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 "Akhabar Al-Youm", during a month July and August 2020, are explored.
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.
الدروس السابقة:

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

المجلة العلمية لبحوث الصحافة – العدد الثالث والعشرين – الجزء الثاني - يناير/يونيو 2022 249
توظيف الفيديوجراف في الصحافة الإخبارية: دراسة تحليلية على عينة من المواقع الإلكترونية للصحف المصرية

المحور الأول: دراسات أجريت حول صحافة البيانات:

استهدفت دراسة (هيئة مصنف 2021م) التعرف على الاتجاهات الحديثة في بحوث ودراسات صحة البيانات من حيث مجالات الاهتمام البشري والجوانب المتصلة المستخدمة وذلك من خلال مسح الإنتاج العلمي في الدول العربية والأجنبية بالاعتماد على منهج المساهم التحليلي الكيفي من المستوى الثاني، وتم تطبيق الدراسة خلال الفترة الزمنية من عام 2010م وحتى عام 2021م، وردت الدراسة أن الاهتمام بدراسة الإفجراكون باعتباره النقطة الأكثر استخدامًا من قبل وسائل الإعلام حيث اعتبار من المجالات البشري التي ركز عليها الباحثين في الخمس سنوات الماضية، واحتفظ كلاً من المدرسين الغربية والعربية برسيد أشكال الإفجراكون وتحديد أنواعها كما وفقاً لإجاح الحركة أو وفقًا للتفاعلية المستخدمة وإما للعرض منه أو وفقًا للإحراق الشكلي له وتأثيرات هذا الشكل.

وأُضيفت دراسة (وفاء جمال درويش 2021م)؛ بحث كيفية توظيف صحة البيانات في التغطيات الصحفية الاستقصائية بالواقع الإفجراكوني المصري، كذلك اعتمدت الدراسة باكتشاف أهم المهارات والمنطلقات التي يحتاجها الصحفي الاستقصائي ومصمم البيانات بالإضافة إلى التحديات التي تواجهها، وجاوزت الدراسة منهج الصحافة الإعلامية وأدادة 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 تصميم هذه البيانات وتحليلها.

بينما استهدفت دراسة (محمد نور 2021م) معرفة تأثير التبوتيغرافيا الرقمية على اختيار الجرائد الإلكترونية المصرية والأمريكية والاسبانية التي يعد عليها مصممو مواقع تلك الجرائد، وتداول البحث بالتحليل على مدى عام أربعة جرائد بواقع اثنتين مصرتين واثنتين أميركيتين وهما: موقع جرائد اليوم السابع، موقع بيوت الأهرام، موقع جريدة يو إس أي توداي، موقع جريدة واشنطن بوست الأمريكية، وتناولت الدراسة إلى اقتفاء الصحف الإلكترونية لتوظيف ما يعرف بال الموسيقى الإفجراكونية في بيئة نصوصها "Video Graphic" أو الفيديو المعلوماتي "Motion Graphic" من خلال استخدام الرسوم المتحركة لخلق فيديو تصويري، وتحويل البيانات والمعلومات إلى فيديو متحرك على هيئة الإفجراكون، بينما أشارت إلى أن موقع "اليوم السابع" نجح بعكس مواقع الدراسة الثلاثة الأخرى في الإفادة من خصائص الصحف الإلكترونية على الشاشة والمماثلة في أقسام الفيديو ووظفها في تقديم نصوصه عبر الفيديوجراف التبوتيغرافيا بدرجات متغايرة لإضفاء الحيوية على تلك النصوص وتحسين درجة جذبها للمتصفحين.
توظيف الفيديوهافك في الصحافة الإخبارية: دراسة تحليلية على عينة من المواقع الإلكترونية للصحف المصرية

وفي إطار الكشف عن أسباب استخدام الإلفيسجراهاك في الصحف البريطانية؛ بحثت دراسة (Alla Kovalenko, 2020) (1) أسباب استخدام هذا الشكل في معالجة صحيفة الجارديان لأزمة اللاجئين إلى أوروبا وتأثير هذا الاستخدام على سيوة إدراك القراء للأزمة، وباعتماد منهج المسح وسحب عينة للتحليل قدرها 100 منشور من موقع صحيفة الجارديان حول الأزمة. توصلت الدراسة إلى حجم الفعل للإلفيسجراهاك في مساعدة القراء على فهم الأزمة وأن تطبيقه الأثر الملموس لمعالجة الأزمة باستخدام الرسوم البيانية والإحصائيات والدعاية ساهم بشكل كبير في شرح وتفسير الأزمة.

وفي نفس الاتجاه تطرقت دراسة (Ian Mitchell, 2020) (2) إلى مؤشر دور الإلفيسجراهاك في زيادة فهم وادراك الجمهور للقضايا السياسية أو السياحية، وباعتماد منهج المسح وتحليل أربع صحف بريطانية إلكترونية منهما والمطبوعة؛ توصلت الدراسة إلى أن استخدام الإلفيسجراهاك في معالجة المواضيع والقضايا المرتبطة بالانتخابات البريطانية ساهم في تسهيل وتيسير المعلومات للقارئ.

وشهدت دراسة (سمير محمد, 2020) (3) إلى الكشف عن طبيعة توظيف صحافة البيانات في تحاول كرونا المستجد للمواقع العربية العالمية، من خلال تحليل شكل ومضمون صحة البيانات بين شكلها المختلفة، وذلك بالتنبقي على مواقع "مصراوي", "عكاظ", "العدين الإخبارية", "الجارديان", "يوب اب توداي", وكشفت النتائج عن تمتع المواقع العالمية بثرة معلومات ملحوظ في محتوى صحة البيانات بها، كما أشارت إلى تفوق المواقع العربية في إنتاج وثائق الفيديوهات المعلوماتية المتحركة في حين تأتي الغالبية العظمى من الفيديوهات والرسوم المعلوماتية "الإلفيسجراهاك" من النوع التفاعلي في المواقع العالمية.

بينما سعت دراسة (سحر عبد المنعم, 2020) (4) إلى التعرف على دور الإلفيسجراهاك في زيادة إجرائات المحتوى الإعلامي في مواقع الصحف المصرية والعربية، حيث أعدت الدراسة منهج المسح بتأتي التطبيقات والملحقات على أربعة مواقع إلكترونية مصرية وبريطانية توصلت الدراسة إلى أن الإلفيسجراهاك الثابت جاء على رأس قائمة الأنواع الخاصة بالإلغازجراهاك بنسبة 32% بينما جاء الإلغازجراهاك التفاعلي بنسبة 1.3% فقط من عينة المواقع محل الدراسة.

كما سعت دراسة (분예 كمال رشيد, 2020) (5) إلى اختبار تأثير الإلفيسجراهاك على اكتساب القراء للمعلومات من الأخبار المقدمة بالعربية عن مستوى تأثرهم والذكاء، ولاحظت أن المنهج التجريبي يحقق تجربة الدراسة على عينة عددية متاحة ضمت (100) طالباً من طلاب الفرقتين الثالثة والرابعة - كلية التربية - المجلة العلمية لبحث الصحافة - العدد الثالث والعشرين - الجزء الثاني - يناير/ يونية - 2022 - 251
توجهات القيودًا في الصحافة الإخبارية: دراسة تحليلية على عينة من المواقع الإلكترونية للصحف المصرية

النوعية - جامعة المنا، وتوصلت نتائج الدراسة إلى توقعات تأثير الإنتفوجراف المتحرك من حيث تذكر وفهم المحتوى الإخباري مقارنةً بتأثير الإنتفوجراف الثابت، وأيضًا توقع تأثير الإنتفوجراف البسيط الذي يركز على التوضيح والشرح من خلال النص من حيث فهم وذكر معلومات الأخبار مقارنةً بتأثير الإنتفوجراف المعقد الذي يركز على التوضيح البصري من خلال الاهتمام بعوامل التصميم وتوظيف الكثير من العناصر الجرافيكية التي قد تكون غير ضرورية لتحقيق الفهم.

وبهت دراسة (ريم الزناتي، 2020م) (1) عن دور الإنتفوجراف المقدم في الحسابات الرسمية لوزارة الصحة في الدول العربية عبر موقع التواصل الاجتماعي (تويتر) في مقالة تفاوضي الصحفية بالتطبيق على فروش كورونا المستجد، واتحالت إلى توقف الصفحة المصرية في استخدام الإنتفوجراف المتحرك في مواقع الأخبار يحتوي على الإنتفوجراف وأنشطين يعطق المعصم فرضة أكبر للإبتداء وتحويل عدد من المعلومات والإشارات إلى فيديو تفاعلي بطريقة ذكية وجدية.

بينما زكزت دراسة (أحمد الزهراني & مروة علي، 2019م) (2) عن توصيات وتحليل قوى الإنتفوجراف التي يجري من خلالها سرند ونقل المقدار الإخباري في مواقع الصحافة العربية واللغوية على شبكة الإنترنت، واعتماد الدراسة على تحليل المخصص شغبها الكمي والكيفي لتحليل أنماط الوسائط المعلوماتية المستخدمة في بناء وتكوين هيكل الإنتفوجراف، وذلك بالتطبيق على (480) موضوع إخباري نشرت في ثمانى مواقع إخبارية، واتحالت الدراسة إلى عدة نتائج أهمها وجود تباين بين مواقع الإخبارية المتحركة التي تجلى في توقف الإنتفوجراف، حيث وظفت المواقع العربية في الموضوعات السياسية والاقتصادية والاجتماعية، بينما وظفت المواقع العربية 다른ة باللغة العربية في الموضوعات الثقافية والفنية والسياحية، كما أشارت النتائج إلى أن بعض الوسائط المعلوماتية كانت قاسية مشتركة في المواد الإخبارية مثل "الموضوعي الخفيف".

Kim, وفما يتعلق بفهم المعلومات وتخطيط النهج، توصلت دراسة (Narac et al., 2019) (3) إلى استهداف التحقيقات المعرفية والعملية للإنتفوجراف التفاعلي على شبكة الإنترنت بمقارنة بأساليب المعرفة الأخرى، بالإضافة على المنهج التجريبي والتطبيق على (223) مفردة، إلى أن المشاركون المتفاوضين مع خرائط الإنتفوجراف كانت نتيجة استيعابهم للمعلومات أعلى مقارنة بالمشاركين الأقل تفاعلاً.

ومنها يتعلق بتفسيرات المستخدمين لأنواع الإنتفوجراف: أشارت دراسة (هاني البطل، 2019م) (4) على تفضيل الشباب الجامعي للإنتفوجراف الثابت في مواقع الصحافة المصرية في الترتيب الأول بينما جاء الإنتفوجراف المتحرك في الترتيب الثالث.

المجلة العلمية ليحبون الصحافة - العدد الثالث والعشرين - الجزء الثاني - يناير / يونية 2022، 252
توصيف الديوغراف في الصحافة الإخبارية: دراسة تحليلية على عينة من المواقع الإلكترونية للصحف المصرية

بينما هدفت دراسة (بيرق حسين جمعة، عبد الأمير 2019م) (1) إلى معرفة أساليب توظيف الديوغرافيك في المواقع الإخبارية نظرًا للأدوار الإتصالية المتعددة للديوغرافيك، وتحقيقاً لهذه الهدف فقد استخدمت الباحثة المنهج المستند: طريقة تحليل المحتوى لتحليل مادة الديوغرافيك من العينة المختارة من المواقع الإخبارية بوصفها محور التحليل، وتوصلت إلى ضعف توظيف المواقع محل الدراسة للديوغرافيك المتحرك والتفاعلية على الرغم من ما توفره شبكة الإنترنت من متطلبات العصر والجيل الرقمي والاعتماد بشكل كبير على الديوغرافيك الثابت. وهو ما أشار إليه أيضًا (عيبر سليم 2018م) (2) في دراستها التي استهدفت التعرف على درجة اهتمام المواقع الفلسطينية الإلكترونية بفن الديوغرافيك ووسائل استخدامه إلى اعتماد المواقع على الديوغرافيك الثابت أكثر من المتحرك.

وسعت دراسة (Veglis, A. Bratsas, CH, 2017) (3) إلى تصنيف أنماط صحافة البيانات المختلفة في مواقع الصحف الإلكترونية، ووصفت إلى أن 58.8٪ من القصص الإخبارية الإلكترونية كانت عبارة عن رسام معلوماتية مستقلة، فيما كانت النسبة النسبية مصاحبة للمحتوى الصحفي، كما أشارت إلى أن الجرائد نجحت في الدمج بين الرسوم المعلوماتية الثابتة والمحرك بالاشتراك في التجارة في Cácون، والرسوم التدوينية، والصور والرسوم التصويرية.

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

الموضوعات السياسية، كما أشارت النتائج إلى أن أهم أسباب تفضيل الجمهور للفيديوجراف التفاعلي تمثل في تبسيط المعلومات في أشكال سهلة الفهم والاستيعاب والحفظ، كما تزيد من معدل زيارته الفراء للموقع، كما أشارت إلى أن أهم عوامل الربح الفيديوجراف التفاعلي الأكثر جاذبية والقابل للاستخدام تمثل في وجود هيكل واضح ومباشر وعدد مناسب من عناصر التحكم والتفاعل، وتصميم موحد لعناصر التفاعل التي تتوافق مع تواريخ المستخدم وعاداته، والاختلافات وكذلك الرموز والأيقونات التي يمكن فهمها بسهولة، وأدوات التنقل التي يسهل استخدامها.

كما أظهرت نتائج دراسة (الشاهد الشهابي 2017) التأثير الإيجابي للفيديوجراف التفاعلي على الاليات المعرفية المتمثلة في التذكر الدقيق والإفراز من خلال إجراء دراسة جريءة باستخدام ثلاث مجموعات للعرف تأثير الفيديوجراف التفاعلي على درجة تذكر وإدراك المستخدمين للمنحوتة وممارسته بكل من الفيديوجراف النابئ والنص فقط الذي لا يحتوي على أي رسوم، حيث توجد المجموعة الأولى التي تعرضت للفيديوجراف التفاعلي على المجموعتين الثانية والثالثة.

وقد تتعلق بدراسة وتحليل استخدام صفحات محتوى في الصحافة الأجنبية Megan (2016) (1) تتنوع أشكال الفيديوجرافيك والفيديوجراف التفاعلي الذي تم استخدامه في تقديم الموضوعات في الصحافة الأجنبية ما بين الخرائط والرسوم البيانية، وفيما يتعلق بذكرا مصادر المعلومات فقد توصلت النتائج إلى أن الغالبية العظمى لم توضح مصادر المعلومات في موضوعاتها.


المصدر الثاني: دراسات تتناول صحة الفيديو:

سعت دراسة (أحمد محمد 2015) (1) إلى إقفال الشهر على توظيف صحة الفيديو الإلكترونية المصرية من خلال رصد جمجمة الإنتاج الإعلاقي لصحافة الفيديو واليات تحريها، ومدى توافر إمكانات الإنتاج لذلك النوع المستحدث، وتوصلت الدراسة إلى أن الفيديو اليوم السابع جاء في المرتبة الأولى كأكثر الصحف عبرة إدارة إنتاج الفيديو بنسبة بلغت (68,9%)، وجاء الخبر كأكثر الفنون الصحية توظيفاً في صحة الفيديو بنسبة (48%), ووجدت الموضوعات المتعلقة بالحوادث والأمن أكثر الموضوعات المقدمة في صحة الفيديو في الصحف الإلكترونية المصرية عينة

المجلة العلمية لبحث الصحافة – العدد الثالث والعشرين – الجزء الثاني – يناير / يونين 2012 - ص 54
تُوزَّف القدرات والخبرة في الصحافة الإخبارية: دراسة تحليلية على عينة من المواقع الإلكترونية للصحف المصرية

الدراسة ثم الموضوعات الرياضية، ثم السياسية، أما فيما يتعلق بحجم إنتاج مضمون صحة الفيديو بالدفائق في جاءت الموضوعات السياسية في الترتيب الأول.

بينما اشتملت دراسة (نهلة صالح 2018) على قياس التفاعلية في صحة الفيديو وتأثرها 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 صاحب الفيديو هو المصدر الوحيد الذي تمثل عليه قنوات العينات الثلاثة في الحصول على الفيديوهات واتجاهها بنسبة 100٪، كما كشفت الدراسة أن قناة اليوم السابع المصورة تصدرت المرتبة الأولى في مقياس أبعاد التفاعلية الوظيفية، تليها قناة بوابة أخبار اليوم ثم قناة المصري اليوم.

كما سعت دراسة (أحمد إبراهيم 2017) إلى تحليل استخدام مواقع الصحف الإلكترونية لصحة الفيديو لمعرفة مواطن القوة والضعف بها، إضافة إلى معرفة مدى تأثيرها على جمهورها للكشف عن أوبات القضايا المقدمة من خلالها، وأعددت الدراسة على منهج المسح بشقته الكمي والكيفي، واستخدمت الدراسة أداة تحليل المضمون تحليل ثلاث مواقع صحفية تستخدم صحة 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 أيضا المرتبة الأولى في تقضيات 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.

(Gina Masullo, et al., 2017) في الدراسة التي تركز على تأثير مقاطع الفيديو الإخبارية ذات الجودة المنخفضة على جمهور المشاهدين للتصوير في منحلة الشباب، واستخدمت الدراسة المنهج التجريبي من خلال إجراء تجربة ثلاثية الشروط أوجودة ( عالية – منخفضة – مختلطة) على (١١٢) مقاطع فيديو، وتوصلت إلى أن الأشخاص الذين تعرضوا لمقطع فيديو منخفضة الجودة لديهم نظرية منخفضة لكل من مساقط الفيديو وكذلك مكانة الصحافة التي أنتجت مقاطع الفيديو.

ونظرا لأهمية صحافة الفيديو لكونها من الخدمات الجديدة على الساحة الإعلامية من خلال الإنترنت، سعي الباحثان (وليد & عبد الخالق، 2017) إلى معرفة مدى إدراك طلاب الإعلام لهذه الخدمة الجديدة واتجاهاتهم نحوها، ولقاء العديد من المؤسسات الإعلامية الآن إلى وضع خطط تدريبية لصحفيين العاملين فيها لجواكوا هذا

المجلة العلمية لبحث الصحافة – العدد الثالث والعشرين - الجزء الثاني - يناير/يونيه 2022 ٢٥٥
توظيف الفيديوجراف في الصحافة الإلكترونية: دراسة تحليلية على عينة من المواقع الإلكترونية للصحف المصرية

النوع من الصحافة بالتواري مع معرفتهم بأساسيات العمل الصحفي للصحافة المكتوبة للخروج إلى عصر صحة الفيديو، والتعامل مع هذا التطور بالأساليب منظمة، واعتمدت الدراسة منهج السمح الإعلامي، وتم تطبيق أداة الاستبيان على عينة قدرها (400) مفردة من طلاب الإعلام بالجامعات المصرية الحكومية والخاصة، وتوصلت إلى أن نسبة 90% من أفراد العينة ي تعرضوا لمقطع الفيديو بمواقع الصحف الإلكترونية عبر الإنترنت دائمًا، وذكر نسبة 90% أنهم يتبعون مواقع صحة الفيديو الإلكترونية لأنها غير تقليدية في معالجة شكل ونحتي الصفحة المقدمة للجمهور.

وذلك قدمت دراسة (مرور عام 2016م) (3) محاولة للكشف عن العلاقة بين النص والفيديو المصاحب له والكشف عن الميقات المختلفة التي يتم في إطارها توظيف لقاطع الفيديو داخل النبأ الفني للقصة الإخبارية، اعتمدت الدراسة على أداة تحليل المضمون وطبقت على عينة قدرها (400) قصة صحفي في مواقع الإخبارية عينة الدراسة، وتوصلت إلى رصد ثلاثة أنماط من النبأ الفني للقصص الإخبارية المتشرة على شبكة الإنترنت (النбой الإخباري، النبأ المشترك، النبأ المدمج)، كما كنت النتائج أن القاطع هي النية المصورة الأقرب إلى التقارير التلفزيونية كانت النمط السائد في التوظيف ضمن النبأ المدمج، بينما كانت قاطع الفيديوجراف الأعلى في التوظيف ضمن النبأ المدمج.

بينما قد الباحث (على حموه، 2016م) (4) بحث حول دور صحة الفيديو في تشكيل اتجاهات الحالات الإنجابية نحو "الإسلاموفورما" استخدمت الدراسة استمارة الاستقصاء في الدراسة الميدانية للحالات الإنجابية الناطقة بالعربية وغير الناطقين بها، وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج جاءت أهمها في أن مواقع صحة الفيديو لنشر الإسلاموفورما احتل الترتيب الأول فيها "المواقع الصحافية"، واضع ذلك أكثر في الصحافة الإنجابية عن الصحافة العربية، أما فيما يتعلق بما يفضله المستخدمين لصحة الفيديو فإنه "الفيديوجراف" في الترتيب الأول.

(1) موريل سانشيز،etal، 2016

أما فيما يتعلق باستخدام صحة الفيديو فقد استشهدت دراسته (4) التعرف على استخدام صحة الفيديو في وسائل الإعلام الإلكترونية لجذب انتباه المشاهدين، وذلك من خلال تحليل محتوى الفيديو المقدم في خمسة صفحات إلكترونية في أسبانيا ممثلة بمثلة لوسائل الإعلام الإلكترونية من عام 2010 إلى 2015، وتوصلت إلى أن مئات الفيديو التي نشرها وسائل الإعلام الرقمية تبدت عن السرد السمعي البصري التقليدي، بالإضافة إلى الاتجاهات الحديثة في إنتاج الفيديو الداخلي والتي تسعى إلى صيغة سرد جديدة للفيديوهات.
توليفة الفيديو-فب الصحف الإلكترونية: دراسة تحليلية على عينة
من المواقع الإلكترونية للصحف المصرية

والتأملة أيضًا دراسة (Radwa Saad, 2015) (3) Rصد 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، وأعدندت الدراسة على أداء الاستبيان الذي تم توزيعها على (٤٠٤) مفردة من
الجمهور المصري، و(CON) ٠٠٠، ووصلت إلى أن جودة الإنتاج لا تبدو بشكل مباشر على
المصداقية، ولكن على فهم الحد 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) (4) للبحث حول دوافع استخدام الشباب
الجامعي لصحافة الفيديو وإشاعات المتصلة منها من خلال إجراء دراسة وصفية
باستخدام منهج المسح الإعلامي، وبتطبيق على عينة من الشباب الجامعي بالجامعات
الحكومية والخاصة قدراها (٤٠٠) مفردة، ووصلت إلى أن نسبة من واقع مغالط
الفيديو التي تنتجها الصحف الإلكترونية على الإنترنت بلغت ١١٩/٨% وتصدرت
الأحداث السياسية مقاطع الفيديو التي فضل المبحوثون مشاهدتها.

تعميقًا على ما سبق عرضه من دراسات سابقة:

- تتنوعت الدراسات العلمية التي تناولت صحافة البيانات باعتبارها إحدى أهم
التقنيات الحديثة في مجال الصحافة، واختلفت أهدافها ونتائجها أحياناً، وتفاقمت
أحياناً أخرى، كما تتنوعت المجتمعات التي أجريت فيها هذه الدراسات والزوايا
البحثية التي ركزت عليها.

- تباينت المداخل النظرية التي استندت إليها الدراسات السابقة وتمثل أبرزها في
نظرية الاستمتاع على وسائل الإعلام، نظرية ثراء الوسيلة، نظرية الأطر الإعلامية
وغيرها كالانتشار الأفكار المستحدثة، ونظرية تثيل المعلومات.

- تتنوعت الأدوات البحثية التي وظفتها الدراسات السابقة العربية منها والأجنبية،
فظلت بعض الدراسات إلى توفير المقاييس المتعمقة وشبه المقنعة والملاحظة.
ووظفت بعض الدراسات أداة تحليل المضمون وأخرى الاستبيان، وبعضها الآخر
وظفت كلها، وقد أفادت الدراسة هذه الأدوات في بناء فئات تحليل الشكل
والمضمون في الدراسة التحليلية وربطها بثراء مواقع الصحف الإلكترونية محل
الدراسة.

المجلة العلمية لبحوث الصحافة - العدد الثالث والعشرين - الجزء الثاني - يناير/يونية ٢٠٢٢ ٢٥٧
توظيف الفيديوجراف في الصحافة الإخبارية: دراسة تحليلية على عينة من المواقع الإلكترونية للصحف المصرية

- كما اختلفت المناهج المستخدمة في الدراسات السابقة في بعضها اعتمدت منهج المسح بشقيه الوصفي والتحليلي، وبعضها اعتمدت المناهج التجريبي، بينما اعتمد الآخر اعتمد منهج دراسة الحالة.

- على مستوى الدراسات الأجنبية أضحى التنوع في تناول مفاهيم الفيديوجرافيك بألوانه وأشكاله وكذلك التنوع في العينات والأساليب المنهجية المتعددة، وأدت معظمها على تأثير الفيديوجرافيك التفاعلي على عملية القلم والاستيعاب والتدكر مقارنة بالفيديوغرافيك الثابت.

- تناولت معظم الدراسات السابقة تقنية الفيديوجرافيك كأحد أشكال صحة البيانات وذلك بتنوعه المختلفة على شبكة الإنترنت بشكل عام وواقع الصحف الإلكترونية بشكل خاص، فيما عدا دراسة (أحمد الزهراني ومرؤه علمية) والتي ركزت على تقنية الفيديوجرافيك بشكل متقل في الصحافة الإلكترونية.

- لاحظت الباحثة قلة الدراسات العربية التي تناولت الفيديوجراف كشكل مستقل من أشكال صحة البيانات، وبناءً على الدراسة اكتشفت كيفية توظيف تقنية الفيديوجراف في الصحافة الإلكترونية، لذا استكملت الدراسة الحالية استكشاف كيفية توظيف تقنية الفيديوجراف في الصحافة الإلكترونية كأحد أشكال الحديثة للصحافة والتي تساهم بشكل كبير في تبسيط المضمون المعقد وتحويله من كم ضخم من المعلومات والبيانات إلى فيديو قصير يحتوي على أشكال سمعية وبصرية يتم من خلالها معالجة هذا الكم الهائل من المعلومات بشكل جذاب للجمهور.

- اقتطعت نتائج الدراسات العربية والأجنبية على أهمية توظيف في الفيديوجرافيك بأنشطة المحتوى الثابت والمتحرك في الصحافة الإلكترونية في المواقع الإلكترونية للصحف التي تعمد على الوسائط المتعددة المتنوعة وتأثيرها الكبير على جذب انتباه القراء للمعلومات وإدراكهم وتدكر لها وتبسيط عملية فهم المعلومات.

- فيما يتعلق بالدراسات التي تناولت صحة الفيديو أشارت النتائج إلى تفوق جريدة اليوم السابع في تنشيط الفيديو عبر مواقعها الإلكترونية مقارنة بالمواقع الإلكترونية للصحف المصرية الأخرى.

- كما ساعدت الدراسات السابقة الباحثة في تحديد مشكلة الدراسة ويرتبطها، وتحديد أهداف الدراسة بشكل أكثر تحصيلاً، وتحديد الجوانب التي تحتاج إلى مزيد من البحث في هذا المجال ألا وهو بحث وتحليل كيفية توظيف الفيديوجرافيك في معالجة الأخبار المنقولة عبر مواقع الصحف الإلكترونية المصرية.

المجلة العلمية لبحث الصحافة - العدد الثالث والعشرين - الجزء الثاني - يناير/يونيو 2022 458
مشكلة الدراسة:

بعد أن وفرت شبكة الإنترنت العديد من التطورات التكنولوجية التي أتاحت للصحافة حيزًا واسعًا للانتشار عليها وتحقيق وجوها ضمن الكم الهائل من المواقع الإلكترونية الأخرى، كان على القائمون على مواقع الصحف الإلكترونية ومصمموها استعمال استراتيجيات جديدة لإبقاء المستخدمين و장ب متصفحهم جديد، فعملت على استراتيجيات تحقيق التفاعلية وتبسيط دور المستخدم في الحصول على المعلومات والبيانات من خلال استخدام الفيديوجراف أو الفيديو المعلوماتي أحد أهم أشكال صحاية البيانات والذي يعرض المعلومات بشكل سهل وسلس يجب النظر ويثير الانتباه ويساعد على إدراك المعلومات من خلال فاعلية البصرية، ويكون أكثر قدرة على تنكر وتمييز شكل الموقع وحماته، ونظراً لنادر الذي يؤدي الفيديوجراف بوصفه نموذج من أنماط الفنون الصحفية الحديثة الاستخدام في الصحف العربية والمصرية نسبيًا، فاهتم القائمون على الصحف الإلكترونية بتحقيق الفيديوجراف بشكل الذي يحقق تفاعل المستخدم بشكل أكبر، وتسهيل حصوله على المعلومات، وتفاوت هذا التوفيق بين صحيحة وأخرى، هذا تسعى هذه الدراسة إلى الكشف عن مدى توظيف الصحف الإلكترونية المصرية للفيديوجراف في عرض محتواها وأوجه الشبه والاختلاف بين الصحف المصرية في توظيف هذه التقنية الحديثة شكلًا ومضمونًا.

أهمية الدراسة:

- يكتب هذا البحث أهميته من كونه ينطلق إلى تناول أحد الأنواع الجديدة في الصحافة، وهي صحاية البيانات، وأهميتها في تقديم المعلومات والبيانات والصور وتحليلها وتقديمها للجمهور بشكل جذاب وفعال.
- مايكية الاتجاهات الحديثة لبحث تكنولوجيا المعلومات في الصحف الإلكترونية، ومحاولة إثرائها، من خلال تقديم وصف شامل للفيديوجراف من واقع توظيفه في مواقع الصحف المصرية، من حيث أسس توظيفه وتكوينه ومصادره.
- سرعة انتشار استخدام الفيديوجراف في مواقع الصحافة الإخبارية مما يتطلب تناول هذه الظاهرة البحثية والدراسة، خاصة بعد أن أصبح الفيديوجراف مكونًا أساسيًا في تناول ومعالجة الأخبار عبر المواقع والشبكات.

أهداف الدراسة:

تهدف الدراسة إلى التعرف استعمالات الصحف المصرية الإلكترونية للفيديوجراف في معالجة الأخبار والموضوعات المختلفة، وكيفية توظيفه شكلًا ومضمونًا، وتسعى الدراسة لتحقيق عدة أهداف فرعية تتمثل في:
توضيح الفيديوجراف في الصحافة الإلكترونية: دراسة تحليلية على عينة من المواقع الإلكترونية للصحف المصرية

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

تساؤلات الدراسة:

ما نوعية الموضوعات المطروحة من خلال الفيديوجراف في الصحافة؟
ما أهم أهداف المقدمين الاتخاذي المقدم عبر الفيديوجراف في الصحافة؟
ما أهم العناصر المكونة الفيديوجراف في الصحافة؟
ما مصادر المعلومات المقدمة عبر الفيديوجراف في الصحافة؟
ما أساليب توظيف الفيديوجراف في الصحافة؟
ما نطاق اهتمام الصحفية في تناول موضوعاتها عبر تقنية الفيديوجراف؟
كيف تم توظيف الوسائط المستخدمة في تكوين ظاهرة الفيديوجراف؟
ما نوعية البيانات المدعومة الفيديوجراف؟
ما المدة الزمنية التي يستغرقها عرض الفيديوجراف في الصحافة؟

نوع الدراسة ومنهجها:

تمت الدراسة الحالية إلى حقل الدراسات الوصفية التحليلية التي تستهدف تصوير وتحليل وتقديم ظاهرة الفيديوجراف، وجمع المعلومات والبيانات المتعلقة بها بهدف الوصول إلى نتائج واستنتاجات خاصة بكل الظاهرة، وقد اعتمدت الدراسة في إطارها المعنى كل من:

منهج المسح بالعينة: وذلك بهدف الحصول على معلومات مفصلة حول الفيديوجراف وأساليب استخدامه على المواقع الإلكترونية للصحف المصرية والوسائط المستخدمة في تقديمها بما يساهم في الوصول إلى نتائج محددة تحقق الهدف من الدراسة.

المجلة العلمية لبحث الصحافة - العدد الثالث والعشرين - الجزء الثاني - يناير/فبراير 2022
توزيع الفيديوجراف في الصحافة الإلكترونية: دراسة تحليلية على عينة
من المواقع الإلكترونية للصحف المصرية

أسلوب المقارنة: وذلك لعقد المقارنات بين مواقع الصحف المصرية في تقديم الفيديوجراف عبر المضامين المنشورة على منصاتها ومعرفة أوجه الشبه والاختلاف بين خصائص الفيديوجراف المختلفة وكيفية تناوله للموضوعات المجتمعية المختلفة. ويعود أسلوب المقارنة من وسائل البحث العلمي التي تساهم في إثراء نتائج البحث وتضفي عمقا وفهم أكبر للظاهرة محل الدراسة. (1)

النتائج الإجرائية للدراسة:

مجتمع وعينة الدراسة:

ويتمثل مجتمع الدراسة في المواقع الإلكترونية للصحف المصرية على شبكة الإنترنت.

عينة الدراسة: عينة عيدية من ( أربعة) مواقع صحف إلكترونية تم تحديدها بعد إجراء دراسة استطلاعية لمواقع الصحف المصرية لمعرفة أي منها الأكثر استخدامًا وتوزيع الفيديوجراف سواء بشكل غير محدد أو بشكل منظم، وكذلك لمعرفة أي من هذه المواقع يخصص قائمة خاصية مثبتة للفيديوجراف وأي منها يتناوله بشكل عشوائي ضمن الموضوعات المطروحة عبر الموقع الإلكتروني، وتمثلت المواقع الأربعة في (المصري اليوم / اليوم السابع / أخبار اليوم / البوابة نيوز) لتكون العينات التي تخصص التحليل في هذه الدراسة.

عينة المواد التي خضعت للتحليل:

قامت الباحثة بتحليل عدد ( ٢٠٠ ) فيديوجراف، وهي تم عمل حصر شامل لكل ما نشر على مواقع الصحف عينة الدراسة خلال فترة التحليل، ومجا罔: (٥) في موقع صحيفة اليوم السابع، (٤) في موقع صحيفة المصري اليوم، (٤) في موقع صحيفة أخبار اليوم، و(٥) في موقع البوابة نيوز.

حدود الدراسة:

وأجريت الدراسة خلال شهري يوليو وأغسطس ٢٠١٣م، وذلك عقب إجراء الدراسة الاستطلاعية واتمام الاطلاع على الدراسات السابقة وتحديد الإطار النظري للدراسة والإطار المعرفي الخاص بها.

إذا جمع البيانات:

- استمارة تحليل المحكى:

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

المجلة العلمية لبحث الصحافة - العدد الثالث والعشرين - الجزء الثاني - يناير / يونية ٢٠٢٢ ٢٦١
توظيف الفيديوجراف في الصحافة الإخبارية: دراسة تحليلية على عينة
من المواقع الإلكترونية للصحف المصرية

- راجعت الباحثة الدراسات السابقة ذات الصلة بموضوع الدراسة والتي شملت
 بشكل كبير في تحديد عينة الدراسة التحليلية.
- تم إجراء زيارة لكل موقع من مواقع الصحفيين في إعداد فئات
 الاستمارة بشكل ومصمموها.
- تم إجراء اختبار قبلي لإستمارة التحليل لاختيار مدى إمكانية بقاء مكونات
 الفيديوجراف من حيث الشكل والموضوع وهو ما أفاد في إضافة بعض الفئات
 واستعداد أخرى كتلك الخاصة بفئة مشاركة الفيديوجراف حيث تبين أن إمكانية
 مشاركة الفيديوجراف عبر التطبيق والمقاطع الأخرى مثالية بالنسبة لمعظم المواقع
 الإلكترونية وبالتالي لن تكون النتائج مجدية بالنسبة لهذه الفئة.
- تم تحكم الاستمارة من خلال عرضها على بعض أشخاص الإعلام وتكنولوجيا الفن
 الصحفي ومناهج البحث والإحصاء، وتم إجراء التعدلات التي قدموها لتصبح
 الاستمارة قابلة للتطبيق.

وحدات وفئات تحليل المضمون:

(1) وحدات تحليل المضمون:
- الوحدة الطبيعية للمادة الإخبارية: وتتمثل في المنشورات المتتابعه كوحدة طبيعية
 للمواد المنشورة على الصفحة.
- وحدات العد والقياس: يُقيس عدد التكرارات التي تظهر بها الفئات أو الوحدات.

(ب) فئات تحليل المضمون:

أولاً: فئة الموضوع (ماذا قيل):

1. فئة نوعية مضمون الفيديوجراف:
 واشتملت على: (سيرة شخصية / فنيي / صحي / تاريخي / أمني / رياضي / اقتصادي /
 سياسي / إنساني / اجتماعي / تكنولوجي / تعليمي / سياحي / أخرى).

2. أهداف مضمون الفيديوجراف:
 ويقصد بها وسائل الإقناع التي اعتمدت عليها الصفحة في نشر الموضوعات،
 وقسمت إلى: (ملوماتي / تذكاري / تحذيري / أخرى).

3. فئة الطبيعة الخاصة بالموضوع الإخباري:
 وقسمت إلى: (أني / موسمي / دائم).

المجلة العلمية لبحث الصحافة - العدد الثالث والعشرين ـ الجزء الثاني - يناير/يونيو 2022 ٢٦٢
توظيف الفيديوجراف في الصحافة الإخبارية: دراسة تحليلية على عينة
من المواقع الإلكترونية للصحف المصرية

4- فئة مجال اهتمام الفيديوجراف: وقعت إلى: (شأن داخلي/ شأن عربي/ شأن دولي/ داخلي وخارجي "متنوع")

ثانيا: فئة الشكل (كيف قيل):
1. فئة أسلوب توظيف الفيديوجراف:
وصنفت إلى (مستقل بذاته/ مصاحب للموضوع).

2. فئة مصدر الفيديوجراف:
وقعت إلى: (داخلي / خارجي).

3. فئة أسلوب عناية الموضوع:
وقعت إلى: وصفي/ عرض أسباب / تفسير نتائج/ توازي / أخرى).

4. فئة مدة عرض الفيديوجراف:
وقعت إلى: (أقل من دقيقة/ من دقيقة/ من دقيقة/ من دقيقة/ أقل من 3 دقائق/ أكثر من 3 دقائق).

5. فئة (الوسائط المستخدمة في الفيديوجراف):
والموصى بها إلى أي مدى تم توظيف الوسائط المتعددة في تكوين محتوى الفيديوجراف، وقعت إلى: (تعليق نصي/ تعليق صوتي/ صورة ثابتة/ رسوم جرافيكية/ لقطات حية/ موسيقى/ مؤثرات صوتية/ مصرية/ مقاطع صوتية/ أخرى).

6. فئة البيانات المستخدمة في عرض الأخبار والمواد:
وقعت إلى: (تاريخ/ وقيدص بها جملة الأحداث والأحداث التي يمر بها كل ما أو حدث ما/ خرائط/ رسوم بيانية/ أرقام وإحصائيات/ جداول/ لا يوجد).

إجراءات الصدق والثبات لاستمرار تحليل المضمون:
للتأكد من مدى مصداقية أداء التحليل تم إجراء ما يلي:

قياس الصدق:
بقياس الصدق الظاهر لبها من خلال عرضاها على مجموعة من المحكمين في مجال الإعلام وتقنية الفن الصحي ومناجم البحث والإحصاء لتحكيمها وتقدير مدى صلاحيتها للتطبيق وقد تم الاستفادة من توجيهات السادة المحكمين في تعديل الاستمرار
لتصبح صالحة للتطبيق.

المجلة العلمية لبحث الصحافة - العدد الثالث والعشرين - الجزء الثاني - يناير/ يونية ٢٠٢٢ ٢٦٣
توظيف الفيديوغراف 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.
- محمد ضياء الحديثي: أستاذ الصحافة المساعد بكلية الآداب - قسم الإعلام - جامعة دمياط.
- رمضان إبراهيم: المدرس بقسم العلاقات العامة بكلية الإعلام - جامعة الأزهر.

قياس الثبات:
ولقياس مدى ثبات استمرار تحليل الممضون قامت الباحثة بالتالي:
- قامت الباحثة بإعادة تحليل عينة قدرها 10% من الممضون المنشور على المواقع الإلكترونية للصحف عينة الدراسة والتي خضعت للتحليل، وبلغت نسبة الاتفاق 87%. وعدد نسبة قابلة.
- اختبار البيانات مع باحثين آخرين بعد أن تم إدآدهم بالتعريفات الإجرائية للفوات.
- التحليل شكلاً ومضموناً، وتم الاختبار بإعادة التطبيق على عينة قدرها 10% من المواقع الإلكترونية للصحف عينة الدراسة، وبلغت نسبة التوافق والاتساق 82%.
- وهي تعد أيضاً نسبة قابلة من الناحية الإحصائية.

تحليل البيانات:
- باستخدام الحاسب الآلي قامت الباحثة بإدخال بيانات استمرار تحليل الممضون بعد
- جمع كافة البيانات المطلوبة وإتمام عملية التحليل وذلك لاستخراج التكرارات البارزة في كل فئة والحصول على جداول تكرارية بدقة تفيد في مناقشة النتائج وتجبيب عن
- تساؤلات الدراسة وصولاً لتحقيق أهدافها.

المعالجة الإحصائية للبيانات:
- الجداول التكرارية البسيطة، والنسب المئوية، وهي المعالجات الإحصائية الأنبض
- لهذه الدراسة.

الشروحات الإجرائية للدراسة:
- توظيف: يعني استخدام الوسائل المتاحة والطاقات والخبرات تحت تصرف الفرد أو
- المؤسسة التي يمكن الإفادة منها في تطوير وتحسين الأداء(1).

المجلة العلمية لبحوث الصحافة - العدد الثالث والعشرين - الجزء الثاني - يناير/يونيو 2022 264
توظيف الفيديوجراف في الصحافة الإخبارية: دراسة تحليلية على عينة من المواقع الإلكترونية للصحف المصرية

الفيديوجراف: مع زيادة انتشار مواقع التواصل الاجتماعي،برز نوع جديد من الفيديوهات يشتمل على المشاهد المعلوماتية بتقنية تزدهر؛ هذا النوع يسمى الفيديوجراف أو الفيديوغرفيين، يعتمد في طريقته على عرض الصور والفيديوجراف مع احتوائه على نصوص توضيح للمشاهد بعض الأمور. 

والمقصود بالفيديوجرافيك في هذه الدراسة: الفيديوهات التي يتم تصميمها بالمجزم بين الرسوم والحركة والنص والصوت، وتمتح من شرح فكرة ما وعرضها بوضوح باستخدام مجمور من الصور المصاحبة لنص توضيحي للحدث أو الخبر وكذلك بعض المؤثرات السمعية والبصرية.

الصحافة الإخبارية: ويقصد بها في هذه الدراسة مواقع الصحف الإلكترونية، وهي مصادر معلومات تتعلق على جميع عمليات الاتصال الجماهيري التي تشمل: مرسال، وسائل تلفزيونية على الوسائط المتعددة (صور - صور متصلة - فيديو صوت - إخ) والتي تميزها عن الصحف المطبوعة.

الإطار النظري للدراسة:

نظرية ضرورة وسائل الإعلام: Media Richness Theory

تقوم نظرية ضرورة وسائل الإعلام على فرضية أساسية مفادها أنه كلما زادت درجة غموض أو التباس المعنى الاتصالية، كلما من الأفضل استخدام وسائل أكثر ثراءً، وقد افترض دافت ولينجل أن وسائل الاتصال تمتلك العديد من القرارات والإمكانات لتوصيل المعلومات وال heures لمستخدميها، وبالتالي تساعد في حل مشكلات الغموض وتسهيل التفاهم بين الناس.

فالوسائط المتعددة ممثلة في النصوص والصور والصوت والرسوم الفنية والرسوم والفيديو والجرافيك والرسوم والخريطة تجعل عملية الاتصال أكثر وضوحًا وفاعليًا من قبل مستخدمي نمطية TAG: وتشير الباحثون إلى أن ثورة المواقع الإلكترونية عبر رقمية أدولفها المتعددة يؤدي إلى أشياء وتفاعلات الجمهور بشكل أكبر مما مقارنة

بغيرها من الوسائل الأقل ثراءً بالمعلومات.

ويعرف أثر الارتجاع على انتقال الوسيط الاتصالى على توصيل المعلومات من خلال إرسال بعض الزمر المتولدة بالإضافة إلى توفير سرعات رفع الصدى في هذا الوسيط(11)، كما يعرف الاتصال الخاص بأنه الاتصال الذي يقلل من حالة عدد التأكد بتقدير كمية كبيرة من المعلومات بطريقة سريعة وبغض من أزدواجية المعنى من خلال استخدام الوسيط الاتصالي الملمائم(14).

المجلة العلمية لبحوث الصحافة - العدد الثالث والعشرين - الجزء الثاني - يناير/يونيو 2022

٥٢٥
توظيف الفيديوجراف في الصحافة الإخبارية: دراسة تحليلية على عينة من المواقع الإلكترونية للصحف المصرية

ويتوقف تدفق الوسيلة على مجموعة من العوامل:

1. رجوع الصدغي وجود رد فعل على أو، أي السعرة في تبادل الرسائل.
2. التركيز الشخصي أو قصر الوسيلة على نقل الرسائل بطريقة ملائمة مع تفضيلات المتلقي.
3. استخدام الإشارات أو الرموز لنقل مجموعة من الأفكار والعواطف.
4. تتبع اللغة المستخدمة.

وهذا وفق اختيار الباحثة على نظرية تدفق الوسيلة إطراً نظرياً لتحليل شكل ومحتوى صحة البيانات المتمثلة في الفيديوجراف الذي تتوفره مواقع الدراسة، استنادًا على أن نظرية تدفق الوسيلة تركز بشكل أساسي على تفسير مدى تدفق الوسيلة الإعلامية للمعلومات والمعارف التي تقدمها للجمهور، وبالتالي تساعد هذه النظرية على تفسير مدى تدفق مواقع الفيديوجراف الإلكترونية بالمعلومات والبيانات المقدمة، بالإضافة إلى الإمكانيات المختلفة التي تتوفرها شبكة الإنترنت كوسيلة رقمية ثانية من الاستعانة بالوسائط المتعددة وتحقيق التفاعلية عبر تدفق الفيديوجراف ومدى توفرها لتلك التقنية الحديثة في مقالة وتناول الأخبار والموضوعات المقدمة خلالها، ويمكن من المقارنة وفق المقارنات بين مواقع الصحافة محل الدراسة في مدى تدفق خصائصها الاتصالية وتوظيفها الفيديوجراف ومن ثم مدى تدفقها بالمعلومات.

الإطار المغربي للدراسة:

تعرف صحة 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 صحية جديدة، ولنتم تدفق البيانات بشكل أساسي على تحليل وتسريع البيانات والأرقام للوصول إلى استنتاجات، وذلك من خلال استخدام الإحصاءات والرسوم البيانية والعمليات الجغرافية المختلفة، وتعتمد صحة البيانات على عدد من المراحل تبدأ بجمع البيانات ثم تنظيمها وتحليلها والربط بين المتغيرات المختلفة.

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

أي يمكن القول أن صحة البيانات صحة مخصصة في إبراز دور المعطيات والبيانات الرقمية والرسومية في إنتاج وتوزيع المعلومات في عصر الرقمي، وهي

المجلة العلمية لبحث الصحافة- العدد الثالث والعشرين- الجرو الثاني- يناير/يونيه 2022

٢٦٦
لتوظيف الفيديوجراف في الصحافة الإخبارية: دراسة تحليلية على عينة من المواقع الإلكترونية للصحف المصرية

تمكن التفاعل المتزايد بين منتجي المحتوى والمختصين في عدد آخر من المجالات مثل التصميم الفني وعلم الكمبيوتر والإحصاء (1). ويسجل Simon Rogers ورياضيات، كما أنها ليست مجرد رسم ولا أكواد خاصة، وإنما هي المجال الواسع لأنماط صحافية متعددة وطرق إثراء القصص وسردها بطريقة مميزة وبدونات ووسائل تطورت باستمرار لتعكس القدرة على تحليل البيانات والاستفادة منها، ويقال يكون توظيف الأرقام والإحصائيات والخروج منها يعكس جدية بأن تقدم بشكل جذاب وبسيط للقارئ هو القاسم المشترك في جميع التعريفات التي أطلقت على صحافة البيانات (2).

يمكن رصد أهم ميزات صحافة البيانات فيما يلي:

- إثراء القصة الصحفية.
- مساعدة القراء على فهم القصة الصحفية.
- عرض تاريخ الخبر الصحفى - القصة الصحفية.
- التخصيص الخبر - القصة الخبرية.

مساعدة القراء يمكن أن تكون والوقت الكافي لقراءة المحتوى كاملاً.

يتناسب مع طبيعة القراء في العصر الرقمي الإلكتروني والذين يفضلون المحتوى المرنى (3).

التحليل لاستخراج مفهوم له مغزى بناءً عليه شكل محدد أو هيكيل للدبل من التدفق الهلالي للبيانات.

العرض لإيضاح كل ما هو مهم وذي صلة إلى المتلقي، وبالأساليب العلمي نفسه.

أسلوب ومناقشة جديدة لسرد الأخبار وروايتها.

تقديم نسخات مستقلة للمعلومات الرسمية.

التعامل مع مبل الجدد المعلومات والبيانات، إذ نعلم نعيش في عصر البيانات الهائلة (4).

نتبع للمواقع الإلكترونية سهولة استخدام الألوان وتسميات مختلفة جذابة للقاري.

يتيح نشر الروسوم المعلوماتية على المواقع الإلكترونية، الاستفادة من تعليقات القراء خاصة في حالة البيانات التفاعلية، يضاف لذلك سهولة تداوله على وسائل التواصل الاجتماعي.

المجلة العلمية لبحث الصحافة - العدد الثالث والعشرين - الجزء الثاني - يناير / يونية ٣٠٢٢
توزيع الفيديوجراف 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.(3)

صحافة الفيديو:

أصبحت صحافة الفيديو مستقبل الصحافة الإلكترونية في ظل التطور التكنولوجي الهائج، خاصة مع دخول الهاتف الذكي معنا في تقدم ملفات الفيديو الإخبارية، إضافة إلى حرص المحررين على تنفيذ التكنولوجيا الحديثة والتي ينظر إليها باعتبارها مستقبل الأخبار.(4)

وعلى الرغم من أن نشر ملفات الفيديو على شبكة الإنترنت سبب حالة من الازعاج وربما الاضطراب لدى المؤسسات الإعلامية في بداية الأمر، إلا أنها سرعان ما سعت إلى البحث في كيفية توظيف هذا الشكل الإعلامي الجديد والاستفادة منه.(5)

وقد أصبحت صحافة الفيديو أكثر قدرة في التأثير على متلقي الخبر، وأكثر جذباً للإعجاب، ومن ثم فإن المستقل لصحافة الفيديو؛ لأنه يترك القارئ أسئلة لوجبة نظر واحد، وهي مصدر الصورة فقط ويبين أن صحافة الفيديو على أهميتها التي تغني عن الأشكال التقليدية للصحافة المكتوبة التي تتكيف بتحليل الصورة ونقل أبعاد المشهد والدهم، إلى أن التضليل يمكن أن يتم في صورة الفيديو وشرحه مشيراً، وفي كل أشكال العمل الصحفى، والمرجعية في ذلك، المؤسسة الصحفية، والصحفي نفسه.(6)

كما ساعدت الهواتف الذكية والأجهزة اللوحية المزودة بشاشات عالية الجودة من تمكن المستخدمين 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 العددي والعرضي لملفات الفيديو على شبكة الويب، وتشير الدراسات إلى تزايد نسب استخدام ملفات الفيديو بنسبة 25% ليصل إلى 8 مليار مشاهدة فيديو يوميًا، إضافة إلى ما يقرب من 1.5 مليار مقطع فيديو على فيسبوك بحلول ديسمبر 2015.(7)

وعلى الرغم من وجود بعض المخاوف المتمثلة في الاعتقاد بأن قراءة المقالات أسرع وأكثر ملاءمة من مشاهدة الأخبار عبر الإنترنت، وأن هناك من يرى أن مقاطع الفيديو لا تضفي قيمة كافية لقصة نصية، إلا أن الإحصائيات تشير إلى أن السنوات الممتدة سوف تشهد تدريجياً ملحوظاً في انتشار صحافة الفيديو وترويج الأخبار عليها خاصة من قبل المستخدمين الشباب، مع توقعات إيجابية بزيادة عائدات الإعلان المرتبطة بملفات الفيديو المشتركة على شبكة الإنترنت.(8)

المجلة العلمية لبحوث الصحافة - العدد الثالث والعشرين - الجزء الثاني - يناير/يونيه 2022 368
توظيف الفيديوجراف في الصحافة الإخبارية: دراسة تحليلية على عينة من المواقع الإلكترونية للصحف المصرية

ويمكن رصد خمس أسباب لجعل المستخدمين للإنترنت يجدون لصحافة الفيديو كأحد أشكال صاحة البيانات:

- توظيف المحتوى المؤثر الجذاب للأفراد سواء كان قصة إخبارية أو موضوعاً غير إخباري.
- الصياغة الموحدة المركزية المستخدمة لدىهم مجالات قصيرة، إذا لم يتم جذبهم من البداية لن يكلفوا القصة.
- جذب المشاهدين بصورة قوية يضغط عليها المستخدم ليشاهد الفيديو.
- جذب المشاهدين بنص قوي ومباشر ومركز مصاحب للفيديو.

نتائج الدراسة:

أولاً نتائج تحليل المضمون:

جدول رقم (1) يوضح نوعية مضمون الفيديوجراف:

<table>
<thead>
<tr>
<th>المجموعة الكلي</th>
<th>المحتوى التسويق</th>
<th>أخبار اليوم</th>
<th>الوباء اليوم</th>
<th>المصري اليوم</th>
<th>اليوم السابع</th>
<th>الالكتروني</th>
<th>الفئة / الموقع</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>%</td>
<td>%</td>
<td>%</td>
<td>%</td>
<td>%</td>
<td>%</td>
<td>%</td>
<td>%</td>
</tr>
<tr>
<td>15,3%</td>
<td>10,1%</td>
<td>12,2%</td>
<td>13,2%</td>
<td>12,1%</td>
<td>15%</td>
<td>14%</td>
<td>17%</td>
</tr>
<tr>
<td>21,2%</td>
<td>14%</td>
<td>17,3%</td>
<td>18,6%</td>
<td>17,8%</td>
<td>21,5%</td>
<td>19%</td>
<td>22,7%</td>
</tr>
<tr>
<td>9,4%</td>
<td>6%</td>
<td>9%</td>
<td>10%</td>
<td>8%</td>
<td>9%</td>
<td>7%</td>
<td>12%</td>
</tr>
<tr>
<td>6%</td>
<td>4%</td>
<td>5%</td>
<td>6%</td>
<td>4%</td>
<td>5%</td>
<td>3%</td>
<td>6%</td>
</tr>
<tr>
<td>10%</td>
<td>7%</td>
<td>9%</td>
<td>10%</td>
<td>8%</td>
<td>10%</td>
<td>8%</td>
<td>12%</td>
</tr>
<tr>
<td>5%</td>
<td>3%</td>
<td>5%</td>
<td>6%</td>
<td>4%</td>
<td>5%</td>
<td>3%</td>
<td>6%</td>
</tr>
<tr>
<td>3%</td>
<td>2%</td>
<td>3%</td>
<td>4%</td>
<td>2%</td>
<td>3%</td>
<td>2%</td>
<td>3%</td>
</tr>
<tr>
<td>1%</td>
<td>0%</td>
<td>1%</td>
<td>2%</td>
<td>1%</td>
<td>1%</td>
<td>1%</td>
<td>2%</td>
</tr>
<tr>
<td>0%</td>
<td>0%</td>
<td>0%</td>
<td>0%</td>
<td>0%</td>
<td>0%</td>
<td>0%</td>
<td>0%</td>
</tr>
</tbody>
</table>

المجموع: 560

المجلة العلمية لبحث الصحافة - العدد الثالث والعشرين - الجزء الثاني - يناير/ يونيوز 2022 369
توظيف الفيديوجراف في الصحافة الإلكترونية: دراسة تحليلية على عينة  
من المواقع الإلكترونية للصحف المصرية

يتضح من الجدول السابق النسب المتغيرة للمواقع الإلكترونية للصحف الأربعة عينة الدراسة في معالجتها للأخبار والموضوعات المختلفة عبر تقنية الفيديوجراف، وتصدرت الأخبار الاجتماعية رأس قائمة نوعية الأخبار التي تناولتها صفحات الدراسة بنسبة 21.2%، يليها الأخبار الفنية بنسبة 19.2%، ثم نوعية الأخبار والموضوعات التي تتناول سرد السيرة الشخصية لشخص أو حدث بنسبة 15.3%. فيما يخص موقع اليوم السابع:

تصدرت الأخبار الاجتماعية نوعية الأخبار التي تناولها الموقع بالعرض من خلال تقنية الفيديوجراف بنسبة 33.3%، تلاها الأخبار الفنية بنسبة 26.1%، ثم السير الذاتية بنسبة 17.3%، بينما اشتقت نتائج أخرى على بعض المعلومات العامة وأخبار الفضاء، كما ادرج تحتها فقرة 7 والتي تعرض من خلاله اليوم السابع لأبرز الأخبار الرئاسية التي تخص الشئون الداخلية والخارجية.

فيما يخص موقع المصري اليوم:

تصدرت الأخبار الاجتماعية رأس قائمة نوعية الأخبار التي تناولها موقع المصري اليوم بنسبة 18.7%، يليها الأخبار الرياضية بنسبة 17.2%، أما الأخبار السياسية بنسبة 15.6%، وتشملت فئة أخرى على بعض المعلومات من أمثلتها أشهر عشر ناطحات.

فيما يخص موقع البوابة نيوز:

تصدرت الأخبار الفنية رأس قائمة نوعية الأخبار التي تراقبها موقع البوابة نيوز بنسبة 26.4%، يليها الأخبار الرياضية بنسبة 20.6%، ثم الأخبار الاجتماعية بنسبة 15.1%.

فيما يخص موقع أخبار اليوم:

تصدرت فئة أخرى رأس قائمة نوعية الأخبار التي تناولها الموقع بنسبة 41.5%، يليها الأخبار الاجتماعية بنسبة 21.6%، ثم السير الذاتية بنسبة 19.2%.

ويمكن تفسير هذه النتيجة في ضوء طبيعة الأخبار الاجتماعية التي تتناول الأحداث الجارية داخل المجتمع المصري وخارجه وهي كثيرة ومتنوعة، كأخبار الحوادث والجرائم والتي كأن 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 دوافع السلوك الإجرامي وأسبابه وملابساته، وكذلك الأخبار الفنية والتي احتلت الترتيب الثاني في طبيعة الموضوعات والأخبار التي عُرضت على مواقع

المجلة العلمية لبحث الصحافة - العدد الثالث والعشرين - الجزء الثاني - يناير/يونيو 2022 270
توزيع الفيديوجراف 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 وموجوم الأدب والموسيقي.

بينما اختلف عن موقع أخبار اليوم في تصدر فئة أخرى على بقية الفئات وذلك لأن موقع أخبار اليوم يصدر فيديوجراف تحت مسمي "زي النهاردة" ويتناول مجموعة من الأحداث المختلفة التي حصلت في مثل اليوم الذي نشرت فيه والتي بالطبع تتطلع داخل الفيديوجراف الواحد ما بين أحداث اجتماعية وفنية وصحية وهكذا، هذا بالإضافة إلى بعض المعلومات العامة التي تتناولها بتفصيل الفيديوجراف كأنواع القطل وآشر أنواع الكلاب وغيرها.

وختلفت هذه النتائج مع نتائج دراسة (أحمد الزهراني، مروة عملية 2019)

حيث أشارت النتائج إلى اهتمام موقع اليوم السابع بتوظيف قالب الفيديوجراف في معالجة الموضوعات السياسية، وأهم موقع أخبار اليوم بتقديم الموضوعات الرياضية عبر الفيديوجراف.

جدول رقم (2) يوضح فئة أهداف الفيديوجراف:

<table>
<thead>
<tr>
<th>الموقع الإخباري / الفئة</th>
<th>المجموع الكلي</th>
<th>أخبار اليوم</th>
<th>البث النيوزلند</th>
<th>المصري اليوم</th>
<th>اليوم السابع</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td></td>
<td>%</td>
<td>%</td>
<td>%</td>
<td>%</td>
<td>%</td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td>377</td>
<td>39%</td>
<td>52</td>
<td>50</td>
<td>50%</td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td>110</td>
<td>12%</td>
<td>10</td>
<td>7</td>
<td>10%</td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td>52</td>
<td>6%</td>
<td>6</td>
<td>5</td>
<td>5%</td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td>1%</td>
<td>0%</td>
<td>0</td>
<td>0</td>
<td>0%</td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td>100%</td>
<td>100%</td>
<td>100%</td>
<td>100%</td>
<td>100%</td>
</tr>
</tbody>
</table>

يتضح من الجدول السابق أن جميع أهداف صحف الدراسة في تناولها للأحداث عبر الفيديوجراف كانت ذات طابع إخباري بنسبة 74.42%، بليها الموضوعات ذات الطابع المعلوماتي والتحذيري بنسبة 25.78%، ثم هدف الإرشاد وجاء بفارق كبير بنسبة 1%.7.

بالنسبة لموقع اليوم السابع:

تصدرت الأهداف ذات الطابع الإخباري بنسبة 55.1%، بليها الأخبار ذات الطابع المعلوماتي أو التحذيري بنسبة 21.71%، وتساوى هدف الإرشاد والتحذير بنسبة 23.69%.

الملجة العلمية لبحث الصحافة - العدد الثالث والعشرين - الجزء الثاني - يناير/يونية 2022
١.٦% وتشمل على بعض الأخبار التي تحدر 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 التقنيي 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 التقنيي بنسبة ٩.٤%، ولم تتناول البوابة نيوز أي أخبار ذات طابع إرشادي أو تحذيري.

بالنسبة لموقع أخبار اليوم:

تصدرت الأهداف ذات الطابع المعلوماتي والتقنيي بنسبة ٥٤.٨%، بينما جاءت الأخبار والمواضيع ذات الطابع الإخباري في الترتيب الثاني بنسبة ٢٩.٣%، ثم الأهداف ذات الطابع الإرشادي في الترتيب الثالث وفارق كبير بنسبة ٤٠.٩% وشملت على بعض الإرشادات المقدمة لطلابثانوية العامة فيما يخص النتيجة وكيفية اختيار الجامعة.

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

ويمكن تفسير تصدر الطابع التقنيي في موقع أخبار اليوم إلى توظيف الموقع لنقطة القيود الإخبارية في معالجة بعض المواضيع فقط وليس كافة الأخبار والأحداث اليومية. فالمما تتناوله خلال الموقع في فترة التحليل كانت تحت عنوان "حدث في مثل هذا اليوم" أو "زي النهاردة" والتي تتسم بالطبع المعلوماتي الذي يستهدف تنفيذ القراء بأحداث ووقائع حدثت في تاريخ مشابهة، ومنها على سبيل المثال ذكرى ظهور فيروس كورونا واجتياحه للعالم.

المجلة العلمية لبحوث الصحافة-العدد الثالث والعشرين-الجزء الثاني-يناير/يونيو ٢٠٢٢ ٢٧٢
توظيف الفيديوجراف في الصحافة الإخبارية: دراسة تحليلية على عينة من المواقع الإلكترونية للصحف المصرية

جدول رقم (3) يوضح أسلوب توظيف الفيديوجراف في الموقع الإلكتروني:

|            | المجموعة الكلي | الموقع الإلكتروني | اليوم السابع | البوايوا نسDrawable(/
<table>
<thead>
<tr>
<th></th>
<th></th>
<th></th>
<th></th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td></td>
<td>الفئة / مستقل</td>
<td>ت</td>
<td>%</td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td></td>
<td>0</td>
<td>32%</td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td></td>
<td>0</td>
<td>0%</td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td></td>
<td>0</td>
<td>0%</td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td></td>
<td>0</td>
<td>0%</td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td></td>
<td>0</td>
<td>0%</td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td></td>
<td>0</td>
<td>0%</td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td></td>
<td>0</td>
<td>0%</td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td></td>
<td>0</td>
<td>0%</td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td></td>
<td>0</td>
<td>0%</td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td></td>
<td>0</td>
<td>0%</td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td></td>
<td>0</td>
<td>0%</td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td></td>
<td>0</td>
<td>0%</td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td></td>
<td>0</td>
<td>0%</td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td></td>
<td>0</td>
<td>0%</td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td></td>
<td>0</td>
<td>0%</td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td></td>
<td>0</td>
<td>0%</td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td></td>
<td>0</td>
<td>0%</td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td></td>
<td>0</td>
<td>0%</td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td></td>
<td>0</td>
<td>0%</td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td></td>
<td>0</td>
<td>0%</td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td></td>
<td>0</td>
<td>0%</td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td></td>
<td>0</td>
<td>0%</td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td></td>
<td>0</td>
<td>0%</td>
</tr>
</tbody>
</table>

يتضح من الجدول السابق أسلوب توظيف كل موقع للفيديوجراف داخل بيئة الموقع الإلكتروني، بالنسبة لموقع اليوم السابع في يقوم بإدراجه الفيديوجراف كمكمل أو إضافي للخبر أو الموضوع الذي يتم بثه، وبائي ذل ذلك ضمن قائمة (فيديوجراف) داخل الموقع، والتي تحتوى على جزء منها على "الفيديوجراف،" أحيانًا يُعرف الموقع بالموضوع بجوار العناوين (فيديوجراف) وأحيانًا أخرى لا يُعرفه.

بالنسبة لموقع المصري اليوم فإن تداول الفيديوجراف تحت قائمة (فيدوهات) وهي غير مخصصة للفيديوجراف أيضًا وإنما يتم فيها عرض جميع الفيديوهات المشتركة على الموقع.

بينما عرض مواعيد البوايوا يبرز مكمل الفيديوجراف المشتركة بشكل مكمل أو إضافي بنسبة 100%، داخل قائمة "تليفزيون البوايوا،" ويتفي فيها عرض كافة الفيديوهات بشكل فني على الفيديوجراف فقط.

بالنسبة لموقع أخبار اليوم فإن التشغيل أيضًا جميع ملفات الفيديو أُسلف قائمة "تليفزيون البوايوا،" عرض منها الفيديوجراف بشكل مستقل بنسبة 67.1%، فيما عرض واحد فقط بشكل مكمل بنسبة 0.4%.

جدول رقم (4) يوضح مصدر معلومات الفيديوجراف:

|            | المجموعة الكلي | الموقع الإلكتروني | البوايوا نسDrawable(/
<table>
<thead>
<tr>
<th></th>
<th></th>
<th></th>
<th></th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td></td>
<td>الفئة / داخلي</td>
<td>ت</td>
<td>%</td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td></td>
<td>0</td>
<td>0%</td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td></td>
<td>0</td>
<td>0%</td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td></td>
<td>0</td>
<td>0%</td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td></td>
<td>0</td>
<td>0%</td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td></td>
<td>0</td>
<td>0%</td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td></td>
<td>0</td>
<td>0%</td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td></td>
<td>0</td>
<td>0%</td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td></td>
<td>0</td>
<td>0%</td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td></td>
<td>0</td>
<td>0%</td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td></td>
<td>0</td>
<td>0%</td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td></td>
<td>0</td>
<td>0%</td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td></td>
<td>0</td>
<td>0%</td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td></td>
<td>0</td>
<td>0%</td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td></td>
<td>0</td>
<td>0%</td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td></td>
<td>0</td>
<td>0%</td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td></td>
<td>0</td>
<td>0%</td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td></td>
<td>0</td>
<td>0%</td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td></td>
<td>0</td>
<td>0%</td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td></td>
<td>0</td>
<td>0%</td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td></td>
<td>0</td>
<td>0%</td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td></td>
<td>0</td>
<td>0%</td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td></td>
<td>0</td>
<td>0%</td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td></td>
<td>0</td>
<td>0%</td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td></td>
<td>0</td>
<td>0%</td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td></td>
<td>0</td>
<td>0%</td>
</tr>
</tbody>
</table>

المجلة العلمية لبحوث الصحافة - العدد الثالث والعشرين - الجزء الثاني - يناير/يونيه 2022
توظيف الفيديوجراف في الصحافة الإخبارية: دراسة تحليلية على عينة من المواقع الإلكترونية للصحف المصرية

يتضح من الجدول السابق أن مصادر معلومات موقع اليوم السابع والبوابة نيوز جاءت من الموقع نفسه، بينما جاءت المصادر في موقع المصري اليوم داخلية بنسبة 97.9%، و2% من مصادر أخرى وتمثلت في (العربية نت / نقلا عن وزارة الخارجية الروسية)، كما جاءت مصادر المعلومات في موقع أخبار اليوم داخلية بنسبة 97.6%، وجاء مصدر واحد خارجي من العربية نت.

جدول رقم (5) يوضح الطبيعة الخاصة بمضمون الفيديوجراف:

<table>
<thead>
<tr>
<th>المجموعة الكلي</th>
<th>المصري اليوم البوابة نيوز</th>
<th>أخبار اليوم</th>
<th>المجموعة الكلي</th>
<th>المواقع الإلكترونية</th>
<th>اليوم السابع</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>المجموع الكلى</td>
<td>%</td>
<td>%</td>
<td>%</td>
<td>%</td>
<td>%</td>
</tr>
<tr>
<td>المجموع الكلي</td>
<td>%</td>
<td>%</td>
<td>%</td>
<td>%</td>
<td>%</td>
</tr>
<tr>
<td>المجموع الكلي</td>
<td>%</td>
<td>%</td>
<td>%</td>
<td>%</td>
<td>%</td>
</tr>
<tr>
<td>المجموع الكلي</td>
<td>%</td>
<td>%</td>
<td>%</td>
<td>%</td>
<td>%</td>
</tr>
</tbody>
</table>
توزيع الفيديوجراف في الصحافة الإخبارية: دراسة تحليلية على عينة من المواقع الإلكترونية للصحف المصرية

مع ما توصلت إليه الدراسة في "جدول رقم 2" من حيث أهداف الموقع التكيفية في الترتيب الأول يليها الأخبار ذات الطابع الإخباري.

جدول رقم (1) يوضح مجال اهتمام مضمون الفيديوجراف:

<table>
<thead>
<tr>
<th>الموقع الإلكتروني</th>
<th>الفئة / 찾아 بالكلية</th>
<th>أخبار اليوم</th>
<th>البوليوا اليوم</th>
<th>المصري اليوم</th>
<th>اليوم السابع</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>%</td>
<td>%</td>
<td>%</td>
<td>%</td>
<td>%</td>
<td>%</td>
</tr>
<tr>
<td>شان داخلي</td>
<td>%</td>
<td>%</td>
<td>%</td>
<td>%</td>
<td>%</td>
</tr>
<tr>
<td>شان عربي</td>
<td>%</td>
<td>%</td>
<td>%</td>
<td>%</td>
<td>%</td>
</tr>
<tr>
<td>شان دولي</td>
<td>%</td>
<td>%</td>
<td>%</td>
<td>%</td>
<td>%</td>
</tr>
<tr>
<td>متعدد</td>
<td>%</td>
<td>%</td>
<td>%</td>
<td>%</td>
<td>%</td>
</tr>
<tr>
<td>المجموع</td>
<td>%</td>
<td>%</td>
<td>%</td>
<td>%</td>
<td>%</td>
</tr>
</tbody>
</table>

يتضح من الجدول السابق أن مجال اهتمام مضمون الفيديوجراف المنشور عبر مواقع الدراسة جاءت تخصerosis الشأن الداخلي بنسبة 77.7٪، يليها الأخبار التي تناولت الشأن الدولي بنسبة 21.1٪، ثم الأخبار التي خصت شؤون متنوعة بنسبة 3.0٪، يليها الأخبار التي خصت الشؤون العربية بنسبة 3.0٪.

بالنسبة لـ مجموع اليوم السابع: تصدر الشأن الداخلي مجال اهتمام مضمون الفيديوجراف بنسبة 77.7٪، يليه الشأن الدولي بنسبة 20.5٪، ثم الشأن العربي بنسبة 1.8٪.

بالنسبة لموقع المصري اليوم: جاء الشأن الداخلي في مقدمة مجال اهتمام مضمون الفيديوجراف بنسبة 57.8٪، يليه الشأن الدولي بنسبة 32.8٪، ثم الشأن العربي بنسبة 6.8٪.

بالنسبة لموقع البوليوا اليوم: جاء الشأن الداخلي في مقدمة مجال اهتمام مضمون الفيديوجراف بنسبة 77.5٪، يليه الشنان الدولي بنسبة 11.3٪، ثم الشنان العربي بنسبة 9.2٪.

بالنسبة لموقع أخبار اليوم: جاء الشنان الداخلي في مقدمة مجال اهتمام مضمون الفيديوجراف بنسبة 39.3٪، يليه الشنان المتنوع بنسبة 36.1٪، ثم الشنان الدولي بنسبة 22.6٪، بينما جاء الاهتمام بالشنان العربي في نهاية نطاق اهتمام مضمون الفيديوجراف بنسبة 2.1٪.

وتعتبر هذه النتائج منطقية لكون مواقع الصحف الإلكترونية محل الدراسة هي محلية بطبيعتها ولست صحف دولية، ومن ثم فإن أولويات اهتمامها الشنان الداخلي الذي يخص مصر بمختلف محتوااتها.

المجلة العلمية لبحث الصحافة – العدد الثالث والعشرين – الجزء الثاني – يناير/يونية 2022 275
تحليل توزيع العناوين في الصحف الإلكترونية: دراسة تحليلية على عينة من المواقع الإلكترونية للصحف المصرية

جدول رقم (7) يوضح أسلوب عناوين المدونات في المرصد:

<table>
<thead>
<tr>
<th>المصدر</th>
<th>اليوم السابع</th>
<th>اليوم نور</th>
<th>الاسماء</th>
<th>التفاسير و التقارير</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>الاسماء</td>
<td>63%</td>
<td>37%</td>
<td>100%</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>التفاسير و التقارير</td>
<td>37%</td>
<td>63%</td>
<td>100%</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>المدونات</td>
<td>100%</td>
<td>100%</td>
<td>100%</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>التفاسير و التقارير</td>
<td>53%</td>
<td>47%</td>
<td>100%</td>
<td></td>
</tr>
</tbody>
</table>

يتضح من الجدول السابق تصدر أسلوب الاسماء هنالك 37%، يليه أسلوب الاسماء التفاسير والتقارير بنسبة 63%. بينما جاءت الأسماء المفهرسة أو التي تحتوي على تفاسير و طرح احتمالات بنسبة 37%

بالنسبة لموضوع اليوم السابع: جاء أسلوب الاسماء في الترتيب الأول بنسبة 100%.

هذا يليه سبب التفاسير بنسبة 27%.

بالنسبة لموضوع اليوم نور: جاء أسلوب الاسماء في الترتيب الأول بنسبة 100%.

هذا يليه سبب التفاسير بنسبة 71%.

بالنسبة لموضوع الاسماء: جاء أسلوب الاسماء في الترتيب الأول بنسبة 100%.

هذا يليه سبب التفاسير والتقارير بنسبة 53%.

تقرير الأسلوب الوصفي: أسلوب عناوين الأسماء في مواقع الدارسة الأربعة يناسبля للتقارير و تعليقات عناوين الأسماء دون التطرق إلى تفاصيل و تحليلاً.

المجلة العلمية لبحوث الصحافة - العدد الثالث والعشرين - الجزء الثاني - يناير/يونيو 2022 - 376
توظيف الفيديوجراف في الصحافة الإخبارية: دراسة تحليلية على عينة من المواقع الإلكترونية للصحف المصرية

جدول رقم (8) يوضح المدة الزمنية لعرض الفيديوجراف:

<table>
<thead>
<tr>
<th>الموقع الإلكتروني</th>
<th>اليوم السابع</th>
<th>أخبار اليوم</th>
<th>اليوم السابع</th>
<th>أخبار اليوم</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>المنبع/اللغة</td>
<td>الحالة</td>
<td>ت</td>
<td>ت</td>
<td>ت</td>
</tr>
<tr>
<td>الفحة/اللغة</td>
<td>أقل من دقيقة</td>
<td>0,4</td>
<td>21,9</td>
<td>14</td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td>من دقيقة: أقل من دقيقة</td>
<td>47</td>
<td>44,4</td>
<td>43</td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td>من دقيقة: أقل من دقيقة</td>
<td>22</td>
<td>42,8</td>
<td>37</td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td>من دقيقة: أقل من دقيقة</td>
<td>19</td>
<td>42,8</td>
<td>37</td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td>أقل من ثلاثة دقائق</td>
<td>5</td>
<td>2</td>
<td>2</td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td>أكثر من ثلاثة دقائق</td>
<td>2</td>
<td>0</td>
<td>0</td>
</tr>
<tr>
<td>المجموع</td>
<td>100</td>
<td>100</td>
<td>100</td>
<td>100</td>
</tr>
</tbody>
</table>

يتضح من الجدول السابق أن معظم الفيديوجراف المنتشر عبر مواقع الدراسة جاءت جميعها تتراوح ما بين دقيقة إلى أقل من دقيقة بنسبة 87,9%، بليها الأقل من دقيقة بنسبة 21,2%، ثم من دقيقة إلى أقل من ثلاثة دقائق بنسبة 52,6%.

بالنسبة لموقع اليوم السابع: جاءت مدة عرض الفيديوجراف "من دقيقة إلى أقل من دقيقة" في الترتيب الأول بنسبة 94,2%, بليها التلك التي تراوح ما بين دقيقة إلى أقل من ثلاثة دقائق، بينما جاءت التي تقل عن دقيقة 2 فيديوجراف فقط بنسبة 0,4%. بالنسبة لموقع اليوم السابع: جاءت مدة عرض الفيديوجراف "من دقيقة إلى أقل من دقيقة" في الترتيب الأول بنسبة 72,2%, بليها "قلل من دقيقة" بنسبة 21,9%, بليها "قلل من دقيقة" بنسبة 10,9%.

بالنسبة لموقع اليوم السابع: جاءت مدة عرض الفيديوجراف "من دقيقة إلى أقل من دقيقة" في الترتيب الأول بنسبة 51,8%, بليها الفيديوجراف "قلل من دقيقة" بنسبة 3,8%, ثم "من دقيقة إلى أقل من ثلاث دقائق" بنسبة 41,5%.

بالنسبة لموقع أخبار اليوم: جاءت مدة عرض الفيديوجراف "من دقيقة إلى أقل من دقيقة" في الترتيب الأول بنسبة 82,9%, بليها الفيديوجراف "قلل من دقيقة" بنسبة 70,6%, بليها فينسبة مثالية كلا من "من دقيقة إلى أقل من ثلاث دقائق" و"أكثر من ثلاث دقائق" بنسبة 9,4%.

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

المجلة العلمية لبحث الصحافة - العدد الثالث والعشرين - الجزء الثاني - يناير/يونيو 2022 - 277
جدول رقم (2) يوضح الوسائط المستخدمة في عرض مضمون الفيديوجراف:

<table>
<thead>
<tr>
<th>الموقع الإلكتروني</th>
<th>البواية اليوم</th>
<th>المصري اليوم</th>
<th>أخبار اليوم</th>
<th>المجموعة الكلي</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>تعليق صوتي</td>
<td>99.4%</td>
<td>99.6%</td>
<td>99.5%</td>
<td>99.6%</td>
</tr>
<tr>
<td>صور ثابتة</td>
<td>32%</td>
<td>33%</td>
<td>33%</td>
<td>33%</td>
</tr>
<tr>
<td>موسفي خليفة</td>
<td>50%</td>
<td>50%</td>
<td>50%</td>
<td>50%</td>
</tr>
<tr>
<td>لقطات حية</td>
<td>31%</td>
<td>31%</td>
<td>31%</td>
<td>31%</td>
</tr>
<tr>
<td>مؤثرات صوتية/بصرة</td>
<td>2%</td>
<td>2%</td>
<td>2%</td>
<td>2%</td>
</tr>
</tbody>
</table>

ن=عدد المنشورات 502

يتضح من الجدول السابق أن جميع الفيديوجرافات المشتركة عبر المواقع محل الدراسة جميعًا تحتوي على تغطيات صوتية بنسبة 100%，イラها الصور الموسفي والصور ذاتية متباينة بنسبة 99.6%，ثم اللقطات الحية بنسبة 99.4%.

بالنسبة لموقع يوم السابع: تضمنت جميع الفيديوجرافات تغطيات صوتية بنسبة 100%，تلاهم الصور ذاتية والموسفيات تغلب الصور ذاتية بنسبة 99.4% و69.6%،ثم اللقطات الحية بنسبة 21.2%، وهي ترتيب الأخر التغطيات الصوتية بنسبة 21.2%.

بالنسبة لموقع المصري اليوم: فتضم الفيديوجراف ثلاث وسائط بنسبة متساوية "التعليقات الصوتية والصور ذاتية والموسفيات" بنسبة 100%，كما تضمنت لقطات حية بنسبة 53%، ونسبة المواقع مشتركة تأتي ثلاث وسائط بنسبة متساوية "التعليقات الصوتي والصور ذاتية والموسفيات" بنسبة 100%，تلاهم لقطات حية بنسبة 38.3%، ثم المؤثرات الصوتية بنسبة 30.9%.

بالنسبة لموقع أخبار اليوم: جاءت ثلاث وسائط على الترتيب التالي، التعليقات الصوتي بنسبة 100%，イラها الصور ذاتية والموسفيات بنسبة 95.1% %،ثم لقطات حية بنسبة 14.2%،イラها المؤثرات الصوتية بنسبة 7.3%，ثم لقطات الحية بنسبة 5.6%.
توظيف الفيديوجراف في الصحافة الإخبارية: دراسة تحليلية على عينة
من المواقع الإلكترونية للصحف المصرية

وتصدر التعلق النصي ترتيب الوسائط المستخدمة في عرض مضمون الفيديوجراف وذلك بسبب أهميته في توضيح ووصف الخبر وتوضيح الصور المصحوبة بالتعلق عليها نصيًا داخل الفيديوجراف سواء أكانت صور شخصية أو صور واقعية من قلب الحدث، أو صور موضوعية تعبر عن مغزى الخبر أو الحدث، فبدأت الوسائط الثانية في مواقع الدراسة الأربعة هي الصور والتمييز النصي والموضيفي الخلفي، بينما استُجِبَت مواقع أخرى اليوم البيانية لبعض المؤثرات الصوتية والبصرية كجزء من الهدف من الفيديوجراف، فاستخدم موقع الديترنت بيوض بعض المؤثرات البصرية التي أُضيفت على الصور المعروضة داخل الفيديوجراف لتضفي عليها طابعًا متعمّرًا، كما استُجِبَت مواقع أخرى اليوم ببعض المؤثرات الصوتية والتي تتماشى مع طبيعة محتوى الفيديوجراف.

ويمكن تفسير هذه النتيجة بالنظرة إلى هيئة وبنية الفيديوجراف 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 وتمت أسلوب ورسالة، فضلاً على أنها تستطيع إشاع رغبة القارئ إلى شكل الأسلوب والأماكن والأحداث، وكذلك تعتبر دليلاً على الأحداث ودقيقة لها، بالإضافة إلى دورها الفعال في جذب انتباه العين، ولتظر القاري، لذلك فإن طريقة توظيفها في قابل الفيديوجراف هو العامل الأهم والفاعل في التأثير على الجمهور والمشاهدين، ولعل هذا ما يميز قابل الفيديوجراف من حيث أنه يجعل بين الصور والنصوص والموضيفي الخلفي مما يعطي للقارئ ملخصًا للقصة الإخبارية في بضع دقائق متميزة على عدد من الصور المصاحبة لصور وتعليقات كتابية توضح مضمونها وتيسر على القارئ فهم الحدث، وتجهيد كل صيغة لأن يكون لها طابعًا متعمّرًا لشكل الفيديوجراف الذي نتبناه.

جدول رقم (1) يوضح البيانات المعتمدة لموضوع الفيديوجراف:

<table>
<thead>
<tr>
<th>المجموع الكلي</th>
<th>المجموعة النصية</th>
<th>المجموعة البصرية</th>
<th>الديجيتال</th>
<th>الفئة / المجموع</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td></td>
<td>أُجري اليوم</td>
<td>الديجيتال</td>
<td>المجموع</td>
<td>أُجري اليوم</td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td>%</td>
<td>%</td>
<td>%</td>
<td>%</td>
</tr>
<tr>
<td>تاريخ</td>
<td>568</td>
<td>23</td>
<td>12</td>
<td>19.1</td>
</tr>
<tr>
<td>أرقام / إحصائيات</td>
<td>568</td>
<td>23</td>
<td>12</td>
<td>19.1</td>
</tr>
<tr>
<td>لا يوجد</td>
<td>568</td>
<td>23</td>
<td>12</td>
<td>19.1</td>
</tr>
</tbody>
</table>

يوضح من البيانات الجدول السابق أن البيانات المدمجة لموضوع الفيديوجراف تمثل في التاريخ بنسبة 19.1%، بينما الرسم والإحصائيات بنسبة 19.1%، وتمثلت...

المجلة العلمية لبحث الصحافة - العدد-third و العشرون - الجزء الثاني - يناير/يونيو 2022: 379
توجه الارتباطات بين الوسائط المهمة كالنص وعمل إبراز اللون والصور التعبيرية

المجلة العلمية لبحوث الصحافة - العدد الثالث والعشرين - الجزء الثاني - يناير / ينوي 2022
موقع المصري اليوم:

نشرت المصري اليوم فيديوجراف تحت عنوان "اكتشاف حوت برمائي عاش في مصر قبل 43 مليون عام" محدثة يومية. ويجمع الفيديو رقم قصره بين عدد من الوسائط المعلوماتية المتماثلة في (الصور الثابتة، التعليم النصي، الرسوم التعبرية "الجرافيك") لوضيح تفاصيل حول الحوت البرمائي والشاربة لتفاصيله كما وضع بالشكل رقم (٤) بالإضافة إلى الموسيقى الخلفية، حيث تم عرض الفيديوجراف بالتنتقل بين شرائح الصور مدعمة بالنصوص التي تسرد تفاصيل الاكتشاف وإعطاء خلفية معلوماتية عن الحدث.

شكل (٣) يوضح استخدام نصوص قصيرة دون عامل إبراز

المجلة العلمية لبحوث الصحافة - العدد الثالث والعشرين - الجزء الثاني - يناير/يونيو ٢٠٢٢ - ٢٨١
 توفيق الفيديوِجراف في الصحافة الإخبارية: دراسة تحليلية على عينة من المواقع الإلكترونية للصحف المصرية

موقع البوابة نبوز

قدمت البوابة نبوز تقريراً بأسلوب الفيديوجراف يحمل عنوان "الهروب من جنوب طالبان"، كابول بين السماء والأرض، بلغت مدة الفيديوجراف 1:44 دقيقة.

والغرض من البدء على الجمع بين لقطات الفيديو والنصوص، حيث عبرت لقطات الفيديوِجراف عن مشاهد مختلفة للحدث الأساسي وهو حشد الأفغان لمحاولة الهروب خارج البلاد بعد سيطرة طالبان على السلطة. من خلال لقطة تصويرية ذات بعد اجتماعي سياسي فهي تعكس الوضع السياسي الذي يعيشه الأفغان من سيطرة حكومة طالبان، أما البعد الاجتماعي فيتمثل في معاناة الأفغان وهم يحاولون التثبيت بالطائرة لينجو بأنفسهم وأهليهم، كما هو موضح بالشكل رقم (5)، وقد استخدمت الموسفي الحائض في الفيديوجراف كمثير لإحساس القارئ بالواقع، حيث تم الاستعانة باللون الأغرد لتمييز أهم أسباب الحدث وتوضيح أهم المعلومات والجهات الم.assign. كما تم استخدام الصور الثانية ذات البعد السياسي كصورة أفراد طالبان حاملين الأسلحة لتوضيح مفهوم الاجتياح والسيطرة كما هو موضح بالشكل رقم (4).

(4) يوضح التماس الشرطة مع أحد الأفراد في مصر. 

(5) يوضح الأفراد الذين يغادرون البلاد عبر الطائرة.

المجلة العلمية لبحوث الصحافة - العدد الثالث والعشرين - الجزء الثاني - يناير/يونية 2000 - 282
توظيف الفيديوجراف في الصحافة الإخبارية: دراسة تحليلية على عينة من المواقع الإلكترونية للصحف المصرية

شكل (٥) يوضح استخدام لقطات الفيديو مع النصوص

بواية أخبار اليوم:

قدمت بواية أخبار اليوم فيديوجراف بعنوان "زعيم النهاردة" مدته ١:٢٦ دقيقة، عرض بشكل إحاطي لبعض المعلومات المقدمة في التقرير لباني الفيديوجراف مقدماً ليفية الأحداث التي وقعت في نفس اليوم، تم اتباع أسلوب عرض مجموعه من الصور التعبيرية لكل حدث بشكل مستقل لكل حدث لتوضيح بنية الحدث منفرداً بالصورة التوضيحية الملائمة له كما هو موضح بالشكل رقم (٧)، مزوداً بالتاريخ المدعمة لمضمون الأحداث وتاريخ وقوعها، كما تم تدعيم المحترف بالصور التعبيرية لتغطية الزمنية للحدث كاستخدام الصور البيضاء والأسود للتعبير عن فترة الحرب آنذاك كما

المجلة العلمية لبحث الصحافة، العدد الثالث والعشرين، الجزء الثاني، ينايرpit ٢٠٢٢، ٢٠٢٢
مواض guid بالشكل رقم (٨) فالأسباب تاريخية يرتبط هذا النوع من الصور بالأسود والأبيض وربما يعزى ذلك إلى أن العالم شهد أحداثاً وتحولات كبرى كالحروب مع بداية التوسع في التصوير الذي كانت بدايته بالأبيض والأسود، إضافة إلى الاعتقاد بأن تصوير الأحداث بالأبيض والأسود يعطيها أبعاداً تعزز من مصداقيتها وواقعيتها. 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 تدبين 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(٦).

شكل رقم (٧) يوضح الدمج بين الصورة التعبيرية والنص الباز خلفية داكنة

المجلة العلمية لبحوث الصحافة - العدد الثالث والعشرين - الجزء الثاني - يناير/يونية ٢٠٢٢ ٣٨٤
ظاهرة الظهور الموسيقية في الصحافة الإخبارية: دراسة تحليلية على عينة من المواقع الإلكترونية للصحافة المصرية

شكل رقم (8) يوضح استخدام الصور التعبيرية بالأبيض والأسود والموضحة للفترة الزمنية للحدث

خاتمة الدراسة:

هدفت الدراسة الحالية إلى رصد كيفية توظيف الفيديوجراف في مواقع الصحف المصرية بعملية متميزة في مواقع الصحف الإلكترونية، تم الاستعانة بأداة تحليل المضمون بشفافية الكمي والكافي؛ للتعرف على نوعية المضمون التي تم معاوضتها باستخدام تقنية الفيديوجراف، وأنماط الوسائل المتعددة المستخدمة في عرض الفيديوجراف، والمدة الزمنية المتبعة في كل موقع لعرض الفيديوجراف، وكذلك أسلوب عرضه ومصادره، وتوصيات الدراسة إلى عدد نتائج جاء أهمها على النحو التالي:

- وظفت مواقع الصحف الإلكترونية المصرية محل الدراسة الفيديوجراف في تناول الأخبار الأمنية كأكثر الأشكال الصحفية التي استعانتنا فيها الفيديوجراف في معالجتها، وتعتبر الأخبار من الأشكال الصحفية التي يقبل القراء قراءتها بالإفراط.

- أشارت نتائج الدراسة أن مواقع الصحف المصرية محل الدراسة وظفت الفيديوجراف في تناول مضمونات متنوعة، فاتهم مواقع اليوم السابع بالأيام الاجتماعي والتربوي، بينما اهتم مواقع اليوم بالأيام الاجتماعية والرياضة بفوق بينهما، واهتم مواقع الديودجراف في الأخبار الفنية والرياضة، فيما اختلف عنهم مواقع الإلكترونية لأخبار اليوم الذي اهتم بشكل أساسي بتوظيف الفيديوجراف في عرض سلسلة من أحداث ووقائع حدثت في نفس يوم عرضه تحت عنوان "دور النهاردة".

المجلة العلمية لبحوث الصحافة - العدد الثالث والعشرين - الجزء الثاني - يناير/يونيو 2022 285
توزيع الفيديوجراف في الصحافة الإخبارية: دراسة تحليلية على عينة
من المواقع الإلكترونية للصحف المصرية

 جاء مجال اهتمام مضمون الفيديوجراف المرئي عبر مواقع الدراسة الأربعة
تحسم الشأن الداخلي المصري كنتيجة طبيعية لصعوبات مصرية تهم بالشأن
الم المحلي، وتتفق هذه النتيجة مع ما توصلت إليه دراسة (دينا طارق، 2018)17
من اهتمام المواقع الصحفية المصرية بالتركيز على المساواة في الفضائل المحلي.

وظلت مواقع الصحف المصرية محل الدراسة الفيديوجراف وفقًا لفترة زمنية
تتراوح عن دقيقة إلى أقل من دقيقة، وبناء توقف معظمها في عرض
الفيديوجراف في عدة زمنية تقرب للقيقة والنص، وهي قريبة للنسبة المثالية
لعرض الفيديوجراف كما أشارت لذلك بعض الدراسات18، كما تتفق هذه النتيجة مع ما
توقفت إليه دراسة (أحمد الزهريني، مروة علي، 2019)19 أن أغلب المواقع
محل الدراسة سواء العربية أو الغربية قامت بتوظيف الفيديوجراف وفقًا لفترة
زمنية قصيرة كانت في المتوسط دقيقة ونصف.

كما أشارت نتائج الدراسة أن التدقيق النصي والصور الثنائية والموسيقى الخلابة
بمثابة القام المشارك فيما يتعلق بتوظيف الوسائط المتعددة في ملفات
الفيديوجراف في مواقع الصحف الأربعة.

تتفوق موقع "اليوم السابع" على كل من موقع المصري اليوم، البولو نيوز وأخبار
اليوم في توظيف الفيديوجراف أو الفيديو المعلوماتي.20 في
بنيتة تصويسه والأخبار المنشورة عبره لم تستخدم الروس المتحركة لخلق
فيديوجراف، وتحويل البيانات والمعلومات إلى فيديو متحرك على هيئة
فيديوجرافيك.

وبذلك يمكن القول إن موقع "اليوم السابع" نجح بعكس مواقع الدراسة الثلاثة الأخرى
في الاستفادة من خصائص الصحافة الإلكترونية على شبكة الإنترنت والممتلة
في فلقتان الفيديوجراف وتتوظيفها في تقديم الأخبار والمعلومات عبر الفيديوجراف
بطرق متفاوتة وتتنوع طبيعة الأخبار المقدمة وذلك لإضافه الجوية على
المحتوى المقدم وتحسين درجة جذبها للتصفح، وتفق هذه النتيجة مع ما
توجهت إليه دراسة تور طبيع (17) وحسن فراح (18) في تميز استخدام موقع
صحيفة اليوم السابع للفيديوجراف.

وهما ما أشارت إليه دراسة كلا من (إسماعيل أحمد)21، برق
حسين، و (Julio Costa)22 من ضمن توزيع المواقع عينة الدراسة
للفيديوجراف الفعلي والذي يتضمن الفيديو المعلوماتي والاعتماد بشكل كبير
على الفيديوجرافيك ثابت في معالجة الموضوعات، وقد يرجع ذلك إلى عدم

المجلة العلمية لبحث الصحافة - العدد الثالث والعشرين - الجزء الثاني - يناير/يونيو 2022 ٢٨٦
توصيف الفيديوجراف في الصحافة الإلكترونية: دراسة تحليلية على عينة
من المواقع الإلكترونية للصحافة المصرية

هتمام المواقع الإلكترونية الثلاث بتوصيف ما يعرف بصحفي البيانات في معالجة الأخبار والمواضيع، كما قد يرجع إلى الصعوبة في إنتاجه واحترام الكم الهائل من الأخبار ومعالجتها بشكل فيديوجراف معلوماتي، هذا إلى جانب الفوائد التقنية المتمثلة في سرعة تحميل الموقع.

- كشفت الدراسة عن عدم التنوع في أساليب معالجة الفيديوجراف بمواصفات الصحافة 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 توصيف الفيديوجراف توصلت نتائج التحليل الكيفي أن مواقع الصحافة المصرية الأربعة بعضها نشر الفيديوجراف بشكل إلكتروني أو تكامل للموضوع أو الخبر بعد عرضه نصًا فيديو موضح وداعم للخبر أو ملخص له، وهو الأسلوب الذي اتبعته مواقع (اليوم السابع / أخبار اليوم / البوليوية نيوز).

- بينما اتبعت مواقع المصري اليوم الأسلوب المستقل في عرض مقاطع الفيديوجراف لتقديم المضمون الإخباري من خلاله بشكل مستقل.

توصيات الدراسة:

- توصي الدراسة مواقع الصحافة المصرية الإلكترونية بضرورة العنيدة بتخصيص أيقونة خاصة للفيديوجراف بشكل مستقل، ليتمكن القراء من التفرقة بين الأشكال الصحفية التي يتم عرضها بالفيديو والفيديوجراف ويستخدم كل منها حسب أفضل، وبما يناسب مع الأهمية المتزايدة للفيديوجراف في السنوات الأخيرة في موقع الصحافة الإلكترونية، حيث تتطلب عوامل النجاح في الفيديوجراف الأكثر جاذبية في وجود هيئة واضحة ومباشرة وعديد من عناصر التحكم والتفاعل وتوصيم موحد يوفر للمستخدم سهولة الوصول.

- التوسع في توصيف الفيديوجراف يتولى مختلف القضايا والمواضيع في المجتمعات العربية وعدم اقتصاره على تناول نوعية أخبار معينة.

- ضرورة توفير دورات تدريبية لصحفي البيانات لتدريبهم على كيفية معالجة الأخبار بالفيديوجراف وعدم التركيز على شكل الإفندجرافيك الثاني فقط.

- الاهتمام بالدراسات المستقبلية التي تركز على تناول فن الفيديوجراف بشكل مستقل جديد في وسائل الإعلام الحديثة.
توظيف الفيديوجراف في الصحافة الإخبارية: دراسة تحليلية على عينة
من المواقع الإلكترونية لصحف مصرية

هوامش الدراسة حسب ترتيبها في البحث:

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

(2) أمين محمد إبراهيم برك، "أولويات قضايا صحة البيانات المصرية والأجنبية ومستوى تفاعل القراء معها: دراسة تحليلية مقارنة بالتطبيق على موقعي Info times والمجلة المصرية لبحث الإعلام، العدد 19، الخريف 2019م، الصفحة 132-200 ص، ص 154.

(3) لمزيد من المعلومات يمكن الاطلاع على:
- 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) هبة مصطفى حسن مصطفى، "الإيجابات الحديثة في بحث صحة البيانات"، مجلة البحوث والدراسات الإعلامية، المجلد 17، العدد 12، الصيف 2021، الصفحة 261.

(5) وفاء جمال درويش، "توظيف صحة البيانات في التغطيات الصحفية الاستقصائية بالمواقع الإلكترونية المصري وعلاقتها بتطور تقنيات الاتصال وتقنية المعلومات (دراسة على النظام والإعلام)، مجلة البحوث الإعلامية - العدد السادس والخمسون - ج4، يناير 2021م.

(6) محمد نور طايع، "تأثير التيوغرافيا الرقمية على إخراج الجريدة الإلكترونية"، رساله دكتوراه غير منشورة، (جامعة سوهاج، كلية الآداب، 2020م).

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

https://doi.org/10.18552/2308-3255.2019.25.195589

(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 تنال فيروس كورونا المستجد بالمواعيد الإلكترونية العربية والعالمية. دراسة تحليلية"، مجلة البحوث الإعلامية، جامعة الأزهر، العدد الرابع والعشرون، الجزء الرابع، يوليو 2020، ص 1756–1757.

(10) سحر عبد المنعم الخولي، الدور الافتراضي في زيادة الأقرانية الجمهور للمحتوى الإعلامي في مواقع الصحافة العربية والعالمية: دراسة تحليلية وعدينانية، مجلة البحوث الإعلامية، جامعة الأزهر، العدد (54)، ج (3)، يوليو 2020، ص 1449–1453.

(11) عبد عالم رشيد أبو زيدان، "تأثير الفيديوجراف علىʽ فه وذكر الشبب للمحتوى الإخباري بالصحف الإلكترونية: دراسة ثقافة تجريبية، رسالة ماجستير غير منشورة، (جامعة المنبي: كلية الآداب، 2020).


(13) أحمد علي الزهري، "استخدام الفيديوجراف في الصحافة الإخبارية: دراسة مقارنة بين مواقع العربية والغربية"، مجلة الآداب، ص 312، ص 133–176.


(15) هاني إبراهيم أحمد البطل، "القرنية الأفتراضي في مواقع الصحافة المصرية لدى الشباب الجامعي"، مجلة البحوث الإعلامية، جامعة الأزهر، العدد الحادي والعشرون، العدد الأول، يناير 2019، ص 129–149.


المجلة العلمية لبحث الصحافة - العدد الثالث والعشرين - الجزء الثاني - يناير/يونيو ٢٠٢٢ ٢٨٩
توزيع الفيديوجراف في الصحافة الإلكترونية: دراسة تحليلية على عينة من المواقع الإلكترونية للصحف المصرية


(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

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/123456789/10111/1/Panel_118_ID_228.pdf


(23) سماح الشهابي, "تأثير الفيديوجراف الفعالي على إدراك وذكر المستخدمين للمحتوى (دراسة تجريبيّة على عينة من طلاب الجامعات)." المجلة المصرية لبحث الإعلام, مجلد 16, عدد 56, الصيف 2017, ص 117/2.

https://doi.org/10.1080/14682753.2015.1015801

 têmظيف الفيديوجراف في الصحافة الإخبارية: دراسة تحليلىة على عينة من المواقع الإلكترونية للصحف المصرية

https://scholarworks.rit.edu/cgi/viewcontent.cgi?referer=&httpsredir=1
<article=10072&amp;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 Administración Publică și Politici Sociale An III, Nr. 2(7), December 2011, Available online at:


(28) نهيلة صلاح عبد السميع, "التفاعلية في صحة الفيديو وتأثيرها في تشكيك الوعي الاجتماعي لدى الشباب المصري", رسالة ماجستير غير منشورة (جامعة المنصورة, كلية الآداب, 2018).

(29) أحمد إبراهيم محمد, أولويات القضايا المقدمة في صحة الفيديو وعلاقتها بترتب أولويات الجمهور. دراسة تحليلىة وبدائية، رسالة ماجستير غير منشورة (جامعة القاهرة, كلية الإعلام, قسم الصحافة, 2017).


(31) وليد عبد الفتاح النجار, عبد الخالق إبراهيم زفوق, "إدراك طابق الإعلام لمفهوم صحة الفيديو الإلكترونية واتجاهاتها نحوها", المجلة العلمية لبحث الصحافة, المجلد 2017, العدد 9, جامعة القاهرة, كلية الإعلام, الشتاء 2017م.


(33) علي حمزة جمعة سليمان, "دور صحة الفيديو في تشكيل اتجاهات المجالات الأجنبية نحو "الإسلاموفوبيا" دراسة ميدانية على عينة من الناطقين وغير الناطقين بالعربية", مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط, مجلد 4, العدد الحادي عشر, أبريل / يونيو 2016م، ص:174.

(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) Nadaa مصطفى الشيخ، "دواعي استخدام الشباب الجامعي لصحافة الفيديو والإذاعات الموحّدة منها"، رسالة ماجستير غير منشورة، (جامعة عين شمس: معهد الدراسات العليا للطفلة، قسم الإعلام والثقافة الطفل)، 2013م.


(39) منصور الشبيبي: "صناعة الفيديوجراف، دليلك إلى فيديو قوي ومؤثر", مناه على: https://hunalibya.com/digital-life/12358


(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:


(43) (44) (45) (46) (47) (48)
توظيف الفيديوجراف في الصحافة الإخبارية: دراسة تحليلية على عينة
من المواقع الإلكترونية للصحف المصرية

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


(50) هيدا محمد السيد عزوز, مرجع سبق ذكره, ص 84.


(52) أيمن محمود برك, أيمان محمود أحمد, "الحرب على الإرهاب كما تعكسها صحافة الفيديو في مواقع الإنترنت المصرية والأمريكية الموجهة للإعلام", المجلة العلمية لبحث الصحافة – العدد 31, الصيف 2017, المجلة, الصفحات 91-199, ص 212.


(54) أيمن محمود برك, أيمان محمود أحمد, "الحرب على الإرهاب كما تعكسها صحافة الفيديو في مواقع الإنترنت المصرية والأمريكية الموجهة للإعلام", مرجع سبق ذكره, ص 212.

(55) أيمن محمود برك, أيمان محمود أحمد, "الحرب على الإرهاب كما تعكسها صحافة الفيديو في مواقع الإنترنت المصرية والأمريكية الموجهة للإعلام", مرجع سبق ذكره, ص 215.


(57) أحمد علي الزهراوي, مرحلة عملية محمد علية, مرجع سبق ذكره.

(58) راضي محمد علبة محمد, "استخدام الوسائط المتعددة في مواقع الإنترنت للصحف", المجلة العلمية لبحث الإعلام والاتصال – العدد 28 (2) - الشتاء 2010, المجلة, الصفحات 384-383.

(59) سامي عبد الدين حسين, "العوامل في تطور الصحافة الإلكترونية وإنتاج الوسائط المتعددة", دراسة ميدانية", المجلة المصرية لبحث الإعلام, العدد 31, ص 981.


المجلة العلمية لبحث الصحافة – العدد الثالث والعشرين – الجزء الثاني – يناير/يونية 2022 ٢٩٤
توظيف الفيديوجراف 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%2520Video.pdf

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

(63) محمد نور طالب، مرجع سبق ذكره.

(64) حسن فراج حسن، "العوامل المؤثرة في استخدام تكنولوجيا الإنترنت في تصميم مواقع الصحف الإلكترونية وعلاقتها باتجاهات المراهقين نحو مضمونها"، رسالة دكتوراه غير منشورة (معهد الدراسات العليا للطفولة: قسم الإعلام وثقافة الطفل، 2017).

(65) سلوى أحمد أبو العلا، استخدام الإفوجرافيك للمواقع الإلكترونية الرسمية للرد على الشائعات: المركز الإعلامي لرئاسة مجلس الوزراء، نموذجا، مجلة البحوث الإعلامية، جامعة الأزهر – كلية الإعلام – مصر، عدد 45، الجزء 1 يوليو 2002.

(66) دينا طارق محمود، مرجع سبق ذكره.

(67) بيرق حسين جمعة، عبد الأمير الفيصل، مرجع سبق ذكره.

(68) Julio Costa Pinto, op Cit.