توجد فروق معنوية ذات دلالة إحصائية بين ترتيب أولويات الشباب (عينة الدراسة) نحو القضايا التي تقدمها صحافة الفيديو الرقمية بمواقع التواصل الاجتماعي نتيجة اختلاف المستوى الاقتصادي (منخفض- متوسط- مرتفع).

جدول (٤١)

تحليل التباين أحادي الاتجاه بين متوسطات درجات المبحوثين في ترتيب أولوياتهم نحو القضايا التي تقدمها صحافة الفيديو الرقمية بمواقع التواصل الاجتماعي نتيجة اختلاف المستوى الاقتصادي

القضايا	مصدر التباين	مجموعات المربعات	درجة الحرية	متوسط مجموع المربعات	قيمة ف	الدلالة
الاجتماعية	بين المجموعات	٠,٠٧٣	٢	٠,٠٣٦	٠,١٠٤	غير دالة
	داخل المجموعات	١٣٠,٦٩٠	٣٧٣	٠,٣٥٠		
	المجموع	١٣٠,٧٦٣	٣٧٥	-		
الاقتصادية	بين المجموعات	١,٩٠٦	٢	٠,٩٥٣	٥,٠٠٧	دالة ٠,٠١
	داخل المجموعات	٧١,٩٢٦	٣٧٣	٠,١٩٠		
	المجموع	٧٢,٩٢٦	٣٧٥	-		
التعليمية	بين المجموعات	٠,٣٠٠	٢	٠,١٥٠	٠,٣٣٢	غير دالة
	داخل المجموعات	١٦٨,٨٠٦	٣٧٣	٠,٤٥٣		
	المجموع	١٦٩,١٠٦	٣٧٥	-		
السياسية	بين المجموعات	٠,٠١٨	٢	٠,٠٠٩	٠,٠٠٩	غير دالة
	داخل المجموعات	٣٧,٥٩٩	٣٧٣	٠,١٠١		
	المجموع	٣٧,٦١٧	٣٧٥	-		
الصحية	بين المجموعات	٠,٣٠٤	٢	٠,١٥٢	٠,٣١١	غير دالة
	داخل المجموعات	١٨٢,٣٧٤	٣٧٣	٠,٤٨٩		
	المجموع	١٨٢,٦٧٨	٣٧٥	-		

القضايا	مصدر التباين	مجموعات المربعات	درجة الحرية	متوسط مجموع المربعات	قيمة ف	الدالة
البيئية	بين المجموعات	٠,٦٤٠	٢	٠,٣٢٠	١,١٠١	غير دالة
	داخل المجموعات	١٠٨,٤١٣	٣٧٣	٠,٢٩١		
	المجموع	١٠٩,٠٥٣	٣٧٥	-		
الأمنية	بين المجموعات	٠,٢٦٣	٢	٠,١٣٢	٠,٢٥٣	غير دالة
	داخل المجموعات	١٩٤,١٠٩	٣٧٣	٠,٥٢٠		
	المجموع	١٩٤,٣٧٢	٣٧٥	-		
القضايا ككل	بين المجموعات	٠,١٥٤	٢	٠,٠٧٧	٠,٤٠٠	غير دالة
	داخل المجموعات	٧١,٨٠٣	٣٧٣	٠,١٩٣		
	المجموع	٧١,٩٥٧	٣٧٥	-		

تشير بيانات الجدول السابق إلى ما يلي:

عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين مجموعات الشباب الذين يمثلون المستويات الاقتصادية (منخفض- متوسط- مرتفع)، وذلك في ترتيب أولوياتهم للقضايا (الاجتماعية، التعليمية، السياسية، الصحية، البيئية، الأمنية) التي يتابعونها بصحافة الفيديو الرقمية من خلال مواقع التواصل الاجتماعي، فقد بلغت قيمة ف (٠,١٠٤ - ٠,٣٣٢ - ٠,٠٠٩ - ٠,٣١١ - ٠,١٠١ - ٠,٢٥٣) على التوالي، وجميعها قيم غير دالة عند أي مستوى دلالة.

في حين تبين وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين مجموعات الشباب الذين يمثلون المستويات الاقتصادية المختلفة في ترتيب أولوياتهم لأهم القضايا الاقتصادية التي يتابعونها، بلغت قيمة ف (٥,٠٠٧) وهذه القيمة دالة عند مستوى دلالة = (٠,٠١).

اتضح عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين مجموعات الشباب الذين يمثلون المستويات الاقتصادية المختلفة (منخفض- متوسط- مرتفع)، وذلك في ترتيب أولوياتهم للقضايا التي تعرضها صحافة الفيديو عبر مواقع التواصل الاجتماعي، حيث بلغت قيمة ف (٠,٤٠٠) وهذه القيمة غير دالة عند أي مستوى دلالة، بالتالي فقد ثبت عدم صحة هذا الفرض جزئياً، حيث تبين عدم وجود فروق معنوية ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات الشباب في ترتيب أولوياتهم نحو القضايا التي تقدمها صحافة الفيديو الرقمية (الاجتماعية، التعليمية، السياسية، الصحية، البيئية، الأمنية)، في حين تبين وجود فروق - نتيجة اختلاف المستوى الاقتصادي- بالنسبة للقضايا الاقتصادية.

قد يرجع ذلك لاختلاف المستويات الاقتصادية مما ينعكس على طبيعة الاهتمام ببعض القضايا والمشكلات الاقتصادية، أو التطورات التي تحدث في المجتمع.

٥- توجد فروق معنوية ذات دلالة إحصائية بين ترتيب أولويات الشباب (عينة الدراسة) نحو القضايا التي تقدمها صحافة الفيديو الرقمية بمواقع التواصل الاجتماعي نتيجة اختلاف الإقامة (القاهرة- المنوفية- المنيا).

جدول (٤٢)

تحليل التباين أحادي الاتجاه بين متوسطات درجات الشباب في ترتيب أولوياتهم نحو القضايا التي تقدمها صحافة الفيديو الرقمية بمواقع التواصل الاجتماعي نتيجة اختلاف الإقامة

القضايا	مصدر التباين	مجموعات المربعات	درجة الحرية	متوسط مجموع المربعات	قيمة ف	الدلالة
الاجتماعية	بين المجموعات	٢,٥٨٥	٢	١,٢٩٣	٣,٧٦٢	دالة ٠,٠٥
	داخل المجموعات	١٢٨,١٧٨	٣٧٣	٠,٣٤٤		
	المجموع	١٣٠,٧٦٣	٣٧٥	-		
الاقتصادية	بين المجموعات	٢,٥٤٠	٢	١,٢٧٠	٦,٧٢٩	دالة ٠,٠١
	داخل المجموعات	٧٠,٣٨٦	٣٧٣	٠,١٨٩		
	المجموع	٧٢,٩٢٦	٣٧٥	-		
التعليمية	بين المجموعات	٣,٦٢١	٢	١,٨١١	٤,٠٨١	دالة ٠,٠١
	داخل المجموعات	١٦٥,٤٨٥	٣٧٣	٠,٤٤٤		
	المجموع	١٦٩,١٠٦	٣٧٥	-		
السياسية	بين المجموعات	٢,٢٣٨	٢	١,١١٩	١١,٧٩٨	دالة ٠,٠١
	داخل المجموعات	٣٥,٣٧٩	٣٧٣	٠,٠٩٥		
	المجموع	٣٧,٦١٧	٣٧٥	-		
الصحية	بين المجموعات	١٠,٦٩٢	٢	٥,٣٤٦	١١,٥٩٤	دالة ٠,٠١
	داخل المجموعات	١٧١,٩٨٦	٣٧٣	٠,٤٦١		
	المجموع	١٨٢,٦٧٨	٣٧٥	-		
البيئية	بين المجموعات	٢,٤٧٨	٢	١,٢٣٩	٤,٣٣٥	دالة ٠,٠١
	داخل المجموعات	١٠٦,٥٧٥	٣٧٣	٠,٢٨٦		
	المجموع	١٠٩,٠٥٣	٣٧٥	-		

القضايا	مصدر التباين	مجموعات المربعات	درجة الحرية	متوسط مجموع المربعات	قيمة ف	الدلالة
الأمنية	بين المجموعات	١٠,٥٠٦	٢	٥,٢٥٣	١٠,٦٥٦	دالة ٠,٠١
	داخل المجموعات	١٨٣,٨٦٦	٣٧٣	٠,٤٩٣		
	المجموع	١٩٤,٣٧٢	٣٧٥	-		
القضايا ككل	بين المجموعات	٥,١١٠	٢	٢,٥٥٥	١٤,٢٥٦	دالة ٠,٠١
	داخل المجموعات	٦٦,٨٤٨	٣٧٣	٠,١٧٩		
	المجموع	٧١,٩٦٧	٣٧٥	-		

توضيح بيانات الجدول السابق ما يلي:

ظهر وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين عينة الشباب المقيمين بمحافظة القاهرة- المنوفية- المنيا)، وذلك في ترتيب أولوياتهم لأهم القضايا الاجتماعية التي يتابعونها بصحافة الفيديو الرقمية، حيث بلغت قيمة ف (٣,٧٦٢) وهذه القيمة دالة إحصائياً عند مستوى (٠,٠٥).

وجد فروق ذات دلالة إحصائية بين عينة الشباب بالمحافظات الثلاثة، في ترتيب أولوياتهم لأهم القضايا (الاقتصادية، التعليمية، السياسية، الصحية، البيئية، الأمنية) التي يتابعونها بصحافة الفيديو الرقمية، بلغت قيمة ف (٦,٧٢٩-٤,٠٨١-١١,٧٩٨-١١,٥٩٤-٤,٣٣٥-١٠,٦٥٦) على الترتيب، وجميعها قيم دالة إحصائياً عند مستوى (٠,٠١).

اتضح وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين عينة الشباب المقيمين بمحافظة القاهرة- المنوفية- المنيا) في ترتيب أولوياتهم للقضايا التي تعرضها صحافة الفيديو بمواقع التواصل الاجتماعي، حيث بلغت قيمة ف (١٤,٢٥٦) وهذه القيمة دالة إحصائياً عند مستوى دلالة (٠,٠١)، وبالتالي فقد ثبت صحة هذا الفرض الفرعي الذي ينص على أنه: توجد فروق معنوية ذات دلالة إحصائية بين ترتيب أولويات الشباب نحو القضايا التي تقدمها صحافة الفيديو الرقمية بمواقع التواصل الاجتماعي نتيجة اختلاف الإقامة (القاهرة- المنوفية- المنيا).

للتأكد من نتيجة الاختبار السابق تم إجراء اختبار بعدي L.S. D، ويشير الجدول التالي (٤٣) إلى هذا الاختبار.

جدول (٤٣)

نتائج تحليل L.S.D. لمعرفة الفروق بين المجموعات في ترتيب أولوياتهم للقضايا

التي يتابعونها بصحافة الفيديو الرقمية تبعاً لاختلاف الإقامة

المجموعات	القاهرة	المنوفية	المنيا
القاهرة	-	**٠,٢٠١-	**٠,٢٦٥-
المنوفية	**٠,٢٠١	-	٠,٠٦٣-
المنيا	**٠,٢٦٥	٠,٠٦٣	-

اتضح اختلاف المتوسطات الحسابية للمجموعات التي تمثل اتجاه الشباب في ترتيب أولوياتهم نحو القضايا المقدمة بصحافة الفيديو نتيجة اختلاف الإقامة، ولمعرفة مصدر التباين للفروق بين المتوسطات الحسابية لمجموعات المبحوثين أجري الاختبار البعدي L.S.D. بطريقة أقل فرق معنوي.

تبين أن هناك اختلافًا بين متوسطات درجات شباب محافظة القاهرة وبين متوسطات درجات شباب محافظة المنوفية بفرق بين المتوسطين الحسابيين بلغت قيمته (**٠,٢٠١) لصالح شباب محافظة المنوفية، وهو فرق دال إحصائيًا عند مستوى (٠,٠١).

كذلك هناك اختلاف بين متوسطات شباب محافظة القاهرة وبين متوسطات درجات شباب محافظة المنيا بفرق بين المتوسطين الحسابيين بلغت قيمته (**٠,٢٦٥) لصالح شباب محافظة المنيا، وهو فرق دال إحصائيًا عند مستوى (٠,٠١).

في الجزء التالي يتم تقديم أهم مؤشرات النتائج العامة للدراسة في ضوء ما تم تحديده من أهداف وبما يجيب عن تساؤلات وفروض الدراسة، والتي في ضوءها يمكن طرح عددًا من المقترحات والتوصيات، وذلك على النحو التالي:

- النتائج العامة للدراسة:

- اتضح ارتفاع نسبة الشباب الذين يتعرضون لصحافة الفيديو الرقمية من خلال مواقع التواصل الاجتماعي سواء بشكل دائم أو بعض الأحيان بنسبة بلغت (٩٤%)، مما يدل على أن مقاطع الفيديو شكلت أحد الملامح الأساسية لعصر الإعلام الرقمي، كما أن التطورات التكنولوجية التي حظيت بها المواقع والمنصات الاجتماعية أسهمت بشكل كبير في تنامي مشاهدات صحافة الفيديو الرقمية.
- ظهر أنه من أكثر مواقع التواصل الاجتماعي التي يفضل الشباب متابعة صحافة الفيديو من خلالها، موقع "يوتيوب" بنسبة بلغت (٤٤,٧%)، ذلك لأن اليوتيوب من أكثر

- المواقع شهرة وشيوعاً لكافة القطاعات، يليه بفارق بسيط موقع "الفييس بوك" بنسبة (٤٣,٤%)، وجاء "تويتر" بنسبة (٣٠,٦%).
- جاء موقع "اليوم السابع" في مقدمة مواقع صحافة الفيديو التي يتعرض لها الشباب "عينة الدراسة"، يليها "صدى البلد"، "بوابة الأهرام"، "قناة الجزيرة"، وتلاها موقع "أخبار اليوم".
- توصلت الدراسة إلى أنه من ضمن أسباب متابعة عينة الدراسة لصحافة الفيديو الرقمية أنها "تجعلني على دراية بالأحداث من حولي"، يليها "أستطيع تذكر الأحداث والقضايا ومن الممكن استرجاعها"، "تنقل الحدث لحظة وقوعه وتمكنني من معرفته في الحال"، "تلبني اهتماماتي وتقدم ما لا أجده بوسائل الإعلام الأخرى".
- يرى الشباب أن "القضايا الاجتماعية" في مقدمة القضايا التي تهتم بعرضها صحافة الفيديو الرقمية، حيث جاءت بمتوسط (٢,٦٤)، يليها "القضايا الاقتصادية" بمتوسط (٢,٦٣)، وبنسبة متقاربة "القضايا التعليمية" بمتوسط (٢,٦٢)، في حين جاءت "القضايا السياسية" بدرجة مهمة إلى حد ما بمتوسط (٢,٤٥).
- ظهر أن نسبة من يتابعون صحافة الفيديو الرقمية "ثلاث ساعات فأكثر" (٣٩,٩%)، ومن يتابعونها "من ساعتين إلى أقل من ٣ ساعات" (٣٥,٦%)، بلغت نسبة من يتابعونها "أقل من ساعة" (١١,٤%)، نظراً لما تتسم به صحافة الفيديو من عدم الاعتماد على النص فقط في تقديم الأحداث، حيث يؤدي استخدام العناصر المختلفة من الوسائط دوراً كبيراً في تسهيل مهمة المتلقي تجاه المادة المقدمة.
- تعددت الإسهامات التي تقوم بها صحافة الفيديو الرقمية في إدراك عينة الدراسة للقضايا المطروحة، جاء في مقدمتها "تحديد أهم المخاطر الناتجة عن القضايا التي تواجه المجتمع المصري"، يليها "تقديم كافة المعلومات الخاصة بالقضايا الحالية"، "متابعة القضايا الحالية"، ثم "تزيد من ثقافتني بواسطة ما يعرض من خلالها على مواقع التواصل الاجتماعي".
- كشفت الدراسة عن أشكال التفاعلية التي يقوم بها نسبة من عينة الشباب الذين يتفاعلون مع ما تعرضه صحافة الفيديو الرقمية من قضايا بلغت (٦٥,٢%)، منها "إضافة صور أو فيديوهات أخرى"، "الإعجاب بالموضوع"، "قراءة التعليقات المصاحبة للفيديو"، "التعليق وإبداء الرأي"، بالتالي لم يعد الجمهور مجرد متلق سلبي، حيث يظهر أن صحافة الفيديو ليست مجرد وسيلة للحصول على المعلومات، بل إنها تدفع الجمهور خاصة الشباب للتفاعل معها وأن ينشر مقاطع فيديو، أو يعلق عليها لإبداء رأيه، أو

- يضغط على علامة Like، وبالرغم من إيجابية تفاعل غالبية مفردات العينة، إلا أن هناك نسبة تكتفي بالمشاهدة فقط دون إبداء أي رد فعل.
- أوضحت النتائج أنه من القضايا الاجتماعية التي يهتم الشباب بمتابعتها من خلال صحافة الفيديو كانت "مبادرة كلنا واحد لتوفير السلع الغذائية للمواطنين"، يليها في الأهمية "تطبيق الحد الأدنى للأجور"، "إطلاق الدولة لمشروع تنمية الأسرة المصرية"، بالتالي تعمل صحافة الفيديو على إدماج المتلقي في الموضوعات والقضايا المجتمعية.
 - يرى الشباب أن "ارتفاع أسعار الوقود والسلع الغذائية" في مقدمة موضوعات القضايا الاقتصادية التي يهتمون بمتابعتها، يليها في الأهمية "زيادة معدل التضخم في مصر والعالم"، "تدني مستوى المعيشة"، إن بعض هذه الموضوعات تتعلق بالمشكلات التي يعاني منها المواطن، ومن ثم يقبل المتلقي على التعرض لها من خلال صحافة الفيديو حتى يكون على دراية بكل ما يحدث حوله.
 - يرى الشباب أن "تطبيق مشروع التابلت" في مقدمة موضوعات القضايا التعليمية التي يهتمون بمتابعتها.
 - وجد أنه من القضايا السياسية التي يهتم الشباب بمتابعتها عبر صحافة الفيديو الرقمية "الحرب الروسية الأوكرانية"، يليها في الأهمية "أداء الحكومة"، "علاقات مصر الخارجية".
 - بالنسبة للقضايا الصحية يرى الشباب أن "مبادرة رئيس الجمهورية لدعم صحة المرأة المصرية" في المقدمة ويهتمون بمتابعتها، يليها "تعامل الدولة مع أزمة جائحة كورونا"، "الخدمات الصحية المدرسية"، بالتالي يحرص المتلقي على متابعة الموضوعات المرتبطة بالقضايا الصحية لما لها من أهمية كبيرة لارتباطها بأفراد الأسرة، مع متابعة ما تقدمه الدولة من إجراءات وقائية للحفاظ على صحة المواطن.
 - يرى الشباب أن "التغيرات المناخية" في مقدمة القضايا البيئية التي يهتمون بمتابعتها، "قضايا الطاقة"، "ترشيد استخدام الموارد الطبيعية"، "الاحتباس الحراري"، يدل ذلك على حرص المبحوثين على متابعة صحافة الفيديو وما تتناوله من قضايا وأزمات بيئية؛ نتيجة قلق نسبة كبيرة منهم من تأثيرات التغيرات المناخية والاحتباس الحراري.
 - بالنسبة للقضايا الأمنية يرى الشباب أن قضية "الحفاظ على الأمن القومي" في المقدمة من حيث الأهمية، يليها "قضية الأمن المائي- سد النهضة"، ثم "قضية حلايب وشلاتين".

- أما فيما يتعلق بالفروض؛ فقد ثبت صحة الفرض الذي ينص على أنه: توجد علاقة ارتباطية طردية دالة إحصائياً بين كثافة تعرض الشباب لصحافة الفيديو الرقمية بمواقع التواصل الاجتماعي، وترتيب أولوياتهم للقضايا.
- ثبت صحة الفرض بأنه: توجد علاقة ارتباطية طردية دالة إحصائياً بين كثافة تعرض الشباب لصحافة الفيديو الرقمية بمواقع التواصل الاجتماعي، واتجاهاتهم نحوها.
- ثبت صحة الفرض جزئياً الذي ينص على أنه: توجد فروق معنوية ذات دلالة إحصائية بين ترتيب أولويات الشباب نحو القضايا التي تقدمها صحافة الفيديو الرقمية بمواقع التواصل الاجتماعي نتيجة اختلاف (المستوى التعليمي، الإقامة)، في حين اتضح عدم وجود فروق بالنسبة للنوع، والمرحلة العمرية، والمستوى الاقتصادي: بالنسبة للقضايا (الاجتماعية- التعليمية- السياسية- الصحية- البيئية- الأمنية) ما عدا القضايا الاقتصادية التي اتضح من خلالها وجود فروق.

- التوصيات والمقترحات:

- من خلال استعراض الباحثة لأهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة، يمكن لها أن تخلص إلى مجموعة من التوصيات المرتبطة بصحافة الفيديو الرقمية من خلال مواقع التواصل الاجتماعي، ومنها ما يلي:
- ١- الاهتمام بتدريس مقررات عن صحافة الفيديو وأساليب إنتاجها وخاصة بأقسام وكليات الإعلام، مع توفير الأدوات التي تتيح للطلاب إمكانية تنفيذ وممارسة هذا النوع من الصحافة، وزيادة الوعي بأهميتها.
 - ٢- تنظيم المؤسسات الصحفية دورات تدريبية لطلاب وخريجي الإعلام التربوي للمساهمة في إلمامهم بأبعاد صحافة الفيديو وتنمية مهارات العمل الصحفي الإلكتروني، والتي تمكنهم من الانضمام والعمل في كيانات إعلامية.
 - ٣- عمل دورات تدريبية مكثفة للعاملين بصحافة الفيديو، مع الإستعانة بالخبراء والمتخصصين للمساهمة في تطوير مهارات صحفيي الفيديو، ومن ثم الإرتقاء بصحافة الفيديو والتعامل معها على أساس أنها وسيلة إتصالية قائمة بذاتها.
 - ٤- ضرورة إتاحة وتطوير الأدوات التكنولوجية اللازمة لإنتاج الفيديوهات بطريقة احترافية، مع توفير كاميرات عالية الجودة لتصوير فيديو بإمكانات فنية مرتفعة.

- ٥- ضرورة القيام برصد وتحليل ما ينشر عبر صحافة الفيديو الإلكترونية، وإخضاعه للدراسة المتعمقة بهدف الكشف عن اتجاهات الرأي العام في العديد من المفاهيم المجتمعية المطروحة.
- ٦- إجراء مزيد من الدراسات المتعلقة بصحافة الفيديو بصفة عامة، ومستقبل هذه الصحافة في مصر والعالم العربي على وجه الخصوص، مع تناول إمكانية استخدام الذكاء الاصطناعي في إنتاج صحافة الفيديو.

قائمة المراجع

- (١) عبد الحميد، محمد (٢٠٠٠). نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، ط ٢، القاهرة: عالم الكتب، ص ٢٥٨.
- (٢) دحماني، سمير (٢٠١٧). "تعرض الجمهور لوسائل الإعلام الجديدة وإشكالية اشباع الحاجات"، مجلة الحكمة للدراسات الإعلامية والاتصالية، مؤسسة كنوز الحكمة للنشر والتوزيع، العدد ٩، الجزائر: جامعة الجبلاي، يناير، ص ١١٨.
- (3) Kalogeropoulos, A.; Cherubini, F. & Newman, N. (2016). **The Future of Online News Video , Digital News Project**, Reuters Institute for the Study of Journalism, University of Oxford, P. 6.
- (٤) وفاء، البار (٢٠٢١). "صحافة الوطنية المكتوبة وألويات الجمهور نحو القضايا العامة، دراسة تحليلية ميدانية"، رسالة دكتوراه، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة محمد خيضر- بسكرة، الجزائر. ص ب.
- (5) Shrimali, M. (2018). "Impact of Online Videos Journalism for Society- Related Understanding for Youth in India", **MA Thesis**, Gujarat University.
- (٦) عبد السميع، نهلة صلاح (٢٠١٨). "التفاعلية في صحافة الفيديو وتأثيرها في تشكيل الوعي الاجتماعي لدى الشباب المصري"، رسالة ماجستير، كلية الآداب، جامعة المنصورة.
- (7) Hedley, D. (2018). "Youth Understanding of Society through Online Video Journalism", **Digital Journalism**, Vol. 6, No. 10, Pp.1- 18.
- (٨) سالم، أميرة حسن (٢٠١٩). "استخدام الشباب الجامعي لصحافة الفيديو الإلكترونية وتأثيرها على المفاهيم المجتمعية لديهم"، مجلة البحوث الإعلامية، كلية الإعلام، جامعة الأزهر، العدد ٥١، الجزء الثاني، يناير، ص ص ٨٤٩-٨٩٤.
- (9) Schoon, A. J. (2019). "Exploring Online Video Journalism and Effects on Democratic and Society-Related Approaches for Youth", **Journalism Studies**, Vol. 20, No. 8, Pp. 1149-1166.
- (10) Edwards, W. C. (2020). "Digital Video Journalism in Financial News Facebook Page: Opportunities for Increased Youth Agenda Setting and Financial Issues Understanding", **MA Thesis**, Ohio University.
- (11) Moeller, J. & Others (2021). "How Digital Video Journalism of Social Networking Sites Fosters Youth Agenda-setting toward Society and Political Participation", **Journal of Broadcasting & Electronic Media**, Vol. 62, No. 3, Pp. 445-460.
- (١٢) عطية، أحمد إبراهيم (٢٠٢٣). "الأطر الإخبارية المصورة في تناول صحافة الفيديو لمؤتمر المناخ بمصر COP27"، المجلة المصرية لبحوث الاتصال الجماهيري، كلية الإعلام، جامعة بني سويف، العدد الثاني، المجلد الخامس، يوليو، ص ص ٣٥٧-٤٥٨.

(13) Hedley, D. (2018). **Op. Cit.**

(١٤) ممدوح، آلاء محمد والسيد، رانيا زكريا (٢٠٢٣). "اتجاهات الجمهور نحو مصداقية صحافة الفيديو ودورها في مكافحة الشائعات الإلكترونية"، *مجلة كلية الآداب، جامعة المنصورة*، العدد ٧٢، يناير، ص ص ١١٩١- ١٢٥١.

(١٥) عبد الفتاح، وليد وإبراهيم، عبد الخالق (٢٠١٧). "إدراك طلاب الإعلام لمفهوم صحافة الفيديو الإلكترونية واتجاهاتهم نحوها- دراسة ميدانية"، *المجلة العلمية لبحوث الصحافة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة*، العدد ٩، مارس، ص ص ٧٩- ١٨٥.

(١٦) الغريب، إيمان محمد (٢٠١٨). "محددات وسياسات نشر مقاطع الفيديو على بوابات الصحف الإلكترونية وصفحاتها على مواقع التواصل الاجتماعي: دراسة في أخلاقيات النشر وخطاب تعليقات الجمهور"، *رسالة ماجستير، كلية الإعلام، جامعة القاهرة*.

(١٧) محمد، هالة بسيوني (٢٠٢٢). "رؤية الجمهور للمعايير المهنية والأخلاقية الحاكمة لمعالجة صحافة الفيديو لقضايا وأحداث المجتمع المصري وعلاقتها بالمزاج العام"، *مجلة البحوث الإعلامية، كلية الإعلام، جامعة الأزهر*، العدد ٦٠، الجزء الثالث، يناير، ص ص ١٣٦١- ١٤٤٠.

(١٨) ممدوح، آلاء محمد والسيد، رانيا زكريا (٢٠٢٣). *مرجع سابق*.

(١٩) سالم، أميرة حسن (٢٠١٩). *مرجع سابق*.

(20) Schoon, A. J. (2019). **Op. Cit.**

(٢١) عطية، أحمد إبراهيم (٢٠٢٠). "الأطر الإخبارية المصورة في تناول صحافة الفيديو للأحداث الإرهابية وعلاقتها باتجاهات الجمهور نحو هذه الأحداث"، *رسالة دكتوراه، كلية الإعلام، جامعة القاهرة*.

(٢٢) _____ (٢٠٢١). "دور صحافة الفيديو في التأثير على اتجاهات الجمهور نحو أزمة كوفيد 19 (كورونا)"، *المؤتمر العلمي الدولي السادس والعشرين، (الإعلام الرقمي والإعلام التقليدي: مسارات للتكامل والمنافسة)*، ١١- ١٢ يوليو، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، ص ص ٣١٥- ٣٩٠.

(٢٣) محمود، سمير محمد (٢٠٢٢). "العوامل المؤثرة في مصداقية صحافة الفيديو لدى الجمهور العربي وعلاقتها بمستويات استخدامه لها- دراسة ميدانية"، *مجلة البحوث والدراسات الإعلامية، أكاديمية الشروق، المعهد الدولي العالي للإعلام*، العدد ٢٠، المجلد ٢٠، إبريل- يونيو، ص ص ١- ١٤٩.

(٢٤) عطية، أحمد إبراهيم (٢٠٢١). "دور صحافة الفيديو في التأثير على اتجاهات الجمهور نحو أزمة كوفيد 19 (كورونا)"، *المؤتمر العلمي الدولي السادس والعشرين..... مرجع سابق*.

(٢٥) محمود، سمير محمد (٢٠٢٢). *مرجع سابق*.

(٢٦) عطية، أحمد إبراهيم (٢٠٢٠). "الأطر الإخبارية المصورة في تناول صحافة الفيديو للأحداث الإرهابية مرجع سابق.

(٢٧) _____ (٢٠٢٣). "الأطر الإخبارية المصورة في تناول صحافة الفيديو لمؤتمر المناخ بمصر مرجع سابق.

- (٢٨) الغريب، إيمان محمد (٢٠١٨). مرجع سابق.
- (٢٩) عبد السميع، نهلة صلاح (٢٠١٨). مرجع سابق.
- (30) Hedley, D. (2018). **Op. Cit.**
- (31) Edwards, W. C. (2020). **Op. Cit.**
- (32) Gibbs, M. (2021). "Agenda Setting in the Social Networking Age: The Impact of Digital Video Journalism on Agenda Setting of Youth in Social Issues", **MA Thesis**, Brigham Young University.
- (33) Lowenstein-Barkai, H. & Lev-on, A. (2021). "Digital Video Journalism Consumption In An Age Of New Media: Impact On Issues Agenda Setting Between Adolescents And Adults", **Journal of Children and Media**, Vol. 17, No. 8, Pp. 1-17.
- (34) Moeller, J. & Others (2021). **Op. Cit.**
- (٣٥) محمد، هالة بسيوني (٢٠٢٢). مرجع سابق.
- (٣٦) ممدوح، آلاء محمد والسيد، رانيا زكريا (٢٠٢٣). مرجع سابق.
- (37) Araujo, T. & Van der Meer, T. G. (2018). "News values on social media: Exploring what drives peaks in user activity about organizations on Twitter", **Journalism Studies**, Vol. 21, No. 5, Nov., P. 14.
- (38) Lewandowsky, S.; Jetter, M. & Ecker, U. K. (2020). "Using the president's tweets to understand political diversion in the age of social media", **Nature Communications**, Vol. 11, No. 1, P. 1.
- (39) Kalsnes, B. & Larsson, A. O. (2021). "Facebook news use during the 2017 Norwegian elections—assessing the influence of hyperpartisan news", **Journalism Practice**, Vol. 15, No. 2, P. 209.
- (٤٠) عناني، وائل محمد وبلال، أحمد جمال وأبو العزم، إيمان (٢٠١٥). "صحافة الفيديو الرقمية وتأثيرها بظهور الاعلام الجديد"، ورقة بحثية مقدمة إلى المؤتمر الدولي الرابع "مستقبل التعليم النوعي في مصر والعالم العربي (التحديات- الجودة- سوق العمل)"، ١٥ - ١٦ نوفمبر، كلية التربية النوعية، جامعة بورسعيد، ص ٣.
- (٤١) عامر، فتحي حسين (٢٠٢٠). دراسات في الإعلام- صحافة الفيديو تقنياتها واشكاليتها، القاهرة: دار العربي للنشر والتوزيع، ص ص ٢٥ - ٢٦.
- (42) Friedman, S. (2011). "Whose freedom? South Africa's press, middle-class bias and the threat of control", **Equid Novi: African Journalism Studies**, Vol. 32, No. 2, Jul., P.106.

- (٤٣) عناني، وائل محمد وبلال، أحمد جمال وأبو العزم، إيمان (٢٠١٥). مرجع سابق، ص ٣.
- (44) Barlow, A. (2010). "The citizen journalist as gatekeeper: A critical evolution", In Rosenberry, J. & St. John III, B. (eds.), **Public Journalism: The promise and reality of a citizen-engaged press**, New York: Routledge, P. 47.
- (٤٥) محمود، سمير محمد (٢٠٢٢). مرجع سابق، ص ٥٦.
- (46) Jones - Jang, M. & Others (2019). "From social media to mainstream news: The information flow of the vaccine-autism controversy in the US, Canada, and the UK", **Health Communication**, Vol. 34, No. 1, Jan., P. 111.
- (47) Kleinnijenhuis, J.; Van Hoof, A. M. & Van Atteveldt, W. (2019). "The combined effects of mass media and social media on political perceptions and preferences", **Journal of Communication**, Vol. 69, No. 6, Dec., P. 650.
- (48) Cardenal, A. S.; Galais, C. & Majó-Vázquez, S. (2019). "Is Facebook eroding the public agenda? Evidence from survey and web-tracking data", **International Journal of Public Opinion Research**, Vol. 31, No. 4, Dec., P. 589.
- (٤٩) حمادة، بسيوني (١٩٩٦). وسائل الإعلام والسياسة: دراسة في ترتيب الأولويات، القاهرة: دار نهضة الشرق، ص ٢٢٧.
- (50) Sosnkowski, A.; Fung, C. J. & Ramkumar, S. (2021). "An analysis of Twitter users' long term political view migration using cross-account data mining", **Online Social Networks and Media**, Vol.26, 100177, Nov., P. 154.
- (51) Kletecka-Pulker, M. & Others (2021). "Impacts of biomedical hashtag-based Twitter campaign:# DHPSP utilization for promotion of open innovation in digital health, patient safety, and personalized medicine", **Current Research in Biotechnology**, Vol. 3, No. 4, P. 147.
- (٥٢) إسماعيل، محمد حسام الدين (٢٠٠٣). المسؤولية الاجتماعية للصحافة، القاهرة: الدار المصرية اللبنانية، ص ٥٦.
- (53) Gibbs, M. (2021). **Op.Cit**, P. 1.
- (٥٤) عبد الحميد، محمد (٢٠٠٤). نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، ط٣، القاهرة: عالم الكتب، ص ص ٢٧١ - ٢٧٢.
- (٥٥) المرجع السابق نفسه، ص ٢٩٩.
- (56) Langer, A. I. & Gruber, J. B. (2021). "Political agenda setting in the hybrid media system: Why legacy media still matter a great deal", **The International Journal of Press/Politics**, Vol. 26, No. 2, P. 334.

- (57) Valenzuela, S. & McCombs, M. (2019). "The agenda-setting role of the news media", In Eichorn, K. & Stacks, D. (eds.), **An integrated approach to communication theory and research**, 3rd ed., New York: Routledge, P. 99.
- (58) Billard, T. J. (2019). "Setting the transgender agenda: Intermedia agenda-setting in the digital news environment", **Politics, Groups, and Identities**, Vol. 7, No. 1, P. 166.
- (59) Nygaard, S. (2020). "Boundary work: Intermedia agenda-setting between right-wing alternative media and professional journalism", **Journalism Studies**, Vol. 21, No. 6, Feb., P. 768.
- (60) Valenzuela, S. (2020). "Agenda Setting of Youth for Public Issues: The Role of Exposure to Digital Video Journalism", **Oxford Research Encyclopedia**, Vol. 22, No. 4, P. 12.
- (61) Su, Y. & Borah, P. (2019). "Who is the agenda setter? Examining the intermedia agenda-setting effect between Twitter and newspapers", **Journal of Information Technology & Politics**, Vol. 16, No. 1, Jul., Pp. 7-8.
- (62) Bentivegna, S. & Artieri, G. B. (2020). "Rethinking public agenda in a time of high-choice media environment", **Media and Communication**, Vol. 8, No. 4, Oct., P. 6.

(٦٣) محمود، سمير محمد (٢٠٢٢). مرجع سابق، ص ٥٠.

- (64) Kletecka-Pulker, M. & Others (2021). **Op. Cit.**, P. 147.
- (65) Mohd Zain, N. R. (2014). "Agenda Setting Theory", <http://Researchgate.net>, P. 9.
- (66) Marketer, E. (2016) . "Us digital display ad Spending to Surpass Search ad Spending in 2016 : Video will also command a large portion of ad spending allocated to digital", **Available Online: <http://www.emarketer.com/article/uS-digital-display-ad-Spending-Surpass-Search-adSpending>**.

(*) تم عرض استمارة الاستبيان على الأساتذة المحكمين (الترتيب أبجدياً ووفقاً للدرجة العلمية):

- أ.د/ سلام أحمد عبده: أستاذ ورئيس قسم الإعلام التربوي سابقاً- كلية التربية النوعية- جامعة عين شمس.
- أ.م.د/ جيهان سعد عبده المعبي: أستاذ الصحافة المساعد- قسم الإعلام التربوي- كلية التربية النوعية- جامعة المنصورة.
- أ.م.د/ طه محمد بركات: الأستاذ المساعد غير المتفرغ بقسم الإعلام التربوي- كلية التربية النوعية- جامعة عين شمس.

- (٦٧) سالم، أميرة حسن (٢٠١٩). مرجع سابق، ص ٨٧٠.
- (٦٨) ممدوح، آلاء محمد والسيد، رانيا زكريا (٢٠٢٣). مرجع سابق، ص ١٢٠٧.
- (٦٩) عبد الفتاح، وليد وإبراهيم، عبد الخالق (٢٠١٧). مرجع سابق، ص ١١٩.
- (٧٠) عطية، أحمد إبراهيم (٢٠٢١). "دور صحافة الفيديو في التأثير على اتجاهات الجمهور نحو أزمة كوفيد 19 (كورونا)"، المؤتمر العلمي الدولي السادس والعشرين..... مرجع سابق، ص ٣٤٧.
- (٧١) محمود، سمير محمد (٢٠٢٢). مرجع سابق، ص ٨٠.
- (72) <https://www.cairo24.com/1758705>
فيس بوك وواتساب يتصدران منصات التواصل الاجتماعي الأكثر استخداما في مصر بعام ٢٠٢٢، القاهرة ٢٤ – السبت ٤ مارس ٢٠٢٣.
- (73) <https://www.youm7.com/story/2015/7/26/2278242>
بعد حصد "فيديو ٧" جائزة يوتيوب الذهبية.. عمرو جاد: امتداد لنجاح "اليوم السابع".. ونحن أول موقع مصري يفوز بها.. مدير التحرير: صحافة الفيديو الأكثر مصداقية وإبداعًا.. وانتظروا مفاجآت خلال الفترة المقبلة، اليوم السابع، الأحد ٢٦ يوليو ٢٠١٥.
- (٧٤) عبد السمیع، نهلة صلاح (٢٠١٨). مرجع سابق، ص ٢١١.
- (٧٥) ممدوح، آلاء محمد والسيد، رانيا زكريا (٢٠٢٣). مرجع سابق، ص ص ١٢١٢ - ١٢١٣.
- (٧٦) سالم، أميرة حسن (٢٠١٩). مرجع سابق، ص ٨٧٢.
- (٧٧) محمد، هالة بسيوني (٢٠٢٢). مرجع سابق، ص ١٣٩٠.
- (78) Hedley, D. (2018). **Op. Cit.**, Pp.14-15.
- (٧٩) عبد الفتاح، وليد وإبراهيم، عبد الخالق (٢٠١٧). مرجع سابق، ص ١٣٢.
- (٨٠) محمد، فاطمة نبيل (٢٠١٤). "الصحافة الإلكترونية وترتيب أولويات قضايا الشباب الاجتماعية- دراسة تحليلية ميدانية"، رسالة ماجستير، كلية البنات، جامعة عين شمس، ص ١٨٢.
- (٨١) الغريب، إيمان محمد (٢٠١٨). مرجع سابق، ص ١٩.
- (٨٢) عبد الفتاح، وليد وإبراهيم، عبد الخالق (٢٠١٧). مرجع سابق، ص ١٢٢.
- (٨٣) ممدوح، آلاء محمد والسيد، رانيا زكريا (٢٠٢٣). مرجع سابق، ص ١٢٠٨.
- (٨٤) محمود، سمير محمد (٢٠٢٢). مرجع سابق، ص ٦٤.
- (٨٥) عطية، أحمد إبراهيم (٢٠٢١). "دور صحافة الفيديو في التأثير على اتجاهات الجمهور نحو أزمة كوفيد 19 (كورونا)"، المؤتمر العلمي الدولي السادس والعشرين.... مرجع سابق، ص ٣٥٩.
- (٨٦) الغريب، إيمان محمد (٢٠١٨). مرجع سابق، ص ٢٠.
- (٨٧) صلاح، مها عبد المجيد (٢٠١٠). "مواقع الفيديو التشاركي: واقعها ومستقبلها وتأثيراتها"، الملتقى العربي الأول للصحافة الإلكترونية- مستقبل وسائل الإعلام في العصر الرقمي، القاهرة، المنظمة العربية للتنمية الإدارية التابعة لجامعة الدول العربية، ٢٨ - ٣٠ تشرين الثاني (نوفمبر)، ص ١٣٢.

- (٨٨) سالم، أميرة حسن (٢٠١٩). مرجع سابق، ص ٨٧٧.
- (٨٩) محمد، هالة بسيوني (٢٠٢٢). مرجع سابق، ص ١٣٩٤.
- (90) <https://www.sis.gov.eg/Story/229479/lang=ar>
مبادرة كلنا واحد- الهيئة العامة للاستعلامات- بوابتك إلى مصر، الخميس ١ سبتمبر ٢٠٢٢.
- (91) <https://www.youm7.com/story/2022/9/10/5901407>
كل التفاصيل الخاصة بتنفيذ المشروع القومي لتنمية الأسرة المصرية، اليوم السابع، إسرائ عبد القادر، السبت ١٠ سبتمبر ٢٠٢٢.
- (92) Schoon, A. J. (2019). **Op.Cit.**, P.1158.
- (93) <https://www.shorouknews.com/columns/view.aspx?cdate=28082022&id=0f2c7901-04d0-41e7-a57f-9a58fe57076c>
قضية التعليم المزمنة.. المواجهة والإعداد للمستقبل، الشروق، أيمن النحراوي، الأحد ٢٨ أغسطس ٢٠٢٢.
- (94) <https://www.youm7.com/story/2023/3/5/6104107>
الصحة: فحص وتوعية ٣٣,٨ مليون سيدة مجاناً ضمن مبادرة الرئيس السيسي لدعم صحة المرأة، اليوم السابع، وليد عبد السلام، الأحد ٥ مارس ٢٠٢٣.
- (95) <https://www.sis.gov.eg/Story/41146/lang=ar>
مصر وقضية التغيرات المناخية- الهيئة العامة للاستعلامات- بوابتك إلى مصر، الأحد ١٩ يونيو ٢٠٢٢.
- (٩٦) عبد الحي، مصطفى (٢٠٢٢). "أطر التغطية الصحفية لقضية التغيرات المناخية في المواقع الصحفية المصرية - دراسة تحليلية"، مجلة البحوث الإعلامية، كلية الإعلام، جامعة الأزهر، العدد ٦١، الجزء الثالث، أبريل، ص ١٥٦١.
- (٩٧) الهلالي، هالة السيد (٢٠١٩). "الأمن المائي المصري: دراسة في التهديدات والمخاطر وآليات المواجهة- سد النهضة نموذجاً"، مجلة كلية الاقتصاد والعلوم السياسية، جامعة القاهرة، العدد ٢، المجلد ٢٠، المسلسل للعدد ٧٩، أبريل، ص ٩٦.
- (98) Wallace, S. (2018). "The Emerging Forms And Practices Of Online Video Journalism And Impact On Youth Acquisition", **Community Related Approaches, Journalism**, Vol. 4, No. 3, P. 96.
- (٩٩) محمد، هالة بسيوني (٢٠٢٢). مرجع سابق، ص ١٤٠٠.
- (١٠٠) عامر، فتحي حسين (٢٠٢٠). مرجع سابق، ص ٤٠.
- (١٠١) عطية، أحمد إبراهيم (٢٠٢١). "دور صحافة الفيديو في التأثير على اتجاهات الجمهور نحو أزمة كوفيد 19 (كورونا)"، المؤتمر العلمي الدولي السادس والعشرين..... مرجع سابق، ص ٣٥١.

(102) Lowenstein-Barkai, H. & Lev-on, A. (2021). **Op. Cit.**, P. 9.

- (١٠٣) عطية، أحمد إبراهيم (٢٠٢١). "دور صحافة الفيديو في التأثير على اتجاهات الجمهور نحو أزمة كوفيد 19 (كورونا)", المؤتمر العلمي الدولي السادس والعشرين..... مرجع سابق، ص ٣٧١.
- (١٠٤) محمد، هالة بسيوني (٢٠٢٢). مرجع سابق، ص ١٤٢٠.
- (١٠٥) المرجع السابق نفسه، ص ١٤٢١.