
**أنماط تعرض الشباب الجامعي للمواد السمعية البصرية الإخبارية
وعلاقته بمستوي الوعي السياسي لديهم***

إعداد

د/ إيمان عز الدين دوابة
أستاذ الإعلام المساعد
قسم الإعلام - كلية التربية النوعية
جامعة المنصورة

أد/ شريف درويش اللبان
أستاذ الصحافة وتكنولوجيا الاتصال
وكيل كلية الإعلام لشؤون خدمة المجتمع
جامعة القاهرة

أ/ سالى محمد صالح محمد
باحثة ماجستير

مجلة بحوث التربية النوعية - جامعة المنصورة
عدد (٤٥) - يناير ٢٠١٧

* بحث مستل من رسالة ماجستير

أنماط تعرض الشباب الجامعي للمواد السمعية البصرية الإخبارية وعلاقته بمستوي الوعي السياسي لديهم

إعداد

أ/سالي محمد صالح محمد***

د/إيمان عن الدين ذواية**

أد/شريف درويش اللبان*

مقدمة

أسهمت المواد السمعية البصرية الإخبارية في تنشيط ونمو عملية التصفح للمواقع الإخبارية المصرية وبصفة خاصة في ظل الأوضاع السياسية التي تمر بها مصر في الوقت الحاضر، وأصبحت المواد السمعية البصرية جزء لا يتجزأ من المادة الخبرية علي تلك المواقع، وأصبح المحتوى المسموع المرئي من المكونات الرئيسية لأي موقع إخباري، ولقد ساهم هذا التطور في جذب الشباب الجامعي نحو تصفح تلك المواقع، والاهتمام بها، مما جعلها تشكل مدخلا رئيسيا في تكوين المعرفة السياسية لديه، تلك التي تساهم في بناء الوعي السياسي بشكل عام، وتعريفه بقضايا الوطن والمجتمع المحلي بشكل خاص، ولقد مرت مصر في السنوات الأخيرة بالعديد من الأحداث الاجتماعية والاقتصادية والتغيرات السياسية، وتغيير في البناء السياسي للدولة، مما شكل مادة سياسية مهمة ومؤثرة تنشر عبر تلك المواقع الإخبارية، ومثلت عناصر جذب للمتصفحين، وهذا ما شاهدناه وعاصرناه في أوقات كثيرة في مصر، وتعتبر المواقع الإخبارية عبر الإنترنت مصدرا رئيسيا من مصادر المعلومات لدي الأفراد، فقد أشارت الدراسات التي أجريت في المجتمعات الغربية في هذا الشأن إلي نتائج هامة تعد مؤشرات لتأكيد تلك الحقائق، فطبقا لدراسة رابطة الصحافة الأمريكية Newspaper Association of America التي أجرتها في عام ٢٠١١، فإن مواقع المؤسسات والشركات الصحفية قد استقطبت ١١٢ مليون زائر لمواقعها من متصفح الإنترنت، خلال شهر أغسطس من العام ٢٠١١، يمثلون نسبة ٦٥٪ من مستخدمي الإنترنت في الولايات المتحدة في هذه الفترة، وأن هؤلاء المستخدمين قد قضوا ١٩.٤٪ من إجمالي الدقائق التي أنفقوها علي الإنترنت في تصفح المواقع الإخبارية، وتشير الدراسة إلي أن الإنترنت قد غيرت من طريقة تعامل المؤسسات الصحفية مع شئونها ومصالحها^(١).

* أستاذ الصحافة وتكنولوجيا الاتصال وكيل كلية الإعلام لشؤون خدمة المجتمع جامعة القاهرة

** أستاذ الإعلام المساعد قسم الإعلام - كلية التربية النوعية جامعة المنصورة

*** باحثة ماجستير

¹⁾ Chung Joo Chung, Yoonjae Nam, Michael A. Stafonone, (2012), Exploring Online News Credibility: The Relative Influence of Traditional and Technological Factors, journal of computer Mediated Communication, Vol. 17, pp: 171-186.

ولأن الإنسان دائم البحث عن الأخبار، فقد أصبحت الأخبار في كل مكان، ويؤكد بعض الباحثين علي أنه حتي هؤلاء الذين يعتقدون أن لديهم القليل من الاهتمامات بالأخبار، فإن من الصعب عليهم تجاهل أخباراً مثل وقوع انفجار أو أزمة وقود مثلاً، ويؤكد الباحثون علي مراعاة الفوارق بين التعرض للأخبار News Exposure، والوعي بالأخبار News Awareness، فالتعرض لا يشمل مناقشة ما نتعرض له من أخبار، ولكن الوعي بالأخبار مرحلة تالية علي التعرض وتحتاج إلي درجة أعلى من الاهتمام⁽¹⁾، ومع ظهور وتطور الإنترنت في العصر الرقمي، وإنشاء العديد من الصحف والقنوات الإخبارية والمؤسسات المعنية بالأخبار مواقع لها علي الإنترنت، اتسعت دوائر وعوامل التأثير علي الأفراد من جانب الجهات المنتجة، وزاد إقبال الجمهور علي التصفح، وتعددت منصات تقديم الأخبار، وأصبحت متاحة من مصادر متعددة، وقد شهدت عملية تقديم الأخبار علي الإنترنت عدة مراحل في تطورها، وقد أشار أحد الباحثين إلي أنها شهدت مراحل ثلاث هي:

- **المرحلة الأولى:** وهي إعادة إنتاج المحتوى الورقي التقليدي للصحيفة المطبوعة بخصائص الإنترنت وإتاحته للجمهور.
- **المرحلة الثانية:** وهي إنتاج المحتوى الأصلي وإضافة الروابط الفائقة التي تمكن المتصفح من الوصول لمعلومات إضافية عن الخبر.
- **المرحلة الثالثة:** وهي التي أقدم فيها المنتجون علي تقديم نسخة أنتجت خصيصاً للإنترنت، وذلك في إطار خصائص وطبيعة الإنترنت، وقدمت طرقاً جديدة في رواية القصة الخبرية، والتي تسمح للمستخدمين والمتصفحين من الوصول إلي محتوى أبعد مما هو موجود علي الرابط، وأن يضيفوا آرائهم وتعليقاتهم علي الخبر⁽²⁾.

وفي عصر المعلوماتية والرقمية أصبح السلوك الرقمي للفرد مسيطراً وموجهاً لسلوكه المجتمعي، وارتبط تقييم المجتمعات وفق معايير التقدم والنمو بقدرتها علي التحول نحو الرقمية، وسعيها للتطور والتحديث في هذا الاتجاه. وارتبط هذا التطور الرقمي بقدرتها المجتمعات علي توظيف المعلومات بشكل صحيح، ومدى توافر خدمات الإنترنت في المجتمع، وإتاحتها للجمهور، فلقد أصبحت التكنولوجيا محركاً لعجلة التقدم في أي مجتمع من المجتمعات.

ولقد ساهم الإنترنت بما يقدمه من خدمات في تطوير المجتمعات في كافة المجالات وأصبح له دور مهم في النمو والتطور، بل يؤكد الباحثون أن لها أدواراً سياسية واقتصادية واجتماعية غاية في الأهمية نظراً لزيادة واتساع قاعدة المستخدمين⁽³⁾، وبالنظر لما حدث من تحولات سياسية في المجتمع

¹⁾ James Klurfeld & Howard Shneider (2014), News Literact: Teaching the internet Generation to make reliable Information Choice, Center for Effective Publication management, Brookings. June 2014.

²⁾ Chung Joo Chung, Yoonjae Nam, Michael A. Stafonone, (2012), Exploring Online News Credibility: The Relative Influence of Traditional and Technological Factors, *op cit*.

³⁾ شريف درويش اللبان (٢٠١٤) الإعلام البديل - صوت الناس، القاهرة: المركز العربي للبحوث والدراسات، يناير ٢٠١٤، متوفر في الموقع التالي: <http://www.acrseg.org/2377>

المصري، ودور الشباب في الأحداث السياسية، وجدت الباحثة أنه من الضروري دراسة العلاقة بين التعرض للمواد السمعية البصرية الإخبارية والوعي السياسي لدى الشباب الجامعي.

مشكلة البحث.

من خلال متابعة الباحثة للمواقع الإخبارية والمحتوي الإخباري المرئي المسموع الذي نشر من خلالها وبصفة خاصة في الوقت السابق والمعاصر واللاحق للانتخابات البرلمانية المصرية التي أجريت في عام ٢٠١٥، ومن خلال رصد اهتمامات الشباب الجامعي السياسية والتعرف عليها، فقد توصلت إلى ضرورة التعرف على نمط العلاقة بين تعرضهم لتلك المواد عبر الإنترنت والوعي السياسي لديهم، وأمكن صياغة المشكلة البحثية كالتالي:- " **معلقة أنماط تعرض الشباب للمواد السمعية البصرية الإخبارية بمستوي الوعي السياسي لديهم؟** " ومن واقع متابعة المحتوى في الفترة الزمنية المحددة المرتبطة بالانتخابات البرلمانية المصرية التي أجريت في عام ٢٠١٥، والتعرف على المعلومات الرقمية التفاعلية الخاصة بها، مثل معدلات تكرار التصفح والمدة الزمنية الإجمالية للتصفح، والمحتوي السياسي لبعض مقاطع الفيديو في المواقع الإخبارية التي ترتفع معدلات المتابعة لها وهو موقع فيديو 7، وموقع برلماني ن وكثافة البث في كل منهما فيما يتصل بالانتخابات البرلمانية، باعتبارها محور الوعي السياسي للشباب في هذه المرحلة. فقد رصدت الباحثة ذلك وحددت أبعاد الظاهرة المدروسة والأساليب المنهجية المناسبة لدراستها.

أهداف البحث.

يهدف هذا البحث إلى:-

١. التعرف على مستوى متابعة الشباب الجامعي عينة الدراسة للمواقع الإخبارية بشكل عام.
٢. قياس وتحديد أنماط تصفح الشباب الجامعي للمواد السمعية البصرية الإخبارية على الإنترنت.
٣. التعرف على مستوى متابعة الشباب الجامعي للمواد السمعية البصرية الإخبارية (محل الدراسة) والمرتبطة بالوعي السياسي.
٤. تحديد مستوى العلاقة الإحصائية ودلالاتها بين التعرض للمواد السمعية البصرية الإخبارية والوعي السياسي لدى الشباب.

أهمية البحث.

يستمد البحث أهميته من عدة جوانب هي:

١. ترصد الدراسة مستويات الوعي السياسي لدى الشباب ويمثل ذلك حجرة زاوية في الرؤية المستقبلية للدور السياسي للشباب المصري بعدما قام به من أدوار في التغيرات السياسية التي اجتاحت المجتمع المصري في السنوات الأخيرة.
٢. إبراز الدور التي تلعبه المعرفة السياسية المرئية المتمثلة في المواد السمعية البصرية الإخبارية التي يتابعونها، في تحديد اتجاه القرار السياسي لدى الشباب عينة الدراسة.

٣. ربط الممارسات السياسية الفعلية القائمة أو الأدوار السياسية المتوقعة من الشباب عينة الدراسة بمستوى متابعتهم لوسائل الإعلام والمواد السمعية البصرية عبر المواقع الإخبارية.

الدراسات السابقة:

من خلال متابعة الباحثة للمحاور الرئيسية المرتبطة بالمواد السمعية البصرية الإخبارية على الإنترنت وتأثيراتها المعرفية والإدراكية على المتصفحين من الجمهور، فإنه يمكن رصد الدراسات الاتية التي ترتبط بمجال الدراسة.

١. دراسة: فلوريان ستوفيل، دومينيك جاكل، ودانييل ا. كايم (٢٠١٥)، بعنوان "تعزيز قراءة الأخبار: التفاعل والتكامل المرئي بين المعلومات على مواقع التواصل الاجتماعي"^(١)، هذه الدراسة تشرح مدخلا يربط إنشاء المحتوى المحترف للأخبار مع المعلومات التي يساهم بها المستخدمون، هذا المدخل ساهم بفعالية في إثراء الشكل العام وتوسيع سياق المحتوى للموضوع المطروح، وقد استخدم الباحثون أسلوب تحليل المستوى الثاني أو التحليل الفوقي مع تطبيق أسلوب عمليات اللغة الطبيعية لكي تسمح للمستخدمين بتنقية المعلومات الإضافية والتي يتم دعمها مرئيا، وأوضحت الدراسة يستطيع كل فرد اليوم الحصول على مزيد من المقالات من المواقع الإخبارية على الإنترنت، وأن القيود والمعوقات التقليدية للصحف تقود الجمهور للبحث عن مزيد من المعلومات ومزيد من التفاصيل على الإنترنت.

٢. دراسة إيمي ميتشيل وآخرون^(٢) (٢٠١٤)، Emy Michell et al.، بعنوان "الفيديو الإخباري على الإنترنت"، وقد هدفت الدراسة إلى التعرف على حالة الصحافة الأمريكية على الإنترنت، وبصفة خاصة في ظل تنامي التقارير الصحفية الرقمية، والفيديو الرقمي الذي يؤثر على الأخبار، ودور مشاركة المحتوى الأخبار المحلية، كما يقدم البحث رسدا إحصائيا حول استخدام الجمهور لهذه العناصر وبصفة خاصة في الإعلام الجديد، وتشير النتائج إلى أن الأصغر سنا من الجمهور هم الأعلى استهلاكاً والأكثر استخداماً للفيديو على الإنترنت، وهم مستخدمون بقوة للفيديو الإخباري الرقمي، حيث أشارت نتائج البحث إلى أن ٩٠٪ من الفئة العمرية من ١٨ إلى ٢٩ سنة يشاهدون الفيديو على الإنترنت، وأن ٤٨٪ من هذه الفئة يشاهدون الفيديو الإخباري، بينما يجد أن ٤٩٪ من الفئة العمرية من ٣٠ إلى ٤٩ سنة يشاهدون الفيديو الإخباري على الإنترنت، مقابل ٢٧٪ فقط من الفئة العمرية من ٥٠ حتى ٦٤ سنة، وأن ١٢٪ من العينة يشاركون هذه الفيديوهات على صفحاتهم بمواقع التواصل الاجتماعي.

٣. دراسة جلييلة عبد الله^(٣) (٢٠١٤) بعنوان "الوظيفة الإخبارية للبوابات الإلكترونية" حيث تناولت

¹⁾ Flowrian stofeel et al. (2015), "Visual interactive and integrated information on the social media" journal of media research vol. 22 no 1 p: 224-238.

²⁾ Emy Michell et al (2014), "News video on the web A Growing, if Uncertain, Part of News.", Pew Research center, available at: www. pewresearch.org

³⁾ جلييلة عبد الله خلف (٢٠١٤)، الوظيفة الإخبارية للبوابات الإلكترونية - بحث منشور (الشارقة: دار الكتاب الجامعي).

الدراسة بالتحليل الوظيفية الإخبارية التي تقدمها البوابات الإلكترونية وتناولت في التحليل بوابات (نسيج - محيط - البوابة)، واعتمدت الدراسة على تحليل مضمون هذه المواقع. وقد توصلت الدراسة إلى عدد من النتائج أهمها أن البوابات الإلكترونية العربية تعتمد على أسلوب التحديث والتجديد لمسايرة تطورات الأحداث، وذلك من خلال التفاعلية مع إتاحة إمكانية المشاركة في إبداء الرأي والتعليق على المضمون المقدم بها.

٤. دراسة شريف درويش اللبان^(١) (٢٠١٤). بعنوان: (الضوابط المهنية والأخلاقية والقانونية للإعلام الجديد هدفت الدراسة إلى التعرف على الضوابط المهنية الحاكمة لآليات الممارسة للإعلام الجديد فيما يتعلق بالمعايير التقنية أو المعايير الأخلاقية واعتمدت الدراسة على منهج المسح من خلال مسح الممارسات التقنية للعاملين في الإعلام الجديد ومسح الممارسات المهنية لاستخلاص أهم الأسس المهنية التي يقوم عليها الإعلام الجديد واستعانت الدراسة بأداتين مهمتين لجمع المعلومات أداة تحليل من المستوى الثاني لتحليل بعض الضوابط المهنية الحاكمة لهذا النوع من الإعلام والثانية هي أداة تحليل الوثائق، وأشارت الدراسة إلى أن الصحافة قد نوعت من المحتوى الذي تقدمه باعتمادها على الوسائط المتعددة فيما يعرف بصحافة الوسائط المتعددة Multimedia journalism، وظهرت مسميات تتوافق مع المرحلة والإنترنت فظهر مسمى صحفي الإنترنت Internet Journalist وغيرها من المسميات التي تعكس طبيعة العمل والممارسة، وتوصلت الدراسة إلى مجموعته من النتائج منها: أن التكنولوجيا الجديدة قد أتاحت للإعلام قيادة عملية التغيير في وسائل الإعلام السائدة والتأثير في أجندها من خلال تقنيات الوسائط المتعددة وأن الأدوات الجديدة لشبكة (الويب) قد أفرزت نمطا إعلاميا جديدا مثل المدونات والويكي ومواقع الشبكات الاجتماعية وعلامات التدوين وما يسمى بصحافة المواطن.

٥. دراسة كرستين بورسيل (٢٠١٣)، بعنوان الفيديو علي الشبكة ٢٠١٣، Online Video 2013^(٢)، وقد هدفت الدراسة إلى التعرف على مؤشرات استخدام الأمريكيين للإنترنت في نشر أو الحصول على الفيديو من كافة المواقع ومعدل مشاركتهم في ذلك، من خلال مجموعة من الدراسات المسحية التي استهدفت قياس ذلك في عام ٢٠١٣، وقد أشارت النتائج إلى أن: نسبة المستخدمين الذين يحملون الفيديو أو يرسلونه عبر الإنترنت قد زاد عن الضعف من عام ٢٠٠٩ حيث كانت النسبة ١٤% من المستخدمين، أصبحت ٣١% في عام ٢٠١٣، وهؤلاء يمثلون ١٨% من مستخدمي الإنترنت البالغين، وأن نسبة مشاركة ومشاهدة الفيديو عبر الإنترنت قد بلغت ٧٨% في عام ٢٠١٣. وبالتالي فالمحتوي المسموع والمرئي يمثل جانبا كبيرا من اهتمامات المستخدمين للإنترنت.

^(١) شريف درويش اللبان (٢٠١٤)، الضوابط المهنية والأخلاقية والقانونية للإعلام الجديد، مجلة رؤى استراتيجية يوليو ٢٠١٤ ص: ٩٩ - ١٣٥.

^(٢) Kristen Purcell, (2013), Online Video 2013, Pew Research Center, available at: <http://pewinternet.org>.

٦. دراسة: تشونج جو تشونج وآخرون Chung joo Chung et al (٢٠١٢)^(١)، بعنوان: استكشاف مصداقية الأخبار على الإنترنت والتأثير المتبادل للعوامل التقليدية والجديدة"، هدفت الدراسة إلى اختبار مدى مساهمة العوامل التقليدية والتكنولوجية في إدراك مصداقية الأخبار في ثلاثة مصادر للأخبار على الإنترنت هي المصادر القومية والمستقلة والمصادر التي تجمع الأخبار، وأشارت نتائج الدراسة إلى أن نمط النص الفائق Hypertext الذي يقدم على محرركات البحث العامة مثل جوجل وياهوو يظل أكثر أهمية، وأن الوسائط المتعددة والتفاعلية لم تؤثر في مصداقية الأخبار، وتؤكد النتائج أن إدراك المصداقية لا يعتمد على وسائل الإعلام فقط، وإنما على المستخدمين أنفسهم.

٧. دراسة: بابلو جي بوكيزكوسكي وإيجنتيا ميتشليستن Pablo J.Boczowski & Engenia Mitchelstion^(٢)، بعنوان: كيف يستفيد المستخدمون من أشكال التفاعلية المختلفة في المواقع الإخبارية على شبكة الإنترنت: النقد والمراسلة والتعليق". هدفت الدراسة إلى التعرف على الخصائص والمميزات التفاعلية المتاحة على المواقع الإخبارية وقد ركزت الدراسة على ثلاث مميزات وهي النقر بالماوس والمراسلة والتعليق، واستخدمت الدراسة بيانات من ثلاثة مواقع باللغة الانجليزية بالولايات المتحدة أثناء انتخابات ٢٠٠٨ وهي موقع السى إن إن CNN، اليو إس إيه توداي USA Today، الواشنطن بوست "Washington Post". وكان من أهم نتائجها: أن أكثر المواد تعليقاً هي المواد السياسية والاقتصادية والدولية والشؤون العامة، وأشارت النتائج إلى زيادة استخدام الميزات التفاعلية الثلاثة أثناء فترة النشاط السياسي أكثر من الأوقات العادية، وأشارت النتائج أن ٩٤٪ من الموضوعات العامة قد تم التعليق عليها أثناء فترة النشاط السياسي.

٨. دراسة: ديبورا إس تشانج ومنياتساي Deborah S.chung and Minatsay^(٣)، بعنوان: "التقديم التفاعلي للأخبار وتأثيراته على تقييم الإدراك: أقرب إلى الأخبار الأفضل؟" هدفت الدراسة إلى رصد تأثيرات أساليب تقديم الأخبار بالصحف الإخبارية على المستخدمين وسعت الدراسة لمعرفة تأثير بعض المتغيرات (كارتباط الموقع وتماسكه وموضوعيته) على المصداقية والاتجاه من قبل المستخدمين نحو زيارة الموقع ومتابعتهم الأخبار المقدمة في تلك المواقع، وتعد الدراسة من الدراسات التجريبية، وقد طبقت الدراسة على عينة قوامها ٢٥١ طالبا

¹⁾ Chung Joo Chung, Yoonjae Nam, Michael A. Stafonone, (2012), Exploring Online News Credibility: The Relative Influence of Traditional and Technological Factors" op cit.

²⁾ Pablo J.Boczowski and Eugenia mitchelstein. "How user take advantage of different forms of internet activity on line news sites: clicking emailing and commerce.

³⁾ Debura s. Chung, & Mina Tsay, (2010), Interactive News Presentation and it's Effects on Evaluation Perception: is being "closer" to the news better?, Paper submitted to the newspaper Division of Association for Education in Journalism and Mass communication, (Boston, 5-8 August 2010.

جامعيا (٥٩% ذكور ٤١% إناث) ويتراوح أعمارهم من ١٨ - ٢٦ عام، حيث خضع المبحوثون لمستويات متنوعة من الأخبار بالصحف الإخبارية وإضفاء الطابع الشخصي على موضوعات التجربة. ومن أهم نتائجها: أن مستويات الإدراك قد ارتبطت بأساليب تقديم الأخبار بالصحف الإخبارية بما انعكس على زيادة متابعة الأخبار ذات المستويات المعرفية الأعلى. وأشارت الدراسة في نتائجها أن تأثير الإدراك بالأخبار موضوع الدراسة يزداد على زيادة متابعة الأخبار ذات المستويات الأعلى.

٩. دراسة وي كوي وآخرون (2010) Wei Qi, et al. بعنوان: "تحليل متكامل النص والفيديو والصوت في الفيديوهات الإخبارية"⁽¹⁾ وقد هدفت الدراسة إلى بناء نظام لبث الأخبار المصحوبة بالفيديو الخبري في شكل "نص" في ضوء مجموعة من العناصر المؤثرة على ذلك، من التلفزيون أو الإنترنت على حد سواء، وأشارت الدراسة إلى التأثيرات الهامة للتكنولوجيا الرقمية التي ساعدت في تقديم النصوص الخبرية "Text News" و"فلترتها" أو تنقيتها "filtering" قبل تسجيلها وتقديمها لمستخدمي الخدمات التلفزيونية الكابلية، كما أشارت النتائج إلى أن النص الخبري يعتبر مصدرا هاما للمعلومات بالترابط مع الفيديو المقدم لنفس الخبر.

- تعقيب على الدراسات السابقة.

أفادت الباحثة من الدراسات السابقة في تدعيم فكرة البحث، وأسسها النظرية والتعرف علي أبعاد الظاهرة المدروسة من خلال استكشاف ما قام الآخرون بدراسته، كما ساعدت الدراسات السابقة في إضافة تساؤلات جديدة لدي الباحثة لتضمينها في أداة جمع البيانات، وأضافت الدراسات السابقة بعدا نظريا أسهم في اكتساب الباحثة لمعرفة جديدة في هذا الإطار.

الإجراءات المنهجية.

فروض البحث:

- الفرض الأول: "توجد علاقة ارتباطية إيجابية دالة إحصائيا بين مستوى تعرض الشباب الجامعي للمواد السمعية البصرية الإخبارية على الإنترنت ومستوى الوعي السياسي لديهم".
- الفرض الثاني: "توجد علاقة ارتباطية إيجابية دالة إحصائيا بين معدل تصفح عينة الدراسة للإنترنت، ومعدلات تصفح ومتابعة المواقع الإخبارية".

١. مجتمع وعينة البحث:

يعتبر الشباب الجامعي المصري مجتمعا محتملا لاختيار العينة، وقد قامت الباحثة باختيار عينة عشوائية قوامها (٤٠٠) أربعمئة مبحوثا وفقا لمجموعة من الضوابط، من أهمها: ان تتوزع بين الذكور والإناث والريف والحضر، ومتغير نوع التعليم (كليات عملية وكليات نظرية)، وجامعة إقليمية وجامعة مركزية، ووقع الاختيار علي جامعتي القاهرة والمنصورة.

¹⁾ Wei Qi, et al. (2010), Integrating Visual, Audio and text Analysis for News Video, available at; <http://www.ieee.org/>.

٢. أدوات البحث والمعالجة الإحصائية:

أعدت الباحثة صحيفة استبيان لجمع البيانات من العينة، وتكونت الصحيفة من مجموعة من المحاور الرئيسية والفرعية تغطي مجالات جمع البيانات مثل معدلات ومستوى تصفح المواقع الإخبارية، ومعدلات ومستوى متابعة المواد السمية البصرية الإخبارية، ومستوى الوعي السياسي لدى العينة،

وتم استخدام البرنامج الإحصائي SPSS لمعالجة البيانات واستخلاص النتائج وفق الضوابط الإحصائية والمتغيرات التي يتم قياسها.

نتائج البحث:

تعرض الباحثة نتائج البحث واختبارات الفروض كالتالي:

١. معدلات تصفح الانترنت:

جدول (١)

يوضح معدلات تصفح الشباب الجامعي عينة الدراسة للإنترنت

مستوى الدلالة د ح ٤	ك٢	البيان		معدلات تصفح الانترنت
		ك	%	
٠,٠٠١	٩٦١,٣٠	٩	٢,٢٥	يوم واحد في الاسبوع
		١٨	٤,٥	يومان أسبوعيا
		٧	١,٧٥	ثلاثة أيام في الأسبوع
		٣٩	٩,٧٥	أربعة أيام أسبوعيا
		٣٢٧	٨١,٧٥	أكثر من ذلك.
		٤٠٠	١٠٠	الجملة

ومن الجدول السابق يتضح:

- أن الفئة الأكثر شيوعا هي تلك التي تتصفح أكثر من أربعة أيام في الأسبوع بإجمالي تكرار ٣٢٧ مفردة بنسبة ٨١,٧٥% من إجمالي العينة، تليها فئة من يتصفحون بمعدل أربعة أيام أسبوعياً بنسبة ٩,٧٥%.
- يليهما في الترتيب فئة من يتصفح يومان فقط بنسبة ٤,٥%، ثم فئة من يتصفح يوما واحدا أسبوعيا بنسبة ٢,٢٥%، وأخيرا هؤلاء الذين يتصفحون بمعدل ثلاثة أيام في الأسبوع بنسبة ١,٧٥% من إجمالي العينة.
- وتدل هذا النسب على سيادة وانتشار التصفح المستمر للإنترنت بين عينة الدراسة من الشباب الجامعي، ويتضح كذلك وجود فروق في معدلات تصفح الشباب الجامعي للإنترنت، حيث كانت قيمة ك^٢ = ٩٦١,٣٠٠ وهي دالة عند مستوى ٠,٠٠١.

٢. كثافة تصفح الإنترنت يوميا

يوضح الجدول التالي اجمالي وقت تصفح الشباب الجامعي الإنترنت يوميا:

جدول (٢)

معدل الوقت اليومي لتصفح الإنترنت لدي عينة الدراسة

مستوى الدلالة د ح ٤	قيمة كا ^٢	الاستجابة		إجمالي وقت التصفح يوميا
		%	ك	
٠,٠٠١	١٩٣,٠٧٥	٤٥,٧	١٨٣	أكثر من أربع ساعات يوميا
		١٩	٧٦	من ٣ إلى ٤ ساعات يوميا
		١٦,٥	٦٦	من ساعة إلى ساعتين يوميا
		١٥	٦٠	من ساعتين إلى ٣ ساعات
		٣,٨	١٥	أقل من ساعة
		١٠٠	٤٠٠	الجملة

يتضح من الجدول السابق أن نسبة ٤٥,٧% من أفراد العينة يتصفحون الإنترنت لمدة تزيد علي أربع ساعات يوميا، تليها الفئة التي تتصفح الإنترنت بمعدل من ٣ إلى ٤ ساعات يوميا بنسبة ١٩% من إجمالي العينة، ثم الفئة التي تتصفح من ساعة إلى ساعتين يوميا بنسبة ١٦,٥%، ثم تلك الفئة التي تتصفح بمعدل من ساعتين إلى أقل من ٣ ساعات يوميا ١٥%، وأخيرا الفئة التي تتصفح أقل من ساعة يوميا بنسبة بنسبة ٣,٨%.

٣. أسلوب تصفح عينة الدراسة للأخبار عبر المواقع الاخبارية:

يوضح الجدول التالي أسلوب تصفح الاخبار عبر المواقع الإخبارية لدي عينة الدراسة وتشير الباحثة إلي أن العبارات متدرجة من القراءة السطحية إلي القراءة والتصفح المتعمق كما هو مبين في كل عبارة في الجدول كالتالي:

جدول (٣)

أسلوب تصفح عينة الدراسة للأخبار عبر المواقع الإخبارية علي الإنترنت

الاتجاه	المتوسط المرجح	عدد النقاط	نادرا		أحيانا		دائما		الاختيار الأسلوب
			%	ك	%	ك	%	ك	
أحيانا	٢,٢٨	٩١١	٢٩	١١٦	١٤,٢	٥٧	٥٦,٨	٢٢٧	أقرأ الخبر وأشهد الصور المصاحبة له.
أحيانا	٢,٢١	٨٨٥	٢٢	٨٨	٢٤,٨	١٣٩	٤٣,٢	١٧٣	أقرأ الخبر المكتوب فقط
أحيانا	٢,١٥	٨٥٩	٢٩,٥	١١٨	٢٦,٢	١٠٥	٤٤,٢	١٧٧	أقرأ الخبر وأشهد الفيديو الاخباري
أحيانا	٢,١١	٨٤٣	٢٧,٢	١٠٩	٢٤,٨	١٣٩	٣٨	١٥٢	أقرأ الخبر بعد سماعه
أحيانا	٢,٠٠	٨٠١	٤١,٥	١٦٦	١٦,٨	٦٧	٤١,٨	١٦٧	أقرأ الخبر في أكثر من موقع.
أحيانا	١,٩٠	٧٦٢	٤١,٢	١٦٥	٢٧	١٠٨	٣١,٨	١٢٧	أقرأ الخبر في الموقع وأبحث عنه في القنوات
أحيانا	١,٧٦	٧٠٥	٤٦,٢	١٨٥	٢١,٢	١٢٥	٢٢,٥	٩٠	أقرأ عناوين الاخبار فقط
أحيانا	١,٧٤	٦٩٥	٤٥	١٨٠	٢٦,٢	١٤٥	١٨,٨	٧٥	أشاهد الفيديو الاخباري فقط
أحيانا	١,٦٨	٦٧٣	٥٣,٢	٢١٣	٢٥,٢	١٠١	٢١,٥	٨٦	أقرأ مقدمة الخبر فقط
نادرا	١,٤٦	٥٨٢	٦٢,٥	٢٥٠	٢٩,٥	١١٨	٨	٣٢	أشاهد الصور علي الموقع فقط

ومن بيانات الجدول السابق وباستخدام معيار النقاط وحساب المتوسط المرحج للاتجاه السائد في الاستجابات لكل عبارة يتضح ما يلي:

- أن أسلوب قراءة الخبر ومشاهدة الصور المصاحبة له قد حصل علي أعلى معدل من النقاط بإجمالي ٩١١ نقطة وبمتوسط مرجح يعادل ٢,٢٨ درجة علي المقياس المكون من ثلاث درجات، والاتجاه السائد "أحيانا" ولكن الدرجة الكلية للاتجاه توضح أنه قريب من مستوى الموافقة ("٢,٣٤" درجة)، وبالتالي فهو أكثر الأساليب شيوعاً في تصفح المواد الإخبارية علي الإنترنت.
- يليه في الترتيب الثاني أسلوب قراءة الخبر المكتوب فقط بإجمالي نقاط ٨٨٥ نقطة وبمتوسط مرجح يعادل ٢,٢١ درجة،
- في الترتيب الثالث أسلوب قراءة الأخبار ومشاهدة الفيديو المصاحب إن كان الخبر مصحوبا بمقطع فيديو، بإجمالي نقاط قدره ٨٥٩ نقطة، وبمتوسط مرجح يعادل ٢,١٥ درجة.
- في الترتيب الرابع قراءة الخبر بعد سماعه، بإجمالي نقاط بلغ ٨٤٣ نقطة، وبمتوسط مرجح يعادل ٢,١١ درجة، وهنا ربما يكون المبحوث قد استمع للخبر أو عرف عنه من أوساط أخرى.
- يليه في الترتيب الخامس قراءة الخبر في أكثر من موقع بإجمالي ٨٠١ نقطة، وبمتوسط مرجح يساوي درجتان علي المقياس بما يعني "أحيانا" كاتجاه سائد للإجابة
- يليه في الترتيب قراءة الخبر ثم البحث عنه في القنوات التلفزيونية بإجمالي نقاط بلغ ٧٦٢ نقطة، وبمتوسط مرجح يعادل ١,٩ درجة علي المقياس والاتجاه السائد لاستجابات العينة "أحيانا".
- ثم قراءة عناوين الأخبار فقط بإجمالي ٧٠٥ نقطة وبمتوسط مرجح يعادل ١,٧٦ درجة علي المقياس، والاتجاه السائد "أحيانا"

- ثم أسلوب "مشاهدة الفيديو الإخباري فقط" وهذا ما يلجأ عليه بعض المبحوثين لمتابعة الأخبار وقد كان المتوسط المرجح يعادل ١.٧٤ درجة علي المقياس والاتجاه السائد للإجابة "أحيانا".
- ثم قراءة مقدمة الخبر فقط كأسلوب للتصفح بإجمالي نقاط بلغ ٦٧٣ نقطة بمتوسط مرجح يعادل ١.٦٨ درجة علي المقياس المكون من ثلاث درجات، والاتجاه السائد للإجابة "أحيانا"
- ثم مشاهدة الصور فقط علي الموقع وهذا يستخدم نادرا لدي العينة كاتجاه سائد للإجابة (١.٤٦ درجة) إلا أنه لا يعني رفضه التام، فنسبة ٨٪ من العينة اختارته باعتباره أسلوب دائم للتصفح، هذه النتائج تشير إلي أن العينة تتصفح الأخبار علي المواقع الإخبارية بطرق متنوعة تتراوح ما بين السطحية أو التصفح السريع مثل متابعة الصور فقط أو قراءة مقدمة الخبر فقط، وبين التعمق والفهم مثل متابعة الخبر والصور أو النص والفيديو أو القراءة في أكثر من موقع.

٤. إدراك الشباب الجامعي - عينة الدراسة - لبعض محاور الوعي السياسي:

العبارات التالية في جدول رقم (٢١)، تمثل أبعادا للوعي السياسي بشكل عام، وقد تم صياغة العبارات (٤، ٦، ٨، ٩، ١٢) بشكل إيجابي، والعبارات (١، ٢، ٣، ٧، ١٠، ١١) بشكل سلبي، لاتاحة الفرصة للاختيار والتعبير عن الرأي في محاور الوعي السياسي، والجدول التالي يوضح إدراك عينة الدراسة لتلك المحاور ودرجة الموافقة عليها:

جدول (٤)

إدراك عينة الدراسة لبعض محاور الوعي السياسي

الاتجاه	المتوسط المرجح	عدد النقاط	لا أوافق		أوافق إلى حد ما		أوافق		رأي العينة
			%	ك	%	ك	%	ك	
أوافق	٢,٩٠	١١٦٢	٤٨	١٨٢	٣٤,٥	١٢٨	١٧,٥	٧٠	السياسيون يبحثون عن مصالحهم دون مصالح الجمهور
أوافق	٢,٦٤	١٠٥٦	٧٤,٥	٢٩٨	١٥	٦٠	١٠,٥	٤٢	الدولة مسؤولة عن انخفاض الوعي السياسي للمواطنين
أوافق	٢,٤٤	٩٧٦	١٣,٨	٥٥	٢٨,٥	١١٤	٥٧,٨	٢٣١	لا توجد برامج سياسية واضحة في مصر
أوافق	٢,٤٣	٩٧٢	١٥	٦٠	٢٧	١٠٨	٥٨	٢٣٢	اهتم بمتابعة ما يحدث في المنطقة من تحولات سياسية
أوافق	٢,٣٧	٩٤٧	٥١,٨	٢٠٧	٣٣,٢	١٢٣	١٥	٦٠	لا يوجد حزب يستحق أن أسعي للمشاركة فيه
أوافق إلى حد ما	٢,٣٣	٩٣٣	٥٦,٨	٢٢٧	١٩,٨	٧٩	٢٣,٥	٩٤	أود المشاركة في جماعات تخدم المجتمع
أوافق إلى حد ما	٢,٢٥	٩٠٠	٢٥,٥	١٠٢	٣٤	٩٦	٥٠,٥	١٠٢	أتجنب المشاركة في الأحزاب حتي لا أهدر وقتي
أوافق إلى حد ما	٢,٢٦	٩٠٣	١٩,٤	٧٨	٣٧,٨	١٥١	٤٢,٨	١٧١	أسعي للتعرف علي السياسة الخارجية لمصر بشكل دائم
أوافق إلى حد ما	٢,١٢	٨٤٧	٣٥,٨	١٤٣	١٦,٨	٦٧	٤٧,٥	١٩٠	تابع أخبار الانتخابات التي أجريت في مصر العام الماضي
أوافق إلى حد ما	١,٩٣	٧٧١	٣٤,٥	١٣٨	٢٣,٨	٩٥	٤١,٨	١٦٧	لا أشارك في أي انتخابات لان المشاركة بدون جدوي.
لا اوافق	١,٥٨	٦٣٢	١٩,٥	٧٨	١٩	٧٦	٦١,٥	٢٤٦	الناخب يهدر وقته بالمشاركة في الانتخابات
لا اوافق	١,٤٩	٥٩٦	٦٩	٢٧٦	١٣	٥٢	١٨	٧٢	أرغب في الترشح في الانتخابات مستقبلا

- وباستخدام المتوسط المرجح الذي يحدد الاتجاه السائد لبدائل الإجابة لدي العينة (أوافق ٣ درجات، أوافق إلي حد ما درجتان، لا أوافق درجة واحدة) يتضح من الجدول السابق مايلي: إن العبارات التي تمت صياغتها بشكل إيجابي هي:
- عبارة: "أهتم بمتابعة ما يحدث في المنطقة من تحولات سياسية" والاتجاه السائد لاستجابات المبحوثين هو (أوافق) وذلك بمجموع نقاط بلغ ٩٧٢ نقطة بمتوسط مرجح يعادل ٢.٤٣ درجة علي المقياس.
 - أود المشاركة في جماعات تخدم المجتمع (أوافق إلي حد ما) بمجموع درجات ٩٣٣ وبمتوسط ٢.٣٣ درجة.
 - أسعى للتعرف علي السياسة الخارجية لمصر بشكل دائم.
 - عبارة "تابعت أخبار الانتخابات التي أجريت في مصر العام الماضي" وجاء الاتجاه السائد بالنسبة لهذه العبارة "أوافق إلي حد ما" بإجمالي نقاط بلغ ٨٤٧ نقطة، وبمتوسط مرجح يعادل ٢.١٢ درجة.
 - عبارة: "أرغب في الترشح في الانتخابات مستقبلا"، ويظهر الاتجاه السائد لهذه العبارة عدم موافقة العينة عليها (مجموع الدرجات ٥٩٦ ومتوسط مرجح يعادل ١.٤٩ درجة)، وهذا لا يعني أن جميع مفردات العينة ليس لديهم طوح الترشح للانتخابات، فقد أشار ٧٢ مبحوثا إلي موافقتهم علي هذه العبارة بنسبة ١٨% من العينة، إلا أن الاتجاه العام السائد يميل إلي رفض الترشح، وربما يعبر ذلك عن عزوف هذه الفئة من الشباب الجامعي عن الاهتمام بالمجالس النيابية أو البرلمانية، أو شعورهم بعدم جدوي الانتخابات، أو الشعور بالملل من تكرار الانتخابات بشكل مستمر في السنوات الأخيرة دون أن تؤدي إلي تغيير ملموس في الواقع السياسي المجتمعي.
 - أن العبارات التي تمت صياغتها بشكل سلبي هي التي حظيت في معظمها بموافقة الشباب الجامعي عينة الدراسة وهذه العبارات هي: السياسيون يبحثون عن مصالحهم دون مصالح الجمهور، بمتوسط مرجح يعادل ٢.٩٠ درجة، أي الاتجاه السائد "أوافق".
 - الدولة مسئولة عن انخفاض الوعي السياسي للمواطنين، بمتوسط مرجح يعادل ٢.٦٤ درجة. أي أن الاتجاه السائد "أوافق".
 - لا توجد برامج سياسية واضحة في مصر، بمتوسط مرجح يعادل ٢.٤٤ درجة، أي أن الاتجاه السائد "أوافق".
 - لا أشارك في أي انتخابات لأن المشاركة بدون جدوي بمتوسط مرجح يعادل ١.٩٣ درجة. أي أن الاتجاه السائد "أوافق إلي حد ما".
 - الناخب يهدر وقته بالمشاركة في الانتخابات. بمتوسط مرجح يعادل ١.٥٨ درجة أي أن الاتجاه السائد هو "لا أوافق" على هذه العبارة.
 - اتجنب المشاركة في الأحزاب حتي لا أهدر وقتي بمتوسط مرجح يعادل ٢.٢٥ درجة، أي أن الاتجاه السائد "أوافق إلي حد ما".

- لا يوجد حزب يستحق أن أسعى للمشاركة فيه بمتوسط مرجح يعادل ٢.٣٧ درجة أي أن الاتجاه السائد "أوافق".

تلاحظ الباحثة من خلال النتائج أن الشباب الجامعي عينة الدراسة قد أعطى الموافقة كاتجاه عام للعبارة التي تحمل معني سلبي للوعي السياسي مثل "لا يوجد حزب سياسي يستحق السعي للمشاركة فيه"، و"لا توجد برامج سياسية واضحة في مصر" كما أعطى الموافقة إلي حد ما لعبارة سلبية أخرى مثل "أتجنب المشاركة في الأحزاب حتي لا أهدر وقتي"، وهذا التوجه السلبي نحو المشاركة السياسية، يعطي انطبعا بأن التوعية السياسية بحاجة إلي الكثير من الجهد لتعريف الشباب بالبرامج السياسية والأحزاب.

اختبار فروض البحث

اختبار الفرض الأول:

حيث ينص الفرض الأول علي:

"توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائية بين مستوى تعرض الشباب الجامعي عينة الدراسة للمواد السمعية البصرية الإخبارية على الإنترنت ومستوى الوعي السياسي لديهم." ولاختبار هذا الفرض تم تحديد متغيراته كالتالي:

- المتغير المستقل هو مستوى تعرض الشباب الجامعي عينة الدراسة للمواد السمعية البصرية الإخبارية، المتغير التابع وهو مستوى الوعي السياسي وتم استخلاصه من العبارات إيجابية الصياغة في السؤال رقم (٩ والعبارات ١، ٢، ٣، ٤، ٩) بالصحيفة، والجدول التالي يوضح ذلك.

جدول (٥)

يوضح العلاقة بين مستوى تعرض عينة الدراسة للمواد السمعية البصرية الإخبارية على الإنترنت

ومستوى الوعي السياسي لديهم

المتغير	المتوسط	الانحراف المعياري	معامل الارتباط	الاتجاه	القوة	مستوى الدلالة
مستقل مستوى تعرض الشباب الجامعي للمواد السمعية البصرية الإخبارية.	٢.٩	١.٠٢	*٠.٢٩٠**	طردي	ضعيفة	٠.٠١
	١٠.٧	٢.٠٤				

يتضح من الجدول السابق بعد حساب قيم المتغير المستقل المتمثل في تعرض عينة الدراسة للمواد السمعية البصرية الإخبارية، وحساب قيم ومتوسطات مستوى الوعي السياسي لدي عينة الدراسة، ثم حساب قيمة معامل الارتباط يتضح:

- وجود علاقة إيجابية طردية ضعيفة بين مستوى تعرض الشباب الجامعي للمواد السمعية البصرية الإخبارية على الإنترنت ومستوى الوعي السياسي لديهم، حيث كانت قيم ($r > 0.3$) دالة عند مستوى دلالة ٠.٠١.

- أي أن التعرض للمواد السمعية البصرية الإخبارية علي المواقع الإخبارية له تأثير إيجابي ولكن بدرجة ضعيفة علي مستوى الوعي السياسي لدي الشباب الجامعي عينة الدراسة.
- اختبار الفرض الثاني:

ينص الفرض الثاني علي:

" توجد علاقة ارتباطية ايجابية دالة إحصائيا بين معدل تصفح عينة الدراسة للإنترنت، ومعدلات تصفح ومتابعة المواقع الإخبارية لديهم". والجدول التالي يوضح نتائج اختبار الفرض

جدول (٦)

يوضح العلاقة بين معدل تصفح الإنترنت ومعدلات تصفح ومتابعة المواقع الإخبارية

التغير	المتوسط	الانحراف المعياري	معامل الارتباط	الاتجاه	القوة	مستوى الدلالة
معدل تصفح الإنترنت	٨,٥	١,٨٠	٠,٠٦٤			غير دالة
معدلات تصفح ومتابعة المواقع الإخبارية	٢,٩	١,١٢				

يتضح من الجدول السابق:

- "عدم وجود علاقة ذات دلالة احصائية بين معدل تصفح الإنترنت ومعدلات تصفح ومتابعة المواقع الإخبارية، حيث كانت قيم معامل الارتباط (ر) غير دالة عند مستوى دلالة ٠,٠٥، وبالتالي يثبت عدم صحة الفرض الثالث، بمعنى أنه لا توجد علاقة ارتباطية، وليس بالضرورة أن تكون معدلات تصفح الإنترنت الكثيفة ترتبط بتصفح كثيف للمواقع الإخبارية أو العكس.

الخلاصة:

- يعتبر المحتوى الإخباري المرئي المسموع علي المواقع الإخبارية من الظواهر المهمة التي ساهمت في تطوير المحتوى الإخباري علي الإنترنت، وقد تعرض البحث الحالي لتوضيح العلاقة بين التعرض لهذا المحتوى والوعي السياسي لدي شريحة مهمة من شرائح المجتمع المصري وهو الشباب الجامعي.
- وأظهرت النتائج المستخلصة من البحث أن الشباب الجامعي لا يثقون في معظم الأحزاب السياسية وأن هذه الأحزاب ليس لها برامج واضحة.
- كما أظهرت النتائج وجود علاقة ارتباطية ايجابية دالة إحصائيا بين كثافة تعرض الشباب الجامعي للمواقع الإخبارية ومستوى الوعي السياسي لديهم - موضوع هذا البحث- ولكنها علاقة طردية ضعيفة.
- كما أظهرت النتائج اختلاف طريقة تصفح الشباب الجامعي للمحتوي المرئي المسموع علي الإنترنت وتنوعها، ما بين التصفح السطحي والسريع والذي تدل عليه اجاباتهم من قراءة العناوين فقط، والتصفح العميق بقراءة العناوين والنص ومشاهدة المحتوى المرئي للخبر أو للقصة الإخبارية.

مصادر ومراجع البحث:

1. Chung Joo Chung, Yoonjae Nam, Michael A. Stafonone, (2012), Exploring Online News Credibility: The Relative Influence of Traditional and Technological Factors, journal of computer Mediated Communication, Vol. 17, pp: 171-186.
2. James Klurfeld & Howard Shneider (2014), News Literact: Teaching the internet Generation to make reliable Information Choice, Center for Effective Publication management, Brookings. June 2014.
3. Chung Joo Chung, Yoonjae Nam, Michael A. Stafonone, (2012), Exploring Online News Credibility: The Relative Influence of Traditional and Technological Factors, *op cit*.
٤. شريف درويش اللبان (٢٠١٤) الإعلام البديل - صوت الناس، القاهرة: المركز العربي للبحوث والدراسات، يناير ٢٠١٤، متوفر في الموقع التالي: <http://www.acrseg.org/2377>
5. Flowrian stofeel et al. (2015), Visual interactive and integrated information on the social media" journal of media research vol. 22 no 1 p: 224-238.
6. Emy Michell et al (2014), News video on the web A Growing, if Uncertain, Part of News.", Pew Research center, available at: www.pewresearch.org
٧. جلييلة عبد الله خلف (٢٠١٤)، الوظيفة الإخبارية للبوابات الإلكترونية - بحث منشور (الشارقة: دار الكتاب الجامعي).
٨. شريف درويش اللبان (٢٠١٤)، الضوابط المهنية والأخلاقية والقانونية للإعلام الجديد، مجلة رؤى استراتيجية يوليو ٢٠١٤ ص: ٩٩ - ١٣٥.
9. Kristen Purcell, (2013), Online Video 2013, Pew Research Center, available at: <http://pewinternet.org>.
10. Chung Joo Chung, Yoonjae Nam, Michael A. Stafonone, (2012), Exploring Online News Credibility: The Relative Influence of Traditional and Technological Factors" *op cit*.
11. ^١) Pablo J. Boczkowski and Eugenia mitchelstein. "How user take advantage of different forms of internet activity on line news sites: clicking emailing and commerce.
12. Debura s. Chung, & Mina Tsay, (2010), Interactive News Presentation and it's Effects on Evaluation Perception: is being "closer" to the news better? ,Paper

submitted to the newspaper Division of Association for Education in
Journalism and Mass communication, (Boston,5-8 August 2010.

13. Wei Qi, et al. (2010), Integrating Visual, Audio and text Analysis for News
Video, available at; <http://www.ieee.org/>.