

# مصادقة صحفة الفيديوجراف في موقع القوات الفضائية الإخبارية في تناولها للقضايا البارزة (دراسة مسحية للمضمون)

## اطرفة محمد الفقيه

قسم الإذاعة والتلفزيون، كلية الإعلام، جامعة صنعاء، اليمن  
Email: [Latifa8999@gmail.com](mailto:Latifa8999@gmail.com)

## **Credibility of Videographic Journalism on the websites of satellite news channels**

# **In its handling of prominent issues (A Content Survey Study)**

## **Latifa Mohammed Al-Faqih\*\***

**Department of Radio and Television, Faculty of Mass Communication  
Sana'a University, Sana'a - Yemen.**

تاریخ الاستلام: 2026-1-22، تاریخ القبول: 2026-2-3، تاریخ النشر: 2026-2-4.

## المُلْخَص:

هدفت الدراسة إلى رصد وتحليل معايير مصداقية صحافة الفيديوجراف في مواقع القنوات الفضائية الإخبارية في تناولها للقضايا البارزة، والتعرف على أساليب وطريقة المعالجة لهذه القضايا من حيث الشكل والمضمون، ورصد مؤشرات معايير المصداقية التي التزرت بها صحافة الفيديوجراف وأساليب التراث الإعلامي. تنتهي هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية، اعتمدت على منهج المسح الإعلامي، باستخدام أداة تحليل المضمون، لعينة من الفيديوهات المنشورة في مواقع القنوات الفضائية الإخبارية (العربية - الجزيرة - DW - BBC عربي) و البالغ عددها (430) فيديوجراف، خلال المدة الزمنية للدراسة والممتدة لثلاثة أشهر متتالية من الفترة 1/مايو/2025 إلى 31/يوليو/2025، و توصلت الدراسة إلى عدّة نتائج أبرزها:

جاءت المنشآت السياسية في مقدمة محتوى صحفة الفيديوجراف في موقع القنوات الفضائية الإخبارية، وتصدرت قضية الحرب الإسرائيلي الإيرانية، قائمة أولويات (أجندة) القضايا، وجاءت معظم اتجاهات المعالجة سلبية، كما أن الاستعمالات العقلية والعاطفية (الإثنين معاً) من أكثر الاستعمالات المستخدمة، وجاءت الأخبار والقضايا ذات الطبيعة الآتية في الصدارة.

أن مؤشر فصل الرأي عن محتوى الفيديوجراف جاء في صدارة مؤشرات معيار الموضوعية والواقعية التي تلتزم بها صحفة الفيديوجراف في موقع القنوات الفضائية الإخبارية في تناولها للقضايا البارزة، كما جاء مؤشر الفيديو والصور لها علاقة بالنص المكتوب بالمحظى من أكثر مؤشرات معيار الدقة، وتصدر مؤشر لا يعرض وجهة نظر، ثم عرض وجهة نظر واحده مقدمة مدى التوازن في معالجة القضايا البارزة.

أن مؤشر محاييد جاء في صدارة مؤشرات معيار الحياد ، كما جاء مؤشر تقديم معلومات وأحداث جديدة" أول بأول من أن أكثر مؤشرات معيار الفورية، في حين جاء مؤشر ذكر كل تفاصيل الخبر أو المحتوى المقدم من أكثر مؤشرات معيار الشمولية والاكتمال .

أن قالب فيديوجراف عادي جاء في صدارة نوع القالب المتضمن صناعة الفيديوجراف ، يليه مباشرة قالب فيديوموشن جرافيك ، وأن المدة من دقيقة إلى أقل من دقيقة تصدرت المدة الزمنية المستغرقة في عرض صناعة الفيديوجراف ، وكانت اللغة الإعلامية المختلطة بين (الفصحي والعجمية) في مقدمة اللغة المستخدمة في صناعة الفيديوجراف ، كما أن قالب الخبر جاء في مقدمة

القوالب الفنية التي ظهرت بها صحفة الفيديوجراف في عرض القضايا البارزة، يليه قالب التقرير الإخباري.

الكلمات المفتاحية: صحفة الفيديوجراف، المصداقية، الواقع الإخبارية، العربية، الجزيرة، DW، BBC عربي.

## Abstract:

This study aimed to monitor and analyze the credibility standards of videographic journalism on the websites of satellite news channels in their coverage of prominent issues, and to identify the style and method of addressing these issues in terms of form and content. It also sought to examine indicators of credibility standards adhered to by videographic journalism, as well as media richness techniques. The study belongs to descriptive research and adopted the media survey method, using content analysis as a research tool. The sample consisted of videographic videos published on the websites of satellite news channels (Al Arabiya, Al Jazeera, DW, and BBC Arabic), totaling (430) videographics, during the study period of three consecutive months from May 1, 2025, to July 31, 2025.

### The study reached several key findings, most notably:

- Political topics ranked first in the content of Videographic journalism on the websites of satellite news channels, with the Israeli-Iranian war issue topping the agenda of covered topics. Most of the coverage exhibited a negative orientation. Moreover, both cognitive and emotional appeals were the most frequently employed persuasive strategies. Issues and news of an immediate nature were also predominant in the coverage.
- The indicator of separating opinion from video infographic content ranked first among the indicators of the objectivity and realism criterion adhered to by Videographic journalism on the websites of satellite news channels in covering major issues. Additionally, the indicator of the relevance of videos and images to the accompanying written text emerged as one of the most prominent indicators of the accuracy criterion. Furthermore, the indicators of not presenting a viewpoint followed by presenting a single viewpoint ranked highest in reflecting the level of balance in the treatment of major issues.
- The *neutrality index* ranked first among the indicators of the neutrality criterion. Likewise, the indicator of *providing information and new events in a timely manner* ranked highest within the immediacy criterion. Meanwhile, the indicator of *including all details of the news or the presented content* emerged as one of the most prominent indicators of the comprehensiveness and completeness criterion.
- The standard video infographic template ranked first among the types of templates used in Videographic journalism, followed immediately by the video motion graphics template. In terms of duration, videos ranging from one to less than two minutes were the most common length for Videographic journalism. The predominant language used was a mixed register of Modern Standard Arabic and colloquial Arabic. Regarding the artistic formats, the news template emerged as the most frequently employed in presenting major issues, followed by the news report template.
- **Keywords:** Videographic journalism, credibility, news websites, Al Arabiya, Al Jazeera, DW, BBC Arabic.

## مقدمة:

شهدت وسائل الإعلام في السنوات الأخيرة تطويراً ملحوظاً في انتاج وصناعة المحتوى بأشكال مختلفة، حيث ساعدت التحولات التقنية الهائلة في تكنولوجيا الاتصال والمعلومات إلى ازدياد حدة المنافسة بين القنوات الفضائية العربية والموجهة، والتي ظهرت بشكل كبير مع انتشار الأقمار الصناعية في الاهتمام بالإنتاج البرامجي والتوعي في القوالب الفنية في خارطتها البرامجية، واستخدام تقنيات جديدة ووسائل

متعددة من نصوص وصور وفيديوهات ورسوم، تسهم في تغيير جوهر الرسالة الإعلامية وفهم المحتوى، وذب المشاهد، وتقديم جميع جوانب الابهار البصري، ناهيك عن الكم الهائل من المعلومات والأخبار والأحداث المتسرعة التي شهدتها العالم خلال السنوات الأخيرة وتناقلتها وسائل الإعلام بزخم عبر شبكة الانترنت، دفع بهذه القنوات إلى استحداث أساليب جديدة ومتطرفة وسريعة في إيصال المحتوى بزمن قصير إلى الجمهور بما يحافظ على بقائه، ويلبي حاجاته المتعددة من المعرفة ومواكبة كل جديد، ومن ذلك صحفة الفيديو، والتي هي نتاج للتطور التكنولوجي السريع ومن أهم وسائل الإعلام الجديد، حيث تعد شكل من أشكال الصحافة الإلكترونية وانتقلت من النص المكتوب إلى تقديم مادة تحريرية مصورة بالفيديو عن طريق تقنية الوسائط المتعددة.

ويعد الفيديوجراف أحد أنواع صحفة الفيديو، وهو الفيديوهات التي تصمم عبر المزج بين الصور والفيديو والحركة والنص والصوت والرسوم، وتهدف لشرح فكرة معينة وعرضها بوضوح، وتوظيف النصوص التوضيحية المصاحبة والمؤثرات الصوتية والبصرية (مطاوع، 2022، ص265)، أي أنه من القوالب المستحدثة التي تم توظيفها في وسائل الإعلام المختلفة لتقديم المضمون الإخباري بطريقة جذابة عن طريق المزج بين المحتوى النصي والمرئي والمسموع.

وجاء توظيف القنوات التلفزيونية في الأونة الأخيرة وبشكل ملحوظ لصحفة الفيديو جراف في عرض المحتوى كواقع فرضته التكنولوجيا الحديثة على المؤسسات الإعلامية في الاهتمام باستخدام الوسائط المتعددة في عرض محتواها، حافظا على جودة الرسالة الإعلامية وصدقية الوسيلة، إضافة إلى أن بقائها واستمرارها والحفاظ على المتلقين لمحتواها مرهون بالتكيف مع التقنيات الجديدة. حيث لجأت العديد من القنوات الفضائية وخاصة الإخبارية إلى توظيف هذه التقنية في تقديم محتواها للجمهور سواء في عرض الأخبار أو الأحداث المختلفة وخاصة الآنية بعد أن أستخدمنت بشكل واسع في الصحف والموقع الإلكترونية الإخبارية عبر شبكة الانترنت، خطوة جديدة لمواجهة تحديات الفيديو الذي اقتصر عرضه على التلفزيون، وكالب جديد قد يصبح بدليلاً للتقرير التلفزيوني.

ما دفع المشاهد إلى توجيه انتظاره إليها، كون هذا القالب يتميز بسرعته في عرض الخبر وبساطته في إيضاح المعنى أو الفكره بإسلوب مبسط وبلغة قريبة من ثقافة الجمهور ، وبالاعتماد على عناصر الوسائط المتعددة، حيث تجمع بين أكثر من عنصر (النص - الصور - الفيديو - الرسوم- الصوت)، و التي تجذب انتباه المشاهد لأطول فترة ممكنه، وتحافظ على استمرار تلقيه للرسالة أو المعلومة او القضية المطروحة بما يؤثر على اتجاهاته نحوها.

وبالتالي إزدادت الحاجة إلى دراسة هذا النوعية من القوالب، كظاهرة تكنولوجية مستحدثة في تقديم المضمون الإعلامي، وكمصدر لاستقاء الأخبار والمعلومات، وهذا ما يوضح أهمية دراسة محتواها وكيفية توظيفها في م الواقع القنوات الفضائية الإخبارية في تناول و معالجة القضايا البارزة العربية والدولية، ومدى توازنها و التزامها بالدقة والموضوعية والمصداقية قدر الإمكان أثناء نقل الخبر أو الحدث.

## مشكلة الدراسة

أشارت العديد من الدراسات العلمية إلى أهمية صحفة الفيديوجراف وخاصة التي تعرض عبر المواقع الإلكترونية باعتبارها أحد أشكال الإعلام الرقمي ومن الخدمات الإخبارية الجديدة والمستحدثة على الساحة الإعلامية عبر الانترنت، والتي تعتمد على استخدام عناصر جذب مختلفة، كالصوت والصورة المتحركة، والخدع البصرية، و تستهدف جذب انتباه الجمهور إلى محتوى الفيديو، وأيضاً ما تتميز به من

قدرتها على الوصول إلى جمهور المتلقين بمختلف فئاتهم وعلى اختلاف سماتهم الديموجرافية و تزويدهم بالمعلومات والأخبار، ومن هذه الدراسات، دراسة: ( سعودي، 2024 ) و ( حسن، 2019 ) و ( الشرقي، 2021 ) و ( عطية، 2021 ) و ( Kalogeropoulos, Cherubini, & Newman, 2016 ) ، ويُعد الفيديو جراف أحد أشكال صحفة الفيديو المستخدمة في عرض المعلومات وجذب الجمهور و سرد القصص وايضاح محتوى المادة الصحفية المقدمة بالاعتماد على الوسائل المتعددة ما يؤثر على اتجاهات الجمهور.

ومما تقدم يتضح أهمية دراسة هذه النوعية من محتوى صحفة الفيديو جراف لرصد ومعرفة معايير المصداقية المقدمة فيها أثناء تناول القضايا البارزة، من حيث المحتوى والشكل ومدى ثرائها وعناصر الجذب والتسويق التي تتميز بها، وهذا ما تناولته الدراسة الحالية.

وبناءً على ما سبق تتحدد مشكلة الدراسة في التعرف على: ( معايير مصداقية صحفة الفيديو جراف في موقع القنوات الفضائية الإخبارية أثناء تناولها لقضايا البارزة).

## أهمية الدراسة

تتمثل أهمية هذه الدراسة في جانبيين، الجانب الأول: الأهمية العلمية النظرية، والجانب الثاني: الأهمية التطبيقية المجتمعية، والتي سنعرضها في الآتي:

### أولاً: الأهمية العلمية:

1. تُعد هذه الدراسة - حسب علم الباحثة - أول دراسة طبقت في بيئه جديدة وهي اليمن؛ حيث لا يوجد أية دراسات أو ابحاث يمنية تناولت موضوع صحفة الفيديو جراف، والتي تعد اتجاهًا جديداً في تقديم المضامين الإخبارية في القنوات الفضائية ونقلة في الاخبار.

2. أهمية دراسة موضوع صحفة الفيديو جراف باعتبارها أحد الأنماط الصحفية التي جاءت استجابة للتطورات التقنية الحديثة ومواكبتها وحققت انتشاراً واسعاً ومعدل استخدام كبير خلال الفترة الأخيرة، مما يتطلب تناول هذه الظاهرة بالبحث والدراسة.

3. الاهتمام البحثي الجديد بدراسات مصداقية وسائل الإعلام وخاصة الجديدة، وهذا ما تسعى إليه الدراسة الحالية في التعرف على مفهومها وطرق قياسها والوقوف على المعايير المحددة لمصداقية صحفة الفيديو جراف، بما يضفي الثقة بمحتواها.

### ثانياً: الأهمية التطبيقية المجتمعية:

1. إفادة القائمين بالاتصال في المؤسسات الإعلامية لاسيما التلفزيونية، والمهتمين بالإنتاج البرامجي والفيلمي في مجال إعداد وإنتاج هذا النوع من صحفة الفيديو جراف.

2. من المتوقع أن تفيد نتائج الدراسة الحالية الجهات الإعلامية التلفزيونية في التخطيط البرامجي التلفزيوني، والاستفادة من الفيديو جراف في عرض المعلومات وتلخيصها وبنها للجمهور.

3. تقدم هذه الدراسة تقييماً للأداء الإعلامي في موقع القنوات الفضائية الإخبارية حول معالجتها لقضايا العامة، وكشف توجهاتها المختلفة باستخدام قالب أو صحفة الفيديو جراف.

تم تقسيم محاور الدراسات السابقة إلى محورين رئيسيين هما، المحور الأول: الدراسات التي تناولت صحفة الفيديوجراف في المواقع الإخبارية، والمحور الثاني: الدراسات التي تناولت مصداقية صحفة الفيديو ووسائل الإعلام، وفيما يلي عرض لتلك الدراسات من الأحدث إلى الأقدم على النحو الآتي:

### المحور الأول: الدراسات التي تناولت صحفة الفيديوجراف في المواقع الإخبارية

#### 1- دراسة محمد سعودي (2024):

هدفت الدراسة إلى تحليل العلاقة بين طريقة معالجة الفيديوجراف في قنوات اليوتيوب الخاصة بالمواقع الإخبارية المصرية للقضايا الجارية واتجاهات الجمهور نحوها، وما إذا كانت تسهم في زيادة مستوىوعيهم واستيعابهم للقضايا الجارية من عدمه. بالإضافة إلى توصيف وتحليل واقع تجربة صحفة الفيديوجراف، ومحاولة استشراف مستقبلها في المؤسسات الصحفية المصرية. وهي دراسة وصفية، اعتمدت على المنهج المسحي بشقيه التحليلي والميداني، لعينة من قوالب الفيديوجراف التي تتجهها المؤسسات الإخبارية المصرية، وعينة ميدانية قوامها (660) شخصاً، و مقابلات متعمقة مع خبراء صحفة الفيديوجراف، وتوصلت الدراسة إلى أن الفيديوجراف العادي الذي يتضمن نصوصاً ولقطات مرئية دون توظيف الرسوم المتحركة، يحتل المرتبة الأولى ، يليها المoshen جرافيك، وأن المعالجة الإعلامية للقضايا الجارية كانت مزيج من الاستعمالات العاطفية والمنطقية معاً، كما تصدر هدف الشرح والتوضيح قائمة أهداف المعالجة للقضايا الجارية، فيما تصدرت فصحي العصر مقدمة مستويات اللغة في الفيديوجراف، ثم جاءت ( فصحي العصر والعامية معاً) في المرتبة الثانية، يليها العامية فقط، وأن مدتتها الزمنية كانت ما بين الدقيقتين إلى أقل من 4 دقائق، كما تصدر عرض وجهة نظر واحدة خلال المعالجة للقضايا الجارية.

#### 2- دراسة سامر بروش (2023):

هدفت الدراسة إلى التعرف على واقع توظيف مقاطع الفيديو في المواقع الاخبارية الدولية، معتمداً في البناء على نظرية ثراء وسائل الاعلام. وهي دراسة وصفية، اعتمدت على منهج المسح، باستخدام استمار التحليل، لعينة من المواقع, Dw, Sky news, Sky news, الجزيرة نت، وتوصلت الدراسة لعدة نتائج ابرزها اهتمام المواقع الثلاث بالتركيز على تغطية الموضوعات السياسية والاجتماعية والعسكرية بالدرجة الأولى، واعتمدت بدرجة كبيرة على مقاطع الفيديو التي تم انتاجها في المواقع الاخبارية نفسها إلى جانب المصادر الأخرى.

#### 3- دراسة علاء يوسف (2023):

سعت الدراسة إلى التعرف على استخدامات تقنية الإنفوجرافيك والموشن جرافيك في النشرات التليفزيونية لعرض المعلومات، وتوظيفها كأداة لتعزيز المحتوى الرقمي، وذلك بالتطبيق على موقعى العربية و BBC عربي، وخلصت الدراسة إلى اهتمام القناتين بالتقنيات التكنولوجية التي تجذب المشاهدين لمتابعة القضايا، وأشارت إلى أبرز العناصر المرئية المكونة للإنفوجرافيك والموشن جرافيك، حيث تمثلت في الخطوط والألوان والخلفيات والرسوم التعبيرية، أما العناصر الصوتية فقد اشتملت على الصوت البشري، ثم المؤثرات الصوتية، تليها الموسيقى، واعتمدت القناتان على الاستعمالات المنطقية في المقام الأول، تليها الاستعمالات المختلطة، بينما لم تحظ الاستعمالات العاطفية باي تكرارات .

## 4- دراسة نايف العلياني (2023):

هدفت الدراسة إلى التعرف على كيفية توظيف الواقع الإخبارية السعودية والأجنبية الموجهة بالعربية للفيديوجراف لمعالجة القضايا الإنسانية الناتجة عن جائحة كورونا، وهي دراسة وصفية، اعتمدت على منهج المسح، وتوصلت الدراسة إلى اعتماد غالبية الفيديوجراف على الخلفية الصوتية عبر المؤثرات الصوتية، وخاصة بتركيزها على الموسيقى الضمنية، إلى جانب موسيقى المصدر، كما تصدرت القصص الإنسانية المؤثرة في محاربة الفيروس قائمة موضوعات الفيديوجراف، وجاء الاتجاه الإيجابي الداعم في قائمة اتجاهات معالجة الفيديوجراف لقضايا.

## 5- دراسة رشا الشيخ (2022):

هدفت الدراسة إلى التعرف على القيم الإخبارية المتضمنة في الفيديوجراف المقدم بالواقع الإخبارية المصرية الحكومية والخاصة من حيث الشكل والمضمون. و تعد الدراسة من الدراسات الوصفية التحليلية، اعتمدت على منهج المسح الإعلامي، واستخدمت أداة تحليل المضمون، وأسلوب المقارنة المنهجية، لعينة من الواقع الإخبارية المصرية الحكومية والخاصة ولمدة شهر كامل للواقع في الفترة من 1 إبريل 2021 إلى 1 مايو 2021 بإجمالي عدد (263) فيديو جراف إخباري، و توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها أن فئة الأخبار والمواضيع السياسية جاءت مقدمة أهم المواضيع التي يتناولها الفيديو جراف، فيما تصدرت الأخبار الإيجابية مقدمة اتجاه محتوى الأخبار، كما جاء محرر الموقع في صدارة مصادر المعلومات التي تعتمد عليها قوالب الفيديوجراف، وأن التعليق والتعبير بالرأي من ضمن الأساليب التقاعدية المستخدمة في الفيديوجراف، كما ركزت على النص المكتوب المصاحب للفيديو جراف مع تكامل الوسائط المتعددة الأخرى كالموسيقى والصور والمؤثرات الصوتية والبصرية والتعليق الصوتي واللقطات الحية والرسوم الجرافيكية والانيمشن والجرافيك، وأخيراً الرسوم المتحركة، وجاء فئة التقرير الإخباري في صدارة نوع المادة الإخبارية للفيديوجراف، فيما تصدر فئة الخبر البسيط مقدمة مكونات الشكل الخبري للفيديو جراف.

## 6- دراسة نسمة مطاوع (2022):

هدفت الدراسة إلى الكشف عن كيفية توظيف الفيديوجراف في الصحافة الإخبارية الإلكترونية من خلال تحليل شكل ومضمون الفيديوجراف المنشورة عبر موقع الصحف الإلكترونية، وذلك بالتطبيق على موقع اليوم السابع، المصري اليوم، البوابة نيوز و أخبار اليوم، واتخذت من نظرية ثراء الوسيلة إطاراً نظرياً. وهي ضمن الدراسات الوصفية، اعتمدت على منهج المسح الإعلامي، باستخدام أداة تحليل المضمون ، لعينة قدرها (660) فيديوجراف، خلال شهري يوليو وأغسطس 2020م، وخلصت الدراسة إلى أن جميع أهداف صحف الدراسة في تناولها للأخبار عبر الفيديو جراف كانت ذات طابع إخباري، يليها الموضوعات ذات الطابع المعلوماتي والثقافي، فيما أشارت إلى أن التعليق و النص والصور الثابتة والموسيقى الخلفية كانت بمثابة القاسم المشترك فيما يتعلق بتوظيف الوسائط المتعددة في ملفات الفيديو جراف ، وتصدر الأسلوب الوصفي للحدث الترتيب الأول، وكانت الطبيعة الخاصة بالمضامين الإخبارية عبر تقنية الفيديوجراف آنية، وأن أساليب توظيف الواقع الإلكترونية للفيديو جراف، من خلال إدراجه كمكمل أو إلحادي للخبر أو الموضوع الذي يتناوله، كما أن مدة الفيديو تتراوح ما بين الدقيقة إلى أقل من دقيقة، يليها الأقل من دقيقة.

## 7- دراسة صلاح الدين الصبار (2021):

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على استخدامات موقع سكاي نيوز عربية والجزيرة للوسائط المتعددة ، الانفوجرافيك والفيديو موشن جرافيك، كأداة رقمية تعزز المحتوى الرقمي الإخباري من خلال تقديم المعلومة معززة بالرسوم والأشكال التوضيحية وashرطة الفيديو والرسوم المتحركة، وتعمل على تعزيز

المعرفة والفهم للجمهور بما تقدمه من أخبار ومعلومات. تتنمي الدراسة للدراسات الوصفية، واعتمدت على منهج المسح، باستخدام استمارية تحليل المضمون، لعينة من الوسائط المتعددة في موقع قناتي الجزيرة، وسكاي نيوز عربية من خلال الأسبوع الصناعي، حيث جرى تحليل (263) وحدة تحليلية من الإنفوجرافيك والفيديو موشن جرافيك، وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها أن الموضوعات السياسية والاجتماعية والرياضية من أكثر الموضوعات التي تناولها الإنفوجرافيك والفيديو جرافيك في موقع الجزيرة وسكاي نيوز العربية، بينما ركزت أساليب عرض البيانات في الإنفوجرافيك والفيديو جرافيك في كلا الموقعين على الأسلوب الوصفي، وجاءت الاستعمالات العاطفية في المرتبة الأولى.

## 8- دراسة وداد أرباب (2021):

سعت الدراسة إلى التعرف على مدى اهتمام الواقع الإخبارية الإماراتية بتوظيف أدوات التحرير الإلكترونية وأساليبه المدعومة بتقنيات الوسائط المتعددة في محتوى وشكل المادة الإخبارية المنشورة عبر صفحاتها، كما هدفت للتعرف على كيفية إدماج عناصر الوسائط (النص، الصورة، الفيديو، الرسوم، الإنفوجرافيك، الصوت) في المادة الإخبارية (الأخبار، التقارير الإخبارية، القصص الإخبارية) بموقع الدراسة. وهي دراسة وصفية، باستخدام منهج المسح التحليلي لعينة من الواقع، في الفترة الزمنية 6/1/2021، والمنهج المقارن، وتوصلت الدراسة إلى أن جميع موقع الدراسة اتفقت في تقديم مضمونها الإخبارية مدعومة بثلاثة عناصر مدمجة بالوسائل المتعددة هي النص الصورة الرسوم، فيما لم توظف مطلقاً عنصر الصوت الذي يأتي مدمجاً مع جميع عناصر الوسائط المتعددة، كما أثبتت أن الواقع لم تستطع أن تدعم مضمونها الإخبارية بكل عناصر الوسائط المتعددة وهي (النص، الصور، الصوت، الرسوم، الإنفوجرافيك، الفيديو).

## 9- دراسة راضي عطوة (2020):

هدفت الدراسة إلى التعرف على استخدام الوسائط المتعددة في الواقع الإلكترونية للصحف من خلال رصد عناصر (الفيديو- الصوت- الإنفوجرافيك- الصور). وهي دراسة وصفية، اعتمدت على منهج المسح والمنهج المقارن، واستخدمت استمارية تحليل المضمون، لعينة (52) من موقع الصحف اليومية على شبكة الانترنت (التايمز البريطانية، الأهرام المصرية ونيويورك تايمز الأمريكية)، وكانت أهم النتائج التي توصلت لها الدراسة أن موقع صحفة التايمز البريطانية ونيويورك تايمز الأمريكية اعتمد على الفيديو جراف العادي الذي يحتوى على تعليق صوتي ونص، يليه الموشن جرافيك في المرتبة الثانية والأخيرة، وأن اللقطات الحية و التعليق الصوتي و النص من الوسائط المتعددة التي تم توظيفها في الفيديو جراف على الواقع الإخبارية.

## 10- دراسة احمد يوسف (2020):

هدفت الدراسة إلى رصد أكثر الفنون الصحفية إنتاجاً في صحفة الفيديو الإلكترونية المصرية، والكشف عن مصادر الإنتاج المختلفة لصحفة الفيديو في الصحف الإلكترونية المصرية، وحجم الإنتاج بالدقائق وكذلك بالثواني. وهي دراسة وصفية، اعتمدت على منهج المسح، باستخدام استمارية تحليل المضمون، لعينة من مقاطع الفيديو في كل من بوابة الوفد وبوابة الأهرام وموقع اليوم السابع، وتوصلت الدراسة إلى أن أكثر الموضوعات المقدمة في صحفة الفيديو في الصحف الإلكترونية المصرية عينة الدراسة هي الموضوعات المتعلقة بالحوادث والأمن، كما أن اللغة العالمية هي أكثر اللغات المقدمة في صحفة الفيديو في الصحف الإلكترونية المصرية، فيما كان الخبر من أكثر الفنون الصحفية توظيفاً في صحفة الفيديو، وتراوحت مدة الفيديو من دقيقة أي دقيقة و 29 ثانية.

## 11- دراسة حسني رفت (2020):

سعت الدراسة للتعرف على القيم الإخبارية التي تضمنتها مقاطع الفيديو المنشورة في المواقع الإلكترونية ممثلة بموقع شبكة الإعلام العراقي والجريدة عراق للمدة من 1/1/2019م إلى 31/1/2019م، وهي من البحوث الوصفية، اعتمدت على منهج المسح التحليلي، مستخدماً أداة تحليل المضمون، توصلت الدراسة إلى مجموعة من الاستنتاجات أهمها إن القيمة الإخبارية الأكثر ظهوراً في مقاطع الفيديو في الموقعين قيد التحليل هي قيمة الآنية أو الحالية، كما تصدرت مقاطع الفيديو التي سلطت الضوء على موضوعات وقضايا سياسية وأمنية المراتب الأولى بمعدلات ونسب عالية.

## 12- دراسة أحمد الزهراني، مروة عطية (2019):

سعت الدراسة إلى رصد وتحليل قوالب الفيديو جراف التي يجري من خلالها سرد ونقل المضمون الإخبارية في موقع الصحافة العربية والغربية على شبكة الإنترنت. وتعد من الدراسات الوصفية، اعتمدت على منهج المسح والمنهج المقارن، واستخدمت أداة تحليل المضمون بشقيها الكمي والكيفي لتحليل أنماط الوسائط المعلوماتية المستخدمة في بناء وتكوين هيكل الفيديو جراف، إضافة إلى رصد الموصفات الفنية الخاصة به، و كذلك التعرف على طبيعة المضمون الإخبارية التي تسرد وتنقل من خلال توظيف قالب الفيديو جراف، وبالتالي على (400) موضوع إخباري نشرت في ثماني مواقع شملت - CNN- روسيا اليوم - العربية نت - BBC - أخبار اليوم السابع - ديتشو فيله - الشرق الأوسط، و خلصت الدراسة إلى مجموعة من النتائج، أهمها وجود تباين بين المواقع الإخبارية في توظيف الفيديو جراف، فالموقع العربية وظفته بشكل أساسي في الم موضوعات السياسية والاقتصادية والاجتماعية والرياضية والعسكرية، بينما كان تركيز الموقع الغربية الناطقة باللغة العربية على فئة الم موضوعات الفنية والتقنية والسياحية والبيئية والتنمية والعلمية، كما تصدر استخدام قالب الفيديو جراف في تقديم الأخبار الآنية، فيما كانت بعض الوسائط المعلوماتية "الموسيقي الخلدية، إضافة إلى "الحركة" قاسم مشترك في المواقع الإخبارية، كما أن هذه المواقع توظف الفيديو جراف ذات المدة الزمنية الصغيرة أقل من دقيقة أو من دقيقة إلى أربع دقائق بدرجة كبيرة جداً.

## 13- دراسة Yu Xiang (2019):

هدفت الدراسة إلى التعرف على المخرجات الصحفية لمنصات الفيديو القصيرة في الأوساط الإعلامية، واستكشفت كيف يتم تحديد أدوار المستخدمين العاديين لهذه المنصات من خلال مشاركتهم في الإنتاج الفعلي للأخبار والمعلومات، من خلال دراسة ثلاثة منصات إخبارية مختلفة تابعة لوكالة أنباء شينخوا، كما تم تبنيها وتكييفها من محتوى وهي: Kwai, Pear Video, Kwai Insight ، وتشير النتائج إلى أن مقاطع الفيديو التي أنشأها المستخدمون في أخبار شينخوا و Pear Video و Kwai Insight ، لها تفضيل واضح للموضوعات السياسية والمسلية مع التركيز على أطر الاهتمام والأخلاق الإنسانية، وعلى الرغم من أوجه التشابه بينهما، فإن هذه المنصات الثلاث لها طرق مختلفة للغاية للسماح لمستخدمي الإنترنت بالتدخل في بناء أطر الأخبار الخاصة بهم، فالاستخدام المتزايد لتكنولوجيا وسائل الإعلام من قبل مستخدمي الإنترنت يعزز مساهمتهم في النقاش العام حول بعض القضايا الاجتماعية طواعية.

## 14- دراسة Van Kricken (2018):

هدفت الدراسة إلى التعرف على التقنيات السردية التي توظف في تقديم القصص الصحفية متعددة الوسائط، والكيفية التي يجري من خلالها توظيف النصوص والصور والفيديو والصوت والرسوم المتحركة لدمج المتنقلي في تفاصيل وأحداث الخبر و التعايش معه، اعتمدت على منهج دراسة الحالة، وطبقت على عينة لقصة إخبارية نشرت في الموقع الإلكتروني لصحيفة New York Times، توصلت

الدراسة إلى أنه يعاد بناء تفاصيل ومشاهد الخبر بشكل واضح من خلال مزيج من النصوص والصور والفيديو والرسوم المتحركة، بحيث يتم التعبير عن بنية الحدث الأساسية في القصة من خلال توظيف النص والصورة، كما أشارت إلى ضرورة تكامل النص الذي لا يزال تقنية أساسية من تقنيات السرد الصحفى مع باقى الأشكال والأنماط الأخرى للوسائل المتعددة بما يحقق الاندماج.

15- دراسة إيمان الغريب (2018) :

هدفت الدراسة إلى رصد سياسات ومحددات وأخلاقيات نشر مقاطع الفيديو على بوابات الصحف الإلكترونية، ورصد سمات تعليقات الجمهور المصاحبة لهذه المقاطع. وهي دراسة وصفية، اعتمدت على منهج المسح الإعلامي، باستخدام أداة تحليل المضمون، لتحليل محتوى مقاطع الفيديو والتعليقات المصاحبة لها لموععي اليوم السابع وفيتو في الفترة من 1 فبراير 2017 إلى منتصف مارس من العام نفسه. وخلصت الدراسة إلى تصدر المضمون الاجتماعي قائمة المضمون في مقاطع فيديو على موقع الصحف الإلكترونية، كما جاءت الأخبار والتقارير أكثر الفنون الصحفية توظيفاً لمقاطع الفيديو، وتم توظيف مقاطع الفيديو في عرض أحداث جارية بنسبة (56.4%) مقابل (43.6%) لأحداث غير جارية.

## المحور الثاني: الدراسات التي تناولت مصداقية صحفة الفيديو ووسائل الإعلام

1- دراسة هشام خير الله (2024) :

هدفت الدراسة إلى التعرف على مدى مصداقية التناول الإعلامي للأزمات الاقتصادية عبر موقع الصحف الإلكترونية وعلاقتها بثقة الجمهور المصري واتجاهاته نحوها، وتنتمي هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية، اعتمدت على منهج المسح بشقيه التحليلي والوصفي، باستخدام أداتين، تحليل المضمون، لعينة من موقع الصحف الإلكترونية وهي صحفة اليوم السابع الإلكترونية - صحفة الأهرام الإلكترونية، وأداة الاستبيان، لعينة عشوائية قوامها (٦٨٥) مفردة من الجمهور المصري، وتوصلت الدراسة إلى أن الوسيط نص وصورة جاءا في مقدمة أشكال عرض المضمون الصحفية المتعلقة بالأزمات الاقتصادية في الصحف الإلكترونية، ويليه في الترتيب الثاني نص وصورة وفيديو.

2- دراسة هبة شفيق (2024) :

هدفت الدراسة إلى التعرف على مدى مصداقية برامج البوذكاست كمصدر للمعلومات والأخبار لدى الجمهور المصري، وتحليل عناصر مصداقية برامج البوذكاست ودراسة العوامل المؤثرة فيها. وهي دراسة وصفية، اعتمدت على النموذج البنائي للمصداقية، وإطار تحليل مصداقية البوذكاست (PodCred)، وخلصت الدراسة إلى التزام برامج البوذكاست، عينة الدراسة، بأغلب العوامل التي من شأنها تحقيق مكونات المصداقية التي شملت؛ الدقة، والشمول، والحالية، والفورية، والواقعية، والموضوعية، والتوازن، والصدق، والأهمية، والتفاعلية، كما أن اليوتيوب جاء في الترتيب الأول من بين التطبيقات التي يستخدمها الجمهور للاستماع للبوذكاست، وجاء مؤشر "الدقة" في المرتبة الأولى ضمن مؤشرات مصداقية البوذكاست، أما بالنسبة لعناصر المصداقية في البوذكاست الإخباري، فجاءت "التفاعلية" في الترتيب الأول، يليها "الأهمية" في الترتيب الثاني، وفي الترتيب الثالث "الفورية".

3- دراسة جمال سيلان (2022) :

هدفت الدراسة إلى تحليل وتقييم دراسات وأدبيات مصداقية وسائل الإعلام، لتحديد المعايير الرئيسية ومؤشراتها الفرعية المناسبة لقياس مصداقية الواقع الإخبارية الإعلامية، ومن ثم تحليل مدى التزام

الموقع الإخبارية اليمنية والערבية بهذه المعايير فيتناولها لقضايا المحلية التي برزت في تغطيتها الإخبارية، ومدى إدراك الشباب اليمني لتوفير هذه المعايير في هذه التغطية، ومستوى تصديقهم لها. واستخدمت الدراسة منهج التحليل من المستوى الثاني، والمنهج النقدي، وتحليل المضمون والمسح الميداني، والمنهج المقارن، وتوصلت الدراسة إلى أن مؤشرات (من ماذا أين لماذا) أي - ذكر كل تفاصيل الخبر- جاء في المرتبة الأولى في قائمة مؤشرات معيار تكامل وعمق الأخبار التي تناولتهاها الواقع العربية، وأن النسبة الأكبر من الأخبار التي تناولتهاها الواقع العربية عينة الدراسة مجتمعة، كانت متحيزة، كما أن مؤشر الأخبار التي اكتفت بعرض وجهة نظر واحدة فقط، جاءت أولاً في تغطية الواقع العربية مجتمعة لقضايا المحلية، وجاء مؤشر التحديث الفوري بنشر أخبار عاجلة في الواقع العربية، بنسبة مرتفعة (100)، يليها مؤشر تحديث الواقع العربية مجتمعة للأخبار، بنشر أخبار جديدة مرتبطة بالأحداث اليومية، في الترتيب الثاني.

## 4- دراسة عبد الله، ومصطفى (2021):

هدفت الدراسة إلى التعرف على مدى التزام القنوات الفضائية الإخبارية المصرية، والعرب بضوابط ومعايير المصداقية في تغطيتها لأحداث العنف والإرهاب، وهي من الدراسات الوصفية، اعتمدت على منهج المسح، باستخدام تحليل المضمون، لعدد 42 نشرة إخبارية في ثلاث قنوات الحدث، والجزيرة، وأكسترا نيوز المصرية، وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج أهمها، أن ما نسبته (47.5%) من الأخبار في قناة أكسترا نيوز كانت متوازنة، وانخفضت هذه النسبة في قناة الحدث لتصل إلى (41.7%)، ولم تتعدد نسبتها في قناة الجزيرة عن (35.7%)، كما أن أكثر المصادر التي اعتمدت عليها القنوات الثلاث كانت فئة خبراء ومتخصصين، يليها فئة المصادر الرسمية والعسكرية.

## 5- دراسة سالي نصار (2017):

سعت الدراسة للتعرف على مدى مصداقية المعلومات التي تقدمها الصحفات الإخبارية على موقع التواصل الاجتماعي، واتجاهات النخبة الإعلامية نحوها ومدى اعتمادها على هذه الواقع، وتنتمي هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية، اعتمدت على منهج المسح، باستخدام أداتين، تحليل المضمون، لعينة عمدية قوامها أربع صحفات إخبارية سياسية على موقع فيسبوك في الفترة من 1 يناير 2015 وحتى 31 أغسطس 2015 ، وذلك لمدة شهر، وأداة الاستبيان، لعينة عمدية قوامها 80 مفردة من النخبة الأكاديمية والممارسين للعمل الإعلامي، وتوصلت الدراسة إلى أن أبرز معايير المصداقية المتعلقة بالصفحة الإخبارية، والخاصة بالمسؤولية الفكرية هي وضوح هوية المسؤول عن مصدر المعلومات أو الحدث، كما أن أبرز معايير المصداقية المتعلقة بمحظى الخبر ودقته، وضوح نوع الخبر وهدفه، إضافة إلى موضوعية وحيادية تناول الحدث.

## 6- دراسة Srinivasan, & Barclay (2017) :

سعت الدراسة إلى تقييم مصداقية الموضوعات الإخبارية في وسائل الإعلام، من خلال مصداقية المصدر، ومصداقية الوسيلة، ومصداقية الرسالة، اعتمدت على منهج المسح بشقيه الوصفي والتحليلي، باستخدام أداتين، تحليل مضمون (102) موضوعاً، تم الحصول عليها من ثلاث صحف إنجليزية صادرة في الهند، واستماراة الاستبيان، لعينة (306) مفردة، وخلصت الدراسة إلى أن هناك علاقة ارتباط إيجابية بين مصداقية الرسالة، ومصداقية المصدر، ومصداقية الوسيلة، ولم توجد علاقة ارتباط بين مصداقية المصدر، ومصداقية الوسيلة، مما يعني أن مصداقية مصادر الأخبار لم تؤثر على التصور العام لمصداقية الوسيلة.

## 7- دراسة محمد طه (2017) :

هدفت الدراسة إلى التعرف على مستويات مصداقية مضمون إعلام المواطن عبر موقع التواصل الاجتماعي، والبرامج الحوارية في القنوات الفضائية المصرية لدى الشباب المصري، ورصد معايير مصداقية كل منهم، ورصد آراء واتجاهاتهم حولها، إضافة إلى التعرف على حجم الأخبار مجهرة المصدر المقدمة بوسائل إعلام المواطن، وهي دراسة وصفية، اعتمدت على منهج المسح بشقيه الوصفي والتحليلي، باستخدام أداتين، تحليل المضمون، لعينة من موقعي في وسائل التواصل الاجتماعي فيسبوك ويوتيوب، وبرنامجين في قناتين مصرتين، وأداة الاستبيان على عينة مكونة من (400) من الشباب المصري، وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج أهمها أن مقاطع الفيديو بقنوات اليوتيوب أكثر استناداً إلى مصادر موثقة من صفحات المبحوثين الخاصة، كما أن مقاطع الفيديو بقنوات اليوتيوب كانت أكثر مراعاة لمعايير المصداقية مقارنة بما هو منشور بالصفحات الشخصية للمبحوثين على الـ Facebook.

## 8- دراسة إيمان دوابة (2016) :

هدفت الدراسة للتعرف على مدى التزام القنوات الفضائية بمعايير المعايير المحددة للمصداقية، ومدى مصداقية الأخبار في هذه القنوات لدى أخصائي الإعلام التربوي وعلاقتها بأدائهم المهني وإدراكهم للواقع. وهي دراسة وصفية، اعتمدت على منهج المسح الإعلامي بشقيه الوصفي والتحليلي، باستخدام أداتين، تحليل مضمون برنامجين لقناة عربية، وقناة مصرية، وأداة الاستبيان لعينة عشوائية قوامها (100) مبحث، وخلصت الدراسة إلى عدد من النتائج أهمها، أن عرض وجهة نظر واحده جاء في صدارة معيار التوازن في تقديم الأخبار في برنامج الحدث المصري، وبنسبة مرتفعة، وأن ما نسبته (15.2%) فقط من الأخبار المعروضة يعرض وجهات نظر متعددة، كما جاءت الثقة بالقناة، وسمعة القناة وشهرتها، في مقدمة العوامل التي يعتمد عليها المبحوثون لتقدير المصداقية.

## 9- دراسة مهيتاب الرافعي (2014) :

هدفت الدراسة إلى التعرف على مؤشرات وعناصر مصداقية تغطية موقع الصحف الإلكترونية المصرية ومحدداتها بعد 30 يونيو 2013 بالقياس إلى عينة من موقع الحركات السياسية، وعينة من النخبة المصرية، وهي من الدراسات الوصفية، اعتمدت على منهج المسح، باستخدام أداتين، تحليل المضمون لموقع بوابة الأهرام وبوابة الوفد وبوابة مصراوي خلال الفترة من 30 يونيو 2013 وحتى 14 يناير 2014 ، وأداة الاستبيان، لعينة قوامها 200 مفردة من النخبة المصرية، وتوصلت الدراسة إلى أن أول العوامل التي تؤثر في مصداقية الموقع الإخبارية هي : استناد المادة الإعلامية المنشورة عليها إلى مصادر موثقة، كما احتلت وكالة الأنباء صدارة المتصدر الرقمية التي اعتمدت عليها موقع الدراسة، فيما تبين أن ما نسبته (98.5%) من المادة الإعلامية المنشورة بموقع الدراسة استناد إلى مصادر موثقة.

## 10- دراسة مني هاشم (2012) :

سعت الدراسة للتعرف على مصداقية موقع بعض الصحف المصرية على الانترنت وعلاقتها بتفاصيل الجمهور المصري . وهي دراسة وصفية، اعتمدت على منهج المسح الإعلامي، باستخدام أداة تحليل المضمون، لعدد (6) موقع قومية، وحزبية، وخاصة، وعينة عدمية قوامها (400) مبحث، وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج أبرزها أن أكثر عوامل المصداقية الموجدة في موقع الصحف المصرية عينة الدراسة هي الحياد والموضوعية، ثم مهارة، وشهرة الصحفيين، كما أن أكثر أشكال التفاعلية التي أتاحتها مواقع الصحف المصرية هي مشاركة الخبر واتاحة التعليق، كما أن 26.7% من مصادر المادة المنشورة مجهرة المصدر.

## 11- دراسة Chung, Nam, Michael (2012):

سعت الدراسة إلى تحديد العوامل التقليدية والتكنولوجية التي تؤثر على مصداقية المعلومات من مزودي الأخبار عبر الإنترن特 واستكشاف العلاقات بين خصائص مصداقية مصادر الأخبار عبر الإنترن特 بما في ذلك النص التشعبي والتفاعل والوسائل المتعددة ، تقسم هذه الدراسة مصادر الأخبار عبر الإنترن特 إلى ثلاثة فئات وفقاً لخصائصها - مصادر الأخبار السائد والمستقلة والفقيرة عبر الإنترن特 - و تستكشف أبعاد المصداقية المتصورة لتوفير فهم أكثر شمولاً لطبيعة مصادر الأخبار عبر الإنترن特، اعتمدت الدراسة على منهج المسح، باستخدام استمارة الاستبيان، لعينة قوامها (288) طالباً جامعياً بأمريكا، وتم قياس المصداقية كمفهوم متعدد المعايير، خلصت الدراسة إلى أن الارتباطات التشعبية أو التشعبات النصية لمصادر الأخبار عبر الإنترن特 من نوع الفهرس والمصممة جيداً والتي تسمح بسهولة الوصول من خلال النقر، والقدرة على مشاركة المعلومات مع الآخرين، وعرض الأخبار ذات الصلة هي عوامل مهمة لزيادة المصداقية.

## 12- وليد النجار، (2011):

هدفت الدراسة إلى التعرف على درجة مصداقية الواقع الصحفية الإلكترونية وعلاقتها بدرجة الاعتماد، والتعرف على درجات المصداقية لهذه الواقع من وجهة نظر الصفة، وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج من أهمها: أن التفاعلية من أكبر سمات التغطية الإعلامية، التي ترفع من المصداقية، وأن الصفة أكثر تعرضاً للم الواقع الإخبارية الإلكترونية. وأن موقع الصحف القومية (الأهرام - الأخبار - الجمهورية) من أكثر الواقع إقبالاً من جمهور الصفة ، وذلك لأنها تقدم تغطية صحفية شاملة ومصدر ثقة ومعرفة كل ما هو جديد، كما أن أهم العوامل التي تؤثر في مصداقية هذه الواقع وهي شهرة هذه الواقع، ثم الموضوعية والحيادية والتحديث .

### التعقيب على الدراسات السابقة:

- من خلال الإطلاع على الدراسات السابقة العربية لوحظ ندرة الدراسات التي تناولت صحفة الفيديوجراف كشكل مستقل من أشكال صحفة الفيديو وضمن صحفة البيانات، وإنما تم تناوله كأحد الأنواع التفاعلية للإنفوجرافيك في الصحف الإلكترونية.
- من حيث المصداقية لوحظ عدم وجود أي دراسة تتناول مصداقية صحفة الفيديوجراف في موقع القنوات الفضائية الإخبارية كشكل مستقل.
- اقتربت بعض الدراسات الأجنبية من مفهوم الفيديو جراف، وذلك من خلال طرحها لمصطلح السرد أو عناصر البناء السردي وعناصر التفاعلية و الوسائل المتعددة، في دعم وبناء المضمون المقدم، ولكنها لم تحدد أسس أو عناصر تكوينه أو طريقة تقديمها للمضمدين بشكل واضح.

### أهداف الدراسة

تسعى الدراسة لتحقيق هدف رئيس يتمثل في التعرف على: (مصداقية صحفة الفيديوجراف في موقع القنوات الفضائية الإخبارية في تناولها للقضايا البارزة)، ولتحقيق الهدف الرئيس يسعى البحث إلى تحقيق الأهداف الفرعية الآتية:

#### أولاً : الأهداف المتعلقة بالمضمون (فماذا قيل؟):

1. التعرف على نوعية الموضوعات التي تتناولها صحفة الفيديوجراف في موقع القنوات الفضائية الإخبارية.

2. التعرف على القضايا البارزة التي تناولتها صحفة الفيديوجراف في موقع القنوات الفضائية الإخبارية.
3. التعرف على اتجاهات معالجة صحفة الفيديوجراف في موقع القنوات الفضائية الإخبارية للقضايا البارزة.
4. التعرف على مصادر المعلومات التي استقت منها صحفة الفيديوجراف في موقع القنوات الفضائية الإخبارية في تناول القضايا البارزة.
5. التعرف على الاستعمالات المستخدمة في صحفة الفيديوجراف في موقع القنوات الفضائية الإخبارية أثناء معالجة القضايا البارزة.
6. التعرف على مدى مواكبة صحفة الفيديوجراف في موقع القنوات الفضائية الإخبارية للأحداث والقضايا البارزة.
7. التعرف على معايير المصداقية التي التزمت بها صحفة الفيديوجراف في موقع القنوات الفضائية الإخبارية أثناء معالجة القضايا البارزة.

**ثانياً: الأهداف المتعلقة بالشكل (فناًت كيف قيل؟):**

1. التعرف على نوع القالب المستخدم في صحفة الفيديوجراف بمواقع القنوات الفضائية الإخبارية أثناء معالجة القضايا البارزة.
2. التعرف على المدة الزمنية المستغرقة في عرض القضايا البارزة في صحفة الفيديوجراف بمواقع القنوات الفضائية الإخبارية.
3. التعرف على أساليب الثراء الإعلامي التي تضمنتها صحفة الفيديوجراف في موقع القنوات الفضائية الإخبارية أثناء معالجة القضايا البارزة.
4. التعرف على اللغة المستخدمة في صحفة الفيديوجراف بمواقع القنوات الفضائية الإخبارية أثناء معالجة القضايا البارزة.
5. التعرف على نوع المادة الإخبارية (القوالب الفنية) التي ظهرت بها صحفة الفيديو جراف في موقع القنوات الفضائية الإخبارية في عرض القضايا البارزة.

**تساؤلات الدراسة**

تسعى الدراسة للإجابة عن التساؤل الرئيس المتمثل في: (ما معايير مصداقية صحفة الفيديوجراف في موقع القنوات الفضائية الإخبارية في تناولها لقضايا البارزة؟)، ولتحقيق التساؤل الرئيس يسعى البحث إلى تحقيق التساؤلات الفرعية الآتية:

**أولاً: التساؤلات المتعلقة بالمضمون (فناًت ماذا قيل؟):**

1. ما نوعية الموضوعات التي تناولتها صحفة الفيديوجراف في موقع القنوات الفضائية الإخبارية؟
2. ما القضايا البارزة التي تناولتها صحفة الفيديوجراف في موقع القنوات الفضائية الإخبارية؟

3. ما اتجاهات معالجة صحفة الفيديوجراف في موقع القنوات الفضائية الأخبارية للقضايا البارزة؟
4. ما مصادر المعلومات التي استنقت منها صحفة الفيديوجراف في موقع القنوات الفضائية الأخبارية في تناول القضايا البارزة؟
5. ما الاستعمالات المستخدمة في صحفة الفيديوجراف في موقع القنوات الفضائية الأخبارية أثناء معالجة القضايا البارزة؟
6. ما مدى موافقة صحفة الفيديوجراف في موقع القنوات الفضائية الإخبارية للأحداث والقضايا البارزة؟
7. ما معايير المصداقية التي التزمت بها صحفة الفيديوجراف في موقع القنوات الفضائية الإخبارية أثناء معالجة القضايا البارزة؟

ثانياً: التساؤلات المتعلقة بالشكل (فناًت كيف قيل؟):

1. ما نوع القالب المستخدم في صحفة الفيديوجراف بمواقع القنوات الفضائية الإخبارية أثناء معالجة القضايا البارزة؟
2. ما المدة الزمنية المستغرقة في عرض القضايا البارزة في صحفة الفيديوجراف بمواقع القنوات الفضائية الإخبارية؟
3. ما أساليب التراث الإعلامي التي تضمنتها صحفة الفيديوجراف في موقع القنوات الفضائية الإخبارية أثناء معالجة القضايا البارزة؟
4. ما اللغة المستخدمة في صحفة الفيديوجراف بمواقع القنوات الفضائية الإخبارية أثناء معالجة القضايا البارزة؟
5. ما نوع المادة الإخبارية (القوالب الفنية) التي ظهرت بها صحفة الفيديو جراف في موقع القنوات الفضائية الإخبارية في عرض القضايا البارزة؟

الإجراءات المنهجية للدراسة

أولاً: نوع الدراسة ومنهجها:

1- نوع الدراسة:

تنتمي هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية.

2- منهج الدراسة:

- اعتمدت الدراسة الحالية على منهج المسح الإعلامي (مسح المضمون) بهدف الحصول على معلومات منتظمة حول توظيف صحفة الفيديوجراف في موقع القنوات الفضائية الإخبارية، ومعايير المصداقية والوسائل المستخدمة في تقديمها وطبيعة المضمون الإخبارية المقدمة.
- كما اعتمدت الدراسة على المنهج المقارن بهدف عقد المقارنات بين القنوات العربية والموجهة (الناطقة بالعربية) في أساليب توظيفها للفيديو جراف في نشراتها الإخبارية أو خارطتها البرامجية على مدار اليوم ومعايير المصداقية.

ثانياً: مجتمع الدراسة وعينتها:

## 1- مجتمع الدراسة التحليلية:

تمثل مجتمع الدراسة في جميع القنوات الفضائية الإخبارية والموجهة (الناطقة بالعربية) التي وظفت صحافة الفيديو جراف في نشراتها وخارطتها البرامجية على مدار اليوم.

## 2- عينة الدراسة التحليلية:

بعد إجراء دراسة استطلاعية على جميع القنوات الفضائية الإخبارية لمعرفة أي منها الأكثر استخداماً وتوظيفاً لصحافة الفيديو جراف سواء بشكل منظم أو غير محدد، تم تحديدها في أربع قنوات فضائية إخبارية تمثلت في: قنوات عربية (الجزيرة، والعربية) وقنوات موجهة (DW، BBC عربي)، لتكون العينة العمدية التي ستخضع لتحليلها في هذه الدراسة. وذلك خلال المدة الزمنية للدراسة والممتدة لثلاثة أشهر متتالية من الفترة 1/مايو/2025 إلى 31/يوليو/2025.

### سبب اختيار عينة القنوات:

- اتضح من نتائج الدراسة الاستكشافية الأولية أن أكثر القنوات العربية توظيفاً لصحافة الفيديو جراف في عرض محتواها الإعلامي هي القنوات التالية: (الجزيرة - DW - BBC عربي) لذلك ستكون هي عينة الدراسة التحليلية بوصفها من أكثر القنوات توظيفاً لهذه التقنية.

- أنها من أكثر القنوات شهرة واستخداماً للتقنيات الحديثة والوسائل المتعددة التي تسهم في تبسيط المحتوى الإعلامي وشرحه بطريقة مختصرة وبوقت زمني قياسي قصير.

## ثالثاً: أدوات جمع البيانات:

أداة تحليل المحتوى: تحليل مضمون (كمي) لمضمونين صحافة الفيديو في موقع القنوات الفضائية الإخبارية عينة الدراسة من حيث المضمون والشكل. وتم إعداد استماره التحليل في ضوء أهداف الدراسة وتساؤلاتها، بعد تحديد وحدات وفئات التحليل، وتعريفها إجرائياً، وبعد إجراء الفحص الأولي لمحتوى فيديوهات هذه النوعية من القوالب المستحدثة.

## رابعاً: اختبارات الصدق والثبات:

1- اختبار الصدق: تم عرض الاستمار على مجموعة من المحكمين لعدد (26) مكمماً من الأئمة الأكاديميين المتخصصين ومن ذوي الخبرة في مجال الإعلام؛ للتتأكد من أنها تتطابق مع أهداف الدراسة وتساؤلاتها البحثية وشمولها، إضافة إلى دقة ووضوح التعريفات الإجرائية لفئات التحليل، لتكون الاستمارة صالحة لقياس ما وضع لقياسه.

2- اختبار الثبات: قامت الباحثة نفسها بإجراء طريقة الاختبار الزمني لاستماره التحليل بنسبة (5%) من عينة الفيديوهات، على فترتين مختلفتين للعينة نفسها، وذلك باتباع آلية الترميز نفسها في التحليلين، بعد ذلك تم حساب معامل الإرتباط بين نتائج التحليلين الأوليين لمعرفة الثبات عن طريق معادلة هو لستي، حيث بلغ متوسط معامل الثبات (96%)، وهي نسبة عالية تدل على أن استماره تحليل المضمون تميزت بالثبات.

## نتائج الدراسة التحليلية ومناقشتها

### المحور الأول: فئات متعلقة بالمضمون (ماذا فيل؟)

س1: ما نوعية الموضوعات التي تتناولها صحفة الفيديوجراف في موقع القنوات الفضائية الإخبارية؟

جدول(1) العلاقة بين نوع موقع القناة، و نوعية الموضوعات التي تتناولها صحفة الفيديوجراف في موقع القنوات

موقع القناة	نوع الموضوع	الإجمالي		BBC		DW		الجزيرة		العربية	
		%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك
سياسي		%29.5	1197	%19.3	77	%31.9	72	%24.2	410	%36.8	638
اقتصادي		%3.5	140	%3.5	14	%4.42	10	%2.53	43	%4.21	73
إنساني/ اجتماعي		%18.33	744	%9.5	38	%15.93	36	%27.1	460	%12.1	210
صحي		%1.43	58	%1.5	6	%1.8	4	%1.24	21	%1.6	27
رياضي		%1.4	57	%3.3	13	%2.21	5	%1.3	22	%0.98	17
عسكري/ أمني		%18.97	770	%17	68	%19.03	43	%22.14	376	%16.3	283
بيئي / مناخي		%6.5	262	%8.8	35	%5.31	12	%5.42	92	%7.1	123
تكنولوجي		%2	81	%5	20	%0.88	2	%0.94	16	%2.5	43
ديني		%1.8	71	%4	16	%1.33	3	%2.8	47	%0.29	5
فني		%2.04	83	%7	28	%3.54	8	%1.35	23	%1.4	24
حوادث وجرائم		%8.92	362	%10	40	%5.8	13	%7.95	135	%10.02	174
أخرى		%5.8	235	%11.3	45	%7.96	18	%3.12	53	%6.9	119
المجموع		%100	4060	%100	400	%100	226	%100	1698	%100	1736

$\chi^2 = 419.59$  - درجة الحرية = 33 - معامل التوافق = 0.306 (متوسط) مستوى الدلالة = 0.001

الفضائية الإخبارية

تشير بيانات الجدول السابق إلى أن تنوع الموضوعات التي تتناولها صحفة الفيديوجراف في موقع القنوات الفضائية الإخبارية، حيث أجري حصر شامل لكل مقاطع الفيديو التي يبثتها موقع القنوات الفضائية الإخبارية على اليوتيوب خلال المدة الزمنية للدراسة والممتدة لثلاثة أشهر متالية من الفترة 1/مايو/2025 إلى 31/يوليو/2025، والتي بلغت (4060) فيديو شملت موضوعات متنوعة، وهذا يوضح حجم الاهتمام الكبير بتوظيف هذه النوعية من القوالب المستحدثة في معالجة القضايا المختلفة، حيث جاءت الموضوعات السياسية في مقدمة محتوى صحفة الفيديوجراف في موقع القنوات الفضائية الإخبارية، واحتلت الترتيب الأول، بنسبة (29.5%) من إجمالي الفيديوهات، يليها مباشرة الموضوعات العسكرية والأمنية إضافة إلى الإنسانية والاجتماعية في الترتيب الثاني، بنسبة متقاربة تبلغ (18.97%) و (18.33%)، ثم موضوعات الحوادث والجرائم في الترتيب الثالث، بنسبة تبلغ (8.92%)، يليها الموضوعات البيئية والمناخية في الترتيب الرابع، بنسبة (6.5%)، ثم أخرى في الترتيب الخامس بنسبة (5.8%)، ثم الموضوعات الاقتصادية في الترتيب السادس، بنسبة (3.5%)، يليها الموضوعات الفنية والتكنولوجية في الترتيب السابع بحسب متقاربة تقدر بـ (2.04%) و (2%)، وأخيراً الموضوعات الصحية والدينية والرياضية في بحسب أيضاً متقاربة تبلغ (1.43%) و (1.8%) و (1.4%) من إجمالي عدد الفيديوهات الخاصة بالشأن العربي والدولي.

ومماسبق، يتضح أن موقع القنوات الفضائية الإخبارية وظفت صحفة الفيديوجراف في تناول العديد من الموضوعات الإخبارية والمتنوعة باعتبارها شكلاً جديداً وأسلوباً مستحدثاً في سرد الأخبار والأحداث بطريقة قصصية رقمية مفهومة وجذابة، حيث تقدم معلومات مختصرة وسريعة بالاعتماد على كل ما هو

متاح من عناصر بصرية وصوتية، وجاءت الموضوعات السياسية في قائمة أولوية المحتوى المقدم عبر صحفة الفيديوجراف، ويمكن تفسير ذلك، نتيجة لزخم الأحداث والأزمات والتطورات السياسية التي

شهدتها المنطقة خلال الفترة الزمنية للدراسة من ناحية، ومن ناحية أخرى كثافة وزخم المعلومات المتعلقة بهذه الموضوعات والتي تتطلب الشرح والتوضيح لها بشكل مبسط وفعال مع الحاجة لاستيعابها وعرضها بأسلوب مختصر وجذاب وجعلها أكثر فهماً من قبل الجمهور، وهذا ما يقوم به قالب الفيديوجراف وما يتميز به من ثراء معلوماتي وقدرة على دمج الوسائل بأشكال مغایرة للأنماط التقليدية. تشابهت هذه النتيجة مع نتيجة دراسة (الشيخ، 2023، ص 519)، حيث جاءت فئة الأخبار والموضوعات السياسية في الترتيب الأول ضمن أهم الموضوعات التي يتناولها الفيديوجراف في الواقع الإخبارية، و اختلفت مع نتيجة دراسة (Kalogeropoulos, Cherubini, & Newman, 2016)، التي أجرتها معهد روبيترز عن مستقبل صناعة الأخبار، حيث أوضح أن أغلب الفيديوهات ذات نسب المشاهدة العالية تركز على الأخبار الخفيفة المسلية، والتي تتوافر فيها العناصر الإنسانية والعاطفية القوية لجذب اهتمام المشاهد بقوة.

وتتفق هذه النتيجة مع ما تظهره المؤشرات الإحصائية في الجدول، حيث توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين متغير نوع القناة، و نوعية الموضوعات التي تتناولها، حيث بلغت قيمة كا<sup>2</sup>(419.59)، وهي قيمة دالة إحصائياً عند درجة حرية (33)، ومستوى معنوية (0.001)، ويمكن وصف هذه العلاقة من حيث شدتها بالمتوسطة؛ إذ بلغت قيمة معامل التوافق (0.306). وهذا يعني أن الموضوعات التي يتم معالجتها تتأثر بنوعية موقع القنوات، وليس مستقلة بذاتها، وهو ما توضحه النسب المئوية، حيث

جاءت القضايا السياسية في قناة العربية بنسبة أعلى تقدر بـ (36.8%)، يليها قناة DW بنسبة (31.9%)، وكان موقع قناة BBC العربي الأول تناول للموضوعات السياسية بنسبة (19.3%)، في المقابل تناولت قناة الجزيرة الموضوعات العسكرية والأمنية إضافة إلى الموضوعات الإنسانية بنسبة (22.14%) و(27.1%) وهي نسب أعلى مقارنة بمواقع القنوات الفضائية الأخرى في تناولها لهذه الموضوعات، بينما اهتم موقع قناة BBC العربي في تغطية الموضوعات البيئية والمناخية بنسبة (8.8%) وهي نسبة أعلى مقارنة بمواقع القنوات الفضائية الأخرى.

ونظراً لضخامة عدد الفيديوهات التي بثتها موقع القنوات الفضائية الإخبارية في تناول الموضوعات المختلفة وصعوبتها تحليلها بشكل عام، اضطرت الباحثة لسحب عينة عمدية من قوالب الفيديوجراف المستخدمة في معالجة القضايا والتي برزت واتفقت وتشارت في تناولها هذه المواقع خلال الفترة الزمنية للدراسة، حيث بلغ قوامها (430) فيديوجراف، شملت خمس قضايا بارزة حسب نظرية ترتيب الأولويات، كما يوضحها الجدول(2).

الترتيب	وفقاً للزمن الثانية	الترتيب	%	وفقاً للتكرار	النكرار والترتيب	
					القضايا البارزة	النكرار والترتيب
1	11812.2	1	%39.3	169	الحرب الإسرائيلية الإيرانية	
2	7058.4	2	%20.7	89	المجاعة والمساعدات في غزة	
4	4128	4	%13.3	57	الحرب الروسية الأوكرانية	
5	1828.2	5	%7.91	34	الزلزال و الفيضانات وحرائق الغابات في دول العالم	
3	5986.2	3	%18.84	81	تطورات الوضع في سوريا	
	30813		%100	430	المجموع	

س 2: ما القضايا البارزة التي تناولتها صحفة الفيديوجراف في موقع القنوات الفضائية الإخبارية؟

جدول (2) أولويات القضايا التي تناولتها صحفة الفيديوجراف في جميع مواقع القنوات الفضائية الإخبارية

توضح بيانات الجدول السابق، قائمة أولويات (أجندة) القضايا العربية والدولية التي تناولتها صحفة الفيديوجراف في موقع القنوات الفضائية الإخبارية عينة الدراسة مجتمعة، وفقاً لتكرار المشاهد، ووفقاً للزمن الكلي الذي منح لكل قضية على حده، حيث اشتركت القنوات في 5 قضايا، جرى ترتيبهن وفقاً للتكرار، ووفقاً للزمن، وعليه فقد اعتمدنا على الترتيب وفقاً للزمن، وأيضاً وفقاً للتكرار للخمس القضايا التي اشتركت فيهن القنوات، حيث هناك إجماع لدى باحثي الأجندة وفقاً للترتيب أن يكتفى بتقديم ثلاث أو خمس، أو السبع قضايا الأولى انتلاقاً من قاعدة خمس قضايا زائد أو ناقص اثنين، تقدم للجمهور غير مرتبة، ويطلب منهم إعادة ترتيبها، وفقاً لأهميتها لديه للحصول على أجندة الجمهور، واختبار العلاقة بين الأجندةتين، فعلى الرغم من اختلاف نسب الاهتمام بكل قضية على حده في موقع القنوات، إلا أنه ووفقاً للتكرار الكلي الإجمالي للقنوات والزمن بالثانية والذي تساوى ترتيبهن، فقد تصدرت قضية الحرب الإسرائيلية الإيرانية، الترتيب الأول، بتكرار (169) مرة، بنسبة (%39.3)، وبزمن يقدر بـ(11812.2) بالثانية، أي بما يعادل (196.87) بالدقيقة.

وقد يرجع سبب بروز قضية الحرب الإسرائيلية الإيرانية في قائمة أولويات واهتمامات القنوات؛ نظراً لكتافة التغطية الإخبارية وزخم الأحداث التي رافقت هذه القضية خلال الفترة الزمنية التي أجريت فيها الدراسة، إضافة إلى ترکيز القنوات الإخبارية على نقل الإخبار والأحداث المتعلقة بهذه الحرب وتداعياتها وتأثيراتها الخطيرة على أمن واستقرار المنطقة العربية وانعكاسها على مختلف المجالات، فالبرغم من قصر مدة الحرب والتي وصفت بـ”حرب الـ12 يوماً”， إلا أن اهتمام القنوات في تغطيتها بشكل كبير وبزخم معلوماتي جعلها في رأس القائمة من ناحية، ومن ناحية أخرى وعي وإدراك محري هذه النوعية من الفيديوهات بما يشغل اهتمام الجمهور وما يحظى بمتابعة كبيرة من جهته من قضايا وأحداث، لهذا كان قالب الفيديوجراف هو الأنسب في تغطيتها وتحليلها ونقل أحداثها بسرعة ووضوح وبما يتوافق مع اهتمامات الجمهور.

س.3: ما اتجاهات معالجة صحفة الفيديو جراف في موقع القنوات الفضائية الأخبارية للقضايا البارزة؟

جدول(3) العلاقة بين نوع موقع القناة، واتجاهات معالجة صحفة الفيديو جراف للقضايا البارزة

الاتجاه	القناة									
	موقع العربية	الجزيرة	DW	BBC	الإجمالي	%	%	%	%	%
الإيجابي	34	14	17	9	74	17.21%	11.84%	23.94%	264	61.4%
السلبي	99	66	43	56	264	61.4%	73.7%	60.6%	56	61.4%
المحايد	41	10	10	7	68	15.81%	9.21%	14.8%	7	15.81%
غير واضح	9	10	1	4	24	5.6%	5.3%	1.41%	430	100%
المجموع	183	71	100	76	430	100%	100%	100%	183	100%
ك <sup>2</sup> = 23.02 - درجة الحرية = 9 - معامل التوافق = 0.225 (ضعف) مستوى الدلالة = 0.006										

تشير بيانات الجدول السابق إلى أن معظم اتجاهات معالجة صحفة الفيديو جراف للقضايا البارزة في موقع القنوات الفضائية الأخبارية، جاءت سلبية، حيث احتلت الترتيب الأول، بنسبة (61.4%)، يليه الاتجاه الإيجابي في الترتيب الثاني، بنسبة (17.21%)، ثم الاتجاه المحايد في الترتيب الثالث، بنسبة بلغت (15.81%)، وأخيراً جاء اتجاه غير واضح في الترتيب الرابع، بنسبة تقدر بـ (5.6%). ويمكن تفسير تصدر الاتجاه السلبي في معالجة القضايا البارزة إلى ترکيز القائمين على إنتاج هذه النوعية من الفيديوهات على إبراز الجوانب السلبية عند عرضها للأحداث والقضايا العربية والدولية البارزة، كالحروب والقصف والاقتتال والصراعات بين أطراف النزاع والثورات والظاهرات والاحتجاجات الشعبية والعنف السياسي وحوادث الاعتقالات والاغتيالات والتعذيب والانتهاكات الجسمية، والأزمات الإنسانية والاقتصادية والصحية والتغيرات المناخية المختلفة، وظهر هذا الاتجاه واضحاً في صحفة الفيديو جراف في موقع قناة BBC عربي في الترتيب الأول، بنسبة (73.7%)، ثم في موقع قناة الجزيرة، بنسبة (66%)، يليه موقع DW، بنسبة (60.6%)، وأخيراً ظهر هذا الاتجاه أيضاً في موقع العربية، ولكن بنسبة أقل (54.1%)، مقارنة بمواقع القنوات الفضائية الإخبارية السابقة.

أما عن الاتجاه الإيجابي فقد ركز القائمون على إنتاج هذه النوعية من الفيديوهات على إبراز الجوانب الإيجابية عند عرضها للأحداث والقضايا البارزة، كالفيديوهات المتعلقة بالمحادثات والمفاوضات، والاتفاقيات بين أطراف النزاع، وإيجاد حلول لبعض المشكلات الملحة، والمساعدات والجهود الإغاثية، وتطورات الأوضاع، والإنجازات والازدهار والتنمية، وقد ظهر هذا الاتجاه واضحاً في صحفة الفيديو جراف في موقع قناة DW، حيث جاء في الترتيب الأول بنسبة (23.94%)، ثم العربية في الترتيب الثاني، بنسبة (18.6%)، يليها موقع قناة الجزيرة في الترتيب الثالث، بنسبة (14%) وأخيراً موقع قناة BBC عربي، بنسبة (11.84%) .

وأختلفت هذه النتيجة مع نتيجة دراسة (الشيخ، 2023، ص523) ، حيث جاءت فئة الأخبار الإيجابية في مقدمة اتجاه محتوى الأخبار المصاحب للفيديو جراف على المواقع الإخبارية، يليها الأخبار المحايدة في الترتيب الثاني، ثم الأخبار السلبية الترتيب الثالث، وأخيراً غير واضح في الترتيب الرابع، كما اختلفت مع نتيجة دراسة (العلياني، 2023) ، حيث تصدر الاتجاه الإيجابي الداعم اتجاهات معالجة الفيديو جراف الذي وظفته المواقع الإخبارية في استعراض القضايا الإنسانية.

وتتفق هذه النتيجة مع ما تظهره المؤشرات الإحصائية في الجدول، حيث توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين متغير نوع القناة، واتجاه المعالجة، حيث بلغت قيمة  $\chi^2$  (23.02)، وهي قيمة دالة إحصائية عند درجة حرية (9)، ومستوى معنوية (0.006)، ويمكن وصف هذه العلاقة من حيث شدتها بالضعف؛ إذ بلغت قيمة معامل التوافق (0.225). وهذا يعني أن اتجاه المعالجة يتأثر بنوعية موقع القنوات، وليس مستقل بذاته، وهو ما توضحه النسب المئوية، حيث نجد المعالجة السلبية أعلى في موقع قناة BBC عربي بنسبة (73.7%) بليها موقع قناة الجزيرة بنسبة (66%)، في حين جاءت المعالجة الإيجابية أعلى في موقع قناة DW بنسبة (23.94%)، وبالنسبة (22.4%) وهي نسبة أعلى مقارنة بمواقع القنوات الفضائية الأخرى.

##### 5: ما مصادر المعلومات التي استقت منها صحفة الفيديوجراف في مواقع القنوات الفضائية الأخبارية في تناول القضايا البارزة؟

جدول(4) العلاقة بين نوع موقع القناة، و مصادر المعلومات التي استقت منها صحفة الفيديوجراف في مواقع القنوات الفضائية الأخبارية للقضايا البارزة

المصادر	موقع القناة									
	الإجمالي	BBC		DW		الجزيرة		العربية		
%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	
مصادر رسمية										
%26.74	11	%13.2	1	% 14.1	10	16%	16	%43.2	79	
	5	0								
موقع إلكترونية										
%0.93	4	-	-	%1.41	1	%2	2	%0.55	1	
وسائل إعلام تقليدية										
%6.98	30	%2.63	2	%16.9	12	%5	5	%6.01	11	
(فضائيات-وكالات-صحف-إذاعات)										
منظمات حقوقية وإنسانية										
%2.8	12	%2.63	2	-	-	%5	5	%2.73	5	
المراسل الصحفي										
%6.3	27	%22.4	1	%1.41	1	-	-	%4.92	9	
	7									
مواطنون										
%3.02	13	%3.95	3	%5.63	4	%1	1	%2.73	5	
خبراء متخصصين										
%2.33	10	%2.63	2	%1.41	1	%6	6	%0.55	1	
غير واضح										
%21.4	92	%34.21	2	% 14.1	10	%7	7	%26.8	49	
	6									
أكثر من مصدر										
%29.53	12	%18.42	1	% 45.1	32	%58	58	%12.6	23	
	7									
المجموع										
	%100	43	%100	7	%100	71	%100	100	%100	183
	0	0		6						

$$\chi^2 = 177.96 - \text{درجة الحرية} = 24 - \text{معامل التوافق} = 0.541 \text{ (متوسط)} \text{ مستوى الدالة} = 0.001$$

تشير بيانات الجدول السابق إلى أن أكثر من مصدر جاء في مقدمة مصادر المعلومات التي استقت منها صحفة الفيديوجراف في تناولها للقضايا البارزة، حيث احتلت تلك الفئة الترتيب الأول، بنسبة (29.53%)، تلتها مصادر رسمية في الترتيب الثاني، بنسبة (26.74%)، بينما احتلت فئة غير واضح الترتيب الثالث، بنسبة (21.4%)، ثم فئة وسائل إعلام تقليدية (فضائيات-وكالات-صحف-إذاعات) في الترتيب الرابع، بنسبة (6.98%)، ثم فئة المراسل الصحفي في الترتيب الخامس، بنسبة (6.3%)، ثم فئة مواطنون في الترتيب السادس، بنسبة (3.02%)، ثم فئة خبراء متخصصين في الترتيب السابع، بنسبة (2.33%)، ثم فئة منظمات حقوقية وإنسانية في الترتيب الثامن، بنسبة (2.8%)، وأخيراً فئة موقع إلكترونية في الترتيب التاسع، بنسبة (0.93%).

مما سبق، يتضح أن صناعة الفيديوجراف في موقع القنوات الفضائية الإخبارية استعانت بأكثر من مصدر أثناء معالجتها للقضايا البارزة، حيث تتنوعت بين المصادر الرسمية ووكالات الأنباء والصحف والقنوات والإذاعات إضافة إلى المواطنون والمواقع الإخبارية والخبراء المتخصصين والمنظمات، وهذا ما يجعل توظيف هذا القالب في تناوله للأحداث والقضايا أكثر مصداقية ومهنية، ويقلل من التحيز ويعطي فهم أعمق للأحداث من وجهات نظر مختلفة.

تشابهت هذه النتيجة مع نتائج دراسة (بروش، 2023، ص ص 155-214)، التي أوضحت تتنوع مصادر الفيديو الإخباري الذي تم توظيفه في الواقع الإخبارية عينة الدراسة، حيث اعتمد بدرجة كبيرة على مقاطع الفيديو التي تم إنتاجها في الواقع الإخبارية نفسها إلى جانب المصادر الأخرى. واختلفت مع نتائج دراسة (الشيخ، 2022، ص 521)، التي توصلت إلى أن محرر الموقع جاء في الترتيب الأول من بين أهم مصادر المعلومات التي تعتمد عليها قواليب الفيديوجراف، يليه المصادر الإعلامية مثل وكالات الأنباء والصحف والإذاعات في المرتبة الثانية، وأخيراً المراسل الصحفي، في حين لم تشر إلى الجهات الرسمية.

وتتفق هذه النتيجة مع ما تظهره المؤشرات الإحصائية في الجدول، حيث توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين متغير نوع القناة، ومصادر المعلومات، حيث بلغت قيمة كا<sup>2</sup>(177.96)، وهي قيمة دالة إحصائياً عند درجة حرية (24)، ومستوى معنوية (0.001)، ويمكن وصف هذه العلاقة من حيث شدتها بالمتوسطة؛ إذ بلغت قيمة معامل التوافق (0.541)، وهذا يعني أن أن مصادر المعلومات التي استقت منها صناعة الفيديوجراف في تناولها للقضايا البارزة تتأثر بنوعية موقع القنوات، وليس مستقلة بذاتها، وهو ما توضحه النسب المئوية، حيث جاء اعتماد (أكثر من مصدر) في قناة الجزيرة بنسبة أعلى تقدر بـ(58%)، مقارنة بموقع القنوات الفضائية الأخرى، بينما جاءت (المصادر الرسمية) في قناة العربية بنسبة أعلى تقدر بـ(43.2%)، بالمقابل جاءت المصادر غير الواضحة والتي لم يُشر لها محرر الموقع لمصدرها في قناة BBC عربي بنسبة أعلى تقدر بـ(34.21%)، في حين اعتمد موقع قناة DW بنسبة أعلى على وسائل الإعلام التقليدية (فضائيات - وكالات - صحف - إذاعات) كمصدر للمعلومات وبنسبة (16.9%).

## س6: ما الاستعمالات المستخدمة في صناعة الفيديوجراف في موقع القنوات الفضائية الإخبارية أثناء معالجة القضايا البارزة؟

جدول(5) العلاقة بين نوع القناة، والاستعمالات المستخدمة في صناعة الفيديوجراف أثناء معالجتها للقضايا البارزة

موقع القناة	الاستعمالات									
	العقلية	العاطفية	الاثنيين معاً	المجموع	الإجمالي	BBC	DW	الجزيرة	العربية	الكلية
%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%
%43.95	189	%46.1	35	%28.2	20	%42	42	%50.3	92	
%6.51	28	%11.84	9	%4.23	3	%3	3	%7.1	13	
%49.53	213	%42.11	32	%67.61	48	%55	55	%42.62	78	
%100	430	%100	76	%100	71	%100	100	%100	183	
$\chi^2 = 19.62$ - درجة الحرية = 6 - معامل التوافق = 0.209 (ضعيف) مستوى الدلالة = 0.003										

يتضح من بيانات الجدول السابق أن الاستعمالات العقلية والعاطفية (الاثنيين معاً) من أكثر الاستعمالات المستخدمة في صناعة الفيديوجراف المعالجة للقضايا البارزة "عينة الدراسة"، حيث جاءت في الترتيب

الأول، بنسبة (49.53%)، بينما جاءت الاستعمالات العقلية (المنطقية) في الترتيب الثاني، بنسبة (43.95%)، وأخيراً احتلت الاستعمالات العاطفية الترتيب الثالث، بنسبة (6.51%) وهي نسبة ضئيلة جداً مقارنة بالنسابقة.

إن هذه النتائج تتفق وطبيعة القضايا المطروحة التي كان غالبيتها قضايا ومواضيع سياسية وعسكرية أمنية وإنسانية، ما يعني حرص القائمين على إنتاج هذه النوعية من الفيديوهات على دمج الاستعمالات العقلية والعاطفية معاً؛ للتأثير على الجمهور ومخاطبته بشكل جذاب وأكثر شمولية وتحقيق أكبر قدر ممكن من التفاعل مع المحتوى أو القضية المطروحة.

تشابهت هذه النتيجة مع نتيجة دراسة ( سعودي، 2024، ص 140 )، حيث اعتمدت المعالجة الإعلامية للقضايا الجارية في قوالب الفيديوجراف على مزيج من الاستعمالات العاطفية والمنطقية معاً، والتي تصدرت المرتبة الأولى، يليها المنطقية، وأخيراً العاطفية، واختلفت هذه النتيجة مع نتيجة دراسة ( يوسف، 2023، ص 673-621 )، التي أوضحت اعتماد قناتنا الدراسة على الاستعمالات المنطقية في المقام الأول، تليها الاستعمالات المختلطة، بينما لم تحظ الاستعمالات العاطفية بـ أي تكرارات.

وتتفق هذه النتيجة مع ما تظهره المؤشرات الإحصائية في الجدول، حيث توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين متغير نوع القناة، والاستعمالات المستخدمة، حيث بلغت قيمة كا<sup>2</sup> (19.62)، وهي قيمة دالة إحصائية عند درجة حرية (6)، ومستوى معنوية (0.003)، ويمكن وصف هذه العلاقة من حيث شدتها بالضعيفة؛ إذ بلغت قيمة معامل التوافق (0.209)، وهذا يعني أن استخدام الاستعمالات في صحفة الفيديوجراف والتي عالجت القضايا البارزة تتأثر بنوعية موقع القنوات، وليس مستقلة بذاتها، وهو ما توضحه النسب المئوية، حيث احتلت الاستعمالات العقلية والعاطفية (الإثنين معاً) الصدارة في قناة DW بنسبة (67.61%)، يليها قناة الجزيرة بنسبة (55%)، بينما جاءت الاستعمالات العقلية (المنطقية) في قناة العربية بنسبة أعلى تقدر بـ (50.3%)، بالمقابل تصدرت الاستعمالات العاطفية المرتبة الأولى في قناة BBC بنسبة (11.84%) وهي نسبة أعلى مقارنة ببقية مواقع القنوات الفضائية الأخرى. ما يوضح حقيقة أن صحفة الفيديوجراف في تناولها للأحداث والقضايا تعتمد بشكل كبير على مخاطبة العقل، ومن ثم تنتقل إلى المشاعر والعاطفة لدى الجمهور.

## س 9: ما مدى موافقة صحفة الفيديوجراف في موقع القنوات الفضائية الإخبارية للأحداث والقضايا البارزة؟

جدول (6) العلاقة بين نوع موقع القناة، و مدى موافقة صحفة الفيديوجراف للأحداث والقضايا البارزة

موقع القناة الإجمالي	موقع القناة العربية			موقع القناة DW			موقع القناة BBC			مدى الموافقة
	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	
%91.9	395	%88.2	67	%90.14	64	%89	89	%95.63	175	آني
%8.14	35	%11.84	9	%9.9	7	%11	11	%4.4	8	موسمي
%100	430	%100	76	%100	71	%100	100	%100	183	المجموع
$6.24 = 3 - \text{درجة الحرية} = 0.120 - \text{معامل التوافق} = 0.10$ (ضعف جداً) مستوى الدلالة = 0.10 (غير دال)										

تشير بيانات الجدول السابق إلى أن الأخبار والقضايا ذات الطبيعة الآتية جاءت في صدارة توظيف مواقع القنوات الفضائية الإخبارية لصحفة الفيديوجراف في تقديم الأخبار والأحداث والقضايا البارزة حيث احتلت الترتيب الأول، بنسبة (91.9%)، يليها الأخبار والقضايا ذات الطبيعة الموسمية في الترتيب الثاني، بنسبة ضئيلة جداً تقدر بـ (8.14%).

ويمكن تفسير تصدر الأخبار الآنية صحفة الفيديو جراف، والتي يتزامن بثها مع وقوع الحدث أو فور وقوعه؛ نتيجة لطبيعة المواقع الإخبارية على شبكة الانترنت والتي تتميز بالآنية في عرض كل ما هو جديد من الأحداث اليومية المتلاحقة والمكثفة، فكان توظيفها لهذا المحتوى المرئي باعتباره يتسم بالسرعة والإيجاز وسهولة الانتاج.

تشابهت هذه النتيجة مع نتيجة دراسة (مطاوع، 2022، ص274)، والتي أوضحت أن الطبيعة الخاصة بالمضامين الإخبارية التي تناولتها صحف الدراسة عبر تقنية الفيديو جراف كانت آنية، يليها الأخبار الموسمية وال دائمة، كما تشابهت مع نتيجة دراسة (Kalogeropoulos, Cherubini, & Newman, 2016، Pp5-42، 2016)، والتي أشارت إلى أن نسبة مشاهدة الفيديوهات الإخبارية قد تضاعفت من (10%) في الأوضاع العادية؛ لتصل إلى (22%) بعد وقوع هجمات باريس الإرهابية؛ وذلك لأن هذه الفيديوهات قدمت تغطية إخبارية متميزة وقصصاً مرتبطة بتداعيات الهجمات بوصفها أحداثاً آنية.

وهذا ما تظهره المؤشرات الإحصائية في الجدول السابق، حيث لا توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين نوع متغير القناة، و مدى مواكبة صحفة الفيديو جراف للأحداث، حيث بلغت قيمة كا<sup>2</sup>(6.24)، وهي قيمة غير دالة إحصائياً عند درجة حرية (3)، ومستوى معنوية (0.10)، وبلغت قيمة معامل التوافق (0.120). وهذا يعني أن مدى مواكبة صحفة الفيديو جراف للأحداث لا تتأثر بنوعية موقع القنوات، فهي مستقلة بذاتها، وهو ما توضحه النسب المئوية، حيث تصدرت الأخبار والقضايا الآنية محتوى صحفة الفيديو جراف في جميع مواقع القنوات الفضائية الإخبارية وبنسبة عالية متقاربة جدًا.

س 10: ما معايير المصداقية التي التزمت بها صحفة الفيديو جراف في موقع القنوات الفضائية الإخبارية أثناء معالجة القضايا البارزة؟

أ. مؤشرات معيار الموضوعية والواقعية في تناول صحفة الفيديو جراف في موقع القنوات الفضائية الإخبارية أثناء معالجة القضايا البارزة:

جدول(7) العلاقة بين نوع موقع القناة، وعيار الموضوعية والواقعية في صحفة الفيديو جراف في معالجتها للقضايا البارزة

موقع القناة	العربيّة	جزيره	DW	BBC	الإجمالي	المعنويّة والواقعية	
						%	ك
فصل الرأي عن محتوى الفيديو جراف	109	74	48	41	272	%63.3	%53.95
نقل الأخبار والمعلومات والأحداث كما هي في الواقع	74	26	23	35	158	%36.74	%46.1
المجموع	183	100	71	76	430	%100	%100
$\chi^2 = 9.45 - \text{درجة الحرية} = 3 - \text{معامل التوافق} = 0.147 \text{ (ضعف)} \quad \text{مستوى الدلالة} = 0.024$							

تشير بيانات الجدول السابق إلى أن مؤشر فصل الرأي عن محتوى الفيديو جراف جاء في صدارة مؤشرات معيار الموضوعية والواقعية التي تلتزم بها صحفة الفيديو جراف في موقع القنوات الفضائية الإخبارية في تناولها للقضايا البارزة حيث احتل الترتيب الأول، بنسبة تقدر بـ (%63.3)، يليها في الترتيب الثاني نقل الأخبار والمعلومات والأحداث كما هي في الواقع، بنسبة (%36.74).

ويمكن تفسير ذلك، إلى أن صحفة الفيديوجراف بمواقع القنوات الفضائية الإخبارية تعتمد في تناولها للقضايا البارزة على قالب الخبر، وهو قالب يُقدم أهم المعلومات في المقدمة مع الإجابات بإيجاز عن عناصره السته (من متى أين ماذا كيف) وذلك بموضوعية وأمانة، وهذا يعني أنه لا يخضع لرأي المحرر ووجهة نظره وانطباعاته ولا يحتوى على تفسير أو تحليل أو إطلاق حكم معين أثناء تناوله لمجريات الأحداث فهو ينقل الخبر كما هو في الواقع، أي أن محرري هذه النوعية من القوالب يحرصون قدر الإمكان على الالتزام بالموضوعية أثناء تناول حدث أو قضية ما، بعكس التقرير الإخباري الذي يحتوي على رأي أو انطباع معين من قبل المحرر بتفصيل خلفياته وتداعياته المختلفة.

تشابهت هذه النتيجة مع نتيجة دراسة (سيلان، 2023، ص151)، التي أوضحت أن ما نسبته (42.0%) فقط من الأخبار التي تناولتها المواقع العربية مجتمعة عن القضايا المحلية اتسمت بالموضوعية، من خلال فصل الرأي عن الخبر.

وتتفق هذه النتيجة مع ما تظهره المؤشرات الإحصائية في الجدول، حيث توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين متغير نوع القناة، و معيار الموضوعية والواقعية، حيث بلغت قيمة كا<sup>2</sup>(9.45)، وهي قيمة دالة إحصائياً عند درجة حرية (3)، ومستوى معنوية(0.024)، ويمكن وصف هذه العلاقة من حيث شدتها بالضعف؛ إذ بلغت قيمة معامل التوافق (0.147)، وهذا يعني أن معيار الموضوعية والواقعية يتاثر بنوعية مواقع القنوات، وليس مستقل بذاته، وهو ما توضحه النسب المئوية، حيث جاء مؤشر فصل الرأي عن محتوى الفيديوجراف في قناة الجزيرة بنسبة أعلى تقدر بـ(74%)، يليها قناة DW بنسبة (67.61%)، بالمقابل جاء مؤشر نقل الأخبار والمعلومات والأحداث كما هي في الواقع في قناة BBC بنسبة أعلى تقدر بـ(46.1%)، يليها قناة العربية بنسبة (40.44%) مقارنة بمواقع القنوات الفضائية الأخرى.

#### أ. مؤشرات معيار الدقة في تناول صحفة الفيديوجراف في مواقع القنوات الفضائية الإخبارية للقضايا البارزة:

جدول(8) العلاقة بين نوع موقع القناة، ومعيار الدقة في صحفة الفيديوجراف في معالجتها للقضايا البارزة

موقع القناة	العربية	الذلة	الذلة															
			موقع اللغة وأسلوب العرض	يحتوي على مصادر تدعيم المحتوى بأرقام وتاريخ واحصائيات ووثائق الفيديو والصور لها علاقة بالنص المكتوب بالمحظى	BBC	DW	الجزيرة	المجموع	BBC	DW	الجزيرة	المجموع	BBC	DW	الجزيرة	المجموع	BBC	DW
%	ك	%	%	%	ك	%	%	%	ك	%	%	%	ك	%	%	%	ك	%
%28.9	423	%31.3	76	%27.41	71	%29.5	100	%28.3	176									
%22.81	334	%21.4	52	%22.4	58	%26.84	91	%21.4	133									
%18.92	277	%16.1	39	%22.8	59	%14.2	48	%21.03	131									
%29.4	430	%31.3	76	%27.41	71	%29.5	100	%29.4	183									
<b>المجموع</b>																		
<b>كا<sup>2</sup> = 13.29 - درجة الحرية = 9 - معامل التوافق = 0.095 (ضعيف جدا) مستوى الدلالة = 0.150 (غير دال)</b>																		
<b>*فترة متعددة البدائل</b>																		

تشير بيانات الجدول السابق إلى أن أكثر مؤشرات معيار الدقة التي تلتزم بها صحفة الفيديوجراف في مواقع القنوات الفضائية الإخبارية في تناولها للقضايا البارزة هي أن الفيديو والصور لها علاقة بالنص

المكتوب بالمحتوى، حيث احتل الترتيب الأول بنسبة تقدر بـ(29.4%)، يليها في الترتيب الثاني وضوح اللغة وأسلوب العرض، بنسبة (28.9%)، ثم يحتوى على مصادر في الترتيب الثالث، بنسبة (22.81%)، وأخيراً تدعيم المحتوى بأرقام وتاريخ واحصائيات ووثائق في الترتيب الرابع، بنسبة (18.92%).

ويمكن تفسير تصدر مؤشر الفيديو والصور لها علاقة بالنص المكتوب بالمحتوى، إلى طبيعة صحفة الفيديوجراف وهيكلاها البنائي واعتمادها بشكل كبير على النص المكتوب كوسط أساسى في تقديم المضمون الإخباري وشرح تفاصيل الصور ومقاطع الفيديو المتضمنة للقضية بتسلسل منطقى وسلس للأحداث، ما يؤكّد حرص محوري هذه النوعية من الفيديوهات على أن تكون الصور ومقاطع الفيديو المستخدمة في معالجة قضية معينة لها علاقة بالنص المكتوب ومرتبطة به.

وهذا ما تظهره المؤشرات الإحصائية في الجدول السابق، حيث لا توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين متغير نوع القناة، و معيار الدقة، حيث بلغت قيمة كا<sup>2</sup>(13.29)، وهي قيمة غير دالة إحصائياً عند درجة حرية (9)، ومستوى معنوية(0.150)، وبلغت قيمة معامل التوافق (0.095)، وهذا يعني أن معيار الدقة لا يتاثر بنوعية موقع القنوات، فهو مستقل بذاته، وهو ما توضحه النسب المئوية، حيث تصدر مؤشر الفيديو والصور لها علاقة بالنص المكتوب بالمحتوى، ووضوح اللغة وأسلوب العرض المرتبة الأولى في محتوى صحفة الفيديوجراف بجميع موقع القنوات الفضائية الإخبارية، يليها يحتوى على مصادر في المرتبة الثانية، وأخيراً تدعيم المحتوى بأرقام وتاريخ واحصائيات ووثائق.

ج. مؤشرات معيار التوازن والإنصاف في تناول صحفة الفيديوجراف في موقع القنوات الفضائية الإخبارية للقضايا البارزة:

جدول(9) العلاقة بين نوع موقع القناة، و معيار التوازن والإنصاف في صحفة الفيديوجراف في معالجتها للقضايا البارزة

موقع القناة	التوزن والإنصاف																			
	الإجمالي				BBC				DW				الجزيرة				العربية			
	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%			
يعرض وجهة نظر واحدة	%36.51	157	%40.8	31	%36.62	26	%39	39	%33.33	61										
يعرض وجهي نظر	%15.12	65	%5.3	4	%8.5	6	%24	24	%16.94	31										
يعرض وجهات نظر متعددة	%10.5	45	%6.6	5	%14.1	10	%14	14	%8.74	16										
لا يعرض وجهة نظر	%37.91	163	%47.4	36	%40.9	29	%23	23	%40.98	75										
المجموع	%100	430	%100	76	%100	71	%100	100	%100	183										
كا <sup>2</sup> = 25.62 - درجة الحرية = 9 - معامل التوافق = 0.237 (ضعيف) - مستوى الدلالة = 0.002																				

تشير بيانات الجدول السابق إلى أن تصدر مؤشر لا يعرض وجهة نظر جاء في مقدمة مدى توازن صحفة الفيديوجراف في معالجتها للقضايا البارزة، حيث احتلت الترتيب الأول، بنسبة (37.91%)، يليه عرض وجهة نظر واحدة في الترتيب الثاني، بنسبة (36.51%)، ثم عرض وجهي النظر الموبدة والمعارضة في الترتيب الثالث، بنسبة (15.12%)، وأخيراً عرض وجهات نظر متعددة في الترتيب الرابع، بنسبة (10.5%).

مما سبق، يتضح أن صحفة الفيديوجراف في تناولها للقضايا البارزة تكتفي في الغالب بعرض المادة كما هي، والتركيز على سرد معلومات فقط، بهدف نقل الأحداث وكشف تفاصيلها بشكل مجرد دون

استعراض الآراء أو وجهات النظر، مثل بعض الفيديوهات التي نقلت خبر ما متضمنة عناصره الستة دون ذكر وجهة نظر أو انطباع شخصي معين، والفيديوهات التي هدفت إلى كشف تفاصيل أو أسباب حدث ما، كالفيديوهات التي تثير تساؤلات معينة عن قضية ما، والتي تسرد معلومات معينة عن أسلحة أو صواريخ أو قاذفات خارقة للتحصينات، وفيديوهات التعريف بشخصيات معينة، وفيديوهات التغيير المناخي، الزلازل والفيضانات وحرائق الغابات.

و اختلفت هذه النتيجة مع نتيجة دراسة ( سعودي، 2024 ، ص ص131-132 ) ، التي أظهرت تصدر عرض وجهة نظر واحدة خلال معالجة الفيديوجراف للقضايا الجارية، يليها التي لم تقدم وجهات نظر في المرتبة الثانية، وأخيرا تقديم وجهات نظر متعددة، كما اختلفت منع نتيجة دراسة ( سيلان، 2023 ، ص159 ) ، التي أشارت أن مؤشر الأخبار اكتفت بعرض وجهة نظر واحدة فقط، في تغطية الواقع العربية مجتمعة للقضايا المحلية، يليه مؤشر الأخبار التي عرضت جميع وجهات النظر، واحتل مؤشر الأخبار التي لم تعرض أي وجهة نظر المرتبة الثالثة بنسبة منخفضة.

وتتفق هذه النتيجة مع ما تظهره المؤشرات الإحصائية في الجدول، حيث توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين متغير نوع القناة، ومدى التوازن والإنصاف، حيث بلغت قيمة كا<sup>2</sup>(25.62)، وهي قيمة دالة إحصائياً عند درجة حرية (9)، ومستوى معنوية (0.002)، ويمكن وصف هذه العلاقة من حيث شدتها بالضعيفة؛ إذ بلغت قيمة معامل التوافق (0.237)، وهذا يعني أن معيار التوازن والإنصاف في معالجة صحافة الفيديوجراف للقضايا البارزة يتأثر بنوعية موقع القنوات، وليس مستقل ذاته، وهو ما توضحه النسب المئوية، حيث جاءت فئة لا يعرض وجهة نظر في الصدارة في قناة BBC عربي بنسبة أعلى تقدر بـ(47.4%)، في حين جاءت فئة يعرض وجهة نظر في قناة الجزيرة بنسبة أعلى تقدر بـ(24%)، يليها قناة العربية بنسبة (16.94%)، بالمقابل جاءت فئة يعرض وجهات نظر متعددة في قناة DW بنسبة (16.94%) وهي نسبة أعلى مقارنة بمواقع القنوات الفضائية الأخرى.

د. مؤشرات معيار التفاعلية في تناول صحافة الفيديوجراف في مواقع القنوات الفضائية الإخبارية للقضايا البارزة:

جدول(10) العلاقة بين نوع موقع القناة، ومعيار التفاعلية في صحافة الفيديوجراف في معالجتها للقضايا البارزة

موقع القناة	التفاعلية									
	الإجمالي	BBC	DW	الجزيرة	العربية	الإجمالي	BBC	DW	الجزيرة	العربية
%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%
إمكانية التعليق الفوري على محتوى الفيديوجراف	%18.81	430	%25	76	%25	71	16.7 %	100	16.7 %	183
التعبير عن الرأي بالإعجاب وعدم الإعجاب على محتوى الفيديوجراف	%18.81	430	%25	76	%25	71	16.7 %	100	16.7 %	183
إمكانية مشاركة المحتوى عبر موقع التواصل الاجتماعي (يوتيوب- فيسيوك-إكس-انستجرام- ماسنجر- واتساب- بريد الكتروني)	%18.81	430	%25	76	%25	71	16.7 %	100	16.7 %	183
استخدام وسائل متعددة لعرض محتوى	%18.81	430	%25	76	%25	71	16.7 %	100	16.7 %	183

										الفيديوجراف
										%
%12.4	283	--	--	--	--	16.7 %	100	16.7 %	183	تضمين محتوى الفيديوجراف روابط متعددة عبر الأنترنت
%12.4	283	--	--	--	--	16.7 %	100	16.7 %	183	تضمين الفيديوجراف "هاشتاجات" تربط محتواه بفيديوهات أخرى
المجموع										ك <sup>2</sup> = 260.49 - درجة الحرية = 15 - معامل التوافق = 0.320 (متوسط) مستوى الدالة = 0.001

تشير بيانات الجدول السابق إلى أن أكثر مؤشرات معيار التفاعلية التي تتيحها صحفة الفيديوجراف في موقع القنوات الفضائية الإخبارية أثناء تناولها للقضايا البارزة هي (إمكانية التعليق الفوري على محتوى الفيديوجراف - التعبير عن الرأي بالإعجاب وعدم الإعجاب على محتوى الفيديوجراف - إمكانية مشاركة المحتوى عبر موقع التواصل الاجتماعي (يوتيوب-فيسيووك-إكس-انستجرام-ماسنجر-واتساب-بريد الكتروني) - استخدام وسائل متعددة لعرض محتوى الفيديوجراف ) حيث احتلت جميعها بحسب متساوية في الترتيب الأول بنسبة (18.81%)، يليها في الترتيب الثاني (تضمين محتوى الفيديوجراف روابط متعددة عبر الأنترنت - تضمين الفيديوجراف "هاشتاجات" تربط محتواه بفيديوهات أخرى)، بنسبة تقارب (28.9%).

ويمكن تفسير ذلك، إلى أن موقع القنوات الفضائية الإخبارية في توظيفها لصحفة الفيديوجراف في تناول القضايا البارزة تحرص على التنوع في إتاحة الأساليب التفاعلية للجمهور المتلقى لمحتواها ما بين الإعجاب وعدم الإعجاب والتعليق الفوري والمشاركة وتدعمها بوسائل متعددة، مما يجعل الفيديو أكثر ثراء لأنها تحقق معيار التركيز الشخصي لمعرفة الاحتياجات الفردية للمشاهد وقياس رجع الصدى الفوري الذي يتيح له التعليق وإبداء ملاحظاته والاستفسار حول مضمون ومحفوظ الفيديوجراف، حيث بينت دراسة (النجار، 2011، ص 377-498)، أن التفاعلية من أكبر سمات التغطية الإعلامية التي ترفع من المصداقية.

تشابهت هذه النتيجة مع نتائج دراسة ( سعودي، 2024، ص 143-144 )، حيث أتاحت قنوات اليوتيوب الخاصة بالواقع الإخبارية المصرية الفرصة لإبداء الرأي حول القضايا الجارية التي يعالجها الفيديوجراف، حيث تتنوع ما بين التعليق والإعجاب وعدم الإعجاب بشكل فوري والمشاركة، إضافة لتضمينها الروابط والهاشتاجات، بنسبة 100%، كما تشابهت مع نتائج دراسة ( Chung, Nam, 2012, p182 Michae, 2012, p182 )، التي أوضحت أن الارتباطات التشعبية المصممة جيداً والتي تسمح بسهولة الوصول للمعلومات ومشاركتها مع الآخرين ، وعرض الأخبار ذات الصلة هي عوامل مهمة تفسر مصداقية مصادر الفهرس عبر الإنترت، وأن التفاعلية من أكبر سمات التغطية الإعلامية، التي ترفع من المصداقية.

وتتفق هذه النتيجة مع ما ظهره المؤشرات الإحصائية في الجدول، حيث توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين متغير نوع القناة، ومعيار التفاعلية، حيث بلغت قيمة كا<sup>2</sup> (260.49)، وهي قيمة دالة إحصائية عند درجة حرية (15)، ومستوى معنوية (0.001)، ويمكن وصف هذه العلاقة من حيث شدتها بالمتوسطة؛ إذ بلغت قيمة معامل التوافق (0.320)، وهذا يعني أن معيار التفاعلية في تناول صحفة الفيديوجراف للقضايا البارزة يتأثر بنوعية موقع القنوات، وليس مستقل بذاته، وهو ما توضحه النسب

المئوية، حيث تصدرت مؤشرات (إمكانية التعليق الفوري على محتوى الفيديوجراف و التعبير عن الرأي بالإعجاب و عدم الإعجاب على محتوى الفيديوجراف و إمكانية مشاركة المحتوى عبر موقع التواصل الاجتماعي و استخدام وسائط متعددة لعرض محتوى الفيديوجراف) جميع مواقع القنوات الفضائية الإخبارية، بينما جاءت مؤشرات تضمين محتوى الفيديوجراف روابط متعددة عبر الأنترنت و تضمين الفيديوجراف "هاشتاجات" تربط محتواه بفيديوهات أخرى في قناتي العربية والجزيرة بنسبة أعلى تقدر بـ(16.7%) في حين غابت تماماً في موقع DW والـ BBC عربي .

هـ. مؤشرات معيار الحياد في تناول صحفة الفيديوجراف في مواقع القنوات الفضائية الإخبارية للقضايا البارزة:

جدول(11) العلاقة بين نوع موقع القناة، ومعيار الحياد في صحفة الفيديوجراف في معالجتها للقضايا البارزة

موقع القناة \ الحياد	الإجمالي									
	BBC		DW		الجزيرة		ـ		موقع القناة	
%	كـ	%	كـ	%	كـ	%	كـ	%	كـ	%
%24.42	105	%15.8	12	%11.3	8	%25	25	%32.8	60	منحاز لجهة ما
%50.23	216	%52.63	40	%57.8	41	%48	48	%47.54	87	محايد
%12.8	55	%14.5	11	%18.31	13	%19	19	%6.6	12	معارض لجهة ما
%12.6	54	%17.11	13	%12.7	9	%8	8	%13.11	24	غير واضح
المجموع		%100		%100		%100		%100		ـ
كـ <sup>2</sup> = 27.24 - درجة الحرية = 9 - معامل التوافق = 0.244 (ضعيف)		مستوى الدالة = 0.001								

تشير بيانات الجدول السابق إلى أن مؤشر محايـد جاء في صدارة مؤشرات معيار الحياد التي تلتزم به صحفة الفيديوجراف في مواقع القنوات الفضائية الإخبارية في تناولها للقضايا البارزة، حيث احتل الترتيب الأول، بنسبة تقدر بـ(50.23%)، يليها في الترتيب الثاني مؤشر منحاز لجهة ما، بنسبة (24.42%)، وأخيراً جاء مؤشر معارض لجهة ما و غير واضح في الترتيب الثالث، بنسبة مقاربة تقدر بـ(12.8%) و (12.6%).

ومما سبق، نجد تصدر مؤشر محايـد في تناول صحفة الفيديوجراف في مواقع القنوات الفضائية الإخبارية للقضايا البارزة وهي نتيجة منطقية؛ نظراً لأن صحفة الفيديوجراف في تناولها للقضايا البارزة قد لا تتضمن في معظمها وجهات نظر، أي أنها تكتفي حسب نتائج الجدول رقم(9) على عرض الخبر أو نقله كما هو، أي يتضمن عناصره السته دون ذكر وجهة نظر أو انطباع شخصي معين ، و سرد المعلومات فقط من ناحية ، ومن ناحية أخرى تتضمن عرض وجهتي النظر المؤيدة والمعارضة أو وجهات النظر المختلفة إما عن طريق أراء الشخصيات أو المصادر المتنوعة (مؤيدة لطرف، معارضة لطرف)، وهذا يُحسب لمحرري هذه النوعية من الأخبار حيث يحرصون على الالتزام بالحياد قدر الإمكان لتعزيز مصداقية المعلومات المتضمنة محتوى الفيديوجراف وضمان استمرارية المشاهد وتفاعلـه وثقـته بهذه النوعية من الفيديوهـات.

واختلفت هذه النتيـجة مع نتـيـجة دراسـة (سيـلان، 2023، ص153)، التي بيـنت أن النـسبة الأـكـبر من الأخـبار التي تـناـولـتها المـواـقـع الـعـربـيـة عـيـنة الـدـرـاسـة مجـتمـعـة، كانت مـتحـيـزة بـنـسـبـة (94.3%)، فيما لم تـتـعدـ نسبة التـغـطـيـة المحـايـدة عن (5.7%).

وتفـقـ هذه النـتيـجة مع ما ظـهـرـ المؤـشـرات الإـحـصـائـية فيـ الجـدولـ، حيث تـوـجـ عـلـاقـة اـرـتـباطـية دـالـة إـحـصـائـيـاً بـيـنـ متـغـيرـ نوعـ القـناـةـ، وـمـعيـارـ الـحـيـادـ، حيث بلـغـتـ قـيـمةـ كـاـ(27.24ـ)، وـهـيـ قـيـمةـ دـالـةـ إـحـصـائـيـاً

عند درجة حرية (9)، ومستوى معنوية (0.001)، ويمكن وصف هذه العلاقة من حيث شدتها بالضعف؛ إذ بلغت قيمة معامل التوافق (0.244)، وهذا يعني أن معيار الحيد في تناول صحفة الفيديوجراف للقضايا البارزة يتأثر بنوعية مواقع القنوات، وليس مستقل ذاته، وهو ما توضحه النسب المئوية، حيث تصدرت فئة محايدين في قناة DW بنسبة أعلى تقدر بـ (57.8%)، يليها قناة BBC عربي بنسبة (52.63%)، بينما جاءت فئة منحاز لجهة ما في قناة العربية بنسبة أعلى تبلغ (32.8%)، في المقابل جاءت فئة معارض لجهة ما في قناة الجزيرة بنسبة أعلى تقدر بـ (19%) عن مواقع القنوات الفضائية الأخرى.

و. مؤشرات معيار الفورية في تناول صحفة الفيديوجراف في مواقع القنوات الفضائية الإخبارية للقضايا البارزة:

جدول (12) العلاقة بين نوع موقع القناة، وعيار الفورية في صحفة الفيديوجراف في معالجتها للقضايا البارزة

موقع القناة الفورية	الإجمالي									
	BBC	DW	الجزيرة	العربية	المجموع	كما <sup>2</sup> = 8.82 - درجة الحرية = 3 - معامل التوافق = 0.142 (ضعف) مستوى الدلالة = 0.032	%	%	%	%
تقديم معلومات وأحداث جديدة "أول بأول"	336	59	57	68	152	%78.14	%77.63	%80.3	%68	%83.1
تقديم وقائع ومعلومات جديدة لها علاقة بأحداث قديمة	94	17	14	32	31	%21.9	%22.4	%19.72	%32	%16.94
	430	76	71	100	183	%100	%100	%100	%100	%100

تشير بيانات الجدول السابق إلى أن أكثر مؤشرات معيار الفورية التي تحرص صحفة الفيديوجراف في مواقع القنوات الفضائية الإخبارية على الإلتزام بها أثناء تناولها للقضايا البارزة هي تقديم معلومات وأحداث جديدة "أول بأول"، حيث احتلت الترتيب الأول، بنسبة تقدر بـ (78.14%)، يليها في الترتيب الثاني مؤشر تقديم وقائع ومعلومات جديدة لها علاقة بأحداث قديمة، بنسبة (21.9%).

ويمكن تفسير ذلك، إلى طبيعة توظيف المواقع الإخبارية لصحفة الفيديوجراف في تقديم معلومات وأحداث جديدة أول بأول؛ كونها تهتم بتناول الأخبار الآنية بالدرجة الأولى؛ نظراً لسهولة هذه النوعية من القوالب في تناول الأحداث والقضايا الجارية بسرعة ووقت زمني قصير، يواكب الطفرة التكنولوجية الهائلة في وسائل الإعلام والاتصال ويعمق السبق الصحفي في متابعة كل جديد، وهذا ما يشكل عنصر جذب للجمهور ويحافظ على استمرارية متابعته لمحتوى هذه النوعية من الفيديوهات.

تشابهت هذه النتيجة مع نتيجة دراسة (رفعت، 2020، ص123)، التي أوضحت إن القيمة الإخبارية الأكثر ظهوراً في مقاطع الفيديو في المواقع قيد التحليل هي قيمة الآنية أو الحالية، ما يعكس اهتمام القائمين بالاتصال في مواكبة ما يجري من أحداث وقضايا وتقديمها بشكل فوري، كما تشابهت مع نتيجة (سيلان، 2023، ص162)، التي بينت أن مؤشر التحديث الفوري بنشر أخبار عاجلة في المواقع العربية، جاء بنسبة مرتفعة (100)، يليها مؤشر تحديث المواقع العربية مجتمعة للأخبار، بنشر أخبار جديدة مرتبطة بالأحداث اليومية، في الترتيب الثاني، ثم مؤشر تحديثها بنشر معلومات جديدة عن وقائع سابقة.

وتتفق هذه النتيجة مع ما تظهره المؤشرات الإحصائية في الجدول، حيث توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين متغير نوع القناة، وعيار الفورية، حيث بلغت قيمة  $\chi^2$  (8.82)، وهي قيمة دالة إحصائية

عند درجة حرية (3)، ومستوى معنوية (0.032)، ويمكن وصف هذه العلاقة من حيث شدتها بالضعف؛ إذ بلغت قيمة معامل التوافق (0.142)، وهذا يعني أن معيار الفوريّة في تناول صحفة الفيديوجراف للقضايا البارزة يتأثر بنوعية موقع القنوات، وليس مستقل ذاته، وهو ما توضحه النسب المئوية، حيث جاء مؤشر تقديم معلومات وأحداث جديدة "أول بأول" في قناة العربية بنسبة أعلى تقدر بـ(1%)، يليها قناة DW بنسبة (80.3%)، بينما جاء مؤشر تقديم وقائع ومعلومات جديدة لها علاقة بأحداث قديمة في قناة الجزيرة بنسبة أعلى تقدر بـ(32%)، يليها في قناة BBC عربي بنسبة (22.4%).

ي. مؤشرات معيار الشمولية والاكتمال في تناول صحفة الفيديوجراف في موقع القنوات الفضائية الإخبارية للقضايا البارزة:

جدول (13) العلاقة بين نوع موقع القناة، و معيار الشمولية والاكتمال في صحفة الفيديوجراف في معالجتها للقضايا البارزة

موقع القناة	العربية	الجزيرة	DW	BBC	الإجمالي		الشمولية والاكتمال
					%	ك	
ذكر كل تفاصيل الخبر أو المحتوى المقدم	166	43	52	67	%49.6	328	أو المحتوى المقدم
عرض وجهات نظر مختلفة حول الأحداث	52	37	23	16	%19.34	128	عرض وجهات نظر
تقديم خلفيّة عن الحدث أو المحتوى المقدم	107	39	27	33	%31.12	206	تقديم خلفيّة عن الحدث
المجموع	325	119	102	116	100%	662	ذكر كل تفاصيل الخبر أو المحتوى المقدم
كما $20.28 = \text{درجة الحرية} = 6$ - معامل التوافق = 0.172 (ضعيف) مستوى الدلالة = 0.002							فنة متعددة البدائل*

تشير بيانات الجدول السابق إلى أن أكثر مؤشرات معيار الشمولية والاكتمال التي تلتزم بها صحفة الفيديوجراف في موقع القنوات الفضائية الإخبارية في تناولها للقضايا البارزة هي ذكر كل تفاصيل الخبر أو المحتوى المقدم ، حيث جاءت في الصدراة، بنسبة تقدر بـ(49.6%)، يليها في الترتيب الثاني تقديم خلفيّة عن الحدث أو المحتوى المقدم، بنسبة (31.12%)، وأخيراً عرض وجهات نظر مختلفة حول الأحداث في الترتيب الثالث، بنسبة (19.34%).

ويمكن تفسير ذلك، إلى طبيعة موقع القنوات الفضائية الإخبارية في توظيف المحتوى المرئي صحفة الفيديوجراف في تناول القضايا، حيث تحرص على ذكر كل تفاصيل الخبر أو المحتوى المقدم، أي تقديم قصة إخبارية شاملة ومكتملة وذلك بتضمين الخبر كل عناصره الستة(من، ماذا، متى، أين، لماذا، وكيف ) خلال فترة زمنية قصيرة وبإيجاز ومن خلال مزج عناصر الفيديو والنصوص والصور والرسوم البيانية والمحركة والأرقام والاحصائيات أي دمج تقييمات الوسائل المتعددة لتقديم القصة من زوايا متعددة، بطريقة جذابة ومشوقة وسريعة وتحويل المعلومات والبيانات المعقدة إلى محتوى يسهل فهمه وتذكره من قبل الجمهور، مع مراعاة السرد القصصي المتكامل و الالتزام بالمعايير الصحفية كالدقة وال الموضوعية والحياد و التوازن لضمان اكتمال المعلومة وموثوقيتها. ما يعني أن القائمين على انتاج هذه النوعية من القوالب الجديدة، يحرصون على تقديم تعطية إخبارية شاملة وجذابة للقضايا المختلفة، مما يسهل للجمهور الحصول المعلومات بشكل كامل و زيادة معرفتهم بها والتأثير على اتجاهاتهم، وبالتالي يعزز من مصداقية هذه النوعية من الفيديوهات و يخلق الثقة بمحتها.

تشابهت هذه النتيجة مع نتيجة دراسة (سيلان، 2023، ص 149)، التي بينت أن مؤشرات (من وماذا وأين ولماذا) أي ذكر كل تفاصيل الحدث جاء في المرتبة الأولى في قائمة مؤشرات معيار تكامل وعمق الأخبار التي تناولتها المواقع العربية، يليها تقديم خلفية للأخبار.

وتتفق هذه النتيجة مع ما تظهره المؤشرات الإحصائية في الجدول، حيث توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين القناة، ومعيار الشمولية والاكتمال، حيث بلغت قيمة كا<sup>2</sup> (20.28)، وهي قيمة دالة إحصائياً عند درجة حرية (6)، ومستوى معنوية (0.002)، ويمكن وصف هذه العلاقة من حيث شدتها بالضعف؛ إذ بلغت قيمة معامل التوافق (0.172)، وهذا يعني أن معيار الشمولية والاكتمال في تناول صحفة الفيديوجراف للقضايا البارزة يتأثر بنوعية موقع القنوات، وليس مستقل بذاته، وهو ما توضحه النسب المئوية، حيث جاء مؤشر ذكر كل تفاصيل الخبر أو المحتوى المقدم في الصدارة في قناة BBC عربي بنسبة أعلى تقدر بـ (57.8%)، بينما جاء مؤشر تقديم خلفية عن الحدث أو المحتوى المقدم في قناة العربية بنسبة أعلى تقدر بـ (32.92%)، بالمقابل جاء مؤشر عرض وجهات نظر مختلفة حول الأحداث في قناة الجزيرة بنسبة أعلى تبلغ (31.1%)، يليها قناة DW بنسبة (22.6%).

### المحور الثاني: فئات متعلقة بالشكل (كيف قيل؟)

س 1: ما نوع القالب المستخدم في صحفة الفيديوجراف بمواقع القنوات الفضائية الإخبارية أثناء معالجة القضايا البارزة؟

جدول (14) العلاقة بين نوع موقع القناة، ونوع القالب المستخدم في صحفة الفيديوجراف في معالجة القضايا البارزة

الإجمالي		BBC		DW		الجزيرة		العربية		موقع القناة	نوع القالب
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك		
%17.7	76	%47.4	36	%16.9	12	%8	8	%10.93	20	فيديوجراف عادي (نص مصاحب للفيديو بدون موسيقى خلفية)	
%59.1	254	%26.32	20	%66.2	47	%55	55	%72.13	132	فيديوجراف عادي (فيديو + صور + نصوص مصاحبة + موسيقى خلفية)	
%23.3	100	%26.32	20	%16.9	12	%37	37	%16.94	31	فيديوموشن جرافيك (فيديو ونصوص ورسوم وموسيقى (انفوجرافيك-موشن جرافيك))	
%100	430	%100	76	%100	71	%100	100	%100	183	المجموع	
$\chi^2 = 80.73 - \text{درجة الحرية} = 6 - \text{معامل التوافق} = 0.398 - \text{مستوى الدلالة} = 0.001$ (متوسط)											

تشير بيانات الجدول السابق إلى أن قالب فيديوجراف عادي (فيديو + صور + نصوص مصاحبة + موسيقى خلفية) جاء في صدارة نوع القالب المتنضم صحفة الفيديوجراف في موقع القنوات الفضائية الإخبارية في تناولها للقضايا البارزة، حيث احتل الترتيب الأول، بنسبة (59.1%)، يليه في الترتيب الثاني مباشر، قالب فيديوموشن جرافيك (فيديو ونصوص ورسوم وموسيقى (انفوجرافيك-موشن جرافيك)، بنسبة (23.3%)، وأخيراً قالب فيديوجراف عادي (نص مصاحب للفيديو بدون موسيقى خلفية) في الترتيب الثالث، بنسبة (17.7%).

و يمكن تفسير تصدر الفيديوجراف العادي المتضمن (فيديو+ صور+ نصوص مصاحبة+ موسيقى خلفية) قائمة أولويات نوعية القوالب التي تعتمد عليها صحفة الفيديوجراف بمواقع القنوات الإخبارية في معالجتها للقضايا البارزة؛ نظراً لسهولة تصميمه وسرعة إعداده وإنجازه في وقت زمني قصير، حيث ينقل المعلومات على هيئة جرافيك متحرك (فيديو+ صور+ نصوص مصاحبة+ موسيقى خلفية) دون الاستعانة بالرسوم المتحركة، باعتبار غالبية هذه النوعية من القوالب تهتم بالأخبار الآنية التي تستوجب السرعة في نقل أحداثها للجمهور تحقيقاً للسبق الصحفى.

تشابهت هذه النتيجة مع نتيجة دراسة (عطوة، 2020، ص ص 637- 614)، التي بينت اعتماد موقع صحيفة التايمز البريطانية ونيويورك تايمز الأمريكية على الفيديو جراف العادي الذي يحتوى على تعليق صوتي ونص ، أما الموسن جرافيك Motion graphics الذي يرتكز على الرسوم المتحركة والرسوم التوضيحية ثنائية الأبعاد أو ثلاثية الأبعاد، فقد جاء في المرتبة الثانية والأخيرة. واختلفت هذه النتيجة مع نتيجة دراسة (مطاوع، 2022، ص 247) ، التي أشارت إلى تفوق موقع صحيفة "اليوم السابع" على الصحف الإلكترونية الأخرى في توظيف الفيديوجراف 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 فيديوجراف.

وعلاوة على ذلك، يأتي انخفاض نسبة اعتماد صحفة الفيديوجراف على الموسن جرافيك في معالجة القضايا البارزة نظراً لصعوبة تصميم هذه النوعية من القوالب التي تستغرق وقتاً طويلاً، حيث تستدعي وجود مصممين محترفين يمتلكون مهارات في استخدام برامج الرسوم المتحركة، وبالتالي تتطلب جهداً إضافياً وتكلفة أعلى مقارنة بالفيديوجراف العادي.

وتتفق هذه النتيجة مع ما تظهره المؤشرات الإحصائية في الجدول، حيث توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين متغير نوع القناة، و نوع قالب محتوى صحفة الفيديوجراف، حيث بلغت قيمة كا<sup>2</sup>(80.73) ، وهي قيمة دالة إحصائياً عند درجة حرية (6)، ومستوى معنوية(0.001)، ويمكن وصف هذه العلاقة من حيث شدتها بالمتوسطة؛ إذ بلغت قيمة معامل التوافق (0.398)، هذا يعني أن نوع قالب محتوى صحفة الفيديوجراف يتاثر بنوعية موقع القنوات، وليس مستقل بذاته، وهو ما توضحه النسبة المئوية، حيث جاء استخدام قالب فيديوموشن جرافيك (فيديو+ صور+ نصوص مصاحبة+ موسيقى خلفية) في الصدارة في قناة العربية بنسبة أعلى تقدر بـ(72.13%) يليها قناة DW بنسبة (66.2%)، بينما جاء استخدام قالب فيديوموشن جرافيك (فيديو ونصوص ورسوم وموسيقى (انفوجرافيك-موشن جرافيك) في قناة الجزيرة بنسبة أعلى تقدر بـ(37%)، في المقابل جاء استخدام قالب فيديوجراف عادي (نص مصاحب للفيديو بدون موسيقى خلفية) في قناة BBC عربي بنسبة(47.4%) وهي نسبة أعلى مقارنة بمواقع القنوات الفضائية الأخرى.

س3: ما المدة الزمنية المستغرقة في عرض القضايا البارزة في صحفة الفيديوجراف بمواقع القنوات الفضائية الإخبارية؟

جدول(15) العلاقة بين نوع موقع القناة، و المدة الزمنية المستغرقة في عرض القضايا البارزة في صحفة الفيديوجراف

موقع القناة	المدة الزمنية	الإجمالي		BBC		DW		الجزيرة		العربية	
		%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك
أقل من دقيقة	%26.51	114	%51.32	39	%23.94	17	%3	3	%30.1	55	
من دقيقة إلى أقل من دقيقتين	%59.8	257	%44.74	34	%56.34	40	%66	66	%63.93	117	
من دقيقتين إلى أقل من ثلات دقائق	%13.3	57	%2.63	2	%19.72	14	%31	31	%5.5	10	
ثلاث دقائق فأكثر	%0.5	2	%1.32	1	-	-	-	-	%0.55	1	
المجموع	%100	430	%100	76	%100	71	%100	100	%100	183	
											ك <sup>2</sup> = 86.57 - درجة الحرية = 9 - معامل التوافق = 0.409 (متوسط) مستوى الدالة = 0.001

تشير بيانات الجدول السابق إلى أن المدة من دقيقة إلى أقل من دقيقتين تصدرت المدة الزمنية المستغرقة في عرض صحفة الفيديوجراف في موقع القنوات الفضائية الإخبارية أثناء تناولها للقضايا البارزة، حيث احتلت الترتيب الأول، بنسبة (59.8%)، يليها المدة أقل من دقيقة في الترتيب الثاني، بنسبة (26.51%)، ثم المدة من دقيقتين إلى أقل من ثلات دقائق في الترتيب الثالث، بنسبة (13.3%)، وأخيراً ثلات دقائق فأكثر في الترتيب الرابع، بنسبة (0.5%).

وهذه النتيجة تتفق مع وجهة نظر الإعلاميين اليمنيين، عينة الدراسة المسحية، بشأن المدة الزمنية المناسبة والأكثر تفاعلاً لتقديم محتوى صحفة الفيديوجراف، حيث يفضل غالبيتهم الفيديوهات التي تتراوح مدتتها الزمنية ما بين دقيقة إلى أقل من دقيقتين، ويمكن تفسير ذلك، نتيجة لحرص مصممي هذه النوعية من الفيديوهات على تقديم محتوى سريع وجذاب، في عصر يتسم بالسرعة والتكنولوجيا والتنافسية بين موقع القنوات الفضائية الإخبارية لتحقيق السبق الصحفي في تقديم خبر أو قضية معينة، فمقاطع الفيديو ذات المدة الزمنية القصيرة تتناسب وطبيعة المنصات الرقمية من ناحية، ومن ناحية أخرى تُعد الأكثر تفضيلاً لدى جمهورها، فالفيديو القصير يسهل مشاركته عبر مواقع التواصل الاجتماعي والتفاعل مع محتواه.

تشابهت هذه النتيجة مع نتائج دراسة (مطاوع، 2022، ص277)، التي خلصت إلى أن معظم الفيديوجراف المنشورة عبر موقع الدراسة جاءت جميعها تتراوح ما بين الدقيقة إلى أقل من دقيقتان، يليها الأقل من دقيقة، ثم من دقيقتان إلى أقل من ثلات دقائق، كما اختلفت مع نتائج دراسة ( سعودي، 2024، ص134)، التي أوضحت أن أكثر من ثلثي قوالب الفيديوجراف تتراوح مدتتها الزمنية ما بين الدقيقتين إلى أقل من 4 دقائق.

وتتفق هذه النتيجة مع ما تظهره المؤشرات الإحصائية في الجدول، حيث توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين متغير نوع القناة، و المدة الزمنية، حيث بلغت قيمة كا<sup>2</sup>(86.57)، وهي قيمة دالة إحصائية عند درجة حرية (9)، ومستوى معنوية(0.001)، ويمكن وصف هذه العلاقة من حيث شدتها بالمتوسطة؛ إذ بلغت قيمة معامل التوافق (0.409)، وهذا يعني أن المدة الزمنية لعرض محتوى صحفة الفيديوجراف تتأثر بنوعية موقع القنوات، وليس مستقل بذاته، وهو ما توضّحه النسب المئوية، حيث جاءت المدة من دقيقة إلى أقل من دقيقتين في قناة الجزيرة بنسبة أعلى تقدر بـ(66%)، يليها قناة العربية بنسبة (63.93%)، بينما جاءت المدة أقل من دقيقة في قناة BBC بنسبة أعلى تقدر بـ(51.32%)، في

المقابل جاءت المدة من دقيقتين إلى أقل من ثلث دقائق في قناة الجزيرة بنسبة أعلى تقدر بـ(31%)، يليها في قناة DW بنسبة (19.72%).

س4: ما أساليب التراث الإعلامي التي تضمنتها صحفة الفيديوجراف في موقع القنوات الفضائية الإخبارية أثناء معالجة القضايا البارزة؟

جدول(16) العلاقة بين نوع موقع القناة، و نوعية الوسائط المتعددة المستخدمة في صحفة الفيديوجراف أثناء معالجتها لقضايا البارزة

موقع القناة	نوع الوسائط المتعددة	الإجمالي		BBC		DW		الجزيرة		العربية		
		%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
صور ورسوم ثابتة		%5.93	220	%4.6	29	4.99 %	30	%8.7	82	%5.2	79	
صور ورسوم متحركة		%2.83	105	2.98 %	19	%2	12	4.43 %	42	%2.1	32	
لقطات أو مقاطع فيديو حية		%8.2	304	9.73 %	62	8.99 %	54	6.43 %	66	8.02 %	122	
لقطات أو مقاطع فيديو إرشيفية		%7.5	277	%4.9	31	%6.7	40	%7.7	73	8.74 %	133	
نصوص مكتوبة		%11.5	427	11.93 %	76	11.31 %	68	10.6 %	100	12.02 %	183	
موسيقى خلفية		%9.6	356	%5.7	36	%9.5	57	9.81 %	93	11.2 %	170	
مؤثرات صوتية		%10.64	395	11.8 %	75	10.7 %	64	8.02 %	76	11.83 %	180	
إنفوجراف (رسومات بيانية توضيحية تحتوي على مخططات- خرائط- جداول- احصاءات )		%3.5	129	%3.8	24	%3	18	%5.1	48	%2.6	39	
لقطة شاشة		%4.96	184	5.34 %	34	%4.2	25	%3.5	33	6.04 %	92	
مؤثرات بصرية		%8.7	322	%6.3	40	8.82 %	53	%9.4	89	%9.2	140	
تعليق صوتي		%5.9	218	%9.3	59	6.32 %	38	%5.4	51	%4.6	70	
حركات إنتقالية		%11.6	430	11.93 %	76	11.81 %	71	10.6 %	100	12.02 %	183	
مزج ألوان مختلفة مع نصوص		%9.32	346	11.93 %	76	11.81 %	71	10.6 %	100	%6.5	99	
المجموع		%100	3713	%100	637	%100	601	%100	953	%100	1522	

$\chi^2 = 133.90$  - درجة الحرية = 36 - معامل التوافق = 0.187 (ضعيف) مستوى الدلالة = 0.001

\*نسبة متعددة البدائل

تشير بيانات الجدول السابق إلى أن محتوى صحفة الفيديوجراف في موقع القنوات الفضائية الإخبارية يتضمن أكثر من وسیط أثناء عرض القضايا البارزة؛ لتحقيق التراث الإعلامي والجاذبية وبما يلفت انتباه الجمهور وينجح التفاعليه، حيث احتلت نصوص مكتوبة و حركات إنتقالية الترتيب الأول، بنسبة مقاربة جداً تقدر بـ (11.5%) و (11.6%)، يليها استخدام مؤثرات صوتية في الترتيب الثاني، بنسبة (9.32%)، ثم مزج ألوان مختلفة مع نصوص في الترتيب الثالث، بنسبة (10.64%)، ثم استخدام موسيقى خلفية في الترتيب الرابع، بنسبة (9.6%)، يليها استخدام مؤثرات بصرية، واستخدام لقطات

أو مقاطع فيديو حية في الترتيب الخامس، بنسن مقاربة تبلغ (8.7%) و (8.2%)، ثم استخدام لقطات أو مقاطع فيديو إرشيفية في الترتيب السادس، بنسبة (7.5%)، يليها استخدام صور ورسوم ثابتة، وتعليق صوتي في الترتيب السابع، بنسن مقاربة تقدر بـ (5.93%) و (5.9%)، ثم استخدام لقطة شاشة في الترتيب الثامن، بنسبة (4.96%)، يليها استخدام إنفوجراف (رسومات بيانية توضيحية تحتوي على مخططات- خرائط- جداول- إحصاءات) في الترتيب التاسع، بنسبة (3.5%)، وأخيراً استخدام صور ورسوم متحركة في الترتيب العاشر، بنسبة (2.83%).

ويمكن تفسير ذلك، إلى أن الواقع القنوات الفضائية الإخبارية تحرص على تضمين هذه النوعية من الفيديوهات وتدعمها بأكثر من وسيط أو عنصر إبراز أثناء معالجتها للقضايا؛ وذلك لإيصال الفكرة أو الحدث أو القضية بسهولة ويسر، ولأن تعدد الوسائل يسهم في جذب الجمهور للمحتوى ويعزز من مصداقيته، حيث يتكون الهيكل البنائي للفيديوجراف من وسائل متعددة تتضمن (نصوص مكتوبة - حركات إنتقالية- مؤثرات صوتية - مزج ألوان مختلفة مع نصوص- موسيقى خلفية - مؤثرات بصرية - لقطات أو مقاطع فيديو حية و إرشيفية - صور ورسوم ثابتة - تعليق صوتي - لقطة شاشة - إنفوجراف) رسومات بيانية توضيحية تحتوي على مخططات- خرائط- جداول- إحصاءات)، وأخيراً صور ورسوم متحركة (موشن جرافيك)، هذه الوسائل المتعددة قد تأتي جميعها أو بعضها في محتوى الفيديوجراف لكنها تشتراك جميعها في توظيف وسائل أساسية أثناء معالجتها للقضايا والتي أبرزها النصوص المكتوبة و الحركات الإنقالية والمؤثرات صوتية و مزج ألوان مختلفة مع نصوص و الموسيقى خلفية، وكل وسيط وظيفة معينة.

تشابهت هذه النتيجة مع نتائج دراسة ( سعودي، 2024، ص124)، والتي أوضحت أن جميع قوالب الفيديوجراف التي عالجت القضايا الجارية في قنوات اليوتيوب الخاصة بالموقع الإخبارية المصرية، شهدت توظيف وسائل وعناصر مشتركة، وتحديداً النصوص المكتوبة والموسيقى والمؤثرات البصرية، حيث جاءت هذه الوسائل في المرتبة الأولى بنسن متساوية، كما اختلفت مع نتائج دراسة (أرباب، 2021، ص ص 201-273)، التي أكدت أن جميع موقع الدراسة لم توظف مطلقاً عنصر الصوت الذي يأتي مندجاً مع جميع عناصر الوسائل المتعددة، كما أثبتت أن هذه المواقع لم تستطع أن تدعم مضمونها الإخبارية بكل عناصر الوسائل المتعددة وهي (النص، الصور، الصوت، الرسوم، الإنفوجرافيك، الفيديو).

وخلال القول، فإن توظيف الوسائل المتعددة في صحفة الفيديوجراف أثناء معالجة القضايا يسهم في جعل هذه النوعية من القوالب المستحدثة أكثر ثراء و جاذبية وشموليّة وتأثيراً، كما يسهم التنوع في استخدامها في التأكيد على واقعية المحتوى و تُعزز من مصداقيته .

وتتفق هذه النتيجة مع ما تظهره المؤشرات الإحصائية في الجدول، حيث توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين القناة، وأساليب الشراء الإعلامي (نوع الوسائل المتعددة)، حيث بلغت قيمة كا<sup>2</sup> (133.90)، وهي قيمة دالة إحصائياً عند درجة حرية (36)، ومستوى معنوية (0.001)، ويمكن وصف هذه العلاقة من حيث شدتها بالضعف؛ إذ بلغت قيمة معامل التوافق (0.187)، وهذا يعني أن أساليب الشراء الإعلامي التي تضمنها محتوى صحفة الفيديوجراف من حيث نوع الوسائل المتعددة، تتأثر بنوعية موقع القنوات، وليس مستقل بذاتها، وهو ما توضحه النسب المئوية، فعلى الرغم من تصدر استخدام الوسائل المتعددة المتمثلة بـ(نصوص مكتوبة و حركات إنتقالية جميع مواقع القنوات الفضائية الإخبارية، إلا أنه جاء استخدامها في قناة العربية بنسبة أعلى تقدر بـ (12.02%)، بالمقابل جاء استخدام وسيط مؤثرات صوتية في قناتي العربية والـBBC عربي بنسن مقاربة تقدر بـ (11.83%) و (11.8%)، بينما

جاء استخدام الوسيط مزج ألوان مختلفة مع نصوص في قناتي DW و BBC عربي بنسبة مقاربة تقدرب(11.81%)، و(11.93%)، في حين جاء استخدام الوسيط موسيقى خلفية في قناة العربية بنسبة (11.2%) يليها قناة الجزيرة بنسبة (9.81%).

س5: ما اللغة المستخدمة في صحفة الفيديوجراف بمواقع القنوات الفضائية الإخبارية أثناء معالجة القضايا البارزة؟

جدول(17) العلاقة بين نوع موقع القناة، ونوع اللغة المستخدمة في صحفة الفيديوجراف في معالجتها للقضايا البارزة

الإجمالي		BBC		DW		الجزيرة		العربية		موقع القناة	اللغة المستخدمة
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك		
%55.12	237	%69.74	53	%67.61	48	%43	43	%50.82	93	لغة مختلطة بين الفصحي والعربية (إعلامية)	لغة مختلطة بين الفصحي والعربية (إعلامية)
%43.5	187	%30.3	23	%32.4	23	%51	51	%49.2	90	لغة إعلامية وأجنبية (مترجمة مكتوبة)	لغة إعلامية وأجنبية (مترجمة مكتوبة)
%1.4	6	-	-	-	-	%6	6	-	-	لغة إعلامية وأجنبية (مترجمة منطوقة)	لغة إعلامية وأجنبية (مترجمة منطوقة)
%100	430	%100	76	%100	71	100	100	%100	183	المجموع	
$\chi^2 = 35.76$ - درجة الحرية = 6 - معامل التوافق = 0.277 (ضعيف) مستوى الدلالة = 0.001											

يتضح من بيانات الجدول السابق أن اللغة الإعلامية المختلطة بين (الفصحي والعربية) جاءت في مقدمة اللغة المستخدمة في صحفة الفيديوجراف في موقع القنوات الفضائية الإخبارية في معالجتها للقضايا البارزة، حيث احتلت الترتيب الأول، بنسبة (55.12%)، يليها مباشرة اللغة الإعلامية والأجنبية (أي المترجمة المكتوبة) في الترتيب الثاني، بنسبة (43.5%)، وأخيراً اللغة الإعلامية والأجنبية (أي المترجمة المنطوقة) في الترتيب الثالث، بنسبة ضئيلة جداً تقدر بـ(1.4%).

إن النتائج السابقة تفسر أن اللغة الإعلامية (التي تجمع بين الفصحي والعربية)، هي اللغة الغالبة التي استخدمت في معالجة القضايا البارزة، من خلال النص المكتوب المتضمن هذه النوعية من الفيديوهات، ومضمون المقابلات، وذلك لأنها اللغة المعاصرة التي توأكب الأحداث والتطورات المختلفة على المجالات كافة وتعبر عنها، وحتى يتمكن الجمهور بكل فناته من فهمها.

اختلفت هذه النتيجة مع نتيجة دراسة سعودي، 2024، ص(130)، والتي تصدرت فصحي العصر مقدمة مستويات اللغة التي يعتمد عليها القائم بالاتصال في الفيديوجراف، ثم جاء المستوى اللغوي (فصحي العصر والعربية معًا) في المرتبة الثانية، يليها العربية فقط، كما اختلفت مع نتيجة دراسة يوسف، 2020، ص(171)، التي أشارت أن اللغة العالمية هي أكثر اللغات المقدمة في صحفة الفيديو في الصحف الإلكترونية المصرية، يليها باللغة العربية الفصحي، ثم الإنجليزية.

وتتفق هذه النتيجة مع ما تظهره المؤشرات الإحصائية في الجدول، حيث توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين القناة، واللغة المستخدمة، حيث بلغت قيمة  $\chi^2 = 35.76$ ، وهي قيمة دالة إحصائياً عند درجة حرية (6)، ومستوى معنوية (0.001)، ويمكن وصف هذه العلاقة من حيث شدتها بالضعيفة؛ إذ بلغت قيمة معامل التوافق (0.277)، وهذا يعني أن اللغة المستخدمة في عرض محتوى صحفة الفيديو جراف، لم تتأثر بنوعية موقع القنوات، وليس مستقل بذاتها، وهو ما توضّحه النسب المئوية، حيث

جاءت اللغة المختلطة بين الفصحى والعامية (إعلامية) في قناة BBC بنسبة أعلى تقدر بـ(69.74%)، يليها قناة DW بنسبة (67.61%)، بينما جاءت اللغة الإعلامية والأجنبية (مترجمة مكتوبة) في قناة الجزيرة بنسبة أعلى تقدر بـ(51%)، يليها قناة العربية بنسبة (49.2%).

س6: ما نوع المادة الإخبارية (القوالب الفنية) التي ظهرت بها صحفة الفيديو جراف في مواقع القنوات الفضائية الإخبارية في عرض القضايا البارزة؟

جدول(18) العلاقة بين نوع موقع القناة، ونوع القوالب الفنية التي ظهرت بها صحفة الفيديو جراف في عرض القضايا البارزة

موقع القناة \ القالب الفني	موقع القناة									
	الإجمالي	BBC		DW		الجزيرة		العربية		الكل
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
%33.02	142	%30.3	23	%30.99	22	%29	29	%37.2	68	خبر
%30.93	133	%14.5	11	%39.44	28	%45	45	%26.8	49	تقرير إخباري
%7.7	33	%11.84	9	%9.9	7	%4	4	%7.1	13	قصة أخبارية
%15.12	65	%19.74	15	%16.9	12	%17	17	%11.5	21	تحقيق استقصائي
%10.7	46	%17.11	13	%1.41	1	%3	3	%15.9	29	المقابلة
%2.6	11	%6.6	5	%1.41	1	%2	2	%1.64	3	استطلاع الرأي
<b>المجموع</b>										
<b>ك<sup>2</sup> = 49.13 - درجة الحرية = 15 - معامل التوافق = 0.320 (متوسط) مستوى الدلالة = 0.001</b>										

تشير بيانات الجدول السابق إلى أن قالب الخبر جاء في مقدمة القوالب الفنية التي ظهرت بها صحفة الفيديو جراف في عرض القضايا البارزة، حيث احتلت الترتيب الأول، بنسبة (33.02%)، يليها قالب التقرير الإخباري في الترتيب الثاني، بنسبة (30.93%)، ثم قالب التحقيق الاستقصائي في الترتيب الثالث، بنسبة (15.12%)، ثم استخدام قالب المقابلة في الترتيب الرابع، بنسبة (10.7%)، يليها استخدام قالب القصة الإخبارية في الترتيب الخامس، بنسبة (7.7%)، وأخيراً قالب استطلاع الرأي في الترتيب السادس، بنسبة (2.6%).

هذه النتائج تشير إلى اعتماد صحفة الفيديو جراف في مواقع القنوات الفضائية الإخبارية على قالب الخبر (الهرم المقلوب) غالباً في عرض القضايا البارزة؛ باعتباره أنساب القوالب الفنية للمنصات الرقمية وأسرعها، حيث يُقدم أهم المعلومات في المقدمة مع الإجابة بإيجاز عن عناصره السته (من متى أين ماذا لماذا كيف)، إضافة لتدعمه معلوماته بوسائل متعددة وثرية جذابة بصرياً؛ بما يسهل فهمها وتذكرها من قبل المتنقي، مع الأخذ بالاعتبار احتوائها على بيانات ومصادر موثوقة تزيد من مصداقية هذه النوعية من القوالب .

تشابهت هذه النتيجة مع نتيجة دراسة (الغريب، 2018، ص 9-16)، حيث جاءت الأخبار والتقارير لأكثر الفنون الصحفية توظيفاً، كما اختلفت مع نتيجة دراسة (الصبار، 2021، ص 1-77)، والتي بينت أن توزيع النمط الصحفى الذي يتبعه الانفوجرافيك والفيديو جرافيك في المواقعين توزع على ستة أنماط جاء أهمها في التقرير الصحفى، ثم الريبورتاج، ثم التحقيق الصحفى.

وتفق هذه النتيجة مع ما تظهره المؤشرات الإحصائية في الجدول، حيث توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين متغير نوع القناة، والقالب الإعلامية المستخدمة، حيث بلغت قيمة كا<sup>2</sup>(49.13)، وهي قيمة دالة إحصائياً عند درجة حرية (15)، ومستوى معنوية (0.001)، ويمكن وصف هذه العلاقة من حيث شدتها بالمتوسطة؛ إذ بلغت قيمة معامل التوافق (0.320)، وهذا يعني أن نوع المادة الإخبارية (القالب

الفنى) المتضمنة في محتوى صحفة الفيديو جراف يتأثر بنوعية موقع القنوات، وليس مستقل بذاته، وهو ما توضحه النسب المئوية، حيث تصدر التقرير الاخباري في قناة العربية بنسبة أعلى تقدر بـ(37.2%)، بينما جاء التحقيق الاستقصائى في قناة الجزيرة بنسبة أعلى تقدر بـ(45%)، في المقابل جاءت المقابلة في قناة BBC عربى بنسبة أعلى تقدر بـ(19.74%).

## النتائج العامة للدراسة التحليلية:

- جاءت الموضوعات السياسية في مقدمة محتوى صحفة الفيديو جراف في موقع القنوات الفضائية الإخبارية، حيث احتلت الترتيب الأول، يليها مباشرة الموضوعات العسكرية والأمنية إضافة إلى الإنسانية والاجتماعية في الترتيب الثاني، ثم موضوعات الحوادث والجرائم في الترتيب الثالث.
- تصدرت قضية الحرب الإيرانية، قائمة أولويات (أجندة) القضايا العربية والدولية التي تناولتها صحفة الفيديو جراف في موقع القنوات الفضائية الإخبارية عينة الدراسة، يليها قضية المجاعة والمساعدات في غزة، ثم تطورات الوضع في سوريا، ثم الحرب الروسية الأوكرانية، وأخيراً الزلازل والفيضانات وحرائق الغابات في دول العالم.
- أن معظم اتجاهات معالجة صحفة الفيديو جراف للقضايا البارزة في موقع القنوات الفضائية الأخبارية، جاءت سلبية، يليه الاتجاه الإيجابي في الترتيب الثاني، ثم الاتجاه المحايد في الترتيب الثالث.
- أن أكثر من مصدر جاء في مقدمة مصادر المعلومات التي استقت منها صحفة الفيديو جراف في تناولها للقضايا البارزة حيث تتنوع بين المصادر الرسمية ووكالات الأنباء والصحف والقنوات والإذاعات إضافة إلى المواطنين والمواقع الإخبارية والخبراء المتخصصين والمنظمات.
- أن الاستعمالات العقلية والعاطفية (الاثنين معاً) من أكثر الاستعمالات المستخدمة في صحفة الفيديو جراف المعالجة للقضايا البارزة "عينة الدراسة"، حيث جاءت في الترتيب الأول، بينما جاءت الاستعمالات العقلية (المنطقية) في الترتيب الثاني، وأخيراً احتلت الاستعمالات العاطفية الترتيب الثالث.
- أن الأخبار والقضايا ذات الطبيعة الآنية جاءت في صدارة توظيف موقع القنوات الفضائية الإخبارية لصحفة الفيديو جراف في تقديم الأخبار والأحداث والقضايا البارزة حيث احتلت الترتيب الأول، يليها الأخبار والقضايا ذات الطبيعة الموسمية في الترتيب الثاني.
- أن مؤشر فصل الرأي عن محتوى الفيديو جراف جاء في صدارة مؤشرات معيار الموضوعية والواقعية التي تلتزم بها صحفة الفيديو جراف في موقع القنوات الفضائية الإخبارية في تناولها للقضايا البارزة حيث احتل الترتيب الأول، يليها في الترتيب الثاني نقل الإخبار والمعلومات والأحداث كما هي في الواقع.
- أن أكثر مؤشرات معيار الدقة التي تلتزم بها صحفة الفيديو جراف في موقع القنوات الفضائية الإخبارية في تناولها للقضايا البارزة هي أن الفيديو والصور لها علاقة بالنص المكتوب بالمحظى، حيث احتل الترتيب الأول، يليها في الترتيب الثاني وضوح اللغة وأسلوب العرض، ثم يحتوي على مصادر في الترتيب الثالث.
- تصدر مؤشر لا يعرض وجهة نظر مقدمة مدى توازن صحفة الفيديو جراف في معالجتها للقضايا البارزة، حيث احتلت الترتيب الأول، يليه عرض وجهة نظر واحدة في الترتيب الثاني، ثم

- عرض وجهي النظر المؤيدة والمعارضة في الترتيب الثالث، وأخيراً عرض وجهات نظر متعددة في الترتيب الرابع.
- أن أكثر مؤشرات معيار التفاعلية التي تتيحها صحفة الفيديوجراف في مواقع القنوات الفضائية الإخبارية أثناء تناولها للقضايا البارزة هي (إمكانية التعليق الفوري على محتوى الفيديوجراف - التعبير عن الرأي بالإعجاب وعدم الإعجاب والمشاركة و استخدام وسائل متعددة لعرض محتوى الفيديوجراف ) حيث احتلت جميعها بحسب متساوية في الترتيب الأول، يليها في الترتيب الثاني (تضمين محتوى الفيديوجراف روابط متعددة عبر الأنترنت - تضمين الفيديوجراف "هاشتاجات" تربط محتواه بفيديوهات أخرى).
  - أن مؤشر محايد جاء في صدارة مؤشرات معيار الحياد التي تلتزم به صحفة الفيديوجراف في مواقع القنوات الفضائية الإخبارية في تناولها للقضايا البارزة، حيث احتل الترتيب الأول، يليها في الترتيب الثاني مؤشر منحاز لجهة ما، وأخيراً جاء مؤشر معارض لجهة ما و غير واضح في الترتيب الثالث.
  - أن أكثر مؤشرات معيار الفورية التي تحرص صحفة الفيديوجراف في مواقع القنوات الفضائية الإخبارية على الإلتزام بها أثناء تناولها للقضايا البارزة هي تقديم معلومات وأحداث جديدة "أول بأول" ، حيث احتلت الترتيب الأول، يليها في الترتيب الثاني مؤشر تقديم وقائع ومعلومات جديدة لها علاقة بأحداث قديمة.
  - أن أكثر مؤشرات معيار الشمولية والاكتمال التي تلتزم بها صحفة الفيديوجراف في مواقع القنوات الفضائية الإخبارية في تناولها للقضايا البارزة هي ذكر كل تفاصيل الخبر أو المحتوى المقدم ، حيث جاءت في الصدراة، يليها في الترتيب الثاني تقديم خفية عن الحدث أو المحتوى المقدم، وأخيراً عرض وجهات نظر مختلفة حول الأحداث في الترتيب الثالث.
  - أن قالب فيديوجراف عادي (فيديو + صور + نصوص مصاحبة + موسيقى خلفية) جاء في صدارة نوع القالب المتضمن صحفة الفيديوجراف في مواقع القنوات الفضائية الإخبارية في تناولها للقضايا البارزة، يليه في الترتيب الثاني مباشرة، قالب فيديوموشن جرافيك (فيديو ونصوص ورسوم موسيقى (انفوجرافيك-موشن جرافيك).
  - أن المدة من دقيقة إلى أقل من دقيقة تصدرت المدة الزمنية المستغرقة في عرض صحفة الفيديوجراف في مواقع القنوات الفضائية الإخبارية أثناء تناولها للقضايا البارزة.
  - أن محتوى صحفة الفيديوجراف في مواقع القنوات الفضائية الإخبارية يتضمن أكثر من وسيط أثناء عرض القضايا البارزة، حيث احتلت نصوص مكتوبة و حركات إنتقالية الترتيب الأول، يليها استخدام مؤثرات صوتية في الترتيب الثاني، ثم مزج ألوان مختلفة مع نصوص في الترتيب الثالث، ثم استخدام موسيقى خلفية في الترتيب الرابع.
  - أن اللغة الإعلامية المختلطة بين (الفصحي والعامية) جاءت في مقدمة اللغة المستخدمة في صحفة الفيديوجراف في مواقع القنوات الفضائية الإخبارية في معالجتها للقضايا البارزة.
  - أن قالب الخبر جاء في مقدمة القوالب الفنية التي ظهرت بها صحفة الفيديوجراف في عرض القضايا البارزة، حيث احتل الترتيب الأول، يليها قالب التقرير الإخباري في الترتيب الثاني، ثم قالب التحقيق الاستقصائي في الترتيب الثالث.

## الوصيات:

- توصي الباحثة موقع القنوات الفضائية الإخبارية بضرورة الاهتمام بصحافة الفيديوجراف، وتخصيص قسم خاص بها؛ نظراً لأهميتها وتميزها بالسرعة والجانبية في نقل المحتوى وما يحويه من أخبار وأحداث إلى الجمهور في وقت زمني قصير و باستخدام وسائل متعددة وثرية بالمعلومات.
- نظراً لأن القضايا السياسية جاءت في صدارة اهتمامات صناعة الفيديوجراف في موقع القنوات الفضائية الإخبارية ، توصي الباحثة بزيادة الاهتمام بنوعية المعلومات التي تقدمها حول هذه القضايا، إضافة إلى مزيد من التنوع في تناول مختلف الموضوعات والقضايا وعدم اقتصاره على نوعية محددة من الأخبار.
- نظراً لأن غالبية اتجاهات المعالجة للقضايا في موقع القنوات الفضائية الإخبارية جاءت سلبية، توصي الباحثة بزيادة الاهتمام بالجانب الإيجابية، أو التوازن أثناء عرضها للقضايا، وعدم التركيز على جانب واحد، وأن تعمل على الالتزام بمعايير المصداقية، والأسس المهنية الإعلامية.
- توصي الباحثة بالتركيز على إبراز وجهي النظر المؤيدة والمعارضة ووجهات النظر المتعددة عند تناول صناعة الفيديوجراف للقضايا المختلفة، وعدم الاكتفاء بعرض وجه نظر واحدة، كما جاء في النتائج، حتى تتصف بالمصداقية والتوازن.

## المصادر والمراجع:

أحمد إبراهيم عطيه: دور صناعة الفيديو في التأثير على اتجاهات الجمهور نحو أزمة (كوفيد 19) كورونا. **المجلة المصرية لبحوث الإعلام** (جامعة بنى سويف، كلية الإعلام العلمي الدولي السادس والعشرين الإعلام الرقمي والإعلام التقليدي مسارات للتكامل والمنافسة، مج 1، ع 77، أكتوبر 2021).

أحمد على أحمد ، مروة عطية محمد :استخدامات الفيديو جراف في الصحافة الإخبارية :دراسة مقارنة بين الواقع العربية و الغربية. **مجلة الآداب** ( جامعة الملك سعود، كلية الآداب، مج (31 ، ع (2 ، 2019 ) .

أحمد محمد عبدالله يوسف: توظيف صناعة الفيديو في الواقع الإلكترونية المصرية. **المجلة المصرية لبحوث الاتصال الجماهيري** (جامعة بنى سويف، كلية الإعلام، مج 1، ع 1، ديسمبر 2020).

أميرة سالم حسن: استخدام الشباب الجامعي لصناعة الفيديو الإلكترونية وتأثيرها على المفاهيم المجتمعية لديهم (جامعة بنها، كلية التربية النوعية، 2019).

إيمان دوابه: مصداقية الأخبار بالقنوات الفضائية لدى أخصائي الإعلام التربوي وعلاقتها بأدائهم المهني وإدراكيهم للواقع. **المجلة المصرية لبحوث الإعلام** (جامعة القاهرة، كلية الإعلام، مركز بحوث الرأي العام، ع 56 ، 2016).

إيمان محمد الغريب محددات وسياسات نشر مقاطع الفيديو على بوابات الصحف الإلكترونية وصفحاتها على موقع التواصل الاجتماعي. رسالة ماجستير، غير منشورة(جامعة القاهرة، كلية الإعلام، قسم الصحافة، 2018).

جمال محمد سيلان: معايير مصداقية وسائل الإعلام التقليدية والحديثة في الدراسات الإعلامية العربية " دراسة تحليلية مقارنة للفترة 1987-2022 . **مجلة الأندرس للعلوم الإنسانية والاجتماعية**، ( مج 9 ، ع 60 ، 2022 ).

حسني رفعت حسني:القيم الإخبارية لمقاطع الفيديو في الواقع الإلكتروني - دراسة تحليلية في موقعى شبكة الإعلام العراقي والحررة عراق. **مجلة كلية الرافدين الجامعية للعلوم** ( كلية الرافدين الجامعة، قسم الإعلام الرقمي، ع 47، 2020).

راضي محمد عطوة : استخدام الوسائل المتعددة في الواقع الإلكتروني للصحف . **المجلة العربية لبحوث الإعلام و الاتصال** (جامعة الأهرام الكندية ، ع (28)مارس ، 2020).

رشا عاطف الشيخ: القيم الإخبارية المتضمنة في الفيديوجراف المقدم بالموقع الإخبارية المصرية. **المجلة المصرية لبحوث الأعلام** (جامعة المنوفية، 2023).

سالي نصار: اتجاهات النخبة الإعلامية نحو مصداقية الصفحات الإخبارية على موقع التواصل الاجتماعي. أطروحة دكتوراه غير منشورة(جامعة عين شمس، كلية الآداب، قسم علوم الإعلام والاتصال، 2017).

سامح فوزى الشحرى: التعرض لصحافة الفيديو بالموقع الاخبارية وعلاقته بوعي الشباب المصرى بالمضمون الرياضية - دراسة ميدانية". مجلة كلية الآداب بقنا) جامعة جنوب الوادى، ع53، 2021 .

سامر مؤيد ناعم بروش: توظيف مقاطع الفيديو في الموقع الاخبارية الدولية / دراسة تحليلية لموقع Dw, Sky news, الجزيرة نت. رسالة ماجستير(جامعة بغداد، كلية الاعلام، قسم الصحافة، 2023 .).

سمر عبدالله، هويدا مصطفى: مصداقية القنوات الاخبارية العربية في تغطية أحداث العنف والإرهاب على المستوى المحلي والدولي - دراسة تحليلية في إطار مدخل التهديدات المجتمعية(المؤتمر العلمي الدولي السادس والعشرين: الإعلام الرقمي والإعلام التقليدي، مسارات للتكامل والمنافسة، القاهرة، ماج4، 11-12 يوليو، 2021 .).

صلاح الدين ابراهيم خليل الصبار: استخدام موقع القنوات الاخبارية للوسائل المتعددة موععي سكاي نيوز والجزيرة (دراسة تحليلية مقارنة). رسالة ماجستير في الإعلام (جامعة الشرق الأوسط، كلية الإعلام، قسم الصحافة والإعلام، 2021).

علاه محمد عبد العاطي يوسف: عرض المعلومات باستخدام تقنية الإنفوجرافيك والموشن جرافيك في نشرات الأخبار التليفزيونية. المجلة العلمية لبحوث الإذاعة والتلفزيون (جامعة القاهرة، ع 25 ، 2023 .).

محمد سعودي عبد المحسن: معالجة الفيديوجراف في قنوات اليوتيوب الخاصة بالموقع الاخبارية المصرية لقضايا الجارية وعلاقته باتجاهات الجمهور نحوها. أطروحة دكتوراه ( جامعة القاهرة، كلية الإعلام، قسم الإذاعة، 2024).

محمد سعودي عبد المحسن: معالجة الفيديوجراف في قنوات اليوتيوب الخاصة بالموقع الاخبارية المصرية لقضايا الجارية وعلاقته باتجاهات الجمهور نحوها. أطروحة دكتوراه ( جامعة القاهرة، كلية الإعلام، قسم الإذاعة، 2024).

محمد عبدالعزيز طه: مصداقية إعلام المواطن عبر موقع التواصل الاجتماعي والبرامج الحوارية بالقنوات الفضائية المصرية كما يدركها الشباب المصري. دكتوراه غير منشورة ( جامعة القاهرة، كلية الإعلام، قسم الإذاعة والتلفزيون، 2017).

منى هاشم: مصداقية موقع بعض الصحف المصرية على الانترنت وعلاقتها التفضيلات الجمهور المصري دراسة تحليلية وميدانية على عينة من الريف والحضر. دكتوراه غير منشورة (جامعة المنوفية، كلية الآداب، قسم الإعلام، 2012).

مهيتاب الرافعي: مصداقية الموقع الاخبارية على شبكة الانترنت، مجلة كلية الآداب، ع(31)، 2014.

نايف بن صالح العلياني: توظيف الموقع الاخبارية السعودية والأجنبية الموجه بالعربية للفيديوجراف لمعالجة القضايا الإنسانية الناتجة عن جائحة كورونا. أطروحة دكتوراه ( كلية الإعلام والاتصال. قسم الصحافة والنشر الالكتروني ،2023).

<https://www.alriyadh.com/2016776>

نسمة مطابع: توظيف الفيديوجراف في الصحافة الاخبارية دراسة تحليلية على عينة من الموقع الإلكتروني للصحف المصرية. المجلة العلمية لبحوث الصحافة (ع23، 2022).

نسمة مطابع: توظيف الفيديوجراف في الصحافة الاخبارية دراسة تحليلية على عينة من الموقع الإلكتروني للصحف المصرية. المجلة العلمية لبحوث الصحافة (ع23، 2022).

هبة محمد شقيق: مصداقية برامج البوتاست كمصدر للمعلومات والأخبار لدى الجمهور المصري- دراسة تحليلية وميدانية. مجلة البحث الإعلامية ( جامعة الأزهر، ماج69، ع 2، 2024).

هشام رشدى خير الله، مصداقية التناول الإعلامي للأزمات الاقتصادية عبر مواقع الصحف الإلكترونية وعلاقتها بثقة الجمهور المصرى واتجاهاته نحوها دراسة تحليلية ميدانية، المجلة المصرية لبحوث الرأى العام (جامعة القاهرة، كلية الإعلام، ماج 23، ع 2، 2024 .).

وداد هارون أحمد محمد أرباب: أساليب التحرير الصحفي الإلكتروني وأدواته المدعومة بتقنيات الوسائل المتعددة في أشكال ومضامين المادة الإخبارية ( دراسة تحليلية على الموقع الاخبارية الإمارانية). المجلة العلمية لبحوث الصحافة(ع22 ، ج 1، 2021 .).

وليد عبد الفتاح النجار: مصداقية الموقع الصحفية الالكترونية وعلاقتها بدرجة الاعتماد عليها كما يراها جمهور الصفة الاعلامية المصرية - دراسة ميدانية. المجلة المصرية لبحوث الاعلام، مركز بحوث الرأى العام (جامعة القاهرة، كلية الإعلام، ع 37، 2011 .).

## المراجع الأجنبية:

1. Chung Joo Chung, Yoonjae Nam, Michael A. Stefanone :Exploring Online News Credibility: The Relative Influence of Traditional and Technological Factors .Journal of Computer-Mediated

- Communication, Volume 17, Issue 2, ,2012 <https://doi.org/10.1111/j.1083-6101.2011.01565.x> .
2. Kalogeropoulos, A., Cherubini, F & Newman, N: The Future of Online News Video. **Reuters Institute for the Study of Journalism**. Retrieved from,2016.  
[https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract\\_id=2882465](https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=2882465) Yu Xiang: User-generated news: Netizen journalism in China in the age of short video. Global Media and China( Shanghai University, China, Vol. 4(1), 2019). Available at:  
<https://doi.org/10.1177%2F2059436419836064>

Van Krieken, K: Multimedia Storytelling in Journalism: Exploring Narrative Techniques in Snow Fall. Information (5)9 ·2018 ) p123 <https://doi.org/10.3390/info9050123><sup>1</sup> Srinivasan, M. & Barclay, F. P: Media Credibility: A triangulation Test. **Journal of Content**, Community & Communication