

معالجة القضايا الاجتماعية والاقتصادية باستخدام المواد الجرافيكية (الرسوم المتحركة) عبر مواقع التواصل الاجتماعي وإدراك الشباب لتلك القضايا

أ.رانيا عبد الحى إبراهيم النحاس*
أ.ياسمين عادل محمد محمود*

الملخص:

أصبح لوسائل التواصل الاجتماعي دور كبير في ظل تنامي القضايا الاجتماعية والاقتصادية في شتى مجالات الحياة، كونها وسائل تستخدم عناصر جذب لمتابعيها من جميع فئات المجتمع، مما جعل من مسؤولياتها المجتمعية توفير المعلومات لتكوين الرأي العام لدى الشباب المصري، وزيادة ثقافتهم وحثهم على العديد من القيم الإيجابية، لذلك اهتم القائمون بالاتصال بالاستفادة من مميزات التكنولوجيا الحديثة لنقل الأفكار والآراء المتعلقة بقضية معينة لعدد كبير من الأشخاص، مما ينتج عنه تغيير إيجابي في بعض الآراء في محاولة لحل المشكلة. وتسعى هذه الدراسة إلى معرفة كيفية معالجة القائم بالاتصال للقضايا الاجتماعية والاقتصادية باستخدام المواد الجرافيكية عبر مواقع التواصل الاجتماعي، وتحديد الدور الذي تؤديه المضامين في تلك المواد الجرافيكية، وتأثيرها على إدراك الشباب لهذه القضايا. واعتمدت الدراسة على «نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام» كإطار نظري، ومنهج الدراسة هو المنهج الوصفي، كونها تعتمد على الوصف والتحليل والتفسير، وتقوم الدراسة بتحليل مضمون صفحات بـ«فيسبوك» التي تستخدم المواد الجرافيكية لعرض القضايا الاجتماعية والاقتصادية، ومنها: «طحالب - ورقة» لمدة شهر واحد (يناير 2021). كما تكون مجتمع الدراسة الميدانية من الشباب الجامعي الذين تتراوح أعمارهم بين 18-25 سنة، وقد تكونت العينة العشوائية من 100 طالب وطالبة من الجامعات الحكومية والخاصة ممن يتابعون هذه الصفحات، وذلك لمعرفة أسباب متابعتهم لهذه الصفحات، ودورها في تكوين رأيهم العام.

وتوصلت الدراسة إلى العديد من النتائج، التي كان أهمها:

- تعرض الصفحات التي تستخدم الفيديوهات الجرافيكية عبر وسائل التواصل الاجتماعي جميع الموضوعات التي تهتم المجتمع المصري، سواء كانت اقتصادية أو سياسية أو اجتماعية.
- اعتبرت هذه الصفحات أن دورها الأساسي هو عرض المشكلة فقط، وتصويرها بشكل مبسط وجديد؛ من أجل لفت انتباه الشباب وغيرهم من المتابعين لما يحدث في المجتمع.
- يستخدم الشباب مواقع التواصل الاجتماعي طوال اليوم، وذلك لأن وسائل التواصل الاجتماعي أصبحت جزءاً مهماً من الروتين اليومي لدى الشباب، وأيضاً يرجع ذلك إلى سهولة استخدام هذه الشبكات وتطويرها المستمر، وسهولة الدخول إليها.

*مدرس مساعد بقسم الإذاعة والتلفزيون بالمعهد الكندي العالي لتكنولوجيا الإعلام الحديث
*مدرس مساعد بقسم الإذاعة والتلفزيون بالمعهد الكندي العالي لتكنولوجيا الإعلام الحديث

المؤتمر العلمي الدولي السادس والعشرين
(الإعلام الرقمي والإعلام التقليدي: مسارات للتكامل والمنافسة)

- تمثلت أهم أسباب ودوافع متابعة الشباب لفيدوهات المواد الجرافيكية في أنها تعرض موضوعات مجتمعية مهمة لتوافر المعلومات التي تعرضها تلك الفيدوهات، وتحقيق إشباع غريزة الشباب في حب الاستطلاع للقضايا الجديدة عن طريق الفيدوهات الجرافيكية، والمتمثل في المعرفة والاطلاع على أحدث القضايا المتداولة في المجتمع.
- كان من أكثر الصفحات التي يحب متابعتها الشباب صفحة «إيجيبتون» و«طحالب» مقارنة بمتابعتهم للصفحات الأخرى، وتدل هذه النتيجة على متابعة الشباب بشكل الكبير للصفحات التي تهتم بالقضايا الاجتماعية والاقتصادية أكثر من السياسية والدينية، والتي تهتم بها الصفحات الأخرى.
- اهتمام الشباب بالقضايا الاجتماعية والاقتصادية مقارنة بالقضايا الأخرى، مثل: القضايا السياسية، والدينية، والعلمية، وذلك لمعاناة العديد من الشباب في الكثير من المشاكل والقضايا التي تواجههم في حياتهم الاجتماعية والاقتصادية، التي تؤثر في حياتهم اليومية بشكل كبير.
- أكثر أشكال المشاركة والتعبير التي يقوم بها الشباب أثناء استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي تجاه القضايا المختلفة هي الإعجاب والتعليق، مما يفسر إحساس الشباب بالحرية والأمان عند التعبير عن آرائهم تجاه القضايا المطروحة من خلال حساباتهم الشخصية، وتوضح هذه النتيجة إقبال الشباب على مشاركة الموضوعات الاجتماعية التي يهتمون بها، وآرائهم فيها عبر صفحاتهم الشخصية.
- يتأثر الشباب بمشاهدة الفيدوهات الجرافيكية على مواقع التواصل الاجتماعي بشكل كبير، فيعبدون النظر في بعض الموضوعات التي تعرضها تلك الفيدوهات، فهذه الفيدوهات تعد مخرجًا للتعبير بحرية عن الاتجاهات والآراء المختلفة، وبشكل أكثر صراحة بتوجيه الرسالة بشكل مباشر أو غير مباشر.

Abstract

Social media has played a major role in light of the growing social and economic issues in various areas of life, as it is a tool that uses elements to attract followers from all segments of the society, so one of its societal responsibilities is to provide information to form public opinion among Egyptian youth, increase their culture knowledge and urge them to adopt many positive values. Therefore, the communicators were interested in engaging the advantages of modern technology to transfer ideas and opinions related to particular issues to a large number of people, which results in a positive change in some people's opinion trying to solve the social problems.

This study aims to find how communicators deals with social and economic issues by using graphic materials through social media websites, and determining the role that content plays in those graphic materials, and its impact on youth perception of these issues. The study used "New Media Dependency Theory" as a theoretical framework, and the study used the descriptive methodology, as it relies on description, analysis and interpretation.

The study analyzes some of the content of some Facebook pages that use graphic materials to present social and economic issues, including: «Egyptoon - Warka», the content analysis will cover one month (January 2021).

The field study sample composed of youth aged between 18-25 years; the

sample was random and consisted of 100 students from public and private universities who follow these pages, in order to find out the reasons of following these pages, and its role in forming their public opinion.

The study reached many results, the most important of which were:

- Youth use social networking sites throughout the day, because social media has become an important part of their daily routine, and also due to the easy usage of these networks and their continuous development, and easy access to them.
- Pages that use graphic videos on social media discuss all topics that are interesting to the Egyptian society, whether they are economic, political or social.
- These pages concentrate on presenting problems only, and portraying it in a new and simple way; in order to attract the attention of youth and others who follow what is happening in society.
- The most important reasons and motives for youth to follow the pages that present graphic videos are that they present important societal issues, the availability and credibility of information presented by these videos, and the fulfillment of youth's curiosity for new issues through graphic videos, which access them to the latest issues in society.
- From the most pages that youth like to follow are "Egyptoon" and "Tahaleb" in comparison to the rest of the pages, because youth prefer to follow pages that expose social and economic issues more than the religious and political issues that are presented by other pages.
- The interest of youth in social and economic issues compared to other issues, such as: political, religious and scientific issues, because most of them suffer from many problems and issues that are related to their social and economic lives, which affect their daily lives greatly.
- The most common forms of participation and interaction that the youth do while using social media sites towards various issues is liking and commenting, which explains the youth's sense of freedom and safety when expressing their views on the issues raised through their personal accounts, and this result shows the youth's desire to share the social topics they care about and their opinions on it through their personal pages.
- Youth are greatly affected by watching graphic videos on social networking sites, and they reconsider some of the topics presented by these videos. These videos are a way to freely express different trends and opinions, and more explicitly by directing the message directly or indirectly.

المقدمة:

أصبح لوسائل التواصل الاجتماعي دور كبير في ظل تنامي القضايا الاجتماعية والاقتصادية في شتى مجالات الحياة، كونها وسائل تستخدم عناصر جذب لمتابعيها من جميع فئات المجتمع، مما جعل من مسؤولياتها المجتمعية توفير المعلومات لتكوين الرأي العام لدى الشباب المصري، وزيادة ثقافتهم وحثهم على العديد من القيم الإيجابية، لذلك اهتم القائمون بالاتصال بالاستفادة من مميزات التكنولوجيا الحديثة لنقل الأفكار والآراء المتعلقة بقضية معينة لعدد كبير من الأشخاص، مما ينتج عنه تغيير إيجابي في بعض الآراء في محاولة لحل المشكلة.

ومن أهم الإحداثيات الجديدة التي طرأت على وسائل التواصل الاجتماعي استخدام المواد الجرافيكية (الرسوم المتحركة)؛ لعرض وشرح القضايا المجتمعية بصورة جديدة ومسلية وجاذبة للانتباه، فالرسوم المتحركة الجرافيكية تعد صورة مختصرة للقضايا الاجتماعية والاقتصادية التي يطرحها القائمون بالاتصال على صفحاتهم الخاصة بـ«فيسبوك»، والتي تتحول إلى معنى بصري للعديد من الدلالات إلى الجمهور المستهدف بصفة عامة والشباب بصفة خاصة.

1. المشكلة البحثية:

من خلال إدراك الباحث اهتمام القائمين بالاتصال بالاعتماد على المواد الجرافيكية باعتبارها من أهم العناصر الفنية المستخدمة في تكوين صفحات خاصة على «فيسبوك» تعرض وتناقش القضايا المجتمعية، حيث إنها تتميز بصور كرتونية متحركة مكونة من عناصر سمعية وبصرية جذابة، وتكوين فيديوهات بهذا الشكل لمناقشة موضوعات هادفة في المجتمع تجذب العديد من الشباب، وأصبحت وسيلة لتوصيل معلومات بشكل مبسط، لذلك تتبلور المشكلة البحثية في دراسة «كيفية معالجة القائم بالاتصال للقضايا الاجتماعية والاقتصادية باستخدام المواد الجرافيكية عبر مواقع التواصل الاجتماعي، وتحديد الدور الذي تؤديه المضامين في تلك المواد الجرافيكية، وتأثيرها على إدراك الشباب لهذه القضايا».

2. أهمية الدراسة:

الأهمية العلمية:

- تسليط الضوء على دور الصفحات المستخدمة للمواد الجرافيكية في عرضها للقضايا الاجتماعية والاقتصادية.
- عرض أهمية الموضوعات التي تعرض على هذه الصفحات، وارتباطها بالمجتمع المصري.

الأهمية العملية:

- تتمثل أهمية الدراسة العملية في توجيه هذه الصفحات من أجل الاستفادة منها في خدمة المجتمع، ولفت اهتمام القائمين بالاتصال المنتجين لتلك الصفحات بضرورة الاهتمام بجميع القضايا العامة التي تخص المجتمع، ولا يقتصر دورهم فقط على القضايا الاجتماعية والاقتصادية.

3. أهداف الدراسة:

- تحليل المضمون الذي تقدمه الصفحات المستخدمة للمواد الجرافيكية.
- التعرف على المكونات المستخدمة لجذب انتباه الشباب.
- قياس مدى اهتمام الشباب بهذه الصفحات، ومدى تأثرهم بتلك الصفحات.
- قياس أنواع تفاعل الشباب مع المضمون الذي تقدمه تلك الصفحات (like ,comment ,share).

4. الإطار النظري للدراسة:

- نظرية (الاعتماد على وسائل الإعلام - Media Dependency Theory):

اعتمدت الدراسة في بنائها النظري وصياغة فروضها على نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام، والتي تعد من نظريات التأثير المعتدل لوسائل الإعلام، خصوصاً مع عصر التكنولوجيا الحديث، إذ يعتمد الكثيرون على مواقع التواصل الاجتماعي، وهي من النماذج التفاعلية التي تضع جميع العناصر والظروف المتصلة بالعملية الاتصالية في الاعتبار، وترى أن وسائل الإعلام عبارة عن نظم اجتماعية ذات طبيعة بنائية، تتفاعل مع النظم الأخرى في المجتمع، وتراعي الخصائص النفسية والاجتماعية للجمهور.

وتتبع فكرة النظرية من أنه مع تعقد الحياة في المجتمعات الحديثة، والتقدم المستمر في تكنولوجيا وسائل الإعلام؛ تزايدت أهمية وسائل الإعلام، وتعاضم دورها في نقل المعلومات، واتجه الأفراد نحو زيادة الاعتماد عليها بهدف تكوين المعارف والاتجاهات إزاء ما يحدث في المجتمع والمجتمعات الأخرى، وأن الاعتماد على وسيلة أو تفضيلها إنما يأتي نتيجة إشباعها لحاجات شخصية أو اجتماعية معينة لدى الفرد.

وتحدد «نظرية الاعتماد» طبيعة العلاقة بين الفرد ووسائل الإعلام، بأنه كلما اعتمد الفرد على هذه الوسائل لإشباع حاجاته المعرفية؛ قامت الوسائل بدور مؤثر في حياة الفرد النفسية والاجتماعية، وبالتالي يزداد تأثيرها، وكذلك دورها، خاصة في أوقات التغيير والأزمات.

ويعد مدخل الاعتماد على وسائل الإعلام مدخلاً ملائماً لهذه الدراسة، إذ يمكن الكشف عن العلاقة بين اعتماد الشباب على مواقع التواصل الاجتماعي (موقع

المؤتمر العلمي الدولي السادس والعشرين
(الإعلام الرقمي والإعلام التقليدي: مسارات للتكامل والمنافسة)

فيسبوك)، واتجاهاتهم نحو المواد الجرافيكية (الرسوم المتحركة)، التي تعرض القضايا الاجتماعية والاقتصادية التي يعرضها القائم بالاتصال في هذه المواقع، في ضوء نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام من خلال التعرف على الآتي:

- التعرف على درجة اعتماد الشباب على مواقع التواصل الاجتماعي (فيسبوك تحديداً) كوسيلة إعلامية، وأهميتها بالنسبة لهم بوصفها مصادر للمعلومات، خاصة في أوقات الأزمات والتغيرات وحالات عدم الاستقرار في ظل التقلبات الاجتماعية والاقتصادية التي يواجهها المجتمع.
- مدى اهتمام الشباب بالقضايا الاجتماعية والاقتصادية التي تحدث في وطنهم، حيث تشكل فرصة جيدة تدفع الأفراد إلى الاعتماد على وسائل الإعلام، وخاصة الجديدة منها؛ للحصول على معلومات عن تلك القضايا، إذ تنسم هذه الفترة بالأزمات المتلاحقة، مما ينشط دوافع التعرض لوسائل الإعلام، وبالتالي تتاح فرصة ظهور تأثيرات هذه الوسائل.
- معرفة ما يترتب على هذا الاعتماد من تأثيرات على معارف واتجاهات وآراء الشباب، وما يتبعها من قرارات وسلوكيات يتخذها إزاء الأحداث التي تقع في مجتمعه، والتعرف على مدى قوة هذه التأثيرات (المعرفية، والوجدانية، والسلوكية)، الناتجة عن الرسائل الإعلامية التي تبث من خلال مواقع التواصل الاجتماعي نحو القضايا الاجتماعية والاقتصادية.
- معرفة اتجاهات الشباب نحو القضايا التي يواجهها مجتمعه (عينة الدراسة) بمكونات الاتجاه الثلاثة (المكون المعرفي - الوجداني - السلوكي).

5. الدراسات السابقة:

- استخدمت الباحثتان في التوثيق العلمي للدراسات والبحوث دليل جمعية علم النفس الأمريكية (APA) (الإصدار السابع)، والذي تم إصداره في عام 2019.
- أظهرت بعض الدراسات أهمية استخدام الرسوم المتحركة في العملية التعليمية والحياة التكنولوجية الحديثة، وتأثير تلك الرسوم المتحركة في الشباب، كدراسة (Dilys Han, Hui Xuan, 2019) التي هدفت إلى استخدام الرسوم المتحركة لتسهيل اكتساب الطلاب حل المشكلات، كما توصلت أهم النتائج إلى أن تلك المواد تحفز المعلمين لمزيد من البحث حول استخدام مقاطع الفيديو المتحركة، التي تجمع بين القصص السياقية والأمثلة المتحركة والأسئلة الممارسة على منصة تفاعلية لتعليم المتعلمين مفاهيم الرياضيات ومهارات حل المشكلات.

المؤتمر العلمي الدولي السادس والعشرين
(الإعلام الرقمي والإعلام التقليدي: مسارات للتكامل والمنافسة)

- واتفقت معها دراسة (ماجد كمال الدين، 2015) التي هدفت إلى إلقاء الضوء على أهمية استخدام تصميم الجرافيك وتفعيله في الحياة العملية، والقدرة على الحفاظ على القيم الفنية، والتحديات التي تواجه تلك الأعمال، وخلصت الدراسة إلى نتائج من أهمها أن ما حدث في الثقافة الفنية للتطور الإبداعي هو محصلة للطفرة التكنولوجية الكبيرة، ومع ازدياد إنتاج الترفيه الإلكتروني ازداد الطلب على الفنون الرمزية، إذ إن المواد الترفيهية أصبحت مكوناً أساسياً في العالم الجديد.
- كما أشارت دراسة (Castro-Alonso, Juan C, Wong, Mona, 2015) على مدى التأثير على الجنسين من الذكور والإناث على العروض الثابتة والرسوم المتحركة في تجربتين، وأشارت النتائج إلى عدم وجود فروق بين بيئتي الاختبار أو ميزة عامة للصيغة المتحركة، ومع ذلك تم العثور على عدد من التفاعلات بين الجنس لشكل العرض التقديمي، وأشارت تحليلات المتابعة إلى أن الإناث استفدن أكثر من الذكور من استخدام العروض المتحركة.
- وبالنظر إلى الدراسات التي اهتمت بمواقع التواصل الاجتماعي وتأثيرها في الشباب، والدوافع التي تؤدي إلى إقبال الشباب على مواقع التواصل الاجتماعي، وأهم القضايا التي يحبون متابعتها على مواقع التواصل الاجتماعي، هدفت دراسة (جمانا محمد علي، 2017) إلى معرفة تأثير شبكة الإنترنت على المراهقين في الأردن، وبينت الدراسة أن الغالبية العظمى من المراهقين يستخدمون جهاز الهاتف المحمول في الاتصال بشبكة الإنترنت، وأن الهدف الرئيس من استخدام شبكة الإنترنت لدى المراهقين هو تصفح مواقع التواصل الاجتماعي، مثل: (فيسبوك، تويتر، إنستجرام) وغيرها، وتصفح مواقع التسلية والترفيه.
- واتفقت معها دراسة (أفنان طلعت، 2015) التي خلصت نتائجها إلى إقبال الشباب على استخدام الشبكات الاجتماعية لتبادل الخبرات المجتمعية، بالإضافة إلى تفسير العلاقة بين استخدام هذه المواقع وأنماط الاتصال داخل الأسرة، وقد انتهت الدراسة إلى أن الشباب يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي من أجل التواصل مع المعارف والأصدقاء، واتساع الدوافع الاجتماعية لهم.
- كما خلصت دراسة (Wasike, 2013) إلى أن من أبرز القضايا الأخلاقية المرتبطة بوسائل التواصل الاجتماعي هي انتهاك الخصوصية للجميع، دون اعتبارات لأي مسائل شخصية، وكذلك بينت الدراسة أن معايير التسجيل في هذه

المؤتمر العلمي الدولي السادس والعشرين
(الإعلام الرقمي والإعلام التقليدي: مسارات للتكامل والمنافسة)

المواقع فيها انتهاك لبعض المعايير الأساسية للسلوك الأخلاقي، ومنها الحق الكامل للموقع في استخدام بيانات المستخدمين، واستخدامها إعلامياً.

– كما كشفت دراسة (McKinney Bruce, 2012) عن استخدام الشباب الجامعي لموقعي (فيسبوك وتويتر) من حيث التكلفة في الحديث مع الآخرين، أو الانفتاح على العالم الخارجي، وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج، من أهمها أنه يتعلق اتجاه الشباب الجامعي إيجابياً نحو الانفتاح على تبادل المعلومات مع الآخرين على عدد مرات استخدام موقعي فيسبوك وتويتر، ويتعلق أيضاً اتجاه الشباب الجامعي إيجابياً نحو التكلفة مع تبادل المعلومات مع الآخرين على عدد أصدقائهم في موقعي فيسبوك وتويتر.

– كما توصلت دراسة (عبد محمد حافظ، 2011) إلى أن إيمان الفئة الشبابية الاستخدام المفرط للشبكات الاجتماعية قد أدى إلى فقدان المهارات المطلوبة لإقامة علاقات اجتماعية في البيئة المجتمعية الحقيقية والواقعية، وتراجع الاتصال الشخصي مقابل التواصل عبر الشبكات الاجتماعية التفاعلية، الأمر الذي أدى إلى جنوح الشباب نحو الاغتراب الاجتماعي.

– واتفقت معها دراسة (Nazan Doruer, 2011) التي خلصت إلى أهمية تلك الشبكات الاجتماعية، لما لها من أهمية لدى الطلاب، وقد أظهرت نتائج الدراسة أن المشاركين في شبكة التواصل الاجتماعي فيسبوك لم يستخدموه في الإعلان عن أنفسهم وحسب، إنما استخدموه في عملية التواصل، وفي التواصل بين الأشخاص الذين لا يعرفونهم، وذلك بهدف التسلية وقضاء أوقات لطيفة.

– وأضافت دراسة (Brutt A . Bum garne, 2007) أن من أهم أسباب إقبال الشباب على موقع «فيسبوك» دون غيره من مواقع الشبكات الاجتماعية هو البحث عن صداقات وإضافة صداقات جديدة، وتحديث صفحاتهم من خلال إضافة صور شخصية، وكتابة مقالات تعبر عن آرائهم، وتصفح صور أصدقائهم، بالإضافة إلى دافع التسلية، كما أضاف شباب العينة أن فيسبوك يضم شباب الجامعة، أما باقي المواقع مثل «ماي سبيس» فتعتمد على النميمة، ولا تحدد مواقع الأفراد.

التعليق على الدراسات السابقة:

– اتفقت الدراسات السابقة -بالرغم من اختلاف مجتمعات بحثها وزمنها- على تنوع دوافع استخدام الشباب لشبكات التواصل الاجتماعي بين البحث عن صداقات جديدة، والترفيه والتسلية، والتنشئة الاجتماعية، البحث عن المعلومات، التواصل مع الآخرين.

المؤتمر العلمي الدولي السادس والعشرين
(الإعلام الرقمي والإعلام التقليدي: مسارات للتكامل والمنافسة)

- اعتماد الشباب كلياً على مواقع التواصل الاجتماعي، خاصة «فيسبوك»، في تشكيل اتجاهاتهم وآراءهم نحو القضايا الاجتماعية والاقتصادية التي تعرضها مواقع التواصل الاجتماعي.
- بالرغم من كثرة الدراسات التي اهتمت بتحليل علاقة الشباب بالإنترنت، إلا أن هناك ندرة في الدراسات التي تناولت المواد الجرافيكية التي تعرض القضايا الاجتماعية والاقتصادية على «فيسبوك»، رغم أنها الأكثر اهتماماً وجذباً للشباب.

6. تساؤلات الدراسة الميدانية:

- 1) ما معدل استخدام الشباب لوسائل التواصل الاجتماعي؟
- 2) ما معدل متابعة الشباب لصفحات الفيديوهات الجرافيكية؟
- 3) ما أسباب اهتمام الشباب بهذه الصفحات؟
- 4) ما أنواع القضايا التي يتابعها الشباب على هذه الصفحات؟
- 5) ما الطرق المفضلة لعرض الموضوعات؟
- 6) ما اللغة المفضلة لعرض الموضوعات؟
- 7) ما أنواع تفاعل الشباب مع ما تقدمه تلك الصفحات؟
- 8) ما تأثير تلك الصفحات على الشباب؟

7. تساؤلات الدراسة التحليلية:

- 1) ما معدل المنشورات في الصفحات المستخدمة للمواد الجرافيكية؟
- 2) ما المضامين التي تقدمها الصفحات المستخدمة للمواد الجرافيكية؟
- 3) ما مدة الفيديوهات في الصفحات المستخدمة للمواد الجرافيكية؟
- 4) ما المكونات المستخدمة لجذب انتباه الشباب؟
- 5) ما اللغة المستخدمة في الصفحات المستخدمة للمواد الجرافيكية؟
- 6) ما أسلوب المعالجة المقدم في الفيديوهات؟
- 7) ما مدى تفاعل المتابعين مع الفيديوهات؟

8. الإجراءات المنهجية

منهج الدراسة:

تنتهي الدراسة الحالية إلى المنهج الوصفي، كونها تعتمد على الوصف والتحليل والتفسير، وتقوم الدراسة بتحليل مضمون صفحات بر «فيسبوك» التي تستخدم المواد الجرافيكية لعرض القضايا الاجتماعية والاقتصادية، ومنها: «طحالب - ورقة» لمدة شهر واحد (يناير 2021).

مجتمع وعينة الدراسة:

يتكون مجتمع الدراسة الميدانية من الشباب الجامعي الذين تتراوح أعمارهم بين 18-25 سنة، وقد تكونت العينة العشوائية من 100 طالب وطالبة من الجامعات

المؤتمر العلمي الدولي السادس والعشرين
(الإعلام الرقمي والإعلام التقليدي: مسارات للتكامل والمنافسة)

الحكومية والخاصة ممن يتابعون هذه الصفحات، وذلك لمعرفة أسباب متابعتهم لهذه الصفحات، ودورها في تكوين رأيهم العام.
أدوات جمع البيانات:

لتحقيق هدف الدراسة في التعرف على كيفية معالجة القائم بالاتصال للقضايا الاجتماعية والاقتصادية باستخدام المواد الجرافيكية عبر مواقع التواصل الاجتماعي، تم تصميم صحيفة استبيان موجهة إلى 100 شاب، وتم تطبيقهما في شهر يناير 2021.

9. مناقشة نتائج الدراسة التحليلية

نتائج الدراسة التحليلية لصفحتي «إيجبتون» و«ورقة»:

1. معدل نشر الفيديوهات على صفحتي «إيجبتون» و«ورقة»:

الجدول (1): معدل نشر الفيديوهات

النسبة %	المعدل
0%	كل يوم
100%	أكثر من مرة في الأسبوع
0%	مرة أسبوعيا
0%	مرة شهريا
100%	المجموع

يتضح من الجدول السابق ما يلي:

جاءت أعلى نسبة (100%) على معدل النشر (أكثر من مرة في الأسبوع)، ويعد ذلك منطقياً لأن صناعة هذا النوع من الفيديوهات تحتاج إلى وقت للظهور بشكل جيد يليق بمستوى المتابع، ويكون ذا قضية مهمة تمس المجتمع المصري، وأيضا تعد هذه المدة مناسبة، حتى يكون هناك تواصل بين صناع المضمون والمتابعين، فيجب أن يقوم صناع المضمون بالتواجد والتفاعل المستمر مع الجمهور، كما يجب أن يقوموا بتغطية جميع الأحداث الجارية، ويكونوا على علم ودراية كاملة بما يحدث حولهم.

2. المضامين التي تقدمها صفحتي «إيجبتون» و«ورقة»:

الجدول (2): المضامين التي تقدمها الصفحتان

النسبة %	التكرارات	الموضوعات
20%	10	المشاكل الاقتصادية
14%	7	تدهور اللغة
10%	5	التعليم
10%	5	العادات والتقاليد
10%	5	الصحة
8%	4	التحرش
6%	3	البطالة
3%	2	البطالة
3%	2	الخرافات
16%	8	أخرى
100%	51	المجموع

يتضح من الجدول السابق ما يلي:

جاءت المشاكل الاقتصادية في المرتبة الأولى بنسبة 20%، فقد ناقشت هاتان الصفحتان الأمور المتعلقة بكل ما يخص المشاكل الاقتصادية من تعويم الجنيه، فقد صورتنا الجنيه المصري بشكل كرتوني وهو يتكلم على وضعه الحالي ومصيره ومكانته، مقارنة بالدولار، كما عرضنا ما يواجه المجتمع من غلو وصعوبة معيشة المواطن المصري، فمن ضمن الموضوعات المعروضة هي الليلة التي يقبض فيها الموظف راتبه، ويجد أن الراتب لا يغطي جميع احتياجاته، وعند مناقشة ذلك مع مديره يرفض إعطائه زيادة، بل يضيف المزيد من العمل والواجبات الوظيفية، كما ناقشنا صعوبة الزواج نتيجة الدخل غير الكافي، ففي أحد الفيديوهات ظهر مواطن اضطر للعمل كسائق بسيارة إسعاف لزيادة دخله، فواجه مشاكل لأن مؤهلاته تعلق على هذه الوظيفة.

وجاء في المرتبة الثانية موضوعات تدهور اللغة بنسبة (14%)، وهو يعد من الموضوعات المهمة التي يجب أن يتعرض لها الشباب، فقد ناقشنا هذا الموضوع عن طريق أغاني المهرجانات الشعبية التي أساءت للغة العربية، وأصبحت منتشرة بين الشباب بشكل كبير، كما عرضنا مشكلة اللغة الإنجليزية، وكيف أصبحت هي اللغة الأساسية بين الأطفال والشباب، وجعلتهم يهملون لغتهم العربية، ففي أحد الفيديوهات ظهر طفل في منطقة بسيطة يستخدم كلمة (Green Burger) بدلاً من (طعمية) ليظهر للناس أنه أفضل في المستوى الاجتماعي والتعليمي، فكان من المنطقي أن يكون لموضوعات التعليم جزء مهم بنسبة (10%) يناقشون فيها ما يحدث في الدروس الخصوصية، بالإضافة إلى مشاكل الطلبة ومشاكل الغش في المدارس، واهتمت الصفحتان بمناقشة مشاكل الثانوية العامة بخصوص المناهج الدراسية والامتحانات والتنسيق ودخول الجامعات.

سعت الصفحتان إلى ترسيخ بعض القيم والمبادئ المصرية، فناقشنا العادات والتقاليد بنسبة (10%)، وذلك من خلال استعراض أشكال الأفراح المصرية وما يحدث فيها من مراسم وتجهيزات، كما قارنتنا بين أشكال الأفراح باختلاف المستوى الاجتماعي، فقد ناقشنا المبالغة في شراء تجهيزات الزواج والمبالغة في الأفراح، كما ناقشنا مظاهر الاحتفال بالأعياد وكيفية تطبيق العادات المصرية في هذه المناسبات، واهتمنا أيضاً بعرض التراث الثقافي واللغوي؛ بتقديم فيديوهات تتحدث عن الأمثال الشعبية وكيف جاءت، ومواقف استنباطها وربطها بالتاريخ المصري والعالمي.

وأيضاً جاءت بنسبة (10%) الموضوعات الصحية، ومناقشة ما تواجه المستشفيات من مشاكل إهمال وكثرة عدد المرضى وعدم خبرة بعض الأطباء، وكان من الضروري أن تعرض مثل هذه المشاكل خاصة في فترة انتشار مرض كورونا، لما تواجه المجتمعات من ضرورة توخي الحظر والالتزام بالتعليمات الوقائية.

المؤتمر العلمي الدولي السادس والعشرين
(الإعلام الرقمي والإعلام التقليدي: مسارات للتكامل والمنافسة)

ناقشت الصفحات أيضا بعض الموضوعات الاجتماعية، ومنها التحرش بنسبة (8%) لما تتعرض له الفتيات في المجتمع المصري، سواء كان تحرشاً لفظياً أو تحرشاً جسدياً، والبلطجة بنسبة (6%)، فقد نوقشت من اتجاه بلطجة المواطن العادي، وكذلك بلطجة بعض رجال الشرطة، وشاركت موضوعات البطالة وعدم إتاحة فرص العمل، والاعتقاد في الخرافات والدجل نفس النسبة (3%).

3. مدة الفيديوهات بصفتي «إيجبتون» و«ورقة»:

الجدول (3): مدة الفيديوهات بالصفحتين

النسبة %	التكرارات	المدة
12%	6	أقل من 5 دقائق
51%	26	من 5 إلى 10 دقائق
37%	19	من 10 إلى 20 دقيقة
0%	0	من 20 إلى 30 دقيقة
100%	51	المجموع

يتضح من الجدول السابق ما يلي:

تراوحت أعلى النسب بخصوص مدة الفيديوهات الجرافيكية بين (من 5 إلى 10 دقائق) و (من 10 إلى 20 دقيقة) بنسبة (51 و 37%)، وتعد هذه المدة كافية جداً لعرض القضية كاملة وبشكل واضح، فدائماً ما تحتوي الفيديوهات على قصة لها بداية ومنتصف ونهاية، فتحتاج إلى وقت لتستكمل جميع أركانها، لأن المدة القصيرة لن تتيح الفرصة لعرض كل أبعاد القصة، والمدة الطويلة ستصيب المشاهد بالملل والتكرار والاستطالة، وإن كان هناك بعض الفيديوهات على صفحة «ورقة» تراوحت مدتها (أقل من 5 دقائق) بنسبة (12%)، اعتماداً على أن هناك بعض الموضوعات التي يمكن عرضها في وقت قصير وبشكل مختصر، أما المدة الطويلة (من 20 إلى 30 دقيقة) جاءت انعدمت نسبتها (0%) لأن في عصر السرعة أصبح لا وقت لدى الشباب للاستمرار في مشاهدة فيديو طويل.

4. المكونات المستخدمة لجذب انتباه الشباب في صفحتي «إيجبتون» و«ورقة»:

الجدول (4): المكونات المستخدمة لجذب الانتباه

النسبة %	التكرارات	المكونات
100%	51	الحوار
31%	12	الموسيقى
0%	0	الترجمة
131%	63	الإجمالي

المؤتمر العلمي الدولي السادس والعشرين
(الإعلام الرقمي والإعلام التقليدي: مسارات للتكامل والمنافسة)

يتضح من الجدول السابق ما يلي:

من أهم الوسائل لعرض أي قضية بشكل واضح هو استخدام الحوار الذي جاء بنسبة (100%)، وذلك لأن الحوار يحتوي على كلمات تتضمن معاني، فكان من الضروري أن تحتوي الفيديوهات على حوار كامل لتصل المعلومات وفكرة الفيديو بشكل واضح، وتتكون الفيديوهات من أشخاص، ويدور بين هؤلاء الأشخاص نقاش حول الموضوعات لتعرض وجهات النظر المختلفة بين المتحاورين، ليتواصل بها الإنسان مع أفراد الفيديو، ويتبادلوا الأفكار بطريقة سهلة وحضارية، وجاءت الموسيقى بنسبة مُرضية (31%)، فإنها تضيف أحاسيس ومعاني لمضمون الفيديوهات، وكذلك تؤثر في المتابع، وتجعله ينخرط داخل الفيديو، وتلفت انتباهه لتفاصيل صغيرة، ولم يكن هناك ضرورة لوجود ترجمة (0%)، وذلك لأن الفيديوهات باللغة العربية، وموجهة للشعب المصري.

5. اللغة المستخدمة في صفحتي «إيجبتون» و«ورقة»:

الجدول (5): اللغة المستخدمة في الصفحتين

النسبة%	اللغة
100%	العامية
0%	الفصحى
100%	المجموع

يتضح من الجدول السابق ما يلي:

العامية هي اللغة اليومية التي يتبادلها الشباب مع أصدقائهم، وهي اللغة الأقرب إلى الشعب المصري باختلاف أعمارهم ومستواهم الثقافي، مما يضيف واقعية وقرباً إلى المتابعين حتى لا يضيعوا وقتاً في محاولة فهم واستيعاب اللغة الفصحى.

6. أسلوب المعالجة المقدم في الفيديوهات على صفحتي «إيجبتون» و«ورقة»:

الجدول (6): أسلوب المعالجة

النسبة%	التكرارات	أسلوب المعالجة
0%	0	مناقشة وتقديم حلول
0%	0	عرض الأسباب فقط
100%	51	عرض القضية فقط
100%	51	المجموع

يتضح من الجدول السابق ما يلي:

يؤخذ على الصفحتين أن أسلوب المعالجة المقدم في الفيديوهات هو مجرد عرض للقضايا فقط (بنسبة 100%)، بدون توضيح الأسباب أو تقديم حلول لمحاولة القضاء على هذه المشاكل؛ لأن دور هذه الصفحات إيجاد حلول عملية للتسهيل على المواطن المصري، لكن يمكن أن يكون السبب الأساسي في عرض المشكلة فقط هو توعية

المؤتمر العلمي الدولي السادس والعشرين
(الإعلام الرقمي والإعلام التقليدي: مسارات للتكامل والمنافسة)

الشباب بما يحدث، ولفت نظر المسؤولين إلى المشاكل المجتمعية، بالإضافة إلى أن وضع الحلول يحتاج إلى أخصائيين في مجالات مختلفة، ويحتاج إلى حلول على أرض الواقع، ليس فقط إلى كلام مرسل في الفيديوهات.

7. أنواع تفاعل الشباب مع ما تقدمه صفحتنا «إيجبتون» و«ورقة»:

الجدول (7): أنواع تفاعل الشباب

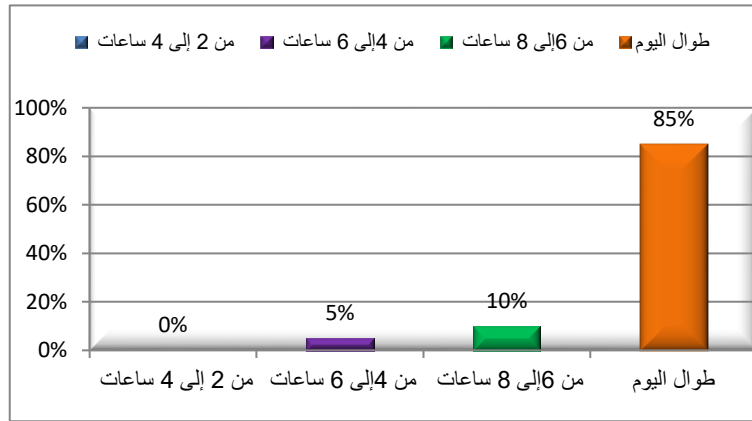
نوع التفاعل	النسبة %
Like	100%
Share	100%
Comment	100%

يتضح من الجدول السابق ما يلي:

تتضح أهمية هذه الصفحات من خلال أشكال وأنواع التفاعل الذي يحدث من قبل المتابعين، وذلك هو المقياس الحقيقي لمدى نجاح أي صفحة على وسائل التواصل الاجتماعي، لأنها تظهر أولاً إقبال المتابعين على الصفحة، ومصداقية الصفحة، وقرب الموضوعات المعروضة للمتابعين، وأخيراً نمط المضامين المعروضة، وأوضحت النتائج أن جميع المضامين بالصفحتين تفاعل معها المتابعون إما بالإعجاب وإما بالتعليق وإما بمشاركتها على صفحتهم الشخصية، ومن المؤكد أن المتابع قد يقوم بأكثر من نوع من أنواع التفاعل، وأيضاً قد يكون هذا التفاعل إيجابياً أو سلبياً.

10. مناقشة نتائج التحليل الميداني:

1. ما هو معدل استخدامك اليومي لوسائل التواصل الاجتماعي؟



الشكل (1): معدل الاستخدام لوسائل التواصل الاجتماعي

2. هل تتابع الفيديوهات الجغرافية على فيسبوك؟

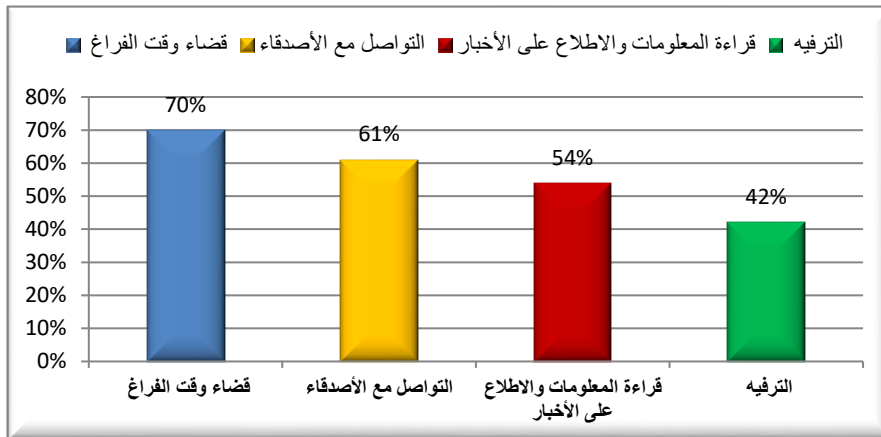
الجدول (8): مشاهدة الفيديوهات الجغرافية

النسبة	المعدل
80%	نعم
20%	لا

تشير نتائج الجدول والشكل السابق إلى ما يلي:

اتفق 80% من الشباب عينة الدراسة على «متابعة الفيديوهات الجغرافية»، كما يستخدم 85% من عينة الدراسة وسائل التواصل الاجتماعي «طوال اليوم»، وذلك لأن وسائل التواصل الاجتماعي أصبحت جزءاً مهماً من الروتين اليومي لدى الشباب، وأيضاً يرجع إلى سهولة استخدام هذه الشبكات وتطويرها المستمر وسهولة الدخول إليها، سواء من خلال الهواتف المحمولة أو الأجهزة الإلكترونية الأخرى، كما أشارت النتائج إلى وجود نسبة قليلة جداً وهي "20%" فقط من عينة الدراسة "لا يتابعونها"، وتعتبر هذه النسبة جيدة، خاصة أن الفيديوهات الجغرافية ظاهرة حديثة في عالم التكنولوجيا، والتي تثير انتباه الشباب بشدة، حيث إن فيديوهات المواد الجغرافية تسهل على الشباب معرفة الواقع المحيط بهم عن طريق عرض القضايا الاجتماعية والاقتصادية والسياسية وغيرها بأسلوب بسيط وقريب من جميع فئات المجتمع، من حيث المستوى الفكري والثقافي، وتعكس هذه النسبة أيضاً انعدام نسبة استخدام الشباب القليل لمواقع التواصل الاجتماعي التي كانت (0%) من 2 إلى 4 ساعات، وهذا يشير إلى إيمان الشباب لمواقع التواصل الاجتماعي بالنسبة الأكبر، وهذا ما اتفقت عليه الدراسات السابقة، حيث توصلت دراسة (Gebriela Grossecka, 2011) إلى أن مجموعة كبيرة من عينة الدراسة يقضون وقتاً كبيراً على شبكة التواصل الاجتماعية «فيسبوك»، والذي يعد الأكثر استخداماً من بين تلك الوسائل الاتصالية الحديثة.

3. ما أسباب استخدامك لوسائل التواصل الاجتماعي؟

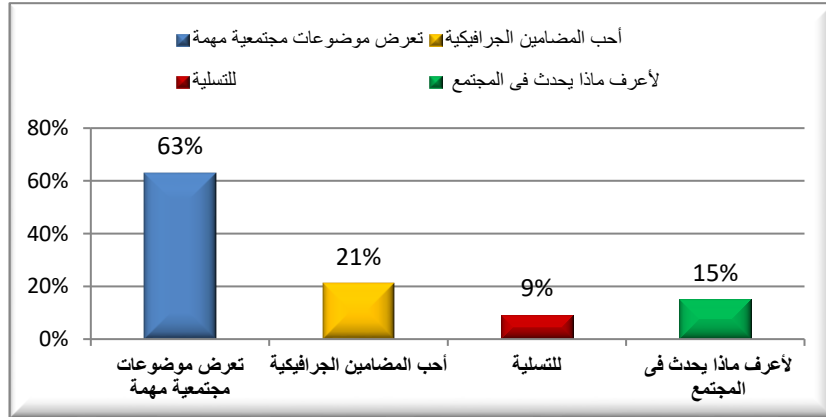


الشكل (2): أسباب استخدام لوسائل التواصل الاجتماعي

تشير نتائج الشكل السابق إلى ما يلي:

انقسمت أعلى النسب من أسباب استخدام وسائل التواصل الاجتماعي بين "قضاء وقت الفراغ"، والتي جاءت بنسبة 70%، وبين "التواصل مع الأصدقاء" بنسبة 61%، فكل من هذين السببين يعتبر من أولويات الشباب الحالية، حيث انتقل الواقع إلى واقع افتراضي، وتعكس هذه النتيجة الفراغ الكبير الذي يعاني منه الشباب وعدم محاولته استغلال هذا الفراغ، ولكن النتيجة أظهرت أيضاً أن لاستخدام وسائل التواصل الاجتماعي تأثيراً إيجابياً، حيث جاءت بنسبة 54% "قراءة المعلومات والاطلاع على الأخبار"، فلا يمكن اعتبار استخدام وسائل التواصل الاجتماعي سلبياً فقط، لكن من الممكن اعتباره أيضاً إيجابياً، في حالة وجود إرشاد أبوي لهؤلاء الشباب، ومن أهم العلماء الذين جمعوا في دراساتهم بين سلبيات وإيجابيات وسائل التواصل الاجتماعي كان (Symons, 2016)، حيث أشار إلى أن مواقع التواصل الاجتماعي تساعد المبحوثين على التعرف على أصدقاء جدد، وعلى النقيض أوضح أن عرض المعلومات الشخصية بصورة مستمرة قد يؤدي إلى التمر الإلكتروني وصعوبة التعامل في الحياة الواقعية، كما توصلت دراسة (Brutt A. Bum garner, 2007) أن التسلية من أسباب إقبال الشباب على مواقع التواصل الاجتماعي، متفقة مع إجابات عينة الدراسة الحالية التي حظيت بنسبة 42%، وذلك يعكس عدم إقبال غالبية الشباب عينة الدراسة على التعبير عن آرائهم عبر شبكات التواصل الاجتماعي تجاه القضايا المثارة، لكن تعد هذه المواقع مصدراً للتسلية والترفيه ومعرفة مستجدات الأخبار أكثر من كونها مصدراً للتعبير عن آرائهم تجاه القضايا المثارة في المجتمع.

4. ما أسباب متابعتك للصفحات التي تعرض المواد الجرافيكية؟



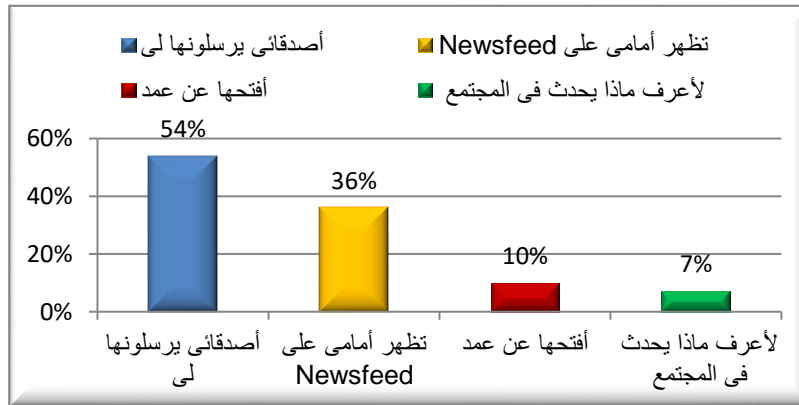
الشكل (3): أسباب متابعة الفيديوهات الجرافيكية

تشير نتائج الشكل السابق إلى ما يلي:

المؤتمر العلمي الدولي السادس والعشرين
(الإعلام الرقمي والإعلام التقليدي: مسارات للتكامل والمنافسة)

تمثلت أهم أسباب ومتابعة الشباب لهذه الصفحات في أنها «تعرض موضوعات مجتمعية مهمة»، وذلك بنسبة 63% من عينة الدراسة، وتعكس هذه النتيجة توافر المعلومات التي تعرضها تلك الفيديوهات، وإشباع غريزة الشباب في حب الاستطلاع للقضايا الجديدة عن طريق الفيديوهات الجرافيكية، والمتمثلة في معرفة والاطلاع على أحدث القضايا المتداولة في المجتمع، والذين «يحبون المضامين الجرافيكية» بنسبة 21% نظراً لجذب المواد الجرافيكية للشباب بالعنصر البصري والسمعي لعرض تلك القضايا بطريقة جديدة، بينما جاءت أسباب متابعة الشباب "للتسلية" بنسبة 9%، وليعرفوا «ماذا يحدث في المجتمع» بنسبة 7% نظراً للفراغ الكبير الذي يعاني منه الشباب، واتفقت هذه النتيجة مع نتيجة الدراسة التي أجراها (Brutt A. Bum Garner, 2007)، والتي توصلت إلى أن من أهم أسباب ودوافع استخدام الشباب لمواقع التواصل الاجتماعي هو التسلية، والبحث عن صداقات، وتصفح صور أصدقائهم، وهذا يتفق مع نتيجة الجدول السابق في أن من أهم دوافع استخدام الشباب لمواقع التواصل الاجتماعي التسلية والترفيه.

5. كيف تتعرض لهذه الصفحات؟



الشكل (4): طريقة التعرض لهذه الصفحات

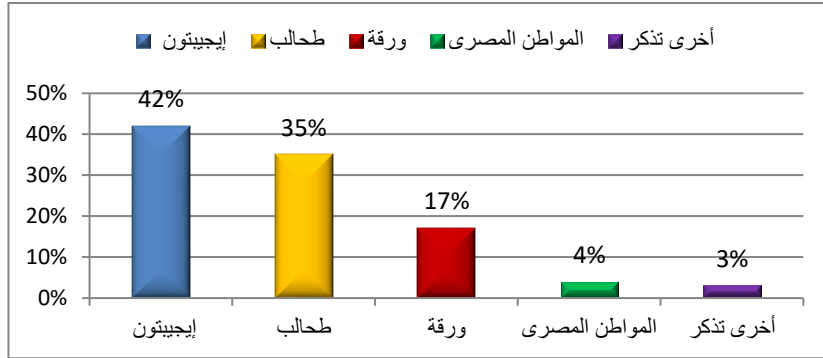
تشير نتائج الشكل السابق إلى ما يلي:

أن الشباب عينة الدراسة يتعرضون لهذه الصفحات عن طريق «أصدقائي يرسلونها لي» بنسبة 54%، وتلتها «تظهر أمامي على Newsfeed» بنسبة 36% مقارنة بالشباب الذين «يفتحونها عن عمد» بنسبة 10%، وتعكس هذه النتيجة أن اعتماد الشباب بشكل كبير على إرسالهم لأصدقائهم لموقف مشترك بينهم أو لمناقشة تلك القضية سويًا أو حتى لإعجابهم بتلك القضية، ويريدون معرفة آراء وأفكار أصدقائهم بتلك القضية، وبالنسبة لفتحهم لتلك الصفحات

المؤتمر العلمي الدولي السادس والعشرين
(الإعلام الرقمي والإعلام التقليدي: مسارات للتكامل والمنافسة)

عندما تظهر لهم في (Newsfeed) نظرًا لفضولهم لمعرفة عن ماذا يتحدث هذا الفيديو، وفضولهم للشكل الجرافيتي الظاهر أمامهم.

6. أكثر الصفحات التي تعرض المواد الجرافيكية التي تحب متابعتها؟



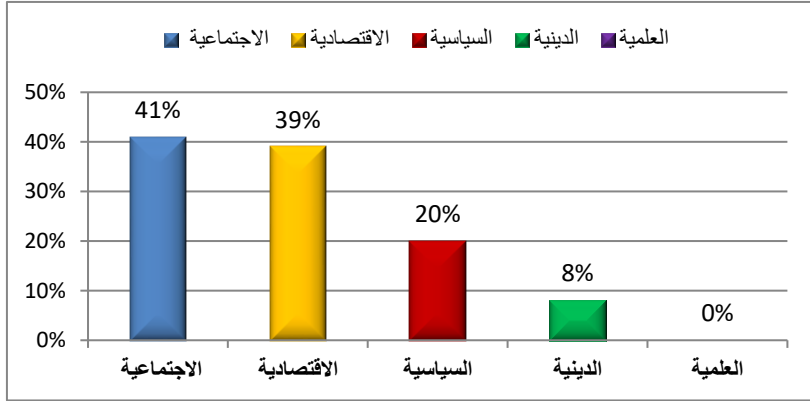
الشكل (5): صفحات الفيديوهات الجرافيكية

تشير نتائج الشكل السابق إلى ما يلي:

أن من أكثر الصفحات التي يحب متابعتها الشباب هي «إيجيبتون وطحالب»، وذلك بنسبة 42، 35% على الترتيب من إجمالي عينة الدراسة مقارنة بمتابعتهم للصفحات الأخرى، وتدلل هذه النتيجة على متابعة الشباب بشكل كبير للصفحات التي تهتم بالقضايا الاجتماعية والاقتصادية أكثر من السياسية والدينية، والتي تهتم بها الصفحات الأخرى أكثر مثل «ورقة» و«المواطن مصري» وغيرها من الصفحات الأقل متابعة من جانب الشباب، نظرًا لكون اهتمامهما بالقضايا الأخرى وقللة متابعتها.

7. ما القضايا التي تحب أن تعرضها الصفحات الجرافيكية؟

المؤتمر العلمي الدولي السادس والعشرين
(الإعلام الرقمي والإعلام التقليدي: مسارات للتكامل والمنافسة)

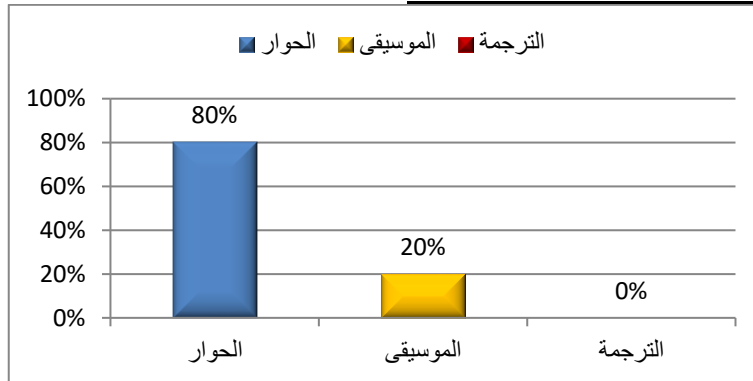


الشكل (6): القضايا على الصفحات الجغرافية

تشير نتائج الشكل السابق إلى ما يلي:

- أن اهتمام الشباب بالقضايا «الاجتماعية والاقتصادية» كانت بالتقارب من 41% إلى 39% مقارنة بالقضايا الأخرى، مثل: «القضايا السياسية، والدينية، والعلمية»، وذلك لمعاناة العديد من الشباب في الكثير من المشاكل والقضايا التي تواجههم في حياتهم الاجتماعية والاقتصادية، ويقومون بمواجهة هذه القضايا بثتى الوسائل لإزالتها من طريقهم، وتؤثر على حياتهم اليومية بشكل كبير، ولذلك يحاول الشباب معرفة أسباب القضايا الاجتماعية والاقتصادية المحيطة بهم؛ لأنهم يستطيعون من خلال مواجهة هذه القضايا والتغلب عليها أن يواجهوا غيرها، وبالتالي يتكوّن لديهم مجموعة كبيرة من الحلول التي يمكن أن يستخدموها في أطر أخرى.

8. ماذا تفضل أن يصاحب الفيديوهات؟



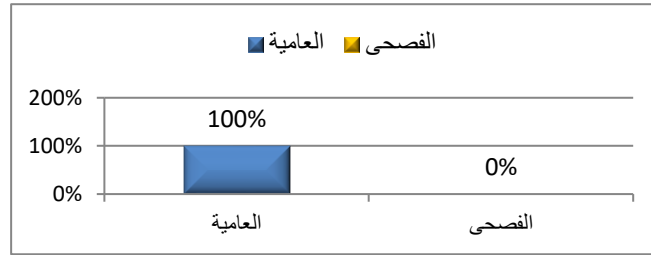
الشكل (7): مصاحبة الفيديوهات

المؤتمر العلمي الدولي السادس والعشرين
(الإعلام الرقمي والإعلام التقليدي: مسارات للتكامل والمنافسة)

تشير نتائج الشكل السابق إلى ما يلي:

يفضل الشباب أن يكون «الحوار» مصاحباً لصورة الفيديوهات بنسبة 80%، وذلك لأن الكلمات تساعدهم على فهم المضمون بشكل واضح، كما تسهل عليهم استنباط فكرة الفيديو وما يريد أن يقدمه، فالحوار ضروري لوصف الصورة الجرافيكية المعروضة أو الفيديو المعروض داخل الفيديو من خلال التعليق الصوتي المصاحب للفيديو، فالصمت أو الموسيقى فقط سوف تجعل الشباب يفهمون المضمون بناءً على خبراتهم السابقة وثقافتهم، فلم نحصل على نتيجة موحدة، وكذلك «الموسيقى» أشادوا بها بنسبة 20%؛ لأنها مريحة للسمع وممتعة، وتضيف إحساساً للفيديو، وتُقرّب معنى ومضمون الفكرة، أما «الترجمة» لم يختارها الشباب؛ لأنهم أصبحوا لا يفضلون القراءة، لكنهم يفضلون الاستماع لسهولته.

9. ما اللغة المستخدمة في الفيديوهات؟

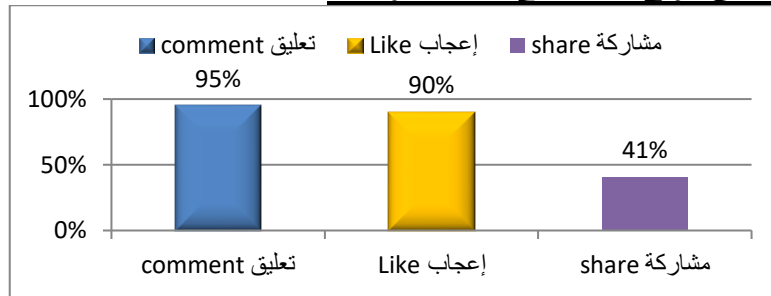


الشكل (8): اللغة المستخدمة في الفيديوهات

تشير نتائج الشكل السابق إلى ما يلي:

كانت 100% من الحوار باللغة «العامية» السهلة لجميع فئات المجتمع، وذلك تأكيداً على أن الشباب لا يريد أن يضيع وقتاً في فهم والتركيز في معاني اللغة الفصحى، وذلك أيضاً لكسل الشباب والبحث على كل ما هو سريع.

10. ما هي أنواع التفاعل مع هذه الفيديوهات؟



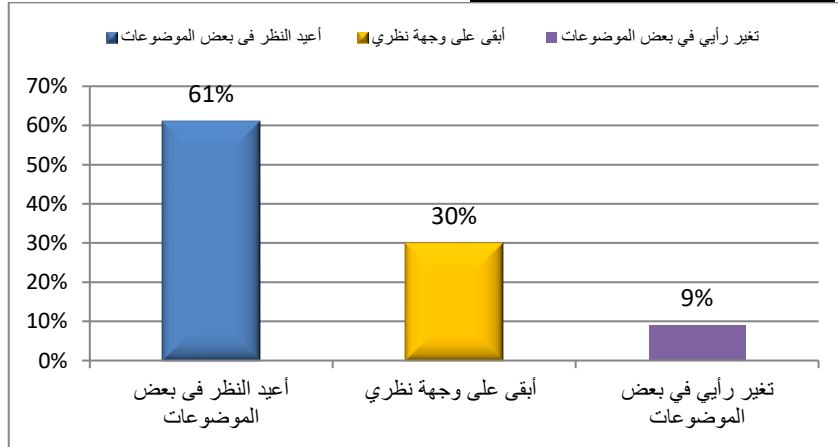
الشكل (9): أنواع التفاعل مع الفيديوهات

المؤتمر العلمي الدولي السادس والعشرين
(الإعلام الرقمي والإعلام التقليدي: مسارات للتكامل والمنافسة)

تشير نتائج الشكل السابق إلى ما يلي:

أن أكثر أشكال المشاركة والتعبير التي يقوم بها الشباب أثناء استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي تجاه القضايا المختلفة هي «الإعجاب» و«التعليق»، وذلك بنسبة تتراوح من 90 إلى 95% من إجمالي عينة الدراسة، مما يفسر إحساس الشباب بالحرية والأمان عند التعبير عن آرائهم تجاه القضايا المطروحة من خلال حساباتهم الشخصية، ثم جاء «النقل إلى صفحاتهم الشخصية (share)» بنسبة 41%، وتوضح هذه النتيجة إقبال الشباب على مشاركة الموضوعات الاجتماعية التي يهتمون بها وآرائهم فيها على صفحاتهم الشخصية، وهناك اتفاق بين إجابات المبحوثين ونتيجة تحليل المضمون، حيث أكد تحليل المضمون أن المتابعين يقومون (بالإعجاب، والتعليق، والمشاركة على صفحاتهم) بنسبة 100% على جميع الفيديوهات.

11. ما تأثير مشاهدة هذه الفيديوهات؟



الشكل (10): تأثير مشاهدة هذه الفيديوهات

تشير نتائج الشكل السابق إلى ما يلي:

تأثر مشاهدة الفيديوهات الجرافيكية على مواقع التواصل الاجتماعي بشكل كبير، حيث 61% من الشباب عينة الدراسة «يعيدون النظر في بعض الموضوعات»، فهذه الفيديوهات تعد مخرجًا للتعبير بحرية عن الاتجاهات والآراء المختلفة، وبشكل أكثر صراحة كونها توجه الرسالة بشكل مباشر أو غير مباشر، ولم تختلف عنها كثيرًا في «الإبقاء على وجهة نظرهم»، إذ كانت نسبتها 30% من إجمالي عينة الدراسة، لذلك أشارت نتائج الجدول السابق إلى عدم ثقة الشباب ثقة كبيرة وعدم تأثرهم بالمعلومات المقدمة عبر الفيديوهات المقدمة جرافيكياً بشكل يجعلهم يغيرون آراءهم واتجاهاتهم المتكونة لديهم تجاه القضايا الاجتماعية والاقتصادية المطروحة.

11. النتائج العامة للدراسة:

- تعرض الصفحات التي تستخدم الفيديوهات الجرافيكية عبر وسائل التواصل الاجتماعي جميع الموضوعات التي تهتم المجتمع المصري، سواء كانت اقتصادية أو سياسية أو اجتماعية، بشكل واضح وصريح، فهي تناقش مشاكل وأخطاء طرأت على المجتمع المصري، ويجب الإشارة إليها وإيضاحها؛ لأن ذلك هو المسؤولية المجتمعية تجاه المتابعين الذين وثقوا بهم وأعطوهم الاهتمام.
- اعتبرت هذه الصفحات أن دورها الأساسي هو عرض المشكلة فقط، وتصويرها بشكل مبسط وجديد؛ من أجل لفت انتباه الشباب وغيرهم من المتابعين لما يحدث في المجتمع، وذلك نتيجة لنفور الشباب من وسائل الإعلام التقليدية التي تدمم بالمعلومات، لكن استكمالاً للمسؤولية المجتمعية يجب عليهم محاولات عرض الأسباب وراء هذه المشاكل بصورة مبسطة، وكذلك العمل على الوصول إلى حلول حتى يتم عرض القضية بصورة كاملة الأركان.
- يستخدم الشباب مواقع التواصل الاجتماعي طوال اليوم، وذلك لأن وسائل التواصل الاجتماعي أصبحت جزءاً مهماً من الروتين اليومي لدى الشباب، وأيضاً يرجع ذلك إلى سهولة استخدام هذه الشبكات وتطويرها المستمر، وسهولة الدخول إليها، وأشارت النتائج إلى أن فيديوهات المواد الجرافيكية تسهل على الشباب معرفة الواقع المحيط بهم عن طريق عرض القضايا التي تخصهم، سواء كانت اجتماعية أو اقتصادية أو سياسية، وإقبال عدد كبير من الشباب على متابعة الفيديوهات الجرافيكية لأنهم دائماً يبحثون عن كل ما هو جديد ومختلف ومسلي.
- تمثلت أهم أسباب ودوافع متابعة الشباب لفيديوهات المواد الجرافيكية في أنها تعرض موضوعات مجتمعية مهمة لتوافر المعلومات التي تعرضها تلك الفيديوهات، وتحقيق إشباع غريزة الشباب في حب الاستطلاع للقضايا الجديدة عن طريق الفيديوهات الجرافيكية، والتمثل في المعرفة والإطلاع على أحدث القضايا المتداولة في المجتمع، وأيضاً كان من أهم دوافع الشباب لمتابعة المواد الجرافيكية عنصر الجذب الذي تحققه المواد الجرافيكية، سواء عنصر بصري أو سمعي.
- اتفقت نسبة كبيرة من الشباب في أنهم يتعرضون لهذه الصفحات عند إرسال أصدقائهم لهم الفيديوهات، أو أنها تظهر أمامهم بالصدفة على (Newsfeed)، ونسبة قليلة هم الذين يفتحونها عن قصد، وهذه النتيجة أكدت اعتماد الشباب بشكل كبير على الآراء المشتركة بينهم وبين أصدقائهم في مناقشة قضية معينة، وأيضاً لإشباع فضولهم لمعرفة عن ماذا يتحدث هذا الفيديو.

المؤتمر العلمي الدولي السادس والعشرين
(الإعلام الرقمي والإعلام التقليدي: مسارات للتكامل والمنافسة)

- كان من أكثر الصفحات التي يحب متابعتها الشباب صفحة «إيجيبتون» و«طحالب» مقارنة بمتابعتهم للصفحات الأخرى، وتدل هذه النتيجة على متابعة الشباب بشكل كبير للصفحات التي تهتم بالقضايا الاجتماعية والاقتصادية أكثر من السياسية والدينية، والتي تهتم بها الصفحات الأخرى.
- اهتمام الشباب بالقضايا الاجتماعية والاقتصادية مقارنة بالقضايا الأخرى، مثل: القضايا السياسية، والدينية، والعلمية، وذلك لمعاناة العديد من الشباب في الكثير من المشاكل والقضايا التي تواجههم في حياتهم الاجتماعية والاقتصادية التي تؤثر في حياتهم اليومية بشكل كبير.
- أكدت النتائج أن نسبة كبيرة من الفيديوهات الجرافيكية يصاحبها الحوار لوصف الصورة المعروضة داخل الفيديو من خلال المعلق الصوتي، لكن الموسيقى لن تظهر كثيرًا في الفيديوهات الجرافيكية؛ لأنه ليس بها تأثير كبير في القضايا المعروضة، وكذلك اتضح من الفيديوهات أن الحوار هو المسيطر؛ لأن المتابعين دائمًا ما يشاهدون الفيديوهات أثناء ممارسة أنشطة أخرى (Multitasking)، لذلك يصبح الحوار ضروريًا للفت انتباه الشباب، وأيضًا استخدام القائمين بالاتصال اللغة العامية في الحوار؛ لسهولة الفهم في جميع الفئات، وهذا أيضًا ما يفضله الشباب، لأنهم الأقرب والأسهل لهم.
- أكثر أشكال المشاركة والتعبير التي يقوم بها الشباب أثناء استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي تجاه القضايا المختلفة هي الإعجاب والتعليق، مما يفسر إحساس الشباب بالحرية والأمان عند التعبير عن آرائهم تجاه القضايا المطروحة من خلال حساباتهم الشخصية، وتوضح هذه النتيجة إقبال الشباب على مشاركة الموضوعات الاجتماعية التي يهتمون بها، وآرائهم فيها عبر صفحاتهم الشخصية، وهناك اتفاق بين إجابات الباحثين ونتيجة تحليل المضمون، حيث أكد تحليل المضمون أن المتابعين يقومون بـ(الإعجاب، والتعليق، والمشاركة عبر صفحاتهم) على جميع الفيديوهات.
- يتأثر الشباب بمشاهدة الفيديوهات الجرافيكية على مواقع التواصل الاجتماعي بشكل كبير، فيعيدون النظر في بعض الموضوعات التي تعرضها تلك الفيديوهات، فهذه الفيديوهات تعد مخرجًا للتعبير بحرية عن الاتجاهات والآراء المختلفة، وبشكل أكثر صراحة بتوجيه الرسالة بشكل مباشر أو غير مباشر، أما بالنسبة للشباب الذين يبقون على وجهة نظرهم فيرجع ذلك إلى عدم ثقة الشباب ثقة كبيرة وعدم تأثرهم بالمعلومات المقدمة عبر الفيديوهات الجرافيكية، بشكل يجعلهم يغيرون آراءهم واتجاهاتهم المتكونة لديهم تجاه القضايا الاجتماعية والاقتصادية المطروحة.

المؤتمر العلمي الدولي السادس والعشرين
(الإعلام الرقمي والإعلام التقليدي: مسارات للتكامل والمنافسة)

قائمة المراجع:

أولاً: المراجع العربية:

- 1- أفنان طلعت. (2015م). استخدامات الشباب للشبكات الاجتماعية وتأثيرها على علاقتهم في تبادل الخبرات المجتمعية. رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة.
- 2- جمانا محمد علي. (2007م). تأثير شبكة الإنترنت على المراهقين في الأردن.. دراسة مسحية. رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة الشرق الأوسط، كلية الإعلام، قسم الإعلان، الأردن.
- 3- حسن عماد وليلى حسين. (2004م). الاتصال ونظرياته. القاهرة، مصر: الدار المصرية اللبنانية.
- 4- سوزان يوسف أحمد القليني. (2000م). الاتصال ووسائله ونظرياته. جامعة عين شمس: كلية الآداب، قسم الإعلام، ص171، ط2.
- 5- عبده محمد حافظ. (2011م). تواصل الشباب الجامعي من خلال الشبكات الاجتماعية، ظاهرة اجتماعية أم ضرورة تقنية. مجلة العلوم الاجتماعية والإنسانية، المجلد 40، العدد 1.
- 6- ماجد كمال الدين. (2015م)، تصميم الجرافيك وأثره على المواقع الإلكترونية والوسائط المتعددة، المجلد 15، العدد 3، جامعة حلوان، كلية فنون جميلة.

ثانياً: المراجع الاجنبية:

- 1- Loges, W. E., & Jung, J. Y. (2001). Exploring the digital divide: Internet connectedness and age. *Communication research*, 28 (4), 536-562.
- 2- Halpern p. "Media Dependency and Political Perceptions in an Authoritarian Po Halpern, P. (1993). *Media Dependency and Political Perceptions in an Authoritarian Political System: The Case of Chile's Left* (No. 203). Woodrow Wilson International Center for Scholars.
- 3- Wong, M., Castro-Alonso, J. C., Ayres, P., & Paas, F. (2015). Gender effects when learning manipulative tasks from instructional animations and static presentations. *Journal of Educational Technology & Society*, 18 (4), 37-52.
- 4- Wasike, J. (2013). Social media ethical issues: role of a librarian. *Library Hi Tech News*.
- 5- McKinney, B. C., Kelly, L., & Duran, R. L. (2012). Narcissism or openness?: College students' use of Facebook and Twitter. *Communication Research Reports*, 29 (2), 108-118.
- 6- Dogruer, N., Menevi, I., & Eyyam, R. (2011). What is the motivation for using Facebook?. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 15, 2642-2646.
- 7- Alhabash, S., Park, H., Kononova, A., Chiang, Y. H., & Wise, K. (2012). Exploring the motivations of Facebook use in Taiwan. *Cyberpsychology, behavior, and social networking*, 15 (6), 304-311.