

الفيدوجراف والأثر المعرفى لإدراك المعلومات الإخبارية دراسة ميدانية

الباحث/ صلاح الدين عامر عبد الحميد

لدرجة الدكتوراة - قسم الإعلام - شعبة الصحافة - تكنولوجيا الفن الصحفى
كلية الآداب - جامعة المنصورة

تحت إشراف

د/ ايمان شكرى

مدرس تكنولوجيا الصحافة، بكلية الآداب
جامعة المنصورة
مشرفاً مشاركاً

د. د / اعتماد خلف معبد

أستاذ الإعلام بكلية الدراسات العليا
جامعة عين شمس
مشرفاً

ملخص

سعت الدراسة الى الكشف عن الأثر المعرفى لتعرض الشباب لموضوعات الفيدوجراف الإخبارية فى ضوء المبتكرات التكنولوجية التى أحدثتها شبكة الويب فى معالجة المعلومات الإخبارية باليوتيوب ، لرصد تأثيراتها على تشكيل الإتجاهات والإستجابات فى بناء الأنساق المعرفية للشباب الجامعى حول القضايا العامة والأحداث الإخبارية المثارة ، و تفضيلاتهم لأساليب معالجة البيانات والوسائط المتعددة والسرود والتمثيل المعلوماتية ، بالإضافة لما يمثله التحليل الثقافى والتماس المعلومات كأدوات ثقافية يتحدد استخدامها وفق سمات المبحوثين وقياسات ودوافع تعرضهم لرصد مستويات الفروق النوعية والفكرية لفهم وادراك الموضوعات ، وفقا لتوجههم الفكرى وتفضيلاتهم لمصادر استقاء المعلومات وخلصت النتائج : لتعرض النسبة الأكبر من المبحوثين للفيدوجراف بشكل دائم بواقع 44.5% مقابل 28.8% يتعرضون "أحياناً" للقولب، ، مايفيد ان معظم مفردات العينة كانت لديها اتجاهات ايجابية "تحو دوافع اعتمادهم على الفيدوجراف كمصدر لإستقاء المعلومات، كما تصدرت التفسيرات والتحليلات المبسطة للمضمون الترتيب الأول بنسبة 73.8، تلاها مساهمة المعلومات فى تغيير قناعات المبحوثين تجاه الأحداث

المثارة بواقع 73.3 ، وكشفت النتائج عن معنوية العلاقة بين توجه المبحوثين الأيديولوجي لتفضيل قنوات محددة وتأثيراتها على تدعيم معلوماتهم

الكلمات الدالة : الفيديو جراف - الأثر المعرفى - التوجه الفكرى - ادراك المعلومات

The cognitive impact of perceiving news information via videograph

this study sought to reveal the cognitive impact of youth exposure to news videograph topics in light of the technological innovations that the web has created in processing news information on YouTube, to monitor their effects on shaping trends and responses in building cognitive patterns for university youth on public issues and news events, and their preferences for data processing methods, multimedia, narration and information representation, in addition to what cultural analysis and information seeking represent as cultural tools whose use is determined according to the characteristics of the respondents and the measurements and motives of their exposure to monitor the levels of qualitative and intellectual differences in understanding and perceiving the topics, according to their intellectual orientation and preferences for sources of obtaining information. The results concluded: The largest percentage of respondents are exposed to videographs on a permanent basis, at 44.5%, compared to 28.8% who are sometimes exposed to templates, which indicates that most of the sample members had positive attitudes towards the

motives for their reliance on videographs as a source of obtaining information. Simplified interpretations and analyses of the content also topped the first place at 73.8%, followed by the contribution of information in Changing the respondents' beliefs towards the raised events by 73.3, and the results revealed the significance of the relationship between the respondents' orientation ideological preference for specific channels and its effects on supporting their information.

مقدمة

شهدت البيئة الاعلامية فى ضوء الإندماج المعلوماتى توجهها ملحوظ نحو تبنى فكرة مواكبة نشر المعلومات الإخبارية عبر تطبيقات شبكات الإعلام الاجتماعى، حيث باتت تقنيات الإتصال ونقل المعلومات رافد أساسى فى بناء منظومة الإنسان الإجتماعية والثقافية والسياسية بشكل دأبت من خلاله المؤسسات الاعلامية على الاستفادة من التطور التكنولوجى المتلاحق للشبكات الإجتماعية وبخاصة مواقع البث الرقمية لليوتيوب، لتكون امتداد لها من خلال ماتنتجة من مقاطع عبر صفحاتها، وذلك للوصول للجماهير المستهدفة لهذه الفئة من مستخدمى المواقع والشبكات الإجتماعية للعمل على تشكيل اتجاهاتها وتكوينها المعرفى نحو ادراك الموضوعات المثارة، ويأتى ذلك لما مرت به بحوث تأثير الإعلام من عدة مراحل أبرزها دراسة التأثيرات الإجتماعية والسيكولوجية الناتجة عن تعرض الجمهور للوسيلة لرصد اتجاهاتهم نحو الأشياء والأفكار والمضامين "الإيجابية والسلبية" التى يتعرضون اليها، كذلك اهتمام الباحثين بتعظيم أداء الوسيلة وطرق الإستفادة من التكنولوجيات

والتقنيات الحديثة، التي يعتمد الأفراد في الأساس عليها كي تحقق لهم أكبر قدر من الأهداف والاحتياجات المعرفية، بالإضافة لدوافع استقاء المعلومات^٢، عبر الرسائل التي تبثها وسائل الإعلام ويكون لها تأثير على طرق تفكير وبناء ايولوجيات الجمهور^٣، ويفترض انه كلما زادت أهمية المعلومات التي تبث عبر وسائل الإعلام الجديد تزداد أهمية اعتماد الأفراد عليها^٤، وهو الاعتماد الذي يتزايد في حالة نقص المعلومات أو الغموض تجاه أحداث أو مواقف عن أخرى^٥، إضافة لما يؤديه ترميز البيانات عبر تميزها البصري وتوظيف الوسائط دورا هاما في متابعة المتلقي للأحداث عبر بيئة معلوماتية متكاملة تبرز محتوى القصص والتقارير الاخبارية من خلال دمج بيانات نصية لتبسيط محاور المعلومات، وهو ما أدى الى استحداث نمط جديد من صحافة وسائط المعلومات الإخبارية المتعددة بتوظيف قوالب الفيديو جراف في بناء معلومات الرسالة الإتصالية.

الدراسات السابقة :

أولاً: استخدامات الفيديو جراف الرقمي في الأنشطة الإتصالية والمعلوماتية بوسائل الإعلام تناولت دراسة محمد سعودي إبراهيم ٢٠٢٤ توصيف واقع الفيديو جراف للمعالجة الإعلامية للتحقق من مدى قدرة هذا النوع من الصحافة التليفزيونية على ازالة الغموض نحو معالجة الثراء للقضايا الجارية وتحليل رؤى المصممين والممارسين لصحافة الفيديو جراف بالمؤسسات الإعلامية ، وخلصت النتائج لوجود علاقة طردية بين تعرض الباحثين وتقييمهم لأوجة الثراء الإعلامي كأداة اتصالية ، وبحثت دراسة: (2023)

., **Khamise F, Cabi** في كيفية تناول الأفكار المرئية عبر وسائط جرافكية متحركة لتبسيط المعلومات التوعوية من خلال توظيف أساليب اقناع منطقية وعاطفية، وخلصت الدراسة الى أن العناصر المرئية والوسائط الموظفة كان لها بالغ الأثر في تبسيط المعلومات المعقدة وتفاعل المستخدمين مع الرسالة التوعوية للحملات الإعلانية.، بينما تطرقت: **نسمة مطاوع (٢٠٢٢)**، أن وسائل التعليق النصي والصور والمؤثرات الموسيقية كانت بمثابة القاسم لمشارك فيما يتعلق بتوظيف الوسائط المتعددة في ملفات الفيدويوجراف بالمواقع الصحفية المصرية، وتتفق معها دراسة: **كريمة عبد اللطيف (٢٠٢٢)**، التي رصدت تأثير وسائل الابراز الموظفة بيقوالب الفيدويوجراف للمواقع الإخبارية في تقييم الأداء الديني والإخباري لمعالجة موضوعات الوثيقة الإنسانية في المواقع الإخبارية المصرية والإماراتية.

وحول فهم الجمهور للقضايا السياسية حاولت دراسة **Ian Mitchell, (2022)** الكشف عن تبسيط المعلومات عبر تعزيز وسائط الموشن جراف الموظفة لإدراك الجمهور للقضايا السيسيواجتماعية من خلال معلومات مرئية مصورة ، و انفتت معها دراسة كلا من **Kurtes, C., Mercin, (2022)** الى أكدت على أهمية التطوير التكنولوجي للتقنيات الرقمية بجعل الإتصال المرئي مع الجمهور أكثر فاعلية من خلال الجمع بين أساليب التصميم والتوظيف للموشن جراف والمساهمة في خلق قوالب ذي أنماط فيديوجرافية أكثر تميزا

ثانيا : تأثيرات وسائل الإعلام على بناء الإتجاهات المعرفية للجمهور

استهدفت دراسة (Vadim V. Kolga, et . al , Aida V. ، (2022) Kiryakova، الكشف عن تأثير التعرض لتقارير المعلومات الإخبارية عبر البرامج والنشرات التليفزيونية فى التصدى للعقوبات الإقتصادية الأوربية الأمريكية على روسيا، من خلال اجراء دراسة تجريبية على طلاب الجامعات بهدف التعرف على اتجاهات تشكيل الرأى نحو الجوانب الايجابية والسلبية على روسيا، وكشفت النتائج أن تمثيل المعلومات عبر مقاطع الفيديو ساهم فى تشكيل الصورة الإيجابية لروسيا مقابل السلبية لكل من الولايات المتحدة وأوربا، على الرغم ان نسبة (79%) من الطلاب اشاروا الى انخفاض تمثيل المعلومات المرئية من خلال عرض البيانات حول العقوبات الإقتصادية وتشجيع الإنتاج الوطنى مقابل الإستيراد، حيث أظهرت تحليل البيانات أن التقارير المتعلقة بالإنتاج الوطنى جاءت بنسبة (6%)، وقضايا العقوبات (13%)، من النسبة الأجمالية لمدة عرض البرامج فى الوسائل التليفزيونية ، حيث أشار التحليل النوعى لردود الطلاب أن نسبة (82%) رأو فى العقوبات الأوربية تعزيز الشعور بالإنتماء الوطنى فى تشكيل اتجاهاتهم، وبحثت دراسة (Youngju,Kim. And Shuhua, zhou.,(2021) فى تأثير المعالجة الإخبارية لأطر الصراع السياسى الحزبى الأمريكى على تشكيل الإتجاهات النفسية للجماهير نحو التعرض للمحتوى الإخبارى، فى ضوء المنهج التجريبى ودمج نظرية الأطر مع نظريات التصنيف الذاتى وذلك بهدف قياس بروز الهوية السياسية على مجموعات حزبية ذات مستويات مختلفة لمعرفة رد فعل المبحوثين تجاه التعرض لتقرير اخبارى تم التلاعب فى مضمون

المعلومات الواردة به، وخلصت الدراسة: الى بروز أطر الهوية وفق التصنيف الذاتى لتأثير التلاعب على تشكيل الهوية السياسية عند معالجة معلومات اطار الصراع الحزبى ، وأشارت الدراسة الى ان التحيز الإعلامى فى معالجة المعلومات قد يساهم فى تشكيل المواقف والإتجاهات تجاه واقع الأحداث المدركة.

بينما ركزت دراسة محمد عبد المحسن (٢٠٢٠) ، على تحديد اتجاهات الشباب المصرى نحو القضايا السياسية الداخلية التى تعالجها قنوات اليوتيوب الخاصة بالصحف المصرية للمصرى اليوم وأخبار اليوم، من خلال تحليل (١٦٥) مقطع فيديو سياسى ، بهدف رصد الأطر التى تستخدمها القنوات عند معالجة القضايا السياسية الداخلية، وتوصلت الدراسة الى بروز اطار الصراع فى الترتيب الأول بنسبة (٤٩.٧%)، كما كشفت الدراسة عدم موضوعية معالجة قنوات اليوتيوب للقضايا السياسية الداخلية، واستهدفت دراسة Boer, Maartie and Van ,Frank.(2019) رصد الدور الذى تلعبه وسائل الإعلام فى تشكيل اتجاهات المراهقين نحو الأقليات المسلمة بهولندا، بالتركيز على نشر الأخبار السلبية عن المسلمين بوسائل الإعلام الجماهيرية، وتوصلت الدراسة: الى محدودية تأثير وسائل الإعلام على تكوين المشاعر السلبية للمراهقين تجاه الأقليات المسلمة ، باستثناء حالة التغطية الإخبارية للهجوم الإرهابى على صحيفة شارلى ابيدو الفرنسية ٢٠١٥، التى زادت من المشاعر المعادية للمسلمين، وركزت دراسة (Abied, Alswlaiman& Adib, Abdulmajid.(2019) ، حول تأثير الخطاب الإعلامى على تصعيد الخلافات الطائفية فى سوريا، وذلك باجراء الباحث تحليلا للخطاب النقدى

للمواد الإعلامية المنشورة عبر خمس وسائل اعلامية سورية ذات انتماءات سياسية مختلفة، وكشفت النتائج: أن استخدام الخطاب التحريضي من جانب المؤسسات ساهم في تصعيد الخلافات الطائفية وتعميق الانقسام داخل مكونات الشعب السوري، بإستراتيجيات عدة أبرزها نهج تكرار العدائيات، والإستمالات العاطفية عبر الرسائل الضمنية والصريحة، وأقترحت دراسة ماهيتاب الجندى (٢٠١٨) نموذج يسهم فى التخطيط المستقبلى للتطوير العلمى للمناهج التقليدية بهدف رصد تأثير دوافع استخدام الشباب الجامعى لمقاطع اليوتيوب على عملية التعليم الذاتى، بالتطبيق على (٤٢٠)، مفردة من طلاب الجامعات مقسمة لشرائح متساوية تشمل الفرقة الدراسية والتخصص وملكية النظام التعليمى، وتوصلت نتائج الدراسة: الى تنوع استخدام الشباب للمقاطع التعليمية بتفوق الدوافع الطقوسية يليها الدوافع الداخلية، يليها التوقعات الشخصية ثم الدوافع النفعية عبر التسهيلات التى يتيحها الموقع، وكشفت النتائج عن ارتفاع ثقة الشباب الجامعى فى المقاطع التعليمية عبر يوتيوب فى حين سيطرت الإشباعات شبه التوجيهية لمضمون

التعليق العام على البحوث السابقة

بمراجعة الباحث للدراسات والبحوث السابقة تبين وجود تركيز واضح من الباحثين الأجانب لدراسة تكنولوجيا الويب وبخاصة توظيف تقنيات الفيديو الرقمية مقارنة بالدراسات العربية عبر رصد الأساليب التكنولوجية للفيديو فى معالجة الموضوعات التعليمية والثقافية والإخبارية عبرالكشف عن تحليل انماط الوسائط فى بناء المعلومات وبروز دور صحافة الفيديو فى تغطية

الإحداث، ولاحظ الباحث من خلال الدراسات السابقة بروز الكم الأكبر في دراسة وسائل الإعلام الجديدة وبخاصة شبكات الإعلام الإجماعي والمواقع الإلكترونية ، وتطرقت الدراسات السابقة لتجاوز دور الإعلام كوسيلة إخبارية إلى مستوى قيم التفكير والبناء المعرفي وبخاصة الدراسات التجريبية التي سعت لرصد مفاهيم التذكر والإدراك والتأثير السياسي والمعرفي والثقافي عبر قوالب الفيديو، كما تطرقت الدراسات السابقة إلى التأثيرات السياسية والمعرفية لوسائل الإعلام على المتلقي من خلال الدور الثقافي والمعرفي والسياسي للوسيلة، وكشفت الدراسات عن توظيف أشكال واليات التفاعل وقياس مدى ارتباط وإدراك واعتماد الجمهور لها من خلال انماط تفاعلية عدة منها التعليقات والمتابعة والثراء المعلوماتي، واختلفت فيما بينها من حيث الأطر المنهجية والنظرية، وتستفيد الدراسة الحالية من خلال مسح التراث العلمي المتاح حول تكنولوجيا الإتصال الرقمي والمستحدثات الحديثة، عبر يوتيوب **Interactive Multimedia Via You Tube** ، فتحاول الإستفادة من بروز الإبتكارات الجديدة والتقنية لإستخدامات تقنيات صحافة الفيديو والتنامي الرقمي لتدفق تمثيل المعلومات الإخبارية المرئية عبر الويب، فالإندماج المرئي(المتحرك و النصي)، يحقق التكامل في تقييم الرسالة الإتصالية من حيث نمط المعلومات المرئية والمقرؤة معا بشكل مستحدث يجمع بين بيانات الإنفوجراف وصحافة الفيديو، وتختلف الدراسة كونها تستكشف ظاهرة تأثير التعرض لقوالب تحرير وسائل معلومات الفيديو"الفيدويجراف" على البناء المعرفي لتكوين الإتجاهات بحيث تتخطى الدراسة الحالية الأساليب البحثية التي اهتمت بقياس علاقة الشباب بالويب

البحث في دراسات السببية للتأثيرات المعرفية وادراك المتلقى الموضوعات
المثارة

المشكلة البحثية

في ضوء استكشاف المزيد من الحقائق والأساليب المنهجية لتأثير استخدام وتوظيف العناصر البنائية للرسالة الإتصالية بوسائل الإعلام، ساهمت العديد من الأنماط المستحدثة في نشر وتمثيل المعلومات ولاسيما قوالب الفيديو جراف وأثرها على اتجاهات المتلقين الشباب من مستخدمي اليوتيوب والشبكات الإجتماعية ، ووفقا للخصائص الأولية والأنساق البنائية، التي تزايدت بتطور البيئة الرقمية عبر أدوات الإعلام الجديد⁽¹⁾، تضيف قوالب الفيديو جراف التي انتشرت مؤخرا عبر الشبكات والمواقع مواكبة للتطور الصحفى والإعلامى عبر الويب بشكل لم يكن مألوفاً من قبل، ما تطلب اهتماماً بحثياً في رصد فاعلية الرسالة البصرية والتمثيل المتفاوت لمعالجة النصوص والوسائط المرئية الأخرى في سياقات مختلفة لإستكشاف تأثيراتها المعرفية على ادراك الشباب الجامعى للمعلومات ، وبناء على هذا الإدراك تسعى الدراسة الحالية للكشف عن : أثر التعرض للفيديو جراف على البناء المعرفى لإدراك المعلومات الإخبارية

أهمية الدراسة

تتحدد أهمية الدراسة بالبحث في الأثر المعرفي لقوالب الفيدويوجراف وفق سمات المبحوثين وتوجهاتهم الفكرية كأحد أهداف البحث الميداني لرصد مستويات الفروق الفردية والنوعية لفهم وإدراك المبحوثين للمعلومات عبر تعرضهم للقوالب الإخبارية ضمن مجمل أنشطة استخدامهم لليوتيوب والشبكات الإجتماعية، وكذلك معرفة تفضيلاتهم لمضمون أو وسيلة محددة كرافد مركزي يشكل من خلاله الجمهور رؤية بشأن استقاء المعلومات، بالإضافة لتفسير أدوار الوسائط للكشف عن مدى فاعلية تمثيل المعلومات الإخبارية بالفيدويوجراف المرئي، بغية رصد مستويات التأثير المعرفي للمبحوثين على بناء اتجاهاتهم تجاه المعلومات والأحداث الإخبارية المثارة

أهداف الدراسة :

- استخلاص العلاقة بين التعرض للفيدويوجراف وما يتركه من مستويات للتأثير المعرفي للمعلومات الإخبارية على الإتجاهات الفكرية للمبحوثين .
- الكشف عن تأثير دمج العنصر الوسيط والأدوات التفاعلية على فهم وإدراك المعلومات
- اختبار الفروق الفردية النوعية في إدراك المبحوثين للمحتوى المرئي والنصي
- التعرف على مدى مصداقية قوالب الفيدويوجراف المعلوماتية لدى المبحوثين من خلال مقاييس الثقة في تقارير المعلومات الإخبارية

- التعرف على مدى قناعات المبحوثين بما تقدمه ظاهرة الفيديو جراف من حقائق وبيانات ووسائط تفاعلية من خلال استقصاء المبحوثين لمعامل التأثير الإقناعي للمعلومات بدرجاته (العالية ، والمتوسطة ، والمنخفضة)
- التعرف على تفضيلات المبحوثين لأنماط قوالب الفيديو جراف المختلفة تقييم نمط معلومات الفيديو جراف والتفاعل بعدد مرات المشاهدة والمشاركة والإستحسان

الإطار النظري للدراسة : اعتمدت الدراسة في بنائها النظري وتطوير فروضها علي مدخلى ، التماس المعلومات **Information Seeking** بشكل تتبلور فكرته الرئيسية ، على سلوك الفرد في بحثه عن المعلومات من المصادر المختلفة، والتعرف على العوامل التي تؤثر في هذا السلوك وبالتالي فإنه يستهدف متلقي الاتصال بدلاً من القائم بالاتصال أو الرسالة الإعلامية، وفي هذا الإطار يري "ويلسون **Wilson**" أن الحاجة هي خبرة شخصية تظهر في عقل الفرد عند وجود مثير ما، وبناءً على ذلك فإن المفهوم العام للحاجة هو مفهوم سيكولوجي يتضمن الحالات العقلية والدوافع الخاصة بإظهارها والبواعث التي ينتج عنها التعبير عن الحاجة ، كذلك يؤسس التحليل الثقافي **Media Cultural Studies** لإستكشاف القوى التي تستهدف انتاج النصوص والمعلومات بشكل تحقق من خلاله أهداف عمدية عن طريق مجموعة من العوامل المتداخلة والمتكاملة التي تتفاعل فيما بينها لتخرج النصوص والمعلومات بشكل محدد ومع تنامى الإعتماد على الويب تطورت

المواقع وتعددت الإستخدامات، بشكل أظهر تغييرات جسيمة أحدثتها تكنولوجيا الإعلام الجديد عبر التدفق المتداخل **Convergence** لمختلف أنواع النصوص والمحتويات والفيديوهات، وفق اسهامات هنري **جنيكز Henry Jenkins** كإضافة منهجية للبحوث التطبيقية يسعى الباحث لقياس مستويات التأثير المعرفي **Cognitive Effects** ، جراء تعرض الشباب لقوالب الفيدويوجراف على بناء الإتجاهات الفكرية حيث يمثل الشباب القطاع الأكبر من مستخدمى الويب بتطبيقاته ويتمتع بدورة بمهارات التعامل مع الوسائط المتعددة فى ضوء الخصوصية الثقافية للمجتمع^٩، بهدف تفسير عمليات الإختيار من خلال فهم الواقع^{١٠}، ليتحقق هدف الرسائل الإخبارية باعتبارها رموز ثقافية تسعى من خلالها الوسيلة لنشر الوعي والمعرفة والإدراك، والتي اسست لمفهوم التمثيل **Representati** كاصطلاح يتجاوز مفهوم المحتوى، كونه يبحث دائما عن السياق والثقافة فى كل نص اعلامى يصنع الحقيقة ، بحيث تتحطى الدراسة الأساليب البحثية التي اهتمت بقياس علاقة الشباب باستخدامات الويب الى البحث فى الدراسات السببية للتأثيرات المعرفية فى ضوء المستحدثات التكنولوجية عبر قوالب الفيدويوجراف بشبكات الويب

الإجراءات المنهجية للدراسة:

نوع الدراسة : تنتمى هذه الدراسة للبحوث الوصفية **Descriptive Study** والتي تمثل أحد أشكال التحليل العلمى المنظم لوصف ظاهرة أو مشكلة عن طريق جمع معلومات عنها وتصنيفها واخضاعها للتدقيق، كما يسهم فى دراسة التأثيرات المعرفية والإتجاهات ودوافع تعرض مستخدم الشبكات الإعلامية الجديدة باستخدام المقاييس الإستدلالية للخروج بتعميمات تمكن من

وصف المبحوثين لتحقيق الصلة بين متغيرات الدراسة، كذلك يمكن تطبيقه على العينة والمجتمع البحثي معاً، لذا يعد مناسب لحجم العينة للخروج بتفسيرات حول الوسائل المبتكرة والأساليب الجديدة في جمع البيانات **مجتمع ومنهج الدراسة** يعد المسح من المناهج الرئيسية لدراسة فاعلية الأدوار التي تقوم بها التطبيقات الجديدة بالويب، كما يستهدف المسح الإعلامي وصف استخدامات الشباب لليوتيوب واستخلاص علاقات التعرض بالأثر المعرفي للمعلومات:

مجتمع الدراسة: يتم تطبيق الدراسة الميدانية علي الشباب الجامعي، المستخدم لموقع اليوتيوب والمتابع لقوالب الفيديو جراف المعلوماتية تتمثل في عينة قوامها (400) مفردة في الفئة العمرية من ١٨-٣٥ عام

ومن حيث خصائص العينة الميدانية لمبررات اختيار الباحث لفئة الشباب تحديداً دون طرح الإستبيان لجميع الفئات، يرى الباحث أن فئة الشباب وبخاصة الجامعية منها هي أكثر الفئات استخداماً للوسائل التكنولوجية وتطلعاً مقارنة بالفئات الأخرى، وفي السياق ذاته يتعرض الشباب لكثير من المشكلات المرتبطة بالنواحي الجسدية والاجتماعية ولتعزير مدى ادراكهم، يزداد تعصبهم للأراء متأثرين في ذلك بعوامل عديدة وبطبقات اجتماعية وأنماط ثقافية ينتمون إليها، إضافة لما يواجهه الشباب من المشكلات والمعوقات التي قد يكون له تأثير على طرق تفاعلهم مع المواقع الاجتماعية وادراكهم للكم المعرفي بتوجهات فكرية مختلفة، وتضيف سعاد المصري أن مجموع هذه التحولات والتبادلات في

المنظومة القيمية لدى الأفراد ينعكس بالطبع على السلوك، ويتضح ذلك في استقرار مواقفهم واتجاهاتهم ازاء أمور أو قضايا معينة ، فيتصفح بفعل الثراء المتعدد لجوانب التأثير البصري، ويستكشف من خلال الإستغراق والإرتباط بالويب، ويكتشف الأحداث وفق اهتماماته وبناء عل ما سبق ذكره يمكن توصيف العينة وفقا للجدول التالي

أدوات جمع البيانات

أداة الملاحظة وذلك لرصد وقياس مدى تفاعل المبحوثين مع قوالب الفيدوجراف من خلال مجموعة من المؤشرات التقييمية شملت على: (النسب العددية لإستحسان الموضوع المثار، أوعدم تقبله، ومدى حجم المشاركة بالشبكات والمواقع الأخرى

أداة الاستقصاء أداة لجمع البيانات تستهدف استثارة المبحوثين لتقديم البيانات فى اطار الإرتباطات الوثيقة بتحليل البيانات والمعلومات الإخباريةتو اعتمدت الدراسة فى شقها الميداني على الاستبانة كأداة أساسية ، لرصد أثر الإدراك المعرفي لقوالب الفيدوجراف على مستخدمي اليوتيوب من الشباب الجامعي، وتضمنت صحيفة الاستقصاء المحاور الآتية:

- المحور الأول يتضمن تساؤلات حول استخدام المبحوثين لموقع اليوتيوب شملت رصد درجة استخدام المبحوثين لليوتيوب، وعدد ساعات تصفحهم للموقع ، ومدى تقدير المبحوثين لأهمية الدور الوظيفي لليوتيوب ، بالاضافة للأسباب الدافعة من استخدامهم اليوتيوب.

• المحور الثاني: مدى تعرض المبحوثين للفيديو جراف على قنوات اليوتيوب شملت رصد درجة تعرضهم لقوالب الفيديو جراف الإخبارية التي تبثها قنوات المواقع عبر اليوتيوب، ومعرفة الأسباب الدافعة لاعتمادهم على الفيديو جراف كمصدر لاستقاء المعلومات عبر اليوتيوب، ورصد حجم اهتمامهم الشخصي بمتابعة قوالب الفيديو جراف ضمن أنشطة استخداماتهم لليوتيوب بوجه عام، وتقييمهم أنماط الموضوعات التي تناولتها قوالب موضوعات الفيديو جراف من وجهة نظرهم، ومعرفة تفضيلاتهم لصفحات المواقع الإخبارية والتلفزيونية التي تهتم ببث قوالب الفيديو جراف عبر قنواتها باليوتيوب.

• المحور الثالث: التأثيرات الناتجة عن تعرض المبحوثين لمعلومات الفيديو جراف وتضمن تساؤلات لرصد التأثيرات الناتجة عن ادراكهم لمعلومات الفيديو جراف الإخباري عند التعرض لها ومدى أهمية المؤثرات البصرية على جذب انتباههم للمحتوى، ودرجة متابعة الموضوعات التي تناولتها قوالب الفيديو جراف على المستويين المحلي والدولي، واتجاهاتهم عن التأثيرات الناتجة عن متابعة قوالب الفيديو جراف كمصدر لتدعيم معلوماتهم الإخبارية، وتضمين القيم الموضوعية في تمثيل معلومات الفيديو جراف، ورصد التوجه الفكري نحو تفضيل محتوى محدد من مواقع إخبارية دون غيرها عند استقائهم للمعلومات، واستكشاف مصداقية معلومات الفيديو جراف من

الفيدويوجراف والأثر المعرفي لإدراك المعلومات الإخبارية

وجهة نظر المبحوثين، ورصد طريقة تعاملهم مع المعلومات المنشورة بقوالب الفيدويوجراف

ولأساليب المعالجة الميدانية: اتبع الباحث ما يلي :

• التحليل الكمي: بمعالجة البيانات استخدام برنامج (SPSS.V. 17.0) الحزم الإحصائية للعلوم الاجتماعية، وقد طبقت الأساليب الإحصائية التالية:

• التكرارات والنسب المئوية.

• المتوسط الحسابي: وتم حسابه للمقياس الثلاثي عن طريق:

المتوسط الحسابي = (ك) نعم + 3 (ك) الى حد ما + 2 (ك) لا / 1 x)

ن

• ولكيفية الحكم على تأثير التعرض للفيدويوجراف الإخباري : يمكن الحكم على العلاقة بين استخدام عينة الدراسة لشبكة اليوتيوب وتعرضهم للفيدويوجراف وبين تأثير ذلك علي العمليات الإدراكية لديهم باستخدام المتوسط الحسابي حيث تكون بداية ونهاية فئات المقياس الثلاثي : (أوافق) = ثلاثة درجات، (محايد) = درجتين، (لا أوافق) = درجة واحدة. ويتم ترميز وإدخال البيانات الى الحاسب الآلي، ولتحديد طول خلايا المقياس الثلاثي (الحدود الدنيا والعليا) ، تم حساب المدى = أكبر قيمة - أقل قيمة (2 = 3 - 1) ، ثم تقسيمه على عدد خلايا المقياس للحصول على طول الخلية المصحح (0.67 = 2 / 3) وبعد ذلك تم إضافة هذه القيمة الى أقل قيمة في المقياس أو بداية المقياس وهي

الواحد الصحيح وذلك لتحديد الحد الأعلى لهذه الخلية، وهكذا أصبح طول الخلايا كما يلي :

جدول (1) المستويات البعدية للمتوسطات الحسابية

مستوى منخفض	إذا تراوحت قيمة المتوسط للعبارة أو البعد من 1 الى أقل من 1.67
مستوى متوسط	إذا تراوحت قيمة المتوسط للعبارة أو البعد من 1.67 الى أقل من 2.35
مستوى مرتفع	إذا تراوحت قيمة المتوسط للعبارة أو البعد من 2.35 الى 3

ولإجراء المعالجات الإحصائية تم حساب المدى من خلال الفرق بين أكبر قيمة وأقل قيمة وفق مجموعة من الإختبار لتحليل متوسطات الانحراف Regression analysis ، والانحراف المعياري Regression linear بغية تقدير متغير عن آخر، واختبار Berson لقياس العلاقة بين متغيرين كميين

للإرتباطات الفرضية ، ومعامل التوافق Contingency Coefficient ليقاس مقدار قوة الارتباط بين ظاهرتين، بحيث تكون لكل ظاهرة أثر من صفتين، و اختبار Ca^2 لجداول التوافق Contingency-Tables chi Scare Test لدراسة الدلالة الإحصائية للنوع والمستوى العلمى والفئة العمرية بين متغيرين من المستوي الاسمي Nominal بالإضافة للإرتباط المركب Canonical Correlation نظرا لوجود أكثر من متغير للإدراك المعرفي من التوجه الفكرى، وتأثيرات الإستخدام والتعرض.

• **الصدق الظاهري والمنطقي:** تم عرض الأداة على مجموعة من المحكمين، لتقرير مدى صلاحيتها في قياس الدراسة وتحقيق الهدف الذي أعدت من أجله. واستفاد الباحث من خبرة وآراء السادة المحكمين التي أسهمت بشكل كبير ، لإبداء الرأي في صلاحية الأداة من حيث السلامة اللغوية للعبارات وارتباطها بمتغيرات الدراسة ، وقد تم الاعتماد على نسبة اتفاق لا تقل عن (٨٠%)، و حذف بعض العبارات لإعادة صياغة وتطوير الاستمارة بما انعكس على إثراء الدراسة بشكل عام يرفع مستوى الثقة وبناء على ذلك تم صياغة الاستمارة في صورتها النهائية، وللتحقق من صدق المحتوى المنطقي : قام الباحث بالاطلاع للأدبيات والأطر النظرية، للبحوث ذات الصلة للوصول الى الأبعاد المختلفة والعبارات المرتبطة بمشكلة الدراسة، وتحديد تساؤلات التأثير والتعرض للفيدويوجراف الإخباري على ادراك المستخدمين واتجاهاتهم. فيما تتوصل إليه الدراسة من نتائج وذلك كما يلي:

جدول (2) الخصائص الديموغرافية لعينة الدراسة الميدانية

توصيف عينة الدراسة	ك	%
النوع	ذكر	214
	أنثى	186
العمر	من 18 سنة إلى أقل من 22 سنة	122
	من 22 سنة إلى أقل من 28 سنة	158
	من 28 سنة إلى أقل من 35 سنة	120
المؤهل العلمي	(مؤهل جامعي) بكالوريوس - ليسانس	310
	(دراسات عليا" فوق جامعي" (ماجستير -دكتوراه"	90
الاتجاه الفكري	ينتمي لتيار أو توجه فكري	160
	غير منتمي لتيار فكري	240
إجمالي عدد العينة=400		

جدول رقم (3) : توزيع أفراد العينة حسب درجات استخدامهم لموقع

اليوتيوب

المتغيرات	التكرار	النسبة المئوية
دائماً	215	53.8
أحياناً	158	39.5
نادراً	27	6.7
الإجمالي	400	100%

من واقع الجدول السابق لدرجة استخدام المبحوثين لموقع اليوتيوب

أفاد 53.8% من إجمالي عينة الدراسة أنهم يستخدمون اليوتيوب بشكل دائم، بينما 39.5% من أفراد العينة يستخدمونه أحياناً، ويرجع استخدام المبحوثين الدائم لليوتيوب بنسبة كبيرة ، كونه متخصص في عرض مقاطع الفيديو ومشاركتها وتتسق هذه النتيجة مع ماكشفته M Villi & J Matikainen 2015 ، والتي توصلت الى أن كثيفي الإستخدام لديهم القدرة على تشاركية المحتوى بشكل أشمل ودائم في كل وقت ومكان^{١١} فالليوتيوب يسهم في عملية ابداء الرأي والنشر والمشاركة من قبل الهواة والسياسيين وكافة فئات المجتمع كميزة يتيح من خلالها للمستخدمين مشاهدة أو انشاء مقاطع متنوعة تلبى احتياجاتهم الفكرية والمعرفية وتشكل اتجاهاتهم نحو الأحداث المطروحة، وتتسق هذه النتائج مع دراسة كلا من عمرو وأسعد 2011^{١٢}، التي أشارت إلي ارتفاع نسب استخدام المبحوثين لليوتيوب بشكل مستمر، ودراسة راندا محمد 2017، التي أكدت اتاحة اليوتيوب ل92% من الشباب المتابع بشكل دائم للمشاركة بالأراء في الموضوعات المطروحة وبتشكيل اتجاهاتهم نحو قضايا الرأي العام^{١٣}، بينما أفاد 6.7% من إجمالي عينة الدراسة نادراً ما يستخدمون موقع اليوتيوب، ويرجح الباحث ندرة ذلك التعرض بعزوف جزء من المبحوثين الى عدم التمرس في كيفية التعاطي مع الوسائط اما بمشاكل تقنية تتعلق بمدى اتصاله بالويب او دعوة وتوجيه الآخرين له بضرورة وكيفية التواصل، وتتفق هذه النتيجة مع ماكشفته دراسة أحمد هيبية 2018 ،التي ربطت ندرة تعرض المبحوثين بمشكلات تقنية بالإنترنت^{١٤}

جدول رقم (4) درجة تعرض المبحوثين لقوالب الفيديو جراف الإخبارية

باليوتيوب

المتغيرات	التكرار	النسبة المئوية
دائماً	178	44.5
أحياناً	115	28.7
نادراً	107	26.8
الإجمالي	400	100%

وبحسب درجة تعرض المبحوثين لقوالب الفيديو جراف الإخبارية التي تبثها قنوات المواقع أفاد 44.5% من إجمالي المبحوثين أنهم "دائماً" يتعرضون لقوالب الفيديو جراف الإخبارية ، بينما أفاد 28.8% أنهم يتعرضون "أحياناً" للقوالب، ونسبة 26.8% "نادراً" ما يتعرضون لقوالب الفيديو جراف الإخبارية التي تبثها قنوات المواقع عبر اليوتيوب.

وتعكس النتائج السابقة تعرض النسبة الأكبر من المبحوثين يتعرضون للفيديو جراف بشكل دائم لما لها من قدرة تتسم بها قوالب الفيديو جراف على نقل المعلومات بطرق وإشارات متعددة من نصوص مقرّرة ومنطوقة إضافة الى الوسائط المعلوماتية الأخرى ، ويمكن ربط هذه النتيجة مع ما خلصت له دراسة Lee Rainie, 2008 والتي تطرقت الى تجاوز نسبة 40% للأمريكين من يفضلون التعرض لتقنيات وتطبيقات الويب الجديدة مقارنة بالوسائل التقليدية^{١٥}

الفيدويجراف والأثر المعرفي لإدراك المعلومات الإخبارية

وقياس على ماسبق سعت العديد من المواقع إلى توظيف الفيدويجراف كوسيلة جاذبة للانتشار من خلال عرض المعلومات وإنتاج الفيديو وتوظيفه في معالجة لمختلف الأحداث والقضايا ولا سيما ان أغلب المؤسسات الإعلامية باتت تستخدم هذا النمط على منصاتها الرقمية للخروج من القالب التقليدي ويضيف John A. Krosnick. 2011. ان أوجه التركيز على عوامل بناء وصياغة الموضوعات التي تتضمنها الرسالة تعد ذات قيمة في تحديد اوجه الإستجابة للوسيلة عبر تحديد اتجاهات الجمهور وأولوياته نحوها جدول رقم (5) الأسباب الدافعة لاعتماد الباحثين على الفيدويجراف كمصدر

لاستقاء معلوماتهم

الاتجاه	الوزن النسبي	المتوسط الحسابي	عدد النقاط	معارض		محايد		موافق		العبارات
				%	ك	%	ك	%	ك	
موافق	88.3	2.65	1060	4.0	16	27.0	108	69.0	276	يمتاز الفيدويجراف بعمق المعلومات الإخبارية وبتمثيل مبسط للأحداث
موافق	85.8	2.58	1030	17.5	70	7.5	30	75.0	300	يمكنني من

										فهم التحليلات باستخدام الرموز والنصوص والبيانات الإحصائية
موافق	83.3	2.50	1000	17.5	70	15.0	60	67.5	270	الفيديو جراف يهتم بطرح المعلومات التي تخص حدث أو قضية عبر بر اجرافات مصورة
موافق	81.9	2.46	983	15.5	62	23.3	93	61.3	245	يتمتع بحرية ابراز الحقائق التي تمكنه من توجيه الرأي او

الفديوغراف والأثر المعرفي لإدراك المعلومات الإخبارية

										تعمل على زيادة الوعي المعرفي
موافق	80.8	2.43	970	20.0	80	17.5	70	62.5	250	يمكنني من التفاعل بالمشاركة وابدأ الرأي بالتعليق عن الأحداث بالراء وبملفات وفيدوهات مصورة
محايد	74.2	2.23	890	3.8	15	70.0	280	26.3	105	يمثل الفديوغراف مصدر فوري للمعلومات عن الأحداث المثارة
محايد	73.3	2.20	880	8.8	35	62.5	250	28.8	115	التفاعل من

										خلاله مع الصفحات القائمة بنشر الفيديو جراف
محايد	72.5	2.18	870	3.8	15	75.0	300	21.3	85	يتمتع بقدر ما من المصادقية في تناوله للموضوعات
محايد	65.8	1.98	790	26.3	105	50.0	200	23.8	95	يمكنني الفيديو جراف من مشاركة الأخبار مع الآخرين عبر وسائل الاتصال الأخرى

اشارت البيانات السابقة ان معظم مفردات العينة كانت لديها اتجاهات ايجابية نحو دوافع اعتمادهم على الفيديو جراف كمصدر لإستقاء المعلومات،

الفيدوجراف والأثر المعرفي لإدراك المعلومات الإخبارية

فمن خلال التكرارات والمتوسطات الحسابية جاءت دوافع "امتياز الفيدوجراف بعمق المعلومات الإخبارية وبالتمثيل المبسط للأحداث" في الترتيب الأول وبوزن نسبي (88.3) واتجاه عام موافق، يليه في الترتيب الثاني "يمكنني من فهم التحليلات باستخدام الرموز والنصوص والبيانات الإحصائية" بوزن نسبي (85.8) واتجاه عام موافق، وفي الترتيب الثالث برز دافع " الإهتمام بطرح المعلومات التي تخص حدث أو قضية عبر برارجات مصورة " بوزن نسبي (83.3) واتجاه عام موافق، يليه "التمتع بحرية ابراز الحقائق التي تمكنه من توجيه الرأي او تعمل على زيادة الوعي المعرفي" بوزن نسبي (80.9) واتجاه عام موافق ، و"يمكنني من التفاعل بالمشاركة وابداء الرأي بالتعليق عن الأحداث بالرأى " بوزن نسبي (80.8) واتجاه عام موافق، يليهم في الترتيب الخامس بنسب متتالية كلا من دوافع "تمثل الفيدوجراف مصدر فوري للمعلومات عن الأحداث المثارة بوزن نسبي، (74.2)، "التفاعل من خلاله مع الصفحات القائمة بنشر الفيدوجراف" بوزن نسبي (73.3)، و" يتمتع بقدر ما من المصادقية في تناوله للموضوعات" بوزن نسبي 72.5 واتجاه عام محايد لكل منهما، يليه في الترتيب الأخير "مشاركة الأخبار مع الآخرين عبر وسائل الاتصال الأخرى" بوزن نسبي، 65.8 واتجاه عام محايد.

ويعزى الباحث أهمية اعتماد المبحوثين على استقاء معلوماتهم من الفيدوجراف كونه يرجع لعمق المعالجات الإخبارية بالتمثيل المبسط للأحداث، فضلاً عن سهولة التعرض من خلاله لأكبر قدر من المعلومات بطرق مبسطة، وبحسب ماتوصل له Maren Bjoergum 2014.،

اختباره لأطر العلاقة بين وسائل الإعلام التقليدية والإجتماعية بالفروق في معالجة المعلومات، كشفت الدراسة أن ثمة انعكاسا على المتلقى من خلال أهمية التحديثات والتطورات في الوسائل الحديثة مقارنة بالوسائل التقليدية^{٦١}، واتفقت معه, Mehrabi & et.al. 2013, التي تطرقت الى أن سمة الوضوح في معالجة الوسيلة للأحداث يشكل مصداقية للمتلقى بانعكاس التمثيل الموضوعي للمعلومات عليه .

جدول رقم (6) اتجاهات المبحوثين تجاه مصداقية معلومات الفيديو جراف

الاتجاه	الوزن النسبي	المتوسط الحسابي	عدد النقاط	معارض		محايد		موافق		العبارات
				%	ك	%	ك	%	ك	
موافق	75.7	2.27	908	21.0	84	31.0	124	48.0	192	المعالجة بشكل فوري ساعدتني على فهم واستيعاب الأحداث
أوافق	74.5	2.23	894	20.5	82	35.5	142	44.0	176	الفيديو جراف جعلني على

الفيدويوجراف والأثر المعرفي لإدراك المعلومات الإخبارية

										دراية كاملة بمتابعة الأحداث
محايد	73.8	2.21	885	17.3	69	44.3	177	38.4	154	النصوص واللغة والوسائط عززت ثقتي لمضمون معلومات الفيدويوجراف من خلال العرض المنطقي للأحداث
محايد	70.4	2.11	845	15.5	62	57.8	231	26.8	107	أثق في مصدقية كل ما ينشر من محتوى للفيدويوجراف
محايد	70.3	2.11	844	22.3	89	44.5	178	33.3	133	أطمئن إلى

										صحة المعلومات المتداولة كونها تغطي جميع تفاصيل الحدث
موافق	69.5	2.09	834	30.5	122	30.5	122	39.0	156	يتملى الفيديو جراف بكثير من استمالات الإقناع الهدامة
محايد	69.3	2.08	832	26.3	105	39.5	158	34.3	137	ليس كل ما يُنشر من معلومات صحيحاً
محايد	67.2	2.01	806	31.2	125	39.0	156	29.8	119	الأراء الواردة بمعالجة الموضوعات العامة تمثل

										أهمية وثيقة لدي
--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------------

من واقع النتائج السابقة حول مصداقية معلومات الفيدويوجراف تبين

مايلي:

في الترتيب الأول أظهر المبحوثين تأييدا لعبارة "المعالجة بشكل فوري ساعدتني على فهم واستيعاب الأحداث" بوزن نسبي 75.7 واتجاه عام موافق، يليها بفارق ضئيل من حيث ثقة المبحوثين بعبارة "الفيدويوجراف جعلني على دراية كاملة بمتابعة الأحداث" بوزن نسبي 74.5 واتجاه عام موافق، و في الترتيب الثالث جاءت "النصوص واللغة والوسائط عززت ثقتي لمضمون معلومات الفيدويوجراف من خلال العرض المنطقي للأحداث" بوزن نسبي 73.8 واتجاه عام محايد، في هذا الصدد يضيف عباس صادق ان الوسائط يتم من خلالها بناء مواد صحفية عن طريق حزمها تعرض الأخبار بطرق غير مسبقة بالوسائل التقليدية^(٢) وبالتالي تزيد من ثقة المبحوثين بالمحتوى ، بينما جاءت عبارة " أثق في مصداقية كل ما ينشر من محتوى للفيدويوجراف" في الترتيب الرابع بوزن نسبي 70.4 واتجاه عام محايد، ويعزى الباحث ذلك الى طبيعة المحتوى وبخاصة للقوالب التي تزيد من درجة الوعي والتثقيف، اذ يمكن تفسير معايير الثقة وفق انماط عدة اهمها أليات التحليل والتفسير التي تميز وسيلة عن أخرى في اقناع المبحوثين بالمحتوى الموضوعي، وهو مايتوافق مع ثقتهم بجملة " أطمئن إلى صحة المعلومات المتداولة كونها

تغطي جميع تفاصيل الحدث" بوزن نسبي 70.3 واتجاه عام محايد ،ومن الملاحظ ان درجات عدم ثقة بعض المبحوثين تولدت من خلال شعورهم ببعض السلبيات فنجد عبارة "يمتلئ الفيديو جراف بكثير من استمالات الإقناع الهدامة" بوزن نسبي 69.5 واتجاه عام موافق، بالرتبة السادسة يليها" ليس كل ما يُنشر من معلومات صحيحاً" بوزن نسبي 69.3 واتجاه عام محايد، وفي الترتيب الأخير جاءت الآراء محايدة من وجهة نظر المبحوثين بوزن نسبي 67.2. ويرى الباحث في تفسير المتوسطات السابقة ان المصدقية ليست مجرد مقياس موضوعي لمميزات الوسيلة أو الرسالة التي تبثها ، وانما تدور حول التقييم الشخصي للمبحوثين لكيفية عرض طرق عرض المعلومات والأخبار ،فالمقاربة بين مصداقية المصدر والوسيلة منطلقاً من فرضية Westly & Severin القائمة على تفضيل المتلقى والإستغراق في متابعتها يرتبط ايجابيا بمدى مصداقيتها نفسها^(٣)، فيما يرى كلا من Miller & Kurpius وجود ثقة للمتلقى بالوسيلة بمصدقية وجدوى المعلومات الرقمية ولا سيما عند مقارنتها بمثيلتها المرتبطة بالوسائل الأخرى^(٤)

جدول (7) الإتجاهات الناتجة عن ادراك المبحوثين لتأثير المعلومة الإخبارية عند التعرض لها

الفيدويوجراف والأثر المعرفي لإدراك المعلومات الإخبارية

الاتجاه	الوزن النسبي	المتوسط الحسابي	عدد النقاط	معارض		محايد		موافق		العبارات
				%	ك	%	ك	%	ك	
محايد	75.9	2.28	911	14.3	57	43.8	175	42.0	168	عززت من فهمي للمبادرات التنموية والاجتماعية التي تتبناها الدولة من أجل حياة كريمة للمصريين
محايد	73.8	2.21	885	18.8	75	41.3	165	40.0	160	ازدادت معرفتي عن اهم المستجدات والمعلومات المتعلقة بسد النهضة وروية الدولة في التعاطي مع

										تبعات بناء سد النهضة
محاييد	73.3	2.20	879	7.8	31	64.8	259	27.5	110	زادت من حرصى على اكتساب التوعية المتعلقة بالأوبئة وبخاصة فيما يتعلق بمحاويرات كورونا وطرق الوقاية منها
محاييد	72.3	2.17	867	12.5	50	58.3	233	29.3	117	ساعدتني على معرفة تفاصيل المباريات والدوريات الدولية الرياضية وبخاصة

الفنديوغراف والأثر المعرفى لإدراك المعلومات الإخبارية

										المعلومات لمتعلقة ببطولتي أمم افريقيا وكأس العرب
محاييد	71.3	2.14	856	14.5	58	57.0	228	28.5	114	زادت من قدرتي على تكوين رؤية كاملة للنهوض بمسيرة الدولة ومواجهة تحدياتها بخاصة فيما يتعلق بقرار الحكومة رفع حالة الطواري المصرية
محاييد	70.9	2.13	851	24.5	98	38.3	153	37.3	149	معرفة ردود

										الفعل الدولية وفهم تداعيات العدوان الإسرائيلي على قطاع غزه
محايد	70.6	2.12	847	20.5	82	47.3	189	32.3	129	زادت اهتمامي بمعرفة اهم المستجدات المتعلقة بقضايا التغيير المناخي والبيئة
محايد	70.4	2.11	845	15.5	62	57.8	231	26.8	107	ساعدتني المعلومات المتعلقة بالمبادرات الثقافية للدولة على

الفنديوغراف والأثر المعرفى لإدراك المعلومات الإخبارية

										فهم التراث الحضاري لمصر والعمل على تعزيز مكانتها من خلال الترويج لصورة مصر عبر موكب نقل المومياوات الملكية وافتتاح طريق الكباش
محاييد	70.1	2.10	841	21.8	87	46.2	185	32.0	128	عززت المعلومات السياسية من فهمي على تكوين رأي تجاه

										المباحثات النوعية الإيرانية والتحول السياسي في السودان وقضايا اقليمية ودولية أخرى
موافق	69.5	2.09	834	30.5	122	30.5	122	39.0	156	زودتني بالمعلومات عن الموقف الدولي للتحولات السياسية الأمريكية وبخاصة فيما يتعلق بالانسحاب من أفغانستان

يتضح من بيانات الجدول السابق في الترتيب الأول للتأثيرات الناتجة عن ادراك عينة الدراسة لمعلومات الفيدوجراف الإخباري عند التعرض له جاءت عبارة "عززت من فهمي للمبادرات التنموية والاجتماعية التي تتبناها الدولة من أجل حياة كريمة للمصريين" بوزن نسبي (75.9) واتجاه عام محايد، يليه في الترتيب الثاني للتأثيرات الناتجة عن ادراك معلومات الفيدوجراف الإخباري عبارة "ازدادت معرفتي عن اهم المستجدات والمعلومات المتعلقة بسد النهضة ورؤية الدولة في التعاطي مع تبعات بناء سد النهضة" بوزن نسبي (73.8) واتجاه عام محايد، يليه في الترتيب الثالث عبارة "زادت من حرصي على اكتساب التوعية المتعلقة بالأوبئة وبخاصة فيما يتعلق بمتحورات كورونا وطرق الوقاية منها" بوزن نسبي (73.3) واتجاه عام محايد، يليها عبارة "ساعدتني على معرفة تفاصيل الدوريات الدولية الرياضية وبخاصة المعلومات المتعلقة ببطولتي أمم افريقيا وكأس العرب" بوزن نسبي (72.3) واتجاه عام محايد، ثم في الترتيب الخامس للتأثيرات الناتجة عن ادراك معلومات الفيدوجراف الإخباري عبارة "زادت من قدرتي على تكوين رؤية كاملة للنهوض بمسيرة الدولة ومواجهة تحدياتها بخاصة فيما يتعلق بقرار الحكومة رفع حالة الطواري المصرية" بوزن نسبي 71.3 واتجاه عام محايد، يليها في الترتيب السادس "معرفة ردود الفعل الدولية وفهم تداعيات العدوان الإسرائيلي على قطاع غزة" بوزن نسبي (70.9) واتجاه عام محايد، يليها بفارق ضئيل عبارة "زادت اهتمامي بمعرفة اهم المستجدات المتعلقة بقضايا التغيير المناخي والبيئي بوزن نسبي (70.6) واتجاه عام محايد، يليها عبارة "ساعدتني المعلومات المتعلقة بالمبادرات الثقافية للدولة

على فهم التراث الحضاري لمصر والعمل على تعزيز مكانتها من خلال الترويج لصورة مصر عبر موكب نقل المومياوات الملكية وافتتاح طريق الكباش" بوزن نسبي (70.4) واتجاه عام محايد، بفارق ضئيل عبارة "عززت المعلومات السياسية من فهمي على تكوين رأى تجاه المباحثات النووية الإيرانية والتحول السياسي في السودان وقضايا اقليمية ودولية أخرى" بوزن نسبي (70.1) واتجاه عام محايد، و في الترتيب الأخير زودتني بمعلومات عن الموقف الدولي للتحولات السياسية الأمريكية بوزن نسبي 69.5 واتجاه عام أوافق.

جدول (8) العلاقة بين الفئة العمرية للمبحوثين ودرجة تعرضهم لقوالب الفيديو جراف الإخبارية التي تبثها قنوات المواقع باليوتيوب

المتغيرات	البيان	مجموع الدرجات	د.ح	المتوسط	قيمة ف	الدلالة
الفئة العمرية	مدي تعرض المبحوثين لقوالب الفيديو جراف	بين المجموعات	3	17.950	63.456	دالة 0.01
	داخل المجموعات	396	0.283			

الفيدويوجراف والأثر المعرفي لإدراك المعلومات الإخبارية

					مجموع	الإخبارية التي تبثها قنوات المواقع الإخبارية	
			399	148.200			

تشير نتائج تطبيق اختبار ف بالجدول السابق إلي وجود علاقة بين العمر ومدى علاقتها بتعرض المبحوثين لقوالب الفيدويوجراف الإخبارية ، حيث تبين أن قيمة ف = 63.456 وهي قيمة دالة إحصائية عند مستوى دلالة 0.01 وعلى هذا يمكن القول بثبوت صحة الفرض بوجود علاقة ارتباطية بين العمر وتعرض المبحوثين لقوالب الفيدويوجراف الإخبارية التي تبثها قنوات المواقع عبر اليوتيوب ولتحقيق من تأكيد هذا الفرض تم اختبار بعدى لقياس متوسطات الفروق العمرية بالجدول (68)

جدول (9) اختبار LSD لقياس المتوسطات والانحرافات المعيارية للفروق العمرية للمبحوثين ومدى تعرضهم لقوالب الفيدويوجراف الإخبارية التي تبثها قنوات اليوتيوب

28- 35	22- 28	18- 22	الانحراف المعياري	المتوسط	ك	الفئة العمرية	
0.078	0.019	0.200	0.216	1.00	122	من 18 سنة إلى أقل من	مدى تعرض المبحوثين لقوالب

						22 سنة	الفيدويجراف الإخبارية التي تبثها قنوات المواقع عبر اليوتيوب
0.122	0.181		0.447	1.20	158	من 22 سنة إلى أقل من 28 سنة	
0.059			0.139	1.02	120	من 28 سنة إلى أقل من 35 سنة	
			0.233	1.06	400	الإجمالي	

تشير بيانات الجدول إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين المتوسطات للفئات العمرية للمبحوثين وبين تأثير ذلك على درجات تعرضهم للقوالب الإخبارية التي تبثها القنوات عبر اليوتيوب ، حيث أظهرت البيانات الإحصائية لمعاملات فروقا للمتوسطات الحسابية والمعدية أظهرت أن الفئة الأعلى تعرضا كانت لصالح المبحوثين من 22 : 28 عام، يليهم الفئات الأقل عمرا من 18 : 22 عام ، ثم الفئة الأكبر من 28 لأقل من 35 عام، إذ تفيد الفروق الجوهرية أن الفئة العمرية المتوسطة أظهرت قدرة على التعرض والإطلاع بشكل أكبر من نظرائهم الأصغر والأكثر سنا، ويمكن تفسيره بوضوح ظاهرة التحسن الفكري للأجيال

الفيدويوجراف والأثر المعرفي لإدراك المعلومات الإخبارية

المتوسطة عمريا، لإكتساب المعرفة والمشاركة الفعالة كما يمكن ربطه مع نتائج المستويات التعليمية والتوجهات الفكرية ما يعزز فرضية اهتمام الشباب المصري بالتعرض للقوالب الإخبارية بوسائل الإعلام فى بناء وتبنى الإتجاهات

خاتمة الدراسة :

سعت الدراسة الى الكشف عن الأثر المعرفي للمتلقين ازاء التعرض لقوالب الفيدويوجراف الإخبارية باليوتيوب، لرصد تأثيراتها على تشكيل الإتجاهات والإستجابات فى بناء الأنساق المعرفية للشباب الجامعى حول القضايا العامة والأحداث الإخبارية المثارة ،واستكشاف تفضيلاتهم لأساليب المعالجة والوسائط المتعددة والسرد والتمثيل المعلوماتى ، وفق سمات المبحوثين وقياسات ودوافع تعرضهم والفروق النوعية لفهم وادراك الموضوعات وفقا لتوجه المبحوثين الفكرى وتفضيلاتهم لمصادر استقاء المعلومات وخلصت أهم النتائج

- أظهرت النتائج تعرض النسبة الأكبر من المبحوثين للفيدويوجراف بشكل دائم بواقع %44.5 مقابل %28.8 يتعرضون "أحيانا" للقوالب، و %26.8 "نادراً مايتابعونها ، مايفيد ان معظم مفردات العينة كانت لديها اتجاهات ايجابية "تحو دوافع اعتمادهم على الفيدويوجراف كمصدر لإستقاء المعلومات

- توصلت الدراسة لوجود فروق ذات دلالة احصائية بين المستويات التعليمية للمبحوثين ودرجات تعرضهم لقوالب الفيدويوجراف لصالح المؤهلات الفوق جامعية ، فمن خلال ماكشفته النتائج بوجود اتجاه

حيادى للمبحوثين نحو ادراك تعرضهم للموضوعات الإخبارية، تصدرت معرفتهم بالمبادرات التنموية وادراكهم للسياسات التي تتبناها الدولة بنسبة 75.9 ، تلاها بنسب متقاربة ادراكهم للمستجدات المتعلقة بسد النهضة ورؤية الدولة في التعاطي مع تبعات بناء السد بنسبة 73.8، بينما تصدر استيعابهم لمخاطر الأوبئة عبر اكتسابهم لطرق التوعية والوقاية بكورونا ومتحوراتها الترتيب الثالث بنسبة 73.3، ثم جاءت قناعاتهم لإدراك مسيرة النهوض بالدولة عبر اتخاذ قراراتها المتعلق برفع حالة الطوارئ بنسبة 71.3 ، وبفارق ضئيل عن ادراكهم لتباينات ردود الفعل الدولية وتداعيات العدوان الإسرائيلي على غزة بواقع 70.9

- وكشفت النتائج عن وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة نوعية بين فئات الأنماط الموضوعية للفيديوجراف وبين مدى تفاعل المبحوثين معه، ما يؤشر على أن تنوع الموضوعات وبخاصة السياسي والإقتصادي التي تتناولها القوالب الإخبارية كان لها أثر كبير على مستوى تفاعل المبحوثين معها، بالمشاركة، والتعليقات، وبالوقت المستغرق والمستقطع في المتابعة، وهو ما يتسق مع ما اظهرته نتائج الجدولين 59،56 حول أليات التفاعل مع محتوى الفيديوجراف وفق ترتيب أولويات المبحوثين في التعاطي من حيث الأهمية مع المضامين الإخبارية

- كشفت النتائج عن معنوية العلاقة بين توجه المبحوثين الأيديولوجى لتفضيل قنوات محددة وتأثيراتها على تدعيم معلوماتهم ، فمن خلال نتائج $\chi^2=40.503$ أظهرت القيم العددية لمعامل الارتباط $=0.541$ ، وقوته $=0.292$ باتجاه طردي بقيم إحصائية عند مستوى دلالة 0.01 ، اتسقت هذه النتيجة مع نتائج جدول (53) الذى شكل التوجه نحو التعرض لتفاصيل الأحداث من خلال طرح القوالب المعارضة اتجاه عام موافق للمبحوثين بنسبة 54.0% ، يليه التركيز على ابراز الموضوعات والأحداث بشكل يعزز الهوية الفكرية لديهم واتجاهاتهم نحو تفضيل الوسيلة بواقع 46.0% ، واختلفت هذه النتيجة مع ماتناولته دراسة منى هاشم التى بينت ان نسبة التوجه السياسي للمبحوثين لديها بلغت 46.8% للمؤيد مقارنة بنسبة 6.3% ، ما يؤكد على ثبوت وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين التوجه الأيديولوجي للمبحوثيين نحو تفضيل محتوى معين من قنوات مواقع اخبارية دون غيرها عند استقاءهم للمعلومات وبين انعكاس التأثير الناتج عن متابعتهم لقوالبها كمصدر لتدعيم معلوماتهم الإخبارية

مقترحات للدراسات المستقبلية :

فى ضوء أهداف الدراسة الراهنة وتأسيسا على ماتوصلت له من نتائج متعمقة حول ظاهرة التعرض للفيديو جراف الإخبارى وأثرها على ادراك مستخدمى الويب ، يسعى الباحث لتقديم رؤى لتوصيات بحثية مستقبلية تعمق استكشاف وتحليل الظاهرة بأساليب ونظريات مختلفة منها :

- تركيز البحوث المستقبلية على دراسات التأثير بشكل عام للخروج من حالة الدراسات الوصفية لبحوث التأثير والإدراك المعلوماتى لإستخلاص العلاقات بالتنوع فى الإجراءات المنهجية والتجريبية والربط بين نتائج الدراسات المختلفة للخروج بتعميم يودى للدراسات المقارنة والتتبعية
- مقارنة الدراسات العربية والأجنبية لرصد الفروق الجوهرية فى التحليل والسرد الرقمى للصحافة المرئية عبر تحليل الأنماط المختلفة للقوالب المعلوماتية و استحداث نماذج أخرى لتعزيز عمل الفيديو جراف والفيديو الرقمى بتقنيات جديدة وليكن بالذكاء الإصطناعى
- عنيت الدراسة برصد الإدراك المعرفى على المتلقين مما يدفع بأهمية الدراسة الموازية للتطبيق على القائمين بالإتصال فى المؤسسات الصحفية والإعلامية لتعزيز ادراكهم للأسس التدريبية والأساليب المنهجية لكيفية المعالجة والتمثيل للمعلومات الرقمية وتعزيز الإستخدام

الفيدوجراف والأثر المعرفى لإدراك المعلومات الإخبارية

الوظيفى للوسائط المتعددة والعناصر التصميمية بما يتيح خدمة الأهداف الإتصالية للمتلقين

- اعادة تطبيق الدراسة على عينة أخرى من الشباب للتمكين من فحص المتغيرات النوعية والإجتماعية بالتطبيق على بأطر ومراحل زمنية وفئات أخرى مختلفة لتلبية المزيد من المتغيرات البحثية المؤثرة على العمليات الإدراكية لمستخدمين الويب والشبكات الإجتماعية

مصادر ومراجع الدراسة

أولاً: البحوث والدراسات العربية

١. أحمد إبراهيم محمد البهلول ،شبكات التواصل الإجتماعي وعلاقتها بتشكيل النسق القيمي للشباب المصري الجامعي - دراسة ميدانية ، رسالة ماجستير غير منشورة ، (جامعة المنصورة- كلية الآداب-قسم الإعلام ،٢٠١٧)،
٢. كريمة عبد اللطيف،(٢٠٢٢)، "تقييم الأداء الإعلامى للمواقع الدينية والإخبارية حول وثيقة الأخوة الإنسانية،مجلة البحوث الإعلامية، جامعة الأزهر، العدد ٥، ج٢، ص٦١٤-٦٣٧ .
٣. نسمة مطاوع ،(٢٠٢٢)، "توظيف الفيدوجراف فى الصحافة المصرية"، دراسة تحليلية على المواقع الإلكترونية،المجلة العلمية لبحوث الصحافة ،جامعة القاهرة- كلية الإعلام، العدد ٢٣، المجلد الثانى ، يناير- يونية، ص، ٢٤٧-٢٩٥.

٤. ايمان السيد جمعة رمضان، دور المواقع الاجتماعية في تنمية الوعي السياسي والاتجاهات نحو الأحداث الجارية لدى شباب المصريين ، رسالة دكتوراه غير منشورة ، قسم الإعلام التربوى - كلية التربية النوعية ، جامعة المنصورة ، ٢٠١٦ .
٥. سعاد محمد المصرى،(٢٠٢٠)، دور الإعلام الجديد فى التغيير القيمي والأخلاقى لدى الشباب المصرى ،دراسة مسحية لمستخدمى موقع اليوتيوب،المجلة المصرية لبحوث الإعلام، جامعة القاهرة: كلية الإعلام ، العدد ٧٣، ص ٢٤٥ .
٦. أسامة مساعد، عواجى عبد الحافظ (٢٠١١)، نظريات التأثير الإعلامية، الرياض، المكتبة الإعلامية ، ص ١٣ .
٧. راندا محمد مصطفى،(٢٠١٧)، الإعلام التقليدى والجديد، تحليل مقارنة للفتوات الفضائية واليوتيوب، رسالة ماجستير غير منشورة ، جامعة عين شمس، كلية البنات، ٢٠١٧، ص ٨١ .
٨. هشام عطية عبد المقصود،(٢٠١٠)،"التعبيرات السياسية والإجتماعية لشبكة الإنترنت" القاهرة :دار العربى للنشر والتوزيع ، ط ١، ص ١٠٤-١٠٦ .
٩. شريهان محمد توفيق،(٢٠٠٩)، "العوامل المؤثرة فى التماس المعلومات السياسية من شبكة الإنترنت، دراسة ميدانية على عينة من الصفوة المصرية" ، رسالة ماجستير غير منشورة ، جامعة أسيوط، كلية الآداب، قسم الإعلام، ص ٧٠ .

١٠. محمد عبد الحميد (٢٠٠٢)، نظريات وسائل الإعلام واتجاهات التأثير، القاهرة: عالم الكتب للنشر، ص ٢٣٤.
١١. على سيد على، (٢٠٠٢)، "علاقة الانتماء الحزبي بالتعرض للمواد السياسية في الراديو والتلفزيون"، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة أسيوط، كلية الآداب، قسم الإعلام، ص ٤٨
١٢. محمد سعودى عبد المحسن، (٢٠٢٠)، الأطر الإخبارية للقضايا السياسية الداخلية بقنوات اليوتيوب الخاصة بالصحف المصرية ودورها في تشكيل الإتجاهات نحوها" رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، قسم الإذاعة والتلفزيون.
١٣. ماهيتاب جمال الجندى، (٢٠١٨)، "دوافع استخدام الشباب الجامعى لمقاطع اليوتيوب فى التعليم الذاتى والإشباع المتحققة منها" رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، قسم الإذاعة والتلفزيون.

ثالثاً: - المراجع الأجنبية

- 1- Khamise, F.Cabi., (2023), Employing motion graphics videos in public awareness advertisements on social media platforms, Journal of Architecture, Arts and Humanities, Vol: 8, Issue: 39, p. 695-718,
- 2- Roger d. Wimmer & Joseph R. Dominick, (2003). Mass Media Research: An Introduction, Wadsworth, Belmont, Ca, PP.5 -8
- 3- Kurtes, C., Mercin, L., (2022)., Motion Graphics with Fundamental Principles and Techniques in New

Media, Journal of MU Faculty of Art, Design and Architecture, Vol:8, Issue: 1, 2022, p. 45-66, E-ISSN: 2587-1684. Available

at:<https://dergipark.org.tr/tr/download/>

- 4- Kiryakova, A. V., Kolga, V. V., Yumatov, A. S., Smorchkova, V. P., Romanova, E. N., Tuganov, Y. N., & Fedulov, V. I. (2022). Student Representation of Mass Media as Tool for Forming Public Opinion . **Online Journal of Communication and Media Technologies**, 10 (3), e2020, issn 1986-3497 Available at: <https://doi.org/10.29333/ojcmt/7934>
- 5- Youngju, Kim. & Shuhua, Zhou, (2021), " The Effects of Political Conflict News Frame on Political Polarization: A Social Identity Approach", University of Southern California, **International Journal of Communication**, 14, 2020, PP.937-958
- 6- Boer, Maartje & Van, Frank. (2019). " Media messages and attitudes toward Muslims and ethnic minorities: A panel study among ethnic majority adolescents in the Netherlands" **Social Science Research**. Vol 83.
- 7- Abied, Alswlaiman & Adib, Abdulmajid. (2019). "Media Discourse and Ethno Sectarian Strife in Syria: A Critical Discourse Analysis of the Syrian Media." *Dragoman*. Vol. 8; iss. 9; pp. 4 – 27.
- 8- Khaled Salah Eldin, (2018), "Attitudes of Egyptian Youth towards of opinion and Expression on the Internet : within the framework of the cultural analysis model", the American university in Cairo, **Arab media & Society** , issue.26, summer/Fall 2018.P. 3 .

- 9- Henry Jenkins,(2006)," Convergence Culture: Where old and new media collide",The new York university press. New York . 2006. P.241
- 10- Jacobson, Susan,(2012), "Transcoding the news: An investigation into multimedia journalism published on new York times.com 2000 – 2008". **New Media & Society**, vol.14 No. 5 pp. 867–885
- 11- Guo,Mio "BuiLding Online Relation ship:Examining Social Media Utilization On Traditional Media Websites", **paper Presented at the annual meeting of the international communication Association**, TBA Boston,Ma,2011.
- 12- Bjoergum, Maren (2014) “The Credibility of News Media: The difference in framing between traditional media and Twitter after the Boston Marathon bombing”, **Thesis,HAWAII PACIFIC UNIVERSITY**, 2014
- 13- Ian Mitchell,(2022), Infographics: Absent Without Leave, Communicating Complexity, February 2022, Retrieved from: <http://riull.uil.es/xmlui/handle/915/18473>
- 14- Dependency Theory, media depends on the social context, Netherlands, Ensheda, , University of Twente, www.tcw.utwente.nl/theorieenoverzicht/