

توظيف الفيديوغراف في الصحافة الإخبارية: دراسة تحليلية على

عينة من المواقع الإلكترونية للصحف المصرية

د نسمة مطوع*

مخلص الدراسة:

هدفت الدراسة إلى الكشف عن كيفية توظيف الفيديوغراف في الصحافة الإخبارية الإلكترونية من خلال تحليل شكل ومضمون الفيديوغراف المنشورة عبر مواقع الصحف الإلكترونية، وذلك بالتطبيق على مواقع "اليوم السابع"، "المصري اليوم"، "البوابة نيوز" و"أخبار اليوم" خلال شهري يوليو وأغسطس ٢٠٢٠م. اتخذت الدراسة من نظرية ثراء الوسيلة إطاراً نظرياً، واعتمدت على منهج المسح الإعلامي، ووظفت أداة تحليل الشكل المضمون لعينة قدرها (٦٦٠) فيديوغراف، وخلصت الدراسة إلى تفوق صحيفة "اليوم السابع" على الصحف الإلكترونية الثلاثة الأخرى عينة الدراسة في توظيف الفيديوغراف أو الفيديو المعلوماتي في بنية النصوص والأخبار المنشورة عبر موقعها، من خلال استخدام الرسوم المتحركة لخلق فيديو معلوماتي وتحويل البيانات والمعلومات إلى فيديو متحرك على هيئة فيديوغراف، كما أشارت النتائج إلى أن التعليق النصي والصور الثابتة والموسيقى الخلفية كانت بمثابة القاسم المشترك فيما يتعلق بتوظيف الوسائط المتعددة في ملفات الفيديوغراف في مواقع الصحف الأربعة.

الكلمات المفتاحية للبحث: صحافة البيانات - الفيديوغراف - الصحافة الإلكترونية

Uses of Videography in News Journalism: an analytical study on a sample of the websites of Egyptian newspapers

Abstract:

This study examined how electronic journalism websites utilize Videographs by analyzing the form and content of the videographs published on the websites of electronic newspapers. For the study, the Videographs published on the websites, "Al-Youm7", "Al-Masry Al-Youm", "Al-Bawaba News" and "Akhbar Al-Youm", during a month July and August 2020, are explored

* مدرس بقسم الإعلام بكلية الآداب - جامعة دمياط.

and analyzed. The research used the media richness theory as a theoretical framework, using media survey methodology, and applying the format- content analysis tool to a selected sample of (660) Videographs. The study concluded that “Al-Youm7” newspaper is superior to the other three electronic newspapers, the study sample, in recruiting videographs or informational video in the structure of texts and news published on its website, through the use of animation to create an informational video and transform data and information into texts and animated images in the form of a videograph. The results also indicated that the text commentary, still images, and background music were the common denominator regarding the employment of multimedia in videograph files in the four newspaper sites.

Keywords for research: data journalism - videography - electronic journalism.

مقدمة:

أتاحت تكنولوجيا المعلومات في ظل هيمنة التقنيات الحديثة وفرة هائلة من البيانات الرقمية التي أتاحت للمؤسسات الصحفية استغلالها في ظل الممارسات الصحفية التي حرصت على التوسع في تطوير محتوياتها الرقمية والاستفادة مما تنتجه شبكة الإنترنت من إمكانيات هائلة ساعدتها على تحويل السرد النصي للأخبار إلى تقنيات ما عرف بـصحافة البيانات بمختلف تصميماتها والتي ساهمت في تغيير أسلوب التفكير تجاه البيانات المتنوعة والمعلومات المعقدة لتضفي نمطاً جديداً في عرض المعلومات ونقلها بصورة جذابة في هيئة رموز ورسوم بيانية وخرائط توضيحية وغيرها.

وبذلك أصبحت صحافة البيانات مصدراً هاماً للأخبار الصحفية القائمة على هياكل البيانات والمعلومات العامة دون الاعتماد على السرد النصي، فلم تعد الرسوم البيانية مجرد رسوم ومخططات تصاحب النص ولكنها تحولت إلى صوراً إعلامية متكاملة العناصر تقدم رسائل إعلامية مركزة للجمهور⁽¹⁾.

وبفضل هذه التطورات؛ أصبحت العديد من المؤسسات الصحفية والإخبارية تتبنى صحافة البيانات بطرق جديدة، وتشجع الصحفيين على استخدام هذه المهارة في غرفة الأخبار، وقد أشارت دراسة أعدتها جوجل على تسعمائة صحفي في الولايات المتحدة

توظيف الفيديو جراف في الصحافة الإخبارية: دراسة تحليلية على عينة من المواقع الإلكترونية للصحف المصرية

الأمريكية وأوروبا؛ إلى أن ٥١% من وكالات الأنباء أكدوا أن لديهم صحفيين متخصصين في صحافة البيانات وأن ٤٢% من المراسلين يستخدمون البيانات في القصص الإخبارية التي يقومون بإنتاجها بانتظام، حيث لاقت صحافة البيانات أو الصحافة المعتمدة على البيانات قبولا سريعا وسهولة في الاستخدام من قبل الصحفيين^(٢).

ويعتبر الفيديو جراف أحد أنماط الإنفوجرافيك التفاعلي Interactive Infographic والذي يكون إما عبارة عن رسوم متحركة تتناول شرح قضية معينة؛ أو فيديو تفاعلي يحتوي على بعض المعلومات التي تشرح بعض القضايا والأحداث وقد يحتوي على الموسيقى ومؤثرات الصوت والخرائط والصور وغيرها من الوسائط المتعددة، وهو النمط الذي أصبحت تتجه إليه المواقع والصحف الإلكترونية في تناولها للموضوعات والأحداث الجارية بشكل جذاب وتفاعلي^(٣).

وقد لجأت المواقع الإلكترونية للصحف المصرية إلى الفيديو جراف كوسيلة جذابة للانتشار وعرض المعلومات، وهناك العديد من المواقع الإلكترونية التي تشتهر بإنتاج الفيديو جراف وتوظيفه في معالجتها لمختلف الأحداث والقضايا، كما أن أغلب المؤسسات الإعلامية تستخدم هذا النوع على منصاتها الرقمية للخروج من قالب التقليدي للفيديو، ويستخدم الفيديو جراف في تناول مضامين متنوعة كالترويج لمنتجات شركة ما، أو عرض بعض المعلومات عن شيء ما، أو سرد السيرة الذاتية لشخص أو حدث ما، وذلك حسب سياق الموضوع، وحسب اهتمام كل موقع بتوظيف الفيديو جراف في معالجة الأخبار والقضايا.

وقد أكدت الدراسات والبحوث الإعلامية إقبال الجمهور على هذا النمط من صحافة البيانات كنمط مستحدث في مواقع الإلكترونية المختلفة بشكل عام ومواقع الصحف الإلكترونية بشكل خاص، ومن ثم استخدمته الصحف باعتباره نمطا جديداً يتميز بالجاذبية وشد الانتباه، فضلاً عن سهولة التعرض من خلاله لأكبر قدر من المعلومات بشكل شيق وجذاب.

الدراسات السابقة:

طرحت صحافة البيانات تحديات جديدة أمام المؤسسات الصحفية في طرق إنتاجها وكيفية توظيفها، ومدى تأثيرها على عناصر العملية الإعلامية لتصبح أكثر فاعلية، ومن خلال مراجعة التراث العلمي المرتبط بموضوع الدراسة، قامت الباحثة برصد أهم الدراسات التي أجريت حول صحافة البيانات بشكل عام وصحافة الفيديو بشكل خاص، وفيما يلي عرض لأهم تلك الدراسات في محورين:

المحور الأول: دراسات أجريت حول صحافة البيانات:

استهدفت دراسة (هبة مصطفى ٢٠٢١م)^(٤) التعرف على الاتجاهات الحديثة في بحوث ودراسات صحافة البيانات من حيث مجالات الاهتمام البحثي والجوانب المنهجية المستخدمة وذلك من خلال مسح الإنتاج العلمي في الدول العربية والأجنبية بالاعتماد على منهج المسح التحليلي الكيفي من المستوى الثاني، وتم تطبيق الدراسة خلال الفترة الزمنية من عام ٢٠١٠م وحتى عام ٢٠٢٠م، ورصدت الدراسة اتجاهاً نحو الاهتمام بدراسة الإنفوجرافيك باعتباره النمط الأكثر استخداماً من قبل وسائل الإعلام حيث اعتبر من المجالات البحثية التي ركز عليها الباحثين في الخمس سنوات الماضية واهتمت كلاً من المدرستين الغربية والعربية برصد أشكال الإنفوجرافيك وتحديد أنواعه إما وفقاً لإتاحة الحركة أو وفقاً للتفاعلية المستخدمة وإما للغرض منه أو وفقاً للإخراج الشكلي له وتأثيرات هذا الشكل.

واستهدفت دراسة (وفاء جمال درويش ٢٠٢١م)^(٥): بحث كيفية توظيف صحافة البيانات في التغطيات الصحفية الاستقصائية بالمواقع الإلكترونية المصرية، كذلك اهتمت الدراسة باكتشاف أهم المهارات والمتطلبات التي يحتاجها الصحفي الاستقصائي ومصمم البيانات بالإضافة إلى التحديات التي تواجهها، واعتمدت الدراسة منهج المسح الإعلامي وأداة الاستبانة لجمع المعلومات، وتوصلت إلى أن أهمية صحافة البيانات تزداد مع وجود كم متزايد من المحتوى الرقمي في العالم ومع هذا التدفق في البيانات يأتي دور الصحفي الاستقصائي في تصفية هذه البيانات وتحليلها.

بينما استهدفت دراسة (محمد نور ٢٠٢٠م)^(٦) معرفة تأثير التبيوغرافية الرقمية على إخراج الجرائد الإلكترونية المصرية والأمريكية والأساليب التي يعتمد عليها مصممو مواقع تلك الجرائد، وتناول الباحث بالتحليل على مدى عام أربعة جرائد بواقع اثنتين مصريتين واثنتين أمريكيتين وهي: موقع جريدة اليوم السابع، وموقع بوابة الأهرام، وموقع جريدة يو إس أي توداي، وموقع جريدة واشنطن بوست الأمريكيتين، وانتهت الدراسة إلى افتقار الصحف الإلكترونية لتوظيف ما يعرف بـ"الموشن جرافيك Motion Graphic" أو الفيديو المعلوماتي "Video Graphic" في بنية نصوصها من خلال استخدام الرسوم المتحركة لخلق فيديو تصويري، وتحويل البيانات والمعلومات إلى فيديو متحرك على هيئة إنفوجرافيك، بينما أشارت إلى أن موقع "اليوم السابع" نجح بعكس مواقع الدراسة الثلاثة الأخرى في الاستفادة من خصائص الصحافة الإلكترونية على الشاشة والمتمثلة في لقطات الفيديو ووظيفها في تقديم نصوصه عبر الفيديو جراف التبيوغرافية بدرجات متفاوتة لإضفاء الحيوية على تلك النصوص وتحسين درجة جذبها للمتصفحين.

توظيف الفيديو جراف في الصحافة الإخبارية: دراسة تحليلية على عينة من المواقع الإلكترونية للصحف المصرية

وفي إطار الكشف عن أسباب استخدام الإنفوجرافيك في الصحف البريطانية؛ بحث دراسة (Alla Kovalenko, 2020)^(٧) أسباب استخدام هذا الشكل في معالجة صحيفة الجارديان لأزمة اللاجئين إلى أوروبا وتأثير هذا الاستخدام على سهولة إدراك القراء للأزمة، وبعتماد منهج المسح وسحب عينة للتحليلي قدرها ١٠٠ منشور من موقع صحيفة الجارديان حول الأزمة؛ توصلت الدراسة إلى حجم التأثير الفعال للإنفوجرافيك في مساعدة القراء على فهم الأزمة وأن تناول موقع الصحيفة لمعالجة الأزمة باستخدام الرسوم البيانية والإحصائيات والجدول ساهم بشكل كبير في شرح وتفسير الأزمة.

وفي نفس الإطار؛ تطرقت دراسة (Ian Mitchell, 2020)^(٨) إلى معرفة دور الإنفوجرافيك في زيادة فهم وإدراك الجمهور للقضايا السياسية أو السيسواجتماعية، وبعتماد المنهج المسحي وتحليل أربع صحف بريطانية الإلكترونية منها والمطبوعة؛ توصلت الدراسة إلى أن استخدام الإنفوجرافيك في معالجة المواضيع والقضايا المرتبطة بالانتخابات البريطانية ساهم في تسهيل وتبسيط المعلومات للقارئ.

وهدفت دراسة (سمير محمد ٢٠٢٠م)^(٩) إلى الكشف عن طبيعة توظيف صحافة البيانات في تناول فيروس كورونا المستجد بالمواقع العربية والعالمية، من خلال تحليل شكل ومضمون صحافة البيانات بأشكالها المختلفة، وذلك بالتطبيق على مواقع "مصراوي"، "عكاظ"، "العين الإخبارية"، "الجارديان" و"يو إس إيه توداي"، وكشفت النتائج عن تمتع المواقع العالمية بثراء معلوماتي ملحوظ في محتوى صحافة البيانات بها، كما أشارت إلى تفوق المواقع العربية في إنتاج وبث الفيديوهات المعلوماتية المتحركة في حين تأتي الغالبية العظمى من الفيديوهات والرسوم المعلوماتية "الإنفوجرافيك" من النوع التفاعلي في المواقع العالمية.

بينما سعت دراسة (سحر عبد المنعم، ٢٠٢٠م)^(١٠) إلى التعرف على دور الإنفوجرافيك في زيادة إنقراطية المحتوى الإعلامي في مواقع الصحف المصرية والعالمية، اعتمدت الدراسة منهج المسح بشقيه التحليلي والميداني، وبالتطبيق على أربعة مواقع إلكترونية مصرية وبريطانية توصلت الدراسة إلى أن الإنفوجرافيك الثابت جاء على رأس قائمة الأنواع الخاصة بالإنفوجرافيك بنسبة ٩٣%، بينما جاء الإنفوجرافيك التفاعلي بنسبة ١,٣% فقط من عينة المواقع محل الدراسة.

كما سعت دراسة (عبده كمال رشيد، ٢٠٢٠م)^(١١) إلى اختبار تأثير الإنفوجرافيك على اكتساب القراء للمعلومات من الأخبار المقدمة بالصحف الإلكترونية على مستويين؛ هما: الفهم والتذكر، واعتمدت على المنهج التجريبي وطبقت تجربة الدراسة على عينة عمدية متاحة ضمت (٩٠) طالبًا من طلاب الفرقتين الثالثة والرابعة - بكلية التربية

توظيف الفيديو جراف في الصحافة الإخبارية: دراسة تحليلية على عينة من المواقع الإلكترونية للصحف المصرية

النوعية – جامعة المنيا، وتوصلت نتائج الدراسة إلى تفوق تأثير الإنفوجرافيك المتحرك من حيث تذكر وفهم المحتوى الإخباري مقارنة بتأثير الإنفوجرافيك الثابت، وأيضاً تفوق تأثير الإنفوجرافيك البسيط الذي يركز على التوضيح والشرح من خلال النص من حيث فهم وتذكر معلومات الأخبار مقارنة بتأثير الإنفوجرافيك المعقد الذي يركز على التوضيح البصري من خلال الاهتمام بمظهر التصميم وتوظيف الكثير من العناصر الجرافيكية التي قد تكون غير ضرورية لتحقيق الفهم.

وبحثت دراسة (ريم الزناتي، ٢٠٢٠م)^(١٢) في دور الإنفوجرافيك المقدم في الحسابات الرسمية لوزارة الصحة في الدول العربية عبر موقع التواصل الاجتماعي (تويتر) في معالجة القضايا الصحية بالتطبيق على فيروس كورونا المستجد، وتوصلت إلى تفوق الصفحة المصرية في استخدام الإنفوجرافيك المتحرك الذي يحتوى على الفيديو جراف والأنيميشن فيعطى المصمم فرصة أكبر للإبداع وتحويل عديد من المعلومات والبيانات إلى فيديو تفاعلي بطريقة ذكية وجذابة.

بينما ركزت دراسة (أحمد الزهراني & مروة عطية، ٢٠١٩م)^(١٣) إلى رصد وتحليل قوالب الفيديو جراف التي يجري من خلالها سرد ونقل المضامين الإخبارية في مواقع الصحافة العربية والغربية على شبكة الإنترنت، واعتمدت الدراسة على أداة تحليل المضمون بشقيها الكمي والكيفي لتحليل أنماط الوسائط المعلوماتية المستخدمة في بناء وتكوين هيكل الفيديو جراف، وذلك بالتطبيق على (٤٠٠) موضوع إخباري نشرت في ثمانى مواقع إخبارية، وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج أهمها وجود تباين بين المواقع الإخبارية في توظيف الفيديو جراف، حيث وظفته المواقع العربية في الموضوعات السياسية والاقتصادية والاجتماعية، بينما وظفته المواقع الغربية الناطقة بالعربية في الموضوعات الفنية والتقنية والسياحية، كما أشارت النتائج إلى أن بعض الوسائط المعلوماتية كانت قاسم مشترك في المواقع الإخبارية مثل "الموسيقى الخلفية".

وفيما يتعلق بفهم المعلومات وتخزين الحقائق؛ توصلت دراسة (Kim, Narae., et al, 2019)^(١٤) والتي استهدفت اختبار تأثير المعالجة المعرفية والعاطفية للإنفوجراف التفاعلي على شبكة الإنترنت بالمقارنة بأساليب المعالجة الأخرى، بالاعتماد على المنهج التجريبي وبالتطبيق على (٢٢٢) مفردة، إلى أن المشاركين المتفاعلين مع خرائط الإنفوجراف كانت نتيجة استيعابهم للمعلومات أعلى مقارنة بالمشاركين الأقل تفاعلاً.

وفيما يتعلق بتفضيلات المستخدمين لأنواع الإنفوجرافيك؛ أشارت دراسة (هاني البطل ٢٠١٩م)^(١٥) تفضيل الشباب الجامعي للإنفوجرافيك الثابت في المواقع الصحفية المصرية في الترتيب الأول بينما جاء الإنفوجرافيك المتحرك في الترتيب الثالث.

توظيف الفيديو جراف في الصحافة الإخبارية: دراسة تحليلية على عينة
من المواقع الإلكترونية للصحف المصرية

بينما هدفت دراسة (بيرق حسين جمعة، عبد الامير ٢٠١٩م)^(١٦) إلى معرفة أساليب توظيف الإنفوجرافيك في المواقع الإخبارية نظراً للأدوار الاتصالية المتنوعة للإنفوجرافيك، وتحقيقاً لهدف البحث فقد استخدمت الباحثة المنهج المسحي: طريقة تحليل المضمون لتحليل مادة الإنفوجرافيك من العينة المختارة من المواقع الإخبارية موضوع البحث، وتوصلت إلى ضعف توظيف المواقع محل الدراسة للإنفوجرافيك المتحرك والتفاعلي على الرغم من ما توفره شبكة الإنترنت من مجالات واسعة لتلبية متطلبات العصر والجيل الرقمي والاعتماد بشكل كبير على الإنفوجرافيك الثابت. وهو ما أشارت إليه أيضاً (عبير سليم ٢٠١٨م)^(١٧) في دراستها التي استهدفت التعرف على درجة اهتمام المواقع الفلسطينية الإلكترونية بفن الإنفوجرافيك ومجالات استخدامه إلى اعتماد المواقع على الإنفوجرافيك الثابت أكثر من المتحرك.

وسعت دراسة (Veglis. A, Bratsas. CH, 2017)^(١٨) إلى تصنيف أنماط صحافة البيانات المختلفة في مواقع الصحف الإلكترونية، وتوصلت إلى أن ٥٨,٨% من القصص الإخبارية الإلكترونية كانت عبارة عن رسوم معلوماتية مستقلة، فيما كانت النسبة البقية مصاحبة للمحتوى الصحفي، كما أشارت إلى أن الجارديان نجحت في الدمج بين الرسوم المعلوماتية الثابتة والمتحركة بأشكالها المختلفة كالجداول البيانية وأرقام، والخرائط والرسوم التعبيرية، والصور والرموز التصويرية.

وهو ما تطرقت إليه أيضاً دراسة (Julio Costa, 2017)^(١٩) حيث بحثت عن مدى استخدام وتوظيف الإنفوجرافيك في صحافة الويب، وأشارت إلى أن الوسائط المتعددة الموظفة في الإنفوجرافيك التفاعلي تعطي ثقل للصحيفة الإلكترونية، كما أشارت إلى أنها مازالت بحاجة إلى خلق معايير لتصميم أشكال مختلفة من فن الإنفوجرافيك تخلق جو أكبر من التفاعل مع الجمهور، فيما قدمت دراسة (Locoro. Zwinger & Zeiller, A, & Cabitza. F, et. Al, 2017)^(٢٠) ودراسة (A, & Cabitza. F, et. Al, 2017)^(٢١) دليلاً عن تفضيل عينات الدراسة للإنفوجرافيك التفاعلي على الرغم من تعقيده، أن منهم من يعتمد البحث عن الإنفوجرافيك التفاعلي باعتباره الشكل الأكثر تفضيلاً لديهم والأكثر قدرة على سهولة عرضه للأرقام والمعلومات ومساعدتهم على تذكر المعلومات.

كما بحث دراسة كلاً من (Sandra Zwinger, Michael Zeiller, 2016)⁽²²⁾ توظيف الإنفوجرافيك التفاعلي في الصحف الإلكترونية الألمانية، وتقييم استخدام هذه الصحف للإنفوجرافيك التفاعلي ومدى التزامها بالمعايير الخاصة بتصميم الإنفوجرافيك، وكذلك التعرف على تفضيلات الجمهور لفن الإنفوجرافيك، وتوصلت إلى أن أكثر موضوعات الإنفوجرافيك التفاعلي هي الموضوعات الاجتماعية، ثم

توظيف الفيديو جراف في الصحافة الإخبارية: دراسة تحليلية على عينة من المواقع الإلكترونية للصحف المصرية

الموضوعات السياسية، كما أشارت النتائج إلى أن أهم أسباب تفضيل الجمهور للإنفوجرافيك التفاعلي تمثل في تبسيط المعلومة في أشكال سهلة الفهم والاستيعاب والحفظ، كما تزيد من معدل زيارة القراء للموقع، كما أشارت إلى أن أهم عوامل النجاح للإنفوجرافيك التفاعلي الأكثر جاذبية والقابل للاستخدام تتمثل في وجود هيكل واضح ومباشر وعدد مناسب من عناصر التحكم والتفاعل، وتصميم موحد لعناصر التفاعل التي تتوافق مع توقعات المستخدم وعاداته، والاختصارات وكذلك الرموز والأيقونات التي يمكن فهمها بسهولة، وأدوات التنقل التي يسهل استخدامها.

كما أظهرت نتائج دراسة (سماح الشهاوى ٢٠١٦م)^(٢٣) التأثير الإيجابي للإنفوجراف التفاعلي على العمليات المعرفية المتمثلة في التذكر الدقيق والإدراك من خلال إجراء دراسة تجريبية باستخدام ثلاث مجموعات للتعرف على تأثير الإنفوجراف التفاعلي على درجة تذكر وإدراك المستخدمين للمحتوى ومقارنته بكل من الإنفوجراف الثابت والنص فقط الذي لا يحتوى على أى رسوم، حيث تفوقت المجموعة الأولى التي تعرضت للإنفوجراف التفاعلي على المجموعتين الثانية والثالثة.

وفيما يتعلق بدراسة وتحليل استخدام صحافة البيانات في الصحف الأجنبية والوسائط المستخدمة ومصادر المعلومات، أشارت دراسة كلاً من (Megan Knight2015)^(٢٤) و (Maria, T., Olivo2015)^(٢٥) تنوع أشكال الإنفوجرافيك والإنفوجرافيك التفاعلي الذي تم استخدامه في تقديم الموضوعات في الصحف الأجنبية ما بين الخرائط والرسوم البيانية، وفيما يتعلق بذكر مصادر المعلومات فقد توصلت الدراستان إلى أن الغالبية العظمى لم توضح مصادر المعلومات في موضوعاتها.

كما أكدت دراسة (Rosmiza Bidin, et. Al, 2011)^(٢٦) أن التصميم الجيد يساعد في توصيل المعلومات للقراء بشكل واضح وفعال، ويجعل البيانات المعقدة تبدو أكثر سهولة ومرونة للاستخدام.

المحور الثاني: دراسات تناولت صحافة الفيديو:

سعت دراسة (أحمد محمد ٢٠٢٠م)^(٢٧) إلى إلقاء الضوء على توظيف صحافة الفيديو الإلكترونية المصرية من خلال رصد حجم الإنتاج الإعلامي لصحافة الفيديو وآليات تحريرها، ومدى توافر إمكانيات الإنتاج لذلك النوع المستحدث، وتوصلت الدراسة إلى أن فيديو اليوم السابع جاء في المرتبة الأولى كأكثر الصحف عينة الدراسة إنتاجاً للفيديو بنسبة بلغت (٨٥,٩%)، وجاء الخبر كأكثر الفنون الصحفية توظيفاً في صحافة الفيديو بنسبة (٤٨%)، وجاءت الموضوعات المتعلقة بالحوادث والأمن أكثر الموضوعات المقدمة في صحافة الفيديو في الصحف الإلكترونية المصرية عينة

توظيف الفيديو جراف في الصحافة الإخبارية: دراسة تحليلية على عينة من المواقع الإلكترونية للصحف المصرية

الدراسة ثم الموضوعات الرياضية، ثم السياسية، أما فيما يتعلق بحجم إنتاج مضمون صحافة الفيديو بالدقائق فجاءت الموضوعات السياسية في الترتيب الأول.

بينما استهدفت دراسة (نهلة صلاح ٢٠١٨م)^(٢٨) قياس التفاعلية في صحافة الفيديو وتأثيرها في تشكيل الوعي الاجتماعي لدى الشباب المصري، وذلك من خلال تطبيق منهج المسح على دراستين أحدهما تحليلية على عينة من مواقع الصحف المصرية، وأخرى ميدانية على عينة من الشباب، وتوصلت إلى أن صحفي الفيديو هو المصدر الوحيد التي تعتمد عليه قنوات العينة الثلاث في الحصول على الفيديوهات وإنتاجها بنسبة ١٠٠%، كما كشفت الدراسة أن قناة اليوم السابع المصورة تصدرت المرتبة الأولى في مقياس أبعاد التفاعلية الوظيفية، تليها قناة بوابه أخبار اليوم ثم قناة المصري اليوم.

كما سعت دراسة (أحمد إبراهيم ٢٠١٧م)^(٢٩) إلى تحليل استخدام مواقع الصحف الإلكترونية لصحافة الفيديو لمعرفة مواطن القوة والضعف بها، إضافة إلى معرفة مدى تأثيرها على جمهورها للكشف عن أولويات القضايا المقدمة من خلالها، واعتمدت الدراسة على منهج المسح بشقيه الكمي والكيفي، واستخدمت الدراسة أداة تحليل المضمون لتحليل ثلاثة مواقع صحفية تستخدم صحافة الفيديو وهي (اليوم السابع، أخبار اليوم، الوفد)، وتوصلت إلى تصدر موقع اليوم السابع للمواقع عينة الدراسة من حيث عدد مقاطع الفيديو التي انتجها، كما احتل أيضاً المرتبة الأولى في تفضيلات الجمهور للمواقع الصحفية التي يحصلون من خلالها على الأخبار، كما أشارت النتائج إلى أن القضايا السياسية جاءت في المرتبة الأولى من إجمالي عدد الموضوعات التي تم نشرها على مواقع العينة، بينما جاءت القضايا الاجتماعية في المرتبة الثانية.

وفيما يتعلق بتأثير مقاطع الفيديو الإخبارية؛ سعت دراسة (Gina Masullo et al, 2017)⁽³⁰⁾ إلى التعرف على تأثير مقاطع الفيديو الإخبارية ذات الجودة المنخفضة على جمهور المشاهدين للصحف في مرحلة الشباب، واستخدمت الدراسة المنهج التجريبي من خلال إجراء تجربة ثلاثية الشروط بجودة (عالية - منخفضة - مختلطة) على (٢١٢) مقطع فيديو، وتوصلت إلى أن الأشخاص الذين تعرضوا لمقاطع فيديو منخفضة الجودة لديهم نظرة منخفضة لكل من مصداقية الفيديو وكذلك مكانة الصحيفة التي أنتجت مقاطع الفيديو.

ونظراً لأهمية صحافة الفيديو لكونها من الخدمات الجديدة على الساحة الإعلامية من خلال الإنترنت، سعي الباحثان (وليد & عبد الخالق، ٢٠١٧م)^(٣١) إلى معرفة مدى إدراك طلاب الإعلام لهذه الخدمة الجديدة واتجاهاتهم نحوها، ولاتجاه العديد من المؤسسات الإعلامية الآن إلى وضع خطط تدريبية للصحفيين العاملين فيها ليواكبوا هذا

توظيف الفيديو جراف في الصحافة الإخبارية: دراسة تحليلية على عينة من المواقع الإلكترونية للصحف المصرية

النوع من الصحافة بالتوازي مع معرفتهم بأساسيات العمل الصحفي للصحافة المكتوبة للخروج إلى عصر صحافة الفيديو، والتعامل مع هذا التطور بآليات منظمة، واعتمدت الدراسة منهج المسح الإعلامي، وتم تطبيق أداة الاستبيان على عينة قدرها (٤٠٠) مفردة من طلاب الإعلام بالجامعات المصرية الحكومية والخاصة، وتوصلت إلى أن نسبة ٣٠% من أفراد العينة يتعرضوا لمقاطع الفيديو بمواقع الصحف الإلكترونية عبر الإنترنت دائماً، وذكر نسبة ٣٨,٨% أنهم يتابعون مواقع صحافة الفيديو الإلكترونية لأنها غير تقليدية في معالجة شكل ومحتوى الصفحة المقدمة للجمهور.

وكذلك قدمت دراسة (مروة عطية ٢٠١٧م)^(٣٢) محاولة للكشف عن العلاقة بين النص والفيديو المصاحب له والكشف عن السياقات المختلفة التي يتم في إطارها توظيف لقطات الفيديو داخل البناء الفني للقصة الإخبارية، اعتمدت الدراسة على أداة تحليل المضمون وطبقت على عينة قدرها (٣٠٠) قصة صحفية في المواقع الإخبارية عينة الدراسة، وتوصلت إلى رصد ثلاثة أنماط من البنى الفنية للقصص الإخبارية المنشورة على شبكة الإنترنت (البناء الانتقائي، البناء المتشابك والبناء المدمج)، كما كشفت النتائج أن اللقطات الحية المصورة الأقرب إلى التقارير التلفزيونية كانت النمط السائد في التوظيف ضمن البناء الانتقائي والمتشابك، بينما كانت لقطات الفيديو جراف الأعلى في التوظيف ضمن البناء المدمج.

بينما قدم الباحث (على حمودة، ٢٠١٦م)^(٣٣) بحثاً حول دور صحافة الفيديو في تشكيل اتجاهات الجاليات الأجنبية نحو "الإسلاموفوبيا"، استخدمت الدراسة استمارة الاستقصاء في الدراسة الميدانية للجاليات الأجنبية الناطقين بالعربية وغير الناطقين بها؛ وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج جاءت أهمها في أن مواقع صحافة الفيديو لنشر الإسلاموفوبيا احتل الترتيب الأول فيها "المواقع الصحافية" واتضح ذلك أكثر في الصحف الأجنبية عن الصحف العربية، أما فيما يتعلق بما يفضله المستخدمين لصحافة الفيديو فجاء "الفيديو مع النص" في الترتيب الأول.

أما فيما يتعلق باستخدام صحافة الفيديو فقد استهدفت دراسة (Javier Mayoral Sánchez, et al, 2016)^(٣٤) التعرف على استخدام صحافة الفيديو في وسائل الإعلام الإلكترونية لجذب انتباه المشاهدين، وذلك من خلال تحليل محتوى الفيديو المقدم في خمسة صحف إلكترونية في أسبانيا ممثلة لوسائل الإعلام الإخبارية من عام ٢٠١٠ إلى ٢٠١٥، وتوصلت إلى أن ملفات الفيديو التي تنشرها وسائل الإعلام الرقمية تتعد عن السرد السمعي البصري التقليدي، بالإضافة إلى الاتجاهات الحديثة في إنتاج الفيديو الداخلي والتي تسعى إلى صيغ سرد جديدة للفيديوهات.

توظيف الفيديو جراف في الصحافة الإخبارية: دراسة تحليلية على عينة من المواقع الإلكترونية للصحف المصرية

واستهدفت أيضاً دراسة (Radwa Saad, 2015)^(٣٥) رصد تأثير صحافة الفيديو من خلال التعرف على تأثير استخدام الجمهور المصري لها على قراءة ومشاهدة وسائل الإعلام التقليدية من خلال دراسة الكفاءة والمهنية المرتبطة بصحافة الفيديو عبر الإنترنت، واعتمدت الدراسة على أداة الاستبيان التي تم توزيعها على (٤٠٤) مفردة من الجمهور المصري، وتوصلت إلى أن جودة الإنتاج لا تؤثر بشكل مباشر على المصداقية، ولكن على فهم الحدث الإخباري في الفيديو، كما كشفت الدراسة أن استخدام الفيديو عبر الإنترنت يمكن أن يقلل من مشاهدة الأخبار التلفزيونية على أن يكون الفيديو الإخباري عبر الإنترنت شاملاً وكافياً لفهمه.

ومن خلال الكشف عن المضامين الأكثر تداولاً بين الشباب الجامعي عبر صحافة الفيديو، سعت دراسة (نادية مصطفى ٢٠١٣م)^(٣٦) للبحث حول دوافع استخدام الشباب الجامعي لصحافة الفيديو والإشباع المتحققة منها من خلال إجراء دراسة وصفية باعتماد منهج المسح الإعلامي، وبالتطبيق على عينة من الشباب الجامعي بالجامعات الحكومية والخاصة قدرها (٤٠٠) مفردة، وتوصلت إلى أن نسبة من يتابعون مقاطع الفيديو التي تنتجها الصحف الإلكترونية على الإنترنت بلغت ١١,٩٨% وتصدرت الأحداث السياسية مقدمة مقاطع الفيديو التي فضل المبحوثون مشاهدتها.

تعليقاً على ما سبق عرضه من دراسات سابقة:

- تنوعت الدراسات العلمية التي تناولت صحافة البيانات باعتبارها إحدى أهم التقنيات الحديثة في مجال الصحافة، واختلفت أهدافها ونتائجها أحياناً، واتفقت أحياناً أخرى، كما تنوعت المجتمعات التي أجريت فيها هذه الدراسات والزوايا البحثية التي ركزت عليها.
- تباينت المداخل النظرية التي استندت إليها الدراسات السابقة وتمثل أبرزها في نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام، نظرية ثراء الوسيلة، نظرية الأطر الإعلامية وغيرها كانتشار الأفكار المستحدثة، ونظرية تمثيل المعلومات.
- تنوعت الأدوات البحثية التي وظفتها الدراسات السابقة العربية منها والأجنبية، فلجأت بعض الدراسات إلى توظيف المقابلات المتعمقة وشبه المقننة والملاحظة، ووظفت بعض الدراسات أداة تحليل المضمون وأخرى الاستبيان، وبعضها الآخر وظفت كلاهما، وقد أفادت الباحثة هذه الأدوات في بناء فئات تحليل الشكل والمضمون في الدراسة التحليلية وربطها بثناء مواقع الصحف الإلكترونية محل الدراسة.

توظيف الفيديو جراف في الصحافة الإخبارية: دراسة تحليلية على عينة
من المواقع الإلكترونية للصحف المصرية

- كما اختلفت المناهج المستخدمة في الدراسات السابقة فبعضها اعتمد منهج المسح بشقيه الوصفي والتحليلي، وبعضها اعتمد المنهج التجريبي، بينما اعتمد الآخر اعتمد منهج دراسة الحالة.
- على مستوى الدراسات الأجنبية اتضح التنوع في تناول مفاهيم الإنفوجرافيك بأنواعه وأشكاله وكذلك التنوع في العينات والأساليب المنهجية المتبعة، وأكدت معظمها على تأثير الإنفوجرافيك التفاعلي على عملية الفهم والاستيعاب والتذكر مقارنة بالإنفوجرافيك الثابت.
- تناولت معظم الدراسات السابقة تقنية الإنفوجرافيك كأحد أهم أشكال صحافة البيانات وذلك بأنواعه المختلفة على شبكة الإنترنت بشكل عام ومواقع الصحف الإلكترونية بشكل خاص، فيما عدا دراسة (أحمد الزهراني ومروة عطية) والتي ركزت على تقنية الفيديو جراف بشكل مستقل في الصحف الإلكترونية.
- لاحظت الباحثة قلة الدراسات العربية التي تناولت فن الفيديو جراف كشكل مستقل من أشكال صحافة البيانات، وإنما تم تناوله كأحد الأنواع التفاعلية للإنفوجرافيك في الصحافة الإلكترونية، لذا استكملت الباحثة بالدراسة الحالية استكشاف كيفية توظيف تقنية الفيديو جراف في الصحافة الإلكترونية كأحد أهم الأشكال الحديثة للصحافة والتي تساهم بشكل كبير في تبسيط المضمون المعقد وتحويله من كم ضخم من المعلومات والبيانات إلى فيديو قصير يحتوى على أشكال سمعية وبصرية يتم من خلالها معالجة هذا الكم الهائل من المعلومات بشكل جذاب للجمهور.
- اتفقت نتائج الدراسات العربية والأجنبية على أهمية توظيف فن الإنفوجرافيك بأشكاله المتنوعة الثابتة والمتحركة التفاعلية في المواقع الإلكترونية للصحف التي تعتمد على الوسائط المتعددة المتنوعة وتأثيرها الكبير على جذب انتباه القراء للمعلومات وإدراكهم وتذكرهم لها وتبسيط عملية فهم المعلومات.
- وفيما يتعلق بالدراسات التي تناولت صحافة الفيديو أشارت النتائج إلى تفوق جريدة اليوم السابع في نشر الفيديو عبر مواقعها الإلكترونية مقارنة بالمواقع الإلكترونية للصحف المصرية الأخرى.
- كما ساعدت الدراسات السابقة الباحثة في تحديد مشكلة الدراسة وبلورتها، وتحديد أهداف الدراسة بشكل أكثر تفصيلاً، وتحديد الجوانب التي تحتاج إلى مزيداً من البحث في هذا المجال ألا وهو بحث وتحليل كيفية توظيف الفيديو جرافيك في معالجة الأخبار المنشورة عبر مواقع الصحف الإلكترونية المصرية.

مشكلة الدراسة:

بعد أن وفرت شبكة الإنترنت العديد من التطورات التكنولوجية التي أتاحت للصحافة حيزًا واسعًا للانتشار عليها وتحقيق وجودها ضمن الكم الهائل من المواقع الإلكترونية الأخرى، كان على القائمون على مواقع الصحف الإلكترونية ومصمموها استخدام استراتيجية جديدة لإبقاء المستخدمين وجذب متصفحين جدد، فعملت على استراتيجية تحقيق التفاعلية وتبسيط دور المستخدم في الحصول على المعلومات والبيانات من خلال استخدام الفيديو جراف أو الفيديو المعلوماتي أحد أهم أشكال صحافة البيانات والذي يعرض المعلومات بشكل سهل وسلس يجذب النظر ويثير الانتباه ويساعد على إدراك المعلومات من خلال فاعليته البصرية، ويكون أكثر قدرة على تذكر وتمييز شكل الموقع ومحتواه، ونظرًا للدور الذي يؤديه الفيديو جراف بوصفه نمطًا من أنماط الفنون الصحفية حديثة الاستخدام في الصحافة العربية والمصرية نسبيًا؛ فاهتم القائمون على الصحف الإلكترونية بتوظيف الفيديو جراف بالشكل الذي يحقق تفاعل المستخدم بشكل أكبر مع الصحيفة وتسهيل حصوله على المعلومات، وتفاوت هذا التوظيف بين صحيفة وأخرى، لذا تسعى هذه الدراسة إلى الكشف عن مدى توظيف الصحف الإلكترونية المصرية للفيديو جراف في عرض محتواها وأوجه الشبه والاختلاف بين الصحف المصرية في توظيف هذه التقنية الحديثة شكلًا ومضمونًا.

أهمية الدراسة:

- يكتسب هذا البحث أهميته من كونه يتطرق إلى تناول أحد الأنواع الجديدة في الصحافة، وهي صحافة البيانات، وأهميتها في تقديم المعلومات والبيانات والصور وتحليلها وتقديمها للجمهور بشكل جذاب وفعال.
- مواكبة الاتجاهات الحديثة لبحوث تكنولوجيا المعلومات في الصحف الإلكترونية، ومحاولة إثرائها، من خلال تقديم وصفًا شاملاً للفيديو جراف من واقع توظيفه في مواقع الصحف المصرية، من حيث أسلوب توظيفه وتكوينه ومصادره.
- سرعة انتشار استخدام الفيديو جراف في مواقع الصحافة الإخبارية مما يتطلب تناول هذه الظاهرة بالبحث والدراسة، خاصة بعد أن أصبح الفيديو جراف مكونًا أساسيًا في تناول ومعالجة الأخبار عبر المواقع والشبكات.

أهداف الدراسة:

تهدف الدراسة إلى التعرف استخدامات الصحف المصرية الإلكترونية للفيديو جراف في معالجة الأخبار والموضوعات المختلفة، وكيفية توظيفه شكلًا ومضمونًا، وتسعى الدراسة لتحقيق عدة أهداف فرعية تتمثل في:

توظيف الفيديو جراف في الصحافة الإخبارية: دراسة تحليلية على عينة من المواقع الإلكترونية للصحف المصرية

- التعرف على نوعية الموضوعات التي تتناولها مواقع الصحف الإلكترونية العربية من خلال الفيديو جراف.
- الوقوف على أهم العناصر المكونة للفيديو جراف وأهم الوسائط المتعددة المستخدمة فيه.
- رصد مصادر المعلومات المقدمة عبر الفيديو جراف في الصحف الإلكترونية.
- تحليل وتفسير أساليب توظيف الفيديو جراف في مواقع الصحف المصرية محل الدراسة.
- مقارنة أوجه التشابه والاختلاف بين مواقع الصحف الإلكترونية في توظيف الفيديو جراف.

تساؤلات الدراسة:

- ◀ ما نوعية الموضوعات المطروحة من خلال الفيديو جراف بصحف الدراسة؟
- ◀ ما أهم أهداف المضمون الإخباري المقدم عبر الفيديو جراف بصحف الدراسة؟
- ◀ ما أهم العناصر المكونة للفيديو جراف في صحف الدراسة؟
- ◀ ما مصادر المعلومات المقدمة عبر الفيديو جراف في صحف الدراسة؟
- ◀ ما أساليب توظيف قالب الفيديو جراف بصحف الدراسة؟
- ◀ ما نطاق اهتمام صحف الدراسة في تناول موضوعاتها عبر تقنية الفيديو جراف؟
- ◀ كيف تم توظيف الوسائط المستخدمة في تكوين قالب الفيديو جراف؟
- ◀ ما نوعية البيانات المدعومة للفيديو جراف؟
- ◀ ما المدة الزمنية التي يستغرقها عرض الفيديو جراف بصحف الدراسة؟

نوع الدراسة ومنهجها:

تنتمي الدراسة الحالية إلى حقل الدراسات الوصفية التحليلية التي تستهدف تصوير وتحليل وتقويم ظاهرة الفيديو جرافيك وجمع المعلومات والبيانات المتعلقة بها بهدف الوصول إلى نتائج واستنتاجات خاصة بتلك الظاهرة، وقد اعتمدت الدراسة في إطارها المنهج كل من:

منهج المسح بالعينة: وذلك بهدف الحصول على معلومات منتظمة حول الفيديو جراف وأساليب استخدامه على المواقع الإلكترونية للصحف المصرية والوسائط المستخدمة في تقديمه بما يسهم في الوصول إلى نتائج محددة تحقق الهدف من الدراسة.

توظيف الفيديو جراف في الصحافة الإخبارية: دراسة تحليلية على عينة من المواقع الإلكترونية للصحف المصرية

أسلوب المقارنة: وذلك لعقد المقارنات بين مواقع الصحف المصرية في تقديمها للفيديو جراف عبر المضامين المنشورة على منصات ومعرفة أوجه الشبه والاختلاف بين خصائص الفيديو جراف المختلفة وكيفية تناوله للموضوعات المجتمعية المختلفة. ويعد أسلوب المقارنة من وسائل البحث العملي التي تساهم في إثراء نتائج البحث وتضفي عمقاً وفهماً أكبر للظاهرة محل الدراسة.^(٣٧)

الجوانب الإجرائية للدراسة:

مجتمع وعينة الدراسة:

ويتمثل مجتمع الدراسة في المواقع الإلكترونية للصحف المصرية على شبكة الإنترنت. عينة الدراسة: عينة عمدية من (أربعة) مواقع صحف إلكترونية تم تحديدها بعد إجراء دراسة استطلاعية لمواقع الصحف المصرية لمعرفة أي منها الأكثر استخداماً وتوظيفاً للفيديو جراف سواء بشكل غير محدد أو بشكل منتظم، وكذلك لمعرفة أي من هذه المواقع يخص قائمة فرعية مثبتة للفيديو جراف وأي منها يتناوله بشكل عشوائي ضمن الموضوعات المطروحة عبر الموقع الإلكتروني، وتمثلت المواقع الأربعة في (المصرى اليوم / اليوم السابع / أخبار اليوم / البوابة نيوز) لتكون العينة التي تخضع للتحليل في هذه الدراسة.

عينة المواد التي خضعت للتحليل:

قامت الباحثة بتحليل عدد (٦٦٠) فيديو جراف، وهي تم عمل حصر شامل لكل ما نشر على مواقع الصحف عينة الدراسة خلال فترة التحليل، وجاءت كالتالي: (٥٠٢) في موقع صحيفة اليوم السابع، (٦٤) في موقع صحيفة المصرى اليوم، (٤١) في موقع صحيفة أخبار اليوم، و(٥٣) في موقع البوابة نيوز.

حدود الدراسة:

وأجريت الدراسة خلال شهري يوليو وأغسطس ٢٠٢١م، وذلك عقب إجراء الدراسة الاستطلاعية واتمام الاطلاع على الدراسات السابقة وتحديد الإطار النظري للدراسة والإطار المعرفي الخاص بها.

أداة جمع البيانات:

- استمارة تحليل المحتوى:

اعتمدت الباحثة في جمع بيانات هذه الدراسة على استمارة تحليل المضمون، وفيما يلي خطوات إعدادها:

توظيف الفيديو جراف في الصحافة الإخبارية: دراسة تحليلية على عينة
من المواقع الإلكترونية للصحف المصرية

- راجعت الباحثة الدراسات السابقة ذات الصلة بموضوع الدراسة والتي ساهمت بشكل كبير في تحديد عينة الدراسة التحليلية.
- تم إجراء زيارة لكل موقع من مواقع الصحف عينة الدراسة تفيد في إعداد فئات الاستمارة شكلاً ومضموناً.
- تم لإجراء اختبار قبلي لاستمارة التحليل لاختبار مدى إلمامها بكافة مكونات الفيديو جراف من حيث الشكل والمضمون وهو ما أفاد في إضافة بعد الفئات واستبعاد أخرى كذلك الخاصة بفئة مشاركة الفيديو جراف حيث تبين أن إمكانية مشاركة الفيديو جراف عبر التطبيقات والمواقع الأخرى متاح بالنسبة لمعظم المواقع الإلكترونية وبالتالي لن تكون النتائج مجدية بالنسبة لهذه الفئة.
- تم تحكيم الاستمارة من خلال عرضها على بعض أساتذة الإعلام وتكنولوجيا الفن الصحفي ومناهج البحث والإحصاء، وتم إجراء التعديلات التي قدموها لتصبح الاستمارة قابلة للتطبيق.

وحدات وفئات تحليل المضمون:

(أ) وحدات تحليل المضمون:

- الوحدة الطبيعية للمادة الإعلامية: وتمثلت في المنشورات المتتابعة كوحدة طبيعية للمواد المنشورة على الصفحة.
- وحدات العد والقياس: بقياس عدد التكرارات الذي تظهر بها الفئات أو الوحدات.

(ب) فئات تحليل المضمون:

أولاً: فئة الموضوع (مأذا قيل):

١ - فئة نوعية مضمون الفيديو جراف:

واشتملت على: (سيرة شخصية/ فني/ صحي/ تاريخي/ أممي/ رياضي/ اقتصادي/ سياسي/ إنساني/ اجتماعي/ تكنولوجي/ تعليمي/ سياحي/ أخرى).

٢ - أهداف مضمون الفيديو جراف:

ويقصد بها وسائل الإقناع التي اعتمدت عليها الصفحة في نشر الموضوعات، وقسمت إلى: (معلوماتي / تثقيفي / إرشادي / تحذيري / أخرى).

٣ - فئة الطبيعة الخاصة بالمضمون الإخباري:

وقسمت إلى: (أني / موسمي / دائم).

٤- فئة مجال اهتمام الفيديو جراف: وقسمت إلى: (شأن داخلي/ شأن عربي/ شأن دولي/ داخلي وخارجي "متنوع").

ثانيًا: فئة الشكل (كيف قيل):

١. فئة أسلوب توظيف الفيديو جراف:

وصنفت إلى (مستقل بذاته/ مصاحب للموضوع).

٢. فئة مصدر الفيديو جراف:

وقسمت إلى: (داخلي / خارجي).

٣. فئة أسلوب معالجة الموضوع:

وقسمت إلى: وصفى/ عرض أسباب / تفسير نتائج/ تساؤلي/ أخرى).

٤. فئة مدة عرض الفيديو جراف:

وقسمت إلى: (أقل من دقيقة/ من دقيقة: أقل من دقيقتان/ من دقيقتان: أقل من ٣ دقائق/ أكثر من ٣ دقائق).

٥. فئة (الوسائط المستخدمة في الفيديو جراف):

والمقصود بها إلى أي مدى تم توظيف الوسائط المتعددة في تكوين محتوى الفيديو جراف، وقسمت إلى: (تعليق نصي/ تعليق صوتي/ صور ثابتة/ رسوم جرافيكية/ لقطات حية/ موسيقى/ مؤثرات صوتية/ بصرية/ مقاطع صوتية/ أخرى).

٦. فئة البيانات المستخدمة في عرض الأخبار والموضوعات:

وقسمت إلى: (تأريخ: ويقصد بها جملة الأحوال والأحداث التي يمر بها كائن ما أو حدث ما/ خرائط/ رسوم بيانية/ أرقام وإحصائيات/ جداول/ لا يوجد).

إجراءات الصدق والثبات لاستمارة تحليل المضمون:

للتأكد من مدى مصداقية أداة التحليل تم إجراء ما يلي:

قياس الصدق:

بقياس الصدق الظاهري لها من خلال عرضها على مجموعة من المحكمين في مجال الإعلام وتكنولوجيا الفن الصحي ومناهج البحث والإحصاء لتحكيمها وتقدير مدى صلاحيتها للتطبيق وقد تم الاستفادة من توجيهات السادة المحكمون في تعديل الاستمارة لتصبح صالحة للتطبيق.

توظيف الفيديو جراف في الصحافة الإخبارية: دراسة تحليلية على عينة من المواقع الإلكترونية للصحف المصرية

أسماء السادة المحكمين:

- شريف درويش اللبان: أستاذ الصحافة بكلية الإعلام - جامعة القاهرة.
- عبد الهادي أحمد النجار: أستاذ الصحافة بقسم الإعلام بكلية الآداب - جامعة المنصورة.
- رفعت محمد البدرى: أستاذ الصحافة المتفرغ بكلية الإعلام - جامعة المنوفية.
- محمد فضل الحيدى: أستاذ الصحافة المساعد بكلية الآداب - قسم الإعلام - جامعة دمياط.
- رمضان إبراهيم: المدرس بقسم العلاقات العامة بكلية الإعلام - جامعة الأزهر.

قياس الثبات:

- ولقياس مدى ثبات استمارة تحليل المضمون قامت الباحثة بالتالى:
- قامت الباحثة بإعادة تحليل عينة قدرها ١٠% من المضمون المنشور على المواقع الإلكترونية للصحف عينة الدراسة والتي خضعت للتحليل، وبلغت نسبة الاتفاق ٨٧% وتعد نسبة مقبولة.
 - اختبار الثبات مع باحثين آخرين بعد أن تم إمدادهم بالتعريفات الإجرائية لفئات التحليل شكلاً ومضموناً، وتم الاختبار بإعادة التطبيق على عينة قدرها ١٠% من المواقع الإلكترونية للصحف عينة الدراسة، وبلغت نسبة التوافق والاتساق ٨٢% وهي تعد أيضاً نسبة مقبولة من الناحية الإحصائية.

تحليل البيانات:

باستخدام الحاسب الآلي قامت الباحثة بإدخال بيانات استمارة تحليل المضمون بعد جمع كافة البيانات المطلوبة وإتمام عملية التحليل وذلك لاستخراج التكرارات الواردة فى كل فئة والحصول على جداول تكرارية بسيطة تفيد فى مناقشة النتائج وتجب عن تساؤلات الدراسة وصولاً لتحقيق أهدافها.

المعالجة الإحصائية للبيانات:

الجداول التكرارية البسيطة، والنسب المئوية، وهي المعالجات الإحصائية الأنسب لهذه الدراسة.

التعريفات الإجرائية للدراسة:

توظيف: يعنى استخدام الوسائل المتاحة والطاقت والخبرات تحت تصرف الفرد أو المؤسسة التي يمكن الاستفادة منها في تطوير وتحسين الأداء^(٣٨).

توظيف الفيديو جراف في الصحافة الإخبارية: دراسة تحليلية على عينة من المواقع الإلكترونية للصحف المصرية

الفيديو جراف: مع زيادة انتشار مواقع التواصل الاجتماعي، برز نوعٌ جديد من الفيديوهات يبسط على المشاهد المعلومات ويعرضها بطريقة تذهله؛ هذا النوع يسمى الفيديو غراف أو الإنفورميشن فيديو، يعتمد في طريقته على عرض الصور والفيديو مع احتوائه على نصوص توضح للمشاهد بعض الأمور^(٣٩).

والمقصود بالفيديو جرافيك في هذه الدراسة: الفيديوهات التي يتم تصميمها بالمزج بين الرسوم والحركة والنص والصوت، وتهدف إلى شرح فكرة ما وعرضها بوضوح باستخدام مجموعة من الصور المصاحبة لنص توضيحي للحدث أو الخبر وكذلك بعض المؤثرات السمعية والبصرية.

الصحافة الإخبارية: ويقصد بها في هذه الدراسة مواقع الصحف المصرية الإلكترونية على شبكة الإنترنت، وهي مصدر معلومات فعال يحتوي على جميع عمليات الاتصال الجماهيري التي تشمل: مرسل، ومستقبل، ورسائل تحتوي على الوسائط المتعددة (صور - صور متحركة - فيديو صوت.. إلخ) والتي تميزها عن الصحف المطبوعة.

الإطار النظري للدراسة:

نظرية ثراء وسائل الإعلام Media Richness Theory:

تقوم نظرية ثراء الوسيلة على فرضية أساسية مفادها أنه كلما زادت درجة غموض والتباس المهمة الاتصالية كان من الأفضل استخدام وسيلة أكثر ثراءً، وقد افترض دافت ولينجل Daft & Lengel أن وسائل الاتصال تمتلك العديد من القدرات والإمكانات لتوصيل المعلومات والمعارف لمستخدميها، وبالتالي تساعد في حل مشكلات الغموض وتسهيل التفاهم بين الناس.

فالوسائط المتعددة ممثلة في النصوص والصوت والصور الثابتة والفيديو والجرافيك والرسوم والخرائط تجعل عملية الاتصال أكثر وضوحاً وفاعلية من قبل مستخدمي الشبكة العنكبوتية، وأشار الباحثون إلى أن ثراء المواقع الإلكترونية عبر رموزها وأدواتها المتعددة يؤدي إلى إشباع وتفاعل الجمهور بشكل أكبر معها مقارنة بغيرها من الوسائل الأقل ثراءً بالمعلومات^(٤٠).

ويعرف الثراء على أنه قدرة الوسيط الاتصالي على توصيل المعلومات من خلال إرسال بعض الرموز المتنوعة بالإضافة إلى توفير سرعة رجوع الصدى في هذا الوسيط^(٤١)، كما يعرف الاتصال الثري بأنه الاتصال الذي يقلل من حالة عدة التأكد بتقديم كمية كبيرة من المعلومات بطريقة سريعة ويخفض من ازدواجية المعنى من خلال استخدام الوسيط الاتصالي الملانم^(٤٢).

ويتوقف ثراء الوسيلة على مجموعة من العوامل^(٤٣):

- رجوع الصدى ووجود رد فعلى فوري، أي السرعة في تبادل الرسائل.
- التركيز الشخصي أي قدرة الوسيلة على نقل الرسالة بطريقة ملائمة مع تفضيلات المتلقي.
- استخدام الإشارات أو الرموز لنقل مجموعة من الأفكار والعواطف.
- تنوع اللغة المستخدمة.

وقد وقع اختيار الباحثة على نظرية ثراء الوسيلة إطاراً نظرياً لتحليل شكل ومحتوى صحافة البيانات المتمثلة في الفيديو جراف والتي توظفها مواقع الدراسة، استناداً على أن نظرية ثراء الوسيلة تركز بشكل أساسي على تفسير مدى ثراء الوسائل الإعلامية بالمعلومات والمعارف التي تقدمها للجمهور، وبالتالي تساعد هذه النظرية على تفسير مدى ثراء مواقع الصحف المصرية الإلكترونية بالمعلومات والبيانات المقدمة متأثراً بالإمكانيات المختلفة التي توفرها شبكة الإنترنت كوسيلة رقمية ثرية من الاستعانة بالوسائط المتعددة وتحقيق التفاعلية عبر تقنية الفيديو جراف ومدى توظيفها لتلك التقنية الحديثة في معالجة وتناول الأخبار والموضوعات المقدمة خلالها، وتمكن من المفاضلة وعقد المقارنات بين مواقع الصحف محل الدراسة في مدى ثراء خصائصها الاتصالية وتوظيفها للفيديو جراف ومن ثم مدى ثرائها بالمعلومات.

الإطار المعرفي للدراسة:

تعرف صحافة البيانات بأنها: "شكل جديد من أشكال الصحافة، ظهر بفضل الكم الهائل من البيانات المتاحة الآن، بالإضافة إلى انتشار البرامج والأدوات التي يمكن استخدامها في تحويل هذه البيانات إلى أشكال صحفية جذابة، وتعتمد صحافة البيانات بشكل أساسي على تحليل وتفسير البيانات والأرقام للوصول إلى استنتاجات، وذلك من خلال استخدام الإحصاءات والرسوم البيانية والتصميمات الجرافيكية المختلفة، وتعتمد صحافة البيانات على عدد من المراحل تبدأ بجمع البيانات ثم تنظيمها وتحليلها والربط بين المتغيرات المختلفة"^(٤٤).

كما تعرف صحافة البيانات بأنها قائمة من الأساليب التي تساعد الصحفيين على تقديم القصة الصحفية في أفضل صورة ممكنة، من خلال مجموعة من الممارسات توظف صحافة البيانات والأدوات التحليلية لكتابة القصة الصحفية بشكل أفضل^(٤٥).

أي يمكن القول أن صحافة البيانات صحافة متخصصة في إبراز دور المعطيات والبيانات الرقمية والمرسومة في إنتاج وتوزيع المعلومات في العصر الرقمي، وهي

توظيف الفيديو جراف في الصحافة الإخبارية: دراسة تحليلية على عينة
من المواقع الإلكترونية للصحف المصرية

تمكن التفاعل المتزايد بين منتجي المحتوى والمتخصصين في عدد آخر من المجالات مثل التصميم الفني وعلم الكمبيوتر والإحصاء^(٤٦).

ويصف Simon Rogers صحافة البيانات بأنها ليست مجرد أرقامًا ورياضيات، كما أنها ليست مجرد رسوم ولا أكواد خاصة، وإنما هي المجال الواسع لأنماط صحفية متعددة وطرق لإثراء القصص وسردها بطريقة مميزة وبأدوات ووسائل تتطور باستمرار لتعكس القدرة على تحليل البيانات والاستفادة منها، ويكاد يكون توظيف الأرقام والإحصائيات والخروج منها بقصص جديدة بأن تقدم بشكل جذاب ومبسط للقارئ هو القاسم المشترك في جميع التعريفات التي أطلقت على صحافة البيانات^(٤٧).

ويمكن رصد أهم مميزات صحافة البيانات فيما يلي:

- ◀ إثراء القصة الصحفية.
- ◀ مساعدة القراء على فهم القصة الصحفية.
- ◀ عرض تاريخ الخبر الصحفي – القصة الصحفية.
- ◀ تلخيص الخبر – القصة الخبرية.
- ◀ مساعدة القراء ممكن لم يتوفر لهم الوقت الكافي لقراءة المحتوى كاملاً.
- ◀ يتناسب مع طبيعة القراء في العصر الرقمي الإلكتروني والذين يفضلون المحتوى المرئي^(٤٨).
- ◀ التحليل لاستخراج مفهوم له مغزى بناء وله شكل محدد أو هيكل للحد من التدفق الهائل للبيانات.
- ◀ العرض لإيصال كل ما هو مهم وذو صلة إلى المتلقي، وبأسلوب العلمي نفسه.
- ◀ أسلوب ومناهج جديدة لسرد الأخبار وروايتها.
- ◀ تقديم تفسيرات مستقلة للمعلومات الرسمية.
- ◀ التعامل مع سيل المعلومات والبيانات، إذ أننا نعيش في عصر البيانات الهائلة^(٤٩).
- ◀ تتيح للمواقع الإلكترونية سهولة استخدام الألوان وتصميمات مختلفة جذابة للقارئ.
- ◀ يتيح نشر الرسوم المعلوماتية على المواقع الإلكترونية، الاستفادة من تعليقات القراء خاصة في حالة البيانات التفاعلية، يضاف لذلك سهولة تداوله على وسائل التواصل الاجتماعي.

توظيف الفيديو جراف في الصحافة الإخبارية: دراسة تحليلية على عينة من المواقع الإلكترونية للصحف المصرية

◀ يمكن المحرر أو مصمم الجرافيك تعديل أو تغيير أو حذف أجزاء من الرسوم المعلوماتية بسهولة^(٥٠).

صحافة الفيديو:

أصبحت صحافة الفيديو مستقبل الصحافة الإلكترونية في ظل التطور التكنولوجي الهائل، خاصة مع دخول الهواتف الذكية معها في تقديم ملفات الفيديو الإخبارية، إضافة إلى حرص المحررين على تبنى التكنولوجيا الحديثة والتي ينظر إليها باعتبارها مستقبل الأخبار^(٥١).

وعلى الرغم من أن نشر ملفات الفيديو على شبكة الإنترنت سبب حالة من الانزعاج وربما الاضطراب لدى المؤسسات الإعلامية في بداية الأمر، إلا أنها سرعان ما سعت إلى البحث في كيفية توظيف هذا الشكل الإعلامي الجديد والاستفادة منه^(٥٢).

وقد أصبحت صحافة الفيديو أكثر قدرة في التأثير على متلقي الخبر، وأكثر جذبًا له، ومن ثم فإن المستقبل لصحافة الفيديو؛ لأنه يترك القارئ أسيرًا لوجهة نظر واحدة، وهي مصدر الصورة فقط ويبين أن صحافة الفيديو على أهميتها التي تغني عن الأشكال التقليدية للصحافة المكتوبة التي تتكفل بتحليل الصورة ونقل أبعاد المشهد وخلفياته، إلى أن التضليل ممكن أن يتم في صورة الفيديو وشرحه مشيرًا، وفي كل أشكال العمل الصحفي، والمرجعية في ذلك، المؤسسة الصحفية، والصحفي نفسه^(٥٣).

كما ساعدت الهواتف الذكية والأجهزة اللوحية المزودة بشاشات عالية الجودة من تمكن المستهلكين من مشاهدة مقاطع الفيديو في أي مكان، في حين خفضت الكاميرات المحمولة والتطبيقات الذكية وبرامج التحرير البسيطة من تكلفة إنتاج محتوى ملفات الفيديو، كما أسهم انخفاض تكاليف خدمات الإنترنت في ارتفاع نسب التعرض العمدي والعرضي لملفات الفيديو على شبكة الويب، وتشير الدراسات إلى تزايد نسب استخدام ملفات الفيديو بنسبة ٧٥% ليصل إلى ٨ مليار مشاهدة فيديو يوميًا، إضافة إلى ما يقرب من ١,٥ مليون مقطع فيديو على فيسبوك بحلول ديسمبر ٢٠١٥م^(٥٤).

وعلى الرغم من وجود بعض المعوقات المتمثلة في الاعتقاد بأن قراءة المقالات أسرع وأكثر ملائمة من مشاهدة الأخبار عبر الإنترنت، وأن هناك من يرى أن مقاطع الفيديو لا تضيف قيمة كافية لقصة نصية، إلا أن الإحصائيات تشير إلى أن السنوات المقبلة سوف تشهد تناميًا ملحوظًا في انتشار صحافة الفيديو وتزايد الإقبال عليها خاصة من قبل المستخدمين الشباب، مع توقعات إيجابية بزيادة عائدات الإعلان المرتبط بملفات الفيديو المنشورة على شبكة الإنترنت^(٥٥).

توظيف الفيديو جراف في الصحافة الإخبارية: دراسة تحليلية على عينة من المواقع الإلكترونية للصحف المصرية

ويمكن رصد خمس أسباب لجعل المستخدمين للإنترنت ينجذبون لصحافة الفيديو كأحد أشكال صحافة البيانات:

- ◀ توظيف المحتوى المؤثر الجاذب للأفراد سواء كان قصة إخبارية أو موضوعاً غير إخباري.
- ◀ الصياغة الموجزة المركزة فالمستخدمين لديهم مجال انتباه قصير، إذا لم يتم جذبهم من البداية لن يكملوا القصة.
- ◀ جذب المشاهدين بصورة قوية يضغط عليها المستخدم ليشاهد الفيديو.
- ◀ جذب المشاهدين بنص قوى ومباشر ومركز مصاحب للفيديو^(٥٦).

نتائج الدراسة:

أولاً نتائج تحليل المضمون:

جدول رقم (١) يوضح نوعية مضمون الفيديو جراف:

الفئة / الموقع الإلكتروني	اليوم السابع		المصري اليوم		البوابة نيوز		أخبار اليوم		المجموع الكلي	
	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت
سيرة ذاتية	١٧,٣	٨٧	١٠,٩	٧	٣,٨	٢	١٢,٢	٥	١٥,٣	١٠١
فني	٢٣,١	١١٦	١٢,٥	٨	٢٦,٤	١٤	٤,٩	٢	٢١,٢	١٤٠
صحي	٢,٤	١٢	٦,٢	٤	٣,٨	٢	٢,٤	١	٢,٩	١٩
رياضي	٦,٨	٣٥	١٧,٢	١١	٢٢,٦	١٢	٤,٩	٢	٩,١	٦٠
اقتصادي	١,٢	٦	٧,٨	٥	٧,٥	٤	٠	٠	٢,٣	١٥
سياسي	٤,٢	٢١	١٥,٦	١٠	١٣,٢	٧	٤,٩	٢	٦,١	٤٠
اجتماعي	٣٣,٣	١٦٧	١٨,٧	١٢	١٥,١	٨	١٤,٦	٦	٢٩,٢	١٩٣
تكنولوجي	١,٦	٨	١,٦	١	٠	٠	٠	٠	١,٤	٩
تعليمي	١	٥	١,٦	١	٥,٧	٣	٧,٣	٣	١,٨	١٢
سياحي	١,٢	٦	١,٦	١	١,٩	١	٤,٩	٢	١,٥	١٠
ديني	٠,٤	٢	١,٦	١	٠	٠	٠	٠	٠,٤	٣
إنساني	٢	١٠	٠	٠	٠	٠	٢,٤	١	١,٧	١١
أخرى	٥,٤	٢٧	٤,٧	٣	٠	٠	٤١,٥	١٧	٧,١	٤٧
المجموع	١٠٠	٥٠٢	١٠٠	٦٤	١٠٠	٥٣	١٠٠	٤١	١٠٠	٦٦٠

توظيف الفيديو جراف في الصحافة الإخبارية: دراسة تحليلية على عينة من المواقع الإلكترونية للصحف المصرية

يتضح من الجدول السابق النسب المتفاوتة للمواقع الإلكترونية للصحف الأربعة عينة الدراسة في معالجتها للأخبار والموضوعات المختلفة عبر تقنية الفيديو جراف، وتصدرت الأخبار الاجتماعية رأس قائمة نوعية الأخبار التي تناولتها صحف الدراسة بنسبة ٢٩,٢%، يليها الأخبار الفنية بنسبة ٢١,٢%، ثم نوعية الأخبار والموضوعات التي تتناول سرد السيرة الشخصية لشخص أو حدث بنسبة ١٥,٣%.

فيما يخص موقع اليوم السابع:

تصدرت الأخبار الاجتماعية نوعية الأخبار التي تناولها الموقع بالعرض من خلال تقنية الفيديو جراف بنسبة ٣٣,٣%، تلاها الأخبار الفنية بنسبة ٢٣,١%، ثم السير الذاتية بنسبة ١٧,٣%، بينما اشتملت فئة أخرى على بعض المعلومات العامة وأخبار الفضاء، كما اندرج تحتها فقرة top7 والتي تعرض من خلاله اليوم السابع لأبرز الأخبار المتنوعة التي تخص الشؤون الداخلية والخارجية.

فيما يخص موقع المصري اليوم:

تصدرت الأخبار الاجتماعية رأس قائمة نوعية الأخبار التي تناولها موقع المصري اليوم بنسبة ١٨,٧%، يليها الأخبار الرياضية بنسبة ١٧,٢%، ثم الأخبار السياسية بنسبة ١٥,٦%، واشتملت فئة أخرى على بعض المعلومات من أمثلتها أشهر عشر ناطحات.

فيما يخص موقع البوابة نيوز:

تصدرت الأخبار الفنية رأس قائمة نوعية الأخبار التي تناولها موقع البوابة نيوز بنسبة ٢٦,٤%، يليها الأخبار الرياضية بنسبة ٢٢,٦%، ثم الأخبار الاجتماعية بنسبة ١٥,١%.

فيما يخص موقع أخبار اليوم:

تصدرت فئة أخرى رأس قائمة نوعية الأخبار التي تناولها الموقع بنسبة ٤١,٥%، يليها الأخبار الاجتماعية بنسبة ١٤,٦%، ثم السير الذاتية بنسبة ١٢,٢%.

ويمكن تفسير هذه النتيجة في ضوء طبيعة الأخبار الاجتماعية التي تتناول الأحداث الجارية داخل المجتمع المصري وخارجه وهي كثيرة ومتنوعة، كأخبار الحوادث والجرائم والتي كان لها نسبة عالية في الأخبار الاجتماعية التي نشرتها مواقع الدراسة ولم تقتصر المعالجة على نشر خبر الجريمة أو الحادثة فقط، وإنما تم تناولها بعرض أسباب ودوافع السلوك الإجرامي وأسبابه وملابساته، وكذلك الأخبار الفنية والتي احتلت الترتيب الثاني في طبيعة الموضوعات والأخبار التي عُرضت على مواقع

توظيف الفيديو جراف في الصحافة الإخبارية: دراسة تحليلية على عينة من المواقع الإلكترونية للصحف المصرية

الصحف الإلكترونية محل الدراسة وكانت محل اهتمام الصحف الأربعة، كالأخبار الفنية للممثلين ومشاهير الفن ونجوم الأدب والموسيقى.

بينما اختلف عنهم موقع أخبار اليوم في تصدر فئة أخرى على بقية الفئات وذلك لأن موقع أخبار اليوم يصدر فيديو جراف تحت مسمى "زي النهاردة" ويتناول مجموعة من الأحداث المختلفة التي حدثت في مثل اليوم الذي نشرت فيه والتي بالطبع تختلف داخل الفيديو جراف الواحد ما بين أحداث اجتماعية وفنية وصحية وهكذا، هذا بالإضافة إلى بعض المعلومات العامة التي تناولتها بالمعالجة بتقنية الفيديو جراف كأنواع القطط وأشرس أنواع الكلاب وغيرها.

وتختلف هذه النتيجة مع نتائج دراسة (أحمد الزهراني، مروة عطية ٢٠١٩) (٥٧) حيث أشارت النتائج إلى اهتمام موقع اليوم السابع بتوظيف قالب الفيديو جراف في معالجة الموضوعات السياسية، وأهتم موقع أخبار اليوم بتقديم الموضوعات الرياضية عبر الفيديو جراف.

جدول رقم (٢) يوضح فئة أهداف الفيديو جراف:

الموقع الإلكتروني / الفئة	اليوم السابع		المصري اليوم		البوابة نيوز		أخبار اليوم		المجموع الكلي	
	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%
إخباري	٣٧٧	٧٥,١%	٥٤	٨٤,٤%	٤٨	٩٠,٦%	١٢	٢٩,٣%	٤٩١	٧٤,٤%
معلوماتي / تثقيفي	١٠٩	٢١,٧%	٩	١٤,١%	٥	٩,٤%	٢٧	٦٥,٨%	١٥٠	٢٢,٧%
إرشادي	٨	١,٦%	١	١,٥%	٠	٠%	٢	٤,٩%	١١	١,٧%
تحذيري	٨	١,٦%	٠	٠%	٠	٠%	٠	٠%	٨	١,٢%
المجموع	٥٠٢	١٠٠%	٦٤	١٠٠%	٥٣	١٠٠%	٤١	١٠٠%	٦٦٠	١٠٠%

يتضح من الجدول السابق أن جميع أهداف صحف الدراسة في تناولها للأخبار عبر الفيديو جراف كانت ذات طابع إخباري بنسبة ٧٤,٤%، يليها الموضوعات ذات الطابع المعلوماتي والتثقيفي بنسبة ٢٢,٧%، ثم هدف الإرشاد وجاء بفارق كبير بنسبة ١,٧%.

بالنسبة لموقع اليوم السابع:

تصدرت الأهداف ذات الطابع الإخباري بنسبة ٧٥,١%، يليها الأخبار ذات الطابع المعلوماتي أو التثقيفي بنسبة ٢١,٧%، وتساوى هدف الإرشاد والتحذير بنسبة

توظيف الفيديو جراف في الصحافة الإخبارية: دراسة تحليلية على عينة
من المواقع الإلكترونية للصحف المصرية

١,٦% واشتمل على بعض الأخبار التي تحذر من الطقس أثناء الموجات الحارة خلال شهر أغسطس.

بالنسبة لموقع المصري اليوم:

تصدرت الأهداف ذات الطابع الإخباري بنسبة ٨٤,٤%، يليها الأخبار ذات الطابع المعلوماتي أو التثقيفي بنسبة ١٤,١%، بينما جاءت الأهداف ذات الطابع الإرشادي بفارق كبير بنسبة ١,٥%.

بالنسبة لموقع البوابة نيوز:

تصدرت الأهداف ذات الطابع الإخباري بنسبة ٩٠,٦%، يليها الأخبار ذات الطابع المعلوماتي أو التثقيفي بنسبة ٩,٤%، ولم تتناول البوابة نيوز أي أخبار ذات طابع إرشادي أو تحذيري.

بالنسبة لموقع أخبار اليوم:

تصدرت الأهداف ذات الطابع المعلوماتي والتثقيفي بنسبة ٦٥,٨%، بينما جاءت الأخبار والموضوعات ذات الطابع الإخباري في الترتيب الثاني بنسبة ٢٩,٣%، ثم الأهداف ذات الطابع الإرشادي في الترتيب الثالث وبفارق كبير بنسبة ٤,٩% واشتملت على بعض الإرشادات المقدمة لطلاب الثانوية العامة فيما يخص النتيجة وكيفية اختيار الجامعة.

ويرجع ذلك إلى طبيعة الصحف ذاتها وهي صحف إخبارية هدفها الأول إخبار الجمهور بمجريات الأحداث داخليًا وخارجيًا.

ويمكن تفسير تصدر الطابع التثقيفي في موقع أخبار اليوم إلى توظيف الموقع لتقنية الفيديو جراف في معالجة بعض الموضوعات فقط وليس كافة الأخبار والأحداث اليومية، فأكثر ما تم تناوله خلال الموقع في فترة التحليل كانت تحت عنوان "حدث في مثل هذا اليوم" أو "زي النهاردة" والتي تتسم بالطابع المعلوماتي الذي يستهدف تثقيف القراء بأحداث ووقائع حدثت في تواريخ متشابهة، ومنها على سبيل المثال ذكرى ظهور فيروس كورونا واجتياحه للعالم.

توظيف الفيديو جراف في الصحافة الإخبارية: دراسة تحليلية على عينة من المواقع الإلكترونية للصحف المصرية

جدول رقم (٣) يوضح أسلوب توظيف الفيديو جراف في الموقع الإلكتروني:

الموقع الإلكتروني		اليوم السابع		المصري اليوم		البوابة نيوز		أخبار اليوم		المجموع الكلي	
الفئة /		%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت
مستقل		٠	%٠	٦٤	%١٠٠	٠	%٠	١	%٢,٤	٦٥	%٩,٨
مكمل / إلحاقى		٥٠٢	%١٠٠	٠	%٠	٥٣	%١٠٠	٤٠	%٩٧,٦	٥٩٥	%٩٠,٢
المجموع		٥٠٢	%٥٠,٢	٦٤	%١٠٠	٥٣	%١٠٠	٤١	%١٠٠	٦٦٠	%١٠٠

يتضح من الجدول السابق أسلوب توظيف كل موقع للفيديو جراف داخل بنية الموقع الإلكتروني، بالنسبة لموقع اليوم السابع فيقوم بإدراج الفيديو جراف كمكمل أو إلحاقى للخبر أو الموضوع الذى يتناوله، ويأتي ذلك ضمن قائمة (فيديو٧) داخل الموقع والتي تحتوى في جزء منها على "الفيديو جرافيك" أحياناً يُعرفه الموقع بالتوضيح بجوار العنوان (فيديو جراف) وأحياناً أخرى لا يُعرفه.

بالنسبة لموقع المصري اليوم فيتناول الفيديو جرافيك تحت قائمة (فيديو هات) وهي غير مخصصة للفيديو جراف أيضاً وإنما يتم فيها عرض جميع الفيديو هات المنشورة على الموقع.

بينما عرض موقع البوابة نيوز جميع الفيديو جرافيك المنشورة بشكل مكمل أو إلحاقى بنسبة ١٠٠%، داخل قائمة "تلفزيون البوابة"، ويتم فيها عرض كافة القضايا المعالجة بالفيديو فقط أي ليست مقتصرة على الفيديو جراف فقط.

بالنسبة لموقع أخبار اليوم فيتناول أيضاً جميع ملفات الفيديو أسفل قائمة تسمى (تلفزيون البوابة) عُرض منها الفيديو جراف بشكل مستقل بنسبة ٩٧,٦%، فيما عُرض واحد فقط بشكل مكمل بنسبة ٢,٤%.

جدول رقم (٤) يوضح مصدر معلومات الفيديو جراف:

الموقع الإلكتروني		اليوم السابع		المصري اليوم		البوابة نيوز		أخبار اليوم		المجموع الكلي	
الفئة /		%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت
داخلي		٥٠٢	%١٠٠	٦٢	%٩٦,٩	٥٣	%١٠٠	٤٠	%٩٧,٦	٦٥٧	%٩٩,٥
خارجي		٠	%٠	٢	%٣,١	٠	%٠	١	%٢,٤	٣	%٠,٥
المجموع		٥٠٢	%١٠٠	٦٤	%١٠٠	٥٣	%١٠٠	٤١	%١٠٠	٦٦٠	%١٠٠

توظيف الفيديوجراف في الصحافة الإخبارية: دراسة تحليلية على عينة من المواقع الإلكترونية للصحف المصرية

يتضح من الجدول السابق أن مصادر معلومات موقعي اليوم السابع والبوابة نيوز جاءت من الموقع نفسه، بينما جاءت المصادر في موقع المصري اليوم داخلية بنسبة ٩٦,٩%، و٢% من مصادر أخرى وتمثلت في (العربية نت / نقلاً عن وزارة الخارجية الروسية)، كما جاءت مصادر المعلومات في موقع أخبار اليوم داخلية بنسبة ٩٧,٦%، وجاء مصدر واحد خارجي من العربية نت.

جدول رقم (٥) يوضح الطبيعة الخاصة بمضمون الفيديوجراف:

الموقع الإلكتروني / الفئة	اليوم السابع		المصري اليوم		البوابة نيوز		أخبار اليوم		المجموع الكلي	
	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%
آني	٤١٠	٨١,٧%	٦٠	٩٣,٧%	٥٣	١٠٠%	١٧	٤١,٥%	٥٤٠	٨١,٨%
موسمي	٥٥	١٠,٩%	١	١,٦%	٠	٠%	٥	١٢,٢%	٦١	٩,٢%
دائم	٣٧	٧,٤%	٣	٤,٧%	٠	٠%	١٩	٤٦,٣%	٥٩	٨,٩%
المجموع	٥٠٢	١٠٠%	٦٤	١٠٠%	٥٣	١٠٠%	٤١	١٠٠%	٦٦٠	١٠٠%

يتضح من بيانات الجدول السابق أن الطبيعة الخاصة بالمضامين الإخبارية التي تناولتها صحف الدراسة عبر تقنية الفيديوجراف كانت آنية بنسبة ٨١,٨%، بينما تفاوتت النسبة بين الأخبار الموسمية والدائمة بنسب ٩,٢% للموسمية، و ٨,٩% للدائمة.

بالنسبة لموقع اليوم السابع جاءت معظم الأخبار آنية وحالية بنسبة ٨١,٧%، يليها الأخبار الموسمية بنسبة ١٠,٩%، ثم الدائمة بنسبة ٧,٤%.

بالنسبة لموقع المصري اليوم تصدرت الأخبار الآنية الترتيب الأول بنسبة ٩٣,٧%، يليها الأخبار الدائمة بنسبة ٤,٧%، بينما جاء خبر واحد فقط موسمي بنسبة ١,٦%.

بالنسبة لموقع البوابة نيوز جاءت جميع الأخبار آنية بنسبة ١٠٠%.

بالنسبة لموقع أخبار اليوم فتتوزعت الأخبار ما بين آنية وموسمية ودائمة، وتصدرت الأخبار الدائمة الطبيعة الخاصة بالمضمون الإخباري المنشور عبر الموقع بنسبة ٤٦,٣%، تلاها الأخبار الآنية بنسبة ٤١,٥%، ثم الموسمية بنسبة ١٢,٢%.

يمكن تفسير تصدر الأخبار الآنية لطبيعة المواقع الإلكترونية محل الدراسة والتي تتسم بالآنية في عرض كل ما هو جديد ونشر كافة الأحداث اليومية المتلاحقة، بينما اختلف عنهم موقع أخبار اليوم في تصدر الأخبار الدائمة في عدم توظيف الموقع لتقنية الفيديوجراف في تناول كافة الأحداث والأخبار اليومية وإنما يركز اهتمامها على تناول المعلومات العامة والموضوعات التي لا ترتبط بالأحداث اليومية الجارية، وهو ما يتفق

توظيف الفيديو جراف في الصحافة الإخبارية: دراسة تحليلية على عينة من المواقع الإلكترونية للصحف المصرية

مع ما توصلت إليه الدراسة في "جدول رقم ٢" من حيث أهداف الموقع التثقيفية في الترتيب الأول يليها الأخبار ذات الطابع الإخباري.

جدول رقم (٦) يوضح مجال اهتمام مضمون الفيديو جراف:

الموقع الإلكتروني / الفئة	اليوم السابع		المصري اليوم		البوابة نيوز		أخبار اليوم		المجموع الكلي	
	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت
شأن داخلي	٣٨٥	٧٦,٧%	٣٧	٥٧,٨%	٤٠	٧٥,٥%	١٦	٣٩%	٤٧٨	٧٢,٤%
شأن عربي	٩	١,٨%	٥	٧,٨%	٥	٩,٤%	١	٢,٤%	٢٠	٣%
شأن دولي	١٠٣	٢٠,٥%	٢١	٣٢,٨%	٦	١١,٣%	٩	٢٢%	١٣٩	٢١,١%
متنوع	٥	١%	١	١,٦%	٢	٣,٨%	١٥	٣٦,٦%	٢٣	٣,٥%
المجموع	٥٠٢	١٠٠%	٦٤	١٠٠%	٥٣	١٠٠%	٤١	١٠٠%	٦٦٠	١٠٠%

يتضح من الجدول السابق أن مجال اهتمام مضمون الفيديو جراف المنشور عبر مواقع الدراسة جاءت تخص الشأن الداخلي بنسبة ٧٢,٤%، يليها الأخبار التي تناولت الشأن الدولي بنسبة ٢١,١%، ثم الأخبار التي خصت شئون متنوعة بنسبة ٣,٥%، يليها الأخبار التي خصت الشئون العربية بنسبة ٣%.

بالنسبة لموقع اليوم السابع: تصدر الشأن الداخلي مجال اهتمام مضمون الفيديو جراف بنسبة ٧٦,٧%، يليه الشأن الدولي بنسبة ٢٠,٥%، ثم الشأن العربي بنسبة ١,٨%.

بالنسبة لموقع المصري اليوم: جاء الشأن الداخلي في مقدمة مجال اهتمام مضمون الفيديو جراف بنسبة ٥٧,٨%، يليه الشأن الدولي بنسبة ٣٢,٨%، ثم الشأن العربي بنسبة ٧,٨%.

بالنسبة لموقع البوابة نيوز: جاء الشأن الداخلي في مقدمة مجال اهتمام مضمون الفيديو جراف بنسبة ٧٥,٥%، يليه الشأن الدولي بنسبة ١١,٣%، ثم الشأن العربي بنسبة ٩,٤%.

بالنسبة لموقع أخبار اليوم: جاء الشأن الداخلي في مقدمة مجال اهتمام مضمون الفيديو جراف بنسبة ٣٩%، يليه الشأن المتنوع بنسبة ٣٦,٦%، ثم الشأن الدولي بنسبة ٢٢%، بينما جاء الاهتمام بالشأن العربي في نهاية نطاق اهتمام مضمون الفيديو جراف بنسبة ٢,٤%.

وتعتبر هذه النتيجة منطقية لكون مواقع الصحف الإلكترونية محل الدراسة هي محلية بطبيعتها وليست صحف دولية، ومن ثم فإن أولويات اهتمامها الشأن الداخلي الذي يخص مصر بمختلف محافظاتها.

توظيف الفيديو جراف في الصحافة الإخبارية: دراسة تحليلية على عينة من المواقع الإلكترونية للصحف المصرية

جدول رقم (٧) يوضح أسلوب معالجة مضمون الفيديو جراف:

المجموع الكلي الفئة /	اليوم السابع		المصري اليوم		البوابة نيوز		أخبار اليوم		المجموع الكلي %
	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	
وصفي	٥٠٢	%١٠٠	٦٤	%١٠٠	٥٣	%١٠٠	٤١	%١٠٠	٦٦٠
عرض أسباب	٣٥٥	%٧٠,٧	٥٥	%٨٥,٩	٣٨	%٧١,٧	٦	%١٤,٦	٤٥٤
تفسير/ توقعات	١٣	%٢,٦	٧	%١٠,٩	٤	%٧,٥	١	%٢,٤	٢٥
تساولي	٤٣	%٨,٦	١٠	%١٥,٦	٠	%٠	١	%٢,٤	٥٤
ن= عدد المنشورات	٥٠٢		٦٤		٥٣		٤١		٦٦٠

يتضح من الجدول السابق تصدر الأسلوب الوصفي للحدث الترتيب الأول بنسبة ١٠٠%، يليه أسلوب عرض أسباب بنسبة ٦٨,٨%، يليه الأسلوب التساولي بنسبة ٨,٢%، بينما جاءت الأخبار المفسرة أو التي تحتوي على توقعات وطرح احتمالات بنسبة ٣,٨%.

بالنسبة لموقع اليوم السابع: جاء الأسلوب الوصفي في الترتيب الأول بنسبة ١٠٠%، يليه عرض الأسباب بنسبة ٧٠,٧%، يليه الأسلوب التساولي بنسبة ٨,٦%.

بالنسبة لموقع المصري اليوم: جاء الأسلوب الوصفي في الترتيب الأول بنسبة ١٠٠%، يليه عرض الأسباب بنسبة ٨٥,٩%، يليه الأسلوب التساولي بنسبة ١٥,٦%، واتسم الأسلوب التساولي في موقع المصري اليوم بأنه خطابي موجه للجمهور، مثل "هل تعتقد؟"، "هل تؤيد"، وهكذا.

بالنسبة لموقع البوابة نيوز: جاء الأسلوب الوصفي في الترتيب الأول بنسبة ١٠٠%، يليه عرض الأسباب بنسبة ٧١,٧%، يليه التفسير والتوقع بنسبة ٧,٥%.

بالنسبة لموقع أخبار اليوم: جاء الأسلوب الوصفي في الترتيب الأول بنسبة ١٠٠%، يليه عرض الأسباب بنسبة ١٤,٦%، تلاهم بنسب متساوية التفسير والتساؤل بنسبة ٢,٤%.

وتصدر الأسلوب الوصفي أساليب عرض الأخبار في مواقع الدراسة الأربعة ذلك لأن الأخبار المنشورة كانت عبارة عن أخبار وتقارير تستهدف عرض أو وصف الحدث دون التطرق إلى تفسيره وتحليله.

توظيف الفيديو جراف في الصحافة الإخبارية: دراسة تحليلية على عينة من المواقع الإلكترونية للصحف المصرية

جدول رقم (٨) يوضح المدة الزمنية لعرض الفيديو جراف:

الموقع الإلكتروني		اليوم السابع		المصري اليوم		البوابة نيوز		أخبار اليوم		المجموع الكلي	
الفئة /		%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت
أقل من دقيقة		٠,٤	١٤	٢١,٩	٢٢	٤١,٥	٣	٧,٣	٤١	٦,٢	٤١
من دقيقة: أقل من دقيقتان		٩٤,٤	٤٣	٦٧,٢	٢٩	٥٤,٧	٣٤	٨٢,٩	٥٨٠	٨٧,٩	٥٨٠
من دقيقتان: أقل من ثلاث دقائق		٥,٢	٧	١٠,٩	٢	٣,٨	٢	٤,٩	٣٧	٥,٦	٣٧
أكثر من ثلاث دقائق		٠	٠	٠	٠	٠	٠	٤,٩	٢	٠,٣	٢
المجموع		١٠٠	٦٤	١٠٠	٥٣	١٠٠	٤١	١٠٠	٦٦٠	١٠٠	٦٦٠

يتضح من الجدول السابق أن معظم الفيديو جراف المنشورة عبر مواقع الدراسة جاءت جميعها تتراوح ما بين الدقيقة إلى أقل من دقيقتان بنسبة ٨٧,٩%، يليها الأقل من دقيقة بنسبة ٦,٢%، ثم من دقيقتان إلى أقل من ثلاث دقائق بنسبة ٥,٦%.

بالنسبة لموقع اليوم السابع: جاءت مدة عرض الفيديو جراف "من دقيقة إلى أقل من دقيقتان" في الترتيب الأول بنسبة ٩٤,٤%، يليها تلك التي تتراوح ما بين دقيقتان إلى أقل من ثلاث دقائق، بينما جاءت التي تقل عن دقيقة ٢ فيديو جراف فقط بنسبة ٥,٦%.

بالنسبة لموقع المصري اليوم: جاءت مدة عرض الفيديو جراف "من دقيقة إلى أقل من دقيقتان" في الترتيب الأول بنسبة ٦٧,٢%، يليه "أقل من دقيقة" بنسبة ٢١,٩%، يليه "من دقيقتان إلى أقل من ثلاث دقائق"، بنسبة ١٠,٩%.

بالنسبة لموقع البوابة نيوز: جاءت مدة عرض الفيديو جراف "من دقيقة إلى أقل من دقيقتان" في الترتيب الأول بنسبة ٥٤,٧%، يليه الفيديو جراف "أقل من دقيقة" بنسبة ٤١,٥%، ثم "من دقيقتان إلى أقل من ثلاث دقائق" بنسبة ٣,٨%.

بالنسبة لموقع أخبار اليوم: جاءت مدة عرض الفيديو جراف "من دقيقة إلى أقل من دقيقتان" في الترتيب الأول بنسبة ٨٢,٩%، يليه الفيديو جراف "أقل من دقيقة" بنسبة ٧,٣%، يليهم بنسب متساوية كلاً من "من دقيقتان إلى أقل من ثلاث دقائق" و"أكثر من ثلاث دقائق" بنسبة ٤,٩%.

ويمكن تفسير هذه النتيجة في ضوء حرص مصممي الفيديو جراف على تحقيق المدة الزمنية المناسبة للعرض والجاذبة للجمهور وهي في حدود الدقيقة والنص تقريباً تزيد أو تقل حسب حجم الموضوع.

توظيف الفيديو جراف في الصحافة الإخبارية: دراسة تحليلية على عينة من المواقع الإلكترونية للصحف المصرية

جدول رقم (٩) يوضح الوسائط المستخدمة في عرض مضمون الفيديو جراف:

الموقع الإلكتروني الفئة /	اليوم السابع		المصري اليوم		البوابة نيوز		أخبار اليوم		المجموع الكلي	
	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت
تعليق نصي	٥٠,٢	١٠٠%	٦٤	١٠٠%	٥٣	١٠٠%	٤١	١٠٠%	٦٦٠	١٠٠%
تعليق صوتي	١١	٢,٢%	٠	٠%	٠	٠%	٥	١٢,٢%	١٦	٢,٤%
صور ثابتة	٥٠,١	٩٩,٨%	٦٤	١٠٠%	٥٣	١٠٠%	٣٩	٩٥,١%	٦٥٧	٩٩,٥%
موسيقى خلفية	٥٠,٠	٩٩,٦%	٦٤	١٠٠%	٥٣	١٠٠%	٣٩	٩٥,١%	٦٥٦	٩٩,٤%
لقطات حية	٣١	٦,٢%	٢٥	٣٩%	١٥	٢٨,٣%	٢	٤,٩%	٧٣	١١,١%
مؤثرات صوتية/ بصرية	٠	٠%	٠	٠%	٢	٣,٨%	٣	٧,٣%	٥	٠,٨%
ن= عدد المنشورات	٥٠,٢		٦٤		٥٣		٤١		٦٦٠	

يتضح من الجدول السابق أن جميع الفيديو جرافيك المنشورة عبر المواقع محل الدراسة جميعاً تحتوي على تعليقات نصية بنسبة ١٠٠%، يليها الصور الموسيقي الخلفية بنسبة ٩٩,٤%، يليها الصور الثابتة بنسبة ٩٩,٥%، ثم اللقطات الحية بنسبة ١١,١%.

بالنسبة لموقع اليوم السابع: تضمنت جميع الفيديو جرافيك تعليقات نصية بنسبة ١٠٠%، تلاها الصور الثابتة والموسيقى الخلفية بفارق بسيط ٩٩,٨% و ٩٩,٦%، ثم اللقطات الحية بنسبة ٦,٢%، وفي الترتيب الأخير التعليق الصوتي بنسبة ٢,٢%.

بالنسبة لموقع المصري اليوم: فتضمن الفيديو جراف ثلاث وسائط بنسب متساوية "التعليق النصي والصور الثابتة والموسيقى الخلفية" بنسبة ١٠٠%، كما تضمنت لقطات حية بنسبة ٣٩%.

بالنسبة لموقع البوابة نيوز: جاءت ثلاث وسائط بنسب متساوية "التعليق النصي والصور الثابتة والموسيقى الخلفية" بنسبة ١٠٠%، تلاهم لقطات حية بنسبة ٢٨,٣%، ثم المؤثرات البصرية بنسبة ٣,٨%.

بالنسبة لموقع أخبار اليوم: جاء ترتيب الوسائط على النحو التالي، التعليق الصوتي ١٠٠%، يليه الصور الثابتة والموسيقى الخلفية بنسبة متساوية ٩٥,١%، يليها التعليق الصوتي بنسبة ١٢,٢%، يليها المؤثرات الصوتية بنسبة ٧,٣%، ثم اللقطات الحية بنسبة ٤,٩%.

توظيف الفيديو جراف في الصحافة الإخبارية: دراسة تحليلية على عينة من المواقع الإلكترونية للصحف المصرية

وتصدر التعليق النصي ترتيب الوسائط المستخدمة في عرض مضمون الفيديو جراف وذلك بسبب أهميته في توضيح ووصف الخبر وتوضيح الصور المصحوبة بالتعليق عليها نصياً داخل الفيديو جراف سواء أكانت صور شخصية أو صور واقعية من قلب الحدث، أو صور موضوعية تعبر عن مغزى الخبر أو الحدث، فقد كانت الوسائط الثابتة في مواقع الدراسة الأربعة هي الصور والتعليق النصي والموسيقى الخلفية، بينما استعان موقعي أخبار اليوم والبوابة نيوز ببعض المؤثرات الصوتية والبصرية كتعزيز لمحتوى الفيديو جراف، فاستخدم موقع البوابة نيوز بعض المؤثرات البصرية التي أضيفت على الصور المعروضة داخل الفيديو جراف لتضفي عليها طابعاً متميزاً، كما استعان موقع أخبار اليوم ببعض المؤثرات الصوتية والتي تتلاءم مع طبيعة محتوى الفيديو جراف.

ويمكن تفسير هذه النتيجة بالنظر إلى هيكل وبنية الفيديو جراف والذي يعتمد بشكل أساسي على الصور والتعليقات الكتابية التي توضح مضمونها فتشترك الصور مع الكلمات في عملية نقل المعلومات المطلوبة بشكل واضح، وتؤدي الصورة إلى تدعيم المحتوى النصي وتنقل ما لا تستطيع الكلمات وحدها نقله، فضلاً على أنها تستخدم لإشباع رغبة القارئ إلى شكل الأشخاص والأماكن والأحداث، وكذلك تعتبر دليلاً على الأحداث وتوثيقاً لها، بالإضافة إلى دورها الفعال في جذب انتباه العين ولفت نظر القاري، لذلك فإن طريقة توظيفها في قالب الفيديو جراف هي العامل الأهم والفاصل في التأثير على الجمهور والمشاهدين، ولعل هذا ما ميز قالب الفيديو جراف من حيث أنه يجمع بين الصور والنصوص والموسيقى الخلفية مما يعطى للقارئ ملخصاً للقصة الإخبارية في بضع دقائق معتمداً على عدد من الصور المصاحبة لنصوص وتعليقات كتابية توضح مضمونها وتيسر على القارئ فهم الحدث، وتجتهد كل صحيفة لأن يكون لها طابعاً مميزاً لشكل الفيديو جراف التي تنتبها.

جدول رقم (١٠) يوضح البيانات المدعومة لمضمون الفيديو جراف:

الموقع الإلكتروني الفئة /	اليوم السابع		المصري اليوم		البوابة نيوز		أخبار اليوم		المجموع الكلي	
	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%
تاريخ	٩١	١٨,١%	١٠	١٥,٦%	٧	١٣,٢%	١٨	٤٣,٩%	١٢٦	١٩,١%
أرقام / إحصائيات	٧٢	١٤,٣%	١٦	٢٥%	١٢	٢٢,٦%	٩	٢٢%	١٠٩	١٦,٥%
لا يوجد	٣٣٩	٦٧,٥%	٣٨	٥٩,٤%	٣٤	٦٤,٢%	١٤	٣٤,١%	٤٢٥	٦٤,٤%
المجموع	٥٠٢	١٠٠%	٦٤	١٠٠%	٥٣	١٠٠%	٤١	١٠٠%	٦٦٠	١٠٠%

يتضح من بيانات الجدول السابق أن البيانات المدعومة لمضمون الفيديو جراف تمثلت في التاريخ بنسبة ١٩,١%، يليها الأرقام والإحصائيات بنسبة ١٦,٥%، وشملت

توظيف الفيديو جراف في الصحافة الإخبارية: دراسة تحليلية على عينة من المواقع الإلكترونية للصحف المصرية

فئة التاريخ نوعيات مختلفة منها على سبيل المثال سرد تسلسلي لسير ذاتية سواء لفنانين في ذكرى ميلاهم أو وفاتهم، أو سرد لأحداث ومناسبات بتسلسلها الزمني، كما دعمت المعلومات المقدمة بالكثير من الأرقام وتلك التي تضمنتها موسوعة جينيس على سبيل المثال، وكذلك بعض الإحصائيات التي دعمت المحتوى المقدم عبر الفيديو جراف بخاصة الاجتماعية والرياضية.

ثانياً: نتائج التحليل الكيفي:

موقع اليوم السابع:

نشرت اليوم السابع تقريراً بأسلوب الفيديو جراف لحادث تحت عنوان "هتك عرض طفل في القاهرة وحبس المتهم"، مدة التقرير ١:١٩ دقيقة، وقد استخدم الموقع مجموعة من الصور التعبيرية التي لتوصيل الحديث للمشاهد، فأرقت صوراً لطفل منحنياً ويبكى للتعبير عن المأساة والحزن الذي تعرض له، كما أرقت صورة تعبر عن وحشية المتحرش وتحمل معنى تضمينياً يمكن في استعداده لهتك عرض الطفل، وصورة أخرى والطفل يضع يديه على وجهه تعبيراً عن صدمة الطفل وانهياره وخوفه كما موضح بالشكل رقم (١)، كما أرقت صورة بالأبيض والأسود كنوع من التأثيرات البصرية من حيث الإعتام والإضاءة وذلك لتوضح معنى النص الذي يلحق بها كما هو موضح بالشكل (٢) وهي صورة تعبر عن خيال كل من المتهم والطفل في إشارة إلى الفعل كان يتم في الخفاء والتقطته الكاميرات بعد ذلك، كما استخدمت الخلفية الرمادية الفاتحة لإبراز الأشخاص في الصورة، كذلك استخدمت عوامل الإبراز في التنوع بين ألوان النص، حيث تم استخدام اللون الأصفر للتمييز وإبراز أهم المعلومات الواردة في التقرير، مع الاستعانة بالموسيقى الخلفية المعبرة عن وحشية الحدث.



شكل (١) يوضح الدمج بين الوسائط المعلوماتية كالنص وعامل إبراز اللون والصورة التعبيرية

توظيف الفيديو جراف في الصحافة الإخبارية: دراسة تحليلية على عينة من المواقع الإلكترونية للصحف المصرية



شكل (٢) يوضح التأثيرات البصرية من حيث الإعتام والإضاءة وذلك لتوضيح معنى النص

موقع المصري اليوم:

نشرت المصري اليوم فيديو جراف تحت عنوان "اكتشاف حوت برمائي عاش في مصر قبل ٤٣ مليون عام" مدته ٥٣ ثانية، ويجمع الفيديو رغم قصره بين عدد من الوسائط المعلوماتية متمثلة في (الصور الثابتة، التعليق النصي، الرسوم التعبيرية "الجرافيك" لتوضيح تفاصيل حول الحوت البرمائي والشارحة لتفاصيله كما موضح بالشكل رقم (٤) بالإضافة إلى الموسيقى الخلفية)، حيث تم عرض الفيديو جراف بالتنقل بين شرائح الصور مدعمة بالنصوص التي تسرد تفاصيل الاكتشاف وإعطاء خلفية معلوماتية عن الحدث.



شكل (٣) يوضح استخدام نصوص قصيرة دون عامل إبراز

توظيف الفيديو جراف في الصحافة الإخبارية: دراسة تحليلية على عينة من المواقع الإلكترونية للصحف المصرية



شكل (٤) يوضح الدمج بين الوسائط المعلوماتية كالنص والرسوم الجرافيكية الموضحة لتفاصيل للحوت

موقع البوابة نيوز:

قدمت البوابة نيوز تقريراً بأسلوب الفيديو جراف يحمل عنوان "الهروب من جحيم طالبان.. كابول بين السماء والأرض"، بلغت مدة الفيديو جراف ١:٤٤ دقيقة، واعتمد منذ بدايته على الجمع بين لقطات الفيديو والنصوص، حيث عبرت لقطات الفيديو جراف عن مشاهد مختلفة للحدث الأساسي وهو حشود الأفغان لمحاولة الهروب خارج البلاد بعد سيطرة طالبان على السلطة؛ من خلال لقطة تصويرية ذات بُعد اجتماعي سياسي فهي تعكس الوضع السياسي الذي يعيشه الأفغان من سيطرة حكومة طالبان الأمر الذي جعل الكثير من العائلات تضطر للانتقال إلى بلاد أخرى هرباً من طالبان، أما البعد الاجتماعي فيتمثل في معاناة الأفغان وهم يحاولون التثبيت بالطائرة لينجو بأنفسهم وأهليهم، كما هو موضح بالشكل رقم (٥)، وقد استخدمت الموسيقى الخلفية كمؤثرات صوتية لتعميق الإحساس بالحدث، واستخدمت الألوان كعامل إبراز للنص، حيث تم الاستعانة باللون الأصفر لتمييز أهم أسباب الحدث وتوضيح أهم المعلومات والجهات الواردة فيه، كما تم استخدام الصور الثابتة ذات البعد السياسي كصورة أفراد طالبان حاملين الأسلحة لتوضيح مفهوم الاجتياح والسيطرة كما هو موضح بالشكل رقم (٦).

توظيف الفيديو جراف في الصحافة الإخبارية: دراسة تحليلية على عينة من المواقع الإلكترونية للصحف المصرية



شكل (٥) يوضح استخدام لقطات الفيديو مع النصوص



شكل (٦) يوضح استخدام عامل الإبراز في النص لتوضيح السبب

بوابة أخبار اليوم:

قدمت بوابة أخبار اليوم فيديو جراف بعنوان "زي النهاردة" مدته ١:٢٧ دقيقة، عُرض بشكل إلحاقى لبعض المعلومات المقدمة في التقرير ليأتي الفيديو جراف مقدمًا لبقية الأحداث التي وقعت في نفس اليوم، تم اتباع أسلوب عرض مجموعة من الصور التعبيرية لكل حدث بشكل مستقل لكل حدث لتوضيح بنية الحدث منفردًا بالصورة التوضيحية الملائمة له كما هو موضح بالشكل رقم (٧)، مزودًا بالتواريخ المدعمة لمضمون الأحداث وتاريخ وقوعها، كما تم تدعيم المحتوى بالصور التعبيرية للفترة الزمنية للحدث كاستخدام الصور الأبيض والأسود للتعبير عن فترة الحرب آنذاك كما

توظيف الفيديو جراف في الصحافة الإخبارية: دراسة تحليلية على عينة من المواقع الإلكترونية للصحف المصرية

موضح بالشكل رقم (٨) فلأسباب تاريخية يرتبط هذا النوع من الصور بالأسود والابيض وربما يعزى ذلك إلى أن العالم شهد أحداثا وتحولات كبرى كالحروب مع بداية التوسع في التصوير الذي كانت بداياته بالأبيض والأسود، إضافة إلى الاعتقاد بأن تصوير الاحداث بالأبيض والأسود يعطيها أبعادًا تعزز من مصداقيتها وواقعيها. كما جرى توظيف التعليق النصي بشكل جذاب بإدراج خلفية ملونة له ومحاط باللون الأحمر كعامل إبراز للنص، واستكمالاً للوسائط المستخدمة وُظفت موسيقى خلفية مناسبة لعرض سلسلة من الأحداث، ويعد تدعيم المحتوى بالرسوم والصور التوضيحية من الاتجاهات الحديثة التي تسعى إليها مواقع الصحف الإلكترونية، وقد بدأ العديد من مصممي المواقع الإلكترونية للصحف الاهتمام بها، وذلك لأنها تفيد في تغيير تفاصيل الموضوع، بالإضافة إلى أنها تعمل على جذب انتباه المستخدمين^(٥٨).



شكل رقم (٧) يوضح الدمج بين الصورة التعبيرية والنص البارز بخلفية داكنة

توظيف الفيديو جراف في الصحافة الإخبارية: دراسة تحليلية على عينة من المواقع الإلكترونية للصحف المصرية



شكل رقم (٨) يوضح استخدام الصور التعبيرية بالأبيض والأسود والموضحة للفترة الزمنية للحدث

خاتمة الدراسة:

هدفت الدراسة الحالية إلى رصد كيفية توظيف الفيديو جراف في مواقع الصحف المصرية متمثلة في أربعة مواقع لصحف إلكترونية (اليوم السابع / المصري اليوم / أخبار اليوم / البوابة نيوز)، تم الاستعانة بأداة تحليل المضمون بشقيها الكمي والكيفي؛ للتعرف على نوعية المضامين التي تم معالجتها باستخدام تقنية الفيديو جراف، وأنماط الوسائط المتعددة المستخدمة في عرض الفيديو جراف، والمدة الزمنية المتبعة في كل موقع لعرض الفيديو جراف، وكذلك أسلوب عرضه ومصادره، وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج جاء أهمها على النحو التالي:

- وظفت مواقع الصحف الإلكترونية المصرية محل الدراسة الفيديو جراف في تناول الأخبار الآنية كأكثر الأشكال الصحفية التي استعانت بـ الفيديو جراف في معالجتها، وتعتبر الأخبار من الأشكال الصحفية التي يفضل القراء قراءتها بالإنفوجرافيك كما أشارت لذلك دراسة (آمال سعد)^(٥٩).
- أشارت نتائج الدراسة أن مواقع الصحف المصرية محل الدراسة وظفت الفيديو جراف في تناول مضامين متنوعة، فاهتم موقع اليوم السابع بالأخبار الاجتماعية والفنية بشكل كبير، بينما اهتم موقع المصري اليوم بالأخبار الاجتماعية والرياضية بفارق بسيط بينهما، واهتم موقع البوابة نيوز بالأخبار الفنية والرياضية، فيما اختلف عنهم الموقع الإلكتروني لأخبار اليوم والذي اهتم بشكل أساسي بتوظيف الفيديو جراف في عرض سلسلة من أحداث ووقائع حدثت في نفس يوم عرضه تحت عنوان "زي النهاردة".

توظيف الفيديو جراف في الصحافة الإخبارية: دراسة تحليلية على عينة من المواقع الإلكترونية للصحف المصرية

- جاء مجال اهتمام مضمون الفيديو جراف المنشور عبر مواقع الدراسة الأربعة تخص الشأن الداخلي المصري كنتيجة طبيعية لصحف مصرية تهتم بالشأن المحلي، وتتفق هذه النتيجة مع ما توصلت إليه دراسة (دينا طارق، ٢٠١٨م)^(٦٠) من اهتمام المواقع الصحفية المصرية بالتركيز على المضامين والقضايا المحلية.
 - وظفت مواقع الصحف المصرية محل الدراسة الفيديو جراف وفقاً لمدة زمنية تتراوح من دقيقة إلى أقل من دقيقتان، وإن توافقت معظمها في عرض الفيديو جراف في مدة زمنية تقرب للدقيقة والنص، وهي قريبة للنسبة المثالية لعرض الفيديو كما أشارت لذلك بعض الدراسات^(٦١)، كما تتفق هذه النتيجة مع ما توصلت إليه دراسة (أحمد الزهراني، مروة عطية ٢٠١٩)^(٦٢) أن أغلب المواقع محل الدراسة سواء العربية أو الغربية قامت بتوظيف الفيديو جراف وفقاً لمدة زمنية قصيرة كانت في المتوسط دقيقة ونصف.
 - كما أشارت نتائج الدراسة أن التعليق النصي والصور الثابتة والموسيقى الخلفية بمثابة القاسم المشترك فيما يتعلق بتوظيف الوسائط المتعددة في ملفات الفيديو جراف في مواقع الصحف الأربعة.
 - تفوق موقع "اليوم السابع" على كل من موقع المصري اليوم، البوابة نيوز وأخبار اليوم في توظيف الفيديو جراف أو الفيديو المعلوماتي "Video Graphic" في بنية نصوصه والأخبار المنشورة عبره من خلال استخدام الرسوم المتحركة لخلق فيديو تصويري، وتحويل البيانات والمعلومات إلى فيديو متحرك على هيئة فيديو جرافيك.
- وبذلك يمكن القول إن موقع "اليوم السابع" نجح بعكس مواقع الدراسة الثلاثة الأخرى في الاستفادة من خصائص الصحافة الإلكترونية على شبكة الإنترنت والمتمثلة في لقطات الفيديو وتوظيفها في تقديم الأخبار والمعلومات عبر الفيديو جراف بدرجات متفاوتة وبتنوع طبيعة الأخبار المقدمة وذلك لإضفاء الحيوية على المحتوى المقدم وتحسين درجة جذبها للمتصفحين، وتتفق هذه النتيجة مع ما توصلت إليه دراسة "تور طابع"^(٦٣) و"حسن فراج"^(٦٤) في تميز استخدام موقع صحيفة اليوم السابع للفيديو جراف.
- وهو ما أشارت إليه نتائج دراسة كل من (سلوى أحمد^(٦٥)، دينا طارق^(٦٦)، بيرق حسين^(٦٧)، وJulio Costa^(٦٨)) من ضعف توظيف المواقع عينة الدراسة للإنفوجرافيك التفاعلي والذي يتضمن الفيديو المعلوماتي والاعتماد بشكل كبير على الإنفوجرافيك الثابت في معالجة الموضوعات، وقد يرجع ذلك إلى عدم

توظيف الفيديو جراف في الصحافة الإخبارية: دراسة تحليلية على عينة من المواقع الإلكترونية للصحف المصرية

اهتمام المواقع الإلكترونية الثلاث بتوظيف ما يعرف بصحفي البيانات في معالجة الأخبار والموضوعات، كما قد يرجع إلى الصعوبة في إنتاجه وملاحقة الكم الهائل من الأخبار ومعالجتها بشكل فيديو جراف معلوماتي، هذا إلى جانب القيود التقنية المتمثلة في سرعة تحميل الموقع.

- كشفت الدراسة عن عدم التنوع في أساليب معالجة الفيديو جراف بمواقع الصحف المصرية محل الدراسة، بينما كان أسلوب السرد الوصفي هو الغالب، ولم يتطرق إلى الاعتماد على أساليب الشرح والتحليل والتفسير في تناول الموضوعات.
- فيما يتعلق بأسلوب توظيف الفيديو جراف توصلت نتائج التحليل الكيفي أن مواقع الصحف المصرية الأربعة بعضها نشر الفيديو جراف بشكل إلحائي أو تكاملي للموضوع أو الخبر بعد عرضه نصاً كفيديو موضح وداعم للخبر أو ملخص له، وهو الأسلوب الذي اتبعته مواقع (اليوم السابع / أخبار اليوم / البوابة نيوز)، بينما اتبع موقع المصري اليوم الأسلوب المستقل في عرض ملفات الفيديو جراف لتقديم المضمون الإخباري من خلاله بشكل مستقل.

توصيات الدراسة:

- ◀ توصي الدراسة مواقع الصحف المصرية الإلكترونية بضرورة العناية بتخصيص أيقونة خاصة للفيديو جراف بشكل مستقل، ليتمكن القارئ من التفرقة بين الأشكال الصحفية التي يتم معالجتها بالفيديو والفيديو جراف ويستخدم كل منها حسب تفضيل، وبما يتناسب مع الأهمية المتزايدة لفن الفيديو جراف في السنوات الأخيرة في المواقع والصحف الإخبارية، حيث تتمثل عوامل النجاح للفيديو جراف الأكثر جاذبية في وجود هيكل واضح ومباشر وعدد مناسب من عناصر التحكم والتفاعل وتصميم موحد يوفر للمستخدم سهولة الوصول.
- ◀ التوسع في توظيف الفيديو جراف يتناول مختلف القضايا والموضوعات في المجتمعات العربية وعدم اقتصره على تناول نوعية أخبار بعينها.
- ◀ ضرورة توفير دورات تدريبية لصحفي البيانات لتدريبهم على كيفية معالجة الأخبار بالفيديو جراف وعدم التركيز على شكل الإنفوجرافيك الثابت فقط.
- ◀ الاهتمام بالدراسات المستقبلية التي تركز على تناول فن الفيديو جراف كشكل مستقل جديد في وسائل الإعلام الحديثة.

هوامش الدراسة حسب ترتيبها في البحث:

(1) Ioana-Tatiana Ciocan, "Abordări jurnalistice actuale: crossmedia, transmedia, multimedia", **Saculum**, Vol 50, Issue No: 2, 2020, Pp 127-137.

Available Online at: <https://sciendo.com/pdf/10.2478/saec-2020-0024>

(2) أيمن محمد إبراهيم بريك، "أولويات قضايا صحافة البيانات المصرية والأجنبية ومستوى تفاعل القراء معها: دراسة تحليلية مقارنة بالتطبيق على موقعي Info times و Guardian data"، *المجلة المصرية لبحوث الإعلام*، العدد ٦٩، الخريف ٢٠١٩م، الصفحة ١٣٣-٢٠٠، ص ص ١٥٢.

(3) لمزيد من المعلومات يمكن الاطلاع على:

- Angela Locoro, Federico Cabitza, et.al, "Static and interactive infographics in daily tasks: A value-in-use and quality of interaction user study", **Computers in Human Behavior**, Volume 71, Issue C June 2017, pp 240–257, Available Online at:

<https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0747563217300389#>

!

- Hesham Galal Hassan, "Designing Infographics to support teaching complex science subject: A comparison between static and animated Infographics", (2016), **Graduate Theses and Dissertations**, 15716, available at: <https://lib.dr.iastate.edu/etd/15716/>

(4) هبه مصطفى حسن مصطفى، "الاتجاهات الحديثة في بحوث صحافة البيانات"، *مجلة البحوث والدراسات الإعلامية*، المجلد ١٧، العدد ١٧، الصيف ٢٠٢١، الصفحة ١-٦٢.

(5) وفاء جمال درويش، "توظيف صحافة البيانات في التغطيات الصحفية الاستقصائية بالمواقع الإلكترونية المصرية وعلاقتها بتطور تقنيات الاتصال وتكنولوجيا المعلومات (دراسة على القائم بالاتصال)، *مجلة البحوث الإعلامية* – العدد السادس والخمسون – ج٤ - يناير ٢٠٢١م.

(6) محمد نور طابع، "تأثير التبيوغرافيا الرقمية على إخراج الجريدة الإلكترونية"، *رسالة دكتوراه غير منشورة*، (جامعة سوهاج، كلية الآداب، ٢٠٢٠م).

(7) Alla Kovalenko, Natalia Aleksieieva, "Visual journalism and its genres in the british press coverage of the "refugee crisis" (on materials of the Guardian", **Dialog: media studios**, No. 25 (2019), Retrieved from:

توظيف الفيديو جراف في الصحافة الإخبارية: دراسة تحليلية على عينة
من المواقع الإلكترونية للصحف المصرية

<https://doi.org/10.18524/2308-3255.2019.25.195589>

(8) Ian Mitchell, "Infographics: Absent Without Leave, **Communicating Complexity**, February 2020, Retrieved from:

<http://riull.ull.es/xmlui/handle/915/18473>

(9) سمير محمد محمود، "توظيف صحافة البيانات في تناول فيروس كورونا المستجد بالمواقع الإلكترونية العربية والعالمية- دراسة تحليلية" *مجلة البحوث الإعلامية*، جامعة الأزهر، العدد الرابع والخمسون، الجزء الرابع، يوليو ٢٠٢٠م، ص ٢٧٥٦.

(10) سحر عبد المنعم الخولى، "دور الإنفوجرافيك في زيادة انقراطية الجمهور للمحتوى الإعلامى فى مواقع الصحف العربية والعالمية: دراسة تحليلية وميدانية"، *مجلة البحوث الإعلامية*، جامعة الأزهر، العدد (٥٤) - ج(٣)، يوليو ٢٠٢٠م، ص ١٤٤٩.

(11) عيده كمال رشيد أبو زيدان، "تأثير الإنفوجرافيك على فهم وتذكر الشباب للمحتوى الإخباري بالصحف الإلكترونية: دراسة شبه تجريبية"، رسالة ماجستير غير منشورة، (جامعة المنيا: كلية الآداب، ٢٠٢٠م).

(12) ريم نجيب زنتي، "توظيف الإنفوجرافيك في معالجة القضايا الصحية في الدول العربية عبر موقع التواصل الاجتماعي (تويتتر): دراسة حالة على موضوع فيروس (كورونا Covid-19) المستجد، *مجلة البحوث الإعلامية*، كلية الإعلام - جامعة الأزهر، العدد الخامس والخمسون - ج ٤ - أكتوبر ٢٠٢٠م، ص ٢٣٠٧.

(13) أحمد على الزهراني، مروة عطية محمد عطية، "استخدام الفيديو جراف في الصحافة الإخبارية: دراسة مقارنة بين المواقع العربية والغربية"، *مجلة الآداب*، م ٣١، ص ص ١٣٣-١٧٩، جامعة الملك سعود، الرياض (٢٠١٩م)، ص ص ١٣٣-١٧٩.

(14) Kim, Narae., Pitluk, Adam. and Leshner, Glenn, "Cognitive and Affective Processing of Interactive Infographics on the web". **Paper presented at the annual meeting of the AEJMC**, Sheraton Centre Toronto, Toronto, Canada, 2019. pp.1:30

(15) هانى إبراهيم أحمد البطل، "انقراطية الإنفوجرافيك فى المواقع الصحفية المصرية لدى الشباب الجامعى"، *مجلة البحوث الإعلامية*، جامعة الأزهر، العدد الحادى والخمسون (الجزء الأول)، يناير ٢٠١٩م، ص ١٢٩.

(16) بيارق حسين جمعة، عبد الأمير موبت الفيصل، " التوظيف الصحفي للإنفوجرافيك في المواقع الاخبارية"، *مجلة الباحث الإعلامى*، جامعة بغداد: كلية الإعلام، مجلد ١١ عدد ٤٣، كانون الثاني - شباط - آذار (٢٠١٩م)، ص ص ١٤٩ - ١٦٨.

توظيف الفيديو جراف في الصحافة الإخبارية: دراسة تحليلية على عينة
من المواقع الإلكترونية للصحف المصرية

- (17) عبير محمد سليم، "استخدام المواقع الإلكترونية الفلسطينية للإنفوجرافيك: دراسة تحليلية مقارنة"، *المجلة الفلسطينية للتعليم المفتوح والتعلم الإلكتروني*، مجلد ٦، عدد ١٢ (٢٠١٨م).
- (18) Andreas Veglis and Charalampos Bratsas, "Towards a Taxonomy of Data Journalism", *Journal of Media Critiques*, Vol.3, No.11, 2017, pp: 109–121.
- (19) Julio Costa Pinto, "The Relevance of Digital Infographics in Online Newspapers", *European Scientific Journal, ESJ*, 13(10), 2017, Available Online at:
<https://eujournal.org/index.php/esj/article/view/9748>
- (20) Locoro. A, & Cabitza. F, et. Al, "Static and interactive infographics in daily tasks Share on", *Computers in Human Behavior*, Vol 71, N.C, June 2017, pp 240–257, Retrieved from:
<https://doi.org/10.1016/j.chb.2017.01.032>
- (21) Sandra Zwinger; Michael Zeiller, "Utilization and Acceptance of interactive infographics in online newspapers", **118 – Data literacy and visualization for casual users, paper presented at Information Visualization 21st international conference 2017**, Retrieved from:
http://ffhoarep.fh-ooe.at/bitstream/123456789/1011/1/Panel_118_ID_228.pdf
- (22) Sandra Zwinger, Michael Zeiller, "Interactive Infographics in German Online Newspapers" , *Proceedings of the 9th Forum Media Technology 2016*, St. Pölten, Austria, 24-11-2016, published at <http://ceur-ws.org>.
- (23) سماح الشهاوى، "تأثير الإنفوجراف التفاعلي على إدراك وتذكر المستخدمين للمحتوى (دراسة تجريبية على عينة من طلاب الجامعات)، *المجلة المصرية لبحوث الإعلام*، المجلد ٢٠١٦، العدد ٥٦، الصيف ٢٠١٦م، ص ١٧١.
- (24) Megan Knight, "Data journalism in the UK: A preliminary analysis of form and content", *Journal of Media Practice*, vol.16, No. (1), pp55-72. Available online at:
<https://doi.org/10.1080/14682753.2015.1015801>
- (25) Maria, T., Olivo, "Visualizing the News: An Analysis of a Year in Interactive News from The New York Times and The Washington

توظيف الفيديو جراف في الصحافة الإخبارية: دراسة تحليلية على عينة
من المواقع الإلكترونية للصحف المصرية

Post", **Master Thesis**, Rochester Institute of Technology. Accessed from, 2015. Available online at:
<https://scholarworks.rit.edu/cgi/viewcontent.cgi?referer=&httpsredir=1&article=10072&context=theses>

(26) Rosmiza Bidin Ezhar Tamam, Siti Hajar Ahmad, e-mail use and usefulness: the effect of media richness and social influences", **Revista de Administrație Publică și Politici Sociale An III**, Nr. 2(7), December 2011, Available online at:
<https://revad.uvvg.ro/files/nr7/9.%20bidin....pdf>

(27) أحمد محمد عبدالله، "توظيف صحافة الفيديو في المواقع الإلكترونية المصرية"، **المجلة المصرية لبحوث الإتصال الجماهيري** – جامعة بنى سويف، عدد ديسمبر ٢٠٢٠م.

(28) نهلة صلاح عبد السميع، "التفاعلية في صحافة الفيديو وتأثيرها في تشكيل الوعي الاجتماعي لدى الشباب المصري"، **رسالة ماجستير غير منشورة** (جامعة المنصورة، كلية الآداب، ٢٠١٨م).

(29) أحمد إبراهيم محمد، أولويات القضايا المقدمة في صحافة الفيديو وعلاقتها بترتيب أولويات الجمهور- دراسة تحليلية وميدانية، **رسالة ماجستير غير منشورة**، (جامعة القاهرة، كلية الإعلام، قسم الصحافة، ٢٠١٧م).

(30) Gina Masullo Chen, Peter S.Chen, Chen-Wei change, Zainul Abedin, "News Video Quality affects Online Sites' Credibility", **Newspaper Research Journal**, (Vol 38, No 1, 2017), Pp 19- 31. Available Online at: <https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/0739532917696087>

(31) وليد عبد الفتاح النجار، عبد الخالق إبراهيم زقزوق، "إدراك طالب الإعلام لمفهوم صحافة الفيديو الإلكترونية واتجاهاتهم نحوها"، **المجلة العلمية لبحوث الصحافة**، المجلد ٢٠١٧، العدد ٩، جامعة القاهرة- كلية الإعلام، الشتاء ٢٠١٧م.

(32) مروة عطية محمد، "نمط البناء الفني للقصة الإخبارية وعلاقته بسياق توظيف الفيديو المصاحب للنص على شبكة الإنترنت" **المجلة العلمية لبحوث الإذاعة والتلفزيون**، مصر المجلد ٢٠١٧، العدد ١٠، الربيع ٢٠١٧م.

(33) علي حمودة جمعة سليمان، "دور صحافة الفيديو في تشكيل اتجاهات الجاليات الأجنبية نحو "الإسلاموفوبيا" دراسة ميدانية على عينة من الناطقين وغير الناطقين بالعربية" **مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط**، مجلد ٤، العدد الحادي عشر، أبريل / يونيو ٢٠١٦م، ص ١٧٤.

- (34) Javier Mayoral Sánchez, Paloma Abejón Mendoza, Montserrat Morata Santos, "Video in The Spanish Press:2010-2015", **Revista Latina de Communication Social**, (No71,2016), Pp775-790, Available Online at: <http://www.revistalatinacs.org/071/paper/1120/40en.html>.
- (35) Radwa Saad Mohammed, The Relationship between Online Video Journalism and Readership and Viewership of Traditional Media, **Master Thesis** (Cairo University, Faculty of Mass Communication, Journalism Department, English Section, 2015).
- (36) نادية مصطفى الشيخ، "دوافع استخدام الشباب الجامعي لصحافة الفيديو والإشباع المتحققة منها"، رسالة ماجستير غير منشورة، (جامعة عين شمس: معهد الدراسات العليا للطفولة، قسم الإعلام وثقافة الطفل)، ٢٠١٣م.
- (37) Esser, F., & Vliegenthart, R., Comparative Research Methods. In J. Matthes, C. S. Davis & R. Potter (Eds.), The International Encyclopedia of Communication Research Methods", (2017), Available at: <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/full/10.1002/9781118901731.iecrm035>
- (38) Ester Appelgren, Gunnar Nygren, Data Journalism in Sweden, **Digital Journalism**, Volume 2, 2014 - Issue 3, 2014. Available online at: <https://doi.org/10.1080/21670811.2014.884344>
- (39) منصور الديباني: "صناعة الفيديو جراف، دليلك إلى فيديو قوي ومؤثر"، متاح على: <https://hunalibya.com/digital-life//٦٣٥٨>
- (40) Simon, S.J. and Peppas, S.C., "An examination of media richness theory in product Web site design: an empirical study", **Emerald logo Discover Journals, Books & Case Studies**, Vol. 6 No. 4, 2004, pp. 270-281, Available at: <https://doi.org/10.1108/14636690410555672>
- (41) Richard J. Boland, Jr., Ramkrishnan V. Tenkasi, "Perspective Making and Perspective Taking in Communities of Knowing", **Organization Science**, Vol. 6, No. 4, July-August 1995, pp350-372. Available online at: <https://doi.org/10.1287/orsc.6.4.350>
- (42) Adams, Heather I, "Air force Media Use and Conformance with Media Richness Theory: Implications for E-mail Use and policy, **Master thesis**, available online at:

توظيف الفيديو جراف في الصحافة الإخبارية: دراسة تحليلية على عينة
من المواقع الإلكترونية للصحف المصرية

<https://drive.google.com/file/d/1CX5njLpEw2PUpxhvKDNgs7fKW9m6JjqT/view>

(43) لمزيد من المعلومات، يُرجى الإطلاع على:

- Feaster, John., ET, AL., "Media Richness Perceptions as Impressions of Interpersonal Communication Competence Within the Relational Competence Framework", **Paper presented at the annual meeting of the International Communication Association, TBA, San Francisco, CA, May 23, 2007, P.3. Available At:**
http://citation.allacademic.com/meta/p_mla_apa_research_citation/1/7/2/6/5/p172650_index.html.
- Simon, Steven John; Peppas, Spero C., "An examination of media richness theory in product Web site design: an empirical study", **The Journal of Policy, Regulation and Strategy for Telecommunications, Information and Media** 6 (4), 2004, pp270–281.

Available Online at: <https://ur.booksc.eu/book/21881343/2e5a62>

(44) وفاء جمال درويش، مرجع سبق ذكره، ص ١٩٤٢.

(45) أيمن محمد إبراهيم بريك، "أولويات قضايا صحافة البيانات المصرية والأجنبية ومستوى تفاعل القراء معها: دراسة تحليلية مقارنة بالتطبيق على موقعي Info times و Guardian data"، **المجلة المصرية لبحوث الإعلام**، العدد ٦٩، الخريف ٢٠١٩م، الصفحة ١٣٣-٢٠٠، ص ١٥٢.

(46) هويدا محمد السيد عزوز، "تقويم أوجه التراث الإعلامي لصحافة البيانات والرسوم المعلوماتية على مواقع الصحف الإلكترونية"، **المجلة العلمية لبحوث الصحافة**، العدد ١٥ - ربيع ٢٠١٨م، الصفحة ٣٣٧-٣٨٧، ص ٣٤٦.

(47) Simon Rogers, "Introduction to data journalism", DATA JOURNALISM AND OTHER CURIOSITIES, published in MAY 25, 2014, article available online at:

<https://simonrogers.net/2014/05/25/introduction-to-data-journalism/?blogsub=confirming#subscribe-blog>

(48) Sri Syamsiyah Lestari Sjafiie, S. Hastjarjo, "Graphic Visualization in Printed Media: How Does the Use of Technology Influence Journalism Culture", **Journal Komunikasi: Malaysian Journal of Communication**, vol 34, (4) 2018, 373- 385.

توظيف الفيديو جراف في الصحافة الإخبارية: دراسة تحليلية على عينة
من المواقع الإلكترونية للصحف المصرية

Available online at: <https://ejournal.ukm.my/mjc/article/view/30091/8939>

(49) جوناثان غراي وآخرون، "صحافة البيانات كيف تستخرج الأخبار من أكوام الأرقام والمعلومات في الإنترنت"، ترجمة: ندى رمضان، (بيروت: الدار العربية للعلوم ناشرون، ٢٠١٥م)، ص ٢٧-٢٩.

(50) هويدا محمد السيد عزوز، مرجع سبق ذكره، ص ٣٤٨.

(51) Neil Thurman, Ben Lupton, "Convergence Calls: Multimedia Storytelling at British News Websites", **SAGE journal**, Vol 14, Issue 4, 2008, Available Online at:

<https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/1354856508094662>

(52) أيمن محمد بريك، إيمان محمود أحمد، "الحرب على الإرهاب كما تعكسها صحافة الفيديو في المواقع الإلكترونية المصرية والأمريكية الموجهة بالعربية"، **المجلة المصرية لبحوث الإعلام** - المقالة ٥، المجلد ٢٠١٧، العدد ٦٠، الصيف ٢٠١٧، الصفحة ١٩١-٢٧٩، ص ٢١٣.

(53) وليد عبد الفتاح، عبد الخالق إبراهيم، "إدراك طلاب الإعلام لمفهوم صحافة الفيديو واتجاهاتهم نحوها: دراسة ميدانية"، **المجلة العلمية لبحوث الصحافة** - العدد التاسع، الصفحة ١٠٦-١٠٧.

(54) أيمن محمد بريك، إيمان محمود أحمد، "الحرب على الإرهاب كما تعكسها صحافة الفيديو في المواقع الإلكترونية المصرية والأمريكية الموجهة بالعربية"، مرجع سبق ذكره، ص ٢١٣.

(55) أيمن محمد بريك، إيمان محمود أحمد، "الحرب على الإرهاب كما تعكسها صحافة الفيديو في المواقع الإلكترونية المصرية والأمريكية الموجهة بالعربية" مرجع سبق ذكره، ص ٢١٥.

(56) عبدالملك ردمان الدناني، "الوظيفة الإعلامية لشبكة الإنترنت"، ط١، بيروت، دار الكتب الجامعية، ٢٠٠١، ص ١٧.

(57) أحمد على الزهراني، مروة عطية محمد عطية، مرجع سبق ذكره.

(58) راضي محمد عطوة محمد، "استخدام الوسائط المتعددة في المواقع الإلكترونية للصحف"، **المجلة المصرية لبحوث الإعلام والاتصال** - العدد (٢٨) - الشتاء ٢٠٢٠، الصفحة ٦١٤-٦٣٧، ص ٦٣٢.

(59) آمال سعد الدين حسين، "استخدامات الجمهور السعودي لصحافة البيانات الإنفوجرافيك المنشورة بالصحف الإلكترونية والإشباع المتحققة منها: دراسة ميدانية"، **المجلة المصرية لبحوث الإعلام**، العدد ٦٥، ص ٣١٩: ٩٨١.

(60) دينا طارق محمود، "محددات توظيف صحافة البيانات في المواقع الإخبارية المصرية والعالمية: دراسة للمضمون والقائم بالاتصال"، رسالة ماجستير غير منشورة (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، ٢٠١٨م).

توظيف الفيديو جراف في الصحافة الإخبارية: دراسة تحليلية على عينة
من المواقع الإلكترونية للصحف المصرية

(61) Antonis Kalogeropoulos, Federica Cherubini, Nic Newman, The future of online news video", **Reuters Institute for the Study of Journalism**, 2016, Available Online at:

<https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/research/files/The%2520Future%2520of%2520Online%2520News%2520Video.pdf>

(62) أحمد على الزهراني، مروة عطية محمد عطية، مرجع سبق ذكره.

(63) محمد نور طابع، مرجع سبق ذكره.

(64) حسن فراج حسن، "العوامل المؤثرة في استخدام تكنولوجيا الإتقاع في تصميم مواقع الصحف الإلكترونية وعلاقتها باتجاهات المراهقين نحو مضمونها"، رسالة دكتوراه غير منشورة (معهد الدراسات العليا للطفولة: قسم الإعلام وثقافة الطفل، ٢٠١٧م).

(65) سلوى أحمد محمد أبو العلا، استخدام الإنفوجرافيك بالمواقع الإلكترونية الرسمية المصرية للرد على الشائعات: المركز الإعلامي لرئاسة مجلس الوزراء نموذجًا، **مجلة البحوث الإعلامية**، جامعة الأزهر – كلية الإعلام – مصر، العدد ٥، الجزء ١ يوليو ٢٠٢٠م.

(66) دينا طارق محمود، مرجع سبق ذكره.

(67) بيارق حسين جمعة، عبد الامير الفيصل، مرجع سبق ذكره.

(68) Julio Costa Pinto, **op Cit**.