

توظيف الوسائط المتعددة في المواقع الإخبارية التلفزيونية وتأثيرها على المستوى المعرفي للجمهور المصري دراسة شبة تجريبية

توظيف الوسائط المتعددة في المواقع الإخبارية التلفزيونية وتأثيرها على المستوى المعرفي للجمهور المصري دراسة شبة تجريبية

الباحثة / سامية عبد الفتاح النوبي عبد الله
باحث ماجستير - قسم الإعلام - كلية الآداب
جامعة جنوب الوادي

المقدمة :

أدت التطورات التكنولوجية المتتالية في صناعة الوسائل الإعلامية إلى الدخول في عصر حديث يتميز بتنامي دور الوسائل الإعلامية الجديدة، والتي أحدثت تطورات في مجال العمل الإعلامي، مما أثر على وسائل الإعلام التقليدية لتبنى طرق مطورة لعرض المواد الإعلامية، وذلك بالسعي نحو إنشاء مواقع الكترونية لها على الانترنت. (1) حيث أصبحت كلمة الوسائط المتعددة من الكلمات المتداولة بشكل كبير في الآونة الأخيرة، وذلك لأنها إحدى مكونات وعناصر التكنولوجيا الحديثة التي أصبحت سمة هامة من سمات هذا القرن ، والذي يسمى عليه (عصر التكنولوجيا والعولمة) Age Technology & Globalization ، ولعل الوسائط المتعددة أصبحت الآن من أهم العناصر التي تعتمد عليها التكنولوجيا بل أنها في المرتبة الأولى من عناصر التكنولوجيا أن صح التعبير، وذلك لما لها من قوة تأثير على المتلقي والذي دائما ما تصله كمكونات لرسالة معينة. (2)

وتعتبر دراسة توظيف الوسائط المتعددة في المواقع الإخبارية موضوعًا بحثيًا مركزيًا في الدراسات الإعلامية الآن، لذلك طبقت هذه الدراسة لمعرفة توظيف الوسائط المتعددة في المواقع الإخبارية التلفزيونية على المستوى المعرفي للجمهور المصري في إطار دراسة شبة تجريبية على عينة من الشباب الجامعي، باستخدام المنهج التجريبي في إطار نظرية تمثيل المعلومات.

الدراسات السابقة:

نتناول عرض الدراسات السابقة التي تناولت متغيرات الدراسة (المتغير المستقل _ المتغير التابع)، التي تمثل التراث العلمي لموضوع الدراسة. ويتم عرضها زمنيًا من الأحدث إلى الأقدم لعرض آخر تطورات البحث العلمي في دراسة متغيرات الدراسة بشكل مختلف، التي انتهى عندها الباحثون.

المحور الأول : الدراسات السابقة التي تناولت الوسائط المتعددة

(1) وليد النجار ، لوسائط المتعددة بالمواقع الإلكترونية وعلاقتها بإمداد طلبة الإعلام بالمعلومات حول أحداث ٢٥ يناير المصرية ، مجلة الرأي العام ، المجلد العاشر ، العدد الرابع ، ٢٠١١ ، ص ٣٠١
(2) على مهند أحمد، استخدام الوسائط المتعددة في إدارة العلاقات العامة، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة أم درمان الإسلامية ، السودان، ٢٠١١

توظيف الوسائط المتعددة في المواقع الإخبارية التلفزيونية وتأثيرها على المستوى المعرفي للجمهور المصري دراسة شبة تجريبية

١- دراسة أحمد مجدي شفيق (2015) : استخدام الوسائط المتعددة في الإلكترونية للفضائيات (٢)

هدفت الدراسة إلى معرفة مدى توظيف الوسائط المتعددة في تصميم مواقع القنوات الفضائية على الانترنت ، ومميزات تلك المواقع والخدمة التي تقدمها لمستخدم الانترنت من جمهور القناة وغيرهم . استخدمت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي، بالتطبيق على عينة عمدية قصديه من المتخصصين في مجال الإعلام والاتصال ، الحاسب الآلي ، الوسائط المتعددة. واعتمدت الدراسة على (موقع الشبكة السودانية على الانترنت) و (موقع قناة الشروق الفضائية) بغرض إجراء الدراسة التحليلية . وتوصلت نتائج الدراسة إلى : عدم توفر أهم عناصر الوسائط المتعددة وهي الصوت والفيديو في موقع الفضائية السودانية يجعل الحكم على توزيع العناصر واستخدامها بطريقة احترافية أم لا أمراً صعباً للغاية ، فالنصوص والرسومات والصور وحدها لا تكفي ، بينما في موقع قناة الشروق يرى غالبية المبحوثين أن عناصر الوسائط المتعددة موظفة بشكل جيد وبطريقة احترافية في معظم أجزاء الموقع بنسبة ٥٦.٦ %

٢- دراسة عيبر محمد حمدي (2011) : بعنوان تأثير طرق العرض في إدراك وتذكر المضمون الإخباري : دراسة تجريبية مقارنة التلفزيون والوسائط المتعددة عبر الانترنت (٣)

هدفت الدراسة إلى اختبار تأثير طرق عرض المضمون اللفظي والمرئي في الأخبار المقدمة بوسائط متعددة تفاعلية على الانترنت مقابل التلفزيون، أي تأثير عدد من المتغيرات مثل الأشكال البنائية، أو عناصر الإنتاج (صور، فيديو، نص، صور ثابتة) في إطار علاقتها بالصورة على اكتساب المعلومات المتضمنة في المادة الإخبارية. اعتمدت الدراسة على المنهج التجريبي، بتطبيقه على عينة عشوائية قوامها ٦٠ مفردة من طلبة الفرقة الثانية من كلية الإعلام ، جامعة القاهرة .

توصلت نتائج الدراسة إلى : تساعد الوسائط المتعددة المستخدمة في المواقع في زيادة معدلات الإدراك ومن ثم التذكر المعلومات الواردة، حيث أنها آليات تدعم تمثيل المعلومات الواردة بالموقع واستقرارها في الذاكرة .

٣ دراسة Norman E. Youngblood1 and Ryan Lysaght2 (2015) : (٤)

سعت هذه الدراسة لإذاعة متطلبات أشرطة الفيديو على الانترنت والتعرف على مدى سهولة الدخول للمواقع التلفزيونية الإخبارية المحلية للمستخدمين ذوي الإعاقة، ومعرفة العلاقة بين التلفزيون المحلي ونشر المواقع التلفزيونية الإخبارية لمقاطع الفيديو. وأجريت الدراسة على عينة قوامها (١٢٨) مفردة من المواقع التلفزيونية الإخبارية المحلية .

وتوصلت نتائج الدراسة إلى : أن نسبة ٧٧% من هذه المواقع عينة الدراسة لديها صعوبة في كيفية التعرف عليها أو الدخول إليها وهذا يشمل الاعتماد على اللون والخط حيث يتم تجاهله من خلال قارئ النص للوصول

(٢) أحمد مجدي ، استخدام الوسائط المتعددة في الإلكترونية للفضائيات ، رسالة ماجستير غير منشورة ، جامعة السودان ، كلية علوم الاتصال ، قسم الوسائط المتعددة ، ٢٠١٥

(٣) عيبر محمد ، تأثير طرق العرض في إدراك وتذكر المضمون الإخباري : دراسة تجريبية مقارنة التلفزيون والوسائط المتعددة عبر الانترنت ، رسالة دكتوراه غير منشورة ، جامعة القاهرة ، كلية الإعلام ، قسم التلفزيون ، ٢٠١١

(٤) Norman E. Youngblood1 and Ryan Lysaght : Accessibility and Use of Online Video Captions by Local Television News Website , School of Communication and Journalism, Auburn University, Tichenor Hall, RM, , available at : <http://enx.sagepub.com.ugrade1.eul.edu>

توظيف الوسائط المتعددة في المواقع الإخبارية التليفزيونية وتأثيرها على المستوى المعرفي للجمهور المصري دراسة شبة تجريبية

إلى هدفه أو استخدام الشفرات المعرفية للوصول إلى هدف النص . وأيضاً أن ٧٥% من المواقع لديها مشاكل في توظيف الجداول وطرق الدخول للموقع وعرض النصوص .

٤- دراسة Johanna Cleary and Terry Bloom (2011) : (٦)

هدفت هذه الدراسة إلى تحليل المحتوى الصحفي المقدم على المواقع الإلكترونية لمحطات تليفزيونية محلية ، وقامت بتحليل (٣٥٣) محطة تليفزيونية، حيث وجدت الدراسة أن نسبة ٤٩,٦% من المحطات مصممة لجذب المشاهد ، و من إشراك المواطنين في العملية الصحفية .وتوصلت نتائج الدراسة إلى : تنوع المواد الصحفية حيث استخدمت هذه المواقع التليفزيونية المحلية استخدام الصور بنسبة ٨٢,٣% ، ويليه الفيديو بنسبة ٥٠% ، ويليه استخدام الصوت بنسبة ١٤,٣% ، واستخدام العناصر الأخرى بنسبة ١٣,٧% .

٥- دراسة Willis (2010) : (٧)

هدفت الدراسة إلى اكتشاف تأثير توظيف عناصر بصرية ذات قيمة جمالية (الجرافيك – النص- تكوينات النصوص – الخطوط) في تحقيق فهم أكبر للرسالة المقدمة عبر الموقع الإلكتروني مقارنة بعرض الرسالة باستخدام النصوص فقط. وتوصلت نتائج الدراسة إلى : وجود تأثير ذات أهمية لاستخدام تلك العناصر البصرية في فهم السريع للرسالة من قبل المبحوثين ، بالإضافة إلى إمكانية الاحتفاظ بها في الذاكرة مع مرور الوقت . كما أظهرت الدراسة المجموعة التجريبية التي تعرضت للنسخة المعززة بالعناصر البصرية قدرة أفضل على التذكر مقارنة بالمجموعة التجريبية التي تعرضت لنسخة نصية .

١٢- دراسة Hai L. Tran (2015) : (٨)

بحثت هذه الدراسة إلى معرفة تأثير استخدام الوسائط المتعددة في المواقع الإخبارية على إدراك الأفراد وتقييم نواياهم السلوكية والمعرفية بعد تعرضهم للأخبار عبر المواقع الإخبارية. تعد هذه دراسة شبة تجريبية، استخدمت المنهج التجريبي بالتطبيق على عينة مقدارها (١٨٠) طالب من جامعات الولايات المتحدة . قام الباحث بتصميم موقع إلكتروني تجريبي بحيث يراعى متغيرات الدراسة التجريبية.أوضحت النتائج أن الوسائط المتعددة تعمل على جذب انتباه مستخدمي المواقع الإلكترونية للحصول على الأخبار. وكذلك تؤثر الوسائط المتعددة على الاستجابات التقييمية بشكل مباشر وغير مباشر من خلال المتغيرات المتداخلة.

(٦) Terry Bloom and Johanna Cleary, Gatekeeping at the Portal An Analysis of Local Television Websites' User-Generated Content , University of Florida, Gainesville, FL, USA , , available at <http://enx.sagepub.com/content/5/2/93.abstract>

(٧) Willis. D, Effect of using enhancing visual elements in web site design . Available online at https://scholar.google.com/eg/scholar?q=Willis.+D,+Effect+of+using+enhancing+visual+elements+in+web+site+design+pdf&hl=ar&as_sdt=0&as_vis=1&oi=scholar

(٨) Hai L. Tran More or Less? Multimedia Effects on Perceptions of News Websites, Electronic News 2015, Vol. 9(1) pp 51

توظيف الوسائط المتعددة في المواقع الإخبارية التليفزيونية وتأثيرها على المستوى المعرفي للجمهور المصري دراسة شبة تجريبية

المحور الثاني : الدراسات السابقة التي تناولت المستوى المعرفي

أولاً : الدراسات العربية

٦- دراسة إبراهيم المصري و عمرو أبو جبر (٢٠١٧) : العلاقة بين مستويات استخدام الجمهور الفلسطيني للإعلام الرقمي ومستويات المعرفة بقضايا الشباب (٩)

هدفت الدراسة إلى التعرف على العلاقة بين مستويات استخدام الجمهور الفلسطيني للإعلام الرقمي ومستوى المعرفة بقضايا الشباب، وتحليل مستويات المعرفة التي يحققها الإعلام الرقمي في زيادة وعي وإدراك الجمهور لقضايا الشباب ، وطبقت الدراسة على عينة قوامها (168) مبحوثاً من محافظات قطاع غزة .

توصلت نتائج الدراسة إلى : أن الإعلام الرقمي يشكل معارف الجمهور بقضايا الشباب بشكل متوسط بنسبة وصلت إلى % 56 ، وبشكل متعمق بنسبة 31.3 % ، وهي نسب تشير إلى مساهمة الإعلام الرقمي في زيادة معرفة الجمهور بقضايا الشباب.

٧- دراسة كريمة مهران محمد (2016) : العلاقة بين استخدام المواقع الالكترونية ومستوى المعرفة بحقوق الإنسان لدى الجمهور المصري (١٠)

ركزت هذه الدراسة على رصد العلاقة بين مدى وكثافة التعرض للمواقع الالكترونية، ومدى معرفة الجمهور بثقافة وقضايا حقوق الإنسان، ودور المواقع في توعية الأفراد. اعتمدت الدراسة على منهج المسح تم تطبيقه على عينة ميدانية. باختيار عينة عمدية من مستخدمي المواقع الالكترونية الفضائية من الجمهور المصري قوامها (٤٠٠) مفردة ، بمحافظة القاهرة الكبرى.

توصلت نتائج الدراسة إلى : وجود علاقة ارتباطية ذات دالة إحصائية بين كثافة استخدام المواقع الالكترونية الخاصة بالقنوات الفضائية، ومستوى المعرفة بقضايا الإنسان. وجود علاقة ارتباطية ذات دالة إحصائية بين كثافة استخدام المواقع الالكترونية الخاصة بالقنوات الفضائية، ومستويات المعرفة من حيث المتغيرات الديموغرافية تشير آراء عينة الدراسة أن نشر الموقع لصور وفيديوهات مصاحبة للخبر تعزز مصداقية الموضوع ، وجاء هذا في الترتيب الأول بنسبة (81.3) .

ثانياً : الدراسات الأجنبية

٨- دراسة Woo Yoo، Ji won Kim , Monica Chadha and Homero Gil de Zúñiga (٢٠١٨) : (١١)

(٩) إبراهيم المصري و عمرو أبو جبر : العلاقة بين مستويات استخدام الجمهور الفلسطيني للإعلام الرقمي ومستويات المعرفة بقضايا الشباب ، مجلة جامعة القدس المفتوحة للأبحاث والدراسات - العدد الثاني والأربعون ، ٢٠١٧

(١٠) كريمة مهران ، العلاقة بين استخدام المواقع الالكترونية ومستوى المعرفة بحقوق الإنسان لدى الجمهور المصري ، رسالة ماجستير غير منشورة ، جامعة القاهرة ، كلية الإعلام ، قسم الإذاعة والتلفزيون ، ٢٠١٦

(١١) Sung Woo Yoo, and others, Cognitive Benefits for Senders: Antecedents and Effects of Political Expression on Social Media , Journalism & Mass Communication Quarterly, , Vol. 94(1) , 2017, pp 17

توظيف الوسائط المتعددة في المواقع الإخبارية التليفزيونية وتأثيرها على المستوى المعرفي للجمهور المصري دراسة شبة تجريبية

بحثت الدراسة في معرفة العلاقة بين استخدام وسائل الإعلام الجديدة وكيفية مساعدة الوسائط المختلفة في فهم القضايا السياسية، ومعرفة دور وسائل الإعلام الجديدة على التطور المعرفي للجمهور. وكذلك تصور الدراسة دور الفاعلية الإعلامية على أنها وسيط مهم في فهم القضايا السياسية. تعد هذه الدراسة دراسة مسحية، استخدمت المنهج المسحي بالتطبيق على عينة مقدارها (١١٥٩) شخصاً من سكان الولايات المتحدة الأمريكية مما تزيد أعمارهم عن ١٨ عاماً. استخدمت الدراسة المنهج المسحي .

توصلت نتائج الدراسة إلى: كلما زاد استخدام وسائط الإعلام للإخبار، زاد فهم الجمهور لوسائل الإعلام على أنها مفيدة في فهم القضايا السياسية والشئون العامة . أدت فاعلية وسائل الإعلام إلى بلورة وكفاءة وسائل الإعلام بوجود علاقة بين استخدام وسائل الإعلام في نشر الأخبار تؤدي إلى فهم المبحوثين للقضايا وزيادة معرفتهم بها.

٩- دراسة Kelly Quinn (٢٠١٨) : (١٢)

تمثلت مشكلة الدراسة في معرفة تأثير مشاركة الوسائط الاجتماعية بين مستخدمي وسائل الإعلام الاجتماعية لكبار السن، الذي تتراوح أعمارهم بين ٦٥ عاماً وما فوق. واكتشاف إذا كان يؤدي استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في الأعمار المتقدمة إلى تغييرات في المستويات الإدراكية لدى كبار السن . تعد هذه الدراسة من الدراسات الشبه تجريبية، لذلك استخدمت الدراسة المنهج التجريبي، بالتطبيق على عينة عشوائية مقدارها (٤٧) من كبار السن. توصلت نتائج الدراسة إلى: أن استخدام الوسائط الاجتماعية له فوائد ايجابية على المبحوثين حيث تؤثر الوسائط على معالجة المعلومات والوظيفية المعرفية. وجود فروق بسيطة بين المجموعات التجريبية في تأثير الوسائط الاجتماعية على العمليات الإدراكية. مشكلة الدراسة :

تعد هذه الخطوة من أهم خطوات البحث العلمي لأنها تؤثر في جميع الخطوات التي تليها. (١٣) لذلك تتبلور مشكلة الدراسة في هدف أساسي يتعلق بالكشف عن تأثير توظيف الوسائط المتعددة في المواقع الإخبارية التليفزيونية على المستوى المعرفي للمحتوى الإخباري للجمهور المصري. أهمية الدراسة :

- ١ - أهمية الوسائط المتعددة وقوة تأثيرها على الشكل والمضمون الخبري في ظل التقدم المستمر لتكنولوجيا المعلومات على المستوى المعرفي للجمهور.
- ٢ - قلة الدراسات العربية التجريبية التي تناولت توظيف الوسائط المتعددة في المواقع الإخبارية التليفزيونية. حيث أن معظمها دراسات مسحية.

(12) Kelly Quinn, Cognitive Effects of Social Media Use: A Case of Older Adults, Social Media + Society July- September 2018, pp 1-9

(13) عبد الخالق محمد علي، خطوات نحو بحث النهج الإعلامي، لبنان، دار المحجة البيضاء للنشر، ط ١، ٢٠١٠، ص ٤٥

توظيف الوسائط المتعددة في المواقع الإخبارية التلفزيونية وتأثيرها على المستوى المعرفي للجمهور المصري دراسة شبة تجريبية

٣ - الكشف عن مدى توظيف الوسائط المتعددة في المواقع التلفزيونية الإخبارية .

٤ - الدراسات والبحوث التي أجريت حول المواقع التلفزيونية لم تركز على توظيف الوسائط المتعددة .

٥ - أهمية المواقع الإخبارية الالكترونية حاليًا نظرًا لانتشار شبكة الانترنت في كل مكان و الحصول على الأخبار بواسطتها، وتعرض الجمهور لها بسهولة في أي وقت يتطلب صياغة الأخبار واستغلال الوسائط المتعددة بطريقة تجذب الجمهور وتساعد على زيادة معرفتهم بالمعلومات.

أهداف الدراسة :

تتعلق هذه الدراسة من هدف رئيسي هو قياس تأثير توظيف الوسائط المتعددة (نص فقط)، (نص + صورة)، (نص + فيديو)، (نص + صورة + فيديو)، (نص + صوت + رسوم متحركة) في المواقع الإخبارية التلفزيونية على المستوى المعرفي للمحتوى الإخباري (السطحي أو المتعمق) للجمهور المصري . وفي ضوء هذا الهدف تتفرع عدة أهداف :

١- قياس تأثير توظيف الوسائط المتعددة في المواقع الإخبارية التلفزيونية على المستوى المعرفي للجمهور المصري .

٢- رصد أكثر أساليب توظيف الوسائط المتعددة (نص فقط ، نص وصورة ، نص وفيديو ، نص وصوت ، نص وصورة فيديو) في المواقع الإخبارية التلفزيونية تأثيرًا على المستوى المعرفي للجمهور المصري .

٣- الاستفادة من توظيف الوسائط المتعددة (نصوص ، صور ، فيديو ، صوت) في المواقع الإخبارية التلفزيونية وتوظيف ما يصلح منها في التأثير على المستوى المعرفي للجمهور المصري .

تساؤلات الدراسة

١- ما مدى تأثير توظيف الوسائط المتعددة بالمواقع الإخبارية على المستوى المعرفي للمبحوثين ؟

٢- هل يوجد فروق بين المجموعات التجريبية في المستوى المعرفي للمبحوثين تبعًا لتصميم الوسائط المتعددة ؟

٤- ما أكثر تصميم للوسائط المتعددة (نص فقط) ، (نص +صورة) ، (نص+صورة+فيديو) ، (نص +صوت+رسوم متحركة)، (نص+فيديو) تأثيرًا على المستوى المعرفي ؟

فروض الدراسة :

تتمثل فروض هذه الدراسة في فرضية أساسية وهي : وجود فروق دالة إحصائية بين المجموعات التجريبية في درجات مستواهم المعرفي للمحتوى الإخباري بالمواقع الإخبارية التلفزيونية تبعًا لتوظيف الوسائط المتعددة (نص فقط) ، (نص + صورة) ، (نص + فيديو) ، (نص + صورة + فيديو) ، (نص + صوت + رسوم متحركة) .

توظيف الوسائط المتعددة في المواقع الإخبارية التلفزيونية وتأثيرها على المستوى المعرفي للجمهور المصري دراسة شبة تجريبية

وفى ضوء هذه الفرضية تنبع فروض أخرى :

- ١_ توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين المجموعات التجريبية في درجات التذكر وبين توظيف الوسائط المتعددة بالمواقع الإخبارية التلفزيونية (نص فقط) ، (نص + صورة) ، (نص + فيديو) ، (نص + صورة + فيديو) ، (نص + صوت + رسوم متحركة) .
- ٢_ توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين المجموعات التجريبية في درجات الإدراك وبين توظيف الوسائط المتعددة بالمواقع الإخبارية التلفزيونية (نص فقط) ، (نص + صورة) ، (نص + فيديو) ، (نص + صورة + فيديو) ، (نص + صوت + رسوم متحركة) .
- ٣_ توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين المجموعات التجريبية في درجات الانتباه لدى المبحوثين وبين توظيف الوسائط المتعددة بالمواقع الإخبارية التلفزيونية (نص فقط) ، (نص + صورة) ، (نص + فيديو) ، (نص + صورة + فيديو) ، (نص + صوت + رسوم متحركة) .
- ٤_ توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين المجموعات التجريبية في درجات الفهم للمحتوى الإخباري بالمواقع الإخبارية التلفزيونية وبين توظيف الوسائط المتعددة بالمواقع الإخبارية التلفزيونية (نص فقط) ، (نص + صورة) ، (نص + فيديو) ، (نص + صورة + فيديو) ، (نص + صوت + رسوم متحركة) .

التعريف الإجرائي في الدراسة :

الوسائط المتعددة :

يقصد بها النصوص و الصور والفيديو والصوت والرسوم المتحركة ، واستخدامها بكيفية مندمجة ومتكاملة من أجل تقديم رسالة تواصلية فعالة وقادرة على تلبية احتياجات المتلقي ومتكيفة مع قدراته الإدراكية المستوى المعرفي :

المعرفة هي المعلومات والحقائق التي يحصل عليها الإنسان ويضعها في ذاكرته عما يجرى حوله من أحداث في العالم من خلال التعرض للمواقع الإخبارية التلفزيونية. وإدخالها وتنظيمها في العقل البشري عبر مستويات متتالية توضح طريقة تخزين المعلومات كالتالي (الإدراك ، الانتباه ، الفهم ، التذكر).

المواقع التلفزيونية الإخبارية :

يقصد بها المواقع الإلكترونية التي أنشأتها القنوات التلفزيونية الإخبارية لها على شبكة الإنترنت، التي تقدم أخبار ومقالات وأحاديث و قصص إنسانية ومتابعة للأحداث الجارية بكل تفاصيلها بشكل إعلامي.

حدود الدراسة :

توظيف الوسائط المتعددة في المواقع الإخبارية التليفزيونية وتأثيرها على المستوى المعرفي للجمهور المصري دراسة شبة تجريبية

تشمل حدود الدراسة الحدود الآتية :

الحدود الموضوعية : تشمل الحدود الموضوعية دراسة توظيف الوسائط المتعددة (النص _ الصورة _ الفيديو _ الرسوم المتحركة _ الصوت) على مستويات المعرفة (الإدراك _ الانتباه _ الفهم _ التذكر).

▪ تصميم موقع إخباري إلكتروني تجريبي مع مراعاة متغيرات الدراسة بتصميم خمسة نسخ تبعاً لتوظيف الوظائف المتعددة في الدراسة.

الحدود المكانية : شملت هذه الدراسة طلاب كلية الإعلام وتكنولوجيا الاتصال بجامعة جنوب الوادي وذلك بسبب سهوله الوصول إلى الطلاب عينة الدراسة، وقربهم من معامل الحاسب الآلي التي طبقت بها الدراسة.

الحدود الزمانية : طبقت هذه الدراسة الفترة ما بين ٢٠١٧ ميلادي إلى عام ٢٠١٩ ميلادي. وذلك بعد التمكن من تصميم الموقع الإلكتروني التجريبي، وإتاحة الوقت بمعامل الكلية لتطبيق التجربة.

عينة ومجتمع الدراسة :

١- مجتمع الدراسة : تمثل مجتمع الدراسة في طلاب كلية الإعلام وتكنولوجيا الاتصال بجامعة جنوب الوادي.

١ – عينة الطلاب : عشوائية مقدارها (١٠٠) مفردة من طلاب وطالبات الفرقة الأولى والفرقة الثانية بكلية الإعلام وتكنولوجيا الاتصال بجامعة جنوب الوادي.

متغيرات الدراسة : وتنقسم متغيرات الدراسة إلى :

المتغير المستقل :

هو المتغير المراد معرفة تأثيره على متغير آخر، وفي هذه الدراسة المتغير المستقل هو الوسائط المتعددة موظفة بالأشكال الآتية (نص فقط) و (نص + صورة) و (نص + فيديو) و (نص + صورة + فيديو) و (نص + صوت + رسوم متحركة).

المتغير التابع :

هو المتغير الذي يريد الباحث في الكشف عن مستويات تأثيره بالمتغير المستقل، ويتمثل المتغير التابع في الدراسة في المستوى المعرفي للجمهور المصري (الإدراك – الانتباه – الفهم – التذكر).

المتغير الوسيط : هو المواقع الإخبارية التليفزيونية على شبكة الانترنت

النتائج العامة للدراسة :

توظيف الوسائط المتعددة في المواقع الإخبارية التلفزيونية وتأثيرها على المستوى المعرفي للجمهور المصري دراسة شبة تجريبية

١- اتضح أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين المجموعات التجريبية في درجات الإدراك لدى الباحثين وبين وتوظيف الوسائط المتعددة بالمواقع الإخبارية التلفزيونية (نص فقط)، (نص + صورة)، (نص + فيديو)، (نص + صورة + فيديو)، (نص + صوت + رسوم متحركة) .

٢- أنه توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين المجموعات التجريبية في درجات الانتباه لدى الباحثين وبين وتوظيف الوسائط المتعددة بالمواقع الإخبارية التلفزيونية (نص فقط)، (نص + صورة)، (نص + فيديو)، (نص + صورة + فيديو)، (نص + صوت + رسوم متحركة) .

٣- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين المجموعات التجريبية في درجات الفهم وبين توظيف الوسائط المتعددة (نص فقط)، (نص + صورة)، (نص + فيديو)، (نص + صورة + فيديو)، (نص + صوت + رسوم متحركة) لصالح المجموعة الرابعة (نص + صورة + رسوم متحركة) .

٤- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين المجموعات التجريبية في درجات التذكر وبين وتوظيف الوسائط المتعددة بالمواقع الإخبارية التلفزيونية (نص فقط)، (نص + صورة)، (نص + فيديو)، (نص + صورة + فيديو)، (نص + صوت + رسوم متحركة) لصالح المجموعة الخامسة .

المراجع

١. وليد النجار ، لوسائط المتعددة بالمواقع الإلكترونية وعلاقتها بإمداد طلبية الإعلام بالمعلومات حول أحداث ٢٥ يناير المصرية ، مجلة الرأي العام ، المجلد العاشر ، العدد الرابع ، ٢٠١١ ، ص ٣٠١
 ٢. على مهند أحمد، استخدام الوسائط المتعددة في إدارة العلاقات العامة ، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة أم درمان الإسلامية ، السودان ، ٢٠١١
 ٣. أحمد مجدي ، استخدام الوسائط المتعددة في الإلكترونية للفضائيات ، رسالة ماجستير غير منشورة ، جامعة السودان ، كلية علوم الاتصال ، قسم الوسائط المتعددة ، ٢٠١٥
 ٤. عبير محمد ، تأثير طرق العرض في إدراك وتذكر المضمون الإخباري : دراسة تجريبية مقارنة التليفزيون والوسائط المتعددة عبر الانترنت ، رسالة دكتوراه غير منشورة ، جامعة القاهرة ، كلية الإعلام ، قسم التليفزيون ، ٢٠١١
 ٥. عبد الخالق محمد علي ، خطوات نحو بحث النهج الإعلامي، لبنان، دار المحجة البيضاء للنشر، ط ١ ، ٢٠١٠
 ٦. إبراهيم المصري و عمرو أبو جبر : العلاقة بين مستويات استخدام الجمهور الفلسطيني للإعلام الرقمي ومستويات المعرفة بقضايا الشباب ، مجلة جامعة القدس المفتوحة للأبحاث والدراسات - العدد الثاني والأربعون ، ٢٠١٧
 ٧. كريمة مهران ، العلاقة بين استخدام المواقع الإلكترونية ومستوى المعرفة بحقوق الإنسان لدى الجمهور المصري ، رسالة ماجستير غير منشورة ، جامعة القاهرة ، كلية الإعلام ، قسم الإذاعة والتليفزيون ، ٢٠١٦
8. Sung Woo Yoo, and others, Cognitive Benefits for Senders: Antecedents and Effects of Political Expression on Social Media , Journalism & Mass Communication Quarterly, , Vol. 94(1) , 2017, pp 17
 9. Kelly Quinn, Cognitive Effects of Social Media Use: A Case of Older Adults, Social Media + Society July- September 2018, pp 1–9
 10. Norman E. Youngblood¹ and Ryan Lysaght : Accessibility and Use of Online Video Captions by Local Television News Website , School of Communication and Journalism, Auburn University, Tichenor Hall, RM, , available at : <http://enx.sagepub.com.ugrade1.eul.edu>
 11. Terry Bloom and Johanna Cleary, Gatekeeping at the Portal An Analysis of Local Television Websites' User-Generated Content , University of Florida, Gainesville, FL, USA , , available at <http://enx.sagepub.com/content/5/2/93.abstract>

12. Willis. D, Effect of using enhancing visual elements in web site design .
Available online at
https://scholar.google.com/scholar?q=Willis.+D,+Effect+of+using+enhancing+visual+elements+in+web+site+design+pdf&hl=ar&as_sdt=0&as_vis=1&oi=scholart
13. Hai L. Tran' More or Less? Multimedia Effects on Perceptions of News Websites, Electronic News 2015, Vol. 9(1) pp 51