



كلية الآداب
قسم المكتبات والمعلومات

إفادة الصحفيين المصريين من مواقع مشاركة الفيديو

دراسة ميدانية

دراسة بحثية مقدمة لنيل درجة الماجستير

إعداد

هبة أحمد الضوي أحمد

إشراف

أ.د/ أسامة السيد

أستاذ المكتبات والمعلومات المتفرغ بكلية الآداب جامعة القاهرة

إشراف مشارك

د/حامد الزيات

مدرس المكتبات والمعلومات بكلية الآداب جامعة بنها

هدفت تلك الدراسة إلى التعرف على مدى إفادة الصحفيين المصريين من مواقع مشاركة الفيديو وذلك من خلال التعرف على مواقع مشاركة الفيديو وتطورها واستخدامها، التعرف على واقع استخدام الصحفيين لمواقع مشاركة الفيديو، والتعرف على اتجاهات الصحفيين نحو استخدام مواقع مشاركة الفيديو، والتعرف على أبرز مجالات استخدام الصحفيين لمواقع مشاركة الفيديو، والتعرف على الصعوبات التي تحول دون استخدام الصحفيين لمواقع مشاركة الفيديو، ومعرفة كيف يمكن التغلب على الصعوبات التي تحول دون استخدام الصحفيين لمواقع مشاركة الفيديو، وقد اشتملت عينة الدراسة على (77) من الصحفيين بصحيفة واحدة من الصحف القومية (الأهرام)، والحزبية (الوفد)، والمستقلة (المصري اليوم) كعينة ممثلة لكل أنواع المؤسسات الصحفية الموجودة، وقد اعتمد الباحثة على المنهج المسحي الذي يقوم على طريقة منظمة لتحليل، وتفسير، وتصوير الوضع الراهن لمجموعه من المستفيدين، ومن سمات هذا المنهج أنه يرتبط بمؤسسات معينة، أو جماعات معينة، وفي مكان محدد، وأنه ينصب على الوقت الحاضر، واستعانت بالاستبانة كأداة للدراسة، وقد توصلت الدراسة إلى العديد من النتائج أهمها:

- 1- أن ظهور مواقع مشاركة الفيديو قد ساعد على توفير أعلى مستوى من مستويات التفاعلية والتواصلية بين الأفراد على المستوى العالمي، كما ساهم في تغطية العديد من المجالات الطبية والعلمية والتكنولوجية الترفيهية والإخبارية وغيرها وازدياد شعبية مواقع مشاركة الفيديو بين مستخدمي الإنترنت، وعلى الجانب الآخر يميل عدد كبير من مستخدمي هذه المواقع إلى توظيفها في الأغراض الترفيهية كالترويج عن النفس والإبقاء على روابط الصلة بينهم وبين جماعات الأصدقاء.
- 2- ارتفاع نسبة استخدام الصحفيين لمواقع مشاركة الفيديو بنسبة (85,7%) من أفراد العينة يستخدمون مواقع مشاركة الفيديو المتاحة على الإنترنت وجاءت موقع YouTube كأبرز مواقع مشاركة فيديو بنسبة (63,8%).
- 3- أن نسبة (90,4%) من أفراد العينة يتعاملون مع مقاطع الفيديو على الإنترنت عن طريق الحاسب الآلي؛ لأنه أكثر فاعلية حيث يُؤدِّي إلى المزيد من النتائج، والتي من الممكن أن تكون متعلقة ببعضها؛
- 4- أن نسبة (57,1%) من أفراد العينة يستخدمون مواقع مشاركة الفيديو بمعدل يومي، بينما نسبة (15,6%) من أفراد العينة يستخدمون مواقع مشاركة الفيديو بمعدل أسبوعي، بينما نسبة (1,3%) من أفراد العينة يستخدمون مواقع مشاركة الفيديو

بمعدل كل أسبوعين، بينما نسبة (26%) من أفراد العينة يستخدمون مواقع مشاركة الفيديو بشكل غير منتظم.

5- أنّ نسبة (11.7%) من أفراد العينة يستخدمون مواقع مشاركة الفيديو من أجل إعداد التحقيق، بينما نسبة (21.6%) من أفراد العينة يستخدمون مواقع مشاركة الفيديو من أجل متابعة موضوعية لحدث معين، بينما نسبة (5.6%) من أفراد العينة يستخدمون مواقع مشاركة الفيديو من أجل إعداد تقرير فني، بينما نسبة (8.5%) من أفراد العينة يستخدمون مواقع مشاركة الفيديو من أجل صياغة خبر عن موضوع معين، بينما نسبة (6.5%) من أفراد العينة يستخدمون مواقع مشاركة الفيديو من أجل تحضير لمؤتمر أو ندوة، بينما نسبة (5.2%) من أفراد العينة يستخدمون مواقع مشاركة الفيديو من أجل إجراء استفتاء عن قضية، بينما نسبة (18.8%) من أفراد العينة يستخدمون مواقع مشاركة الفيديو من أجل الاهتمام خاص، بينما نسبة (22.1%) من أفراد العينة يستخدمون مواقع مشاركة الفيديو من أجل تتبع الأحداث الجارية.