

دور صحافة الفيديو الالكترونية فى تشكيل الوعى السياسى لدى الشباب الجامعى

أ.د/ عبدالجواد سعيد محمد ربيع	د/ أية صلاح العدوي	م.م/ هبة أشرف الجزار
أستاذ الصحافة وعميد كلية الإعلام جامعة المنوفية	مدرس الصحافة بكلية الآداب جامعة المنصورة	المدرس المساعد بقسم الصحافة كلية الإعلام وتكنولوجيا الاتصال جامعة مصر للعلوم والتكنولوجيا

المستخلص

يسعى البحث الحالى إلى التعرف على العلاقة بين استخدام الشباب الجامعى لصحافة الفيديو وتشكيل الوعى السياسى لديهم، يعد البحث من البحوث الوصفية، واعتمد على منهج المسح على عينة عمدية من الشباب الجامعى من مستخدمي صحافة الفيديو قوامها ٤٠٠ مفردة تم توزيعها إلكترونياً باستخدام استمارة استبيان.

توصل البحث إلى عدة نتائج منها يستخدم الشباب الجامعى صحافة الفيديو لعدة أسباب من أهمها سهولة الاستخدام واعتمادها على الفيديو وإعطاء الفرصة للتفاعل، يفضل الشباب الجامعى الإطلاع على صحافة الفيديو من خلال تطبيقات التواصل الاجتماعى، الموبايل من أكثر الوسائل المستخدمة فى متابعة صحافة الفيديو، أكثر القضايا السياسية متابعه من عينة البحث هى القضية الفلسطينية .

الكلمات المفتاحية

الشباب الجامعى - صحافة الفيديو - الوعى السياسى

The role of electronic video journalism in shaping political awareness among university youth

Abstract :

The current research seeks to identify the relationship between university youth's use of video journalism and the formation of their political awareness. The research is considered descriptive research, and was based on a survey method on a deliberate sample of university youth who use video journalism, consisting of 400 items that were distributed electronically using a questionnaire form.

The research reached several results, including that university youth use video journalism for several reasons, the most important of which are ease of use, its reliance on video, and giving the opportunity for interaction. University youth prefer to view video journalism through social media applications, the mobile phone is one of the most used means of following video journalism, and most political issues. A follow-up from the research sample is the Palestinian issue.

key words

University youth - video journalism - political awareness

مقدمة:

يعد مجال الإعلام بوسائله المختلفة أحد المجالات التي تأثرت بالتطور التكنولوجي، وتعد الوسائط المتعددة وصحافة الفيديو وغيرها ثمرة تكنولوجيا الاتصال وامتداداً طبيعياً لثورة تكنولوجيا المعلومات، ولعل أقوى بصمات وتأثيرات هذه الأساليب الحديثة في المجتمعات هو التزاوج والاندماج بين وسائل الاتصال؛ مما أتاح نشر وجمع المعلومات بمستوى عالٍ من الدقة والسرعة للمستفيدين منها، بل يمكن القول إن وسائل الإعلام وجدت نفسها مجبرة على التكيف مع طبيعة هذه الوسائط. (١)

انتشرت صحافة الفيديو عبر الإنترنت بمواقعها المختلفة وشبكات التواصل الاجتماعي بصفة خاصة حتى أصبح الفيديو مكوناً أساسياً لأيه مدونة أو موقع إلكتروني، سواء كان لمؤسسة صحفية أو حتى موقع خاص، ولا يأتي هذا الفيديو من فراغ بل يمر بعدد من المراحل قبل أن يصل بهذا الشكل في نهاية الأمر إلى رواد الإنترنت الذين لم يعدوا مجرد متلقين، بل أصبحوا عنصراً فعالاً ومشاركاً في العملية الإعلامية، وفي بعض الأحيان أصبحوا هم مصدر المعلومات. (٢)

ففي العصر الرقمي الذي تنتشر فيه المعلومات في لمح البصر ومع تزايد إقبال أفراد المجتمع بصفة عامة والشباب بصفة خاصة على التعامل مع صحافة الفيديو الإلكترونية، والتي تعتمد على أكثر العناصر جذبا للمشاهدين كونها تجمع بين الصوت والصورة وامكانية تسجيل وبث الحدث في وقت واحد، وهو الأمر الغير متوفر في وسائل الإعلام التقليدية، مما يساهم في تكوين زخم ومصداقية لدي الأحداث التي يتم بثها بطريقة مباشرة، وامكانية فتح حوارات ومناقشات تفاعلية بين القائم بالاتصال والجمهور، مما يزيد من قدرة وسيطرة القائم بالاتصال علي مشاعر وسلوك الجمهور. (٣)

تعد صحافة الفيديو أوعية تفاعلية استفاد منها الفرد في مواجهة بعض الأنظمة المستبدة وتعزيز دور المجتمع المدني وتطوير المجتمعات المحلية، وقد انعكس ذلك في مواقع التواصل الاجتماعي على نشرات الفضائيات العربية لتصبح أحد المصادر التي تعتمد عليها في نشراتها

(١) صفاء محمد خليل، (٢٠١٦)، "الوسائط المتعددة ودورها في تطوير الممارسة الصحفية - دراسة تطبيقية على عينة من الصحف السودانية في الفترة من ٢٠١٢-٢٠١٥"، رسالة دكتوراه غير منشورة، قسم الصحافة والنشر، كلية علوم الاتصال، جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا.

(٢) شريف درويش اللبان، (٢٠٢٠)، "مداخل جديدة لتطوير صناعة المحتوى الصحفي"، المركز العربي للبحوث والدراسات، الإثنين ٠٦/يناير/٢٠٢٠ - ٠٦:٣٠ م، متاح من خلال الرابط التالي:

<http://www.acrseg.org/41449>

(٣) أميرة حسن سالم، (٢٠١٩)، "استخدام الشباب الجامعي لصحافة الفيديو الإلكترونية وتأثيرها على المفاهيم المجتمعية لديهم"، مجلة البحوث الإعلامية، جامعة الأزهر، ع ٥١، ص ٨٥١.

وكذا في الأخبار التي يصعب تغطيتها، وقد أقتصر الأمر في البداية على بعض الأخبار الاجتماعية والإنسانية والثقافية، لكنها توسعت لتشمل الأخبار السياسية ودعم الحريات والحقوق والمطالب الجماهيرية في مختلف دول الوطن العربي. (١)

ولوسائل الإتصال علاقة بالمعرفة السياسية لدى الشباب المصري، حيث أن الإتصال ليس مجرد وظيفة للنظم السياسية وليس مجرد نظاماً يرتبط بعلاقات متبادلة مع النظم السياسية والثقافية والاجتماعية، وإنما هو في الأساس المادة التي تتكون منها العلاقات الإنسانية، ومن هنا يصبح لوسائل الإعلام دور وظيفي في إطار العملية السياسية والاجتماعية. (٢)

تؤثر وسائل الإعلام على الشباب وقيمتهم وآرائهم وقيمهم ومستوى معرفتهم وسلوكهم وأذواقهم، كما أنها يمكن أن توسع الآفاق، وتجعل الإنسان يرى ويسمع ما لا يستطيع أن يعرفه بالخبرة المباشرة، ويتعرف على أشخاص لم يكن يعرفهم لولا تعرضه لوسائل الإعلام ويتوقف احتفاظه بالمعلومات المقدمة من خلال وسائل الإعلام على درجة اهتماماته بتلك المعلومات ووسائل الإعلام تزيد من معلومات ومعارف الشباب من خلال حصوله على معلومات ومعارف خاصة بالمشكلات والأحداث. (٣)

مشكلة البحث:

لاحظت الباحثة التغيرات التي حدثت في الصحافة فيما يتعلق بالتكنولوجيا الجديدة التي أضافت سمات أخرى إلى الصحافة وفرضت عليها مواكبة هذا التطور من أجل إرضاء جمهورها، فلم تعد الصحافة بشكلها التقليدي الذي اعتدنا عليه بل تمتعت بتقنيات جديدة خلقت ما يعرف بالصحافة الرقمية التي بدورها تحتاج إلى امكانيات ومهارات يجب أن تتوفر في الصحفي الناقل للأخبار والأحداث، وتحت وطأه هذا التطور الملحوظ والتغير الواضح في كل من الأساليب الحديثة في التحرير الصحفي التي أصبحت سمة غالبية في كل المواقع الإخبارية الإلكترونية خلال السنوات الأخيرة، وطبيعة الجمهور وتطور عادات التلقي لديه والتفاعل مع المضمون الصحفي، لجأت المواقع الإخبارية الإلكترونية إلى استخدام طرق وأساليب جديدة، سواء على مستوى إنتاج المحتوى الصحفي أو طريقة عرضه وتقديمه للجمهور، ومن هنا تبلورت مشكلة البحث في الإجابة عن التساؤل التالي:

"ما دور صحافة الفيديو الإلكترونية في تشكيل الوعي السياسي لدى الشباب الجامعي؟"

(١) منصور حمود محمد المنتصر، (٢٠٢١)، "تقييم إعلام المواطن في نشرات الأخبار المتخصصة في القنوات الفضائية العربية المعتمدة على تفاعلية ومشاركة الجمهور العربي في مواقع التواصل الاجتماعي"، *المجلة العلمية لبحوث الإذاعة والتلفزيون*، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، قسم الإذاعة والتلفزيون، ع٢١، ص ٤٢٢.

(٢) خليل عبدالله علي، (٢٠١٤)، "بناء الديمقراطية وتعزيزها في العالم العربي من منظور إعلامي"، *مجلة التنوير*، ع١٥٤، ص ٩٠.

(٣) فاطمة الزهراء عبدالفتاح، (٢٠١٨)، "صناعة الأيقونات: نماذج توظيف الإعلام في بناء الرموز السياسية"، *مجلة الديمقراطية*، ع٧٠، ص ٤٠.

أهمية البحث:

وتكمن أهمية البحث الحالي فى:

الأهمية النظرية:

- تزداد أهمية الصحافة الإلكترونية بصفة عامة وصحافة الفيديو بصفة خاصة مع ازدياد عدد المتابعين والمستخدمين لها، فلا يقتصر دورها على عرض القضايا والأحداث الجارية فقط بل امتد إلى تبادل الآراء والتفاعل بين الصحفى والمتلقى.
- يتناول البحث فئة من أهم فئات المجتمع التى تتسم بالعديد من التغيرات النفسية والاجتماعية وما لها من آراء تجاه ما يدور فى المجتمع وهى فئة الشباب الجامعى.
- ندرة الدراسات السابقة التى تناولت تأثير صحافة الفيديو فى تشكيل الوعي السياسى لدى الشباب الجامعى.

الأهمية التطبيقية:

- مؤشراً للمؤسسات الصحفية للتطوير من أساليبها وتوجهاتها وفقاً للتطورات التكنولوجية لكيفية الاعتماد على صحافة الفيديو فى توجيه الآراء وتشكيل الوعي السياسى لدى الشباب الجامعى.
- توظيف امكانيات صحافة الفيديو فى خدمة قضايا المجتمع وتناولها بشكل يسهل التأثير على المتلقى من خلال الامكانيات التكنولوجية الحديثة لصحافة الفيديو.
- حث الباحثين على إجراء العديد من الدراسات التى تهتم بصحافة الفيديو والبحث فى مدى تأثيرها على المتلقى.

أهداف البحث:

يسعى البحث الحالي إلى تحقيق هدف رئيس وهو:

"التعرف على دور صحافة الفيديو الإلكترونية فى تشكيل الوعي السياسى لدى الشباب الجامعى"

ويتفرع من الهدف الرئيس عدة أهداف فرعية وهى:

- الكشف عن معدل متابعة الشباب الجامعى عينة الدراسة لصحافة الفيديو.
- الكشف عن أهم القضايا التى تتناولها صحافة الفيديو خلال فترة البحث.
- الكشف عن أهم القوالب الفنية التى تستخدمها قنوات صحافة الفيديو فى عرض القضايا السياسية.

- الكشف عن أهم المواقع الصحفية الالكترونية التي تحتوى على صحافة الفيديو ويحرص على متابعتها الشباب الجامعى عينة البحث.
 - التعرف على مدى وعى الشباب الجامعى بالمضامين السياسية من خلال صحافة الفيديو.
- الدراسات السابقة:**

بعد مراجعة التراث العلمي قامت الباحثة بتقسيم الدراسات السابقة إلى محورين وتم ترتيبهم من الأحدث للأقدم على النحو الآتى:

المحور الأول: الدراسات التي تناولت صحافة الفيديو.

المحور الثانى: الدراسات التي تناولت الصحافة الالكترونية والوعي السياسي.

المحور الأول: الدراسات التي تناولت صحافة الفيديو.

١. دراسة (رانيا زكريا أزل، ألاء محمد جبر، ٢٠٢٣) ^(١)

هدفت إلى التعرف على اتجاهات الجمهور نحو مصداقية صحافة الفيديو ودورها في مكافحة الشائعات الإلكترونية والأخبار الزائفة والمضللة، واعتمدت على منهج المسح الإعلامي، وتم إجراء البحث على عينة من الجمهور المصري المتابع لصحافة الفيديو، وقد بلغ قوامها نحو (٢٠٠) مفردة، وتم اختيار هذه العينة من محافظتي: دمياط والدقهلية، وتبين بعد دراسة تلك المفردات: ارتفاع معدل تعرض هذا الجمهور للأخبار والمعلومات المقدمة من صحافة الفيديو؛ وذلك لتقنتهم في مصداقيتها، ولتأكدهم من صحة المعلومات حول الأحداث والقضايا الجارية، وأشارت الدراسة إلى تعدد الموضوعات التي تتناولها صحافة الفيديو، والتي ترتبط بالشائعات الإلكترونية، وجاءت الموضوعات السياسية والاجتماعية، وموضوعات الجرائم والحوادث في المراتب الأولى من وجهة نظر المبحوثين الذين تم اختيارهم، وجاءت ثقة هؤلاء المبحوثين في صحافة الفيديو؛ لتدعيمها أخبارها بالصوت والصورة؛ مما يزيد في مصداقية الأخبار، ويساعد في مكافحة الشائعات الإلكترونية.

٢. دراسة نسمة دبور (٢٠٢٢م) ^(٢)

هدفت إلى التعرف على سمات خطاب تعليقات قراء صحافة الفيديو إزاء أزمة سد النهضة الإثيوبي، واعتمدت الدراسة على منهج البحث الإعلامي، واستخدمت نظرية الأطر الإعلامية،

^(١) رانيا زكريا أزل، ألاء محمد جبر، (٢٠٢٣)، "اتجاهات الجمهور نحو مصداقية صحافة الفيديو ودورها في مكافحة الشائعات الإلكترونية"، مجلة كلية الآداب، جامعة المنصورة، مج ٧٢، ع ٧٢٤، ص ١١٩١.

^(٢) نسمة سليمان دبور، (٢٠٢٢)، "سمات خطاب تعليقات قراء صحافة الفيديو إزاء أزمة سد النهضة الإثيوبي"، مجلة كلية الآداب، جامعة المنصورة، ع ٧٠، ص ٧٦١-٨١٤.

وتوصلت إلى تنوع الموضوعات المقدمة بتعليقات قراء صحافة الفيديو اتجاه أزمة سد النهضة، وأشارت إلى عدم اهتمام القراء بالاستناد إلى حجج وبراهين في عرض آرائهم ووجهات نظرهم.

٣. دراسة يسري محمد علي (٢٠٢٢م) ^(١)

سعت إلى الكشف عن عناصر الجودة المقدمة بصحافة الفيديو والكشف عن علاقتها باتجاهات النخبة، الإعلامية، واعتمدت على منهج المسح الإعلامي، واستخدمت استمارة تحليل المضمون لتحليل محتوى مقاطع الفيديو، واستمارة الاستبانة لعينة عشوائية قوامها (٢٠٠) من النخبة الأكاديمية والمهنية في مصر، وتوصلت الدراسة إلى: تعدد الأشكال الفنية التي تم من خلالها عرض الفيديوهات على صفحات المواقع، وكذلك اتسام أغلب مقاطع الفيديوهات بوضوح الإضاءة ودقة العرض، ووجود علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين اهتمام النخبة بمتابعة ملفات الفيديو واتجاهاتهم نحو عناصر الجودة.

٤. دراسة (سامح فوزى الشحرى، ٢٠٢١) ^(٢)

هدفت الدراسة إلى التعرف على الدور الذى تقوم بها صحافة الفيديو فى وعى الشباب بالمضامين الرياضية، والتعرف على حجم تعرض الشباب المصرى لصحافة الفيديو، وكذلك رصد أهم المضامين الرياضية بها، وتنتمى إلى البحوث الوصفية، وتعتمد على منهج المسح الميدانى، باستخدام أداة استبيان بالتطبيق على عينة قوامها (٢٠٠) مفردة من الشباب المصرى بجامعة القاهرة والسادس من أكتوبر الخاصة.

وتوصلت الدراسة لعدد من النتائج أهمها: تعرض الشباب الجامعى لصحافة الفيديو بشكل يومية، أن أهم أسباب متابعة صحافة الفيديو لتمييزها باستخدام الصوت والصورة، وجاء أكثر أشكال تفاعلهم مع مضامين صحافة الفيديو هو الاعجاب فقط ثم التعليق فى المرتبة الثانية، ومن أهم مقترحات الشباب الجامعى للمضامين بصحافة الفيديو زيادة الاهتمام بعرض الفيديوهات على القنوات المشفرة، والاهتمام بفيديوهات البث المباشر.

^(١) يسري محمد علي، (٢٠٢٢)، "عناصر الجودة المقدمة بصحافة الفيديو وعلاقتها باتجاهات النخبة الإعلامية نحوها"، رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية التربية النوعية، جامعة المنصورة.

^(٢) سامح فوزى الشحرى، (٢٠٢١)، "التعرض لصحافة الفيديو بالمواقع الاخبارية وعلاقته بوعى الشباب المصرى بالمضامين الرياضية - دراسة ميدانية"، مجلة كلية الآداب بقنا، جامعة جنوب الوادى، ع٥٣، جزء ثانى، ص ٦٢٧.

٥. دراسة (Monika Djerf-Pierre, 2019)^(١)

بعنوان "دور الصحافة على موقع يوتيوب: تفاعل الجمهور مع تقارير "الأخطاء الخارقة" سعت لرصد مكان صحافة الفيديو في بيئة الإعلام؛ حيث استخدمت أسلوبًا مختلطًا لدراسة أشكال مشاركة الجمهور لمقاطع فيديو YouTube حول مقاومة مضادات الميكروبات الناجم عن الاستخدام المفرط وإساءة استخدام المضادات الحيوية. ويركز التحليل على مقاطع فيديو YouTube الأكثر مشاهدة حول AMR بين عامي ٢٠١٨ و٢٠١٦ ، ويقارن بين سمات المشاركة المعبر عنها في التعليقات بمقاطع الفيديو الصحفية و مقاطع الفيديو العلمية الشائعة، وتوصلت الدراسة إلى أن مقاطع الفيديو الأكثر مشاهدة حول AMR على YouTube هي مقاطع فيديو علمية تعليمية متخصصة يتم إنتاجها بشكل احترافي، وحدد التحليل النوعي لـ (٣٠٤٩) تعليقا سبعة أشكال رئيسية من المشاركة رفيعة المستوى، بما في ذلك التعبير عن المشاعر واللوم والدعوات إلى العمل، وتوضح هذه الدراسة أن الصحافة تؤدي دورًا مهمًا على YouTube ؛ من خلال توليد مناقشات الجمهور حول المسألة الاجتماعية والسياسية.

٦. دراسة (Schoon, 2019)^(٢)

بعنوان "دراسة استكشافية لصحافة الفيديو الالكترونية وتأثيرها على المفاهيم الديمقراطية والمجتمعية للشباب"

هدفت الدراسة إلى التعرف على دور صحافة الفيديو الالكترونية ومدى تأثيرها على المفاهيم الديمقراطية والمجتمعية للشباب، واعتمد على المنهج المسحي، وتمثلت عينة الدراسة في ١٥٦ مفردة من الشباب، و٤٢ مفردة للقائم بالاتصال.

وتوصلت الدراسة لعدد من النتائج أهمها: أن الفيديوهات تساهم بشكل كبير على تكوين علاقة قوية بين الشباب والمجتمع وتعمل على ادماجهم في المشاكل والقضايا التي تواجه المجتمع، وظهر التأثير الكبير لتلك الفيديوهات الصحفية على ترتيب أولويات أجندة الشباب، حيث أصبح هناك تطابقاً كبيراً بين أولويات الشباب والمجتمع نتيجة لتأثير تلك الفيديوهات على المستوى المعرفي والادراكي لدى فئة الشباب.

(1) Monika Djerf-Pierre, et.al, (2019) The Role of Journalism on YouTube: Audience Engagement with 'Superbug' Reporting, **Media and Communication Journal**, Vol 7, No1.

(2) Schoon, A. J., (2019), "Exploring Online Video Journalism And Effects On Democratic And Society-Related Approaches For Youth", **Journalism Studies** 1(2).

المحور الثاني: الدراسات التي تناولت الصحافة الالكترونية والوعي السياسي.

١. دراسة (أيوب إبراهيم آدم، ٢٠٢٣) (١)

هدفت الدراسة الى التعرف على فاعلية فيديوهات الإنترنت في تشكيل الوعي السياسي لدى الشباب في ولاية غرب دارفور، وأيضاً التعرف على مدى الاستفادة من فيديوهات الإنترنت في تنمية الوعي السياسي لدى الشباب، والكشف عن ايجابيات وسلبيات فيديوهات الإنترنت لدى المجتمع، استخدم الباحث المنهج الوصفي التحليلي، كما استخدم الباحث أداة الأستبانة والملاحظة لهذا الغرض.

وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج من أهمها أن غالبية أفراد العينة يشاهدون فيديوهات الإنترنت لزيادة الوعي السياسي، والأوضاع الإنسانية، وأيضاً يشيرون إلى مشاهدة فيديوهات الإنترنت شئ ايجابي لزيادة الوعي السياسي لديهم، المبحوثين يتقون فيما يقدم لهم من معلومات عبر فيديوهات الإنترنت، أن وسيلة متابعة فيديوهات الإنترنت هي عن طريق (الهاتف الذكي)، أكثر منصات التواصل لمشاهدة فيديوهات الإنترنت وهي Facebook ، يتقون فيما يقدم لهم من معلومات عبر فيديوهات الإنترنت، أن مشاهدة فيديوهات الإنترنت شئ ايجابي في تشكيل الوعي السياسي لدى الشباب.

٢. دراسة (خلف لافى الحماد، ٢٠٢٢) (٢)

هدفت الدراسة الى التعرف على دور شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام السياسي لدى طلبة جامعة اليرموك، تم استخدام منهج المسح على عينة حصصيه من طلبة جامعة اليرموك بلغت (٤٠٠) مفردة.

وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج من أهمها أن النسبة الأكبر من المبحوثين يعتمدون بدرجة مرتفعة على شبكات التواصل الاجتماعي لمتابعة الأحداث والقضايا السياسية، وساهمت "فيسبوك" و"تويتر" في تشكيل الرأي العام السياسي حول الأحداث والقضايا السياسية لدى المبحوثين وبدرجة مرتفعة، وقد تمثلت أبرز أشكال مساهمة هذه الشبكات التواصلية الرقمية في تشكيل الرأي العام السياسي حول الأحداث والقضايا السياسية في "زيادة الوعي السياسي".

(١) أيوب إبراهيم آدم، (٢٠٢٣)، "فاعلية فيديوهات الإنترنت في تشكيل الوعي السياسي لدى الشباب السوداني"، مجلة العلوم الإنسانية والطبيعية، مؤسسة بربادو للخدمات التعليمية، السودان، مجلد ٤، ١٤، ص ٧٦.

(٢) خلف لافى الحماد، (٢٠٢٢)، "دور شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام السياسي لدى طلبة جامعة اليرموك"، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، مجلد ٢١، ٢٤، ص ٤٨٧.

٣. دراسة (أحمد محمد عثمان، ٢٠٢١) (١)

هدفت الدراسة إلى التعرف على أهم الصحف الإلكترونية التي يطالعها شباب الجامعات ودورها في تنمية الوعي السياسي لديهم، وأهم القوالب الصحفية التي يفضلها الشباب الجامعي في عرض الموضوعات السياسية في الصحف الإلكترونية، وقد اتبع الباحث المنهج الوصفي، وعلى عينة قوامها (٢٠٠) طالب وطالبة من الكليات العملية والنظرية، وتم استخدام استمارة الاستبيان لجمع المعلومات والبيانات.

وتوصلت الدراسة إلى عدد من النتائج من أهمها: أن من أسباب إطلاع الشباب الجامعي على الصحف الإلكترونية زيادة المعلومات السياسية لديهم في المقام الأول، وجاءت القضايا السياسية في مقدمة القضايا التي يطلع عليها الشباب الجامعي، وأشارت النتائج أن الإناث كانوا أكثر تعرضاً من الذكور للصحف الإلكترونية وقضايا الوعي السياسي لديهم.

٤. دراسة (عبدالرحمن محمد الجاسر، ٢٠٢٠) (٢)

هدفت الدراسة إلى التعرف على دور وسائل الإعلام الجديد في تشكيل وعي الشباب الجامعي تجاه القضايا السياسية، وتعد من الدراسات الوصفية التي استخدمت المنهج المسحي، وذلك بتطبيق الاستبانة على عينة بلغ قوامها ٤٩٧ من طلاب المرحلة الجامعية.

وتوصلت الدراسة إلى عدد من النتائج من أهمها: متابعة هذه الحسابات على تشكيل الوعي السياسي لديهم أنها قد زادت بشكل كبير من رغبة أفراد العينة في تنمية معرفتهم السياسية ودفعتهم نحو المشاركة بأرائهم حيال الموضوعات السياسية، وأتاحت لهم حرية التعبير عن هذه الآراء.

٥. دراسة (إبراهيم جليط، محمد مقدم، ٢٠٢٠) (٣)

هدفت الدراسة إلى التعرف على مدى مساهمة الصحافة الإلكترونية في تعزيز الوعي السياسي للشباب، واعتمدت على العينة القصدية العمدية والهدفية، حيث تكونت عينة الدراسة من (١٠٠ مفردة)، تم استخدام المنهج الوصفي التحليلي من خلال توزيع استمارة الاستبيان التي كانت أداتنا لجمع البيانات من المبحوثين.

(١) أحمد محمد عثمان، (٢٠٢١)، "دور الصحافة الإلكترونية السعودية في تنمية الوعي السياسي لدى طلاب الجامعات - دراسة ميدانية"، مجلة الميدان للدراسات الرياضية والاجتماعية والإنسانية، جامعة زيان عاشور، الجلفة، الجزائر، مجلد ٣، ع ٣٤، ص ١٤.

(٢) عبدالرحمن محمد الجاسر، (٢٠٢٠)، "التواصل الاجتماعي تويتر في تشكيل الوعي السياسي للطلبة السعوديين في المرحلة الجامعية"، المجلة العربية للعلوم الإنسانية، جامعة الكويت، مجلس النشر العلمي، مج ٣٨، ع ١٥١٤، الكويت، ص ١٤١.

(٣) إبراهيم جليط، محمد مقدم، (٢٠٢٠)، "دور الصحافة الإلكترونية في تعزيز الوعي السياسي لدى الشباب الجامعي"، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية.

وتوصلت الدراسة إلى عدد من النتائج من أهمها: كانت أغلبية الشباب الجامعي يعتمدون على الصحافة الإلكترونية في تلقي الأخبار، وأن الصحافة الإلكترونية تساهم في تنمية الوعي السياسي وتعزيزه، يحرص الجمهور على الإنخراط في المشاركة والتفاعل مع الرسالة الإعلامية الموجودة على الصحافة الإلكترونية مما جعل منها كتلة رأي عام إلكتروني لا يمكن تجاوزها، جمهور الشباب الجامعي يعطي اهتماما خاصا بالقضايا السياسية الوطنية.

الاطار النظري (نظرية المجال العام)

ترجع فكرة المجال العام إلى الفيلسوف الألماني جورجين هابر ماس الذي أسس نظرية المجال العام من خلال كتابه الذي صدر عام ١٩٦٢ تحت عنوان "التحول البنيوي في المجال العام"، حيث أعطي تصورا جديدا للديمقراطية من خلال نظريته حول الفعل التواصلي، وقد أخذ جورجين هابرماس مفهوم القضاء العمومي عن كانط، الذي تم استخدامه في سبعينيات القرن الماضي في مجال التحليل السياسي^(١)، ويعرف المجال العام بأنه مجموعة من الأشخاص المجتمعين لمناقشة القضايا المرتبطة بالشأن العام، ومن الجدير بالذكر أن المجال العام في أوروبا شكّل وفق هذه الرؤية بعد بروز (العقد الاجتماعي) كمنظم للحياة الاجتماعية وكقوة موازية للحكم المطلق^(٢).

ولقد أصبح مفهوم المجال العام في مجال الدراسات الإعلامية في السنوات الأخيرة مفهوماً مركزياً، وكان ذلك مع انهيار الشيوعية وبداية مرحلة التغيير المتسارع في صناعة وسائل الإعلام، فهو يعد ركيزة أساسية من ركائز المجتمعات الديمقراطية التي تدعو للتفاهم المستمر بين (الأنثا والآخر) دون اللجوء للعنف^(٣).

أهم تعريفات المجال العام:

القدرة على الوصول لدائرة الاتصال، والحرية التي يتمتع بها الأفراد في الاتصال داخل هذه الدائرة بنية المناقشة، وطرح خطاب مبرر بأدلة إقناعية محددة السمات التي حددها هابرماس للمجال العام من خلال التعريف السابق^(٤):

■ المجال العام حيز من حياتنا الاجتماعية يمكن من خلاله تشكيل ما يقرب من الرأي العام.

(1) Dominique wolton (1997), L espace publiccahiers francais,N218,mai-june,page 66.

(2) Jorgen Habermas (1979) , "The structural transformation of the public sphere: An inquiry into acategory of Bourgeois Society,Cambridge: transl: Thomas Burger and Frederic Lawrence, p.12.

(3) Danial C.Hallin (1994),"We keep American ON Top of The World: Television Journalism and the public sphere ",London: Rutledge , ,P.12.

(٤) حاتم سليم العلوانة، (٢٠١٢)، "دور مواقع التواصل الاجتماعي في تحفيز المواطنين الأردنيين على الحراك الجماهيري"، ورقة مقدمة للمؤتمر العلمي السابع عشر بعنوان "ثقافة التغيير"، كلية الآداب، جامعة فيلادلفيا عمان.

- المجال العام ينشأ من ناس خصوصيين، يجتمعون معاً كجمهور ليتناولوا احتياجات المجتمع من الدولة.
- المجال العام هو مجموعة أشخاص يستفيدون من عقلايتهم وتفكيرهم في مناقشة المسائل العامة.

من خلال ذلك نستنتج ثلاثة مظاهر تميز المجال العام^(١):

- أن المشاركة فيه مفتوحة.
- يساوي بين مواقع وأدوار الأطراف المشاركة فيه بصرف النظر عن أوضاعهم الاجتماعية والاقتصادية.
- أي قضية فيه قابلة للنقاش.

مصطلحات البحث:

١- صحافة الفيديو Video journalism:

يعرف (فتحي حسين) صحافة الفيديو بأنها "ممارسة وإنتاج الاخبار المصورة، من خلال شخص تتوافر فيه مهارات الكتابة والتصوير وتحرير قضية القصص والاعبار باستخدام التقنيات الرقمية وبثها عبر نطاق واسع عبر الانترنت".^(٢)

تعرف الباحثة صحافة الفيديو إجرائياً بأنها "نمط من أنماط الصحافة وتعرف أيضاً بالصحافة التليفزيونية، يقوم فيها القائم بالاتصال بكتابة القصة الخبرية في أحد قوالب الفنون الصحفية وتحريرها الحدث المعروض أمامه، فهي تستخدم أحدث التقنيات في سرد القصة الخبرية، وسوف نشهد في المستقبل أنماطاً كثيرة وتطورات في تقنيات إنتاجها، ولذلك سعت هذه الدراسة للتعرف على هذه التقنية المستحدثة على ساحة الإعلام الجديد والصحافة الالكترونية".

٢- الوعي السياسي :

يعرف (شدان يعقوب) الوعي السياسي بأنه "الرؤية الشامل بما تتضمنه من معارف سياسية وقيم واتجاهات سياسية تتيح للإنسان أن يدرك أوضاع مجتمعه ومشكلاته ويحلها ويحكم عليها ويحدد موقفه منها والتي تدفعه للتحرك من أجل تغييرها وتطويرها".^(٣)

(١) هشام عبدالمقصود، (٢٠٠٩)، "خصائص المجال العام لتقديم التعبيرات السياسية والاجتماعية عن قضايا وأحداث الشؤون العامة في وسائل الإعلام الجديدة"، مؤتمر الأسرة والإعلام وتحديات العصر، الجزء الثاني، كلية الإعلام، جامعة القاهرة.

(٢) فتحي حسين عامر، (٢٠٢٠)، "صحافة الفيديو- تقنياتها وإشكالياتها"، العربي للنشر والتوزيع، ص ٣٢.

(٣) شدان يعقوب خليل، (٢٠١٥)، "أثر مواقع التواصل الاجتماعي على الوعي السياسي بالقضية الفلسطينية لدى طلبة جامعة النجاح الوطنية"، رسالة الماجستير غير منشورة، كلية الدراسات العليا، جامعة النجاح الوطنية، فلسطين، ص ٢١.

وتعرف الباحثة الوعي السياسي بأنه "مجموعة من القيم والاتجاهات ذات البعد السياسي التي يكتسبها الشباب الجامعي أثر تعرضه لصحافة الفيديو من خلال وسائل التواصل الاجتماعي والتي بدورها تشكل رؤيته الخاصة تجاه الأحداث السياسية التي تدور من حوله في المجتمع".
٣. الشباب الجامعي :

يعرف (محمود ناجي) الشباب الجامعي "أنه طاقة إنسانية متجددة في العمل والابتكارات ذات ميول جديدة للابتكار والخلق وذات تفكير اجتماعي حيوي".^(١)
تعرفه (عبير حسين) بأنه "تلك المرحلة العمرية التي تتميز بالحياة وبسمات مميزة كالتقنية للنمو الجسمي والعقلي والاجتماعي كما تتميز بالقوة والنشاط".^(٢)
متغيرات البحث

المتغير المستقل : دور صحافة الفيديو الالكترونية.

المتغيرات الوسيطة : تتمثل في :

- المتغيرات الديموجرافية: النوع (ذكور - أنثى)
- نوعية التعليم: حكومي - خاص.
- المستوى الاجتماعي والاقتصادي.

المتغير التابع : تشكيل الوعي السياسي لدى الشباب الجامعي.

فروض البحث:

١. توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين معدل متابعة المبحوثين للمضامين السياسية بصحافة الفيديو ودرجة الوعي السياسي لديهم.

٢. توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة بين درجة ثقة المبحوثين في المضامين السياسية بصحافة الفيديو ومعدل متابعتهم لها.

نوع البحث : ينتمي هذا البحث إلى البحوث الوصفية.

منهج البحث: يستخدم البحث منهج المسح الاعلامي.

مجتمع البحث: ويتمثل في الشباب الجامعي (الذكور - الإناث) في المرحلة العمرية من (١٨ إلى ٢١) سنة.

(١) محمود ناجي، مصطفى قاسم، (٢٠٠٠)، "اتجاهات الشباب نحو السياسة تصور مقترح لطريقة خدمة الفرد في التعامل معها"، المؤتمر العلمي الحادي عشر، جامعة القاهرة، كلية الخدمة الاجتماعية، ص ٦٤٣.

(٢) عبير حسين على، (٢٠٠٢)، دور مقترح لأخصائي خدمة الجماعة في إكساب الشباب الجامعي مهارات التعامل مع عصر تكنولوجيا المعلومات، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة حلوان، كلية الخدمة الاجتماعية، قسم خدمة الجماعة، ص ١٥.

عينة البحث: عينة عمدية من متابعي قنوات صحافة الفيديو عبر صفحات الصحف على شبكات التواصل الاجتماعي قوامها (٤٠٠) مفردة من الشباب الجامعي في المرحلة العمرية من (١٨-٢١) عاماً.

أدوات البحث: اعتمد البحث على أداة استبيان بالتطبيق على عينة من الشباب الجامعي.

الإطار المعرفي :

أولاً: صحافة الفيديو:

أصبحت اليوم صحافة الفيديو مهارة جديدة للصحافة الإلكترونية، يجب على الصحافة المطبوعة اللحاق بها للحفاظ على مكانتها في التسلسل الهرمي للصحافة، وتسعى وكالات الأنباء للوصول إلى هذا النوع من التميز بإنشاء مراكز أخبار فيديو استجابة للتغيير الذي أحدثته الفيديو ومواقع الوسائط المتعددة في البيئة الإعلامية. وتضفي صحافة الفيديو التي انتشرت مؤخراً عبر مواقع إلكترونية ميزة جديدة إلى عالم الصحافة والإعلام، وهي مواكبة الحدث لحظة وقوعه في تطور باتت مواقع إلكترونية ومؤسسات إعلامية محلية تسير في اتجاهه وترى فيه إعلام المستقبل، حيث يعتبر من أحد المكونات الأساسية لعدد من المؤسسات الصحفية ومواقع الوسائط المتعددة، فحتى وقت قريب كان يتم عرض الفيديو تلفزيونياً، ومع مرور الوقت أصبح هناك منافسة بين المؤسسات الصحفية والمؤسسات الإخبارية التلفزيونية أدت إلى استجابة الصحافة المطبوعة والإلكترونية لتحديات الفيديو، فصحافة الفيديو بمثابة ممارسة وإنتاج أخبار الفيديو من قبل شخص واحد يتكفل بكتابة وتحرير القصة الإخبارية باستخدام التكنولوجيا الرقمية ونشرها على نطاق واسع عبر الإنترنت، لذا يُنظر اليوم إلى صحافة الفيديو باعتبارها نقلة أبعد من تصوير الأخبار للتلفزيون، فهي بمثابة إنتاج الأخبار المصورة بواسطة فرد يكتب ويحرر ويصور القصص الخبرية باستخدام التقنيات الرقمية وبنها على نطاق واسع عبر الإنترنت.^(١)

وتعد صحافة الفيديو نقلة في الصحافة الإلكترونية من حيث الحرفية، المصادقية، الجاذبية، ونسبة المشاهدة، وبالتالي العائد المعنوي لصحفي الفيديو والمادى للمؤسسة، التزام صحفى الفيديو بالقيم التحريرية واستخدامه بعض أساليب إخراج العمل يعطى عمراً أطول للمادة الخبرية المصورة مقارنة بمثيلاتها. وتلتزم صحافة الفيديو بالقيم التحريرية تماماً كما فى الصحافة المطبوعة ومنها الحياد، وهو البقاء على مسافة واحدة من جميع الأطراف، والدقة والأمانة عن طريق بذل أقصى جهد فى تحرى المعلومات حتى ننقل للقارئ الخبر بصدق وأمانة، والتوازن عن طريق

(١) شريف درويش اللبان، (٢٠٢٠)، "مرجع سابق".

عكس الأوزان النسبية لجميع الأطراف في التغطية الصحفية، وتنتهي بالموضوعية وهي فصل الرأى عن الخبر، فتنسب لمصادر واضحة كلما أمكن، التحلى بالعمق، ومراعاة السياق والخلفية. وتتميز صحافة الفيديو بقدرتها على الوصول إلى 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 الأنواع الصحفية من مكتوبة إلى مسموعة إلى مرئية، ويعود ذلك إلى أن صحافة الفيديو توظف عدد أكبر من الحواس مقارنة بالصحافة المطبوعة، ففي صحافة الفيديو يشاهد المتلقي ويسمع بينما في الصحافة المطبوعة والمواقع الإلكترونية يقرأ ويرى صورة ثابتة فحسب. (١)

خصائص صحافة الفيديو الإلكترونية:

تتميز صحافة الفيديو الإلكترونية بمجموعة من الخصائص والمزايا والتي تتمثل في الآتي:

- ١- تتميز صحافة الفيديو الإلكترونية بأن المضمون الذي يقوم بنشره المصدر أو القائم بالاتصال لا يخضع للمراقبة والتحكم من قبل حراس البوابة في وسائل الإعلام التقليدية، بل على النقيض من ذلك هي منصات مفتوحة تمكن بث المضامين المرئية والفيديوهات بدون أدنى تحكم من أي طرف أو جهة.
- ٢- كما تتميز صحافة الفيديو الإلكترونية بأنها لا تتطلب من القائم بالاتصال أن يتحلى بوجود مهارات عالية الإنتاج ونشر الفيديوهات الصحفية، متحدية في ذلك أعراف وقوانين العمل الإعلامي الذي يتطلب تضافر مجموعة من جهود المحترفين في مجال العمل الإعلامي، فمن الممكن لأي شخص يمتلك هاتف محمول مزود بكاميرا تصوير وبث الفيديوهات إلى الجماهير سواء على صفحته الشخصية أو أي صفحة كانت.
- ٣- من السمات المميزة لصحافة الفيديو الإلكترونية والتي ساهمت بشكل كبير على انتشارها هي عدم احتياجها للأموال الطائلة كما هو الحال في وسائل الإعلام التقليدية التي تتطلب الكثير من الأموال لإنتاج وبث الفيديوهات الصحفية الي الجماهير. (٢)
- ٤- إمكانية توجيه الفيديوهات إلى جماعة أو فئة معينة وهو الأمر المنعدم في وسائل الإعلام التقليدية الذي يؤدي إلى تحقيق الأهداف التي يسعى إليها القائم بالاتصال.

(١) صحافة فيديو تقنية عصرية ترسم ملامح المستقبل، موقع المدينة نيوز الإخبارية، متاح من خلال الرابط التالي:

<http://jadeedmedia.com>

(٢) Calhoun. C, Joseph G, James. M, Steven. P, and Indermohan. V. , Contemporary Sociological Theory. 2nd ed. Malden, MA: Blackwell., 2014, p.48.

٥- اعتمادها على أكثر العناصر جذبا للمشاهدين وهي الفيديوهات المرئية التي تجمع بين الصوت والصورة، الأمر الذي يؤدي الي جذب المشاهد نحو تلك الفيديوهات لما تحتويه من مواد مرئية وهو السبب الرئيس الذي أدى الي انتشار استخدام صحافة الفيديو الإلكترونية.

٦- إمكانية تسجيل وبث الحدث في وقت واحد، وهو الأمر الغير متوفر في وسائل الإعلام التقليدية، مما يساهم في تكوين زخم ومصداقية لدي الأحداث التي يتم بثها بطريقة مباشرة، وذلك لصعوبة التحكم في مضامين البث المباشر.

٧- إمكانية فتح حوارات ومناقشات تفاعلية بين القائم بالاتصال والجمهور، مما يزيد من قدرة وسيطرة القائم بالاتصال علي مشاعر وسلوك الجمهور. (١)

أنماط صحافة الفيديو الإلكترونية:

تعددت أنماط صحافة الفيديو الإلكترونية والتي أصبحت تشمل: (٢)

١- نمط الصور المتحركة Moving Pictures :

حيث يتم اضافة الصور الى نص يضم كلام فقط مكتوب بدون رواية معه، وأفضل مثال على ذلك ما استخدمته صحيفة Western Daily Press من عرض فيديوهات تصاحبها نصوص مكتوبه فقط.

٢- نمط مفكرة الفيديو The Video Diary ويضم نوعين:

(أ) الفيديو التدويني The Video blog/log

وهو عبارة عن فيديو لشخص يتحدث أمام كاميرا عن أفكاره، آرائه، خبراته ويعتبر Ian Reeves هو من قام بأولي تلك المحاولات التي اشتملت على ذلك النوع من الفيديوهات التلوينية.

(ب) نمط التقرير الشخصي The Personal Account :

أو صحافة المواطن وهو عبارة شخص يقوم بعرض رواية وقصة مكونة من فيلم عن حياة وتجارب وأفكار شخص آخر مستعينا بذلك بالمؤثرات المرئية والصوتية، وتعتبر صحيفة Washington Post من خلال الركن الذي خصصته

(1) Soffer, O. , "The Competing Ideals of Objectivity and Dialogue in American Journalism", Journalism 10 (4): , 2011, p. 91.

(2) Yuen-Ying C. , "Digital Journalism: Making News, Braking News" Open Society Foundation, 2014, pp.16-19.

على موقعها تحت اسم Being a Black Man وذلك لنشر الفيديوهات الصحفية الذي يقوم صناعتها مواطنين عاديين.

٣- النمط الثالث الفيديو التسجيلي Edited Narrative:

وهو نسخة مماثلة لنوعيات الأفلام الوثائقية، لكن بشكل أقصر في المدة الزمنية.

٤- النمط الرابع الفيديو التلفزيوني:

وهو أكثر أنواع مقاطع الفيديو المتوفرة علي الانترنت لأنها في الغالب تأتي من المنظمات والمؤسسات الإعلامية والصحفية المطبوعة والمرئية ولكن الاختلاف الجوهري أنها تعتمد علي الانترنت كمنصات لبث تلك الفيديوهات، وتلجأ الشركات إلى استخدام ذلك النوع من الفيديوهات التقليص حجم النفقات التي يتم تخصيصها إلى الإعلان علي الوسائل التقليدية كالتلفزيون، حيث أن تكلفة بث الفيديوهات الإعلانية علي الانترنت أقل بكثير من الوسائل الإعلامية الأخرى.

تحديات استخدام الشباب لصحافة الفيديو الإلكترونية:

علي الرغم من الوتيرة السريعة التي انتشرت بها صحافة الفيديو الإلكترونية إلا أنه ما زالت هناك بعض التحديات تواجهها والتي تتمثل في الآتي:^(١)

- من بين التحديات الرئيسية والتي إن كانت من السمات المميزة لصحافة الفيديو الرقمية وهي عدم التحكم في المضمون الذي يتم نشره، فالجميع يمكنهم من إنتاج وبث الفيديوهات، إلى أن تلك الميزة يتخللها بعض العيوب والسلبيات نتيجة إمكان بعض الأشخاص بث فيديوهات سلبية وغير مسؤولة تؤدي إحداث الفرقة والفتنة بين صفوف المجتمع.
- عدم إمكانية بث وإنتاج صحف الفيديو الإلكترونية في البلدان والدول التي تعاني من ضعف البنية التحتية والتي تعاني من وجود مشاكل في الانترنت، الأمر الذي لا يساعد علي استخدام مثل تلك العينة من الصحف والتي تعتمد في جوهرها علي استخدام الانترنت.
- الأنظمة السياسية التي تحرم أو على الأقل يمكنها أن تتحكم في المضامين أو رصد ومراقبة منصات التواصل الاجتماعي بشكل عام، وتسعي الي التحكم في تلك النوعية من الصحافة الحرة الغير مقيدة والتي تسعي الي تكوين رأي مغاير إلى ما تنشره تلك الأنظمة

(1) Peer, L., and Thomas K.,(2011) "YouTube and the Challenge to Journalism8", Journalism Studies 21 (2), p.45.

وهو ما يدعوها إلى اخماد الأصوات الحرة وأدواتها التي من أهمها في ذلك العصر صحافة الفيديو الإلكترونية.

ثانياً: الوعي السياسي والشباب الجامعي :

يعد الوعي السياسي (Political Awareness) أحد الموضوعات التي لاقى اهتماماً من قبل الأكاديميين والباحثين في حقول العلوم الإنسانية والاجتماعية المختلفة، وكذلك من قبل السياسيين والمفكرين وصناع القرار في الدولة، باعتبار الوعي السياسي يلعب دوراً هاماً في إعداد المواطنين وتأهيلهم لفهم الخطط والأهداف والنظم والسياسات العامة للنظام السياسي والمشاركة في تميمتها، وتنمية الثقافة السياسية للمواطن وتدعيم الانتماء السياسي له، والمحافظة على الاستقرار السياسي في المجتمع، ومناقشة قضايا الديمقراطية والعدالة والتنمية، والتشجيع على المشاركة السياسية حيث تعتمد جميع المجتمعات الإنسانية في استقرارها وتماسكها، وتقدمها وتطورها على ما يتوفر لديها من وعي سياسي وفهم مشترك للقيم والفكر والسلوك، والعادات والتقاليد السائدة في المجتمع. (١)

وقد تميز الإعلام الرقمي باعتباره شريكاً فعالاً يساهم بقدر كبير في عملية تشكيل وتطوير الوعي السياسي وغيره من المجالات الحياتية المختلفة التي يعايشها الفرد، حيث يتسم الإعلام الرقمي بالحرية في اختيار الموضوع وتحرير النص وسهولة البث مع تجاوز الحدود بين الخاص والعام وبين المستوى الداخلي للدولة وما بين المستوى الدولي مع قلة التكلفة والوقت المطلوب لذلك، فضلاً عما يتمتع به من خصائص ما بين التفاعلية واللاتزامنية والكونية والانتشار، والتي أدت لارتفاع قدرات هذه الوسيلة في التأثير النفسي على الأفراد والسيطرة الفكرية والإقناع للجمهور في المجتمعات المختلفة، والتحكم في سلوكياتهم وتوجيهه، وهو ما أدى لظهور منافسة شديدة بين وسائل الإعلام الرقمي بمختلف أشكالها كمواقع الكترونية أو مواقع تواصل اجتماعي ووسائل الإعلام التقليدية بصورة عامة والمرئية بصورة خاصة. (٢)

(١) أحمد حسين اللقاني وعلي الجمل، (١٩٩٦)، "معجم المصطلحات التربوية المعرفة في المناهج وطرق التدريس"، عالم الكتب القاهرة، جمهورية مصر العربية.

(٢) لبنى الجابري، (٢٠٢٠)، "فعالية الإعلام الرقمي في التسويق السياسي وتأثيره على تشكيل الاتجاهات السياسية لدى الشباب المصري"، المجلة العربية لبحوث الإعلام والاتصال، ع ٣٠، ص ٧٢٣.

خصائص الوعي السياسي:

لوعي السياسي خصائص ومميزات يحملها فيما يلي: (١)

- الوعي السياسي إدراك قائم على إحساس المجتمع.
- يهتم الوعي السياسي بمعرفة المشكلات والأسباب والآثار المترتبة عليها .
- يتكون الوعي السياسي ويتبلور أثناء مراحل نمو الفرد ومميزة حياته.
- الوعي السياسي هو خطوة مهمة في تكوين الاتجاهات السياسية والسلوك السياسي.
- يتوقف الوعي السياسي للفرد على الثقافة السياسية، حيث يتكون نتيجة ما يتوافر للفرد من معرفة وفهم للأمر .
- ينمو ويتطور هذا الوعي خلال سنين عمر الفرد المختلفة ليصبح محطة للمؤثرات الثقافية التي يتعرض لها الفرد.
- يعتمد الوعي السياسي على الإدراك عملية عقلية يقوم الفرد من خلالها بعملية انتقاء الفرد للمعلومات وتنظيمها وتفسيرها.
- يتلازم المكون المعرفي والمكون الوجداني في الوعي السياسي حيث أن الوعي ينبع ومشبع بالمعرفة .

أنماط التفاعل الإلكتروني المؤثرة في التنشئة السياسية

- يمكن تحديد أبرز أشكال منظومات التفاعل الإلكتروني التي يلجأ إليها مستخدمو الانترنت والتي تلعب بشكل أو بآخر دوراً في عملية التنشئة السياسية على النحو التالي: (٢)
١. الشبكات الاجتماعية: تقوم هذه الشبكات على منطوق الديمقراطية في المشاركة - إلى حد ما- بالتواصل ما بين الجمهور، وهي تأخذ شكل الدردشة أو الحوار، ويتمثل المبدأ العام الذي يميزها في أن أفراداً تجمعهم أفكار وأحلام مشتركة، يقررون الائتلاف ضمن مجموعة افتراضية، ليتحدثوا ويتناقشوا ويتبادلوا الآراء حول موضوع ما، فيشكلون بهذا المعنى جماعة يتواصل الأعضاء فيها أفقياً، إذ إن كل عضو هو في الوقت ذاته مرسل ومستقبل.
 ٢. الصحافة الإلكترونية: تتسم الصحف الإلكترونية بالعديد من الخصائص الاتصالية، التي تنطلق من قدرات شبكة الانترنت كوسيلة اتصال حديثة، وأكدت معظم الأبحاث والدراسات على إنها أصبحت وسيطاً إعلامياً فعالاً، حيث مكنت الأفراد والمؤسسات من إرسال

(١) عبدالله على الفردى، (٢٠١٠)، "الوعي السياسي في الإسلام"، دار طويق للنشر، الرياض، ط١، ص٦٧.
 (٢) يوسف وردانى، "ثقافة الشباب بين تحديات الانترنت وعجز الدولة"، موقع معهد الوارف للدراسات الإنسانية على شبكة الانترنت، من خلال الرابط التالي: <http://www.alwaref.org/>

واستقبال المعلومات عبر أية مسافة وفي أي زمان أو مكان.. لاسيما بعد أن شيدت نمواً مضطرباً وتزايداً سريعاً في إقبال العديد من المؤسسات الصحفية على استخدامها، وتتنوع الخصائص التي تتسم بها الصحافة الالكترونية، لتكون بمثابة الميزة الجديدة للنشر على شبكة الانترنت.

٣. المدونات Blogs : وهي أحد أشكال المنظومة التفاعلية الالكترونية الأكثر أهمية، فهي مواقع شخصية على شبكة الانترنت تتضمن آراء ومواقف حول مسائل متنوعة، وتعد تطبيقاً من تطبيقات الانترنت، يعمل عن طريق نظام لإدارة المحتوى، وعبارة عن صفحة على الشبكة تظهر عليها "تدوينات" أو موضوعات مؤرخة ومرتبطة ترتيباً زمنياً تصاعدياً، ينشر عدد منها يتحكم فيه مدير أو ناشر المدونة، ويتضمن النظام آلية لأرشفة التدوينات القديمة، تمكن القارئ من الرجوع إلى تدوينه معينة في وقت لاحق، عندما تعود غير متاحة على الصفحة الرئيسية للمدونة .

دور الاعلام في تكوين الاتجاهات السياسية:

ويمكن أن نلاحظ تأثير الاعلام على تكوين الاتجاهات السياسية من خلال :

١. الإنترنت يُضعف سطوة الأنظمة الحاكمة: أصبح لتكنولوجيا الاعلام والمعلومات دور كبير في أحداث التغييرات الفكرية والايديولوجية عبر تناقل وتصدير المعلوما، المتمثلة بالاجبار والأفكار والثقافات المختلف، الايجابية منها والسلبية. حيث أن التطور السريع في تكنولوجيا الاعلام والمعلومات اصبح يهدد سلطة ومسؤولية الدولة وهذا ما أكدته مؤتمر لندن في العام ١٩٩٥ حول الانترنت ناقش فيه المجتمعون قضايا ما بعد ثورة المعلومات، وما يسمى بطريق المعلومات السريع، ودور الانترنت في الانفتاح المعلوماتي الرهيب حول العالم. (١)

٢. إسهامات التقنيات التكنولوجية الحديثة في الثورات العربية : ساعدت التقنيات التكنولوجية الحديثة والمتنوعة في تحقيق رغبات الشعوب في هذا التواصل والإعداد للثورات والانتفاضات الشعبية، مختصرة بذلك الفترات الزمنية التي كانت تستغرق في الإعداد والتحضير لأي ثورات سابقة قبل ثورة تكنولوجيا المعلومات والاتصال التي كانت تتطلب وقتاً وامكانات بشرية ومادية للاجتماعات وإعداد المنشورات وتجهيز المشاركين في الثورة،

(١) عبدالمك ردمان الدنانى، (٢٠٠١)، "الوظيفة الإعلامية لشبكة الإنترنت"، دار الراتب الجامعية، ص ٦٢.

الذي كان يستلزم فترات زمنية طويلة في ظل ملاحظات أمنية وقضائية متنوعة من قبل النظم الحاكمة. (١)

٣. تحكم المواقع الاجتماعية التفاعلية في الرأي العام: برز دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل مفاهيم الناس وتصوراتهم بالنسبة للحقيقة بالإضافة إلى تزويد الشعب بالخبرات السياسية التي من خلالها يتشكل الرأي في المجتمع، كما أنها تلعب دوراً هاماً في خلق التماسك بين جميع أفراد الشعب في المواقف السياسية الهامة. (٢)

نتائج البحث الميدانية:

- للإجابة عن السؤال الذي ينص علي: هل تتابع صحافة الفيديو ؟

قامت الباحثة بحساب التكرارات والنسب المئوية وقيمة ك^٢ لدراسة دلالة الفروق في متابعة صحافة الفيديو، واتضح أن معظم أفراد عينة البحث تتابع صحافة الفيديو دائماً كما هو موضح بالجدول:

جدول (١) توزيع عينة البحث وفقاً لمتابعة صحافة الفيديو

متابعة صحافة الفيديو	ك	%
دائماً	187	46.75
أحياناً	145	36.25
نادراً	68	17
الإجمالي	400	100
قيمة ك ^٢		54.635**
دالة عند مستوى الدلالة (٠.٠٠١) عند درجة حرية (٢)		0.000

يتضح من الجدول السابق أن نسبة (٤٦.٧٥%) من عينة البحث أفادوا بأنهم يتابعون صحافة الفيديو دائماً، ونسبة (٣٦.٢٥%) أجابو بأنهم يتابعون صحافة الفيديو أحياناً، ونسبة (١٧%) نادراً ما يتابعونها.

كذلك يتضح وجود فروق ذات دلالة إحصائية في مدى متابعة صحافة الفيديو، حيث كانت قيمة ك^٢ = ٥٤.٦٣٥ وهي دالة عند مستوى دلالة ٠.٠٠١، مما يعني ارتفاع نسبة متابعة عينة البحث لصحافة الفيديو بصفة دائمة.

(١) محمود الرشيدى، (٢٠١٢)، "خبير الأمن المعلوماتي ... الانترنت والفيديو ثورة ٢٥ يناير نموذجاً"، الدار المصرية اللبنانية، ط١، ص٩.

(٢) إسماعيل عبدالفتاح عبدالكافي، (٢٠١٠)، "السياسات الإعلامية في مصر والعالم العربي"، هبه النيل للتوزيع، ص ٢٥.

وتفسر الباحثة ذلك بأن النسبة الأكبر من عينة البحث تتابع صحافة الفيديو الالكترونية دائماً، وهذا يعنى أنهم فى حاجة دائماً إلى صحافة الفيديو للإعتماد عليها كأحد المصادر الهامة فى زيادة معارفهم ومعلوماتهم حول القضايا والموضوعات التى تنال اهتمامهم مما يزيد من دافعيتهم إلى التعرض لها.

- للإجابة عن السؤال الذي ينص علي: متى بدأت تتابع صحافة الفيديو؟

قامت الباحثة بحساب التكرارات والنسب المئوية وقيمة كا^٢ لدراسة دلالة الفروق فى بداية متابعة صحافة الفيديو واتضح أن معظم أفراد عينة البحث بدأت متابعة صحافة الفيديو منذ عام كما هو موضح بالجدول:

جدول (٢) توزيع عينة البحث وفقاً لبداية متابعة صحافة الفيديو

بداية متابعة صحافة الفيديو	ك	%
منذ عام	167	41.75
أكثر من عام	104	26
أقل من عام	129	32.25
الإجمالي	400	100
قيمة كا ^٢		15.095**
دالة عند مستوى الدلالة (٠.٠٠١) عند درجة حرية (٢)		0.000

يتضح من الجدول السابق أن نسبة (٤١.٧٥%) من عينة البحث أفادوا بأنهم يتابعون صحافة الفيديو منذ عام، ونسبة (٢٦%) أجابوا بأنهم يتابعونها منذ أقل من عام، ونسبة (٣٢.٢٥%) يتابعونها منذ أكثر من عام.

كذلك يتضح وجود فروق ذات دلالة إحصائية فى بداية متابعة صحافة الفيديو، حيث كانت قيمة كا^٢ = ١٥.٠٩٥ وهي دالة عند مستوى دلالة ٠.٠٠١، مما يعنى ارتفاع نسبة عينة البحث التى تتابع صحافة الفيديو منذ عام.

وتفسر الباحثة ذلك بأن النسبة الأكبر من عينة البحث تتابع صحافة الفيديو منذ عام، وهذا يعنى أنه يجب الاهتمام بصحافة الفيديو من قبل القائمين على الصحف الإلكترونية مما يساهم فى جذب المتابعين وزيادة معدلات متابعتها.

- للإجابة عن السؤال الذي ينص علي: ما هي الوسيلة التي تفضلها في متابعة صحافة الفيديو؟

قامت الباحثة بحساب التكرارات والنسب المئوية وقيمة كا^٢ لدراسة دلالة الفروق في الوسيلة التي تفضلها في متابعة صحافة الفيديو واتضح أن معظم أفراد عينة البحث يفضلون الموبايل في متابعة صحافة الفيديو كما هو موضح بالجدول:

جدول (٣) توزيع عينة البحث وفقا للوسيلة التي تفضلها في متابعة صحافة الفيديو

الوسيلة التي تفضلها في متابعة صحافة الفيديو	ك	%
الموبايل	267	66.75
الحاسب الآلي الثابت (ديسك توب)	46	11.5
لاب توب	89	22.25
التابلت	86	21.5
ايباد (I pad)	116	29
قيمة كا ^٢	241.844**	
دالة عند مستوي الدلالة (٠.٠٠١) عند درجة حرية (٤)	0.000	

يتضح من الجدول السابق أن نسبة (٦٦.٧٥%) من عينة البحث يفضلون استخدام الموبايل في متابعة صحافة الفيديو حيث جاء في المرتبة الأولى، بينما جاء (ايباد I pad) في المرتبة الثانية بنسبة (٢٩%)، وجاء (لاب توب) في المرتبة الثالثة بنسبة (٢٢.٢٥%)، واحتلت (التابلت) المرتبة الرابعة بنسبة (٢١.٥%)، و(الحاسب الآلي الثابت "ديسك توب") في المرتبة الخامسة بنسبة (١١.٥%).

كذلك يتضح وجود فروق ذات دلالة إحصائية في الوسيلة التي تفضلها في متابعة صحافة الفيديو، حيث كانت قيمة كا^٢ = ١٥٠.٩٥ وهي دالة عند مستوى دلالة ٠.٠٠١، مما يعني ارتفاع نسبة عينة البحث التي تتابع صحافة الفيديو منذ عام.

وتفسر الباحثة ذلك بأن النسبة الأكبر من عينة البحث تعتمد على الموبايل في متابعة صحافة الفيديو، ويفسر ذلك أيضا بأن الموبايل دائما ما يستخدمونه على مدار اليوم أكثر من الأجهزة الأخرى فهو أكثر وأقرب الأجهزة لهم يعتمدون عليها في متابعة صحافة الفيديو.

- للإجابة عن السؤال الذي ينص علي: ما أكثر أشكال الفيديو الإخباري التي تفضل مشاهدتها؟

قامت الباحثة بحساب التكرارات والنسب المئوية وقيمة كا^٢ لدراسة دلالة الفروق في أشكال الفيديو الإخباري التي تفضل مشاهدتها واتضح أن معظم أفراد عينة البحث يفضلون مشاهدة الفيديو من قالب الحدث الذي يصوره الصحفي كما هو موضح بالجدول:

جدول (٤) توزيع عينة البحث وفقا لأشكال الفيديو الإخباري التي تفضل مشاهدتها

شكال الفيديو الإخباري التي تفضل مشاهدتها	ك	%
الفيديو من موقع الحدث الذي يصوره الصحفي.	278	69.5
الفيديو الذي يصور المقابلات الصحفية مع المشاهير	112	28
الفيديو الوثائقي	54	13.5
الفيديو التخيلي أو التفاعلي	98	24.5
فيديو لاستطلاع رأي عشوائي لعينة من الجمهور بشأن قضايا أو أحداث جارية	44	11
الفيديو التمثيلي (الذي يستخدم أشخاص غير حقيقيين لتمثيل مشهد لتوضيح كيفية وقوع حادثة ما).	187	46.75
قيمة كا ^٢	307.877**	
دالة عند مستوى الدلالة (٠.٠٠١) عند درجة حرية (٥)	0.000	

يتضح من الجدول السابق أن نسبة (٢٩.٥%) من عينة البحث يفضلون (الفيديو من موقع الحدث الذي يصوره الصحفي) حيث جاء في المرتبة الأولى، بينما جاء (الفيديو التمثيلي الذي يستخدم أشخاص غير حقيقيين لتمثيل مشهد لتوضيح كيفية وقوع حادثة ما) في المرتبة الثانية بنسبة (٤٦.٧٥%)، وجاء (الفيديو الذي يصور المقابلات الصحفية مع المشاهير) في المرتبة الثالثة بنسبة (٢٨%)، واحتل (الفيديو التخيلي أو التفاعلي) المرتبة الرابعة بنسبة (٢٤.٥%)، و(الفيديو الوثائقي) في المرتبة الخامسة بنسبة (١٣.٥%)، وفي المرتبة الأخيرة جاء (فيديو لاستطلاع رأي عشوائي لعينة من الجمهور بشأن قضايا أو أحداث جارية) بنسبة (١١%).

كذلك يتضح وجود فروق ذات دلالة إحصائية في أشكال الفيديو الإخباري التي تفضل مشاهدتها، حيث كانت قيمة كا^٢ = ٣٠٧.٨٧٧ وهي دالة عند مستوى دلالة ٠.٠٠١، مما يعني ارتفاع نسبة عينة البحث التي تتابع الفيديو من موقع الحدث الذي يصوره الصحفي.

وتفسر الباحثة ذلك بأن النسبة الأكبر من عينة البحث تهتم بعامل الفورية والآنية في نقل الحدث مباشرة من موقعه لذا فيتجهون دائما إلى هذه النوعية من الفيديوهات.

- للإجابة عن السؤال الذي ينص علي: ما الذي يجذبك أكثر في صحافة الفيديو؟

قامت الباحثة بحساب التكرارات والنسب المئوية وقيمة كا^٢ لدراسة دلالة الفروق في الذي يجذبك أكثر في صحافة الفيديو واتضح أن أكثر ما يجذب معظم أفراد عينة البحث في صحافة الفيديو هو المواضيع والتصميم والشكل معاً كما هو موضح بالجدول:

جدول (٥) توزيع عينة البحث وفقاً للذي يجذبك أكثر في صحافة الفيديو

الذي يجذبك أكثر في صحافة الفيديو	ك	%
المواضيع	111	27.75
التصميم والشكل	90	22.5
الاثنين معاً	199	49.75
الإجمالي	400	100
قيمة كا ^٢		50.165**
دالة عند مستوى الدلالة (٠.٠٠١) عند درجة حرية (٢)		0.000

يتضح من الجدول السابق أن نسبة (٤٩.٧٥%) من عينة البحث أفادوا بأن كلاً من المواضيع والتصميم والشكل أكثر ما يجذبهم في متابعة صحافة الفيديو حيث جاءت (الاثنين معاً) في المرتبة الأولى، ونسبة (٢٧.٧٥%) أجابوا بأن (المواضيع) أكثر ما يجذب انتباههم في صحافة الفيديو، ونسبة (٢٢.٥%) أفادوا بأن (التصميم والشكل) أكثر ما يجذبهم.

كذلك يتضح وجود فروق ذات دلالة إحصائية في الذي يجذبك أكثر في صحافة الفيديو، حيث كانت قيمة كا^٢ = ٥٠.١٦٥ وهي دالة عند مستوى دلالة ٠.٠٠١، مما يعني ارتفاع نسبة عينة البحث التي تتجذب إلى المواضيع والتصميم والشكل معاً.

وتفسر الباحثة ذلك بأن عينة البحث تتجذب إلى صحافة الفيديو لما تتوافر بها من عوامل جذب من مواضيع تتناولها والتصميم والشكل وغيرها مما يجعل من صحافة الفيديو من أكثر الأشكال الصحفية التي تتابعها عينة البحث.

- للإجابة عن السؤال الذي ينص علي: ما مدى متابعتك للمضامين السياسية بصحافة الفيديو؟

قامت الباحثة بحساب التكرارات والنسب المئوية وقيمة كا^٢ لدراسة دلالة الفروق في مدى متابعتك للمضامين السياسية بصحافة الفيديو واتضح أن معظم أفراد عينة البحث تتابع المضامين السياسية بصحافة الفيديو دائماً كما هو موضح بالجدول:

جدول (٦) توزيع عينة البحث وفقاً لمدى متابعتك للمضامين السياسية بصحافة الفيديو

مدي متابعة للمضامين السياسية بصحافة الفيديو	ك	%
دائماً	201	50.25
أحياناً	154	38.5
نادراً	45	11.25
الإجمالي	400	100
قيمة كا ^٢	96.065**	
دالة عند مستوي الدلالة (٠.٠٠١) عند درجة حرية (٢)	0.000	

يتضح من الجدول السابق أن نسبة (٥٠.٢٥%) من عينة البحث أفادوا بأنهم يتابعون المضامين السياسية بصحافة الفيديو دائماً، ونسبة (٣٨.٥%) أجابوا بأنهم يتابعونها أحياناً، ونسبة (١١.٢٥%) نادراً ما يتابعونها.

كذلك يتضح وجود فروق ذات دلالة إحصائية في مدى متابعة المضامين السياسية بصحافة الفيديو، حيث كانت قيمة كا^٢ = ٩٦.٠٦٥ وهي دالة عند مستوى دلالة ٠.٠٠١، مما يعني ارتفاع نسبة متابعة عينة البحث للمضامين السياسية بصحافة الفيديو بصفة دائمة.

وتفسر الباحثة ذلك بأن النسبة الأكبر من عينة البحث تتابع المضامين السياسية بصحافة الفيديو الالكترونية دائماً، وهذا يعني أنهم في حاجة دائماً إلى صحافة الفيديو للإعتماد عليها كأحد المصادر الهامة في زيادة معارفهم ومعلوماتهم حول القضايا السياسية التي تنال اهتمامهم مما يزيد من دافعيتهم إلى التعرض لها.

- للإجابة عن السؤال الذي ينص علي: إلي أي درجة تعتمد على صحافة الفيديو للحصول على معلومات وأخبار حول الأحداث السياسية ؟

قامت الباحثة بحساب التكرارات والنسب المئوية وقيمة كا^٢ لدراسة دلالة الفروق في إلي أي درجة تعتمد على صحافة الفيديو للحصول على معلومات وأخبار حول الأحداث السياسية، واتضح أن معظم أفراد عينة البحث تعتمد على صحافة الفيديو للحصول على معلومات وأخبار حول الأحداث السياسية بدرجة كبيرة كما هو موضح بالجدول:

جدول (٧) توزيع عينة البحث وفقا إلي أي درجة تعتمد على صحافة الفيديو للحصول على معلومات وأخبار حول الأحداث السياسية

ك	%	أي درجة تعتمد على صحافة الفيديو للحصول على معلومات وأخبار حول الأحداث السياسية
214	53.5	اعتمد بدرجة كبيرة
112	28	اعتمد بدرجة متوسطة
74	18.5	اعتمد بدرجة منخفضة
400	100	الإجمالي
	78.620**	قيمة كا ^٢
	0.000	دالة عند مستوي الدلالة (٠.٠٠٠١) عند درجة حرية ()

يتضح من الجدول السابق أن نسبة (٥٣.٥%) من عينة البحث أفادوا بأنهم يعتمدون على صحافة الفيديو للحصول على معلومات وأخبار حول الأحداث السياسية بدرجة كبيرة، ونسبة (٢٨%) أجابو بأنهم يعتمدون عليها بدرجة متوسطة، ونسبة (١٨.٥%) يعتمدون عليها بدرجة منخفضة.

كذلك يتضح وجود فروق ذات دلالة إحصائية في أي درجة تعتمد على صحافة الفيديو للحصول على معلومات وأخبار حول الأحداث السياسية، حيث كانت قيمة كا^٢ = ٧٨.٦٢٠ وهي دالة عند مستوى دلالة ٠.٠٠٠١، مما يعني ارتفاع نسبة متابعة عينة البحث للمضامين السياسية بصحافة الفيديو بصفة دائمة.

وتفسر الباحثة ذلك بأن عينة البحث تعتمد بدرجة كبيرة على صحافة الفيديو في الحصول على معلومات القضايا والأحداث السياسية ويوضح ذلك مدى اهتمامها بتناول مثل تلك القضايا وكيفية عرضها مما يجذب المتابعين لها ويجعلهم يتقنون بها كأحد المصادر الصحفية.

- للإجابة عن السؤال الذي ينص علي: ما أهم القضايا السياسية التي تحرص على متابعتها بصحافة الفيديو ؟

قامت الباحثة بحساب التكرارات والنسب المئوية وقيمة كا^٢ لدراسة دلالة الفروق في ما أهم القضايا السياسية التي تحرص على متابعتها بصحافة الفيديو واتضح أن معظم أفراد عينة البحث يحرصون على متابعة القضية الفلسطينية (عملية طوفان الأقصى) كما هو موضح بالجدول:

جدول (٨) توزيع عينة البحث وفقا لأهم القضايا السياسية التي تحرص على متابعتها بصحافة الفيديو

ك	%	أهم القضايا السياسية التي تحرص على متابعتها بصحافة الفيديو
89	22.25	الحرب الروسية الأوكرانية.
45	11.25	الأحداث الراهنة في سوريا
305	76.25	القضية الفلسطينية (عملية طوفان الأقصى)
99	24.75	الهيمنة الأمريكية على السياسة الدولية
119	29.75	الفساد والتدهور السياسي
156	39	الإصلاح والتغيير السياسي
22	5.5	التهميش والاستبعاد السياسي
19	4.75	أخرى تذكر
570.956**		قيمة كا ^٢
0.000		دالة عند مستوى الدلالة (٠.٠٠٠١) عند درجة حرية (٧)

يتضح من الجدول السابق أن نسبة (٧٦.٢٥%) من عينة البحث يحرصون على متابعة (القضية الفلسطينية "عملية طوفان الأقصى") كأكثر القضايا السياسية بصحافة الفيديو جاء في المرتبة الأولى، بينما جاء (الإصلاح والتغيير السياسي) في المرتبة الثانية بنسبة (٣٩%)، وجاء (الفساد والتدهور السياسي) في المرتبة الثالثة بنسبة (٢٩.٧٥%)، واحتل (الهيمنة الأمريكية على السياسة الدولية) المرتبة الرابعة بنسبة (٢٤.٧٥%)، و(الحرب الروسية الأوكرانية) في المرتبة الخامسة بنسبة (٢٢.٢٥%)، وفي المرتبة السادسة جاء (الأحداث الراهنة في سوريا) بنسبة (١١.٢٥%)، وفي المرتبة السابعة جاءت (التهميش والاستبعاد السياسي) بنسبة (٥.٥%).

كذلك يتضح وجود فروق ذات دلالة إحصائية في أهم القضايا السياسية التي تحرص على متابعتها بصحافة الفيديو، حيث كانت قيمة كا^٢ = ٥٧٠.٩٥٦ وهي دالة عند مستوى دلالة ٠.٠٠٠١، مما يعني ارتفاع نسبة عينة البحث التي يحرصون على الفيديو متابعة (القضية الفلسطينية "عملية طوفان الأقصى").

وتفسر الباحثة ذلك بأن صحافة الفيديو تتناول كافة الأحداث السياسية الجارية على الساحة المحلية والاقليمية والعالمية ولكن المتابعة لصحافة الفيديو يحرصون على متابعة ما

يتناسب مع اهتماماتهم، ويتضح من متابعة النسبة الأكبر من عينة البحث للقضية الفلسطينية هو مدى اهتمام فئة الشباب الجامعة بهذه القضية وتعاطفهم مع الشعب الفلسطيني.

اختبار صحة الفرض الأول:

حيث قامت الباحثة باستخدام برنامج "Spss₂₁" في حساب جميع المعالجات الإحصائية وللتحقق من صحة الفرض الأول من فروض البحث والذي نص على أنه "توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين معدل متابعة المبحوثين للمضامين السياسية بصحافة الفيديو ودرجة الوعي السياسي لديهم".

ولاختبار صحة هذا الفرض تم حساب معامل الارتباط بيرسون وذلك لمعرفة معدل متابعة المبحوثين للمضامين السياسية بصحافة الفيديو ودرجة الوعي السياسي لديهم.

جدول (٩) يوضح العلاقة بين معدل متابعة المبحوثين للمضامين السياسية بصحافة الفيديو

ودرجة الوعي السياسي لديهم

المتغير	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	معامل الارتباط	الاتجاه	مستوى الدلالة
معدل متابعة المبحوثين للمضامين السياسية بصحافة الفيديو	6.563	0.754	0.786**	إيجابي	دالة إحصائية عند مستوى (٠.٠١)
درجة الوعي السياسي	6.506	0.755			

**دالة عند مستوى (٠.٠١)، *دالة عند مستوى (٠.٠٥)

يتضح من الجدول السابق : وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين معدل متابعة المبحوثين للمضامين السياسية بصحافة الفيديو ودرجة الوعي السياسي لديهم، حيث كانت (ر) دالة عند مستوى ٠.٠٠١.

وهذا يعني أن المبحوثين كلما زاد معدل متابعتهم للمضامين السياسية بصحافة الفيديو أدى

إلى رفع مستوى درجة الوعي السياسي لديهم.

اختبار صحة الفرض الثاني:

وللتحقق من صحة الفرض الثاني من فروض البحث والذي نص على أنه "توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة بين درجة ثقة المبحوثين في المضامين السياسية بصحافة الفيديو ومعدل متابعتهم لها".

ولاختبار صحة هذا الفرض تم حساب معامل الارتباط بيرسون وذلك لمعرفة درجة ثقة الباحثين في المضامين السياسية بصحافة الفيديو ومعدل متابعتهم لها.

جدول (١٠) يوضح العلاقة بين درجة ثقة الباحثين في المضامين السياسية بصحافة الفيديو ومعدل متابعتهم لها

المتغير	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	معامل الارتباط	الاتجاه	مستوى الدلالة
الثقة في المضامين السياسية بصحافة الفيديو	7.602	0.302	0.876**	إيجابي	دالة إحصائية عند مستوى (٠.٠١)
معدل المتابعة لها	6.586	0.312			

**دالة عند مستوى (٠.٠١)، *دالة عند مستوى (٠.٠٥)

يتضح من الجدول السابق: وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين درجة ثقة الباحثين في المضامين السياسية بصحافة الفيديو ومعدل متابعتهم لها، حيث كانت (ر) دالة عند مستوى ٠.٠٠١. وهذا يعني أن الباحثين كلما زادت ثقتهم في المضامين السياسية بصحافة الفيديو أدى إلى رفع معدل متابعتهم لها.

نتائج البحث:

توصل البحث إلى عدة نتائج أهمها:

١. أن معظم عينة البحث تتابع صحافة الفيديو دائماً.
٢. عينة البحث بدأت متابعة صحافة الفيديو منذ عام.
٣. أن معظم عينة البحث يفضلون الموبايل في متابعة صحافة الفيديو.
٤. يفضلون مشاهدة الفيديو من قالب الحدث الذي يصوره الصحفي.
٥. أن أكثر ما يجذب معظم عينة البحث لصحافة الفيديو هو المواضيع والتصميم والشكل معاً.
٦. تتابع المضامين السياسية بصحافة الفيديو دائماً.
٧. تعتمد على صحافة الفيديو للحصول على معلومات وأخبار حول الأحداث السياسية بدرجة كبيرة.

٨. أن معظم عينة البحث يحرصون على متابعة القضية الفلسطينية (عملية طوفان الأقصى).
٩. توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين معدل متابعة المبحوثين للمضامين السياسية بصحافة الفيديو ودرجة الوعي السياسي لديهم.
١٠. توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة بين درجة ثقة المبحوثين في المضامين السياسية بصحافة الفيديو ومعدل متابعتهم لها.

المراجع :

- إبراهيم جليط، محمد مقدم، (٢٠٢٠)، "دور الصحافة الإلكترونية في تعزيز الوعي السياسي لدى الشباب الجامعي"، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية.
- أحمد حسين اللقاني وعلي الجمل، "معجم المصطلحات التربوية المعرفة في المناهج وطرق التدريس"، عالم الكتب القاهرة، جمهورية مصر العربية، ١٩٩٦.
- أحمد محمد عثمان، (٢٠٢١)، "دور الصحافة الإلكترونية السعودية في تنمية الوعي السياسي لدى طلاب الجامعات - دراسة ميدانية"، مجلة الميدان للدراسات الرياضية والاجتماعية والإنسانية، جامعة زيان عاشور، الجلفة، الجزائر، مجلد ٣، ع ٣، ص ١٤.
- إسماعيل عبدالفتاح عبدالكافي، "السياسات الإعلامية في مصر والعالم العربي"، هبه النيل للتوزيع، ٢٠١٠، ص ٢٥.
- أميرة حسن سالم، (٢٠١٩)، "استخدام الشباب الجامعي لصحافة الفيديو الإلكترونية وتأثيرها على المفاهيم المجتمعية لديهم"، مجلة البحوث الإعلامية، جامعة الأزهر، ع ٥١، ص ٨٥١.
- أيوب إبراهيم آدم، (٢٠٢٣)، "فاعلية فيديوهات الإنترنت في تشكيل الوعي السياسي لدى الشباب السوداني"، مجلة العلوم الإنسانية والطبيعية، مؤسسة برايدو للخدمات التعليمية، السودان، مجلد ٤، ع ١، ص ٧٦.
- حاتم سليم العلاونة، (٢٠١٢)، "دور مواقع التواصل الاجتماعي في تحفيز المواطنين الأردنيين على الحراك الجماهيري"، ورقة مقدمة للمؤتمر العلمي السابع عشر بعنوان "ثقافة التغيير"، كلية الآداب، جامعة فيلادلفيا عمان.
- خلف لافي الحماد، (٢٠٢٢)، "دور شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام السياسي لدى طلبة جامعة اليرموك"، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، مجلد ٢١، ع ٢٤، ص ٤٨٧.

- خليل عبدالله على، (٢٠١٤)، "بناء الديمقراطية وتعزيزها في العالم العربي من منظور إعلامي"، مجلة التنوير، ع١٥، ص ٩٠ .
- رانيا زكريا أزمّل، ألاء محمد جبر، (٢٠٢٣)، "اتجاهات الجمهور نحو مصداقية صحافة الفيديو ودورها في مكافحة الشائعات الإلكترونية"، مجلة كلية الآداب، جامعة المنصورة، مج٧٢، ع٧٢، ص ١١٩١ .
- سامح فوزى الشحرى، (٢٠٢١)، "التعرض لصحافة الفيديو بالمواقع الاخبارية وعلاقته بوعي الشباب المصرى بالمضامين الرياضية - دراسة ميدانية"، مجلة كلية الآداب بقنا، جامعة جنوب الوادى، ع٥٣، جزء ثانى، ص ٦٢٧ .
- شدان يعقوب خليل، (٢٠١٥)، "أثر مواقع التواصل الاجتماعي على الوعي السياسي بالقضية الفلسطينية لدى طلبة جامعة النجاح الوطنية"، رسالة الماجستير غير منشورة، كلية الدراسات العليا، جامعة النجاح الوطنية، فلسطين، ص ٢١ .
- شريف درويش اللبان، (٢٠٢٠)، "مداخل جديدة لتطوير صناعة المحتوى الصحفي"، المركز العربي للبحوث والدراسات، الإثنيين ٠٦/يناير/٢٠٢٠ - ٠٦:٣٠ م ، متاح من خلال الرابط التالى: <http://www.acrseg.org/41449>
- صفاء محمد خليل، (٢٠١٦)، "الوسائط المتعددة ودورها في تطوير الممارسة الصحفية - دراسة تطبيقية على عينة من الصحف السودانية في الفترة من ٢٠١٢-٢٠١٥"، رسالة دكتوراه غير منشورة، قسم الصحافة والنشر، كلية علوم الاتصال، جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا .
- عبدالرحمن محمد الجاسر، (٢٠٢٠)، "التواصل الاجتماعي تويتتر في تشكيل الوعي السياسي للطلبة السعوديين في المرحلة الجامعية"، المجلة العربية للعلوم الإنسانية، جامعة الكويت، مجلس النشر العلمي، مج٣٨، ع١٥١، الكويت، ص ١٤١ .
- عبدالله على الفردى، (٢٠١٠)، "الوعي السياسى فى الإسلام"، دار طويق للنشر، الرياض، ط١، ص ٦٧ .
- عبدالملك ردمان الدنانى، (٢٠٠١)، "الوظيفة الإعلامية لشبكة الإنترنت"، دار الراتب الجامعية، ص ٦٢ .
- عبير حسين على، (٢٠٠٢)، دور مقترح لأخصائى خدمة الجماعة فى إكساب الشباب الجامعى مهارات التعامل مع عصر تكنولوجيا المعلومات"، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة حلوان، لكلية الخدمة الاجتماعية، قسم خدمة الجماعة، ص ١٥ .

- فاطمة الزهراء عبدالفتاح، (٢٠١٨)، "صناعة الأيقونات: نماذج توظيف الإعلام فى بناء الرموز السياسية"، مجلة الديمقراطية، ع ٧٠، ص ٤٠.
- فتحى حسين عامر، (٢٠٢٠)، "صحافة الفيديو - تقنياتها وإشكالياتها"، العربى للنشر والتوزيع، ص ٣٢.
- لبنى الجابرى، "فعالية الإعلام الرقمي في التسويق السياسي وتأثيره على تشكيل الاتجاهات السياسية لدى الشباب المصري"، المجلة العربية لبحوث الإعلام والاتصال، ع ٣٠، ٢٠٢٠، ص ٧٢٣.
- محمود الرشيدى، "خبير الأمن المعلوماتى ... الانترنت والفيديو ثورة ٢٥ يناير نموذجاً"، الدار المصرية اللبنانية، ط ١، ٢٠١٢، ص ٩.
- محمود ناجى، مصطفى قاسم، (٢٠٠٠)، "اتجاهات الشباب نحو السياسة تصور مقترح لطريقة خدمة الفرد فى التعامل معها"، المؤتمر العلمي الحادى عشر، جامعة القاهرة، كلية الخدمة الاجتماعية، ص ٦٤٣.
- منصور حمود محمد المنتصر، (٢٠٢١)، "تقييم إعلام المواطن فى نشرات الأخبار المتخصصة فى القنوات الفضائية العربية المعتمدة على تفاعلية ومشاركة الجمهور العربى فى مواقع التواصل الاجتماعى"، المجلة العلمية لبحوث الإذاعة والتلفزيون، جامعة القاهرة، كلية الاعلام، قسم الإذاعة والتلفزيون، ع ٢١، ص ٤٢٢.
- نسمة سليمان دبور، (٢٠٢٢)، "سمات خطاب تعليقات قراء صحافة الفيديو إزاء أزمة سد النهضة الأثيوبى"، مجلة كلية الآداب، جامعة المنصورة، ع ٧٠، ص ٧٦١ - ٨١٤.
- هشام عبدالمقصود، (٢٠٠٩)، "خصائص المجال العام لتقديم التعبيرات السياسية والاجتماعية عن قضايا وأحداث الشؤون العامة فى وسائل الإعلام الجديدة"، مؤتمر الأسرة والإعلام وتحديات العصر، الجزء الثانى، كلية الإعلام، جامعة القاهرة.
- يسري محمد علي، (٢٠٢٢)، "عناصر الجودة المقدمة بصحافة الفيديو وعلاقتها باتجاهات النخبة الإعلامية نحوها"، رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية التربية النوعية، جامعة المنصورة.
- يوسف وردانى، "ثقافة الشباب بين تحديات الانترنت وعجز الدولة"، موقع معهد الوارف للدراسات الإنسانية على شبكة الإنترنت، من خلال الرابط التالى :
<http://www.alwaref.org/>
- Calhoun. C, Joseph G, James. M, Steven. P, and Indermohan. V. , Contemporary Sociological Theory. 2nd ed. Malden, MA: Blackwell., 2014, p.48.

- Craig J. Calhoun (1992) , Habermas and the Public Sphere, 1st edition, England Cambridge: The MIT Press,, P.P 117-118.
- Danial C.Hallin (1994),"We keep American ON Top of The World: Television Journalism and the public sphere ",London: Rutledge , ,P.12.
- Dominique wolton (1997), 1 espace publicmcahiers francais,N218,mai-june,page 66.
- Jorgen Habermas (1979) , “The structural transformation of the public sphere: An inquiry into acategory of Bourgeo is Society,Cambridge: transl: Thomas Burger and Frederic Lawrence, p.12.
- Monika Djerf-Pierre, et.al, (2019) The Role of Journalism on YouTube: Audience Engagement with ‘Superbug’ Reporting, **Media and Communication Journal**, Vol 7, No 1.
- Peer, L., and Thomas K., "YouTube and the Challenge to Journalism8", *Journalism Studies* 21 (2), 2011, p.45.
- Schoon, A. J., (2019), "Exploring Online Video Journalism And Effects On Democratic And Society-Related Approaches For Youth”, **Journalism Studies** 1(2).
- Soffer, O. , “The Competing Ideals of Objectivity and Dialogue in American Journalism”, *Journalism* 10 (4): , 2011, p. 91.
- Yuen-Ying C. , "Digital Journalism: Making News, Braking News" Open Society Foundation, 2014, pp.16-19.