



**التعرض لصحافة الفيديو بالمواقع الاخبارية
وعلاقته بوعي الشباب المصري بالمضامين
الرياضية: دراسة ميدانية**

د. سامح فوزي السيد الشحري

مدرس بالمعهد العالي للإعلام وفنون الاتصال

بالسادس من أكتوبر

DOI: 10.21608/qarts.2022.116239.1347

مجلة كلية الآداب بقنا (دورية أكاديمية علمية)

مجلة كلية الآداب بقنا - جامعة جنوب الوادي - العدد ٥٣ (الجزء الثاني) يوليو ٢٠٢١

الترقيم الدولي الموحد للنسخة المطبوعة ISSN: 1110-614X

الترقيم الدولي الموحد للنسخة الإلكترونية ISSN: 1110-709X

موقع المجلة الإلكتروني: <https://qarts.journals.ekb.eg>

التعرض لصحافة الفيديو بالمواقع الاخبارية وعلاقته بوعي الشباب

المصري بالمضامين الرياضية: دراسة ميدانية

إعداد

سامح فوزي السيد الشحري

مدرس بالمعهد العالي للإعلام وفنون الاتصال بالسادس من أكتوبر

sameh19691@hotmail.com

المخلص

يعد الشباب عصب كل مجتمع من المجتمعات وبنيته، فنرى المنافسة والصراع الواضح من قبل الوسائل الاعلامية المختلفة وخاصة الجديد منها، نحو التأثير في هذه الشريحة من الشباب لتلبية احتياجاتهم باعتبار صحافة الفيديو هي احدى وسائل الاعلام الجديد التي تسعى نحو الانخراط في المجتمع لتؤثر فيه، وعلى الجانب الاخر تكمن خطورة صحافة الفيديو في قوة تأثيرها على الرأي العام باعتبارها صوراً حقيقية غير قابلة للشك، مما يضاعف المسؤولية على المؤسسات الاعلامية التي تتبع هذا النوع من الاعلام بحيث يجب أن تتحلى بالمصداقية، وتتقل صحافة الفيديو الصورة من كل جوانبها، ولا تترك زاوية دون أخرى، واستهدفت الدراسة التعرف على مدى تعرض الشباب المصري للمضامين الرياضية من خلال صحافة الفيديو وتأثيرها على الوعي بالقضايا والموضوعات الرياضية، وتوصلت الدراسة الى ارتفاع نسبة تعرض الشباب المصري للموضوعات الرياضية من خلال صحافة الفيديو، ومن أهم الأسباب التي تدفع طلبة الجامعات للتعرض للموضوعات الرياضية بصحافة الفيديو (الحدثة ومتابعة كل جديد - إمكانية المتابعة في أي وقت - التسلية والترفيه -متابعة الأحداث التي لم يشاهدها وقت عرضها- مشاهدة

أهداف المباريات غير المذاعة- استخدام الصوت والصورة- إتاحة فرصة التفاعل بالتعليق أو المشاركة).

واتضح أيضا اهتمام الشباب الجامعي بصحافة الفيديو الخاصة بالمباريات المشفرة وطالبوا بزيادة الفيديوهات الخاصة بهذه المباريات، والاهتمام بفيديوهات البث المباشر للأحداث الرياضية

الكلمات المفتاحية: صحافة الفيديو، الاعلام الجديد، المضامين الرياضية

مقدمة

يعيش العالم تحولات غير مسبوقه في ميدان الاتصال، حيث يظهر ذلك في ميدان وسائل الاعلام الجديدة، والتي تعبر عن الحالة التي بلغها الاتصال الانساني، إذ لا يمكن مقارنتها مع سابقتها من المراحل التي عرفها تطور الاتصال، وهذا من ناحية الخصائص والسمات والقدرات، والتي تتجاوز قدرة الفهم لدى العقل البشري البسيط، ومع ظهور وتطور هذه الوسائل ظهر معها ما يثير الغموض والتساؤل حول مسائل عديدة ترافقت معها، ولعل هذا شأن كل مستحدث يظهر في المجتمع، فوسائل الاعلام الجديدة تغلغت في حياة الافراد بطريقة سريعة، لدرجة انها تجاوزت المراحل التي تخص عملية تبني المبتكرات، معلنة عن جدلية القطيعة والاندماج مع وسائل الاعلام التقليدية، كما يعد الجمهور المتعرض والمستخدم لهذه الوسائل عنصرا هاما، إذ كثيرا ما تسعى وسائل الاعلام من أجل كسبه وجذب اهتمامه نحوها، والتعرض تحركه حاجات الفرد، والذي يسعى من أجل إشباعها من خلال وسائل الاعلام، وهذا ما يحدث دائما مع التقليدية منها، أما في حالة وسائل الاعلام الجديدة فتطرح اشكالية اشباع الحاجات من خلال التعرض الاتصالي، وما يزيد من ذلك السمات المميزة لها كالوفرة والاتاحة والكثرة، كلها أمور لها علاقة بدوافع وحاجات او اشباعات التعرض.

تعد صحافة الفيديو احد الاتجاهات الحديثة التي ظهرت مع الصحافة الالكترونية وتجاوزت النص المكتوب الي تقديم مادة تحريرية مصورة بالفيديو وبث مباشر عن طريق تقنية الوسائط المتعددة التي صممت خصيصاً للأنترنت، حيث تعتمد صحافة الفيديو اعتماداً كلياً علي الفيديو، وتقنياته الالكترونية المختلفة في تحرير المادة الصحفية ثم عرضها علي الجمهور، وهذا النوع من الصحافة تميز بالتفاعلية في عرض المادة الصحفية بالصوت والصورة مما جعلها أكثر مصداقية في نقل الاحداث خاصة وأن معظمها يكون عبر البث المباشر علي موقع الصحيفة او علي اليوتيوب وهذا

التطور في خدمات الصحف يدل علي أنها بدأت تعي المنافسة الشرسة التي وقعت فيها مع الوسائل الأخرى التي اصبحت متجددة كل ثانية في النص والصوت والصورة، وما جعلها تتخوف من إندثارها في عصر أصبح التطور التكنولوجي هو العامل المسيطر علي تقدم وسائل الاعلام وجعلها في المقدمة من أجل الوصول للجمهور^١.

ولقد اصبحت صحافة الفيديو Video Journalism مستقبل الصحافة الالكترونية في ظل التطور التكنولوجي الهائل ، خاصة مع دخول الهواتف الذكية معها في تقديم ملفات الفيديو الاخبارية، إضافة الى حرص المحررين علي تبني التكنولوجيا الحديثة والتي ينظر اليها باعتبارها مستقبل الصحافة، لذا حرصت الصحف والمواقع الالكترونية على توظيف لقطات الفيديو في القصص الخبرية التي تنشرها، كما خصصت قنوات لها على الويب تنشر من خلاله ما يقوم مصوروها بتصويره من مقاطع الفيديو، إضافة الى تخصيص مساحات للفيديوهات التي يقوم بعض المواطنين بتصويرها وارسالها وعرضها، إضافة الى نشر مقاطع مما تبثه بعض القنوات من مواد اعلامية متنوعة^٢.

وتستطيع صحافة الفيديو بفضل مرونة الصحفي الذي حل محل فريق عمل تلفزيوني بكاملة، وكذلك بفضل تكنولوجيا البث والإنتاج المتطورة مواكبة المشهد الإعلامي الحديث ويرجع البعض تاريخ صحافة الفيديو إلى تسعينات القرن الماضي سواء في الولايات المتحدة الأمريكية أو في المملكة المتحدة على الرغم من أن هناك من يرى أن صحافة الفيديو قد ظهرت إرهاباتها في وقت أقدم من ذلك بكثير.

مشكلة الدراسة

يعد الشباب عصب كل مجتمع من المجتمعات وبنيتها، فنرى المنافسة والصراع الواضح من قبل الوسائل الاعلامية المختلفة وخاصة الجديد منها، نحو التأثير في هذه الشريحة من الشباب لتلبية احتياجاتهم باعتبار صحافة الفيديو هي احدى وسائل الاعلام الجديد التي تسعى نحو الانخراط في المجتمع لتؤثر فيه^٣.

وعلى الجانب الاخر تكمن خطورة صحافة الفيديو في قوة تأثيرها على الرأي العام باعتبارها صوراً حقيقية غير قابلة للدحض، مما يضاعف المسؤولية على المؤسسات الاعلامية التي تتبع هذا النوع من الاعلام بحيث يجب أن تتحلى بالمصداقية، وتنقل صحافة الفيديو الصورة من كل جوانبها، ولا تترك زاوية دون أخرى، ومن المشكلات التي تتعلق بالمضمون المقدم على مواقع الفيديو التي تتعلق بحقوق الملكية الفكرية والخصوصية والمشكلات التي تتعلق بالأفلام التي تحتوي على العنف والافلام التي تقوم بنشر مواد سياسية محظورة^٤.

ومن هنا نتحد مشكلة الدراسة في التعرف على التعرض لصحافة الفيديو بالمواقع

الاخبارية وعلاقته بوعي الشباب المصري بالمضامين الرياضية -دراسة ميدانية

أهمية الدراسة

تستمد الدراسة أهميتها من خلال ما يلي:

١-تأكيد معظم الدراسات العلمية على أهمية الاعلام الجديد وخاصة صحافة الفيديو

وزيادة إقبال فئة الشباب تحديداً على التعرض لها

٢-أهمية المضامين الرياضية للشباب لارتباطها بممارسته وحبه للرياضة

٣- الاهتمام المتزايد بصحافة الفيديو بالمواقع الاخبارية

٤- اهتمام الشباب المتزايد بكل ما هو جديد وخاصة صحافة الفيديو

٥- ندرة الدراسات العلمية بالنسبة للإعلام الجديد وخاصة صحافة الفيديو

أهداف الدراسة

تسعى الدراسة إلى التعرف على الدور الذي تقوم بها صحافة الفيديو في وعي

الشباب بالمضامين الرياضية من خلال الاهداف التالية:

١- التعرف على حجم تعرض الشباب المصري لصحافة الفيديو في المواقع الإخبارية

٢- تحديد الهدف وراء تعرض الشباب المصري للمضامين الرياضية بصحافة الفيديو

٢- الكشف عن أهم المواقع الاخبارية التي يتجه اليها الشباب للتعرض لصحافة الفيديو

٣- رصد أهم المضامين الرياضية التي يتابعها الشباب من خلال صحافة الفيديو على

المواقع الاخبارية

٤- رصد أهم مميزات صحافة الفيديو التي تدفع الشباب للتعرض لها

٥- التعرف على وعي الشباب بالمضامين الرياضية من خلال صحافة الفيديو على

المواقع الاخبارية التي يتابعها

الجوانب الاجرائية للدراسة الميدانية

نوع الدراسة

تتنمي هذه الدراسة الى البحوث الوصفية التي تهتم بدراسة الحقائق الراهنة

المتعلقة بظاهرة أو موقف من مجموعة من الاحداث للحصول على المعلومات والبيانات

الدقيقة عنها، وتتيح هذه النوعية من البحوث وجود بيانات قابلة للقياس ومن ثم امكانية

التعميم والتنبؤ.

منهج الدراسة

تعتمد الدراسة على منهج المسح حيث تم توظيفه في المسح الميداني بشقه الميداني لعينة الدراسة من الشباب المصري الجامعي بجامعة القاهرة والسادس من أكتوبر الخاصة للتعرف على العلاقة بين تعرض الشباب للمضامين الرياضية بصحافة الفيديو والوعي لديه بهذه المضامين وأهم الأسباب التي تدفعه للتعرض .

مجتمع الدراسة

تمثل مجتمع الدراسة الميدانية في الشباب المصري بالجامعات الحكومية والجامعات الخاصة

حدود الدراسة

الحدود الموضوعية تتمثل الحدود الموضوعية للدراسة الحالية في التعرف على العلاقة بين تعرض الشباب المصري لصحافة الفيديو بالمواقع الاخبارية والوعي بالمضامين الرياضية

الحدود الزمنية ويقصد بها المدة الزمنية التي تم تطبيق الدراسة فيها ولقد تم تطبيق الدراسة على عينة من شباب الجامعات المصرية خلال الفصل الدراسي الأول من العام الجامعي ٢٠٢٠م.

الحدود المكانية ويقصد بها المكان الذي تم تطبيق الدراسة به وقد تم تطبيق الدراسة بجامعة القاهرة وجامعة السادس من أكتوبر الخاصة

عينة الدراسة

تم اجراء الدراسة على عينة من الشباب المصري بواقع ٢٠٠ مفردة من طلبة الكليات النظرية، و ٢٠٠ مفردة من طلبة الكليات العملية.

وتم تمثيل عينة الدراسة بشكل جيد من خلال التساوي بين الذكور والاناث والريف والحضر والكليات النظرية والكليات العملية.

أدوات جمع البيانات:

تم تصميم استمارة استقصاء لجمع البيانات التي تقيس الأبعاد والمتغيرات المختلفة للدراسة، وذلك في ضوء المشكلة البحثية والهدف من الدراسة، فضلاً عن فروض الدراسة وتساؤلاتها في إطار المداخل النظرية التي تعتمد عليها الدراسة، وتضمنت الاستمارة (١١) سؤالاً لتغطية أهداف الدراسة بشكل وافٍ، إضافة إلى أسئلة البيانات الشخصية، كما تم الاعتماد على المقابلة الشخصية كأداة من أدوات جمع البيانات.

اختبار الصدق:

للتأكد من صدق الاستمارة وصلاحيتها للتطبيق تم عرضها على مجموعة من المحكمين^٥ وقد تم إجراء بعض التعديلات بناء على آرائهم واقتراحاتهم بحيث أصبحت تقيس بالفعل ما صممت لقياسه وتحقق أهداف الدراسة.

اختبار الثبات:

تم إجراء اختبار الثبات للتأكد من ثبات صحيفة الاستقصاء باستخدام طريقة إعادة الاختبار بعد مرور أسبوعين من التطبيق الأول على عينة من المبحوثين قوامها

^٥- تم عرض استمارة الاستبيان علي الاساتذة المحكمين:

- أ.د/ عبد العزيز السيد عبد العزيز سليم - عميد كلية الاعلام ببني سويف
- أ.د/ عادل عبد الغفار أستاذ الاعلام بكلية الاعلام جامعة القاهرة
- أ.د/ حلمي محسب أستاذ الاعلام بكلية الاعلام جنوب الوادي
- أ.د/ محمود إسماعيل أستاذ الاعلام بقسم الاعلام وثقافة الطفل - جامعة عين شمس
- أ.م.د/ حنان عبد الوهاب القاضي أستاذ الاعلام المساعد ووكيل المعهد العالي للإعلام بأكتوبر

(٢٠) مفردة بنسبة ١٠٪ من إجمالي حجم العينة وقد بلغت نسبة الثبات ٩٦٪، وهي درجة ثبات عالية مما يؤكد صلاحية الاستمارة للتطبيق.

الإطار النظري للدراسة

صحافة الفيديو

هي صحافة يتم بثها من خلال تقنيات الاتصال الحديثة لمواقع الانترنت والمواقع الاخبارية الالكترونية، وقد يجمع صحفي الفيديو من منطلق الممارسة العملية بين المصور والمحرف والمراسل، مما يساعد على مبدأ الاكتفاء الذاتي في بث الاخبار والتقارير حول موضوعات بعينها^٦.

وتعد صحافة الفيديو Video Journalism أحد أشكال الصحافة، التي يقوم من خلالها الصحفيون بتصوير وتحرير وغالباً تقديم ونشر مواد الفيديو التي يصورونها. ظهرت بداياتها في الولايات المتحدة عام ١٩٣٠م، حيث أحدثت كاميرا الفيديو الديجيتال ثورة في البث الحي، وفي عام ١٩٩٠م كانت بداية ظهور صحفي الفيديو كوظيفة بنيويورك، وفي عام ٢٠٠١م بالمملكة المتحدة تحولت وكالة ال بي بي سي B.B.C لصحافة الفيديو وتم تعيين أكثر من ٦٠٠ صحفي في عام ٢٠٠٥م، ومع انتشار الانترنت والانتاج منخفض التكاليف تنافست المواقع الالكترونية والصحافة الشعبية مع القنوات التلفزيونية في انتاج ما نراه اليوم في شكل صحافة فيديو معاصرة^٧.

وتضفي صحافة الفيديو التي انتشرت أخيراً عبر مواقع الكترونية ميزة جديدة الى عالم الصحافة والاعلام لمواكبة الحدث لحظة وقوعه في تطور باتت مواقع الكترونية ومؤسسات اعلامية محلية تسير باتجاهه وترى فيه اعلام المستقبل، وتتميز صحافة الفيديو

بقدراتها على الوصول الى جميع المتلقين بغض النظر عن أعمارهم أو مستوياتهم التعليمية، بينما تصل الصحافة المكتوبة للمتعلمين أو القادرين على القراءة فقط، مما يستدعي زيادة الاهتمام من القائمين على هذا النوع من الصحافة، كما تتميز عن بقية الانواع الصحفية من مكتوبة الى مسموعة الى مرئية، ويعود ذلك الى أن صحافة الفيديو توظف عدد أكبر من الحواس مقارنة بالصحافة المطبوعة، ففي صحافة الفيديو يشاهد المتلقي ويسمع بينما في الصحافة المطبوعة والمواقع الالكترونية يقرأ ويرى صورة ثابتة فحسب^٨.

نظرية ثراء الوسيلة

ترجع بداية استخدام نظرية ثراء وسائل الاعلام من قبل العمال والمديرين ثم انتقلت بعد ذلك لدراسة وسائل الاعلام الجديد، ففي السنوات الاخيرة اتجه بعض الباحثين لاستخدامها في الدراسات التي تناولت البريد الالكتروني والوسائط المتعددة ودقة برامج التعلم عن بعد وجودة الخدمة، وتمت الاشارة الى النظرية في التعرف على الفروق بين الذكور والاناث في التعرض لوسائل اعلام معينة دون وسائل الاعلام الاخرى^٩.

ووضعت نظرية ثراء وسائل الاعلام من قبل ريتشارد دافت Richard L. Daft و روبرت لينجيل Robert. H Lengel ، وقد عرفا النظرية بأنها قدرة المعلومات التي يتم بثها على الحد من الغموض وعدم الوضوح لتعزيز الفهم خلال فترة زمنية محددة، بمعنى أن وسائل الإعلام يمكنها التغلب على الأطر المرجعية المختلفة أو توضيح الأمور الغامضة لتغيير الفهم خلال فترة زمنية مناسبة تعتبر وسائل الاتصال ثرية، بينما وسائل الاتصال التي تتطلب وقتاً طويلاً لتمكين أطراف العملية الاتصالية من الفهم ولا تستطيع

التغلب على وجهات النظر المختلفة تعتبر منخفضة الثراء، وبعبارة أخرى ثراء الوسيلة يشير إلى قدرتها على تسهيل الفهم والمعاني المشتركة^{١٠}

وقد أشار هذان الباحثان الى أن جودة عملية الاتصال تتوقف إلى حد بعيد على خصائص الوسيلة الإعلامية ودورها في تيسير الاتصال بن أفراد الجمهور، من خلال توظيف إمكانياتها الفريدة للتغلب على معوقات العملية الاتصالية، والعمل على بناء إطار دلالي مشترك بين أفراد الجمهور بما يحقق لهم مستويات عالية من الفهم وإدراك المعاني والدلالات المتضمنة في الرسائل الإعلامية المتبادلة فيما بينهم^{١١}.

تتعدد مداخل النظرية التي قامت بتفسير اسباب اختيار الجمهور لوسيط اتصالي دون آخر منها مداخل اعتمدت علي العوامل المتعلقة بالجمهور كالدوافع والاشباع التي يسعى الجمهور لتحقيقها من وراء استخدام الوسيلة المتعلقة بالعادات الاتصالية للجمهور ومنها مداخل اعتمدت علي العوامل المتعلقة بسمات الوسيلة أو بمواقف الاتصال وطبيعته والاخيرة تنسب أسباب اختيار الافراد للوسائل الاتصالية الى السمات أو المميزات التي تتسم بها تلك الوسائل ، حيث يرى أصحاب هذا الاتجاه أن اختيار الوسيلة يحكمه بشكل أساسي ثلاثة أمور وهي: مميزات الوسيلة أو سماتها والهدف من استخدامها والموقف الاتصالي ومن بين هذا الاتجاه نظرية ثراء الوسيلة^{١٢}.

وتوضح نظرية ثراء وسائل الاعلام أن فعالية الاتصال يعتمد على القدر الذي تستخدم به الوسيلة، وتركز النظرية بشكل أكبر علي الاشكال التفاعلية للاتصال في اتجاهين بين القائم بالاتصال والجمهور المستقبل للرسالة، وطبقاً لنظرية ثراء وسائل الاعلام فإن الوسائل التي توفر رجوع صدى تكون وسائل أكثر ثراء كلما قل الغموض،

كلما كان الاتصال الفعال أكثر حدوثاً، وتتنظر النظرية لوسائل مثل الصحف والتلفزيون والراديو على أنها فقيرة لأنها لا تسمح برجع صدى سريع ومباشر^{١٣}.

نظرية ثراء الوسيلة وصحافة الفيديو

وضع بعض الباحثين مجموعة من المتغيرات التي استحدثوها في إطار نظرية ثراء الوسيلة ورأوا أن هذه المتغيرات تؤثر في استخدام وسائل الاتصال بعد اختبارها وثبوت صحتها وهي^{١٤}:

١- سهولة الوصول للوسيلة: Availability فقد سعى « فريد دافيز وآخرون . Davis» D Fred., Al Et خلال عام ١٩٨٩، إلى اختيار هذا المتغير كأحد المتغيرات الحاكمة في اختيار وتفضيل وسائل الاتصال، فسهولة الوصول للوسيلة الاتصالية، وارتباطها بنمط الحياة اليومي للمستخدمين يدعم اختيارها لدى الجمهور.

٢- سرعة الوصول للوسيلة accessibility: أضاف هذا البعد كل من دافت ولينجل Lengel & Daft، حيث وجدوا أن عامل الوقت من العوامل المؤثرة في اختيار وسائل الاتصال، فالحاجة إلى المعرفة وزيادة المعلومة تزيد من أهمية عامل الوقت، ويؤكد موك Moke على أن وسائل الإعلام الجديدة تراعى متغيرات الوقت الذي يحتاجه المستخدم للوصول للوسيلة بما يعزز من إقباله عليها واختيارها، وهناك سمتين يرتبطان بسرعة الوصول للوسيلة هما: أن تسمح الوسيلة للوصول لها في أي وقت بسرعة- أن يتم تحويل الوسيلة من نموذج تلقى إلى نموذج تلقى متعدد

٣- الخبرة السابقة بالوسيط: فقد أكد سيتكن وآخرون (Sitkin et, al.) على أن قدرة الوسيط على تحقيق الهدف من الاتصال بشكل يشعر من خلاله المستخدم بالرضا في الماضي، يشكل اتجاهه نحو الوسيط وخبرته به.

٤- التكلفة المالية: حيث يعد هذا المتغير من المتغيرات الهامة المؤثرة في اختيارات الأفراد للوسائل، وإن كان يختلف تأثر هذا المتغير باختلاف قوة الدافع لدى الفرد، فكلما كان الدافع والحاجة للاتصال قوية وتمس اهتمامات الفرد، كلما قلت أهمية هذا العامل. وتأسيساً على ما سبق ذكره من متغيرات مؤثره في ثراء الوسيلة، يرى الباحث توافر هذه المواصفات في صحافة الفيديو حيث سهولة الوصول إليها وسرعة الوصول وكذا تحقيق الهدف والثقة والمصداقية من خلال الصوت والصورة والتكلفة المادية البسيطة من خلال اتصاله بالإنترنت.

تساؤلات الدراسة

- ١- ما مدى التعرض لصحافة الفيديو بالمواقع الاخبارية لدى عينة الشباب؟
- ٢- ما أهم المواقع الاخبارية التي يتابع عليها الشباب صحافة الفيديو؟
- ٣- ما درجة تعرض الشباب المصري للمضامين الرياضية بصحافة الفيديو بالمواقع الاخبارية؟
- ٤- ما نوعية المضامين الرياضية التي يتابعها الشباب المصري بصحافة الفيديو في المواقع الاخبارية؟
- ٥- ما أسباب متابعة المضامين الرياضية بصحافة الفيديو في المواقع الاخبارية لدى عينة الشباب المصري؟
- ٦- ما أهم مميزات صحافة الفيديو الخاصة بالمضامين الرياضية في المواقع الاخبارية لدى عينة الشباب المصري؟

٧- ما مدى التفاعل مع المضامين الرياضية بصحافة الفيديو في المواقع الاخبارية لدى عينة الشباب المصري؟

٨- ما مساهمة صحافة الفيديو في توعية الشباب المصري بالمضامين الرياضية؟

٩- ما مصداقية صحافة الفيديو لدى الشباب المصري في المضامين الرياضية على المواقع الاخبارية؟

١٠- ما أهم مقترحات الشباب المصري لصحافة الفيديو على المواقع الاخبارية في تناول المضامين الرياضية؟

الدراسات السابقة

من خلال مراجعة التراث العلمي المرتبط بأدبيات صحافة الفيديو، وبعد إجراء مسح للرسائل العلمية ذات الصلة بموضوع الدراسة هناك عدد من الدراسات التي تناولت صحافة الفيديو منها

دراسة: أحمد إبراهيم محمد عطية عبد الله (٢٠١٧)¹⁵ "أولويات القضايا المقدمة في صحافة الفيديو وعلاقتها بترتيب أولويات الجمهور، دراسة تحليلية ميدانية." هدفت الدراسة إلى تحليل استخدام مواقع الصحف الالكترونية لصحافة الفيديو وذلك لمعرفة مواطن القوة والضعف به، وتأثير هذا التعرض على ترتيب أولويات الجمهور للقضايا، استعان الباحث بأداة تحليل المضمون لتحليل ثلاث مواقع صحفية، وهي اليوم السابع، أخبار اليوم، الوفد، خلال شهر أكتوبر ٢٠١٦، وأداة الاستبيان على عينة قوامها ٤٠٠ فرد من الشباب المستخدمين لصحافة الفيديو، ومن نتائجها:- وجود علاقة بين أولويات القضايا المقدمة في صحافة الفيديو وأولويات القضايا لدى الجمهور المتابع لها، وتصدرت قضية أداء الحكومة قائمة الموضوعات السياسية في مقاطع فيديو الدراسة، وتصدرت قضايا التعليم

القضايا الاجتماعية، وجاء التقرير الصحفي في مقدمة الفنون الصحفية بنسبة ٧،٥٧ %، يليه الحوار ثم الخبر الصحفي، وجاءت العناوين التي تتجاوز فيها بنسبة ٨،٧٤ %، يليها الالفاظ الايجابية ثم الالفاظ الخارجة بنسبة 0،5%.

- دراسة (رضوى مبروك، ٢٠١٥)^{١٦}، بعنوان: العلاقة بين صحافة الفيديو الإلكترونية وقارئيه ومشاهدة الوسائل التقليدية، ركزت الدراسة على ظاهرة صحافة الفيديو على شبكة الإنترنت كنتيجة لسياسات الاندماج الإعلامي، واستهدفت الدراسة بشكل اساسي فهم تأثير هذه الظاهرة على قارئيه ومشاهدة الوسائل التقليدية فضلا عن دراسة درجة المصادقية المتصلة بها، واستخدمت الدراسة المنهج المسحي حيث صممت الباحثة دراسة استبيان تم توزيعها علي الإنترنت كأداة لمجمع البيانات، كما شملت العينة ٤٠٤ مجووث تتراوح أعمارهم ما بين ١٨ إلي ٥٥ عام وينتمون إلى مختلف الطبقات الاجتماعية والاقتصادية، في محاولة لمعرفة الخصائص الديموغرافية علي ظاهرة صحافة الفيديو على الإنترنت، وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها: أن صحافة الفيديو عبر شبكة الإنترنت تتمتع بدرجة متوسطة من المصادقية ولا تتأثر بجودة إنتاج مقاطع الفيديو، أما بخصوص تأثير صحافة الفيديو على الإعلام مشاهدة التلفزيون فقد أوضحت الدراسة أن صحافة الفيديو تؤدي إلى تقليل مشاهدة أخبار التلفزيون شريطة أن يغطي مقطع فيديو الإنترنت الحدث من كل جوانبه وتفاصيله.

- دراسة (Samuel Negrodo ، ٢٠١٤)^{١٧}، بعنوان: محتوى صحافة الفيديو في أسبانيا، الأنماط التحريرية، تهدف الدراسة إلى تحليل محتوى فيديو الصحف الإلكترونية في أسبانيا لرصد أنماط الإنتاج والتحرير المتبعة كذلك معرفة ما إذا كان الفيديو كوسيلة

إعلامية قابل للتطبيق عبر الشبكة العنكبوتية في تلك الصحف، واستخدمت الدراسة منهج المسح حيث اعتمدت على تحليل مضمون ٥٢٢ شريط فيديو لمدة ستة أسابيع في أكتوبر ونوفمبر وديسمبر عام ٢٠١١ لأربع صحف إسبانية وهي Elpais.com (١٠٥ شريط فيديو) و Elmundo.es (١٦١ شريط فيديو) و Lavanguardia.com (١٩٢ مقطع فيديو) و Lainformacion.com (٦٣ مقطع فيديو)، واستند الباحث في تصنيفه لفئات المحتوى على تصنيف EBUCore التي تم تكييفها لهذه الدراسة؛ من أجل الحفاظ على مستوى هرمي واحد وأضاف الباحث فقط فئة الاقتصاد من أجل تحديد أفضل لارتباطها بدقة الشئون الاقتصادية في أسبانيا، وجاءت نتيجة الدراسة كالتالي: احتلت الأخبار قمة المواضيع التي تم إنتاجها في عينة الدراسة حيث وصلت لما يقرب من ٥٠% Elpais.com ، و ٤٥ في موقع Lavanguardia.com ، و ٣١% في Elmundo.es، و حوالي ٢٧% من محتوى Elmundo.es خاصة بالترفيه والهوايات، وكانت الفنون تمثل ٩% المحتوى لنفس الصحيفة ثم العلوم الإنسانية ٧% والموسيقى ب ٦%، أما موقع Lavanguardia.com فكانت للترفيه والتسلية ١١%، والسفر والاقتصاد ٩%، وتقدم Elmundo.es رسوم متحركة ضمن المحتوى المعروض على صفحتها عبر الإنترنت.

- دراسة عماد الدين محمود عبد العزيز (٢٠١٧) ١٨ "دور شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل اتجاهات الشباب المصري نحو دعم المشروعات الاقتصادية: مشروع قناة السويس الجديدة نموذجاً"

حاولت الدراسة الحالية التعرف على اتجاهات الشباب المصري نحو دور شبكات التواصل الاجتماعي في دعم المشروعات الاقتصادية بوجه عام ومشروع قناة السويس

علي وجه الخصوص، وتبدو القيمة النظرية والمنهجية لموضوع الدراسة في إطار كونها ترتبط ارتباطاً وثيقاً بموضوع يهتم به كل الناس وهي المسألة الاقتصادية والنمو الاقتصادي لمصر، وقد استندت الدراسة في إطارها النظري على النظرية التكنولوجية لوسائل الإعلام، واعتمدت على منهج المسح باستخدام المسح بالعينة، حيث طبقت استمارة استبيان على عينة مكونة من ٣٨٩ مفردة من الشباب تتراوح أعمارهم من ١٨ إلى ٤٠ سنة، تضمنت عدد من الأسئلة تقيس متغيرات الدراسة. وقد أكدت نتائج الدراسة على المستوى العام الدور المهم لشبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل اتجاهات الشباب نحو دعم مشروع قناة السويس الجديدة، وفي هذا الصدد تشير نتائج الدراسة إلى: - جاء موقع التواصل الاجتماعي book Face في مقدمة المواقع التي اعتمدت عليها عينة الدراسة في متابعة المعلومات الاقتصادية الهامة، وجاء في المرتبة الثانية موقع Twitter موقع Hi5 في المرتبة الثالثة المرتبة الرابعة جاء موقع Linked in ، وجاء Myspace في المرتبة الخامسة. - وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين درجة اهتمام الباحثين بمتابعة مشروع قناة السويس وكلا من (الاتجاه نحو الاعتماد على شبكات التواصل الاجتماعي، الاتجاه نحو دعم مشروع قناة السويس، الاتجاه نحو الدور المستقبلي لشبكات التواصل الاجتماعي). - توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين درجة الاعتماد على شبكات التواصل الاجتماعي وبين كلا من (مستوى التعرض للاتجاه نحو دعم المشروعات) - التأثيرات المترتبة على الاعتماد على شبكات التواصل الاجتماعي في دعم المشروعات) وذلك لصالح الأكثر اعتماداً. - توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين مستوى التعرض واتجاه الباحثين نحو دعم مشروع قناة السويس الجديدة لصالح الأكثر تعرضاً. - وجود علاقة ارتباطية دالة إيجابية بين اتجاه الباحثين نحو دعم المشروعات الاقتصادية وبين درجة تأثير الاعتماد على شبكات التواصل الاجتماعي، وهذا يعني أنه كلما زاد الاعتماد على المواقع زاد الاتجاه نحو دعم المشروعات الاقتصادية الهامة. - وجود علاقة ارتباطية

دالة ايجابيا اتجاه المبحوثين نحو دعم المشروعات الاقتصادية وبين اتجاههم للدور المستقبلي لشبكات التواصل الاجتماعي، وهذا يعني أنه كلما زاد اتجاه الجمهور نحو دعم المشروعات الاقتصادية كان اتجاههم ايجابيا بالنسبة لدورها المستقبلي تجاه دعم المشروعات.

- دراسة أحمد ابراهيم محمد عطيه عبد الله (٢٠٢٠) ١٩، الأطر الإخبارية المصورة في تناول صحافة الفيديو للأحداث الإرهابية وعلاقتها باتجاهات الجمهور نحو هذه الأحداث ، واستهدفت الدراسة تحليل و تفسير تغطية صحافة الفيديو في المواقع الإلكترونية المصرية للأحداث الإرهابية للوصول إلى الأطر الإخبارية التي تتضمنها ملفات الفيديو، و ذلك من خلال دراسة عدة متغيرات تشمل الموضوعات الأكثر بروزاً، و استراتيجيات الأطر المصورة، و اتجاه وطبيعة التغطية المصورة، و القوى الفاعلة و سماتها، و أساليب الإقناع، و المصادر التي اعتمدت عليها مواقع الدراسة للوصول إلى ملفات الفيديو، و زوايا التصوير و دلالاتها، إضافة إلى تحليل الملامح الإخراجية لمقاطع الفيديو، بجانب رصد مدى تأثير الأطر الإخبارية المصورة في تناول صحافة الفيديو للأحداث الإرهابية على اتجاهات الجمهور نحو هذه الأحداث. و من أهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة: احتلت الأطر المتعاطفة أو الإنسانية المرتبة الأولى بالنسبة لمواقع الصحف عينة الدراسة، واحتلت أطر التغيير السياسي والاجتماعي المرتبة الثانية، بينما احتلت أطر دعم الوضع القائم المرتبة الثالثة، كما احتلت الأطر المختلطة المرتبة الرابعة، بينما غابت تماماً الأطر التشخيصية، حيث لم تحرص مواقع الصحف عينة الدراسة على تناول أسباب الأحداث الإرهابية، أو نتائجها، كما لم تحرص أي منها على تقديم الحلول أو المساعدة في وضع استراتيجية لمواجهة هذا الخطر. أظهرت المؤشرات الإحصائية 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. أظهرت المؤشرات الإحصائية عدم وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين كثافة التعرض لمقاطع الفيديو التي تتناول قضايا الإرهاب على شبكة الإنترنت واتجاهات الجمهور نحو الأحداث الإرهابية. أظهرت المؤشرات الإحصائية وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين اتجاهات المبحوثين نحو مقاطع الفيديو التي تتناول قضايا الإرهاب على شبكة الإنترنت واتجاهاتهم نحو الأحداث الإرهابية

- دراسة أمنية عبد الرحمن أحمد (٢٠١٧) " العلاقة بين التعرض لوسائل الإعلام الجديد ووعي الشباب بقضايا الأمن السياسي المصري"^{٢٠} استهدف البحث التعرف على العلاقة بين التعرض لوسائل الإعلام الجديد ووعي الشباب بقضايا الأمن السياسي المصري. واعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي المسحي الإعلامي لتحقيق هدفه. وجاءت أدوات البحث متمثلة في صحيفة استقصاء بالمقابلة كأداة لجمع البيانات، وطبقت على عينة عمدية قوامها (٤٠٠) مفردة من الشباب المصري المستخدم لوسائل الإعلام الجديد على شبكات الإنترنت مقسمة بالتساوي بين الذكور والإناث، وبين ريف وحضر بالتساوي وطبقت على الشباب من محافظة المنيا كوجه قبلي ومحافظة المنوفية كوجه بحري وتم تحديد هاتين المحافظتين لتفاوت الأحياء السكانية بها من حيث المستوى الاقتصادي والاجتماعي والتعليمي ويتنوع بها الريف والحضر. وتوصل البحث إلى مجموعة من النتائج منها، أن هناك علاقة ارتباطية دالة بين الاعتماد على وسائل الإعلام الجديد وزيادة الوعي بالقضايا الداخلية الخاصة بالأمن السياسي المصري بينما لا توجد علاقة بين الاعتماد على وسائل الإعلام الجديد والقضايا الخارجية الخاصة بالأمن المصري،

كما توجد علاقة ارتباطية إيجابية ذات دلالة إحصائية بين الاعتماد على وسائل الإعلام الجديد في الحصول على المعلومات عن قضايا الأمن السياسي المصري وحوادث تأثيرات معرفية أو سلوكية أو وجدانية لدى المبحوثين عينة البحث

- دراسة أميرة حسن سالم (٢٠١٩) " استخدام الشباب الجامعي لصحافة الفيديو الإلكترونية وتأثيرها على المفاهيم المجتمعية لديهم"

هدف البحث إلى التعرف على استخدام الشباب الجامعي لصحافة الفيديو الإلكترونية وتأثيرها على المفاهيم المجتمعية لديهم، المنهج المستخدم يستخدم البحث المنهج المسحي، عينة البحث وتم إجراء البحث على عينة عشوائية من الشباب بلغ قوامها (٤٠٠) مفردة من طلاب جامعة القاهرة، وجامعة مصر الدولية، أدوات الدراسة وتمثلت الأداة في استمارة الاستبيان، وكانت أهم نتائج الدراسة ما يلي:- أن أهم المفاهيم المجتمعية التي يهتم بمتابعتها الشباب الجامعي عينة الدراسة 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، انعدام الرقابة، مكافحة التهرب الضريبي، غياب الثقة في تصريحات السلطة، - نسبة من يرون أن صحافة الفيديو الإلكترونية تسهم بشكل كبير في تعريفهم بالمفاهيم المجتمعية بلغت ٥٨.٣٪، وبلغت نسبة من يرون أنها تسهم إلى حد ما ٢٧.١٪، بينما بلغت نسبة من يرون أنها تسهم نادراً ١٤.٦٪، - لا توجد فرق دال إحصائياً بين متوسطات درجات الذكور ومتوسطات درجات الإناث على مقياس تأثير صحافة الفيديو الإلكترونية على المفاهيم المجتمعية لديهم،- توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين دوافع متابعة صحافة الفيديو الإلكترونية وبين تأثيرها على المفاهيم المجتمعية لديهم.

- دراسة (ناديه الشيخ، ٢٠١٣) ^{٢٢} بعنوان : دوافع استخدام الشباب الجامعي لصحافة الفيديو والإشاعات المتحققة منها، تتلخص مشكلة الدراسة في محاولة معرفة واقع استخدام الشباب الجامعي (١٨-٢١) لصحافة الفيديو والإشاعات المتحققة منها بهدف الكشف عن المضامين الأكثر تداولاً بين الشباب الجامعي عبر صحافة الفيديو كذلك التعرف على الإشاعات المتحققة من استخدام الشباب الجامعي لصحافة الفيديو كخدمة من الخدمات المقدمة على الإنترنت، تنتمي الدراسة للدراسات الوصفية، والتي تعتمد على استخدام منهج المسح الإعلامي، تم تطبيق الدراسة ميدانياً على عينة عشوائية من الشباب الجامعي قوامها (٤٠٠) مفردة (٢٠٠ ذكور - ٢٠٠ إناث) بمحافظة القاهرة والمنوفية، البالغين من العمر (١٨-٢١) عاماً، واستخدمت استمارة استبيان لجمع المعلومات من عينة البحث الميدانية، توصلت الدراسة إلى أن نسبة من يتابعون مقاطع الفيديو التي تنتجها مواقع الصحف الإلكترونية على الإنترنت، دائماً وبصورة منتظمة بلغت ١١.٩٨٪ ، ونسبة الذين يتابعونها بصورة غير منتظمة نحو ٧٦.٨٢٪ في حين أن بلغت نسبة من لا يتابعونها نحو ١١.٢٠٪. كما أوضحت الدراسة أن من يعرفون أن هذه المقاطع يطلق عليها صحافة فيديو من المبحوثين المتابعين تمثلت نسبتهم ب ٤٨.٩٧٪ ومن لا يعرفون نسبتهم ٥١.٠٣٪، جاءت (أحداث سياسية) في مقدمة الموضوعات التي يفضل المبحوثين مشاهدتها على صحافة الفيديو بوزن مؤوي ١٦.١٤٪، ثم موضوعات (الدروس الدينية) في المرتبة الثانية بوزن مؤوي ١٤.٥١٪، ثم (محاضرات علمية) في المرتبة الثالثة بوزن مؤوي ٢٠.٩٪، ثم (برامج مشهورة) في المرتبة الرابعة بوزن مؤوي ٩.٨٠٪ ، وأخيراً (خطب سياسية) بوزن مؤوي ١٣.٨٪. تمثلت الإشاعات التي تحققها صحافة الفيديو

للمبوحثين بالنسبة للاشباعات الاجتماعية جاءت (زيادة المعرفة والاطلاع) في مقدمة الاشباعات، ثم (التعرف على كل ما هو جديد في عالم الإعلام والاتصال). أما الإشاعات التوجيهية جاءت (التسلية والترفيه) في المقدمة، ثم (أشعر بالمتعة والسعادة).

- دراسة (Stanley Harrar Heist، ٢٠١١)٢٣، بعنوان: استراتيجيات إعادة تطوير صحافة الفيديو، تهدف الدراسة إلى إلقاء الضوء على التطور والتغير في العمل في صحافة الفيديو داخل غرف الأخبار حيث تحول الصحفيون من الطريقة التقليدية في إنتاج الأخبار إلى إنتاجها عبر صحافة الفيديو. كذلك عرض فرص نجاح هؤلاء الصحفيين الممارسين لصحافة الفيديو واعتمدت الدراسة على منهج المسح الإعلامي، حيث تم تطبيق الدراسة ميدانيا من خلال المقابلات فأجرى الباحث مقابلات معمقة مع ثمانية صحفيي فيديو، توصلت الدراسة أن صحفيي الفيديو الذين سبق لهم العمل في الصحافة المطبوعة من قبل تمكنوا من النجاح في إنتاج تقارير الفيديو الإخبارية لصحفهم حيث: (١) يمتلك الصحفيين عينة الدراسة الملكة والخبرة الصحفية التي ساعدتهم على التحول إلى محرري أخبار في الصحف المطبوعة إلى محررين بصحافة الفيديو (٢) تمكن هؤلاء الصحفيين من تغيير طريقة تحريرهم من الصحافة التقليدية إلى إنتاج تقارير مصور عبر الفيديو بصورة نسبية (٣) كانت لدى صحفيي الفيديو الرغبة في التطوير من تحرير المواد الصحفية المطبوعة إلى التحرير عبر الفيديو. وأظهرت النتائج أن من أهم الصفات التي ينبغي أن يتحلى بها الصحفي هي المرونة، والمعايير الأخلاقية وإتقان العمل المنفرد وإتقان التصوير الفوتوغرافي والكتابة الصحفية، كما اعتبر صحفيو الفيديو العمل بصحافة الفيديو أكثر أماناً من العمل كمصور فقط لاكتسابهم مهارات متعددة في الكتابة، والتصوير، والتحرير، والمونتاج.

-دراسة: (Shrimali "٢٠١٨")²⁴,فاعلية صحافة الفيديو الإلكترونية في تحسين المفاهيم المجتمعية للشباب في الهند. تهدف الدراسة إلي التعرف علي تأثير الفيديوهات الصحفية في التأثير علي الطالب نحو تبني المفاهيم المجتمعية، واعتمدت الدراسة على المنهج المسحي، وتمثلت عينة البحث في عينة بحثية قوامها 117من القائمين بالاتصال بمؤسسة Unheard India ، وعينة من الطالب الهنود قوامها ٣٥٠ مفردة، واعتمدت الدراسة على استمارة الاستقصاء علي الطالب، إلي جانب استخدام المقابلات المتعمقة مع القائمين بالاتصال كانت نتائج الدراسة ما يلي:- أشارت النتائج فعالية صحافة الفيديو التي يتم تقديمها للشباب وأثر ذلك في ترسيخ القيم المجتمعية، وعلي اقناع الشباب في الانخراط في العمل المجتمعي لحل المشاكل التي تواجه الدولة،- كما أشارت نتائج الدراسة الي أهمية صحافة الفيديو المجتمعية في تكوين رؤية مستقبلية لدي الشباب وضرورة حل الخلافات العرقية مما يؤدي الي احداث تغيير اجتماعي.

- دراسة (Sarah Schmidt ، ٢٠١٠)^{٢٥} بعنوان: صحافة الفيديو في ألمانيا، الوضع الراهن والتوقعات المستقبلية، للدراسة هدف رئيسي مفاده الوقوف على الوضع الراهن لصحافة الفيديو في ألمانيا خلال عام ٢٠١٠ والتوقعات المستقبلية لها، تنتمي الدراسة للدراسات الوصفية، والتي تعتمد على استخدام منهج المسح الإعلامي، كما اعتمدت الدراسة على أداتي الاستقصاء وتحليل المضمون، وتوصلت النتائج إلى مجموعة من النتائج أهمها: بالنسبة للوضع الراهن تحظى صحافة الفيديو في ألمانيا باهتمام المواقع الإلكترونية في المواقع التي وقع عليها اختيار الباحث لإجراء تحليل المضمون عليها

حيث تتميز تلك المواقع بإنتاج مواد صحفية عبر الفيديو فائقة الجودة نظرًا لاستخدام أدوات تصوير متطورة حيث أن تقنية ونقاء معدات الصوت المستخدمة ضرورية لإنتاج مقاطع وأفلام الفيديو جيدة، أما فيما يتعلق بمستقبل صحافة الفيديو في ألمانيا فقد أكد الخبراء على أن صحافة الفيديو ستحظى باهتمام كبير في السنوات القادمة، لما لها من سمات خاصة تميزها عن غيرها من الوسائل، وأيضًا اعتمادًا على قدرة وبراعة وموهبة صحفي الفيديو في صنع أفلامه وحكاياته الخاصة.

دراسة (Schoon". ٢٠١٩)، دراسة استكشافية لصحافة الفيديو الإلكترونية وتأثيرها على المفاهيم الديمقراطية والمجتمعية للشباب. تهدف الدراسة الي التعرف علي دور صحافة الفيديو الالكترونية ومدى تأثيرها على المفاهيم الديمقراطية والمجتمعية للشباب، واعتمد الباحث علي المنهج المسحي، وتمثلت عينة الدراسة في ١٥٦ مفردة من الشباب، و٤٢ مفردة القائم بالاتصال، كانت أهم نتائج الدراسة ما يلي:- أن الفيديوهات تساهم بشكل كبير علي تكوين علاقة قوية بين الشباب والمجتمع وتعمل علي ادماجهم في المشاكل والقضايا التي تواجه المجتمع،- التأثير الكبير لتلك الفيديوهات الصحفية علي ترتيب أولويات أجندة الشباب، حيث أصبح هناك تطابقا كبيرا بين أولويات الشباب والمجتمع نتيجة لتأثير تلك الفيديوهات علي المستوي المعرفي والادراكي لدي فئة الشباب

دراسة: وليد عبد الفتاح النجار(٢٠١٧ ")^{٢٦} إدراك طلاب الاعلام لمفهوم صحافة الفيديو الالكترونية و اتجاهاتهم نحوها: دراسة ميدانية "هدفت الدراسة إلى مدى استخدام طلاب الاعلام لصحافة الفيديو الالكترونية، تنتمي هذه الدراسة إلى البحوث الوصفية، التي تعتمد على منهج المسح، وتمثل عينة الدراسة من طلاب الاعلام بلغت ٤٠٠ طالب وطالبة، وقد استخدمت استمارة الاستبيان لجمع البيانات، وتوصلت الدراسة إلى: - جاءت

نسبة ٩،٥٠% من أفراد يروا أن أوجه الاستفادة من إدراك واعتماد صحافة الفيديو المقدمة بالمواقع الصحفية الالكترونية أن صحافة الفيديو تحاول عمل تقييم شامل للأحداث الجارية في ضوء آراءهم، ونسبة ٥،٤٠% منهم يروا أن صحافة الفيديو أكثر واقعية وملائمة للأحداث، ونسبة ٨،٣٧% منهم يروا أن صحافة الفيديو أكثر جاذبية من المواقع الأخرى. - جاءت نسبة ٧،٥٨% من أفراد العينة يتفاعلوا مع موضوعات صحافة الفيديو المقدمة في المواقع الصحفية الالكترونية بعمل مشاركة لنفس الموضوع، ونسبة ١،٥٨% منهم يتفاعلوا معها بالأعجاب بالموضوع، ونسبة ١،٥١% منهم يتفاعلوا معها بقرأة التعليقات المصاحبة للمضمون المقدم، ونسبة ٩،٤٨% منهم يتفاعلوا معها بالتعليق وايداء الرأي.

- دراسة (Bock ,Mary Angela ، ٢٠٠٩) ^{٢٧}، بعنوان: ممارسة وإنتاج صحافة الفيديو، تهدف الدراسة إلى الوقوف على الممارسات التي تؤثر على عملية جمع الأخبار ، استخدمت الدراسة منهج المسح في الوصول إلى النتائج، واستخدم الباحث عينة الدراسة التحليلية ممثلة في مجموعة من اللقاءات والملاحظات التي جمعها الباحث من الصحفيين في إنجلترا والولايات المتحدة من خلال جمع البيانات من الملاحظات الميدانية حول إنتاج صحافة الفيديو داخل المحطات التلفزيونية ومحطات الراديو والشبكات الاجتماعية في الولايات المتحدة وإنجلترا ، أما الدراسة الميدانية فأجريت علي عينة من الصحفيين في محطات التلفزيون والراديو ومواقع التواصل الاجتماعي بتمرير استمارة الاستبيان على ٨٠ مفردة من مديري غرف الأخبار والصحفيين والمصورين والمواطنين الصحفيين في إنجلترا والولايات المتحدة، وانتهت الدراسة إلى مجموعة من النتائج كانت علي محورين : المحور الاول ويتعلق بشكل القصة الإخبارية وبين المضمون الذي تتناوله القصة من

خلال صحافة الفيديو أشار بإمكانية صحفيي الفيديو سرد القصص الخبرية بشكل أكثر تميزاً حيث قلة القيود المفروضة عليهم؛ والتي تعد عقبة في إنتاج القصة الإخبارية كما أن صحافة الفيديو تخلق نمطاً أكثر تنوعاً في سرد القصة الخبرية عن الطريقة التقليدية لإنتاج الأخبار.

والمحور الثاني ويتعلق بوصف طبيعة العلاقة بين مستخدمي صحافة الفيديو وبين مديري التصوير وهي العلاقة الأكثر تفاعلية وإيجابية.

- دراسة (Ben Lupton و Neil Thurman ، ٢٠٠٨)^{٢٨}، بعنوان: الوسائط المتعددة في المواقع الإخبارية البريطانية ، اتجهت الدراسة إلى وصف وتحليل مقاطع الفيديو المعروضة في المواقع الإلكترونية البريطانية، وكانت المقابلة الأداة التي اعتمدها الباحث عليها في جمع البيانات، وقام الباحث بإجراء مقابلات مع كبار المحررين ومديري المواقع الإلكترونية البريطانية لتحليل ورصد تجاربهم مع الوسائط المتعددة ومحتوى الفيديو الإخباري، وأظهرت نتائج الدراسة أهمية النص المصاحب لمحتوى الفيديو الخبري على المواقع الإلكترونية والذي يقوم بوظيفة تفسيره لمضمون الفيديو، وأوضحت نتائج الدراسة أيضاً أن هناك تراجعاً في تعرض الجمهور لقراءة الصحف ومشاهدة الأخبار التلفزيونية، ومن هنا كان هناك حرصاً من القائمين بالاتصال في المواقع الإلكترونية محل الدراسة على تبني تكنولوجيا الوسائط المتعددة ومقاطع الفيديو الإخبارية في مواقعهم والتي ينظر إليها من قبل القائمين بالاتصال على أنها جزء من مستقبل الأخبار.

دراسة: نهله صلاح عبدالسميع محمود (٢٠١٨) ^{٢٩} التفاعلية في صحافة الفيديو وتأثيرها في تشكيل الوعي الاجتماعي لدى الشباب المصري، تستهدف الدراسة التعرف على مدى تفاعل الشباب المصري مع صحافة الفيديو وتأثيرها في درجة الوعي الاجتماعي لديهم، من خلال تطبيق منهج المسح الإعلامي في دراستين: أحدهما تحليلية باستخدام استمارة تحليل المضمون لتحليل مضمون الفيديوهات الصحفية للقضايا الاجتماعية الآتية: (الحوادث وحقوق الإنسان والتمكين السياسي للمرأة والعنف ضد المرأة) ، والثانية: دراسة ميدانية باستخدام استمارة الاستبيان على (٤٠٤) مفردة من الشباب المصري في المرحلة العمرية (١٨-٣٥) عامًا في محافظات (القاهرة والدقهلية والإسكندرية و بني سويف)، وكانت أهم نتائج الدراسة كالتالي:- جاءت الحوادث في مقدمة القضايا الاجتماعية التي يتفاعل معها المبحوثون والتي جاءت العبارة التي تمثل أشكال التفاعلية التي يقوم بها المبحوثون على الفيديوهات الخاصة بها، العبارة (إضافة تقييم على الفيديو بالإعجاب)، تليها عبارة (الإبلاغ عن الفيديو إذا وجدوا به محتوى غير لائق)، تليها عبارة (البحث في أرشيف القناة عن فيديوهات أخرى للحدث) ، كما جاءت قناة اليوم السابع المصورة في مقدمة القنوات التي يفضل المبحوثون التفاعل معها للحصول على المعلومات حول القضايا الاجتماعية وأيضًا جاءت في المرتبة الأولى في مقياس أبعاد التفاعلية الوظيفية ، تليها قناة بوابة أخبار اليوم ثم قناة المصري اليوم ، كما أكدت الدراسة على استخدام المبحوثين للخدمات التفاعلية أثناء تصفح موقع اليوتيوب من خلال التحكم في مشاهدة الفيديو التي جاءت في المركز الأول ، يليها خدمة الدخول على موقع القناة على الفيس بوك أو تويتر من خلال خدمة الربط بين المواقع ، تليها خدمة مشاهدة الفيديوهات الموصي بها ، وتوصلت الدراسة إلى أن صحافة الفيديو أسهمت في تشكيل وعي

المبوحثين عن الحوادث وقضية حقوق الإنسان والتمكين السياسي للمرأة والعنف ضد المرأة ، والتي ظهرت في التأثيرات المعرفية والسلوكية والوجدانية لدى المبوحثين ، كما تبين وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين استخدام الشباب للأدوات التفاعلية في صحافة الفيديو ودرجة الوعي الاجتماعي لديهم عن القضايا الاجتماعية..

- دراسة "أحمد عبد المجيد عبد العزيز منصور (٢٠٢٠)"^{٣٠} دور التقنيات الحديثة في تطوير الصحافة الاستقصائية بالمواقع الالكترونية - دراسة مقارنة واستهدفت الدراسة التعرف علي دور التقنيات الحديثة في تطوير الصحافة الاستقصائية بالمواقع الالكترونية وتحليل تلك التقنيات المستخدمة في تطوير المضمون الاستقصائي المقدم ومعرفة آليات هذه التقنيات ومدى استيعاب هذه المواقع لتلك التقنيات وكيفية الاستفادة منها في إنتاج وعرض الموضوعات أو القضايا الاستقصائية، بالتطبيق علي مواقع " بالفيد، ذا إنترسبت، مصراوي، مدي مصر، حبر، عمان نت"، وذلك في ضوء نظرية ثراء الوسيلة، ونموذج التفاعلية وتنتمي هذه الدراسة إلي الدراسات الوصفية، واعتمدت الدراسة علي منهج المسح بشقية الوصفي والتحليلي، كما اعتمدت علي أسلوب المقارنة المنهجية، وأهم ما توصلت اليه الدراسة التحليلية تفوق المواقع الامريكية في أنتاج التحقيقات الاستقصائية حيث جاءت في المرتبة الاولي دولة "الولايات المتحدة الامريكية" في أنتاج التحقيقات الاستقصائية مقابل "٤.١٢%" لكل من المواقع المصرية والاردنية، فيما جاءت أولويات اهتمام التحقيقات الاستقصائية بالمواقع الالكترونية -عينة الدراسة- بالموضوعات التي تتعلق بالقضايا الامنية والقضايا الاجتماعية والقضايا السياسية، كما تفوقت التحقيقات الاستقصائية الامريكية التي غلب عليها العمل الجماعي بشكل أكبر من التحقيقات الاستقصائية المصرية والاردنية التي يغلب عليها العمل الفردي. كما يلاحظ أن المواقع

الإلكترونية "عينة الدراسة" أهتمت بإضافة روابط موضوعية وداخلية وخارجية للتحقيقات الاستقصائية وذلك بهدف إثراء العرض للموضوعات أو القضايا الاستقصائية وتعميقها، فيما كشفت النتائج التحليلية تفوق المواقع المصرية في استخدام الفيديو في المعالجة الاستقصائية للقضايا المنشورة مقارنة بالموقع الاردنية والامريكية، حيث جاء موقع "مصري" في المرتبة الأولى من حيث استخدام "الفيديو" مع التحقيقات الاستقصائية التي يقوم الموقع بنشرها، ثم بالمرتبة الثانية موقع "مدي مصر" بنسبة "٠.٢"، وجاء موقع "عمان نت" بالمرتبة الثالثة بنسبة "١.١٢"، ثم تلاها موقع "بازفيد" بالمرتبة الرابعة بنسبة "١.٠٢"، وبالمرتبة الخامسة جاء موقع "حبر" و"ذا انترسبت" بنسبة "٢.٠١"%. وأظهرت الدراسة استخدام التحقيقات الاستقصائية المنشورة بالمواقع الإلكترونية "عينة الدراسة" لتقنيات الصحافة الإلكترونية فيما يتعلق بالنص الصحفي، فقد هيمنت علي المواقع استخدام "النص الثابت، والنص الفائق Hyper Text مع بعضهم البعض، وهو ما يشير إلي اعتماد المواقع الإلكترونية "عينة الدراسة" علي توظيف الامكانيات التكنولوجية الحديثة فيما يتعلق بعملة النص الصحفي بشكل أكبر خلال التحقيقات الاستقصائية المنشورة خلال فترة لدراسة، كما أظهرت النتائج أن التقنيات الحديثة مكنت الصحافة الاستقصائية من مد قراءها بالكثير من المعلومات وذلك عن طريق "الفيديو، العروض التقديمية التفاعلية، الصوت، عناوين متحركة، الروابط المستخدمة، الخرائط"، وأنها أتاحت للقراء باستخدام تلك التقنيات الحديثة وبالاستفادة من ثراء الوسيلة الإلكترونية إمكانية إضافة تعليقاتهم علي الموضوعات الاستقصائية المنشورة ورغم ذلك إلا أن بعض المواقع حرصت علي إخفاء تعليقات القراء وقد يكون ذلك علي خوف من ملاحقة المعلقين وخاصة في الموضوعات السياسية او الأمنية. وبالنسبة لنتائج الدراسة الميدانية تبين أن أكثر الأدوات أهمية لجمع معلومات التحقيقات الاستقصائية في المواقع الإلكترونية التي أصبحت متاحة بفضل التقنيات الحديثة " تحويل جزء من المصادر التقليدية إلى مصادر

رقمية“، ثم ” توفير قواعد بيانات ضخمة“، ثم المقابلة، وأن الصحافة الاستقصائية مناسبة جدا للمواقع الإلكترونية وهذا يرجع لعدة أسباب منها في المرتبة الأولى نشر المعلومات أو التحقيق الاستقصائي بشكل أوسع والتواصل مع صحفيين من دول أخرى، كما يتم توفير تطبيقات كثيرة يمكن استخدامها ومشاركة التحقيق الاستقصائي المنشور إضافة إلي إعطاء طرق جديدة للتوسع في الموضوعات أو القضايا الاستقصائية ثم سهولة الحصول علي رجع الصدى مع القارئ ومد القراء بالكثير من المعلومات عن طريق ”الجدولة الزمنية، الفيديو، الوصلات الخارجية، الصوت، الصور كما أن أدوات النشر التي أستفاد منها الصحفيون الاستقصائيون في التحقيقات الاستقصائية بالمواقع الإلكترونية في ظل الإمكانيات التي إتاحتها التقنيات الحديثة، حيث جاءت بالمرتبة الأولى فئة ”الفيديو“ ثم فئة ” الصوت“ و ”الصورة“ ثم الرسوم .

- دراسة اسلام محمد مطاوع (٢٠٢٠)^{٣١} "توظيف التقنيات الحديثة في تحرير التقرير الصحفي في المواقع الاخبارية الالكترونية – دراسة للمضمون والقائم بالاتصال" وهدفت الدراسة إلى التعرف على توظيف التقنيات الحديثة في تحرير التقرير الصحفي في المواقع الإخبارية الإلكترونية والكشف عن الإمكانيات التفاعلية والنماذج والقوالب الفنية المستخدمة في تحريره بالمواقع الإخبارية.

تتنمى هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية ، مستخدمة منهج المسح ، والمنهج المقارن، كما اعتمدت الدراسة على أداة المقابلة المقننة ،وأداة تحليل المضمون بالإضافة إلى أداة تحليل استخدام الويب للمواقع الإخبارية وهي موقع بوابة الأهرام وموقع بوابة الوفد وموقع الدستور .

وقد توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها:

• هناك العديد من التقنيات المستخدمة في تحرير التقرير الصحفي بالمواقع الإخبارية الإلكترونية كاستخدام الصور والفيديو والرسوم والفيديو جراف والنص الفائق وكثيراً من الإمكانيات التقنية التي توفرها شبكة الإنترنت للمواقع الإخبارية.

• اعتمدت المواقع الإخبارية عينة الدراسة على قالب الهمد المعتدل وهو من القوالب التقليدية بشكل أساسي ولكن اعتمدت أيضاً على قوالب جديدة مثل قالب الساعة الرملية ونمط القائمة واستخدمت نمط المقاطع والأهرام المتعاقبة بنسبة قليلة.

• حرص مواقع الدراسة على الاهتمام بمواقع التواصل الاجتماعي كان قوياً، حيث أن هذه المواقع تحتل مكانة مهمة بالنسبة لجميع الفئات من الجمهور وتحرص المواقع الإخبارية على توفيرها لما لها من نسبة انتشار وإقبال كبير من قبل الجمهور.

-دراسة أحمد إبراهيم محمد عطية عبد الله (٢٠٢٠) ^{٣٢} الأطر الإخبارية المصورة في تناول صحافة الفيديو للأحداث الإرهابية وعلاقتها باتجاهات الجمهور نحو هذه الأحداث" استهدفت الدراسة تحليل و تفسير تغطية صحافة الفيديو في المواقع الإلكترونية المصرية للأحداث الإرهابية للوصول إلى الأطر الإخبارية التي تتضمنها ملفات الفيديو، و ذلك من خلال دراسة عدة متغيرات تشمل الموضوعات الأكثر بروزاً، و استراتيجيات الأطر المصورة، و اتجاه وطبيعة التغطية المصورة، و القوى الفاعلة و سماتها، و أساليب الإقناع، و المصادر التي اعتمدت عليها مواقع الدراسة للوصول إلى ملفات الفيديو، و زوايا التصوير و دلالاتها، إضافة إلى تحليل الملامح الإخراجية لمقاطع الفيديو، بجانب رصد مدى تأثير الأطر الإخبارية المصورة في تناول صحافة الفيديو للأحداث الإرهابية على اتجاهات الجمهور نحو هذه الأحداث. ومن أهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة: احتلت الأطر المتعاطفة أو الإنسانية المرتبة الأولى بالنسبة لمواقع الصحف عينة الدراسة، واحتلت أطر

التغيير السياسي والاجتماعي المرتبة الثانية، بينما احتلت أطر دعم الوضع القائم المرتبة الثالثة، كما احتلت الأطر المختلطة المرتبة الرابعة، بينما غابت تمامًا الأطر التشخيصية، حيث لم تحرص مواقع الصحف عينة الدراسة على تناول أسباب الأحداث الإرهابية، أو نتائجها، كما لم تحرص أي منها على تقديم الحلول أو المساعدة في وضع استراتيجية لمواجهة هذا الخطر. أظهرت المؤشرات الإحصائية 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. أظهرت المؤشرات الإحصائية عدم وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائيًا بين كثافة التعرض لمقاطع الفيديو التي تتناول قضايا الإرهاب على شبكة الإنترنت واتجاهات الجمهور نحو الأحداث الإرهابية. أظهرت المؤشرات الإحصائية وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائيًا بين اتجاهات المبحوثين نحو مقاطع الفيديو التي تتناول قضايا الإرهاب على شبكة الإنترنت واتجاهاتهم نحو الأحداث الإرهابية

-دراسة بسمة سامي عبد الفتاح أبو رحال (٢٠١٠٩) "إنتاج المواقع الإخبارية لصحافة الفيديو ومدى اعتماد الجمهور عليها"

استهدفت الباحثة من خلال الدراسة التعرف على إنتاج المواقع الإخبارية لصحافة الفيديو ومدى اعتماد الجمهور عليها وهو ما يمثل مشكلة البحث، حيث تكمن أهمية الدراسة في محاولة التوصل لإحصائيات وبيانات علمية مفيدة وهادفة حول الظاهرة محل الدراسة، ومعرفة انعكاسها على المجتمع، ومدى اعتماد الجمهور على صحافة الفيديو، وتفاعلهم معها، والتعرف على أهمية صحافة الفيديو لدى المواقع الصحفية الإخبارية الإلكترونية ومدى توجه الجمهور إليها، ومدى اعتبار المواقع الاخبارية صحافة الفيديو وسيلة اتصالية

متقدمة ، محاولة وضع رؤية علمية لتطوير المضمون المقدم من خلال صحافة الفيديو، والوقوف على إمكانية حلول صحافة الفيديو محل الصحافة الورقية. وعملت الدراسة على تحقيق مجموعة من الأهداف ومنها رصد صحافة الفيديو في طريقة انتاجها (صحافة مؤسسات- صحافة أفراد)، ودراسة المحتوى الذي تقدمه صحافة الفيديو والمضمون الذي تتناوله، والتعرف على أكثر الفنون الصحفية التي تم توظيفها في انتاج صحافة الفيديو، ومدى التزام صحافة الفيديو بالقيم الأخلاقية والتشريعية ومدى التزامها بالمعايير المهنية وتحري الدقة في النشر ، وتوصلت الدراسة الي اعتماد الجمهور محل الدراسة علي صحافة الفيديو ، وأن هناك امكانية لحلول صحافة الفيديو محل الصحافة الورقية التي في طريقها الي الاندثار واعتبارها من الماضي.

- دراسة قيس رحمان علي (٢٠١٧) " دور صحافة الفيديو الاقتصادية في تشكيل الصورة الذهنية لرجال الاعمال الخليجيين"^{٣٤} وتناقش هذه الدراسة الأسس العلمية التي يقوم عليها تشكيل الصورة الذهنية في صحافة الفيديو لرجال الأعمال، وتتضمن ذلك المفاهيم المختلفة للصورة الذهنية وصحافة الفيديو مع التركيز على أكثرها صلة بموضوع البحث، بالإضافة إلى التعرف على عناصر الصورة الذهنية ومكوناتها على رجل الأعمال وكيف تتشكل فيه الإدراك إلى أن نصل لتكوين الاتجاهات.

وتوصلت الدراسة الي أن الصورة الذهنية تجاه أي مؤسسة أو هيئة أو رجل أعمال لها أهمية وتأثير كبير من خلال التأثير في الرأي العام للجماهير التي ترتبط مصالحها بهذه الهيئة أو المؤسسة، ونظراً للارتباط بين الصورة ومعطياتها ودورها مع ذهن وسلوكيات رجال الأعمال لذا يأت على كل رجل أعمال أن يكون له دراية عن الصور السائدة في

صحف الفيديو وكل هذا يقوم بتحسين الصورة الذهنية لدى رجال الأعمال وهذا بدوره يؤثر بالمؤسسات والشركات المنتمية له. وقد حظي موضوع الصورة الذهنية وصحافة الفيديو باهتمام الباحثين في الدراسات الإعلامية، اقتصادية، اجتماعية ونفسية وسياسية نظراً للدور المحوري الذي تقوم به الصورة الذهنية في التأثير على مجالات اهتمام هذه الدراسات، وما تقوم به من دور مؤثر في سلوكياتنا وقراراتنا وحياتنا اليومية دون أن نشعر بتأثيراتها الشديدة منتظمة في تسيير أمور حياتنا.

أوجه الاستفادة من الدراسات السابقة:

استهدف الباحث من مراجعة وعرض الدراسات السابقة التعرف على المجالات والموضوعات التي تطرق اليها الباحثون حتي يبني على هذه الدراسات على اعتبار ان البحث العلمي ما هو الا عمليات متراكمة يجب التعرف عليها حتي يتم التطرق الى أفق أوسع في دراستي هذه لإثراء البحث العلمي وعدم تكرار ما تم بحثه، وعلى الرغم من أوجه الاختلاف بين الدراسات السابقة ودراسة الباحث الا انه تم الاستفادة مما يلي:

- ندرة الدراسات السابقة في مجال صحافة الفيديو على اعتبار ان صحافة الفيديو من الموضوعات الجديدة ولم تعتمد عليها الصحافة العالمية الا منذ عدة سنوات، وكذلك الصحافة المصرية التي لم تعتمد عليها الا فيء السنوات الأخيرة.
- يلاحظ أن صحافة الفيديو أصبحت تعتمد عليها الصحافة بشكل أساسي في عرض الكثير من الموضوعات على صفحاتها الالكترونية.
- أصبحت صحافة الفيديو من الألوان الصحفية التي تستهوي جميع الفئات العمرية خاصة فئة الشباب التي أصبح يتابعها بشكل أساسي.

- ساهمت الدراسات السابقة في مساعدة الباحث لتحديد آليات العمل في بحثه، خاصة على مستوى تحديد تساؤلات الدراسة، وصياغة استمارة جمع البيانات وأسئلة الاستبيان، وتحديد الفئات المستهدفة.
- أشارت كل الدراسات السابقة الى ارتفاع أن استخدام الانترنت أصبح شيئاً أساسياً في حياة الشعوب.

نتائج الدراسة الميدانية

أولاً: خصائص عينة الدراسة

جدول رقم (١)

| خصائص العينة | ك | % | |
|---------------------|----------|-----|------|
| النوع | ذكور | ٢٠٠ | %٥٠ |
| | اناث | ٢٠٠ | %٥٠ |
| | الاجمالي | ٤٠٠ | %١٠٠ |
| متوسط نخل الاسرة | منخفض | ١٠٠ | %٢٥ |
| | متوسط | ٢٠٠ | %٥٠ |
| | عالي | ١٠٠ | %٢٥ |
| | الاجمالي | ٤٠٠ | %١٠٠ |
| نوع الكلية | نظرية | ٢٠٠ | %٥٠ |
| | عملية | ٢٠٠ | %٥٠ |
| | الاجمالي | ٤٠٠ | %١٠٠ |

يوضح الجدول السابق خصائص عينة الدراسة حيث جاء تمثيل الذكور بعينة

الدراسة بنسبة ٥٠% من اجمالي عينة الدراسة وكذلك جاء الذكور بنسبة ٥٠% من

اجمالي طلبة الكليات النظرية وكذلك العملية محل الدراسة، وجاء تمثيل الاناث بنسبة متساوية مع تمثيل الذكور.

يتضح أيضا من الجدول السابق أن تمثيل الكليات النظرية والعملية بنسبة متساوية وهي ٥٠٪ من اجمالي العينة محل الدراسة

ويتضح أيضا على مستوى دخل الاسرة أن أسر ٥٠٪ من عينة الدراسة أصحاب دخل متوسط، بينما جاء ٢٥٪ من اجمالي عينة الدراسة أصحاب دخل منخفض، وكذلك ٢٥٪ من عينة الدراسة أصحاب دخل عالي

وتم مراعاة تمثيل العينة على مستوى الذكور والاناث بشكل متساوي وكذلك على مستوى طلبة الكليات النظرية والعملية

ثانياً: متابعة طلبة الجامعات لصحافة الفيديو

جدول رقم (٢)

مدى متابعة صحافة الفيديو

| الاجمالي | | الكليات العملية | | الكليات النظرية | | مدى متابعة صحافة الفيديو |
|----------|-----|-----------------|-----|-----------------|-----|--------------------------|
| % | ك | % | ك | % | ك | |
| ٥٩.٧ | 239 | ٥٦ | 112 | ٦٣.٥ | 127 | يتابع دائماً |
| ٢٢.٨ | 91 | ٢٤ | 48 | ٢١.٥ | 43 | يتابع أحياناً |
| ١٧.٥ | ٧٠ | ٧ | ٤٠ | ١٥ | ٣٠ | لا يتابع |
| %١٠٠ | ٤٠٠ | ١٠٠ | ٢٠٠ | %١٠٠ | ٢٠٠ | الإجمالي |

يوضح الجدول السابق رقم (٢) مدى متابعة طلبة الجامعات (كلا من الكليات النظرية والعملية) لصحافة الفيديو والتي تعتبر جزء مهم من الاعلام الجديد، وأشارت بيانات

الجدول الى أن حوالي ٦٠٪ من طلبة الجامعات يتابعون صحافة الفيديو بشكل منتظم ودائم، وان ارتفعت نسبة المتابعة قليلا بين طلاب الكليات النظرية مقارنة بطلاب الكليات العملية، وقد يرجع ذلك لطبيعة الدراسة بالكليات العملية مقارنة بالكليات النظرية. وكذلك على مستوى المتابعة بشكل غير منتظم (أحيانا) اقتربت نسبة المتابعة على مستوى كلا من الكليات النظرية والعملية، فجاءت بنسبة ٢١.٥٪ بالكليات النظرية ونسبة ٢٤٪ بالنسبة للكليات العملية

ارتفعت نسبة عدم متابعة طلبة الكليات النظرية لصحافة الفيديو مقارنة بالكليات العملية فنلاحظ أن ١٥٪ من اجمالي طلبة الكليات النظرية لا يتابعون صحافة الفيديو بينما ٧٪ فقط من طلبة الكليات العملية لا يتابعون صحافة الفيديو، وقد يرجع ذلك لطبيعة الدراسة بالكليات العملية حيث يتابعون فيديوهات عملية خاصة بدراساتهم وهو ما يشجعهم بالتبعية على متابعة صحافة الفيديو.

ثالثاً: متابعة طلبة الجامعات للمضامين الرياضية بصحافة الفيديو

جدول رقم (٣)

مدى متابعة المضامين الرياضية بصحافة الفيديو

| الاجمالي | | الكليات العملية | | الكليات النظرية | | مدى متابعة المضامين الرياضية بصحافة الفيديو |
|----------|-----|-----------------|-----|-----------------|-----|---|
| % | ك | % | ك | % | ك | |
| 55.1 | 182 | 53.1 | 85 | 57.1 | 97 | يتابع دائماً |
| 38.5 | 127 | 40 | 64 | 37 | 63 | يتابع أحياناً |
| 6.4 | 21 | 6.9 | 11 | 5.9 | 10 | لا يتابع |
| ١٠٠ | 330 | ١٠٠ | 160 | %١٠٠ | 170 | الإجمالي |

يشير الجدول السابق رقم (٣) الى مدى الانتظام في متابعة المضامين الرياضية على مستوى طلبة الجامعات النظرية منها والعملية، واتضح التقارب النسبي الكبير في الانتظام في المتابعة بين كل من طلبة الكليات النظرية والعملية بالجامعات المصرية، مع ارتفاع طفيف بين طلبة الكليات النظرية في انتظام المشاهدة مقارنة بطلبة الكليات العملية، حيث جاء ٥٧.١% من طلبة الكليات النظرية يتابعون المضامين الرياضية بانتظام بينما انخفضت المتابعة المنتظمة بالكليات العملية بنسبة ٥٣.١% من اجمالي طلبة الكليات العملية محل الدراسة.

أما على مستوى المتابعة غير المنتظمة (أحياناً) فارتفعت نسبة متابعة المضامين الرياضية بصحافة الفيديو بين طلبة الكليات النظرية مقارنة بطلبة الكليات العملية، فجاءت بنسبة ٣٧% لطلبة الكليات النظرية وارتفعت الي ٤٠% بين طلبة الكليات العملية. جاء حوالي ٦% من طلبة الكليات النظرية لا يشاهدون المضامين الرياضية بصحافة الفيديو وحوالي ٧% من طلبة الكليات العملية.

رابعاً: أسباب متابعة شباب الجامعات للمضامين الرياضية بصحافة الفيديو

جدول رقم (٤)

أسباب متابعة المضامين الرياضية بصحافة الفيديو

| الاجمالي | | الكلديات العملية | | الكلديات النظرية | | أسباب متابعة المضامين الرياضية بصحافة الفيديو |
|----------|-----|------------------|----|------------------|----|---|
| % | ك | % | ك | % | ك | |
| 19.8 | 168 | 17.9 | 71 | 21.5% | 97 | أحب الرياضة |
| 13.6 | 115 | 22.2 | ٨٨ | 6 | ٢٧ | استخدامها للصوت والصورة |
| 12.4 | 105 | 9.3 | 37 | 15 | 68 | الحداثة (متابعة كل جديد) |
| 11.5 | 97 | 15.4 | ٦١ | 8 | 36 | امكانية المتابعة في أي وقت ومكان |
| 10 | 84 | 3.3 | ١٣ | 15.7 | ٧١ | متابعة الاحداث التي لم اشاهدها في وقت عرضها |
| 7.3 | 62 | 7.8 | 31 | 6.9 | 31 | مشاهدة أهداف المباريات غير المذاعة |
| 6.1 | 52 | 2.8 | ١١ | 9.1 | ٤١ | التسلية والترفيه |
| 4 | 34 | 6.8 | 27 | 1.6 | 7 | مصادقية المصدر |
| 3.2 | 27 | 3 | ١٢ | 3.3 | ١٥ | تعطني احساس بالتميز |
| 3.1 | 26 | 2.3 | 9 | 3.8 | 17 | تتيح فرصة التفاعل بالتعليق أو بالمشاركة |
| 2.8 | 24 | 6.1 | ٢٤ | - | - | سهولة الحصول على الاخبار |
| 2.6 | 22 | 1.3 | 5 | 3.8 | 17 | لأنها جذابة |

| الاجمالي | | الكليات العملية | | الكليات النظرية | | أسباب متابعة المضامين الرياضية بصحافة الفيديو |
|----------|-----|-----------------|-----|-----------------|-----|---|
| % | ك | % | ك | % | ك | |
| 2.1 | 18 | 1.8 | ٧ | 2.4 | 11 | متابعة أخبار اللاعبين المصريين المحترفين |
| 1.5 | 13 | - | - | 2.9 | 13 | متابعة الاحداث التاريخية الرياضية المميزة |
| ١٠٠ | 847 | ١٠٠ | 396 | %١٠٠ | 451 | الإجمالي |

يوضح الجدول السابق أسباب متابعة طلبة الجامعات الموضوعات والاحداث الرياضية بصحافة الفيديو والتي أشارت اليها عينة الدراسة، حيث جاء حب الرياضة في مقدمة الاسباب التي تدفع شباب الجامعات لمتابعة الموضوعات الرياضية بصحافة الفيديو بنسبة تقترب من خمس أفراد العينة محل الدراسة، وكان أيضاً حب الرياضة الدافع الاساسي والسبب الرئيسي لدى طلبة الكليات النظرية بينما كان في المرتبة الثانية لطلبة الكليات العملية.

وعلي الجانب الاخر جاء تميز صحافة الفيديو باستخدام الصوت والصورة سبب رئيس ودافع محوري لمتابعة طلبة الكليات العملية للموضوعات الرياضية بصحافة الفيديو بنسبة ٢٢.٢٪، وذلك على العكس من طلبة الكليات النظرية الذي جاء هذا الدافع بنسبة ٦٪ فقط

جاءت الحداثة ومتابعة كل جديد في المرتبة الثالثة لدوافع متابعة الموضوعات الرياضية بصحافة الفيديو لدى الشباب الجامعي بعينة الدراسة، واحتلت ترتيب متقدم لدى طلبة الكليات النظرية بنسبة ١٥٪، بينما انخفضت نسبتها لدى طلبة الكليات العملية بنسبة ٩.٣٪.

وجاءت امكانية المتابعة في أي وقت وأي مكان من أهم دوافع متابعة الموضوعات الرياضية بصحافة الفيديو لدى أفراد العينة حيث احتلت الترتيب الرابع، وارتفعت نسبتها بين شباب الكليات العملية مقارنة بالكليات النظرية

خامساً: أسباب عدم متابعة المضمين الرياضية بصحافة الفيديو

جدول رقم (٥)

أسباب عدم متابعة الموضوعات الرياضية بصحافة الفيديو

| الاجمالي | | الكليات العملية | | الكليات النظرية | | أسباب عدم متابعة المضمين الرياضية بصحافة الفيديو |
|----------|----|-----------------|----|-----------------|----|--|
| % | ك | % | ك | % | ك | |
| ٣٣.٣ | ٧ | ٣٦.٤ | ٤ | ٣٠ | ٣ | لا أحب الرياضة |
| ٢٨.٦ | ٦ | ٣٦.٤ | ٤ | ٢٠ | ٢ | مشغول |
| ١٤.٣ | ٣ | ١٨.١ | 2 | ١٠ | 1 | التكلفة |
| ١٤.٣ | ٣ | ٩.١ | ١ | ٢٠ | ٢ | أكتفي بالمشاهدة على قنوات الرياضة المتخصصة |
| ٩.٥ | ٢ | - | - | ٢٠ | ٢ | ضعف الانترنت وصعوبة تحميل الفيديوهات |
| ١٠٠ | ٢١ | ١٠٠ | ١١ | %١٠٠ | ١٠ | الإجمالي |

يشير الجدول السابق رقم (٥) الي اسباب عدم متابعة الموضوعات الرياضية بصحافة الفيديو لدى طلبة الكليات المصرية النظرية والعملية علي السواء، وجاء عدم حب الرياضة بنسبة ٣٣.٣% السبب الرئيسي لعدم المتابعة لدي طلبة الكليات النظرية والعملية، وجاء الانشغال وعدم وجود وقت للمتابعة ثاني أحد أهم الاسباب لعدم المتابعة لدى افراد عينة الدراسة من طلبة الجامعات المصرية بنسبة ٢٨.٦% من اجمالي غير المتابعين من

عينة الدراسة، وجاءت تكلفة متابعة صحافة الفيديو للموضوعات الرياضية كثالث أهم اسباب عدم المتابعة بين افراد عينة الدراسة بنسبة ١٤.٣٪ من اجمالي غير المتابعين، تلاها الاكتفاء بالمشاهدة على قنوات التلفزيون المتخصصة في الرياضة في المرتبة الرابعة لأسباب عدم متابعة الموضوعات الرياضية بصحافة الفيديو بنسبة ١٤.٣٪ من اجمالي غير المتابعين، جاء ضعف الانترنت وصعوبة تحميل الفيديوهات وتشغيلها أقل اسباب عدم متابعة الموضوعات الرياضية بصحافة الفيديو بين أفراد عينة الدراسة.

وبالنسبة لطلبة الكليات النظرية جاء عدم حب الرياضة في المرتبة الاولى لأسباب عدم متابعتهم للموضوعات الرياضية بصحافة الفيديو بنسبة ٣٠٪ تلاها كل من الانشغال وعدم وجود وقت والاكتفاء بمشاهدة قنوات التلفزيون الرياضية المتخصصة وضعف الانترنت بنسبة واحدة ٢٠٪.

بينما على مستوى الكليات العملية جاء عدم حب الرياضة والانشغال وعدم وجود وقت في المرتبة الاولى بنسبة واحدة ٣٦.٤٪، تلاهما تكلفة مشاهدة الفيديوهات بنسبة ١٨.١٪ ثم الاكتفاء بمشاهدة قنوات التلفزيون الرياضية المتخصصة بنسبة ٩.١٪، ولم يبتعد أي من افراد عينة الدراسة بالكليات العملية عن متابعة الموضوعات الرياضية بصحافة الفيديو بسبب ضعف الانترنت.

سادساً: عدد مرات تعرض الشباب الجامعي للمضامين الرياضية بصحافة الفيديو

جدول رقم (٦)

عدد مرات تعرض شباب الجامعات للمضامين الرياضية بصحافة الفيديو

| الإجمالي | | الكليات العملية | | الكليات النظرية | | عدد مرات تعرض شباب الجامعات للمضامين الرياضية بصحافة الفيديو |
|----------|-----|-----------------|-----|-----------------|-----|--|
| % | ك | % | ك | % | ك | |
| ٤٢.٤ | ١٣١ | ١١.٤ | ١٧ | ٧١.٣ | ١١٤ | يومية |
| ٢٢ | ٦٨ | ٢٨.٢ | ٤٢ | ١٦.٢ | ٢٦ | حسب الاحداث الرياضية |
| ٣٥.٦ | ١١٠ | ٦٠.٤ | ٩٠ | ١٢.٥ | ٢٠ | حسب وقت الفراغ الخاص بي |
| ١٠٠ | ٣٠٩ | ١٠٠ | ١٤٩ | %١٠٠ | ١٦٠ | الإجمالي |

يلاحظ من الجدول السابق (٦) ارتفاع نسبة التعرض اليومية للموضوعات الرياضية بصحافة الفيديو بين الشباب الجامعي بشكل عام بنسبة ٤٢.٤% من افراد عينة الدراسة تلاها حسب وقت الفراغ ثم حسب الاحداث الرياضية التي يهتم بها المبحوث من افراد عينة الدراسة.

وبالنسبة لطلبة الكليات النظرية كان التعرض اليومي بين عدد كبير منهم بنسبة ٧١.٣% أي ما يقارب ثلاثة ارباع المتابعين للموضوعات الرياضية من طلبة الكليات النظرية، وعلى النقيض من ذلك طلبة الكليات العملية الذين يتابعون حسب وقت فراغهم بنسبة ٦٠.٤% من المتابعين منهم وهو ما يعد دلالة على مناسبة صحافة الفيديو لظروف دراستهم العملية وانشغالهم حيث تتيح لهم ميزة المشاهدة في أي وقت دون الارتباط بمواعيد محددة للعرض، وانخفضت نسبة التعرض اليومي بينهم الي ١١.٤% في المرتبة الاخيرة لعدد مرات التعرض للموضوعات الرياضية بصحافة الفيديو.

وجاء التعرض حسب الاحداث الرياضية في المرتبة الثانية لكل من طلبة الكليات النظرية العملية فجاءت بنسبة ١٦.٢% لطلبة الكليات النظرية ونسبة ٢٨.٢% لطلبة الكليات العملية من اجمالي متابعي الموضوعات الرياضية بصحافة الفيديو.

سابعاً: أهم المواقع الإخبارية التي يتابع عليها الشباب الجامعي المضامين الرياضية

جدول رقم (٧)

المواقع الاخبارية التي يتابع شباب الجامعات المضامين الرياضية بصحافة

الفيديو

| الإجمالي | | الكليات العملية | | الكليات النظرية | | المواقع الاخبارية التي يتابع شباب الجامعات المضامين الرياضية بصحافة الفيديو |
|----------|-----|-----------------|----|-----------------|----|---|
| % | ك | % | ك | % | ك | |
| 14.8 | 138 | 12.6 | ٥١ | 16.5 | ٨٧ | اخبار الأهلي |
| 11.2 | 104 | 9.4 | ٣٨ | 12.5 | ٦٦ | اخبار الزمالك |
| 10.2 | 95 | 18 | 73 | 4.2 | ٢٢ | كورة |
| 7.9 | 74 | 5.4 | ٢٢ | 9.9 | ٥٢ | ريال مدريد |
| 7.8 | 73 | 7.9 | ٣٢ | 7.8 | ٤١ | برشلونة |
| 6.6 | 62 | 10.3 | ٤٢ | 3.9 | ٢٠ | أخبار جوجل |
| 6.3 | 59 | 9.1 | ٣٧ | 4.2 | ٢٢ | أخبارك نت |
| 5.7 | 53 | 10.1 | ٤١ | 2.3 | ١٢ | Sport360 |
| 4.3 | 40 | 3 | ١٢ | 5.3 | ٢٨ | يلا شوت |
| 4.1 | 38 | 1.2 | ٥ | 6.3 | ٣٣ | مصراوي |
| 4 | 37 | 0.5 | ٢ | 6.6 | ٣٥ | اليوم السابع |

| | | | | | | |
|-----|-----|-----|-----|------|-----|---------------|
| 4 | 37 | 5.2 | ٢١ | 3 | ١٦ | FiGoal |
| 3.5 | 33 | 2.7 | ١١ | 4.2 | ٢٢ | يلا كورة |
| 3.1 | 29 | 1 | ٤ | 4.7 | ٢٥ | المصري اليوم |
| 2.4 | 22 | 1.7 | ٧ | 2.8 | ١٥ | بطولات |
| 1.9 | 18 | 1.2 | ٥ | 2.4 | ١٣ | هاي كورة |
| 1.5 | 14 | 0.2 | ١ | 2.4 | ١٣ | الوطن سبورت |
| 0.6 | 6 | 0.5 | ٢ | 0.8 | ٤ | RT Arabic |
| 0.1 | 1 | 0 | ٠ | 0.2 | ١ | بوابة الاهرام |
| ١٠٠ | 933 | ١٠٠ | 406 | %١٠٠ | 527 | الإجمالي |

يشير الجدول السابق رقم (٧) الى أهم المواقع الاخبارية التي يرتادها طلبة الجامعات المصرية لمتابعة الموضوعات الرياضية بصحافة الفيديو واحتلت مواقع النادي الاهلي والزمالك وموقع كورة المراكز الاولى كأهم المواقع الاخبارية لصحافة الفيديو الرياضية بنسب ١٤.٨٪، ١١.٢٪، ١٠.٢٪ على التوالي من اجمالي المتابعين من افراد الدراسة، تلاهم موقعي ريال مدريد وبرشلونة بنسب ٧.٩٪، ٧.٨٪، وهو ما يشير الي اتجاه شباب الجامعات الى مواقع الاندية الشهيرة والمحبة اليهم مثل الاهلي والزمالك وريال مدريد وبرشلونة وهي من أكثر الاندية الرياضية شعبية في مصر والعالم التي يشجعها الشباب المصري، ثم جاءت المواقع الاخبارية الأخرى في المراتب التالية لمواقع الاندية الشهيرة مواقع أخبار جوجل، أخبارك نت، Sport360، يلا شوت، ثم مواقع مصراوي، اليوم السابع، FiGoal، يلا كورة، المصري اليوم و موقع بطولات، هاي كورة، الوطن سبورت، وموقع RT Arabic، والغريب والمثير للانتباه أن افراد عينة الدراسة لم يتابع أي منهم أي موقع الكتروني للصحف القومية الا جريدة الاهرام وجاءت في المرتبة الاخيرة ولم يذكرها

سوى فرد واحد من افراد عينة الدراسة، ويعد ذلك اشارة الى اقتراب نهاية حقبة الصحف القومية في مصر على الاقل بالنسبة للشباب المصري طبقاً للدراسة.

وبالنسبة لطلبة الكليات النظرية جاءت مواقع الاهلي والزمالك في مقدمة المواقع التي يتابعونها، اما بالنسبة للكليات العملية فكانت مواقع الاهلي وأخبار جوجل و Sport360 في مقدمة المواقع التي يتابعون الموضوعات الرياضية بصحافة الفيديو بها، وقد يرجع تفضيل أخبار جوجل لأنه موقع متنوع يستطيعون من خلاله التعرف على أهم الموضوعات والأخبار بشكل سريع حيث إنه يعرضها من المواقع المختلفة وهو ما يتفق مع انشغال طلبة الكليات العملية كما أفادوا في النتائج الخاصة بمرات التعرض للموضوعات الرياضية بصحافة الفيديو.

ثامناً: أهم المضامين الرياضية التي يتابعها الشباب الجامعي بصحافة الفيديو

جدول رقم (٨)

أهم المضامين الرياضية التي يتابعها شباب الجامعات بصحافة الفيديو

| الاجمالي | | الكليات العملية | | الكليات النظرية | | أهم المضامين الرياضية التي يتابعها شباب الجامعات بصحافة الفيديو |
|----------|-----|-----------------|-----|-----------------|-----|---|
| % | ك | % | ك | % | ك | |
| 14.1 | 236 | 15.8 | 115 | 12.8 | 121 | دوري أبطال افريقيا |
| 11.6 | 194 | 11.3 | 82 | 11.9 | 112 | الموضوعات الخاصة بالنادي الأهلي |
| 9.6 | 159 | 9.9 | 72 | 9.2 | 87 | الدوريات الاوربية |
| 9.5 | 158 | 11.1 | 81 | 8.2 | 77 | دوري أبطال أوروبا |
| 9.3 | 156 | 8 | 58 | 10.4 | 98 | الدوري العام المصري |

| الاجمالي | | الكليات العملية | | الكليات النظرية | | أهم المضامين الرياضية التي يتابعها شباب الجامعات بصحافة الفيديو |
|----------|------|-----------------|-----|-----------------|-----|---|
| % | ك | % | ك | % | ك | |
| 9.2 | 155 | 8.4 | 61 | 9.9 | 94 | الموضوعات الخاصة بنادي الزمالك |
| 8.3 | 138 | 8.4 | 61 | 8.2 | 77 | الاخبار الرياضية المحلية |
| 6.5 | 109 | 6.2 | 45 | 6.8 | 64 | أخبار المحترفين المصريين وخاصة محمد صلاح |
| 6.4 | 106 | 5.8 | 42 | 6.8 | 64 | انتقالات اللاعبين |
| 3.7 | 62 | 3.7 | 27 | 3.7 | 35 | أخبار النجوم العالميين |
| 2.7 | 45 | 2.3 | 17 | 3 | 28 | مصارعة المحترفين |
| 2.4 | 40 | 1.1 | 8 | 3.4 | 32 | الاحداث الرياضية التاريخية الكبرى |
| 2.3 | 39 | 2.3 | 17 | 2.3 | 22 | فيديوهات لكبار النجوم الرياضيين |
| 2 | 33 | 2.9 | 21 | 1.3 | 12 | البطولات الكبرى في الملاكمة |
| 1.3 | 22 | 1.8 | 13 | 0.9 | 9 | بطولات ألعاب القوى |
| 1.1 | 18 | 1 | 7 | 1.2 | 11 | سباقات السيارات والفورمويولا |
| ١٠٠ | 1670 | ١٠٠ | 727 | %١٠٠ | 943 | الإجمالي |

يتضح من الجدول السابق رقم (٨) اهتمام الشباب الجامعي بمتابعة دوري أبطال أفريقيا بنسبة ١٤.١% من اجمالي المتابعين للموضوعات الرياضية بصحافة الفيديو، تلاه متابعة الموضوعات الخاصة بالنادي الاهلي المصري بنسبة ١١.٦%، وهو ما يشير الى مدى شعبية النادي الاهلي واهتمام الشباب بمتابعة اخباره سواء افريقياً أو علي مستوى المحلي، ويهتم الشباب الجامعي بمتابعة الدوريات الاوروبية ودوري أبطال أوروبا علي التوالي

بنسب ٩.٦٪ و ٩.٥٪، وهو ما يشير الى قدرة الدوريات الاوربية علي جذب الشباب الجامعي بعيداً عن الفعاليات والبطولات المحلية نظراً لضعف البطولات المحلية وأيضاً يتجه للبطولات الاوربية لمتابعة مشاهير النجوم في كرة القدم، ويأتي اهتمام الشباب بمتابعة الدوري المصري في المرتبة الخامسة بنسبة ٩.٣٪ ، ويعد ذلك اشارة الى فشل البطولة المحلية في جذب الشباب وانصرافه عن متابعتها، وجاءت متابعة الموضوعات الخاصة بنادي الزمالك في المرتبة السادسة بنسبة ٩.٢٪، تلاها أخبار الرياضة المحلية ثم أخبار المحترفين المصريين وخاصة النجم المصري محمد صلاح بنسب ٨.٣٪ و ٦.٥٪ علي التوالي.

والملاحظ الرياضات الاخرى غير كرة القدم جاءت الاقل اهتماماً علي الاطلاق بالنسبة للمتابعين من أفراد العينة محل الدراسة، حيث جاءت الملاكمة وألعاب القوى وسباقات الفورمولا في المراتب الاخيرة بالترتيب علي التوالي بنسب ٢٪، ١.٣٪، ١.١٪ من اجمالي المتابعين من شباب الجامعات عينة الدراسة.

تاسعاً: أسلوب تفاعل شباب الجامعات مع المضامين الرياضية بصحافة الفيديو

جدول رقم (٩)

أسلوب تفاعل شباب الجامعات مع المضامين الرياضية بصحافة الفيديو

| الاجمالي | | الكليات العملية | | الكليات النظرية | | أسلوب تفاعل شباب الجامعات مع المضامين الرياضية بصحافة الفيديو |
|----------|-----|-----------------|----|-----------------|----|---|
| % | ك | % | ك | % | ك | |
| ٢٥ | 114 | 22.9 | 43 | 26.6 | 71 | الإعجاب |
| 13 | 59 | 9 | 17 | 15.7 | 42 | التعليق بإبداء الرأي أو ملاحظات على الموضوع |
| 10.6 | 48 | 5.9 | 11 | 13.9 | 37 | عمل مشاركة للموضوع مع آخرين |

| الاجمالي | | الكليات العملية | | الكليات النظرية | | أسلوب تفاعل شباب الجامعات مع المضامين الرياضية بصحافة الفيديو |
|----------|-----|-----------------|-----|-----------------|-----|---|
| % | ك | % | ك | % | ك | |
| 6.2 | 28 | 3.7 | 7 | 7.9 | 21 | حفظ الموضوع |
| 9.5 | 43 | 2.1 | 4 | 14.6 | 39 | متابعة تعليقات مشاهدي الموضوع |
| 9.8 | 45 | ٧.٥ | 14 | 11.6 | 31 | ارسال الموضوع للأصدقاء |
| 25.9 | 118 | 48.9 | 92 | 9.7 | 26 | أكتفي بالمشاهدة فقط |
| ١٠٠ | 455 | ١٠٠ | 188 | %١٠٠ | 267 | الإجمالي |

يتضح من الجدول السابق رقم (٩) أن عمل الاعجاب أو لايك من أكثر اساليب التفاعل التي يستهويها شباب الكليات النظرية علي الاطلاق، حيث جاء الاعجاب (Like) كأول اسلوب لتفاعل شباب الكليات النظرية في متابعة الموضوعات الرياضية بصحافة الفيديو بنسبة ٢٦.٦% من المتابعين من الكليات النظرية، وجاء التعليق بإبداء الرأي أو ملاحظة علي الموضوع في المرتبة الثانية بنسبة ١٥.٧% من متابعي الكليات النظرية ، وجاءت أسلوب التفاعل بمتابعة التعليقات علي الموضوع في المرتبة الثالثة بنسبة ١٤.٦% ، تلاها عمل مشاركة (شير) للموضوع في المرتبة الرابعة بنسبة ١٣.٩%، وجاء اسلوب التفاعل بإرسال الموضوع للأصدقاء في المرتبة الخامسة بنسبة ١١.٦%، وتمتتع نسبة من متابعي الموضوعات الرياضية بصحافة الفيديو من شباب الكليات النظرية عن التفاعل وتكتفي بمشاهدة ومتابعة الفيديو بنسبة ٩.٧% في المرتبة السادسة وقبل الاخيرة، أما حفظ الموضوع سواء علي الكمبيوتر أو الموبيل فيأتي في المرتبة الاخيرة كأقل الاساليب التفاعلية لطلبة الكليات النظرية متابعي الموضوعات الرياضية بصحافة الفيديو.

أما علي مستوى طلبة الكليات العملية فالإكتفاء بالمشاهدة وعدم التفاعل مع صحافة الفيديو والموضوعات الرياضية التي يتابعونها بنسبة ٤٨.٩% وقد يرجع ذلك لانشغالهم

وعدم وجود وقت لديهم للتفاعل علي عكس طلبة الكليات النظرية، ثم جاء التفاعل بالإعجاب (لايك) في المرتبة الثانية وهو أقل اشكال التفاعل بنسبة ٢٢.٩٪ ، وجاء التعليق بإبداء الرأي في المرتبة الثالثة بنسبة ٩٪ ، ثم ارسال الموضوعات للأصدقاء في المرتبة الرابعة بنسبة ٧.٥٪، ثم عمل مشاركة في المرتبة الخامسة بنسبة ٥.٩٪، ثم حفظ الموضوع بالمرتبة قبل الاخيرة بنسبة ٣.٧٪، وفي المرتبة الاخيرة لطلبة الكليات العملية تأتي متابعة وقرائة تعليقات المشاهدين بنسبة ٢.١٪ ويعد هذا منطقياً أن يأتي اسلوب التفاعل هذا في المرتبة الاخيرة لطلبة الكليات العملية .

عاشراً: أهم الادوار التي تقوم بها صحافة الفيديو الالكترونية في إدراك الشباب الجامعي للمضامين الرياضية بصحافة الفيديو

جدول رقم (١٠)

أهم الادوار التي تقوم بها صحافة الفيديو الالكترونية في إدراك الشباب الجامعي للمضامين الرياضية بصحافة الفيديو

| الاجمالي | | الكليات العملية | | الكليات النظرية | | أهم الادوار التي تقوم بها صحافة الفيديو الالكترونية في إدراك الشباب الجامعي للقضايا والموضوعات الرياضية بصحافة الفيديو |
|----------|------|-----------------|------|-----------------|------|--|
| ك | % | ك | % | ك | % | |
| 210 | 68 | 123 | 82.6 | 87 | 54.4 | إدراك الموضوعات تماماً |
| 76 | 24.6 | 24 | 16.1 | 52 | 32.5 | إدراك الموضوعات الى حد ما |
| 23 | 7.4 | 2 | 1.3 | 21 | 13.1 | لا أدركها |
| 309 | ١٠٠ | ١٤٩ | ١٠٠ | ١٦٠ | %١٠٠ | الإجمالي |

يجيب الجدول السابق رقم (١٠) عن التساؤل الأهم الي أي مدى تستطيع صحافة الفيديو أن يدرك من خلالها شباب الجامعات الموضوعات الرياضية، حيث استطاعت أن تحقق الإدراك التام لأكثر من نصف متابعي الموضوعات الرياضية من طلبة الكليات النظرية بنسبة ٥٤.٤٪، بينما حققت الإدراك التام لأكثر من ثلاثة أرباع المتابعين من الكليات العملية بنسبة ٨٢.٦٪، وتعد هذه شهادة نجاح لصحافة الفيديو على قدرتها على تحقيق الإدراك وتوصيل المعلومة الكاملة للشباب وبشكل خاص على مستوي الموضوعات الرياضية.

وتحقق الإدراك الي حد ما بنسبة ٣٢.٥٪ من المتابعين للكليات النظرية، وانخفضت النسبة الي ١٦.١٪ بين المتابعين بالكليات العملية، أما عدم الإدراك فلم يتحقق الي بين عدد قليل من المتابعين بنسبة ١٣.١٪ للكليات النظرية بينما انعدم بين المتابعين من طلبة الكليات العملية حيث جاء بنسبة ١.٣٪ فقط.

حادي عشر: أهم مقترحات الشباب الجامعي للمضامين الرياضية بصحافة الفيديو

جدول رقم (١١)

أهم مقترحات الشباب الجامعي للمضامين الرياضية بصحافة الفيديو

| الإجمالي | | الكليات العملية | | الكليات النظرية | | أهم مقترحات الشباب الجامعي للموضوعات الرياضية بصحافة الفيديو |
|----------|------|-----------------|------|-----------------|------|---|
| ك | % | ك | % | ك | % | |
| ١٧٩ | ٢١.١ | ٨٧ | ١٨.٥ | ٩٢ | ٢٤.٣ | زيادة الاهتمام بعرض فيديوهات عن المباريات المذاعة على القنوات المشفرة |
| ١٧٨ | ٢١ | ٩١ | ١٩.٤ | ٨٧ | ٢٢.٩ | الاهتمام بفيديوهات البث المباشر للأحداث الرياضية الهامة |

| الإجمالي | | الكليات العملية | | الكليات النظرية | | أهم مقترحات الشباب الجامعي للموضوعات الرياضية بصحافة الفيديو |
|----------|-----|-----------------|-----|-----------------|-----|--|
| % | ك | % | ك | % | ك | |
| ١٢ | ١٠٢ | ١٣.٩ | ٦٥ | ٩.٨ | ٣٧ | زيادة الاهتمام بجودة الفيديوهات المعرضة |
| ١٠.٥ | ٨٩ | ١٣.٢ | ٦٢ | ٧.١ | ٢٧ | عرض الفيديوهات مباشرة بدون روابط للانتقال الي مواقع أخرى |
| ١٠ | ٨٥ | ١٤.٥ | ٦٨ | ٤.٥ | ١٧ | زيادة الاهتمام بالموضوعات الرياضية عن الكرة العالمية بالمواقع المصرية |
| ٩.٤ | ٧٩ | ٧.٩ | ٣٧ | ١١.١ | ٤٢ | زيادة الموضوعات الخاصة بالرياضات النسائية |
| ٦.١ | ٥٢ | ٣.٦ | ١٧ | ٩.٢ | ٣٥ | تغطية أخبار مشاهير اللاعبين القدامى |
| ٥.٩ | ٥٠ | ٤.١ | ١٩ | ٨.٢ | ٣١ | لا مقترحات حيث أجد ما أريد أن اتابعه على المواقع المختلفة |
| ٤ | ٣٤ | ٤.٩ | ٢٣ | ٢.٩ | ١١ | الحرص على اعداد وتدريب صحفي الفيديو |
| ١٠٠ | ٨٤٨ | ١٠٠ | 469 | %١٠٠ | 379 | الإجمالي |

يتضح من الجدول رقم (١١) الخاص باقتراحات الشباب الجامعي اهتمام الشباب الجامعي بصحافة الفيديو الخاصة بالمباريات المشفرة وطالبوا بزيادة الفيديوهات الخاصة بهذه المباريات بنسبة ٢١.١% من اجمالي متابعي الموضوعات الرياضية بصحافة الفيديو، وكان هذا المقترح في المرتبة الاولى لاقتراحات طلبة الكليات النظرية بنسبة ٢٤.٣%، بينما جاء في المرتبة الثانية لدى طلبة الكليات العملية بنسبة ١٨.٥%.

اقترح طلبة الكليات النظرية الاهتمام بفيدويوهات البث المباشر للأحداث الرياضية في المرتبة الثانية بنسبة ٢٢.٩٪ من اجمالي المتابعين من طلبة الكليات النظرية، بينما جاء هذا الاقتراح بين طلبة الكليات العملية في المرتبة الاولى بنسبة ١٩.٤٪ من اجمالي المتابعين من طلبة الكليات العملية.

اقترح ١١.١٪ من طلبة الكليات النظرية المتابعين للموضوعات الرياضية بصحافة الفيديو زيادة الموضوعات الخاصة بالرياضات النسائية وغالباً جاء هذا المقترح من قبل طالبات الكليات النظرية، بينما انخفضت نسبته الي ٧.٩٪ بين طلبة الكليات العملية

اقترح طلبة الكليات النظرية الاهتمام بجودة الفيديوهات المقدمة بنسبة ٩.٨٪ من متابعي الموضوعات الرياضية لصحافة الفيديو لطلبة الكليات النظرية في المرتبة الثالثة، ويدل ذلك علي مدى أهمية صحافة الفيديو للشباب الجامعي وحرصهم علي متابعتها بأن طالبوا بزيادة جودة الفيديوهات المعروضة، تلاها المطالبة بالاهتمام بالفيديوهات التي تغطي أخبار المشاهير من اللاعبين القدامى في المرتبة الرابعة بنسبة ٩.٢٪ من المتابعين من الكليات النظرية، وأشاروا في هذا الاقتراح أمثلة مثل لاعبي كرة القدم القدامى كمارادونا وبيليه ورونالدو وغيرهم، بينما أشار ٨.٢٪ من المتابعين بالكليات النظرية بانه ليس لديهم اقتراحات وراضون تماماً عن صحافة الفيديو الخاصة بالموضوعات الرياضية ولا يوجد بها قصور.

يرى ٧.١٪ من المتابعين من طلبة الكليات النظرية تجنب عرض الفيديوهات باستخدام روابط للانتقال الي مواقع أخرى لمشاهدة الفيديو لأنها تأخذ وقتاً كبيراً وتستهلك الكثير من الانترنت كتكلفة تحميل وانتقال الي موقع جديد، وفي المرتبة قبل الاخيرة لاقتراحات طلبة الكليات النظرية زيادة الاهتمام بالرياضات العالمية على المواقع المصرية بنسبة ٤.٥٪ في اشارة الي قلة اهتمام المواقع المصرية بالرياضة العالمية وعرض

فيديوهات لتغطيتها بشكل جيد وكذلك يدل على توجه الشباب المصري للاهتمام بالرياضة العالمية علي حساب الرياضة المحلية، اما في المرتبة الاخيرة لاقتراحات طلبة الكليات النظرية الحرص على اعداد وتدريب صحفي الفيديو لزيادة جودتها بنسبة بلغت ٢.٩٪. علي الجانب الاخر اختلفت اقتراحات طلبة الكليات العملية ففي مقدمة الاقتراحات طالبوا بزيادة فيديوهات البث المباشر للأحداث الرياضية الهامة ثم تلاها زيادة الاهتمام بالمباريات المشفرة كما اسلفنا سابقاً حيث جاء هذان الاقتراحان وتبادلا المراتب الاولى بين طلبة الكليات النظرية والعملية ، وفي المرتبة الثالثة اقترح ١٤.٥٪ من طلبة الكليات النظرية زيادة الاهتمام بالموضوعات الرياضية عن الكرة العالمية بالمواقع المصرية وجاء هذا الاقتراح في المرتبة الثالثة لاقتراحاتهم وهو ما يشير الى وجود قصور في اهتمام المواقع العالمية بالرياضة العالمية وهو ما يدفعهم الى المواقع الاخرى لمتابعتها، وفي المرتبة الرابعة والخامسة جاءت المطالبة بزيادة الاهتمام بجودة الفيديوهات المعروضة بنسبة ١٣.٩٪ و المطالبة بعرض الفيديوهات مباشرة بدون روابط للانتقال الي مواقع أخرى بنسبة ١٣.٢٪ ، أما في المرتبة قبل السادسة فجاء الاقتراح من قبل طالبات الكليات العملية بنسبة ٧.٩٪ بزيادة الموضوعات الخاصة بالرياضات النسائية، ثم في المرتبة السابعة بنسبة ٤.٩٪ بالحرص علي اعداد وتدريب صحفي الفيديو، وفي المرتبة قبل الاخيرة كان ٤.١٪ من طلبة الكليات العملية ليس لديهم اقتراحات ويرون أن صحافة الفيديو ناجحة في تغطية الموضوعات وتنال رضاهم تماماً، أما في المرتبة الاخيرة فجاء الاقتراح بتغطية أخبار مشاهير اللاعبين القدامى بصحافة الفيديو بنسبة ٣.٦٪ ، وهو يعد اشارة الى قلة اهتمام طلبة الكليات العلمية باللاعبين القدامى واهتمامهم بلاعبي الجيل الحالي.

النتائج العامة للدراسةأولاً: من حيث متابعة صحافة الفيديو

- ارتفعت نسبة مشاهدة طلبة الجامعات لصحافة الفيديو حيث أوضحت الدراسة أن حوالي ٦٠٪ من طلبة الجامعات يتابعون صحافة الفيديو بشكل منتظم ودائم.
- يميل طلاب الكليات النظرية الى متابعة صحافة الفيديو مقارنة بطلاب الكليات العملية، وقد يرجع ذلك لطبيعة الدراسة بالكليات العملية مقارنة بالكليات النظرية.

ثانياً: من حيث متابعة المضامين الرياضية على صحافة الفيديو

- هناك تقارب نسبي كبير في الانتظام في متابعة الموضوعات الرياضية بين كل من طلبة الكليات النظرية والعملية بالجامعات المصرية، مع ارتفاع طفيف بين طلبة الكليات النظرية في انتظام المشاهدة مقارنة بطلبة الكليات العملية.

ثالثاً: أسباب متابعة طلبة الجامعات للمضامين الرياضية بصحافة الفيديو

- جاء حب الرياضة في مقدمة الاسباب التي تدفع شباب الجامعات لمتابعة الموضوعات الرياضية بصحافة الفيديو بنسبة تقترب من خمس أفراد العينة محل الدراسة، وكان أيضاً حب الرياضة الدافع الاساسي والسبب الرئيسي لدى طلبة الكليات النظرية بينما كان في المرتبة الثانية لطلبة الكليات العملية.
- بينما جاء تميز صحافة الفيديو باستخدام الصوت والصورة سبب رئيسي ودافع محوري لمتابعة طلبة الكليات العملية للموضوعات الرياضية بصحافة الفيديو.
- من أهم الأسباب التي تدفع طلبة الجامعات للتعرض للموضوعات الرياضية بصحافة الفيديو (الحدثة ومتابعة كل جديد - إمكانية المتابعة في أي وقت - التسلية والترفيه - متابعة الأحداث التي لم يشاهدها وقت عرضها - مشاهدة أهداف المباريات غير المذاعة - استخدام الصوت والصورة - إتاحة فرصة التفاعل بالتعليق أو المشاركة).

رابعاً: أسباب عدم متابعة طلبة الجامعات للمضامين الرياضية بصحافة الفيديو

- جاء عدم حب الرياضة من أهم أسباب عدم المتابعة تلاه الانشغال وعدم وجود وقت للمتابعة وكذلك الاكتفاء بالمتابعة على القنوات الرياضية ثم ضعف الانترنت وصعوبة تحميل الفيديوهات.

خامساً: عدد مرات تعرض شباب الجامعات للموضوعات الرياضية بصحافة الفيديو

- يتعرض طلبة الجامعات بالكليات النظرية بانتظام وبشكل يومي للموضوعات الرياضية على صحافة الفيديو، بينما يتعرض طلبة الكليات العملية حسب وقت الفراغ الخاص بهم

سادساً: أهم المواقع الاخبارية التي يتابع عليها شباب الجامعات المضامين الرياضية بصحافة الفيديو

- جاءت مواقع (الأهلي - الزمالك - ريال مدريد - برشلوني - اليوم السابع - مصراوي - يلا شوت - المصري اليوم - أخبارك نت - كورة- أخبار جوجل - FiGoal - بطولات -هاي كورة - الوطن سبورت) كأهم المواقع التي يتابع عليها شباب الجامعات الموضوعات الرياضية بصحافة الفيديو.

سابعاً: أهم المضامين الرياضية التي يتابعها شباب الجامعات بصحافة الفيديو

- أشارت الدراسة الى أن أهم الموضوعات الرياضية التي يتابعها طلبة الجامعات المصرية بصحافة الفيديو كان أهمها على الاطلاق المرتبط بكرة القدم كفعاليات دوري ابطال أفريقيا تلاها الموضوعات الخاصة بالنادي الأهلي ثم الموضوعات الخاصة بالدوري المصري ثم الخاصة بالنادي الزمالك، ويتضح ان معظمها مرتبط بالفعاليات الرياضية المحلية المصرية، بينما على المستوى العالمي كانت الدوريات الاوربية وخاصة دوري ابطال أوروبا ومتابعة المحترفين المصريين خاصة محمد

صلاح، وكذلك انتقالات اللاعبين العالميين، بينما انخفض الاهتمام بمتابعة الموضوعات الرياضية المرتبطة بالألعاب الأخرى كالملاكمة وألعاب القوى وسباقات الفور ميولا، وانعدم الاهتمام بموضوعات الرياضيات الأخرى

ثامناً: أسلوب تفاعل شباب الجامعات مع المضامين الرياضية بصحافة الفيديو

- جاء الاعجاب (Like) كأول أسلوب لتفاعل شباب الكليات النظرية في متابعة الموضوعات الرياضية بصحافة الفيديو، تلاه التعليق بإبداء الرأي أو ملاحظات على الموضوع، ثم متابعة تعليقات مشاهدي الموضوع ثم عمل مشاركة مع آخرين.
- ابتعد طلبة الكليات العملية عن التفاعل مع الموضوعات الرياضية بصحافة الفيديو وكان الاكتفاء بالمشاهدة فقط هو السائد.

تاسعاً: أهم الأدوار التي تقوم بها صحافة الفيديو الإلكترونية في إدراك الشباب الجامعي للمضامين الرياضية بصحافة الفيديو

- استطاعت صحافة الفيديو أن تحقق الإدراك التام للنسبة الأعم من شباب الجامعات المصرية المتابعين للموضوعات الرياضية بصحافة الفيديو سواء طلبة الكليات النظرية أو العملية.

عاشراً: أهم مقترحات الشباب الجامعي للمضامين الرياضية بصحافة الفيديو

- طالب الشباب الجامعي بزيادة الاهتمام بعرض فيديوهات عن المباريات المذاعة على القنوات المشفرة وقد يرجع ذلك لعدم اشتراك الكثير منهم في هذه القنوات لعدم القدرة المادية أو ارتفاع أسعارها أو إذاعة مباريات على قنوات صعب الوصول إليها لمشاهدتها، ويجب على المواقع الإلكترونية إدراك ذلك والاهتمام بهذه النوعية من الفيديوهات لأنها ستستحوذ على نسب مشاهدة مرتفعة.

- أيضاً الاهتمام بفيديوهات البث المباشر للمضامين الرياضية كان من اهم اقتراحات طلبة الجامعات المصرية، وقد يرجع ذلك لسهولة المشاهدة في أي مكان.
- اقترح طلبة الجامعات المصرية زيادة الموضوعات الخاصة بالرياضات النسائية، وقد يكون هذا الاقتراح من جانب العنصر النسائي بعينة الدراسة.
- اقترح طلبة الجامعات المصرية زيادة الاهتمام بجودة الفيديوهات المعروضة، على اعتبار ان الكثير من الفيديوهات منخفضة الجودة والوضوح، كما ان البعض قد يعرض الحدث بشكل غير مكتمل، والبعض الآخر يحتوي على الكثير من الإعلانات.
- يرى طلبة الجامعات المصرية أن المشاهير يجب الاهتمام بهم وعرض فيديوهات لهم وخاصة التاريخيين منهم ومن حققوا إنجازات كبيرة على المستوى الرياضي.
- لوحظ عدم تقديم نسبة كبيرة من طلبة الجامعات لاقتراحات، وقد يعد ذلك دلالة على الرضا التام عن الموضوعات الرياضية بصحافة الفيديو
- يأتي اقتراح طلبة الجامعات المصرية بعرض الفيديوهات مباشرة بدون روابط للانتقال الي مواقع أخرى من الاقتراحات الهامة جدا والتي يجب ان ينتبه اليها القائمين على المواقع الالكترونية لتسهيل التعرض لهذه الفيديوهات بان تتواجد بشكل مباشر في الموقع والابتعاد عن استخدام الروابط التي تتسبب في الانتقال من الموقع الى آخر.
- اقترح طلبة الجامعات المصرية زيادة الاهتمام بالموضوعات الرياضية عن الكرة العالمية بالمواقع المصرية، ويعد هذا الاقتراح من الاقتراحات الهامة جداً للمواقع المحلية بالاهتمام بعرض فيديوهات عن الكرة العالمية وعدم الاكتفاء بالكرة المحلية.
- طالبت نسبة من عينة الدراسة لطلبة الجامعات المصرية المواقع الالكترونية بالاهتمام بتدريب صحفي الفيديو حتى يتمتع بالمهارة المطلوبة للتعامل مع الفيديوهات والتقنيات المرتبطة بها.

التوصيات الخاصة بالدراسة

- توصي الدراسة بالاهتمام بفيديوهات البث المباشر للأحداث الرياضية الهامة ليس على المستوى المحلي فقط، ولكن على المستوى الدولي، نظراً لانتشار ثقافة التعرض من خلال هذا البث المباشر بعيداً عن التلفزيون الذي يتضح أنه في طريقه للاندثار، وذلك لأن البث المباشر يتيح ميزة التعرض في أي مكان من خلال اللابتوب أو الموبيل.
- توصي هذه الدراسة بإجراء المزيد من الدراسات التي تتناول صحافة الفيديو وخاصة بالنسبة للموضوعات الرياضية التي تستهوي الكثير ليس من الشباب فقط، ولكن من جميع فئات المجتمع حتى العنصر النسائي الذي أصبح يهتم بهذه الموضوعات الرياضية وخاصة كرة القدم.
- ضرورة القيام برصد وتوصيف وتحليل ما ينشر عبر صحافة الفيديو الالكترونية، واخضاعه للدراسة المتعمقة بهدف الكشف عن اتجاهات الرأي العام في العديد من المفاهيم المجتمعية المطروحة.
- -إجراء المزيد من الدراسات التي تتناول صحافة الفيديو خاصة فيما يتعلق بتأثيراتها على جمهور المتلقين من مستخدمي المواقع الالكترونية.
- ضرورة الاهتمام بصحافة الفيديو الالكترونية في مصر والسعي نحو وجود جهة مسؤولة عن صحفي الفيديو الذي يعمل بشكل حر بعيداً عن المؤسسات الصحفية.

المراجع العامة للدراسة

- (١) دحماني سمير (٢٠١٧م). تعرض الجمهور لوسائل الاعلام الجديدة واشكالية اشباع الحاجات: بحث منشور، (جامعة الجيلالي بونعامة-مجلة الحكمة للدراسات الاعلامية الاتصالية)، ص ١١٦
- (٢) فتحي حسين عامر (٢٠٢٠م). صحافة الفيديو تقنياتها وإشكالياتها: (القاهرة، العربي للنشر والتوزيع) ص ٩
- (٣) أيمن محمد ابراهيم بريك، ايمان محمود أحمد (٢٠١٧م). الحرب على الإرهاب كما تعكسها صحافة الفيديو في المواقع الإلكترونية المصرية والأمريكية الموجهة بالعربية: دراسة تحليلية سيميائية"، بحث منشور، (جامعة القاهرة، كلية الاعلام، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، العدد ٦٠، سبتمبر)، ص ٢١٥
- (٤) -وليد عبد الفتاح عبد الفتاح النجار (٢٠١٧م). ادراك طلاب الاعلام لمفهوم صحافة الفيديو الالكترونية واتجاهاتهم نحوها -دراسة ميدانية" ، بحث منشور (جامعة القاهرة، كلية الاعلام، المجلة العلمية لبحوث الصحافة، العدد ٩ ، مارس) ، ص ٨٠
- 5) Robert Gehi- (2009). Youtube as archive. Who will curate this digital Wunderkammer? age publications, international journal of culture studies, (val.12, No3) p52
- (٦) -ايناس محمود حامد (٢٠١٥م). أطر معالجة صحافة الفيديو لموضوعات الأطفال نوى الاحتياجات الخاصة فى المواقع الإخبارية الإلكترونية"، بحث منشور، (جامعة القاهرة، كلية الاعلام، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، العدد ٥٢، سبتمبر) ص ١١٣.

٧) -أيمن محمد ابراهيم بريك، ايمان محمود أحمد(٢٠١٧م). الحرب على الإرهاب كما تعكسها صحافة الفيديو في المواقع الإلكترونية المصرية والأمريكية الموجهة بالعربية:

دراسة تحليلية سيميائية، مرجع سابق، ص ٢١٣

٨) -وليد عبد الفتاح عبد الفتاح النجار، عبد الخالق ابراهيم عبد الخالق زقزوق(٢٠١٧م).

إدراك طلاب الإعلام لمفهوم صحافة الفيديو الإلكترونية واتجاهاتهم نحوها : دراسة ميدانية، بحث منشور، (جامعة القاهرة، كلية الاعلام، المجلة العلمية لبحوث الصحافة،

العدد ٩، مارس)، ص ٨٠

9) Eric Brunelle, Josee Lapierre,(2007). Examining the Relationship between individual characteristics, product characteristics, and media Richness fit on consumer channel preference in: E- commerce and web technologies, p58

10) John R. Carlson, Joey F. George (2004). Media Appropriateness in the conduct and discovery of deceptive communication: the relative influence of richness and synchronicity, In: Group decision and negotiation, vol. (13), Issue. (2), p193.

١١) مروة سيد سلام، صابر محمد عبد ربه، فاطمة الزهراء صالح أحمد (٢٠١٧م). إدارة

الحملات الانتخابية الرئاسية المصرية لعام ٢٠١٤ على مواقع التواصل الاجتماعي في ضوء نظرية ثراء الوسيلة الإعلامية: دراسة تحليلية"، بحث منشور، (جامعة الاهرام

الكندية، المجلة العربية لبحوث الإعلام والاتصال، العدد ١٧، يونيو)، ص ٢٣٠

١٢) وليد عبد الفتاح عبد الفتاح النجار(٢٠١٧م). ادراك طلاب الاعلام لمفهوم صحافة

الفيديو الالكترونية واتجاهاتهم نحوها -دراسة ميدانية، مرجع سابق، ص ١٨٧

- (١٣) - شريف درويش اللبان، أحمد عادل عبد الفتاح محمد، أحمد البهي (٢٠١٣م). التفاعلية كما تعكسها مواقع الشبكات الإجتماعية : دراسة تحليلية مقارنة لموقعي الفيس بوك Facebook واليوتيوب youtube في إطار نظرية ثراء الوسيلة، بحث منشور، (جامعة المنصورة، كلية التربية النوعية، مجلة بحوث التربية النوعية، العدد ٣١، يوليو) ص ٣٤٩.
- (١٤) مروة سيد سلام، صابر محمد عبد ربه، فاطمة الزهراء صالح أحمد (٢٠١٤م). إدارة الحملات الانتخابية الرئاسية المصرية لعام ٢٠١٤ على مواقع التواصل الاجتماعي في ضوء نظرية ثراء الوسيلة الإعلامية: دراسة تحليلية"، مرجع سابق، ص ٢٣١
- (١٥) أحمد إبراهيم محمد عطية عبد الله (٢٠١٧م). أولويات القضايا المقدمة في صحافة الفيديو وعلاقتها بترتيب أولويات الجمهور، دراسة تحليلية ميدانية، رسالة ماجستير، جامعة القاهرة، كلية الاعلام.
- (١٦) رضوى سعد محمد مبروك (٢٠١٥م). العلاقة بين صحافة الفيديو الإلكترونية وقارئية ومشاهدة الوسائل التقليدية، رسالة ماجستير غير منشورة، (كلية الإعلام، جامعة القاهرة).
- 17) Samuel Negredo (٢٠١٤م). Newspaper Video Content Genres and Editorial Formats in Spain, Journal of European Television History and Culture Vol. 03, 06.
- (١٨) عماد الدين محمود عبد العزيز (٢٠١٧م). دور شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل اتجاهات الشباب المصري نحو دعم المشروعات الاقتصادية : مشروع قناة السويس الجديدة نموذجاً"، بحث منشور (جامعة القاهرة -كلية الاعلام،المجلة العلمية لبحوث الصحافة،العدد ١١ع، سبتمبر)

١٩) أحمد ابراهيم محمد عطية عبد الله (٢٠٢٠م). الأطر الإخبارية المصورة في تناول صحافة الفيديو للأحداث الإرهابية وعلاقتها باتجاهات الجمهور نحو هذه الأحداث، رسالة دكتوراه، (جامعة القاهرة، كلية الاعلام).

٢٠) أمنية عبد الرحمن أحمد، (٢٠١٧م). العلاقة بين التعرض لوسائل الإعلام الجديد ووعي الشباب بقضايا الأمن السياسي المصري، بحث منشور، (جامعة القاهرة، كلية الاعلام، المجلة المصرية لبحوث الاعلام، العدد ٦٠، سبتمبر).

٢١) أميرة حسن سالم (٢٠١٩م). استخدام الشباب الجامعي لصحافة الفيديو الإلكترونية وتأثيرها على المفاهيم المجتمعية لديهم"، بحث منشور، (جامعة الأزهر، كلية الاعلام، مجلة البحوث الاعلامية، العدد ٥١، يناير).

٢٢) نادية مصطفى الشيخ (٢٠١٣م). دوافع استخدام الشباب الجامعي لصحافة الفيديو والإشاعات المتحققة منها، رسالة ماجستير غير منشورة، (جامعة عين شمس: معهد الدراسات العليا للطفولة).

23) Stanley Harrar (٢٠١١م) .both sides of brain : strategies for reinvention for solo video journalism Faculty of the Graduate School of the University of Maryland, College Park in partial fulfillment of the requirements for the degree of Master of Arts.

24) Shrimali, M. (2018). Impact of Online Videos Journalism for Society- Related Understanding for Youth in India, MA Thesis, Gujarat University: India.

25) Sarah Schmidt (٢٠١٠) Video journalism us in Deutschland im Jahr 2010, Status Quo und Zukunftsausblick, Bachelor Arbeit, Fachhochschule des Mitte stands , Kuenstler Köln, July.

(٢٦) -وليد عبد الفتاح النجار (٢٠١٩م). إدراك طالب الاعلام لمفهوم صحافة الفيديو الالكترونية واتجاهاتهم نحوها: دراسة ميدانية، المجلة العلمية لبحوث الصحافة، جامعة القاهرة، كلية الاعلام، العدد ٩، مارس.

27) Bock ,Mary Angela (٢٠٠٩). One man band ;The process and product of video journalism, Ph.D., University of Pennsylvania, communication and the arts, education, college.

28) Ben Lupton and Neil Thurman (٢٠٠٨). Convergence Calls: Multimedia Storytelling at British News Websites Convergence: The International Journal of Research into New Media Technologies November, vol.14.no4.

(٢٩) نهله صلاح عبد السميع محمود (٢٠١٨م). التفاعلية في صحافة الفيديو وتأثيرها في تشكيل الوعي الاجتماعي لدى الشباب المصري، رسالة ماجستير، جامعة المنصورة، كلية الاداب.

(٣٠) أحمد عبد المجيد عبد العزيز منصور (٢٠٢٠م). دور التقنيات الحديثة في تطوير الصحافة الاستقصائية بالمواقع الالكترونية - دراسة مقارنة، رسالة دكتوراه، جامعة المنصورة، كلية الاداب.

(٣١) اسلام محمد مطاوع (٢٠٢٠م). توظيف التقنيات الحديثة في تحرير التقرير الصحفي في المواقع الاخبارية الالكترونية - دراسة للمضمون والقائم بالاتصال"، رسالة ماجستير ، جامعة سوهاج، كلية الاداب.

(٣٢) أحمد إبراهيم محمد عطية عبد الله (٢٠٢٠م). الأطر الإخبارية المصورة في تناول صحافة الفيديو للأحداث الإرهابية وعلاقتها باتجاهات الجمهور نحو هذه الأحداث"، رسالة دكتوراه ، جامعة القاهرة ، كلية الاعلام .

٣٣) بسمة سامي عبدالفتاح أبورحال (٢٠١٩م). إنتاج المواقع الإخبارية لصحافة الفيديو ومدى اعتماد الجمهور عليها، رسالة ماجستير، جامعة المنوفية ، كلية الاداب .

٣٤) قيس رحمان علي (٢٠١٧م). دور صحافة الفيديو الاقتصادية في تشكيل الصورة الذهنية لرجال الاعمال الخليجيين"، رسالة دكتوراه، جامعة المنصورة، كلية الاداب.

Exposure to video journalism on news sites and its relationship to Egyptian youth awareness of sports content - a field study

Dr. sameh fawzy elsayed el shehry

Higher Institute of Media and Communication Arts, Sixth of October

Abstract

Youth are the backbone of every society and its structure, so we see competition and clear conflict by various media outlets, especially the new ones, towards influencing this segment of young people to meet their needs, considering video journalism is one of the new media that seeks to engage in society to influence it. On the other hand, the danger of video journalism lies in the strength of its influence on public opinion as it is real and undeniable images, which doubles the responsibility on media institutions that follow this type of media so that they must be credible, and video journalism conveys the image in all its aspects, and does not leave a corner without Other, The study aimed to identify the extent to which Egyptian youth are exposed to sports topics through video journalism and its impact on awareness of sports issues and topics.

The study found a high rate of exposure of Egyptian youth to sports topics through video journalism, Among the most important reasons why university students are exposed to sports topics in video journalism (modernity and follow-up of everything new - the possibility of follow-up at any time - entertainment - following up on events that were not seen at the time of their presentation - watching the goals of non-broadcast matches - using sound and image - providing the opportunity to interact by commenting or share). It was also clear that university youth were interested in the

video journalism of encrypted matches and demanded to increase the videos of these matches, and to pay attention to videos of live broadcasts of sporting events.

key words :Video journalism - new media - sports content