 https://doi.org/10.12816/0061217

# Media Students in Jordanian Universities Moving towards Following Short Digital Videos Posted through the Arabic Platform AJ+ on Facebook "Survey"

Farhan al olaimat
Faculty of Press and Media
Yarmouk University
Farhansima@yahoo.com

Ashraf Faleh Al Zoubi
Faculty of Media
Zarqa University
azoubi@zu.edu.jo

Muaath Hatamleh
Faculty of Press and Media
Yarmouk University

Mazen al Naddi
Faculty of Press and Media
Yarmouk University

Received : 30/01/2021 Accepted :28/07/2021

**Abstract:**

The study aims to identify the patterns, habits and extent of the exposure of media students in Jordanian universities towards digital videos and the method of follow-up and interaction with them through the Facebook site and their trends towards them, and explores the most important contents and attractions used in aj+ platform besides identifying the quality of the effects achieved. The research, in its theoretical framework, is based on the theory of dependence on the media, the study adopts the survey method, for which the study society consists of media students in Jordanian public and private universities. The research also relies on the method of data collecting. The results of the study show that media students in Jordanian universities are exposed to 89.9% of the total number of digital videos. The extent of their exposure to them is sometimes 84%, through mobile phones, which gained 90.6%, while the most reasons for their follow-up are the use of digital videos for interactive elements and superior texts of voice, image, and video by a percentage of 49.3 % interact with it by admiring the subject to a high degree, and the most consistent phrases with the directions of students the characteristics of the communication, as the message is characterized by clarity, specificity, brevity, and ease of presentation to 53.4%, and shows that the human contents took first place with a 46% interest in the sample of the study, while the most prominent attractions used by aj+ platform in its presentation of digital videos used for more attractive output elements by a high percentage of 47%.

**Keywords:** Directions, Media Students in Jordanian Universities, Short Digital Videos, Aj+ Arabic Platform, Facebook.

# اتجاهات طلبة الإعلام في الجامعات الأردنيّة نحو متابعة الفيديوهات الرقميّة القصيرة المنشورة عبر منصّة (+AJ)عربي في موقع فيسبوك "دراسة مسحيّة"

فرحان العليمات
كلية الصحافة
جامعة اليرموك
Farhansima@yahoo.com

أشرف الزعبي
كلية الصحافة والإعلام
جامعة الزرقاء
azoubi@zu.edu.jo

معاذ الحتاملة
كلية الصحافة والإعلام
جامعة اليرموك

مازن النادي
كلية الصحافة والإعلام
جامعة اليرموك

الاستلام: 2021/01/30 القبول: 2021/07/28

**الملخص:**

هدفت الدراسة التعرف إلى حجم تعرض طلبة الإعلام في الجامعات الأردنية واتجاهاتهم نحو الفيديوهات الرقمية، وأنماطهم وعاداتهم نحوها، وأساليب متابعتهم وتفاعلهم معها عبر موقع الفيسبوك، واستكشاف أهم المضامين وعناصر الجذب المستخدمة في منصة (+AJ)، إلى جانب الوقوف على نوعية الآثار المتحققة، وقد اعتمد البحث في إطاره النظري على نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام، كما اتّخذ منهج المسح للوصول إلى النتائج، وتكوّن مجتمع الدراسة من طلبة الإعلام في الجامعات الأردنية الحكومية والخاصة، واعتمد على الاستمارة كأسلوب لجمع البيانات بطريقة التوزيع الإلكترونية لـ (300) مبحوثًا اِختيروا بالطريقة العشوائية الطبقية، وأظهرت نتائج الدراسة تعرض طلبة الإعلام في الجامعات الأردنية للفيديوهات الرقمية بنسبة (84. %) بدرجة أحيانًا، وتعرّضهم لها من خلال الهواتف المحمولة بنسبة (90.6%)، فيما استحوذت أكثر أسباب متابعتهم لاستخدام الفيديوهات الرقمية للعناصر التفاعلية والنصوص الفائقة من صوت وصورة وفيديو بنسبة (49.3%)، ويتفاعلون معها عن طريق الإعجاب بالموضوع بدرجة مرتفعة، وجاءت أكثر العبارات توافقًا مع اتجاهات الطلبة: خصائص الرسالة الاتصالية التي تتسم بالوضوح والتحديد والإيجاز وسهولة العرض بنسبة (53.4%)، وتبين أن المضامين الإنسانية استحوذت على المرتبة الأولى من اهتمام عينة الدراسة بنسبة (46%)، فيما جاءت أبرز عناصر الجذب المستخدمة من قبل منصةِ (+AJ) في تقديمها للفيديوهات الرقمية استخدامها لعناصر إخراجية أكثر جاذبية بنسبة مئوية بلغت (47%).

**الكلمات المفتاحية:** اتجاهات، طلبة الإعلام في الجامعات الأردنية، الفيديوهات الرقمية القصيرة، منصة عربي(+AJ)، موقع فيسبوك.

**المقدمة:**

منذ بداية القرن الحادي والعشرين، وبسبب الثورة التكنولوجية العالمية، شهدت صناعة الإعلام العربي تغيرات جذرية، مما أدى إلى تغييرات عميقة في الممارسات الإعلامية والطريقة التي يستهلك بها الجمهور المحتوى الإخباري، وقد ساهم هذا التطور التكنولوجي في تعزيز عملية الاتصال من ناحية تفاعل الجمهور، والمشاركة المباشرة الفاعلة في إنتاج المحتوى[23].

وتشير العديد من المؤشرات إلى أن النمو السريع لمقاطع الفيديو على الإنترنت من المتوقع أن ينمو في السنوات القليلة المقبلة، ويتزامن ذلك مع ظهور نماذج الفيديو القصيرة المصممة خصيصًا لتناسب طبيعة الإنترنت، ويرجع ذلك إلى ظهور الهواتف المحمولة بشاشات عالية الدقة، والأجهزة اللوحية، يُضاف إلى ذلك توفر الكاميرات الرقمية، والتطبيقات، وبرامج التحرير البسيطة؛ الأمر الذي سهّل إنتاج محتويات هذه الفيديوهات وتحريرها[7].

ونحن نعيش في عصر رقمي أصبحت فيه الشبكات الاجتماعية مشبعة بالفيديوهات، بحسب نتائج بحث "معهد رويترز"، ويرجع ذلك في جزء كبير منه إلى التطورات التكنولوجية، والتعزيز الذي تلقته من المنصات والناشرين، إذ يشاهد مستخدمو (Facebook) مئة مليون ساعة من الفيديويوهات في اليوم الواحد، يُضاف إلى ذلك مُستخدمو إستراتيجية (Facebook) للفيديو، وخاصية (Facebook Live)، والفيديو بنطاق (360) درجة. ويتزامن ذلك مع اهتمام المجموعات الإخبارية بنحوٍ متزايدٍ بعمليات التطوير والتحديث والتعديل لتقنياتها لغايات إنتاج مقاطع الفيديو على الشبكات الاجتماعية[13].

"ومن المبادرات التي كانت فارقة في عملية الانتقال الرقمي لشبكة الجزيرة الإعلامية، منصة (+AJ) التي أطلقتها الشبكة في (15 سبتمبر/ أيلول 2014)، في نسختها الإنجليزية ثم بعد ذلك في نسختها العربية. وتتلخص فلسفة الجزيرة بلس (+AJ) في خلق قصص رقمية قصيرة عبر تقنية رواية الخبر عبر الفيديو (السرد الرقمي للأخبار)، وهي تقنية تمكّن فئة الشباب على الخصوص، في تحصيل المعلومات ومتابعة الأخبار عبر الهواتف النقالة، والأجهزة اللوحية، ومنصات التواصل الأجتماعي"[23].

وعلى الرغم من أن تجربة الوسائط الرقمية هذه تعدّ جديدة، إلا أنها تستحق الدراسة والبحث؛ لأنها حققت نتائج مهمة في فترة زمنية قصيرة، وأصبحت من أهم ناشري المحتوى على (Facebook)، وتمكنت من الوصول إلى فئة جديدة من الشباب على منصات وسائل التواصل

الاجتماعي[23]، "إذ يسعى القائمون عليها في استثمار اهتمام الشباب بتلك المنصة في المجال الإلكتروني الذي يتعاطون معه بشكل مستمر؛ عن طريق صناعة محتويات تتوافق مع تطلعات تلك الشريحة على وفق أشكال رقمية متعددة منها: القصص الرقمية التي تدور حول موضوع معين، أو فكرة تحتوي وجهة نظر تعرض من خلال الأوعية الرقمية القائمة على المزج المنظم للصور والخرائط والنصوص والخلفيات والتعليق الصوتي؛ بهدف تجسيد الأحداث والقضايا والشخصيات"[15].

وبناءً على ما سبق، يمكن عدّ صحافة الفيديو الرقمي إحدى وسائل الإعلام الجديدة التي تسعى نحو الانخراط في المجتمع لتؤثر فيه، والمبنية على السرد القصصي الرقمي للأخبار، بوصفها إحدى أشكال الثورة الرقمية، غير أن الاهتمام البحثي في هذه الفيديوهات المنشورة عبر منصة (+AJ) قد تركز على تحليل مضامينها، ورصد قوالبها، وإمكانية توظيف الوسائط المعلوماتية، مع عدم التركيز بشكل كافٍ على درجة مشاهدتها لدى الجماهير، ومن هنا تأتي هذه الدراسة لتسلط الضوء على اتجاهات طلبة الإعلام في الجامعات الأردنية نحو متابعة الفيديوهات الرقمية القصيرة التي تعكسها منصة (+AJ) عربي في موقع فيسبوك وتفضيلها.

**إشكالية الدراسة:**

انتشرت صحافة الفيديو عبر الإنترنت بمواقعها المختلفة بصفة عامّة، وشبكات التواصل الاجتماعي بصفة خاصة، حتى أصبح الفيديو الرقمي مكونًا أساسيًّا لأيّ مدونة أو موقع إلكتروني، إذ تحقق مقاطع الفيديو التي تنتشر على شبكة الفيسبوك مليارات المشاهدات يوميًّا، من قبل رواد الإنترنت الذين لا يُعدون مجرد متلقين، بل أصبحوا عنصرًا فاعلًا ومشاركًا في العملية الإعلامية، وفى بعض الأحيان أصبحوا هم مصدر المعلومات، ولعلَّ أبرز رواد منصة (+AJ) عربي التي تتابعها هي فئة طلبة الإعلام في الجامعات الأردنية؛ نظرًا لطبيعة تخصصهم، ولحصولهم في الغالب على تدريب وتأهيل يمنكهم من الاستفادة من هذه المنصات بصورة جيدة وسهلة، بالإضافة لأهمية صحافة الفيديو لكونها من الخدمات الجديدة على الساحة الإعلامية من خلال الإنترنت، لذا جاءت هذه الدراسة التي تتمحور في الإجابة على السؤال الآتي: **ما اتجاهات طلبة الإعلام في الجامعات الأردنية نحو متابعة الفيديوهات الرقمية القصيرة المنشورة عبر الفيسبوك كما تعكسها منصة (+AJ) ؟**

**أهمية الدراسة:**

تُعدّ الدراسات في مجال إعلام الوسائط المتعددة (الإعلام الجديد) دراسات جديدة، ومجالًا خصبًا يتغير باستمرار بحسب المؤثرات الداخلية والخارجية، وإن من الوسائل الإخباريّة التي ذاع صيتها هي خدمة الجزيرة بلس "(+AJ) عربي" الرقميّة، والتي وصل عدد المشاهدات المسجّلة في أول عامٍ لانطلاقها إلى ما يقارب المليار مشاهدة على منصات التواصل الاجتماعي، بالإضافة إلى التطبيق الخاص بالخدمة، واستطاعت حجز حيّزٍ لا يُستهان به من وقت مشاهدة الجمهور العالمي وبشكلٍ خاص العربي[5]، وتبرز أهمية الدراسة من خلال جانبين هما: الأهمية النظرية، والأهمية التطبيقية، وذلك على النحو الأتي:

تبرز أهمية الدراسة النظرية في أنها:

**1.** تمس جانبًا من جوانب تكنولوجيات الإعلام والاتصال، وانتشار هذه التكنولوجيات أصبح واسعًا جدًّا، خاصة في أوساط الشباب، حيث يتبنى الطلبة الجامعيون المبتكرات بشكل سريع.

**2.** هي استشراف لمستقبل هذه الصحافة من خلال دراسة اتجاهات طلبة الإعلام نحو متابعتها، وهذا ما يتيح تجهيز الأطر التشريعية والقانونية، وتوفير بيئة اقتصادية واجتماعية ملائمة لازدهارها.

**3.** تتناول فئة ذات أهمية خاصة في الإنتاج والتطوير، وهي فئة طلبة الإعلام التي يجب إعدادها لمواجهة الثورة العلمية المعرفية التكنولوجية.

وتبرز الأهمية التطبيقية في:

1. إبراز إمكانية الاستغناء عن الأساليب التقليدية في إنتاج القصص الصحفية، والتوجه إلى التقنيات الرقمية الحديثة.

2. تدريب العاملين في قطاع الإنتاج الصحفي على مهارات استخدام الكمبيوتر والهواتف الذكية في عملية إنتاج القصص الصحفية المصورة.

3. تفيد القائمين على الإعلام بصفة عامة، والإعلام الرقمي بصفة خاصة في إمكانية استخدام تطبيقات الفيديو القصير في مواكبة التطور التقني في البيئة الإعلامية الرقمية.

**أهداف الدراسة:**

يهدف البحث التعرف إلى:

"اتجاهات طلبة الإعلام في الجامعات الأردنية نحو متابعة الفيديوهات الرقمية القصيرة المنشورة عبر منصة (+AJ) عربي في موقع فيسبوك"، ويتفرع عن هذا الهدف الرئيس مجموعة من الأهداف الفرعية تتمثل باللآتي:

**1.** التعرّف إلى أنماط وعادات وحجم تعرض طلبة الإعلام في الجامعات الأردنية نحو الفيديوهات الرقمية القصيرة المنشورة عبر منصة (+AJ) عربي في موقع فيسبوك.

**2.** التعرف إلى أسباب متابعة طلبة الإعلام في الجامعات الأردنية للفيديوهات الرقمية القصيرة المقدمة عبر منصة (+AJ) عربي في موقع فيسبوك وأسلوب تفاعلهم معها.

**3.** التعرف إلى اتجاه طلبة الإعلام في الجامعات الأردنية نحو الفيديوهات الرقمية القصيرة المنشورة عبر منصة (+AJ) عربي في موقع فيسبوك.

**4.** استكشاف أهم عناصر الجذب المستخدمة في منصة (+AJ) عربي في عرضها للفيديوهات الرقمية القصيرة عبر موقع فيسبوك.

**5.** التعرف إلى أهم المضامين الأكثر تداولًا للفيديوهات الرقمية لمنصة (+AJ) عربي في موقع فيسبوك بين طلبة الإعلام في الجامعات الأردنية.

6. التعرف إلى الآثار التي تتحقق من خلال متابعة طلبة الإعلام في الجامعات الأردنية نحو الفيديوهات الرقمية القصيرة المنشورة عبر منصة (+AJ) عربي في موقع فيسبوك.

**تساؤلات الدراسة:**

في ضوء مشكلة الدراسة وأهميتها وأهدافها رُكّزت تساؤلات الدراسة في التساؤل الرئيس الآتي: **ما اتجاهات طلبة الإعلام في الجامعات الأردنية نحو متابعة الفيديوهات الرقمية القصيرة المنشورة عبر منصة (+AJ) في موقع فيسبوك؟**

وقد انبثق عن هذا السؤال مجموعة من التساؤلات الفرعية الخاصة باتجاهات عينة الدراسة نحو الفيديوهات الرقمية لمنصة (+AJ) عربي، **وجاءت التساؤلات على النحو الآتي:**

**1.** ما أنماط وعادات وحجم تعرض طلبة الإعلام في الجامعات الأردنية نحو الفيديوهات الرقمية القصيرة المنشورة عبر منصة (+AJ) عربي في موقع فيسبوك؟

**2.** ما أسباب متابعة طلبة الإعلام في الجامعات الأردنية للفيديوهات الرقمية القصيرة المقدمة عبر منصة (+AJ) عربي في موقع فيسبوك وأسلوب تفاعلهم معها؟

**3.** ما اتجاهات طلبة الإعلام في الجامعات الأردنية نحو الفيديوهات الرقمية القصيرة المنشورة عبر منصة (+AJ) عربي في موقع فيسبوك؟

**4.** ما أهم عناصر الجذب المستخدمة في منصة (+AJ) عربي في عرضها للفيديوهات الرقمية القصيرة عبر الفيسبوك ؟

**5.** ما أهم المضامين الأكثر تداولًا للفيديوهات الرقمية لمنصة (+AJ) عربي في موقع فيسبوك بين طلبة الإعلام في الجامعات الأردنية؟

**6.** ما الآثار التي تتحقق من خلال متابعة طلبة الإعلام في الجامعات الأردنية للفيديوهات الرقمية القصيرة المنشورة عبر منصة (+AJ) عربي في موقع فيسبوك؟

**مصطلحات الدراسة ومفاهيمها:**

**الاتجاهات اصطلاحًا:** يُعرف الاتجاه بأنه "تنظيم إدراكي يتمثل في استجابات ثابتة نسبيًا تعبر عن موقف معين تجاه موضوع معين، وهو يتمثل في ردود أفعال تعكس المفاهيم التقييمية، ومعتقدات الفرد التي تعلمها من صفات أو موضوع أو فئة من الموضوعات الاجتماعية، فهي تمثل نزعته للاستجابة إلى حادث معين أو فكرة معينة بطريقة محددة سلفًا، وتقوم على تنظيم السلوك الذي يتضمن جوانب وجدانية ومعرفية لنماذج معينة من السلوك، وهذه الاستجابات هي نظام ثابت من التقييمات الإيجابية أو السلبية"[16].

**وتعرف الاتجاهات إجرائيًا:** بأنّها ردود أفعال وتوجهات وتطلعات طلبة الإعلام في الجامعات الأردنية نحو الفيديوهات الرقمية القصيرة، سواء بدعم أو معارضة بدرجة ما، من خلال ما يتعرضون له من محتوى صحفي عبر منصة (+AJ) عربي.

**طلبة الإعلام في الجامعات الأردنية "إجرائيًا":** ويقصد بهم الطلبة المتخصصون في مجال الصحافة والإعلام بكليات الإعلام بالجامعات الأردنية، سواء الحكومية أو الأهلية في مرحلتي الدراسات العليا والبكالوريوس التي تتروح أعمارهم ما بين (18 – 34) عامًا.

**الفيديوهات الرقمية القصيرة "اصطلاحًا":** "هو قالب تحريري هجين متعدد الوسائط يعرض بصيغة الفيديو الرقمي، ويتألف من أكثر من عنصرين من عناصر الوسائط المعلوماتية الأساسية التي تشمل: (الصور الثابتة– النصوص– الخرائط– لقطات الفيديو الحي– الرسوم البيانية– الرموز البصرية– التعليق الصوتي– رسوم جرافيك– الرسوم المتحركة)، ويُربط بينها من خلال الوسائط المعلوماتية المساندة والتي تشمل: (المؤثرات الصوتية– الموسيقا الخلفية– المؤثرات البصرية– الحركة Animation)، وذلك في إطار سياق تسلسل سردي بصري خطي"[7].

**وتعرف الفيديوهات الرقمية القصيرة "إجرائيًا":** بأنّها فيديوهات رقمية تبنى عن طريق السرد القصصي الرقمي، وتتضمن خلق قصص رقمية لمختلف القضايا التي تخاطب أكثر من حاسة لدى المتلقي، التي تساعد بدورها على زيادة الفهم والتذكر لدى المشاهد، بحيث تعرض بطريقة جذابة، ولا تتجاوز مدة الفيديو الواحد عن (120) ثانية في أغلب الأحيان.

**منصة (+AJ) عربي:** "مساحة رقمية تهتم بعرض أحداث آنية، ومواضيع من وحي الواقع العربي المعاصر، بطريقة مميزة ومؤثرة ضمن قالب صحفي مبتكر يحفّز الحوار والتفاعل البنّاء في المجتمع"[3].

**موقع فيسبوك "اصطلاحاً":** "هو شبكة عبر الإنترنت تسهّل تبادل المعلومات، وتفاعل المستخدمين بواسطة تكنولوجيا الاتصال المستندة إلى الويب، والتي تقوم بتخزين البيانات والمعلومات الإلكترونية ونقلها وتبادلها، وتتيح التفاعل بين الأفراد، وتوفر للمستخدمين إمكانية العثور على آخرين يشتركون في نفس المصالح"[25].

**ويعرف موقع الفيس بوك " إجرائياً ":** بأنه شبكة اجتماعية يستخدم من قبل كافة فئات المجتمع خاصة شريحة الشباب، ويتميز بالتفاعلية وسرعة الوصول إلى المعلومات؛ الأمر الذي جعله يستقطب ملايين المستخدمين في العالم، إذ إنه يتيح الانتشار الواسع للفيديو، ومن خلاله نستطيع التعرف إلى الاتجاهات، وأهم ما يميزه بانه يشجع المحتوى

القصير الذي انعكس على منصة (+AJ) عربي عن طريق الفيديوهات الرقمية.

**النظرية المستخدمة:**

**نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام (Media Dependency Approach)**

تهتم نظرية الإعتماد على وسائل الإعلام (Media Dependency) بمجالات البحث في تشكيل الاتجاهات، فقد تعرضت معظم الدراسات العربية لهذه النظرية وجعلتها مرتكزًا للبحث في عدد من المواقف المشابهة، إذ إن التراكم المعرفي في مجال الاتجاهات، ساهم في بلورة أطر نظرية تستفيد منها المجتمعات في التعامل مع هذا الموضوع، فنظرية الاعتماد على وسائل الإعلام من نظريات التأثير الإعلامي المعتمدة في هذا النوع من الدراسات، وهي تفترض أن الجمهور يلجأ إلى وسائل الإعلام لتلبية حاجاته في الحصول على المعرفة وبناء مواقفه السلوكية في ظروف معينة، فكلما زادت درجة عدم الاستقرار في المجتمع، زاد تعرض الجمهور لوسائل الإعلام"[17].

وتعود بداية الكتابة في هذه النظرية إلى (ديفلير وروكيتش) من خلال تقديمه أنموذج الاعتماد على وسائل الإعلام لأول مرة عام (1976)، إذ يعّد هذا الأنموذج من أبرز التحولات في مجال بحوث التأثير، من خلال وضعه لملامح محدده لبناء نظريات الإعلام التي تقدم نظرة شاملة لدور وسائل الإعلام في إطار ما يسمى بالنظريات المتكاملة[6].

ويتمثل الفرض الرئيس لنظرية الاعتماد في قيام الفرد بالاعتماد على وسائل الإعلام لإشباع احتياجاته من خلال استخدام الوسيلة، وكلما أدّت الوسيلة دورًا مهمًّا في حياة الأشخاص، زاد تأثيرها وأصبح دورها أكثر أهمية ومركزية، وبذلك تنشأ العلاقة بين شدة الاعتماد ودرجة تأثير الوسيلة لدى الأشخاص[4].

ويرى عدد من الباحثين أن هذه النظرية تستند إلى مجموعة من الفروض الفرعية، أهمها[19]:

**1.** يرجع الاختلاف في درجة استقرار النظام الاجتماعي وتوازنه إلى التغيرات المستمرة، لذلك فإن الطلب على المعلومات والأخبار يزيد أو ينقص حسب الطلب على تلك الأخبار والمعلومات؛ لأن الأفراد يعتمدون أكثر على الإعلام في الحصول على المعلومات.

**2.** تتزايد حيوية النظام الإعلامي لأفراد المجتمع من اعتماد الجمهور على الإعلام لتلبية احتياجاته.

**3.** ستؤثر الاحتياجات المختلفة للجماهير وأهدافهم الشخصية والنفسية على اعتمادهم على وسائل الإعلام.

تبنى الباحثون هذه النظرية بناءً على حقيقة مفادها أن تشكيل الاتجاهات بين أفراد المجتمع يرجع إلى التفاعل المكثف مع (Facebook)، بوصفها المصدر الأساسي للحصول على المعلومات حول هذا الموضوع، مما يسمح للمنافسة الإعلامية بإظهار ما يساهم في اتجاهات أعضاء المجتمع التي تزداد فيها أهمية البعد الإعلامي، ويرجع ذلك إلى تصاعد الدور الذي تؤدّيه وسائل الإعلام في المجتمع من خلال توفير المعلومات ذات الصلة في شكل فيديوهات رقمية، ومن جهة أخرى بسبب اندفاع الجمهور نحو هذه الوسائل لإشباع حاجتهم، والتعطش للمعرفة التي توفرها هذه الوسائل.

**الدراسات السابقة:**

انسجامًا مع موضوع هذه الدراسة عرض الباحثون الدراسات السابقة العربية والأجنبية التي تناولت صحافة الفيديو المقدمة في المنصات الإعلامية من جهة، والدراسات المرتبطة باتجاهات الطلبة نحو مواقع التواصل الاجتماعي من جهة أخرى، وفقًا للتسلسل الزمني لها من الأحدث إلى الأقدم، وعلى النحو الآتي:

**أولًا:** الدراسات التي تناولت الفيديوهات الرقمية كخدمة إعلامية جديدة مقدمة عن طريق شبكات التواصل الاجتماعي:

**1. دراسة كريكين (2018) (Krieken) بعنوان "التقينات السردية التي تُوظف لتقديم القصص الصحفية المتعددة الوسائط"[12]:**

هدفت الدراسة التعرف إلى كيفية توظيف النصوص، والصور، والفيديو، والصوت، والرسوم المتحركة لدمج المتلقي في تفاصيل الخبر وأحداثه. وقد طبّقت الدراسة منهج دراسة الحالة لقصة إخبارية نُشرت في الموقع الإلكتروني لصحيفة (NEW YORK TIMES)، وأظهرت النتائج أنه يُعاد بناء تفاصيل مشاهد الخبر بشكل واضح؛ من خلال مزيج من النصوص والصور والفيديوهات والرسوم، بحيث يتم التعبير عن بنية الحدث الأساسية من خلال توظيف النص والصور، بينما يتم بناء وجهات نظر الأطراف الفاعلة في الحدث من خلال استخدام مجموعات من النصوص القصيرة، ولقطات الفيديو، واللقطات الصوتية، كما أظهرت النتائج أيضًا أنّه على الرغم من أنّ النص لا يزال تقنية أساسية من تقنيات السرد، لكن لا بد من تكامله مع باقي الأشكال والأنماط الأخرى للوسائط المتعددة.

**2. دراسة بيسوناوث (2017) (Bissonauth) بعنوان "رؤية حديثة حول صحافة فيديو 360 درجة "[8]:**

ناقشت الدراسة التحول في أساليب سرد القصص الإخبارية المنشورة عبر الإنترنت وطرقها، استنادًا إلى التغير في طريقة استهلاك الجمهور، والذي أصبح يميل إلى استخدام أجهزة الهواتف المحمولة، والأجهزة اللوحية في التعرض للمحتوى البصري، خاصة المحتوى الذي يأخذ شكل مقاطع الفيديو، فمع هذا التطور والتحول في الاستهلاك للأخبار ظهرت تقنيات جديدة ذات اعتبارات مختلفة لسرد المضمون الإخباري ونقله، وفي سياق هذه التقنيات ظهرت تقنية تصوير الفيديو (360) درجة، والذي يعدُّ تحولًا وابتكارًا في أسلوب السرد المرئي للأخبار المنشورة على شبكة الإنترنت، كما عرضت الدراسة أيضًا

للجوانب الفنية المرتبطة باستخدام هذه التقنية، إضافة إلى ما يرتبط بهذا الأسلوب من جوانب أخلاقية.

**3. دراسة كالوجيروبولوس، وشيروبيني، ونيومان (2016), (Newman ،Kalogeropoulos Cherubini) بعنوان: "الفيديوهات الإخبارية الأكثر جذباً للجمهور وطبيعة القيم التي تؤثر في ذلك"[11]:**

اعتمدت الدراسة على أداة المقابلة لـ (30) مسؤولًا في المؤسسات الإخبارية، موزعين على (26) دولة في أوروبا وأمريكا الشمالية، كما اعتمدت على تطبيق استطلاع أظهرت نتائجه أن نسبة مشاهدي الفيديوهات الاخبارية مثلت (75%) ممن شملهم الاستطلاع، فيما أبدى (2.5%) من مستخدمي المواقع الإخبارية عدم اهتمامهم بمتابعتها، وأظهرت نتائج الدراسة أن نسبة مشاهدة الفيديوهات الإخبارية قد تضاعفت من (10%) في الأوضاع العادية لتصل إلى (22%) بعد وقوع هجمات باريس الإرهابية، وحول مواصفات الفيديوهات أظهرت النتائج أن الفيوديوهات القصيرة التي لا تتجاوز الدقيقة وبدون صوت حقيقي للأحداث مع وجود عناوين ومعلومات فرعية تشرح بعض زوايا الأحداث، كانت هي الأعلى مشاهدة، وأشارت الدراسة إلى إمكانات التحول نحو السرد المتعدد الوسائط عبر الدمج بين عروض الشرائح المصورة والفيديو، إضافة إلى الاعتماد على الخاصية التفاعلية، بما يساهم في تقديم قصص إخبارية وبنائها بنحوٍ تلائم طبيعة شبكة الإنترنت.

**4. دراسة نادية مصطفى الشيخ (2013) بعنوان: "دوافع استخدام الشباب الجامعي لصحافة الفيديو والإشباعات المتحققة منها"[21]:**

هدفت الدراسة التعرّف إلى استخدامات الشباب الجامعي لصحافة الفيديو، والإشباعات المتحققة؛ منها من خلال الكشف عن المضامين الأكثر تداولًا بين الشباب الجامعي عبر هذه الخدمة، والتوصل إلى دوافع استخدام الشباب الجامعي لصحافة الفيديو، وتنتمي هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية، وتعتمد على استخدام منهج المسح الإعلامي، وقد تمثّل مجتمع الدراسة في الشباب الجامعي بالجامعات الحكومية والخاصة، وتكوّنت العينة من (400) مفردة، وتم إعداد استمارة الاستبيان لجمع المعلومات على عينة الدراسة، وتوصلت الدراسة إلى أن نسبة من يتابعون مقاطع الفيديو التي تنتجها مواقع الصحف الإلكترونية على الإنترنت بلغت (11.98%)، كما جاءت الأحداث السياسية في مقدمة الموضوعات التي يفضل المبحوثون مشاهدتها على صحافة الفيديو بوزن مئوي مقداره (16.14%).

**5. دراسة أسماء مسعد عبد المجيد (2011) بعنوان: "اعتماد الشباب المصري على مضامين ملفات الفيديو على الإنترنت في متابعة الأحداث المحلية "[2]:**

هدفت الدراسة التعرّف إلى مضامين ملفات الفيديو على الإنترنت في متابعة الأحداث المحلية من خلال موقع الفيديو التشاركي ( يوتيوب)، وركزت الدراسة على الفيديوهات المتعلقة بأحداث مهمة، منها: الفتنة الطائفية، والتعدي على أقسام الشرطة، واعتمدت الدراسة على: منهج المسح بالعينة، وتحليل مضمون بعض ملفات الفيديو، واستخدمت استمارة استبيان، وطبقت على عينة عمدية من مستخدمي موقع اليوتيوب قوامها (400) مفردة أعمارهم من 20 إلى أقل من 40 سنة، وتوصلت الدراسة إلى أن موقع اليوتيوب حصل على زيادة في تفضيلات الجمهور لمتابعة ملفات الفيديو بنسبة بلغت (53.3%)، تلاه موقع جوجل (GOOGLE)، ثم الياهو (Yahoo) في المرتبة الثالثة. وتعتمد الملفات المنتشرة على مواقع الفيديو على الإنترنت الخاصة بالأخبار والأحداث على نوعين: إما مقاطع وأجزاء من برامج التليفزيون، وإما أفلام قصيرة يقوم بتصويرها الأفراد لهدف وغرض محدد، مثل: (ما يصوره المدونون لخدمة قضايا يتابعونها)، أو بدون هدف مثل: ما يصوره الأفراد العاديون من أحداث تصادفهم في الشارع.

**6. دراسة بول (2009) (Paul Eschenhagen) "إمكانات الصحافة الجديدة والوصف الوظيفي لصحفي الفيديو"(20):**

بحثت الدراسة بكيفية استخدام الوسيلة الإعلامية الجديدة التي تعرف بصحافة الفيديو، وماهية الإمكانات الجديدة للصحافة التليفزيونية، والمنافسة بينها وبين صحافة الفيديو كتقنية رقمية جديدة. وتعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية التي تعتمد على منهج المسح بالعينة كمنهج للدراسة، وقد اعتمد الباحث في الحصول على نتائج الدراسة على مجموعة من المقابلات المباشرة وغير المباشرة مع مجموعة من صحفيي التليفزيون، وصحفيي الفيديو، وبعض مديري المشاريع؛ وذلك من أجل الوصول لآرائهم فيما يتعلق بمستقبل الصحافة التليفزيونية بوجود صحافة الفيديو كتقنية رقمية جديدة ومدي المنافسة بينهم، وقد توصلت الدراسة إلى تأكيد جودة المنتجات الصحفية ومضمونها، حيث يحمل صحفي الفيديو من وجهة نظر أفراد العينة، البرنامج التليفزيوني بالفيديوهات والقصص الإخبارية التي تتميز بحسن المستوى، والجودة الشاملة، والأصالة، حيث يهدف مشروع صحافة الفيديو إلى إثراء الإذاعة والتليفزيون من مساهماتها المختلفة نحو إنتاج القصص الواقعية، واتّفق الجميع على أن صحافة الفيديو بمختلف قصصها ورواياتها تعمل على توثيق العلاقة بين الصحفي وبطل الرواية.

**7. دراسة ماري بوك (2009) (Mary Book Angela) بعنوان: "(رجل الفريق الواحد المحرر والمنتج لصحافة الفيديو)"[9].**

أكّدت الدراسة على الفكرة القائلة بأنّ صحافة الفيديو هي ممارسة أخبار الفيديو وإنتاجها، وتتم من قبل شخص واحد يتكفل بكتابة القصة الإخبارية وتحريرها، باستخدام التكنولوجيا الرقمية ونشرها عبر الإذاعة أو الإنترنت على نطاق واسع، كما تعتمد على إجابة السؤال أين وكيف تؤثر صحافة الفيديو على عمليات جمع الأخبار والقصص التي ستفسر عنها؟ وتقف كذلك على الدوافع الاقتصادية والتكنولوجية التي

من خلالها تعمل على تنمية صحافة الفيديو. وتُعد هذه الدراسة من الدراسات الميدانية التي تستخدم المنهج الوصفي في الوصول إلى النتائج؛ من خلال جمع البيانات عن طريق مجموعة من اللقاءات والملاحظات التي تمكّن الباحث من جمعها من الصحفيين في محطات التليفزيون وشبكات الراديو وغيرها، مثل ورش العمل، وتوصلت الدراسة إلى أن صحفيي الفيديو يتميزون بسرد القصص الخبرية عن غيرهم، وبينت الدراسة قلة القيود والتعارضات التي تُعرقل إنتاج القصة الإخبارية، وأنّ صحافة الفيديو تخلق أنماطًا في سرد القصة الإخبارية عن الطريقة الكلاسيكية المعروفة.

**8. دراسة أوستروسكي (Ostrowski.R Jeffey) (2008) بعنوان: "توصيف فيلم فيديو اجتماعي"[10]:**

هدفت الدراسة التعرّف إلى ملامح مقاطع الفيديو في المواقع الاجتماعية، وقد اعتمدت الدراسة على منهج المسح بالعينة لمقاطع الفيديو الأكثر مشاهدة على اليوتيوب وجوجل، وتوصلت في نتائجها إلى أن مقاطع الموسيقا والكوميديا والتسلية من أشهر المقاطع التي تتم مشاهدتها في تلك المواقع، ولوحظ أن يومي الجمعة والسبت من أكثر الأيام التي يشاهد فيها المستخدمون مقاطع الفيديو، وأن المقاطع الموسيقية من أكثر المقاطع التي تحظى بشعبية واسعة في أمريكا اللاتينية، وجزر الكاريبي، وأمريكا الشمالية، وغرب أوروبا.

**ثانيًا:** الدراسات المرتبطة بعلاقة اتجاهات الطلبة نحو مواقع التواصل الاجتماعي وتطبيقاتها:

**9. دراسة الشوابكة، وفاضل (2017) بعنوان: "اتجاهات طلبة الجامعة الأردنية نحو مواقع التواصل الاجتماعي كمصادر للمعلومات في العملية التعليمية التعلمية"[22]:**

هدفت الدراسة التعرّف إلى اتجاهات طلبة الجامعة الأردنية نحو مواقع التواصل الاجتماعي كمصادر للمعلومات في العملية التعليمية التعلمية، واستقصاء أثر متغيرات الجنس والكلية والمستوى الدراسي وعدد مرات الاستخدام في هذه الاتجاهات، وقد وزعت استبانه تتألف من (30) فقرة تنتمي إلى خمسة مجالات على عينة من الطلبة مكونة من (480) طالباً وطالبة، استجاب منهم (478) بنسبة بلغت (99.8%)، وأشارت النتائج إلى أنّ اتجاهات الطلبة نحو استخدام المواقع كانت إيجابية وبدرجة عالية، غير أن اتجاهاتهم نحو دور المواقع في العملية التعليمية التعلمية كانت إيجابية بدرجة متوسطة، كما أشارت النتائج إلى عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين المتوسطات الحسابية للمستجيبين في جميع مجالات الدراسة تعزى لمتغير الكلية، في حين تبين أن هناك فروقًا تعزى لمتغيرات الجنس، والمستوى الدراسي، وعدد مرات الاستخدام في بعض مجالات الدراسة، وفي ضوء النتائج تم تقديم مجموعة من التوصيات .

**10. دراسة عبد الامير (2016) بعنوان: " اتجاهات أساتذة الجامعات نحو دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام الإلكتروني ازاء الازمات الأمنية"[1]:**

هدفت الدراسة التعرف إلى اتجاهات الأساتذة الجامعيين نحو دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام الإلكتروني تجاه الأزمات الأمنية التي يشهدها المجتمع العراقي، حيث تُمثل مواقع التواصل الاجتماعي واحدة من التقنيات الاتصالية الحديثة التي ساهمت في التعبير عن اتجاهات الرأي العام تجاه مختلف الأحداث والأزمات، ومن أهمها الأزمة الأمنية التي تتسم بقدرتها على التأثير في الحياة المجتمعية للجمهور، ومن أجل التعرف إلى دورها في مجال تشكيل الرأي لدى طبقة مثقفة من الجمهور، تتميز بأنها على مستوى عالٍ من المعرفة والثقافة، ولها خبرة في مجال التعامل مع وسائل الإعلام، وتمتاز بأنها جمهور نشط في استخدام مواقع التواصل الاجتماعي، وتبدي رأيها بشأن المواقف والأحداث والأخبار المنشورة فيه تعبيرًا عن اتجاهها وتعاطفها مع الحدث أو الموقف، لذلك تمت صياغة عدد من الأسئلة تضمنتها استمارة الاستبيان لتحقيق هدف الدراسة، وقد وزّعت استمارة الاستبيان على (112) مفردة من مجتمع الدراسة من مختلف التخصصات والألقاب العلميّة، وقد أظهرت نتائج البحث بأنّ النخبة الأكاديمية تستخدم الفيس بوك بنسبة مئوية بلغت (92%)، وأغلبية النخبة الأكاديمية (عينة البحث) تستخدم مواقع التواصل الاجتاعي بواقع ثلاث ساعات يوميًّا.

**11. دراسة سهيلة (2014) (24) بعنوان "الاتجاهات النفسية والاجتماعية للطلبة الجامعيين نحو شبكات التواصل الاجتماعي الفيسبوك":**

هدفت الدراسة التعرف إلى طبيعة الاتجاهات النفسية والاجتماعية للطلبة بجامعة محمد خيضر بسكرة نحو شبكة التواصل الاجتماعي "الفيسبوك"، وقد طبقت الدراسة على طلبة جامعة محمد خيضر بسكرة بجميع كلياتها الموزعة على الجامعة المركزية، والقطب الجامعي بالحاجب، والقطب الجامعي بشتمة، وتمثل المجال البشري في طلبة التدرج (الليسانس والماستر) للسنة الجامعية (2011–2012)، وقد اعتمدت الباحثة في دراستها على المنهج الوصفي بأسلوبه المقارن؛ لأنه يمكّن من الكشف على نوع الاتجاهات النفسية والاجتماعية التي يحملها طلبة جامعة محمد خيضر نحو شبكات التواصل الاجتماعي الفيسبوك، وتوصلت الباحثة من خلال هده الدراسة الى أنّ هناك فروقًا ذات دلالة إحصائية في الاتجاهات النفسية للطلبة تعزى لمتغير: (الجنس –سنوات الاستخدام وساعاته) نحو الفيسبوك .

**12. دراسة معتوق (2013) بعنوان "اتجاهات استخدام طلاب قسم علم المعلومات بجامعة أم القرى لمواقع التواصل الاجتماعية دراسة تحليلية"[18]:**

هدفت الدراسة إلى قياس حجم استخدام طلاب وطالبات قسم علم المعلومات بجامعة أم القرى لمواقع التواصل الاجتماعي، وقد تم تطبيق الدراسة على مجتمع الدراسة خلال العام الدراسي (2012–2013)، ولتحقيق هذا الهدف استخدم الباحث المنهج الوصفي التحليلي مستعينًا بالاستبانة الإلكترونيّة، وكان من نتائج الدراسة: أن غالبية مجتمع الدراسة أي بنسبة (94%) تستخدم مواقع التواصل الاجتماعي، وقد بينت النتائج أن ثلثي العينة يستخدمون مواقع مختلفة من الشبكات الاجتماعية خاصّة موقع (YouTube)، كما توصلت الدراسة إلى أن الهواتف الذكية جاءت في المرتبة الأولى كإحدى أدوات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي، أما عن غرض استخدام مواقع التواصل الاجتماعي فكانت اغراض الغالبية التواصل مع الأصدقاء.

**التعليق على الدراسات السابقة:**

باستعراض الدراسات السابقة للدراسة الحاليّة، يتضح للباحثين أنها جاءت متنوعة من حيث الاهتمام والهدف والإجراءات المنهجية، فهي تلقي الضوء على كثيرٍ من المعالم التي تفيد البحث، كما تُبرز نوع العلاقات بين الدراسات مع بعضها بعضًا، وعلاقتها بالبحث الحالي؛ مما ينير الطريق أمام الباحثين لتحديد خطة البحث، وعينة الافراد، واختيار أدوات الدراسه، والإلمام بالتراث النظري حول موضوع بحثه.

**أوجه الاتفاق والاختلاف مع الدراسات السابقة:**

من خلال الاطلاع على الدراسات السابقة، ومقارنتها بمشكلة الدراسة وأهدافها وتساؤلاتها، وجد الباحثون الآتي:

**1.** تتفق الدراسة الحاليّة مع جميع الدراسات الإعلامية المذكوره في انتمائها إلى البحوث الوصفية.

**2.** تتفق الدراسة الحاليّة مع جميع الدراسات الإعلامية المذكورة في استخدامها منهجا مسحيًّا، واختلفت مع دراستي "كريكين (2018)" و"سهيلة (2014)" التي استخدمت منهج دراسة الحالة، والمنهج المقارن.

**3.** تتفق الدراسة الحاليّة مع جميع الدراسات الإعلامية المذكورة في استخدام الاستبيان كأداة لجمع البيانات، واختلفت مع دراسة "ماري بوك (2009)" التي استخدمت اللقاءات والملاحظات، ودراسة "بول (2009)" التي استخدمت المقابلات المباشرة وغير المباشرة، ودراسة "كالوجيروبولوس وآخرون (2016)" التي استخدمت أداة المقابلة، ودراسة "كريكين (2018)" المعتمدة على الملاحظة كأداة رئيسة لجمع المعلومات والبيانات من مجتمع الدراسة.

**4.** اختلفت الدراسة الحالية عن الدراسات السابقة في عينة الدراسة، المتمثلة في "طلبة الإعلام في الجامعات الأردنية"، والتي تستهدف كيفية استهلاك المنتج الإعلامي على منصة (+AJ) واتجاهاتهم نحوها، فيما شكلت السردية القصصية وبناؤها وتحليلها والإبهار البصري العينة الأبرز في مختلف الدراسات السابقة.

**5.** تبين للباحثين قلة الدراسات التي تناولت الصحافة الرقمية أو الفيديوهات الرقمية القصيرة المنشورة عبر المنصات الرقمية، ولعل هذه النقطة تعزز أهمية موضوع الدراسه الحالية الذي ينفرد بتركيزه على الفيديوهات الرقمية المقدمة عبر منصة (+AJ) عربي على موقع الفيسبوك.

**6.** عدم وجود دراسات عربية تناولت اتجاهات طلبة الإعلام في الجامعات الأردنية الأهلية والحكومية للفيديوهات الرقمية المقدمة عبر منصة (+AJ) عربي التفاعلية.

**نوع الدراسة ومنهجها:**

تُعد هذه الدراسة من البحوث الوصفية التي تعتمد على منهج المسح؛ وذلك بهدف التعرف إلى "**اتجاهات طلبة الإعلام في الجامعات الأردنية نحو متابعة الفيديوهات الرقمية القصيرة المنشورة عبر منصة (+AJ) عربي في موقع فيسبوك** "، من خلال دراسة البيانات الواردة في الاستبيان وتحليلها للإجابة عن تساؤلات الدراسة وصولاً للنتائج المتوخاة.

إن مفهوم البحوث الوصفية يرتبط بدراسة واقع الأحداث والظواهر والمواقف والآراء وتحليلها وتفسيرها؛ بغرض الوصَول إلى استنتاجات مفيده لتصحيح هذا الواقع أو تحديثه أو استكماله أو تطويره، بحيث تمثل هذه الاستنتاجات فهمًا حاضرًا يستهدف توجيه المستقبل.

وتتجه البحوث الوصفية إلى وصف ما هو كائن وتفسيره، وتهتم بتحديد الظروف والعلاقات التي توجد بين الوقائع، كما تهتم في تحديد الممارسات الشائعة أو السائدة والتعرف إلى المعتقدات والاتجاهات عند الأفراد والجماعات، وتسعى البحوث الوصفية إلى وصف محتوى الظاهره والمضمون الصريح لمحتوى المادة المراد تحليلها تلبيةً لاحتياجات بحثية مصوغة في تساؤلات الدراسة وفروضها، التي حددها الباحثون بعد دراسه عميقه لمشكلة البحث، وذلك بهدف استخدام البيانات المستخرجة لوصف التوجّهات الاتصالية التي تعكس السلوك الاتصالي للقائمين بالاتصال، أو التعرف إلى مقاصد القائمين بالاتصال، وذلك بشرط أن تتم عمليه التحليل بصيغة منتظمه وفق أسس منهجية ومعايير موضوعية، وأن يستند الباحث في عمليه جمع البيانات وتحليلها على الأسلوب الكمي بصفة أساسية[14].

## مجتمع الدراسة وعينتها:

### مجتمع الدراسة:

تمثل مجتمع الدراسة من جميع طلبة كليات الإعلام في الجامعات الأردنية الحكومية والأهلية للعام الدراسي (2021/2020) من طلبة البكالوريوس والدراسات العليا والبالغ عددهم (2016) طالبًا وطالبة، وفقا لتقارير لهيئة اعتماد مؤسسات التعليم العالي وضمان جودتها[26].

**عينة الدراسة:**

تكونت عينة الدراسة من (300) مفردة بواقع (150) مفردة لجامعة اليرموك بوصفها جامعة حكوميّة، و(150) مفردة لجامعة الشرق الأوسط بوصفها جامعة أهلية، وقد مثلت العيّنة وفقًا لأسلوب العينات العشوائية الطبقية، وطريقة العينة العشوائية لا تخضع لقانون الاحتمال أو (الصدفة)، وهي تضمن لكل مفردة من مفردات المجتمع الأصلي فرصًا متكافئة في الاختيار لتكون عضوًا في العينة[14].

والعينة العشوائية الطبقية في الدراسة الحالية يمكن أن تكون أقرب لتمثيل مجتمع الدراسة؛ لأنها لا تعتمد على الانتقاء أو الصدفة، وبذلك ستكون نتائجها صالحة للتعميم على مجتمع الدراسة كاملًا؛ لأّن الطريقة الطبقية تتيح المجال أمام كل فئات مجتمع الدراسة ليكونوا ممثلين في العينة؛ لأنّ مجتمع الدراسة نفسه يتكون من طبقات هي: طبقة النوع الاجتماعي: ذكور وإناث، وطبقات السنة الدراسية: وتتألف من أربع فئات حسب السنوات الدراسية الأربع، بالإضافة إلى طبقة الدراسات العليا.

**أداةُ الدراسة:**

اِعتُمد في هذه الدراسة بشكل رئيس على صحيفة الاستقصاء "الاستبانة" لجمع المعلومات والبيانات، حيث صُممت لتناسب أغراض الدراسة وأسئلتها، من خلالها يتم جمع معلوماتٍ تتعلق بآراء أفراد عينة الدراسة واتجاهاتهم: (طلبة الإعلام جامعة اليرموك، وطلبة الإعلام جامعة الشرق الأوسط) في موضوع الدراسة، وكذلك معلومات تتعلق بعادات الاتصال لديهم، وقد صمّم الاستبيان بالاعتماد على الأدب النظري السابق، وتكوّن من الجزأين الآتيين:

**الجزء الأول:** يتناول خصائص أفراد العينة المتعلقة بـ (النوع الاجتماعي، العمر، المستوى الدراسي، الجامعة).

**الجزء الثاني:** يتكون من مجموعة من الفقرات أو العبارات (Items) التي تتوزّع على عدّة محاور، بحيث تجيب عن مشكلة الدراسة وأسئلتها وصولًا إلى أهدافها.

**إجراءات الصدق والثبات:**

**صِدق الأداة:**

**أولًا: الصدق الظاهري:**

وقد تم اختبار الصدق الظاهري عن طريق الأخذ بآراء المحكمين وملاحظاتهم حول الاستبانة التي تم تقديمها؛ وذلك بهدف التعرف إلى الأسئلة المرتبطة مع بعضها بعضًا، وللتأكد أيضًا من مدى اتساق إجابة أفراد عينة الدراسة حتى تعكس أهداف الدراسة وتساؤلاتها، حيث عرضت الاستبانة على ذوي الخبرة والاختصاص، وعلى مجموعة من المحكمين من المختصين؛ وذلك لإجراء التعديلات المقترحة من قبلهم قبل توزيعها على عينة الدراسة، وقد أخرجت الاستبانة بصورتها النّهائيّة بعد الأخذ بآراء المحكمين.

**ثبات الأداة وصدق القياس:**

**الاتساق الداخلي (Internal Validity):**

وهو مدى اتّساق كل عبارَة من عبارات الاستبانة مَع المَجال الّذي تنتمي إليه هذه العبارة، وذلك من خلال حساب معاملات الارتباط بين كل عبارة من عبارات مجالات الاستبانة، والدّرجة الكليّة للمجال نفسه.

وقد تم اختِبار ثبات الأداة بالاعتماد على معامل كرونباخ أَلفا (Cronbach's Alpha) للاتّساق الدّاخلي؛ وذلك للتّأكُد من مَدى صَلاحيّة الاستبانة كأداة لِجَمع البيانات اللّازِمة للدّراسة الحاليّة. حيث تكون النتيجة للمقياس مقبولة إذا كانت قيمة معامل كرونباخ ألفا أكبر من (Hair et al. 2006) (0.6) ، كما تدل على درجة ثبات أعلى لأداة الدّراسة كُلّما اقتَرَبَت قيمة معامل كرونباخ ألفا من (100%). ويوضح الجدول الآتي ذو الرقم (1) معاملات الثّبات لأداة الدّراسة وأبعادِها:

الجدول ذو الرقم (1) ثبات الأداة

| المحور | ثبات كرونباخ الفا |
|---|---|
| المحور الأول: أنماط وعادات وحجم تعرض طلبة الإعلام للفيديوهات الرقمية. | 0.83 |
| المحور الثاني: أسباب متابعة طلبة الإعلام مع الفيديوهات الرقمية وأسلوب تفاعلهم معها. | 0.80 |
| المحور الثالث: اتجاهات طلبة الإعلام نحو الفيديوهات الرقمية. | 0.82 |
| المحور الرابع: أهم عناصر الجذب المستخدمة في الفيديوهات الرقمية. | 0.81 |
| المحور الخامس: أهم المضامين الأكثر تداولًا للفيديوهات الرقمية بين طلبة الإعلام. | 0.80 |
| المحور السادس: الآثار المتحققة لدى طلبة الإعلام من متابعة الفيديوهات الرقمية عبر منصة (+AJ) | 0,77 |
| الدراسة ككل | 0.90 |

**الأساليب الاحصائية المستخدمة في الدراسة:**

استخدمت عدّة أساليب إحصائية لاستخراج النتائج باستخدام برنامج الحزم الإحصائية للعلوم الاجتماعية (SPSS)، وهي:

1. التكرارات والنسب المئوية والمتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية.
2. الرتبة لكل فقرة.
3. أختبار (كرونباخ ألفا) لقياس ثبات الدراسة.

**مناقشة النتائج والتحليل:**

اشتمل هذا الفصل على عرض نتائج الدراسة الميدانية وتحليلها ومناقشتها وفقًا لفرضيات الدراسة وأهدافها.

وبناء على البيانات التي تم الحصول عليها لتحديد (عنوان البحث)، بدأ الفصل بوصف عام لخصائص عينة الدراسة.

الجدول ذو الرقم (2) المعلومات الديموغرافية

| المعلومات الديموغرافية | | | |
|---|---|---|---|
| **الخصائص** | **العناصر** | **التكرارات** | **النسبة المئوية** |
| **الجنس** | **ذكر** | **104** | **37.6%** |
| | **انثى** | **196** | **62.4%** |
| | **المجموع** | **300** | **100%** |
| **المستوى الدراسي** | **سنة اولى** | **32** | **%10.2** |
| | **سنة ثانية** | **90** | **%30.0** |
| | **سنة ثالثة** | **58** | **%19.3** |
| | **سنة رابعة** | **66** | **%22.5** |
| | **دراسات عليا** | **54** | **%18.0** |
| | **المجموع** | **300** | **%100** |
| **الجامعة** | **اليرموك** | **150** | **%50** |
| | **الشرق الاوسط** | **150** | **%50** |
| | **المجموع** | **300** | **100%** |
| **العمر** | **من الفئة 18 إلى أقل من 22 عام** | **154** | **%50.1** |
| | **من الفئة 22 إلى أقل من 28 عام** | **120** | **%40.0** |
| | **من الفئة 28 إلى 34 عام** | **27** | **%9.9** |
| | **المجموع** | **300** | **%100** |

تبين من الجدول الآتي ذي الرقم (3) أن نسبة الذين أجابوا بأنهم يتعرضون للفيديوهات الرقمية لمنصة (+AJ) عبر الفيسبوك (84%) بدرجة احيانًا، كما تبين من الجدول نفسه أن طلبة الإعلام في الجامعات الأردنية يتعرضون دائمًا للفيديوهات الرقمية لمنصة (+AJ) عبر الفيسبوك بنسبة (15،4%)، ويتم التعرض للفيديوهات عن طريق الهاتف المحمول بنسبة (90.6%).

الجدول ذو الرقم (3) أنماط وعادات تعرض طلبة الإعلام للفيديوهات الرقمية

| المحور الأول: ما أنماط وعادات وحجم تعرض طلبة الإعلام في الجامعات الأردنية نحو الفيديوهات الرقمية القصيرة المنشورة عبر منصة عربي AJ+ في موقع فيسبوك: | | | |
|---|---|---|---|
| **الخصائص** | **العناصر** | **التكرارات** | **النسبة المئوية** |
| **مدى تعرضك للفيديوهات الرقمية عبر منصة +AJ في موقع فيسبوك؟** | نادرًا | 62 | 0.6% |
| | احيانًا | 192 | 84.0% |
| | دائمًا | 56 | 15.4% |
| **أتعرض للفيديوهات الرقمية لمنصة +AJ عبر الفيسبوك من خلال:** | الهاتف المحمول | 272 | 90.6% |
| | الحاسوب الشخصي | 16 | 5.0% |
| | التابلت | 8 | 2.6% |
| | أيبود | 4 | 1.8% |
| **ما عدد ساعات تعرضك للفيديوهات الرقمية لمنصة +AJعبر الفيسبوك؟** | أقل من ساعة | 210 | 70.0% |
| | من ساعة إلى أقل من ساعتين | 68 | 22.6% |
| | ساعتان فأكثر | 22 | 7.4% |

| | | | |
|---|---|---|---|
| **ما أنماط متابعتك للموضوعات المقدمة في الفيديوهات الرقمية لمنصة +AJ عبر الفيسبوك؟** | الصفحة الرسمية لمنصة (+AJ) على موقع فيسبوك | 290 | 96.7% |
| | الموقع الإلكتروني لمنصة +AJ | 10 | 3.3% |
| **ما الفترات المفضلة لديك لمشاهدة الفيديوهات الرقمية أثناء تصفحك +AJ لمنصة الفيسبوك؟** | الفترة الصباحية ( 6-12 ) | 16 | 5.3% |
| | فترة الظهيرة ( 12-2.30 ) | 20 | 6.7% |
| | الفترة المسائية ( 2.30-6 ) | 62 | 20.7% |
| | السهرة (ما بعد منتصف الليل) (6-12) | 82 | 27.3% |
| | لا يوجد وقت محدد | 120 | 40.0% |
| **ما عدد مرات تعرضك للفيديوهات الرقمية أسبوعيًا في موقع +AJ عبر منصة الفيسبوك؟** | مرة واحدة أسبوعياً | 54 | 18.0% |
| | مرتين أسبوعياً | 65 | 21.7% |
| | ثلاث مرات أسبوعياً | 71 | 23.7% |
| | أربع مرات أسبوعياً | 14 | 4.6% |
| | خمس مرات أسبوعياً | 18 | 6.0% |
| | عدة المرات في الأسبوع | 78 | 26.0% |

الجدول ذو الرقم (4) المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية للمحور الأول

| **ما أنماط وعادات وحجم تعرض طلبة الإعلام في الجامعات الأردنية نحو الفيديوهات الرقمية القصيرة المنشورة عبر منصة عربي +AJ في موقع فيسبوك:** | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|
| **البيانات** | **الوسط الحسابي** | **الانحراف المعياري** | **التكرارات** | **النسبة المئوية** | **الرتبة** |
| **ثقتي في مصدر الفيديو** | **2.006** | **0.618** | **56** | **18.7%** | **10** |
| | | | **186** | **62.0%** | |
| | | | **58** | **19.3%** | |
| **تتناول الموضوعات الجادة والمثيرة** | **2.173** ا | **0.631** | **38** | **12.7%** | **8** |
| | | | **172** | **57.3%** | |
| | | | **90** | **30.0%** | |
| **تقدم مواد أو موضوعات أكثر حداثة من الوسائل الأخرى** | **2.173** | **0.693** | **46** | **15.3%** | **5** |
| | | | **142** | **47.3%** | |
| | | | **112** | **37.3%** | |
| **معرفة ومتابعة كل ما هو جديد من أخبار العالم** | **2.220** | **0.689** | **50** | **16.7%** | **9** |
| | | | **150** | **50.0%** | |
| | | | **100** | **33.3%** | |
| **تعالج المحتوى الإعلامي بطرق غير تقليدية** | **2.240** | **0.692** | **44** | **14.7%** | **4** |
| | | | **140** | **46.7%** | |
| | | | **116** | **38.7%** | |
| **استخدامها العناصر التفاعلية والنصوص الفائقة من صوت وصورة وفيديو** | **2.320** | **0.637** | **28** | **9.3%** | **1** |
| | | | **148** | **49.3%** | |
| | | | **124** | **41.3%** | |

| | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|
| استخدامها التقنيات التكنولوجية الحديثة | 2.286 | 0.627 | 28 | 9.3% | 3 |
| | | | 158 | 52.7% | |
| | | | 114 | 38.0% | |
| الفيديو والصوت يعطيان القارئ المعلومات الحقيقية ويتيحان له تمثّل جو الحدث | 2.300 | 0.673 | 36 | 12.0% | 2 |
| | | | 138 | 46.0% | |
| | | | 126 | 42.0% | |
| تتوافق الموضوعات المطروحة في الفيديوهات مع اهتماماتي ورغباتي الإنسانية | 2.193 | 0.682 | 46 | 15.3% | 6 |
| | | | 150 | 50.0% | |
| | | | 104 | 34.7% | |
| استخدامها المؤثرات الصوتية الواقعية (غير صناعية) | 2.173 | 0.652 | 42 | 14.0% | 7 |
| | المجموع: | المجموع: | 164 | 54.7% | |
| | 2.207 | 0.687 | 96 | 31.3% | |

يبين الجدول ذو الرقم (4) أن الفقرة ذات الرقم (6) والتي تنص على: "استخدامها العناصر التفاعلية والنصوص الفائقة من صوت وصورة وفيديو"، حصلت على المرتبة الأولى من حيث الأهمية وذلك بمتوسط حسابي مقداره (2.320)، وهي تقع ضمن مستوى الأهمية المرتفعة، وانحراف معياري بلغ (0.637)، وفي المرتبة الثانية جاءت الفقرة ذات الرقم (8) والتي تنص على: "الفيديو والصوت يعطيان القارئ المعلومات الحقيقية ويتيحان له تمثّل جو الحدث"، بمتوسط حسابي مقداره (2.300)، وانحراف معياري بلغ (0.673)، وهي تقع ضمن مستوى الأهمية المرتفعة.

كما تبين أن أقل الفقرات أهمية كانت الفقرة ذات الرقم (1)، والتي تنص على "ثقتي في مصدر الفيديو"، وذلك بمتوسط حسابي مقداره (2.006)، وانحراف معياري بلغ (0.618)، وبدرجة أهمية مرتفعة. وبشكل عام تشير النتائج الإجمالية إلى وجود مستوى متوسط للمحور الأول: "ما أسباب متابعة طلبة الإعلام في الجامعات الأردنية نحو الفيديوهات الرقمية القصيرة المقدمة عبر منصة +AJ عربي في موقع فيسبوك وأسلوب تفاعلهم معها"، حيث بلغ مستوى الممارسة **(2.207)**، والانحراف المعياري للمجال ككل كان منخفضًا (0.687)؛ مما يشير إلى تقارب في الآراء، وعدم وجود تشتت كبير في الإجابات.

الجدول ذو الرقم (5) المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية للمحور الثاني

| المحور الثاني: ما أنماط وعادات وحجم تعرض طلبة الإعلام في الجامعات الأردنية نحو الفيديوهات الرقمية القصيرة المنشورة عبر منصة عربي +AJ في موقع فيسبوك: | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|
| البيانات | الوسط الحسابي | الانحراف المعياري | التكرارات | النسبة المئوية | الرتبة |
| التعليق وإبداء الرأي | 1.660 | 0.721 | 146 | 48.7% | 6 |
| | | | 110 | 36.7% | |
| | | | 44 | 14.6% | |
| الإعجاب بالموضوع | 2.153 | 0.692 | 52 | 17.3% | 1 |
| | | | 150 | 50.0% | |
| | | | 98 | 32.7% | |
| الإرسال إلى صديق | 1.746 | 0.635 | 108 | 36.0% | 4 |
| | | | 160 | 53.3% | |
| | | | 32 | 10.7% | |
| عمل مشاركة للموضوع نفسه | 1.706 | 0.728 | 136 | 45.3% | 5 |
| | | | 116 | 38.7% | |
| | | | 48 | 16.0% | |

| | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|
| الاحتفاظ بالموضوع عبر البريد الإلكتروني | 1.633 | 0.699 | 148 | 49.3% | 7 |
| | | | 114 | 38.0% | |
| | | | 38 | 12.7% | |
| قراءة التعليقات المصاحبة للمضمون المقدم | 2.133 | 0.711 | 58 | 19.3% | 2 |
| | | | 144 | 48.0% | |
| | | | 98 | 32.7% | |
| حفظها للاطلاع عليه لاحقًا | 1.860 | 0.733 | 104 | 34.7% | 3 |
| | المجموع: | المجموع: | 134 | 44.7% | |
| | 1.895 | 0.705 | 26 | 20.6% | |

يبين الجدول ذو الرقم (5) أن الفقرة رقم ذات الرقم (2) والتي تنص على: "الإعجاب بالموضوع "، حصلت على المرتبة الأولى من حيث الأهمية، وذلك بمتوسط حسابي مقداره (2.153)، وهي تقع ضمن مستوى الأهمية المرتفعة، وانحراف معياري بلغ (0.692)، وفي المرتبة الثانية جاءت الفقرة ذات الرقم (6) والتي تنص على "قراءة التعليقات المصاحبة للمضمون المقدم"، بمتوسط حسابي مقداره (2.133)، وانحراف معياري بلغ (0.711)، وهي تقع ضمن مستوى الأهمية المرتفعة.

كما تبين أن أقل الفقرات أهمية كانت الفقرة ذات الرقم (5)، والتي تنص على "ثقتي في مصدر الفيديو"، وذلك بمتوسط حسابي مقداره (1.633)، وانحراف معياري بلغ (0.699)، وبدرجة أهمية متوسطة. وبشكل عام تشير النتائج الإجمالية إلى وجود مستوى متوسط للمحور الثاني، حيث بلغ مستوى الممارسة (1.895)، والانحراف المعياري للمجال ككل كان منخفضًا (0.705)، مما يشير إلى تقارب في الآراء، وعدم وجود تشتت كبير في الإجابات.

الجدول ذو الرقم (6) المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية للمحور الثالث

| المحور الثالث: أي من العبارات الآتية تتوافق مع اتجاهاتك نحو الفيديوهات الرقمية لمنصة +AJ عبر الفيسبوك؟ | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|
| البيانات | الوسط الحسابي | الانحراف المعياري | التكرارات | النسبة المئوية | الرتبة |
| تحقق صحافة الفيديو الرقمية تنوعًا في المحتوى بداخلها بما يزيد من تأثيرها. | 2.293 | 0.650 | 32 | %10.7 | 4 |
| | | | 148 | %49.3 | |
| | | | 120 | %40.0 | |
| تتميز الفيديوهات بتقديمها رسائل إعلامية ذات امتدادات وروابط تفسيرية وتحليلية. | 2.346 | 0.634 | 26 | %8.7 | 2 |
| | | | 144 | %48.0 | |
| | | | 130 | %43.3 | |
| خصائص الرسالة الاتصالية في الفيديوهات الرقمية من (وضوح – تحديد – إيجاز – سهولة العرض – إدراك المعنى المطلوب) يزيد من إدراك الرسالة المقدمة. | 2.400 | 0.714 | 40 | %13.3 | 1 |
| | | | 100 | %33.3 | |
| | | | 160 | %53.4 | |
| الفيديوهات الرقمية التي تقدمها منصة +AJ تدعم حرية الاختيار والتعرض بما يتفق مع اهتمام المتلقي وتفضيله. | 2.346 | 0.612 | 22 | %7.3 | 3 |
| | | | 152 | %50.7 | |
| | | | 126 | %42.0 | |
| تتسم الفيديوهات الرقمية المقدمة عبر منصة +AJ بالتوازن والحياد، الوضوح، الشمول، والدقة التي تؤثر على متابعينها. | 2.253 | 0.687 | 42 | %14.0 | 5 |
| | | | 140 | %46.7 | |
| | المجموع: 2.354 | المجموع: 0.675 | 118 | %39.3 | |

يبين الجدول ذو الرقم (6) أن الفقرة ذات الرقم (3) والتي تنص على: "خصائص الرسالة الاتصالية في الفيديوهات الرقمية من (وضوح– تحديد – إيجاز – سهولة العرض – إدراك المعنى المطلوب) يزيد من إدراك الرسالة المقدمة"، حصلت على المرتبة الأولى من حيث الأهمية، وذلك بمتوسط حسابي مقداره (2.400)، وهي تقع ضمن مستوى الأهمية المرتفعة، وانحراف معياري بلغ (0.714)، وفي المرتبة الثانية جاءت الفقرة ذات الرقم (2) والتي تنص على: "تتميز الفيديوهات بتقديمها رسائل إعلامية ذات امتدادات وروابط تفسيرية وتحليلية"، بمتوسط حسابي مقداره (2.346)، وانحراف معياري بلغ (0.634)، وهي تقع ضمن مستوى الأهمية المرتفعة.

كما تبين أن أقل الفقرات أهمية كانت الفقرة ذات الرقم (5)، والتي تنص على: "تتسم الفيديوهات الرقمية المقدمة عبر منصة +AJ بالتوازن والحياد، الوضوح، الشمول، والدقة التي تؤثر على متابعينها"، وذلك بمتوسط حسابي مقداره (2.253)، وانحراف معياري بلغ (0.687)، وبدرجة أهمية مرتفعة.

الجدول ذو الرقم (7) المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية للمحور الرابع

| المحور الرابع: ما أبرز عناصر الجذب التي جعلتني أتعرض لمشاهدة الفيديوهات الرقمية لمنصة +AJ؟ | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|
| البيانات | الوسط الحسابي | الانحراف المعياري | التكرارات | النسبة المئوية | الرتبة |
| عنوان الفيديو ونسبة مشاهدة الفيديو. | 2.253 | 0.696 | 44 | %14.7 | 2 |
| | | | 136 | %45.3 | |
| | | | 120 | %40.0 | |
| صورة الفيديو المصاحب والتعليقات التابعة لها. | 2.220 | 0.674 | 42 | %14.0 | 4 |
| | | | 150 | %50.0 | |
| | | | 108 | %36.0 | |
| استخدامها الجرافيك والرسوم البيانية. | 2.113 | 0.680 | 54 | %18.0 | 7 |
| | | | 158 | %52.7 | |
| | | | 88 | 29.3 | |
| تنفرد بتقديم تفاصيل ومسايرتها للأحداث الجارية ومسايرتها دون غيرها. | 2.066 | 0.682 | 60 | %20.0 | 6 |
| | | | 160 | %53.3 | |
| | | | 80 | %26.7 | |
| تقدم الفنون التحريرية بشكل جذاب وشائق. | 2.220 | 0.693 | 46 | %15.3 | 3 |
| | | | 142 | %47.3 | |
| | | | 112 | %37.4 | |
| تستخدم عناصر إخراجية أكثر جاذبية. | 2.260 | 0.679 | 40 | %13.3 | 1 |
| | | | 142 | %47.3 | |
| | | | 118 | %39.4 | |
| تفاعلية الفيديوهات والقدرة على مشاركته مع الاصدقاء. | 2.153 | 0.662 | 46 | %15.3 | 5 |
| | | | 162 | %54.0 | |
| | المجموع: 2.199 | المجموع: 0.688 | 92 | %30.7 | |

يبين الجدول ذو الرقم (7) أن الفقرة ذات الرقم (6) والتي تنص على: "تستخدم عناصر إخراجية أكثر جاذبية"، حصلت على المرتبة الأولى من حيث الأهمية، وذلك بمتوسط حسابي مقداره (2.260)، وهي تقع ضمن مستوى الأهمية المرتفعة، وانحراف معياري بلغ (0.679)، وفي المرتبة الثانية جاءت الفقرة ذات الرقم (1) والتي تنص على: "عنوان الفيديو ونسبة مشاهدة الفيديو"، بمتوسط حسابي مقداره (2.253)،

وانحراف معياري بلغ (0.696)، وهي تقع ضمن مستوى الأهمية المرتفعة.

كما تبين أن أقل الفقرات أهمية كانت الفقرة ذات الرقم (3)، والتي تنص على: "استخدامها الجرافيك والرسوم البيانية"، وذلك بمتوسط حسابي مقداره (2.113)، وانحراف معياري بلغ (0.680)، وبدرجة أهمية متوسطة.

أما فيما يتعلّق بالمحور الخامس، فإنّ الجدول الآتي ذا الرقم (8) يبين أنّ الفقرة ذات الرقم (9) والتي تنص على: "المضامين الإنسانية"، حصلت على المرتبة الأولى من حيث الأهمية، وذلك بمتوسط حسابي مقداره (2.300)، وهي تقع ضمن مستوى الأهمية المرتفعة، وانحراف معياري بلغ (0.739)، وفي المرتبة الثانية جاءت الفقرة ذات العدد (10) والتي تنص على: "المضامين الثقافية والاجتماعية"، بمتوسط حسابي مقداره (2.273)، وانحراف معياري بلغ (0.664)، وهي تقع ضمن مستوى الأهمية المرتفعة.

كما تبين أنّ أقل الفقرات أهمية كانت الفقرة ذات الرقم (4)، والتي تنص على: "المضامين الرياضية"، وذلك بمتوسط حسابي مقداره (1.773)، وانحراف معياري بلغ (0.769)، وبدرجة أهمية متوسطة.

الجدول ذو الرقم (8) المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية للمحور الخامس

| المحور الخامس: من المضامين التي أشاهدها عبر منصة +AJ في موقع الفيسبوك؟ | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|
| البيانات | الوسط الحسابي | الانحراف المعياري | التكرارات | النسبة المئوية | الرتبة |
| المضامين السياسية | 2.026 | 0.713 | 72 | %24.0 | 7 |
| | | | 148 | %49.3 | |
| | | | 80 | %26.7 | |
| المضامين الاقتصادية | 1.793 | 0.698 | 110 | %36.7 | 9 |
| | | | 142 | %47.3 | |
| | | | 48 | %16.0 | |
| المضامين الدينية | 1.980 | 0.699 | 76 | %25.3 | 8 |
| | | | 154 | %51.3 | |
| | | | 70 | %23.4 | |
| المضامين الرياضية | 1.773 | 0.769 | 130 | %43.3 | 10 |
| | | | 108 | %36.0 | |
| | | | 62 | %20.7 | |
| المضامين الفنية | 2.053 | 0.721 | 70 | %23.3 | 6 |
| | | | 144 | %48.0 | |
| | | | 86 | %28.7 | |
| المضامين العلمية | 2.160 | 0.695 | 52 | %17.3 | 4 |
| | | | 148 | %49.3 | |
| | | | 100 | %33.4 | |
| المضامين التعليمية | 2.113 | 0.746 | 68 | %22.7 | 5 |
| | | | 130 | %43.3 | |
| | | | 102 | %34.0 | |
| المضامين الترفيهية | 2.233 | 0.679 | 44 | %14.0 | 3 |
| | | | 146 | %48.7 | |
| | | | 112 | %37.3 | |
| المضامين الإنسانية | 2.300 | 0.739 | 50 | %16.7 | 1 |
| | | | 110 | %36.7 | |

| | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|
| | | | | %46.7 | 140 |
| المضامين الثقافية والاجتماعية | 2.273 | 0.664 | | %12.0 | 36 | 2 |
| | | | | %48.7 | 146 | |
| | المجموع: 2.065 | المجموع: 0.706 | | 39.3 | 118 | |

الجدول ذو الرقم (9) المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية للمحور السادس

| المحور السادس: ما الآثار المعرفية التي تحققت من خلال متابعة الفيديوهات الرقمية لمنصة + AJ عبر الفيسبوك؟ | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|
| البيانات | الوسط الحسابي | الانحراف المعياري | التكرارات | النسبة المئوية | الرتبة |
| أعتبر الفيديوهات الرقمية القصيرة من مصادر المعرفة لدي. | 2.033 | 0.699 | 68 | %22.7 | 5 |
| | | | 154 | %51.3 | |
| | | | 78 | %26.0 | |
| زادت معرفتي بالأحداث المحلية والإقليمية والعالمية. | 2.213 | 0.671 | 42 | %14.0 | 2 |
| | | | 152 | %50.7 | |
| | | | 106 | %35.3 | |
| ساهمت الفيديوهات الرقمية القصيرة في تعميق معرفتي تجاه العديد من القضايا. | 2.293 | 0.690 | 40 | %13.3 | 1 |
| | | | 132 | %44.0 | |
| | | | 128 | %42.7 | |
| عمقت معرفتي ببعض الشخصيات التاريخية والاجتماعية والسياسية العامة. | 2.113 | 0.709 | 60 | %20.0 | 3 |
| | | | 146 | %48.7 | |
| | | | 96 | %31.3 | |
| ساهمت في تعديل أفكاري نحو قضايا محددة. | 2.053 | 0.632 | 52 | %17.3 | 4 |
| | | | 180 | %60.0 | |
| | المجموع: 2.198 | المجموع: 0.687 | 68 | %22.7 | |

يبين الجدول ذو الرقم (9) أن الفقرة ذات الرقم (3) والتي تنص على: "ساهمت الفيديوهات الرقمية القصيرة في تعميق معرفتي تجاه العديد من القضايا"، حصلت على المرتبة الأولى من حيث الأهمية، وذلك بمتوسط حسابي مقداره (2.293)، وهي تقع ضمن مستوى الأهمية المرتفعة، وانحراف معياري بلغ (0.690)، وفي المرتبة الثانية جاءت الفقرة ذات الرقم (2) والتي تنص على: "زادت معرفتي بالأحداث المحلية والإقليمية والعالمية"، بمتوسط حسابي مقداره (2.213)، وانحراف معياري بلغ (0.671)، وهي تقع ضمن مستوى الأهمية المرتفعة.

كما تبين أن أقل الفقرات أهمية كانت الفقرة ذات الرقم (1)، والتي تنص على: "أعتبر الفيديوهات الرقمية القصيرة من مصادر المعرفة لدي"، وذلك بمتوسط حسابي مقداره (2.033)، وانحراف معياري بلغ (0.633)، وبدرجة أهمية متوسطة.

الجدول ذو العدد (10) المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية للمحور السابع

| المحور السابع: ما الآثار الوجدانية التي تحققت من خلال متابعة الفيديوهات الرقمية لمنصة +AJ عبر الفيسبوك؟ | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|
| البيانات | الوسط الحسابي | الانحراف المعياري | التكرارات | النسبة المئوية | الرتبة |
| تعاطفت مع الأصدقاء الافتراضيين وجاملتهم في المناسبات الاجتماعية عبر موقع فيسبوك. | 2.013 | 0.750 | 82 | %27.3 | 2 |
| | | | 132 | %44.0 | |
| | | | 86 | %28.7 | |
| عمقت شعوري بالمسؤولية تجاه القضايا المحلية والإقليمية والعالمية. | 2.060 | 0.626 | 50 | %16.7 | 1 |
| | | | 182 | %60.7 | |
| | | | 68 | %22.6 | |
| ساهمت في اتخاذي مواقف محددة تجاه الشخصيات المعروفة والعامة مثل (السياسيين، العلماء، الفنانين، الرياضيين ...). | 2.013 | 0.695 | 70 | %23.3 | 3 |
| | | | 156 | %52.0 | |
| | | | 74 | %24.7 | |
| ساهمت في تفاعلي الوجداني مع الأحداث السياسية أو الاجتماعية المحيطة. | 1.993 | 0.718 | 78 | %26.0 | 5 |
| | | | 146 | %48.7 | |
| | | | 66 | %25.3 | |
| زادت شعوري بالرغبة في التواصل المستمر مع المجموعات التي تشترك معي بالاهتمامات ذاتها. | 2.013 | 0.695 | 70 | %23.3 | 4 |
| | | | 156 | %52.0 | |
| | المجموع: 2.008 | المجموع: 0.685 | | | |
| | | | 74 | %24.7 | |

يبين الجدول ذو العدد (10) أن الفقرة ذات الرقم (2) والتي تنص على: "عمقت شعوري بالمسؤولية تجاه القضايا المحلية والإقليمية والعالمية"، حصلت على المرتبة الأولى من حيث الأهمية، وذلك بمتوسط حسابي مقداره (2.060)، وهي تقع ضمن مستوى الأهمية المرتفعة، وانحراف معياري بلغ (0.626)، وفي المرتبة الثانية جاءت الفقرة ذات الرقم (1) والتي تنص على: "تعاطفت مع الأصدقاء الافتراضيين وجاملتهم في المناسبات الاجتماعية عبر موقع فيسبوك"، بمتوسط حسابي مقداره (2.013)، وانحراف معياري بلغ (0.750)، وهي تقع ضمن مستوى الأهمية المرتفعة.

كما تبين أن أقل الفقرات أهمية كانت الفقرة ذات الرقم (4)، والتي تنص على: "ساهمت في تفاعلي الوجداني مع الأحداث السياسية أو الاجتماعية المحيطة"، وذلك بمتوسط حسابي مقداره (1.993)، وانحراف معياري بلغ (0.718)، وبدرجة أهمية متوسطة.

الجدول ذو العدد (11) المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية للمحور الثامن

| المحور الثامن: ما الآثار السلوكية التي تحققت من خلال متابعة الفيديوهات الرقمية لمنصة +AJ عبر الفيسبوك؟ | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|
| البيانات | الوسط الحسابي | الانحراف المعياري | التكرارات | النسبة المئوية | الرتبة |
| استجبت لبعض الإعلانات التجارية والدعايات التي تنتشر من خلال موقع فيسبوك. | 1.766 | 0.718 | 120 | %40 | 3 |
| | | | 130 | %43.3 | |
| | | | 50 | %16.7 | |
| | 1.766 | 0.699 | 116 | %38.7 | 4 |

| | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|
| تحولت علاقتي مع بعض الأفراد الذين تعرفت عليهم من خلال موقع فيسبوك إلى علاقات حقيقية. | | | | %46.0 | |
| | | | | %15.3 | |
| ساهمت بدفعي نحو المشاركة ببعض الفعاليات الثقافية والسياسية. | 1.886 | 0.664 | 138 | %28.7 | 1 |
| | | | 46 | %54.7 | |
| | | | 86 | %16.6 | |
| أستخدم موقع فيسبوك ومشاهدة الفيديوهات الرقمية القصيرة على حساب واجبات ومتطلبات أخرى كالدراسة والعلاقات الاجتماعية. | 1.880 | 0.670 | 50 | %28.7 | 2 |
| | | | 86 | %54.0 | |
| | المجموع: 1.812 | المجموع: 0.678 | 162 | %17.3 | |
| | | | 52 | | |

يبين الجدول رقم (11) أن الفقرة ذات الرقم (3) والتي تنص على: "ساهمت بدفعي نحو المشاركة ببعض الفعاليات الثقافية والسياسية"، حصلت على المرتبة الأولى من حيث الأهمية وذلك بمتوسط حسابي مقداره (1.886)، وهي تقع ضمن مستوى الأهمية المرتفعة، وانحراف معياري بلغ (0.664)، وفي المرتبة الثانية جاءت الفقرة ذات الرقم (4) والتي تنص على: " أستخدم موقع فيسبوك ومشاهدة الفيديوهات الرقمية القصيرة على حساب واجبات ومتطلبات أخرى كالدراسة والعلاقات الاجتماعية"، بمتوسط حسابي مقداره (1.880)، وانحراف معياري بلغ (0.670)، وهي تقع ضمن مستوى الأهمية المرتفعة.

كما تبين أن أقل الفقرات أهمية كانت الفقرة ذات الرقم (2)، والتي تنص على: "تحولت علاقتي مع بعض الأفراد الذين تعرفت عليهم من خلال موقع فيسبوك إلى علاقات حقيقية"، وذلك بمتوسط حسابي مقداره (1.766)، وانحراف معياري بلغ (0.699)، وبدرجة أهمية متوسطة.

**التوصيات:**

بناءً على النتائج التي توصلت إليها الدراسة الميدانية تم الوصول إلى عدد من التوصيات، وذلك على النحو الآتي:

**1.** ضرورة متابعة طلبة الإعلام للتطورات الحديثة في المجال الرقمي، والوصول إلى المعلومات عبر أحدث الوسائل الإلكترونية لأنّ لها تأثيرًا مباشرًا على اتجاهات الأفراد نحو القضايا التي تعكسها منصة (+AJ) عربي.

**2.** القيام بدراسات متخصصة ومعقمة ومستمرة لفهم اتجاهات طلبة الإعلام نحو المضامين التي تقدمها منصة (+AJ) عربي؛ لمعرفة أوجه الخلل والقصور فيها.

**3.** ضرورة إهتمام منصة (+AJ) عربي بقراءة وفهم الاحتياجات الحقيقية الإنسانية والثقافية والاجتماعية والترفيهية لطلبة الإعلام الجامعيين، ومحاولة تلبيتها بما ينسجم مع قيمهم الثقافية والحضارية

**4.** ضرورة استمرار منصة (+AJ) عربي في تقديم مضامينها المناسبة من حيث الشكل الإخراجي، وطبيعة السرد القصصي الرقمي، وبشكل يتوافق مع الأحداث التي تغطيها المنصة.

**5.** ضرورة إدراك منصة (+AJ) عربي لأهمية الموضوعات والقضايا التي تعالجها فيديوهاته الرقمية القصيرة؛ لدورها المهم في تشكيل اتجاهات طلبة الإعلام، وفي رفع مستوى الإدراك والوعي لدى مشاهديها.

**6.** ضرورة استمرار منصة (+AJ) عربي في تحسين طريقة عرضها للفيديوهات الرقمية القصيرة التي تقدمها عبر الفيسبوك، كونها تواجه منافسة قوية من قبل المنصات الرقمية الأخرى.

**7.** توظيف المؤسسات العلمية والصحفية لصحفيي فيديو متخصصين، بدلاً من استخدام أشخاص غير محترفين.

**8.** اهتمام المؤسسات العلمية وخاصة كليات الإعلام في الجامعات الأردنية بتدريس مساقات عن صحافة الفيديو وأساليب إنتاجها، وزيادة الوعي بأهميتها عند تدريسها.

## References:


1. Al-Ameer, Ali Abdul-Hadi Abd ".(2016) Attitudes of university professors towards the role of social communication in shaping electronic public opinion regarding security crises", Journal of the Media Researcher: Volume 8, Number 32
2. Al-Dulaimi, Abdul Razzaq. .(2016) Communication theories in xi. (I 1) Amman: Al-Yazouri Scientific House
3. Al-Gilani, Sarmad. (January 9, 2021) "Al-Jazeera Plus is the mobile news window," Mobile.
4. Al-Zahrani and others.(2019) The uses of videography in news journalism: a comparative study between Arab and
5. Abdel-Majeed, Asmaa Massad. (2011) "Egyptian youth dependence on the contents of online video files to follow local events",

Dazzling and Quality of Journalistic Content," Al-Jazeera Fellowship Program, Al-Jazeera Media Institute, pp. 1,2

19. Suhaila, Bou Omar. (2014). “Psychological and Social Attitudes of University Students Toward Social Media Networks Facebook”, a field study on a sample of students from the University of Mohamed Biskra, published MA thesis, University of Mohamed Khoudir Biskra, People's Democratic Republic of Algeria.
Analytical Study of Television and Digital Formats in the Future Voice Platform”, Journal of
20. Krieken,k.. .(2018)
Multimeda Storytelling in journalism: Exploring Narrative Techniques in show fall. Information, 9(5) , 123
21. Kalogeropoulos, A., Cherubini, F., & Newman, N. the Future of Online News Video.( 2016) Reuters Institute for the Study of Journalism Retrieved from http://digitalnewsreport.org/publications// .
Arts, Literature, Humanities and Sociology: 59, p. 220.
22. Manaseer, Ashraf. (2011). "Attitudes of Jordanian University Students Toward TV Drama on the mbc1 Channel, Field Study at the University of Jordan and Petra Private University", published MA Thesis, Middle East University, Jordan: 10, 14
23. Manaseer, Ashraf. (2011). "Attitudes of Jordanian University Students Toward TV Drama on the mbc1 Channel, Field Study at the University of Jordan and Petra Private University", published MA Thesis, Middle East University, Jordan: 10, 14
24. Matouk, Khalid bin Suleiman. (2013). “Trends in the Use of Information Science Department at Umm Al-Qura University for Social Media an Analytical Study”, Journal of the Arab Federation for Libraries and Information: Volume 12.
25. Melvin,I.Defleur,Sandarac,J.BallRokeach,( 1989)" Theories of mass communication " , CU.S.A:N.Y, long man ,5 Th ED , P240
26. Laaria, Diana and Mari, Montaser. (2017) "Video production guide for social networks", Al Jazeera Media Institute, retrieved from the link https: //institute@aljazeera.net.

unpublished MA Thesis, Helwan University, - Department of Media, Republic of Egypt

6. Arabic AJ +, http://ajplus.net/arbbi, 2021
7. Abdel-Maqsoud, Nha), (2018) “The Media Dependency Theory: Foundations and Origins”, Egyptian Institute for Studies, retrieved from http://www.eipss-eg.org/.
Western websites", Journal of Arts, King Saud University: 31 (2), pp. 135, 154
8. Bissonauth, N.. 360-Degree Video Journalism: ).(2017)
AN Analysis of the DIFFERENT ANGLES Of MODERNTECHNOLOGY AND NEWS REPORTING master of Digital Media
9. Bock, Mary Angela. .(2009) "One man band;the process and product of video journalism' ',Ph.D.,(University of Pennsylvania; communication and the arts ,education, college
10. Jeffey R.Ostrowski. .(2008) "Characterization of social video" unpublished M.A, CD etrait, Michigan, Wayne state university
11. Hussein, Samir Muhammad. (1995). Media Research. I 1. Cairo . The world of books
12. Hammoudi, Safad (2020). “Digital Platforms Interests in Iraqi Youth Issues: An
13. Paul Schönhage. (2009) "Sparmaßnahme oder neuer Fernseh journalismus Das journalistische Potenzial des neuen Berufsbildes Video journalist Untersuch Beispiel des Hessischen Rundfunks ", unveröffentlicht, MAS, (Universität Mainz: Fachbereich
14. The Facebook concept, its origins and development (2015, September). Arab Forum for Social and Human Sciences, Library of Humanities and Social Sciences, Forum for Research and Studies Publishing, retrieved from the link https://socio.yoo7.com/t3888-topic
15. The Higher Education Accreditation and Quality Assurance Authority 2021, retrieved from http://heac.org.jo/?page=id=3410#.
16. Sozialwissenschaften, Medien Und Sport.- Sheikh, Nadia Mustafa Ahmed, (2013). “The Motives for University Youth’s Use of Video Journalism and the Satisfaction Achieved from It,” Unpublished Master’s Thesis, Ain Shams University, Department of Media and Children's Culture, Republic of Egypt.
17. 1Shawabkeh and others. (2017). “Attitudes of the University of Jordan students towards social media as sources of information in the educational learning process,” Journal of Educational Sciences Studies: Volume 44, Issue 4, Appendix 3.
18. Score, Hasan (2018). A research paper entitled "An Arab Video Reporter, Between Visual