

# مجلة البحوث الإعلامية

مجلة علمية محكمة تصدر عن جامعة الأزهر/كلية الإعلام



رئيس مجلس الإدارة: أ.د/ سلامة داود - رئيس جامعة الأزهر.

رئيس التحرير: أ.د/ رضا عبدالواجد أمين - أستاذ الصحافة والنشر وعميد كلية الإعلام.

نائب رئيس التحرير: أ.م.د/ أحمد سالم - وكيل كلية الإعلام للدراسات العليا والبحوث.

مساعدو رئيس التحرير:

أ.د/ محمود عبدالعاطي - الأستاذ بقسم الإذاعة والتلفزيون بالكلية

أ.د/ فهد العسكر - أستاذ الإعلام بجامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية (المملكة العربية السعودية)

أ.د/ عبد الله الكندي - أستاذ الصحافة بجامعة السلطان قابوس (سلطنة عمان)

أ.د/ جلال الدين الشيخ زيادة - أستاذ الإعلام بالجامعة الإسلامية بأم درمان (جمهورية السودان)

مدير التحرير: أ.د/ عرفه عامر - الأستاذ بقسم الإذاعة والتلفزيون بالكلية

د/ إبراهيم بسيوني - مدرس بقسم الصحافة والنشر بالكلية.

د/ مصطفى عبد الحى - مدرس بقسم الصحافة والنشر بالكلية.

د/ أحمد عبده - مدرس بقسم العلاقات العامة والإعلان بالكلية.

د/ محمد كامل - مدرس بقسم الصحافة والنشر بالكلية.

سكرتير التحرير:

أ/ عمر غنيم - مدرس مساعد بقسم الصحافة والنشر بالكلية.

أ/ جمال أبو جبل - مدرس مساعد بقسم الصحافة والنشر بالكلية.

التدقيق اللغوي:

القاهرة- مدينة نصر - جامعة الأزهر - كلية الإعلام - ت: ٠٢٢٥١٠٨٢٥٦

الموقع الإلكتروني للمجلة: <http://jsb.journals.ekb.eg>

البريد الإلكتروني: [mediajournal2020@azhar.edu.eg](mailto:mediajournal2020@azhar.edu.eg)

المراسلات:

العدد السادس والستون - الجزء الثالث - ذو الحجة ١٤٤٤هـ - يوليو ٢٠٢٣ م

رقم الإيداع بدار الكتب المصرية: ٦٥٥٥

الترقيم الدولي للنسخة الإلكترونية: ٢٦٨٢ - ٢٩٢ x

الترقيم الدولي للنسخة الورقية: ٩٢٩٧ - ١١١٠

## قواعد النشر

تقوم المجلة بنشر البحوث والدراسات ومراجعات الكتب والتقارير والترجمات وفقاً للقواعد الآتية:

- يعتمد النشر على رأي اثنين من المحكمين المتخصصين في تحديد صلاحية المادة للنشر.
- ألا يكون البحث قد سبق نشره في أي مجلة علمية محكمة أو مؤتمراً علمياً.
- لا يقل البحث عن خمسة آلاف كلمة ولا يزيد عن عشرة آلاف كلمة... وفي حالة الزيادة يتحمل الباحث فروق تكلفة النشر.
- يجب ألا يزيد عنوان البحث (الرئيسي والفرعي) عن ٢٠ كلمة.
- يرسل مع كل بحث ملخص باللغة العربية وآخر باللغة الانجليزية لا يزيد عن ٢٥٠ كلمة.
- يزود الباحث المجلة بثلاث نسخ من البحث مطبوعة بالكمبيوتر.. ونسخة على CD، على أن يكتب اسم الباحث وعنوان بحثه على غلاف مستقل ويشار إلى المراجع والهوامش في المتن بأرقام وترد قائمتها في نهاية البحث لا في أسفل الصفحة.
- لا ترد الأبحاث المنشورة إلى أصحابها... وتحفظ المجلة بكافة حقوق النشر، ويلزم الحصول على موافقة كتابية قبل إعادة نشر مادة نشرت فيها.
- تنشر الأبحاث بأسبقية قبولها للنشر.
- ترد الأبحاث التي لا تقبل النشر لأصحابها.

## الهيئة الاستشارية للمجلة

١. أ.د./ على عجوة (مصر)  
أستاذ العلاقات العامة وعميد كلية الإعلام الأسبق  
بجامعة القاهرة.
٢. أ.د./ محمد معوض. (مصر)  
أستاذ الإذاعة والتلفزيون بجامعة عين شمس.
٣. أ.د./ حسين أمين (مصر)  
أستاذ الصحافة والإعلام بالجامعة الأمريكية بالقاهرة.
٤. أ.د./ جمال النجار (مصر)  
أستاذ الصحافة بجامعة الأزهر.
٥. أ.د./ مي العبدالله (لبنان)  
أستاذ الإعلام بالجامعة اللبنانية، بيروت.
٦. أ.د./ وديع العززي (اليمن)  
أستاذ الإذاعة والتلفزيون بجامعة أم القرى، مكة المكرمة.
٧. أ.د./ العربي بوعمامة (الجزائر)  
أستاذ الإعلام بجامعة عبد الحميد بن باديس بمستغانم، الجزائر.
٨. أ.د./ سامي الشريف (مصر)  
أستاذ الإذاعة والتلفزيون وعميد كلية الإعلام، الجامعة الحديثة للتكنولوجيا والمعلومات.
٩. أ.د./ خالد صلاح الدين (مصر)  
أستاذ الإذاعة والتلفزيون بكلية الإعلام - جامعة القاهرة.
١٠. أ.د./ رزق سعد (مصر)  
أستاذ العلاقات العامة - جامعة مصر الدولية.

## محتويات العدد

- ١٠٥١ ■ توظيف المواقع الإخبارية المصرية لمقاطع الفيديو في تغطية الحوادث عبر صفحاتها على الفيس بوك «دراسة تحليلية»  
د/ محمود إسماعيل عبد الرؤف الضبع
- ١١٤٧ ■ دور صحافة الفيديو في توعية الجمهور السعودي بالتحويلات الاقتصادية والاجتماعية في ضوء رؤية المملكة ٢٠٣٠ (دراسة ميدانية)  
د/ خالد بن إبراهيم الحمود
- ١٢١١ ■ تقييم تجربة استخدام المستهلك المصري لتطبيقات كوبونات الخصم والاسترداد النقدي عبر الهواتف الذكية (دراسة ميدانية في ضوء نموذج (S.O.R)  
د/ إيمان سيد أحمد السيد
- ١٣٠١ ■ فاعلية توظيف تطبيقات التصوير ٣٦٠ درجة في تنمية مهارات صناعة المحتوى الإخباري الرقمي لدى طلاب كليات الإعلام (دراسة شبه تجريبية)  
د/ منة الله كمال موسى دياب
- ١٣٩٣ ■ الخطاب النسوي الرقمي للمرأة المصرية عبر موقع التواصل الاجتماعي فيسبوك: دراسة كيفية  
د/ إنجي محمد بركة
- ١٤٦١ ■ اعتماد الجمهور المصري على الأعمال التاريخية بمنصة نتفليكس كمصدر للمعلومات: دراسة ميدانية  
د/ عمر الإبياري
- ١٥٠٧ ■ معالجة القنوات الإخبارية العربية للقصص الخبرية باستخدام تقنيات الواقع المعزز - دراسة تحليلية  
د/ محمد صلاح يوسف

- تعرض الأطفال المصريين لإعلانات المؤثرين عبر شبكات التواصل الاجتماعي وعلاقته بمستوى التطلعات المادية لديهم: دراسة ميدانية  
١٥٤٧ د/ هدى إبراهيم الدسوقي
- 
- تفاعلية طلاب الإعلام التربوي في مواجهة الأخبار الزائفة بمواقع التواصل الاجتماعي وعلاقتها بمهارات التربية الإعلامية الرقمية لديهم  
١٦١٣ د/ بوسي فاروق محمود غندر
- 
- أثر استخدام الوسائط المتعددة في الإعلانات التلفزيونية على إدراك الشباب الجامعي المصري للمحتوى المقدم: دراسة شبة تجريبية  
١٧١٩ د/ هالة غزالي محمد الربية
-



م	القطاع	اسم المجلة	اسم الجهة / الجامعة	ISSN-P	ISSN-O	السنة	نقاط المجلة
1	الدراسات الإعلامية	المجلة العربية لبحوث الإعلام و الإتصال	جامعة الأهرام الكندية، كلية الإعلام	2536- 9393	2735- 4008	2023	7
2	الدراسات الإعلامية	المجلة العلمية لبحوث الإذاعة والتلفزيون	جامعة القاهرة، كلية الإعلام	2356- 914X	2682- 4663	2023	7
3	الدراسات الإعلامية	المجلة العلمية لبحوث الإعلام و تكنولوجيا الإتصال	جامعة جنوب الوادي، كلية الإعلام	2536- 9237	2735- 4326	2023	7
4	الدراسات الإعلامية	المجلة العلمية لبحوث الصحافة	جامعة القاهرة، كلية الإعلام	2356- 9158	2682- 4620	2023	7
5	الدراسات الإعلامية	المجلة العلمية لبحوث العلاقات العامة والإعلان	جامعة القاهرة، كلية الإعلام	2356- 9131	2682- 4671	2023	7
6	الدراسات الإعلامية	المجلة المصرية لبحوث الإعلام	جامعة القاهرة، كلية الإعلام	1110- 5836	2682- 4647	2023	7
7	الدراسات الإعلامية	المجلة المصرية لبحوث الرأي العام	جامعة القاهرة، كلية الإعلام، مركز بحوث الرأي العام	1110- 5844	2682- 4655	2023	7
8	الدراسات الإعلامية	مجلة البحوث الإعلامية	جامعة الأزهر	1110- 9297	2682- 292X	2023	7
9	الدراسات الإعلامية	مجلة البحوث و الدراسات الإعلامية	المعهد الدولي العالي للإعلام بالشروق	2357- 0407	2735- 4016	2023	7
10	الدراسات الإعلامية	مجلة إتحاد الجامعات العربية لبحوث الإعلام و تكنولوجيا الإتصال	جامعة القاهرة، جمعية كليات الإعلام العربية	2356- 9891	2682- 4639	2023	7
11	الدراسات الإعلامية	مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط	Egyptian Public Relations Association	2314- 8721	2314- 873X	2023	7
12	الدراسات الإعلامية	المجلة المصرية لبحوث الاتصال الجماهيري	جامعة بني سويف، كلية الإعلام	2735- 3796	2735- 377X	2023	7
13	الدراسات الإعلامية	المجلة الدولية لبحوث الإعلام والاتصالات	جمعية تكنولوجيا البحث العلمي والفنون	2812- 4812	2812- 4820	2023	7



توظيف المواقع الإخبارية المصرية لمقاطع الفيديو في تغطية  
الحوادث عبر صفحاتها على الفيس بوك «دراسة تحليلية»

- **Employment of Egyptian News Websites for  
Video Clips in Covering Incidents on Their  
Facebook Pages – An Analytical Study**

د/ محمود إسماعيل عبد الرؤف الضبع ●

مدرس الصحافة بكلية الإعلام جامعة الأزهر

Email: mahmmod.eldaba@azhar.edu.eg

### ملخص الدراسة

استهدفت الدراسة التعرف على كيفية توظيف المواقع الإخبارية المصرية لمقاطع الفيديو لتغطية الحوادث بأنواعها على صفحاتها على موقع فيس بوك. واعتمدت الدراسة على منهج المسح الشامل لصفحات مواقع (اليوم السابع، والوطن والمصري اليوم)، في الفترة من 2022/7/1م حتى 2022/8/31م، باستخدام أسلوب تحليل المضمون والمقابلة، وخلصت الدراسة إلى عدة نتائج أبرزها:

تنوعت مضامين فيديوهات الحوادث، وكان أكثرها «جرائم القتل»، بخاصة قتل الزملاء والأصدقاء ثم الزوجين، ثم «الحوادث» وأبرزها حوادث الطرق (تصادم ودهس)، والغرق، والأخطاء الطبية، وقد كان موقع الوطن ثم المصري اليوم، الأكثر تركيزاً على تغطية جرائم القتل والحوادث، في حين قلَّت في صفحة اليوم السابع. كما تصدرت مصادر الفيديو الداخلية (من صحفي ومراسل الموقع، ثم المواد الفيلمية من إنتاج الموقع، وأخيراً مذيع النشرة)، التي كانت أكثر وضوحاً بموقع الوطن، أمَّا المصري اليوم واليوم السابع فكانا الأكثر توظيفاً للمصادر غير محدد المصدر والخارجية.

كما أوضحت النتائج حرص جميع مواقع الدراسة على تحقيق المصادقية، من خلال تصدر المصادقية المتوسطة والمرتفعة، وقلَّت مستوى المصادقية الضعيفة، بخاصة اليوم السابع والمصري اليوم. صحافة الفيديو- الحوادث - الجرائم- المواقع الإخبارية - صفحات التواصل الاجتماعي - فيس بوك.

### Abstract

The study aimed to: identify how Egyptian news websites use video clips to cover all kinds of incidents on their Facebook pages. The study relied on the methodology of the comprehensive survey of the pages of (Al-Youm Al-Sabea, Al-Watan, and Al-Masry Al-Youm) websites, which extended from 1/7/2022 AD to 31/8/2022 AD, using the two methods of content analysis and interview. The study concluded with several results, most notably:

The contents of the accident videos varied, most of which were "murders", especially the killing of colleagues and friends, then the spouses, then "accidents", most notably road accidents (collision and run-over), drowning and medical errors. , while I said on the page of the seventh day. The internal video sources (from the journalist and correspondent of the site, then the film materials produced by the site and finally the announcer of the newsletter), which were more visible on the Al-Watan website, were also topped.

Video journalism, accidents, crimes, news sites, social networking pages, Facebook.

تتعدد المضامين التي تغطيها المواقع الإخبارية، وتتنوع أدواتها وأساليبها لتحقيق ذلك؛ تبعاً لاهتمامات مستخدميها الحاليين وسعيها لكسب مستخدمين جدد، من خلال مواكبة أحدث التطورات التقنية في جمع المعلومات ونشرها، سواء الأشكال النصية التقليدية وتدعيمها بالمواد البصرية؛ كالصور والرسوم، أو المواد السمعية البصرية التي تخاطب جميع حواس المستخدم، وتجذب انتباهه، وقدرتها على زيادة الإحساس بالحضور والمعيشة، التي يزيد معها مستوى المصادقية التي تحقق للموقع الإخباري مكانة مرموقة في نفوس مستخدميها، ويعد التنوع بين أساليب عرض الموضوعات من أهم الوسائل التي تمكن الموقع الإخباري من الحفاظ على مستخدميه، وتجذب شرائح عمرية جديدة، خاصة من الشباب الذي يزيد تفضيله لمتابعة الموضوعات في أشكال مرئية، وتزيد من القدرة التنافسية بينه وبين المواقع الإخبارية والتلفزيونية الأخرى، ومنصات التواصل الاجتماعي التي زاد انتشارها وتعددت خدماتها، مما جعلها رافداً ومصدراً رئيساً للمعلومات، بجانب كونها أبرز قنوات التواصل والتفاعل بين الجماهير والمؤسسات الإخبارية، التي كان وجودها وتمثيلها على هذه المنصات ضرورة حتمية حفاظاً على جمهورها، والاستفادة ومن الخدمات التي توفرها هذه المنصات متعددة المضامين وأشكال تقديمه، ويعد "فيس بوك" أكثرها انتشاراً واستخدماً في جميع بلدان العالم، وفي مصر خاصة.

غير أن منصات التواصل الاجتماعي تختلف فيما بينها تبعاً لشكل المحتوى الغالب عليها، الذي يزيد من تأثيرها وعدد متابعيها، وتعد مقاطع الفيديو -التي تتباين مدتها- من السمات المشتركة بين أغلب منصات التواصل الاجتماعي وأوسعها انتشاراً، نظراً لما توفره مقاطع الفيديو من تأثير عميق تبعاً لخواصه التي تخاطب حواس المستخدم،

وقدرتها على زيادة الإحساس بالواقعية ومواكبة الحدث لحظة بلحظة من خلال خدمات البث المباشر، التي أضافتها بعض شبكات التواصل ومنها فيس بوك، كما ترجع أهمية توظيف مقاطع الفيديو إلى: قدرتها على عرض جميع الأخبار والموضوعات بتنوعها الجادة والخفيفة، غير أنه مؤخراً وظُفَت مقاطع الفيديو لتناول وتغطية الحوادث بأنواعها؛ ليس فقط لكون الحوادث والجرائم من المواد الأكثر جذباً للمستخدمين، ولكن لظهور كثير من الحوادث والجرائم التي وثِّقتْها مقاطع الفيديو، وأكدت بشاعتها، سواء بصورة غير مقصودة وغير معدة مسبقاً - مثل حادثة نيرة أشرف أو حوادث الطرق والكوارث الطبيعية- التي تلتقطها كاميرات المراقبة، أو بصورة مقصودة؛ كفيديوهات الانتحار التي زادت مؤخراً وتعددت أسبابها، لذلك يحاول البحث الإجابة عن تساؤل رئيس: "كيف استفادت المواقع الإخبارية المصرية من مقاطع الفيديو في تغطية الحوادث على صفحاتها على مواقع التواصل الاجتماعي- فيس بوك؟".

#### الدراسات السابقة:

يمكن تناول الدراسات السابقة المتاحة إلى محورين كما يلي:

المحور الأول: دراسات تناولت مقاطع الفيديو وتوظيفها.

المحور الثاني: دراسات تناولت الحوادث والمنصات الاجتماعية.

#### أولاً: دراسات مقاطع الفيديوهات وتوظيفها:

استهدفت دراسة (أحمد علوي 2022)<sup>(1)</sup> رصد وتحليل الوضع الراهن لصحافة الفيديو الإلكترونية في مصر، واستشراف مستقبلها، وتنتمي إلى حقل الدراسات المستقبلية، واعتمدت على منهج المسح، لرصد أوضاع صحافة الفيديو في مصر وتصورات الخبراء عن مستقبلها في السنوات القادمة حتى عام 2030م، واعتمدت الدراسة على استمارة استبيان مع الخبراء بالمواقع، وبلغ عددهم 58 خبيراً، والمقابلات المقننة مع مجموعة من الخبراء الأكاديميين المتخصصين، وعددهم 58 أكاديمياً، وتوصلت الدراسة إلى: تنبؤ النخبة (ممارسين وأكاديميين)، بالسيناريو التفاؤلي لمستقبل صحافة الفيديو خلال العقد القادم، وبلغت نسبتهم 50%، في حين كان السيناريو التشاؤمي الأقل بنسبة 14.6%.

كما استهدفت دراسة (Md. Sayeed Al-Zaman, 2022)<sup>(2)</sup> التعرف على اتجاهات المحتوى الديني عبر الإنترنت، وتفاعل المستخدمين معها، والعلاقة بين مؤشرات التفاعل، وحملت الدراسة مقاطع الفيديو الإسلامية التي حُمِلت على موقع YouTube في 2011-2020. وأشارت النتائج إلى أن مقاطع الفيديو الإسلامية على موقع يوتيوب نمت من 6.04% في 2011م إلى 13.11% في 2019م، مع وجود ارتباط إيجابي قوي، وتزايد التعليقات والإعجاب بمعدل ملحوظ عن مؤشرات التفاعل الأخرى، كما أن المستخدمين الذين يشاهدون مقاطع الفيديو الإسلامية أكثر ميلاً إلى الإعجاب بالفيديوهات بدلاً من كرههم، كما أن تفاعل المستخدمين لا يرتبط بطول مقاطع الفيديو الإسلامية.

وهدفت دراسة (A. Marthe Möller & Mark Boukes, 2022)<sup>(3)</sup> إلى التحقق من تأثير تعليقات المستخدمين المصاحبة للفيديوهات السياسية الساخرة في تجربة المستخدمين الآخرين على الإنترنت؛ برصد تأثيرات التعليقات من خلال كيفية تشكل التعليقات تجارب المشاهدين في السخرية السياسية، وكيف تؤثر هذه التجارب في سلوك المشاهدين لاحقاً، وأظهرت النتائج أن تكافؤ التعليقات يؤثر في النوايا السلوكية للمشاهدين؛ من خلال اكتساب المشاهدين المعرفة الشخصية، وتجاربهم الترفيهية الممتعة رداً على الفيديو السياسي الساخر، كما أن التجارب الترفيهية لا تؤثر في النوايا السلوكية للمشاهدين، وأبرزت النتائج أن التعليقات لا تشكل تجارب المشاهدين فقط لأنهم يشاهدون السخرية السياسية عبر الإنترنت، ولكن لها أيضاً تأثير على ما ينوي المشاهدون فعله في الواقع.

وكان الهدف الرئيس لدراسة (دعاء سالم، 2022)<sup>(4)</sup> التعرف على معايير الجودة في صحافة الفيديو بالمواقع الإخبارية، واتجاهات طلاب الإعلام التربوي نحوها، ورصد دوافع تعرض المبحوثين لصحافة الفيديو بالمواقع الإخبارية، ودرجة تفاعلهم مع محتواها، واستندت الدراسة إلى نظرية ثراء الوسيلة، ووظفت منهج المسح، بالتطبيق على عينة قوامها (400 مفردة) من طلاب الإعلام التربوي بجامعة القاهرة والمنصورة، واستخدمت أداة الاستبانة، وتوصلت الدراسة إلى أن معيار جودة المضمون

والمونتاج جاء في مقدمة معايير الجودة في صحافة الفيديو، كما أكد المبحوثون أن صحافة الفيديو أكثر مصداقية في عرض الخبر.

واستهدفت دراسة (هالة كتاك، 2022)<sup>(5)</sup> اختبار العلاقة بين التزام صحافة الفيديو بالمعايير المهنية والأخلاقية الحاكمة ودورها في معالجة قضايا وأحداث المجتمع المصري، واتجاهات المزاج العام المطالع لها، واعتمدت الدراسة على منهج المسح بشقيه (الوصفي والتحليلي)، وأسلوب المقارنة المنهجية، وتمثلت عينة الدراسة في 678 مفردة من الجمهور العام، وطُبقت استبانة إلكترونية، وتوصلت الدراسة إلى أن الجرائم الأسرية أهم القضايا والأحداث التي تعرضها صحافة الفيديو، كما كانت اتجاهات معالجة القضايا في صحافة الفيديو إيجابية بنسبة 43.1%، وجاء الالتزام بالمعايير المهنية والأخلاقية أهم عوامل بقاء صحافة الفيديو من وجهة نظر الجمهور المتابع.

كما استهدفت دراسة (أحمد علوي، 2020)<sup>(6)</sup> رصد أكثر الفنون الصحفية إنتاجاً في صحافة الفيديو الإلكترونية المصرية، ومصادرها المختلفة، واعتمدت الدراسة على منهج المسح، وأداة تحليل المضمون، بالتطبيق على بوابات (الوفد، والأهرام، واليوم السابع)، وخلصت الدراسة إلى تصدر بوابة اليوم السابع بإنتاج 263 مقطع فيديو، ثم بوابة الأهرام بـ 26 مقطع فيديو، وأخيراً 18 مقطع فيديو لبوابة الوفد، كما أكدت الدراسة انفراد اليوم السابع بموقع خاص لصحافة الفيديو، في حين لم تخصص الوفد قسماً لصحافة الفيديو.

### المحور الثاني: دراسات تتناول الحوادث والمنصات الاجتماعية:

استهدفت دراسة (Margareta Salonen, et al, 2022)<sup>(7)</sup> اختبار تصور فقدان وسائل الإعلام الإخبارية دورها كحارس البوابة الوحيد في الفضاء الإلكتروني، وأعطى هذا التطور صوتاً نشطاً للجمهور وحوّل الصحافة إلى محادثات بين الصحفيين وجماهيرهم، وكانت الملاحظة الأولية لهذه الدراسة هي: أنه إلى جانب الصحفيين، تؤدي المنصات والجماهير دوراً في عملية الحراسة التي تحدث بعد النشر، لذلك، نحتاج إلى اكتساب فهم أفضل لهذه العلاقة الثلاثية، وبعد تحليل (180) منشوراً وتعليقاً على صفحات Facebook الخاصة بالصحف الفنلندية، باستخدام صحيفة تحليل المحتوى



والمحادثات الرقمية، وسعت الدراسة "نظرية البوابة" التقليدية لتشمل ممارسات ما بعد النشر الخاصة بالحراسة، وأخيراً اقترحت مفهوماً لإدارة بوابة المحادثة، ويشرح المفهوم كيف يمكن للصحفيين وجماهير وسائل التواصل الاجتماعي من خلال التفاعل الاجتماعي بناء تفاهم متبادل، وإنشاء معايير، وتحديد المحتوى والإجراءات المناسبة أو المطلوبة في مساحة الأخبار العامة التي تتشكل على منصة معينة عبر الإنترنت.

كما استهدفت دراسة (V́ctor Garća-Perdomo, 2022)<sup>(8)</sup> شرح كيفية استخدام اثنتين من كبرى المؤسسات الإخبارية التلفزيونية من كولومبيا وسائل التواصل الاجتماعي لتوزيع الفيديو وإشراك جمهور التلفزيون في إنشائه عبر الإنترنت، وتأثير ذلك على مستقبل الصحافة التلفزيونية، واعتمدت الدراسة على ملاحظة المشاركين والمقابلات المتعمقة، وأظهرت النتائج أن وسائل التواصل الاجتماعي، لا سيما Facebook، تعمل على تغيير طريقة تفكير القنوات التلفزيونية في مقاطع الفيديو وتصوراتها عن مشاركة الجمهور على المستوى التنظيمي، وأن وسائل التواصل الاجتماعي لا تؤدي دوراً مهماً في توزيع الفيديو فحسب؛ بل إنها تؤثر أيضاً في توصياتها ومقاييسها على قرارات التلفزيون المتعلقة بإنتاج المحتوى.

وكان الهدف الرئيس من دراسة (إسماعيل الشرنوبي، 2022)<sup>(9)</sup> التعرف على مضامين الجريمة كما تعكسها صفحات المواقع الإخبارية على فيس بوك، وانعكاساتها على إحساس الجمهور بالخطر الجمعي، وذلك من خلال رصد نوعية مضامين الجرائم كما تعكسها صفحات المواقع الإخبارية على فيس بوك، والأساليب التي وظفتها في تقديم المضمون، ودوافع تعرض المستخدمين لمضامين الجرائم التي تقدمها هذه الصفحات، واعتمدت الدراسة على أداتي تحليل المضمون والاستبانة لجمع البيانات، وذلك بالتطبيق على ثلاث صفحات مواقع إخبارية (اليوم السابع، والوطن، والمصري اليوم)، في الفترة من 2022/1/1م إلى 2022/3/31م، كما طبقت الدراسة الميدانية على عينة قوامها (436) مفردة من الجمهور المصري، وانتهت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أبرزها: تصدر الجرائم المرتكبة ضد الأفراد، يليها الجرائم الأسرية، كما كشفت عن وجود علاقة ارتباطية إيجابية بين معدل تعرض الجمهور

لمضامين الجريمة على صفحات المواقع الإخبارية على فيس بوك وارتفاع معدل إحساس الجمهور بالخطر الجمعي.

وهدفت دراسة (حنان مرعي، 2022)<sup>(10)</sup> إلى التعرف على دوافع استخدام الشباب الجامعي لصفحات الحوادث على موقع فيس بوك، والإشباع المتحققة منها، وتنتمي الدراسة إلى الدراسات الوصفية، واستخدمت منهج المسح الإعلامي، وطُبقت الدراسة على عينة قوامها 400 مفردة من الشباب الجامعي بجامعة كفر الشيخ و6 أكتوبر، باستخدام الاستبانة الإلكترونية لجمع البيانات، وكانت أهم النتائج: ارتفاع أعداد الشباب الجامعي الذين يتابعون صفحات الحوادث على موقع فيس بوك بنسبة 70.3% من أفراد العينة، ومن أهم صفحات الحوادث على موقع فيس بوك التي يفضلها الشباب الجامعي، صفحة الحوادث وعالم الجريمة بنسبة 67%، يليها صفحة أخبار الحوادث بنسبة 42.5%.

واستهدفت دراسة (سحر غريب، 2022)<sup>(11)</sup> دراسة استخدام صفحات الصحف الخاصة المصرية للبث المباشر، مع تحديد مدى ثراء هذه الخدمة في ضوء ثراء الوسيلة الإعلامية، وتعد دراسة وصفية. استخدمت منهج المسح، وأداة تحليل المحتوى، وطُبقت على ثلاث صفحات للصحف المصرية، هي: (اليوم السابع، والوطن، والمصري اليوم)، وأوضحت النتائج أن: أهم المضامين التي سيطرت على فيديوهات البث المباشر في الصفحات الثلاث، كانت "الترفيهي"، "والاهتمامات الإنسانية"، و"الجرائم والحوادث"، وهي كلها مضامين تخاطب مشاعر الجمهور، وسيطرة الوظيفة الإخبارية على تغطية الصفحات الثلاث.

كما استهدفت دراسة (فلورا متي، 2022)<sup>(12)</sup> الكشف عن العلاقة بين تغطية موقع المصري اليوم وبوابة الأخبار لجرائم الأسرة ومشاعر الخوف لدى الجمهور، والسلوكيات الناتجة عن هذا الخوف، واستخدمت الدراسة أداة تحليل المضمون، وبلغ عدد الأخبار في موقع المصري اليوم 187 خبراً، وفي بوابة الأخبار الإلكترونية 233 خبراً، واستعان بأداة الاستبانة الإلكترونية، بالتطبيق على عينة عمدية بلغت 203 مفردات،

وتوصلت الدراسة إلى تشابه الموقعين في أهم الموضوعات، التي تمثلت في "قتل الأزواج للزوجات"، والتركيز على قالب الخبر البسيط، والصور الموضوعية المصاحبة للخبر. وهدفت دراسة (نها عبد المقصود غالي، 2022)<sup>(13)</sup> إلى التعرف على مصداقية مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر من مصادر المعلومات في أوقات الأزمات والحروب (الحرب الروسية الأوكرانية)، والمعايير المؤثرة في تلك المصدقية من وجهة نظر الجمهور المصري، وطُبقت الدراسة على عينة عشوائية قوامها 400 مفردة من جمهور مدينتي الإسكندرية ودمنهور، وتوصلت إلى مجموعة من النتائج أبرزها: اتضح أن متغير المصدقية ينبثق عنه عدد من المتغيرات الفرعية بعضها يرتبط بالمرسل، وبعضها بالمتلقي، وبعض آخر بالوسيلة، كما أوضحت أن نسبة المبحوثين في فئتي التعليم المتوسط والعالي لمواقع التواصل الاجتماعي (فيس بوك، ويوتيوب) كانت عالية في مجملها.

التعليق على الدراسات السابقة: من خلال العرض السابق يمكن ملاحظة التالي:

- يمكن رصد اهتمام بعض الباحثين بالأبحاث والدراسات التتابعية في صحافة الفيديو، ومنها: (أحمد علوي، 2020م)، الخاصة بتوظيف صحافة الفيديو في المواقع الإلكترونية، و(2022م) الخاصة بدراسة مستقبل صحافة الفيديو في مصر حتى 2030م، وهي الدراسة الاستشرافية الوحيدة.
- النمو المطرد في دراسات صحافة الفيديو، التي اتجهت بشكل شبه تام إلى دراسة مقاطع الفيديو نفسها، وما يتصل بـ: (المضامين السياسية الجادة أو الدينية، ومعاييرها الأخلاقية والمهنية التي تكفل لها البقاء، وجودتها وطولها المناسب، وتأكيد مصداقيتها، ومستويات التفاعل التي توفرها، وغيرها).
- تنوعت وسائل وأشكال عرض الجرائم، التي غلب عليها جرائم ضد الأفراد أو الأسرية، ووظُفت منصات التواصل الاجتماعي، سواء صفحات المواقع الإخبارية أو صفحات الأفراد، في المتابعة، كما رُصد ما يصاحبها من شعور بالخوف، والخطر الجمعي.
- كما تعددت جوانب تناول وسائل التواصل الاجتماعي، من الصراع بين الصحفيين

والجمهور بعد انتشار الشبكات الاجتماعية، ودور كل منهم في حراسة البوابة، وعدّها مصدراً رئيساً للمعلومات للصحفيين، خاصة في أوقات الأزمات، مثل: الحرب الروسية الأوكرانية.

أوجه الاستفادة من الدراسات السابقة: استفاد الباحث من الدراسات السابقة في صياغة المشكلة، والتعرف على أبعادها، والكشف عن التراث العلمي المتعلق بها، مما زاد الشعور بأهميتها، بجانب القدرة على صياغة الأهداف ووضع التساؤلات، والوقوف على المنهج والأدوات المناسبة، والرصد السليم لمجتمع الدراسة وعينتها، وما يلي ذلك من خطوات.

#### مشكلة الدراسة:

يمكن تحديد المشكلة في رصد وتحليل توظيف المواقع الإخبارية المصرية (اليوم السابع - الوطن - المصري اليوم) لمقاطع الفيديو في تغطية الحوادث باختلاف أنواعها، وتعدد مصادرها التي توفر المصدقية، وتشير إلى الإمكانيات الصحفية للمواقع عينة الدراسة، والوقوف على الجوانب التي تسعى لتغطيتها، وأدواتها في ذلك، والوقوف على الجوانب الفنية والتقنية المرتبطة بهذه المقاطع وآليات إنتاجها، ورصد الإمكانيات التي توفرها منصات التواصل الاجتماعي بصفة عامة، وفيس بوك بصفة خاصة، للمواقع الإخبارية للتفاعل مع جمهورها، والمعايير الواجب توافرها في مقاطع الفيديو التي تتناول الحوادث والجرائم، والحفاظ على الخصوصية، ومراعاة الجوانب الإنسانية، وأوجه الاتفاق والاختلاف بين المواقع -محل الدراسة- في تغطية الحوادث عبر صفحاتها على فيس بوك، ورصد أشهر الحوادث التي غطتها هذه المواقع واتسمت بالرواج والانتشار، لبشاعتها مثال: "فيديو قتل نيرة"، أو لارتباطها بالجوانب الإنسانية.

#### أهمية الدراسة:

1. تتبع أهمية الدراسة من أهمية الأداة التي توظفها المواقع الإخبارية (مقاطع الفيديو)، التي تعد من أكثر المواد الصحفية جذباً وتأثيراً في المشاهد، وأكثرها انتشاراً بين جميع الفئات العمرية.

2. تعدد الحوادث والجرائم من أكثر المواد الصحفية متابعة وانتشاراً، كما يرتبط نشرها بعدد من الاعتبارات الأخلاقية والمهنية والمجتمعية، لما لها من تأثير مباشر في الفرد والمجتمع.

3. كما أن دراسة مواقع التواصل الاجتماعي التي يزيد تأثيرها وانتشارها وتعدد خدماتها من الموضوعات الجديرة بالدراسة والرصد.

#### أهداف الدراسة:

1. رصد آليات توظيف المواقع -عينة الدراسة- لمقاطع الفيديو في تغطية الحوادث عبر صفحاتها على فيس بوك.
2. الكشف عن نوعية الحوادث التي تضمنتها مقاطع الفيديو عبر صفحات المواقع الإخبارية المصرية على فيس بوك -خلال فترة الدراسة-، وتأثيراتها في أنماط التفاعل وأشكاله.
3. التعرف على مصادر مقاطع الفيديو، والوظائف التي تؤديها، بصفحات المواقع -عينة الدراسة- على فيس بوك في تغطيتها للحوادث.
4. إلقاء الضوء على الضوابط المهنية والأخلاقية لنشر واستخدام مقاطع الفيديو في تغطية الحوادث، ومدى التزام المواقع الإخبارية المصرية بها.
5. الوقوف على أبرز المؤشرات التي تحقق - إلى حد ما- المصداقية في مقاطع الفيديو ومضمونها، ومدى توافرها بالمواقع عينة الدراسة.
6. الكشف عن المعايير الفنية والتقنية التي تؤثر في جودة وفاعلية وجاذبية مقاطع الفيديو التي تستخدمها المواقع -عينة الدراسة- على صفحاتها على فيس بوك في تغطية الحوادث.

#### تساؤلات الدراسة:

يمكن تحديد التساؤلات في تساؤل رئيس: "كيف توظف المواقع الإخبارية المصرية مقاطع الفيديو في تغطية الحوادث عبر صفحاتها على موقع التواصل الاجتماعي فيس بوك؟ وتنبثق عنه عدة تساؤلات فرعية، هي:

1. ما نوعية الحوادث التي تضمنتها مقاطع الفيديو عبر صفحات المواقع الإخبارية المصرية على فيس بوك خلال فترة الدراسة؟ ولماذا استخدمت المواقع -عينة الدراسة- مقاطع الفيديو في تغطيتها؟
  2. ما المصادر التي اعتمدت عليها المواقع -عينة الدراسة- في تغطية الحوادث عبر صفحاتها على فيس بوك؟
  3. ما سمات مقاطع الفيديو التي تغطي الحوادث عبر صفحات المواقع عينة الدراسة على فيس بوك؟
  4. ما أبرز الوظائف الصحفية التي حققتها المواقع الصحفية -عينة الدراسة- بتوظيف مقاطع الفيديو في تغطية الحوادث؟
  5. ما الأشكال والأدوات التفاعلية التي وقَّرتها صفحات المواقع الإخبارية -عينة الدراسة- على فيس بوك لمستخدميها، وأكثرها استخداماً مع مقاطع الحوادث؟
  6. ما مستوى مصداقية مقاطع الفيديو التي تغطي الحوادث المنشورة على المواقع -عينة الدراسة- عبر صفحاتها على فيس بوك؟ وأهم مؤشراتهما؟
  7. ما مدى اتفاق أو اختلاف المواقع عينة الدراسة في الالتزام بالمعايير المهنية والأخلاقية لنشر وتداول مقاطع الفيديو التي تغطي الحوادث والجرائم؟
  8. ما أبرز أوجه التقارب والتباعد في الجوانب الفنية والتقنية لمقاطع الفيديو التي تغطي الحوادث بصفحات المواقع -عينة الدراسة- على فيس بوك؟
- نوع الدراسة ومنهجها:

تنتمي الدراسة الحالية إلى الدراسات الوصفية، التي تهتم بوصف الظاهرة وخصائصها، والعوامل المرتبطة بها؛ للوصول إلى نتائج يمكن تعميمها، وقد اهتمت الدراسة بوصف وتحليل كيفية توظيف المواقع الإخبارية المصرية (عينة الدراسة) مقاطع الفيديو، لعرض الحوادث والجرائم بأنواعها، باستخدام إحدى منصات التواصل الاجتماعي الأكثر انتشاراً، وما حققه هذا الاستخدام من مصداقية وتفاعلية، وما صاحبه من توظيف تقنيات وبرامج تقنية. في حين كان منهج المسح، الذي يهتم بتسجيل الظاهرة وتحليلها في وضعها الراهن، باستخدام مجموعة من

الإجراءات المنتظمة، المنهج الأنسب للدراسة، بإجراء مسح وصفي شامل لجميع مقاطع الفيديو بصفحات مواقع (اليوم السابع- الوطن- المصري اليوم) على فيس بوك -خلال مدة الدراسة- وما تضمنت من حوادث وجرائم وكوارث طبيعية، سواء مباشرة من موقع الحدث، أو ضمن نشرة أخبار الموقع؛ مقاطع حقيقية أم أنتجها الموقع، وأهم السمات الفنية والشكلية التي صاحبها. أسلوب المقارنة:

تعتمد الدراسة على أسلوب المقارنة بين صفحات المواقع الإخبارية -عينة الدراسة- فيما تقدمه من مقاطع فيديو تغطي الحوادث الداخلية والخارجية، بحيث تتنوع اهتمامات واتجاهات كل موقع تجاه بعض القضايا ونطاقها، والشكل الذي تُقدم به تبعاً لعدة عناصر ترتبط بشخصية الموقع التصميمية، وإمكانياته الفنية والبشرية، والتعرف على مواطن الاتفاق والتشابه بين المواقع في تناول هذه الحوادث، ورصد الاختلاف والتباين سعياً للانفراد والتميز؛ نظراً لانتماء موقعين من مواقع الدراسة لكيان إعلامي واحد "المتحدة للخدمات الإعلامية". مجتمع الدراسة:

يتمثل في: صفحات المواقع الإخبارية المصرية على موقع التواصل الاجتماعي فيس بوك؛ لرصد مقاطع الفيديو التي تتناول الحوادث بأنواعها، وسماتها المضمونية والفنية، وأوجه التشابه والاختلاف بينها. عينة الدراسة: تتمثل في صفحات مواقع:

اليوم السابع (<https://www.facebook.com/Youm7>)،

والوطن (<https://www.facebook.com/ElWatanNews>)،

والمصري اليوم (<https://www.facebook.com/AlmasryAlyoum>)، على موقع التواصل الاجتماعي فيس بوك، مع تأكيد أن اليوم السابع والوطن يتبعان "الشركة المتحدة للخدمات الإعلامية"، التي تعد أكبر كيان إعلامي بمصر. أما اختيار صفحات المواقع فقد تم على أسس موضوعية في مقدمتها:

■ عدد متابعي الصفحات الرسمية للمواقع عينة الدراسة على فيس بوك؛ إذ تصدرت صفحات المواقع - عينة الدراسة- جميع المواقع المصرية من حيث عدد متابعيها، فبلغ عدد متابعي صفحة اليوم السابع (26,819,696) متابع، ثم الوطن (20,347,560) متابع، وأخيراً المصري اليوم (16,253,906) متابع، ورُصد ذلك قبل بداية الدراسة، من خلال الصفحات الرسمية للمواقع عينة الدراسة ومقارنتها بصفحات المواقع الإخبارية الأخرى التي لم تتعدى 10 ملايين متابع، مثل: مصراوي، وصدى البلد.

■ تصدر المواقع الإخبارية التي تتبعها الصفحات- عينة الدراسة- محلياً، وفقاً لموقع (<https://www.similarweb.com>).

■ كثافة عرض فيديوهات الحوادث على صفحات المواقع-عينة الدراسة- وإنتاجها للمواد الفيلمية التي تبرز قدراتها الفنية والتقنية والبشرية، فقد بلغ عدد مقاطع الفيديو (1035 مقطعاً)، خلال 60 يوماً، وبلغ العدد في صفحة الوطن (408 مقاطع) خلال 13 يوماً كما ستوضحه الدراسة.

#### تحديد المجال الزمني للدراسة:

تتمثل العينة الزمنية للدراسة في فترة امتدت شهرين (من الجمعة الموافق 2022/7/1م حتى الثلاثاء الموافق 2022/8/31م)، باستثناء صفحة "موقع الوطن" التي بلغت عينتها الزمنية (13 يوماً) فقط من بداية المدة حتى 2022/7/13م، ثم لم ينشر الموقع أي مقاطع فيديو، أو تحديث صفحته على فيس بوك بشكل تام حتى نهاية مدة الدراسة، ويرجع ذلك إلى: مشكلات إدارية ومهنية، وإعادة هيكلة للموقع؛ الأمر الذي ترتب عليه: إقالة رئيس تحريره السابق "محمود مسلم"، وتعيين "أحمد الخطيب" خلفاً له في 2022/7/21م. واتسمت صفحات الوطن بالاهتمام بالنشر الغزير لمقاطع الفيديو، التي تتضمن الحوادث بصفة خاصة، ويتضح ذلك من عدد مقاطع الحوادث رغم قلة عدد الأيام. واستخدمت الدراسة أسلوب الحصر الشامل لجميع مقاطع الفيديو التي تتضمن الحوادث التي نُشرت



على صفحات المواقع الإخبارية عينة الدراسة؛ لرصد السمات المشتركة التي تفرد بها أحد المواقع عينة الدراسة، وقد حُددت هذه المدة الزمنية لعدة أسباب، منها:

■ تضمنت هذه المدة الزمنية عدداً من الحوادث الرائجة التي تصدرت اهتمام الجمهور المصري، سواء وقعت خلالها أو تم الفصل والبت فيها، ومنها "حادثة نيرة أشرف بتاريخ 2022/6/20م، أي قبل بداية المدة بعشرة أيام، و"قضية مقتل الإعلامية شيماء جمال"، وقضايا "مستريح/ مستريحة" التي تعددت، بجانب بعض الحوادث الجديدة على المجتمع المصري مثل: الانتحار وتوثيقه وبثه مباشرة.

■ شهدت هذه المدة بعض الظواهر المناخية، مثل: الحرارة الشديدة - التي تصاحب هذه الأشهر من العام- وما تتسبب فيه من حرائق وجفاف وغيرها، بجانب بعض التغيرات المناخية غير المألوفة، مثل فيضانات الإمارات، وبريطانيا وغيرها. كما ترتبط هذه المدة من العام بزيادة نسب حوادث الغرق في المصايف أو المجاري المائية.

■ كما تتضمن المدة عيد الأضحى المبارك، وما يرتبط به من بعض الحوادث الطريفة والغريبة المرتبطة بالأضاحي، بجانب زيادة نسبة حوادث الطرق خلال الأعياد والمناسبات بصفة خاصة.

■ ظهور أكواد جديدة لنشر الجرائم عقب حالة عدم الالتزام بالمهنية التي صاحبت تناول المواقع والصحف الحوادث الرائجة، وبخاصة قضية "نيرة".

■ كما تضمنت المدة عدداً من الحوادث الخارجية ذات التأثير الدولي، ومنها: اغتيال رئيس الوزراء الياباني، وقصف منزل أيمن الظواهري رئيس تنظيم القاعدة، وتبعيات انفجار مرفأ بيروت.

أسلوب جمع البيانات:

1. تحليل المضمون: الذي يهتم بتحليل ورصد الخصائص التي اتسمت بها مقاطع الفيديو بالصفحات المواقع -عينة الدراسة- سواء التي تتعلق بالمضمون، أو التي تتصل بالعناصر التكميلية والتقنية التي تصاحبه، لذلك أعدَّ الباحث "استمارة

تحليل مضمون"، وقسمتها ورتب فئاتها على النحو: نوعية الحوادث، ومصادر التغطية (مصادر الفيديو- مصادر مضمون الفيديو)، ونطاق التغطية (داخلي- عربي- دولي)، ونوعها (مباشرة- متابعات)، والوظيفة الصحفية (الإخبار- الشرح والتفسير- التوجيه والإرشاد- التسلية والإمتاع- غيرها)، واللغة المستخدمة (المبسطة- العامية- الفصحى)، ومستوى التفاعل (إعجاب- مشاهدات- مشاركات- التعليق وملاءمته)، ومستوى المصدقية، والمعايير المهنية والأخلاقية (عدم عرض الصور والأسماء- عدم إطلاق الألقاب- عدم بث مشاعر الخوف والقلق- غيرها)، والجوانب الفنية والتقنية للفيديو (نوعه، وطوله، ومكوناته، ومستواه، وجوته، والأصوات المصاحبة، وتوثيقه، والمؤثرات المرئية)، وأخيراً وسائل الجذب.

**وحدة العد والقياس:** استُخدم "مقطع الفيديو" وحدة للعد والقياس، بحيث يكون تكرار وتوافر الفئة بالفيديو تكراراً واحداً، وقد بلغ إجمالي عدد الفيديوهات التي حللتها الدراسة (1035) مقطع فيديو، مقسمة كالتالي: (139) لليوم السابع، و(488) بصفحة موقع المصري اليوم، و(408) بصفحة موقع الوطن الذي لم يكن منتظماً في نشر الفيديوهات خلال مدة الدراسة كما أُشير إلى ذلك، مع تأكيد أن جميع الفيديوهات التي تم تحليلها لم تكن جديدة؛ لوجود فيديوهات سبق عرضها بلغت نسبتها 13.3%، كما يوضحه الجزء التحليلي.

2. **المقابلة:** هي أداة تجمع بين مميزات الاتصال المواجهي المباشر والملاحظة العلمية، واعتمدت الدراسة على "المقابلة غير المقننة" في جمع البيانات من المسؤولين بالمواقع عينة الدراسة، والخبراء والممارسين، بهدف الكشف عن بعض الممارسات التي ينفرد بها بعض مواقع الدراسة، والنقاط الغامضة التي تحتاج إلى توضيح، والنتائج غير المنطقية.

**اختبار الصدق والثبات:**

**أولاً:** اختبار الصدق: للتأكد من صدق استمارة "تحليل المضمون" وصلاحياتها للدراسة، وتحقيق أهدافها، عرضها الباحث على نخبة من الأكاديميين والخبراء<sup>(14)</sup>، الذين أكدوا صلاحياتها بعد إجراء بعد التعديلات الخاصة، بإضافة أو حذف أو دمج بعض فئات الاستمارة.

ثانياً: اختبار الثبات: أجرى الباحث اختبار الثبات لاستمارة "تحليل المضمون" مع اثنين من أعضاء هيئة التدريس<sup>(15)</sup>، بكلية الإعلام- جامعة الأزهر، وباستخدام "معامل هولستي" بلغت نسبة الثبات (91%)، وهي نسبة مرتفعة تدل على ثبات الأداة، وتؤكد وضوح الاستمارة وصلاحياتها لجمع البيانات المطلوبة.

#### الأساليب الإحصائية المستخدمة لتحليل البيانات:

بعد الانتهاء من جمع البيانات، تم ترميزها وإدخالها إلى الحاسب الآلي، ثم معالجتها وتحليلها لاستخراج النتائج الإحصائية، باستخدام برامج "الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية" SPSS، بالاعتماد على الجداول المركبة (للربط بين متغيرات الدراسة)، والجداول والتوزيعات التكرارية (التي تحدد تكرار كل فئة ونسبتها)؛ كمقاييس إحصائية، في حين استُخدم اختبار كاي<sup>2</sup> (للكشف عن الفروق بين المتغيرات والتكرارات بين أكثر من مجموعتين أو أكثر). ومعامل التوافق (لقياس شدة العلاقة بين متغيرين في جداول غير ثنائية)؛ كاختبارات إحصائية، وحُدِّد مستوى الدلالة (0,05)، لاعتبار الفروق دالة إحصائياً من عدمه.

#### الإطار النظري للدراسة:

##### "نظرية ثراء وسائل الإعلام"

تُعد نظرية "ثراء وسائل الإعلام" الأكثر شيوعاً وانتشاراً، وتقتصر على الخصائص الجوهرية للوسيط تحدد ملاءمته لتوفير معلومات معينة<sup>(16)</sup>، بحيث توفر النظرية إطاراً معرفياً؛ لكيفية قياس ورصد الوسيلة المناسبة وإمكاناتها وقدرتها على تقديم "معلومات ثرية"، التي يمكن أن تتغير في ظل الوضع والحاجة إلى تقليل الغموض. ويقترح Daft & Len gel 1986 أن بعض الوسائل أكثر ثراء من غيرها، وتتصدرها المقابلات المباشرة وجهاً لوجه، التي يتوفر فيها تعبيرات الوجه، ونبرات الصوت، ولغة وإشارات الجسد، إضافة إلى الكلمات المنطوقة، التي تتكامل معاً؛ كمعلومات تزيد الفهم أو تنقل المعنى، عكس المعلومات المكتسبة من النص<sup>(17)</sup>.

ويعرف ثراء وسائل الإعلام بمدى قدرة وسائل الإعلام على توفير مواد ثرية<sup>(18)</sup>، وأكدت النظرية وجود أربعة عوامل تؤثر في ثراء وسائل الإعلام، هي: أولاً: قدرة الوسيلة على نقل إشارات متعددة (على سبيل المثال: نبرات الصوت والإيماءات)، فكلما

زاد عدد الإشارات - طرق توصيل المعلومات- زاد الثراء، ثانياً: فورية رجع الصدى، أي مدى تمكن الوسيط من تلقي ردود فعل سريعة، بحيث يشير رجع الصدى الأسرع إلى ثراء أكبر، ثالثاً: تنوع اللغة، وأخيراً: التركيز الشخصي للوسيلة.

وتتمثل الفرضيات الرئيسية لنظرية "ثراء وسائل الإعلام" في: أولاً: تباين ثراء الوسائل، إذ يكون الاتصال المباشر وجهاً لوجه الأكثر ثراء، في حين تكون الوسائل الأخرى التي ترسل إشارات ومعلومات أقل، على سبيل المثال: الاتصالات الحاسوبية تكون الأقل ثراء. ثانياً: يزيد الثراء عندما يستخدم الأشخاص وسائل أكثر ثراء في مهام غامضة (عندما تتوافر تفسيرات متعددة للمعلومات المتاحة)، ووسائل أقل ثراء مع المهام الأقل تعقيداً<sup>(19)</sup>. بحيث تسهل المعلومات الثرية (على سبيل المثال: مقاطع الفيديو) الوضوح والفهم السريع، عكس المعلومات الأقل ثراء (مثل: المستندات النصية)، كما يتفوق الفيديو على الصور الثابتة، التي تتفوق بدورها على النص<sup>(20)</sup>.

ويمكن تلخيص معايير ثراء الوسيلة التي تُطبقها الدراسة في: تنوع اللغة (التي يُقدم الفيديو الحوادث بها)، والفورية (خلال البث المباشر لبعض الحوادث والنشرات)، ومعيار التركيز الشخصي، وتعدد الرموز والوسائط<sup>(21)</sup>. وتعد وسائل الاجتماعي من أكثر الوسائط التي تحقق فروض نظرية ثراء الوسيلة، لأنها توفر للمستخدم ثراء، وتلبي حاجاته من خلال ما تقدمه من حضور وتفاعل وتنوع لغوي، بجانب العلاقة ثنائية الاتجاه بين القائم بالاتصال والمستخدم، والفورية والتحديث اللحظي؛ لذلك تعد النظرية الأنسب لدراسة الدراسة الحالية.

#### التعريفات الإجرائية:

**مقاطع الفيديو:** هي المقاطع الحقيقية التي يُصورها شخص واحد- غالباً- من مكان الحدث، أو عقب وقوعه، باستخدام الهاتف - الذي يعد الوسيلة الأكثر استخداماً-، ثم يعالجها ويرسلها للنشر بالموقع أو في صفحته على مواقع التواصل بعد مراجعته، وقد تكون هذه المقاطع غير حقيقية (منتجة بواسطة برامج الإنتاج)، وتتنوع الفيديوهات في سماتها الفنية والعناصر البنائية.

الحوادث: هي الجرائم التي تتعلق بحق الغير ويعاقب عليها القانون (القتل، والاعتداء، والجرائم الإلكترونية)، أو تحدث عن طريق خطأ بشري غير مقصود- غالباً- (حوادث الطرق)، أو غير المتوقعة كالكوارث الطبيعية.

صفحات المواقع الإخبارية على فيس بوك: هي الصفحات الرسمية للمواقع الإخبارية التي تعتمد عليها في نشر المواد النصية (صور الموضوعات وملخصاتها)، أو المواد السمعية البصرية (الفيديوهات، والملفات التفاعلية)، أو البث المباشر والتغطيات العاجلة.

#### مقاطع الفيديو:

"بدأت صحافة الفيديو في عديد من الدول المتقدمة منذ فترة، واستطاعت تحقيق نجاحات كبيرة؛ إذ تحول الصحفي هناك إلى ما يسمى بـ"الصحفي التلفزيوني"، وهو الذي يُعنى بحمل كاميرا الفيديو، ويبحث عن الموضوعات التي تهم أكبر قطاع من الناس، ويكشف الخلل، ويسلط الضوء على معاناتهم، موثقاً ذلك بالصور، التي تغني عن ملايين الكلمات، ويحول هذا النوع من الصحافة الصحفي إلى "صحفي شامل"؛ يطوع التكنولوجيا لخدمة رسالته الإعلامية، فيؤدي دور المصور، وفني الصوت، والمونتير، وفني الإضاءة، بحيث يصبح متعدد المهارات"<sup>(22)</sup>.

ويتولى الصحفي "الشامل" أو "المنفرد" أو "متعدد المهارات" و"المهام"<sup>(23)</sup>، أو "صحفيو الفيديو" (VJs) Video journalists، الذين يعملون بمفردهم في هذا المجال، تصوير القصص والإبلاغ عنها، باستخدام كاميرات فيديو رقمية محمولة (DV) digital video، مجهزة ببطاقات ذاكرة تُخزن اللقطات المسجلة، ثم يحرق صحفيو الفيديو القصص في مكان الحدث باستخدام أجهزة كمبيوتر محمولة أو أجهزة لوحية قليلة التكلفة، أو داخل غرف الأخبار؛ باستخدام برنامج حاسوبي مخصص للتحريك غير الخطي، يسمح لصحفيي الفيديو باستيعاب امتدادات ملفات الصوت ولقطات الفيديو بشكل تلقائي في البرنامج، ثم تصدير هذه العناصر بشكل متسلسل لتكوين قصة كاملة تُبث على التلفزيون أو تُنشر على الإنترنت.

ويعمل معظم صحفيي الفيديو بالوسائل التقليدية لجمع الأخبار ونشرها، مثل محطات التلفزيون، أو استديوهات الإنتاج التلفزيوني، بجانب الاعتماد المتزايد والاستعانة بصحفيي الفيديو الذين يعملون لحسابهم الخاص، أو التعاقد معهم، وتتنوع المنافذ والقنوات غير التقليدية التي يوظفها صحفيو الفيديو في مشاركة محتوى الفيديو الخاص بهم على الإنترنت، بجانب العمل في الصحف والمجلات والمواقع التلفزيونية والإذاعية على الإنترنت، ناهيك عن تطبيقات الوسائط الاجتماعية، فهم منتجو محتوى متنوعون، تدربوا على إظهار موهبتهم الإبداعية، وتنمية مؤهلاتهم الصحفية، والاعتماد على معدات محمولة متطورة التقنية للعمل في أي مكان، لأي مؤسسة إعلامية في العالم<sup>(24)</sup>.

غير أن المواقع الإخبارية والتلفزيونية لا تقتصر على نشر مقاطع الفيديو التي حصلت عليها من مصادرها الداخلية، أو من منتجي المحتوى المدفوع، ولكن صاحب التطورات في شبكة الإنترنت، وظهور الهواتف الذكية ورخص سعرها، ظهور رافد جديد ومتجدد للمقاطع الفيديو، وهي التي يصورها المستخدمون، ويثونها مباشرة من مواقع الحدث، مما يكسبها أهمية وجاذبية تحولها إلى مقاطع رائجة واسعة الانتشار على منصات التواصل الاجتماعية، ومنها إلى المواقع الإخبارية. ومنها **eyewitness videos (EWWs)**، التي تشير إلى مقاطع فيديو شهود العيان التي يصورها الناس مباشرة من مناطق الحروب والنزاعات وغيرها، أو مقاطع الفيديو من موقع الحدث التي يصورها أشخاص لا يعملون في المؤسسات الإعلامية<sup>(25)</sup>. كما تُظهر مقاطع فيديو المواطنين الخاصة بمؤسسة **WITNESS** وجهات نظر مباشرة من أماكن يصعب الوصول إليها؛ بل في بعض الأحيان يستحيل على الصحفيين الوصول إليها، وتتقل الأفكار ليس فقط في الأزمان الاستثنائية عندما يندلع العنف فجأة، ولكن أيضاً في الحالات العادية لانتهاكات حقوق الإنسان، وتسلب مقاطع الفيديو هذه الضوء على تجارب أولئك الذين من المحتمل تجاهلهم أو تهميشهم، أو التقليل من شأنهم، في تناول بوسائل الإعلام<sup>(26)</sup>. وتعد تلك المقاطع من أهم العوامل التي ساعدت على نمو صحافة الفيديو وانتشارها في العالم، من خلال ارتباطها بالحركات الاجتماعية والثقافية

والسياسية في الستينيات والسبعينيات، وفشل وسائل الإعلام التقليدية في توفير التغطية المناسبة للحركات المعارضة، والتطلعات إلى ديمقراطية المشاركة في الفضاء الإعلامي، وأخيراً توافر كاميرات الفيديو والقدرة على تحمل تكلفتها وغير ذلك<sup>(27)</sup>. بجانب ارتباط صحافة الفيديو بمواقع التواصل الاجتماعي ووسائلها التفاعلية، وسهولة الاستخدام التي لا تحتاج إلى محترفين أو متخصصين في إنتاج الفيديوهات، وتطور تكنولوجيا الاتصالات والمعلومات، ومن بينها الهواتف الذكية، ودورها في النقل المباشر للأحداث التي تهم الجماهير، وزيادة وعي الشباب بالقضايا المجتمعية والمشاركة الإيجابية<sup>(28)</sup>.

ولم يقتصر توظيف صحافة الفيديو على أداء الوظائف التقليدية للصحافة، من الإخبار وصولاً إلى الشرح والتفسير والتنشئة الاجتماعية، بجانب عرض الجوانب الإنسانية والتأثير في المستخدمين، والهروب من الواقع إلى التسلية والترفيه، غير أن خلال الفترة السابقة برزت "الفيديوهات الوقائية" مع انتشار وباء كورونا وكيفية الوقاية منه سواء في مصر<sup>(29)</sup>، أو المملكة العربية السعودية<sup>(30)</sup>؛ بل ووسيلة "دعائية"، ففي أواخر فبراير 2015م، مع اقتراب الذكرى الأولى لضم شبه جزيرة القرم، انتشر مقطع فيديو يحتوي على رسوم متحركة بعنوان "أنا محتل روسي"، وشوهد المقطع ما يقرب من خمسة ملايين مرة في الأسبوع الأول، وتُرجم إلى عدة لغات، وهذا ما يؤكد قول المبرمج الروسي ديجاريف عن الفيديو كوسيلة دعائية "الفيديو سلاح أقوى بكثير من النص"<sup>(31)</sup>. أما "التسويق" فقد زاد تأثيره، وأصبح أيسر مما قبل مع ظهور مواقع بث الفيديو، مثل Hulu & YouTube، التي مكّنت من الوصول إلى جمهور أوسع وأكثر انتشاراً<sup>(32)</sup>.

كما كانت مقاطع الفيديو عبر الإنترنت مفيدة في "التواصل العلمي" في مجال الفنون والعلوم الإنسانية، فيمكن تسجيل العروض المختبرية المعقدة، أو الأفلام الوثائقية العلمية، أو المحاضرات الأكاديمية، ونقل الخبرات العلمية، بشكل أكثر فاعلية من النشر. وأكدت النتائج رصد نمو تصاعدي ثابت في الاستشهاد بمقاطع الفيديو على الإنترنت ضمن المنشورات الأكاديمية<sup>(33)</sup>. بجانب ذلك، تعد صحافة الفيديو أداة مهمة "للتعريف بالمفاهيم المجتمعية" لدى المستخدمين بصفة عامة، والشباب بصفة

خاصة<sup>(34)</sup>. كما وُظِّفَت مقاطع الفيديو في دعم وتيسير فهم البيانات والمعلومات وحفظها في ذهن المستخدم، والعمل على سهولة وسرعة استيعابها من خلال عرضها في أشكال بيانية وجدولية ورسوم توضيحية، ويُعد **Auto Clips** أحد أبرز البرامج التي يُمكنها إنتاج مقاطع فيديو بيانية واضح وجذابة وذات جودة عالية<sup>(35)</sup>. فالجماهير تتجذب بشكل عام إلى الأخبار عالية الجودة، ويتجنبون المحتوى قليل الجودة، وأكدت دراسات عديدة وجود رابط بين الجودة والمصداقية، بحيث يؤدي المحتوى قليل الجودة إلى تصور ضعف مصداقية المؤسسات الإخبارية التي تنتج هذا المحتوى، والعكس صحيح<sup>(36)</sup>. كما أشارت النتائج إلى أن المؤسسات الإخبارية التي تنتج باستمرار مقاطع فيديو إخبارية منخفضة الجودة قد تضر بحركة المرور على المدى القصير؛ من خلال فقدان المشاهدين/ المستخدمين، مما يؤدي إلى إلحاق الضرر بالعلامة التجارية/ اسم المؤسسة على المدى البعيد<sup>(37)</sup>.

لذلك، أعلنت شركة "سوني" الرائدة عالمياً في مجال التصوير عن تعاون جديد مع "وكالة أسوشيتد برس" (Associated Press (AP)، التي ينتشر صحفيوها في ما يقرب من 250 موقعاً، في 100 دولة حول العالم، وتنتشر 3000 صورة، و200 مقطع فيديو كل يوم، والحاصلة على جائزة بوليتزر لعام 2020م للتصوير الفوتوغرافي، وتقدير الجمعية التلفزيونية الملكية للتميز في الفيديو، بموجب هذا التعاون تمد سوني صحفيي AP، بكاميرات **Alpha™**، وكاميرات فيديو **4K XDCAM**، ومجموعة متنوعة من العدسات وغيرها، تُمكن المصورين وصحفيي الفيديو من التعاون السلس فيما بينهم، وأن يكونوا أسرع وأكثر مرونة، مما يؤدي في النهاية إلى إنشاء صحافة بصرية قوية<sup>(38)</sup>.

غير أن الصحافة البصرية عامة، وصحافة الفيديو خاصة، لا بد أن يتوافر بها عدة عوامل تمكّنها من جذب المستخدمين وتفضيلهم لها، من أهمها: قصر مدة الفيديو، فالحكمة التقليدية للأخبار على الإنترنت هي "الأقصر والأبسط هو الأفضل"، بجانب الصورة المصاحبة، وعنوان جذاب، وجودة مرتفعة، ونسب المشاهدة، والتعليقات المصاحبة، والشخصيات التي تقدم أو يتضمنها الفيديو، ومصادر موثقة، وأخيراً يجب



أن تعكس هذه الفيديوهات الواقع وتسهم في حلّ مشكلات المجتمع<sup>(39)</sup>. بجانب المضامين أو المحتوى الذي يرغب المستخدم في متابعته، وتتوعد مضامين مقاطع الفيديو إلى المضامين الساخرة أو الهزلية، التي قد تُوظَّف لعرض الموضوعات السياسية<sup>(40)</sup>، أو الحيوانات والأطفال، والمشاهير، والعائلة المالكة كما في المملكة المتحدة<sup>(41)</sup>. ومقاطع الفيديو التي تُركِّز على الجوانب الإنسانية والتسلية التي ركزت عليها المنصات الصينية<sup>(42)</sup>. كما تنقسم إلى: المضامين الخفيفة (الرياضة، والفنون، والترفيه، والثقافة والعلوم، والتكنولوجيا، والصحة والطب، واللياقة، والطقس، والحيوانات)، والمضامين الجادة (السياسية، والانتخابات، والاقتصاد والأعمال، والشئون الخارجية والحرب على الإرهاب، والجريمة والكوارث الطبيعية)<sup>(43)</sup>.

وتعد الحوادث التي تتضمن الجرائم بأنواعها، والكوارث الطبيعية، من زلازل وحرائق وفيضانات وجفاف، من المضامين الأكثر رواجاً واستخداماً في المواقع الإخبارية وصفحاتها على مواقع التواصل الاجتماعي، وتجذب المستخدمين وتثير اهتمامهم. لذلك كثيراً ما تصدرت- وفقاً لنتائج عدد من الدراسات - الفيديوهات التي تغطي الجرائم والحوادث المحتوى الذي تقدمه المواقع الإخبارية المصرية والعالمية<sup>(44)</sup>؛ نظراً لارتباط هذا النوع من الموضوعات بالإنارة وتحريك الجوانب الإنسانية، بل وكثير من الغرابة والحزن، التي تصاحب بعض الحوادث والجرائم الجديدة والغريبة على مجتمعاتنا، مثل: جرائم الانتحار التي تبث مباشرة، وقتل الأبوين والأبناء، إلا أن ذلك لا يمنع الجوانب الطريفة والمسلية في بعض الجرائم، بخاصة السرقات.

#### منصات التواصل الاجتماعي والمواقع الإخبارية:

يستخدم فيس بوك يومياً للتواصل مع الأصدقاء، وتحميل عدد غير محدود من الصور، ومشاركة الروابط ومقاطع الفيديو، ومعرفة مزيد عن الأشخاص الذين يقابلونهم، ويتوعد محتواه إلى: (روابط ويب، وقصص إخبارية، ومنشورات المدونات، والصور ومقاطع فيديو)، يشاركها المستخدمون على فيس بوك، ويمكن مشاركة كل محتوى فيس بوك مع الأصدقاء والمتابعين، بل مع جمهور أكبر وأكثر تنوعاً<sup>(45)</sup>. وبالنسبة للمؤسسات الإخبارية، فإن وجودها على منصات التواصل الاجتماعي يجعل المؤسسة

تظهر بشخصية متميزة ومحدثة، ومستعدة للتواصل مع جماهيرها الحالية<sup>(46)</sup>. كما أنها أحد أكثر التطبيقات – إن لم تكن أكثرها أهمية – لجمع المعلومات والترويج والإعلان المجاني للمؤسسات الإخبارية، بجانب كونها أداة لمتابعة وتقييم ومراقبة أداء منافسيها<sup>(47)</sup>، ورصد مدى الوصول للجمهور، وعدد التفاعلات، ويمكن للصحفيين استخدامها لاتخاذ قراراتهم اللاحقة<sup>(48)</sup>.

ويُعد فيس بوك الشبكة الأكثر استخداماً، والمفضلة للصحفيين والمستخدمين الأمريكيين والبريطانيين<sup>(49)</sup>، والفرنسيين<sup>(50)</sup>، والسويديين<sup>(51)</sup>، والإيطاليين<sup>(52)</sup>، والكولومبيين والبرازيليين<sup>(53)</sup>، والإسبانيين<sup>(54)</sup>، كما أن فيس بوك الأكثر استخداماً من الصحفيين الرياضيين الأستراليين<sup>(55)</sup>. في حين أن تويتر الشبكة المفضلة للصحفيين الإسبانيين<sup>(56)</sup>، والفرنسيين<sup>(57)</sup>، والسياسيين والمشاهير الألمان بشكل خاص<sup>(58)</sup>.

كما تصدر فيس بوك استخدام الصحفيين المصريين<sup>(59)</sup>، والشباب الجامعي الفلسطيني<sup>(60)</sup>، أما إذا قُرن فيس بوك بالشبكات الأخرى، فإنه يوجد تذبذب ما بين الاستخدام والتصدر خاصة صحافة الفيديو<sup>(61)</sup>؛ غير أن هذه ليست قاعدة ثابتة<sup>(62)</sup>، أو مع الأزمات العالمية كالحرب الروسية الأوكرانية<sup>(63)</sup>، أو تراجع ترتيبه في السعودية<sup>(64)</sup>، أو التفوق الواضح لتطبيق TIK TOK على جميع تطبيقات التواصل الاجتماعي ومنها فيس بوك<sup>(65)</sup>.

كما تجدر الإشارة إلى أن وسائل التواصل الاجتماعي تُعد الأداة الرئيسة لتكوين العلامات التجارية في عديد من المهن، وبالنسبة للصحفيين، فإن الحضور على وسائل التواصل الاجتماعي يؤسس للمصداقية والشفافية والتفاعل، والوصول إلى جمهور متنوع واسع الانتشار؛ لأن الصحفي من المفترض أن يكون له وجود وحضور على عدد من المنصات<sup>(66)</sup>. وهذا لا يمكن تحقيقه إلا من خلال منصات التواصل الاجتماعي – خاصة فيس بوك- التي تُمكن الصحفيين من نشر المحتوى والإعلان عنه عبر قنوات جديدة، وتسهيل الاتصال التفاعلي مع القراء، وتوصيل أصواتهم، وتوفير منصة للمستخدمين لتقديم التعليقات والنقد البناء، وتوفير وصول سريع للجمهور أكثر في مناطق العالم التي يصعب الوصول إليها<sup>(67)</sup>، خاصة خلال الأحداث الإخبارية العاجلة،

إذ يطلب الصحفيون من مستهلكي الأخبار أن يرسلوا إليهم المعلومات والصور وملفات الوسائط الأخرى- كمقاطع الفيديو- وتشمل صوراً أو مقاطع فيديو للمشتبه بهم، ومسرح الجريمة، والضحايا وذويهم، وشهود العيان، كما تستخدم مواقع التواصل للوصول إلى مصادر الأخبار المحتملة في معظم التغطيات الإخبارية، فيتفاعل الصحفيون مع المصادر الرسمية، مثل: (المسؤولون، وجهات التحقيق وإنفاذ القانون، ووسائل الإعلام التقليدية، ووكالات الأنباء، والوثائق والمستندات، والمؤتمرات والبيانات الصحفية) على مواقع التواصل الاجتماعي بشكل متكرر في كثير من الأحيان كل ساعة، ويقل هذا التكرار اليومي مع المصادر غير الرسمية، مثل: (الأهل، والأصدقاء، والمدونات ومواقع الإنترنت، والمنظمات الأهلية، والتجارب الشخصية وإسهامات القراء) على مواقع التواصل<sup>(68)</sup>.

ويختلف الصحفيون المحترفون في درجة الثقة بالإنترنت، خاصة منصات التواصل<sup>(69)</sup>، ويعدون المعلومات التي يحصل عليها الصحفيون من الوثائق الرسمية أكثر موثوقية؛ لأنها توفر معلومات أكثر دقة وفائدة<sup>(70)</sup>. وتشير النتائج أن الاعتماد على المزج بين المصادر الرسمية وغير الرسمية، أو الروتينية وغير الروتينية كان سمة الصحفي المواطن<sup>(71)</sup>. وفي عديد من المواقف الإخبارية، تُستخدم المصادر الموجودة على مواقع التواصل الاجتماعي<sup>(72)</sup>، التي توفر فرصاً للصحفيين لتجربة أساليب جديدة في سرد القصص<sup>(73)</sup>، لاسيما عقب تغير نظرة المواقع الإخبارية واستراتيجيتها في توظيف مقاطع الفيديو الأصلية وزيادتها؛ دون الاقتصار على نشر الروابط والصور والمنشورات النصية، عقب إعلان فيس بوك في 2014م عن توظيفه وتفضيل مقاطع الفيديو الأصلية- التي تنتج للعرض عليه- في جميع خدماته بشكل أساسي. الذي يعد إجراء مهماً لدعم صحافة الفيديو وتطويرها، بجانب إطلاق Face Book Live في 2015م<sup>(74)</sup>، التي دعمها إطلاق تطبيقات البث المباشر للهواتف الذكية /Periscope/ Meek at في أوائل عام 2015م، وظهرت معها فرص أكثر لإمكانية بث الفيديو المباشر من الأماكن العامة على منصات يسهل الوصول إليها، وتسمح تقنيات البث المباشر لمستخدمي الهواتف الذكية ببث الفيديو مباشرة للمتابعين في الوقت الفعلي، مما

يقلص الفجوة بين جمع المعلومات وتوزيعها، ويجعل انتهاكات الخصوصية المحتملة قوية ولا مفر منها<sup>(75)</sup>.

#### تحليل الصفحات عينة الدراسة:

من خلال التحليل، أمكن للباحث رصد أبرز السمات المضمونية والشكلية لمقاطع الفيديو التي تناولت الحوادث، وبلغت (1035 مقطع فيديو)، موزعة كالتالي: (اليوم السابع 139 مقطعاً- المصري اليوم 488 مقطعاً- الوطن 408 مقاطع)، عُرضت في صفحات المواقع الإخبارية المصرية -عينة الدراسة-، على موقع التواصل الاجتماعي "فيس بوك" الأكثر استخداماً وانتشاراً في مصر، فقد بلغ عدد مستخدميه 42 مليون مستخدم بداية عام 2023م، أعمارهم من 13 عاماً فما فوق، وغالبيتهم من الذكور 62.2%<sup>(76)</sup>، بزيادة عن عام 2021م حين بلغ عدد المستخدمين في مصر 28 مليون مستخدم، ومليار زيارة يومياً، بزيادة قدرها 16% عن عام 2020م<sup>(77)</sup>.

وعالمياً، بلغ عدد مستخدمي فيس بوك على مستوى العالم 2.958 مليار مستخدم نشط شهرياً في يناير 2023م<sup>(78)</sup>، بنسبة بلغت 66.36% من مواقع التواصل الاجتماعي حول العالم، و77.93% في مصر أبريل 2023م<sup>(79)</sup>، خلال مدة الدراسة، ويمكن تناول هذه السمات على النحو الآتي:

#### أولاً: نوعية الحوادث (مضمونها):

عُرضت مضامين الجرائم باختلافها، والكوارث بتنوعها؛ للوقوف على الجرائم الجديدة على المجتمع المصري، مثال الانتحار، وكذلك الكوارث الطبيعية التي زادت وتيرتها نظراً للتغيرات المناخية والاحتباس الحراري، ويمكن عرضها كما يلي:

## جدول (1)

نوعية الحوادث (مضمون الفيديو) بصفحات المواقع عينة الدراسة على فيس بوك

الترتيب	التوافق	sig	df	كا	الإجمالي	الوطن	اليوم السابع	المصري اليوم	الموقع	
									مضمون الحوادث	ك %
1	0.183	0.000	2	35.903	458 44.3%	225 55.1%	42 30.2%	191 39.1%	ك %	جرائم القتل
5	0.056	0.202	2	3.202 <sup>a</sup>	66 6.4%	20 4.9%	8 5.8%	38 7.8%	ك %	جرائم الاعتداء
4	0.106	0.003	2	11.676	125 12.1%	44 10.8%	29 20.9%	52 10.7%	ك %	جرائم جنائية وإلكترونية
2	0.102	0.004	2	10.988	276 26.7%	117 28.7%	21 15.1%	138 28.3%	ك %	حوادث
3	0.256	0.000	2	72.874	126 12.2%	13 3.2%	41 29.5%	72 14.8%	ك %	كوارث طبيعية
N =1035									الإجمالي	

تشير بيانات الجدول (1) إلى ما يلي:

1. تصدرت جرائم القتل بنسبة 44.3%، ثم الحوادث بنسبة 26.7%، فأعقبها الكوارث الطبيعية بنسبة 12.2%، يليها الجرائم الجنائية والإلكترونية بنسبة 12.1%، وأخيراً جرائم الاعتداء بنسبة 6.4%.

• ولعل تصدر مقاطع الفيديو لجرائم القتل (الذي يتفق - إلى حد ما- مع دراستي إسماعيل الشرنوبى (2022م)<sup>(80)</sup>، وحنان كامل (2022م)<sup>(81)</sup>، فقد أشارتا إلى تصدر نشر الجرائم ضد الأفراد بصفحات الصحف المصرية عينة الدراسة على فيس بوك، خاصة لدى الشباب، كذلك في المواقع الإخبارية التلفزيونية، كما أشارت Mary Angela Bock (2016)<sup>(82)</sup>، (ويختلف - إلى حد ما- ودراسة أحمد شحاته (2020)، التي أكدت تصدر متابعة الجرائم الإرهابية على مواقع التواصل الاجتماعي)<sup>(83)</sup>، من النتائج المنطقية والمألوفة؛ نظراً لانتشارها وزيادة

نسبتها محلياً وعالمياً، وذلك وفقاً للمرصد العالمي للجريمة؛ إذ جاء تصنيف مصر 26 عالمياً، و18 إفريقياً، و4 عربياً وفقاً للمؤشر العالمي للجريمة "نوميبو"<sup>(84)</sup>، وقد تصدر موقع الوطن بنسبة 55.1%، ثم موقع المصري اليوم بنسبة 39.1%، في حين كان موقع اليوم السابع الأقل في نشر مقاطع فيديو تغطي جرائم القتل بنسبة 30.2%، وبترتيب جرائم القتل وفقاً لتكرار ظهورها بصفحات المواقع محل الدراسة، فإنها تنوعت إلى: "قتل الأصدقاء والزملاء"، التي تصدرت لارتباطها بجرائم كانت رائجة إعلامياً وشغلت اهتمام الرأي العام، وركّزت عليها المواقع الإخبارية وصفحاتها على مواقع التواصل بخاصة فيس بوك، مثل: "قضية نيرة أشرف"، أو كما أُطلق عليها إعلامياً (شهيدة العلم- شهيدة الغدر- عروس الجنة)؛ نظراً لبشاعة الجريمة ولتوثيقها بمقطع فيديو انتشر على مواقع الإنترنت، فتناولت المواقع القضية وركّزت عليها في جميع مراحلها بصورة مبالغ فيها، من بداية الجريمة، ومكانها، وأهل الضحية، وتقرير التشريح، وتسريب صور الضحية، والتحقيق في ذلك، ودفنها، وإجراءات المحاكمة، والمرافعات، وأقوال الجاني، وآراء الخبراء والمتخصصين من رجال القانون، والصراع بين المحامين، وصولاً للحكم بالإعدام وحيثيات ذلك، وإجراءات النقض، وتعليقات بعض الأطراف الخارجية على الحكم، واستهجان أهل الضحية، وغير ذلك من مقاطع فيديو تنوعت في الجودة والطول. أيضاً "قضية سلمى"، فتاة الشرقية، التي تشابهت وقائعها وأحداثها ونهايتها، وتصوير الضحية بعد القتل، مع قضية نيرة، كما كانت القضية المعروفة إعلامياً باسم "الريف الأوروبي"، التي راح ضحيتها جد وبناته وأحفاده الصغار على يد صديق العائلة، وغير ذلك من جرائم قتل.

• كما برزت قضايا "قتل الزوجين"، سواء الزوج أو الزوجة (وهذا يتفق - إلى حد ما - مع دراسة فلورا إكرام (2022م)<sup>(85)</sup>، وهالة بسوني كتاكت (2022م)<sup>(86)</sup>، فقد أكدت أن قتل الأزواج من أهم الموضوعات التي تناولتها المواقع الإخبارية المصرية)، ومن أبرز قضايا القتل التي حظيت باهتمام جميع صفحات المواقع عينة الدراسة "قضية مقتل الإعلامية شيماء جمال"؛ نظراً لشهرتها وعمل زوجها بإحدى الهيئات

القضائية، وبشاعة الحادثة من توثيق بالأغلال الحديدية، والدفن على قيد الحياة، وإصابات بجميع الجسد؛ بل وصل الأمر إلى قتل أحد الأزواج زوجته وحرقتها ودفنها لإخفاء جريمته بوادي النطرون، حتى إبراز القضية في شكل درامي تاريخي كما سرده فيديو أنتجه الموقع عن "قضية المرأة والساطور". أمّا "قتل الأبناء والأقارب" فكان الميراث والخلاف عليه أبرز أسباب قتل الرجل أبناء عمومته، في حين كان "قتل الأبوين أو الأشقاء" لمرض أحد الشقيقين نفسياً وغيره، و"جرائم الثأر"، وإن كانت قليلة إلا أنها رُصدت ووظّف الفيديو للتعبير عنها، لما يمتاز به هذا النوع من القضايا بوجود عدد كبير من الضحايا والمصابين، كما عبر موقع الوطن عن إحدى جرائم الثأر التي راح ضحيتها 17 قتيلاً وجريحاً في المنيا. في حين كانت "الحوادث الإرهابية والاجرامية" من أهم المضامين التي وُظفت مقاطع الفيديو لتغطيتها بصفحات فيس بوك الخاصة بالمواقع عينة الدراسة (وهذا يتفق - إلى حد ما- مع دراسة أحمد شحاته (2020)، التي أشارت إلى أن الأحداث الإرهابية من أهم الحوادث التي يحرص الشباب على متابعة على مواقع التواصل الاجتماعي<sup>(87)</sup>، مثال استشهاد ضابط شرطة بالأقصر على يد عناصر إجرامية، وقتل مصري بأمريكا دفاعاً عن عمله، والاعتقال الذي تمثل في اغتيال رئيس الوزراء الياباني، وبرز اليوم السابع في توظيف الفيديو في تناول قصف منزل أيمن الظواهري زعيم تنظيم القاعدة بطائرة مسيرة. أمّا "شهداء الواجب" من رجال الشرطة والأطباء الذين قتلوا أثناء عملهم فانفرد بها صفحة المصري اليوم.

- ويشير التحليل الإحصائي لبيانات الجدول السابق إلى وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين صفحات المواقع الإخبارية المصرية عينة الدراسة، من حيث مضمون مقاطع الفيديو الحوادث المتعلقة بجرائم القتل، فقد بلغت قيمة  $\chi^2 = 35.903$ ، وهي دالة عند مستوى معنوية 0.000.

2. أمّا الحوادث، فقد حلت في المرتبة الثانية، وتصدرتها صفحة موقع الوطن بنسبة 28.7%، وأعقبها صفحة المصري اليوم بنسبة 28.3%، وأخيراً صفحة اليوم السابع بنسبة 15.1%، وقد تعددت فيديوهات الحوادث - وفقاً لتكرارها - إلى:

**حوادث الطرق**، وبلغ عدد حوادث السيارات عام 2020م، حسب إحصائيات الجهاز المركزي للتعبئة والإحصاء، (56789 حادثة)، نتج عنها (6164 وفاة، و56546 مصاباً)<sup>(88)</sup>. وتتنوع فيديوهات حوادث الطرق ما بين: التصادم بين سيارات المسؤولين، مثل: حادث تصادم سيارة وزير التنمية المحلية بالعلمين<sup>(89)</sup>، والمشاهير مثل: المطرب اللبناني جورج الراسي، الذي انفردت اليوم السابع- ذات الاهتمام العربي- بنشر فيديو عن الحادث من إنتاج الموقع، ومشاهير إعلامياً (بائع الفرسكا)، كما أن بعض هذه الحوادث كانت لمصريين يعملون بالدول العربية (الكويت، والإمارات، والسعودية)، واتسمت هذه الحوادث بارتفاع أعداد الضحايا، بل وكونهم من أسرة واحدة، مثل: وفاة أستاذ جامعي وأسرته المكونة من 7 أفراد، كما نشر الوطن والمصري اليوم فيديو يجمع حوادث متفرقة، سواء في المحافظة نفسها- وهو الغالب- أو في أكثر من محافظة. كما كان الدهس من أشكال حوادث الطرق بموقعي الوطن والمصري اليوم، وظهر مرة واحدة في اليوم السابع، لحادثة تعرض لها أطفال، مثل: دهس يوتيوبر ميرندا، الذي كان يُصور بثاً مباشراً. كما كانت حوادث الغرق والصعق من أشكال الحوادث، وأكثرها تكراراً لارتباط فترة الدراسة بارتفاع درجات الحرارة والمصايف، وبخاصة الإسكندرية التي كانت أكثر المحافظات الساحلية التي تكررت فيها حوادث الغرق، كما كانت المصارف- خاصة بالوجه البحري- من المناطق التي شهدت أحداث غرق، سواء الأطفال أو الكبار، أثناء بعض الأعمال المتعلقة بالزراعة وتربية الحيوانات، غير أن الوجه القبلي حصد أسوأ حادث غرق لـ 7 من أسرة واحدة، وكان هذا المقطع من أكثر المقاطع مشاهدةً بموقع الوطن فحصد (6 ملايين مشاهدة)، كما كانت غرف الصرف الصحي من أماكن الغرق. أمّا الصعق فكانت أكشاك وأعمدة الإنارة السبب الرئيس فيه، أو ممارسة أعمال صيد بطرق غير شرعية.

- في حين تنوعت فيديوهات حوادث الأخطاء الطبية وموت الضجأة، لعرض عديد من الأخطاء الطبية التي تحدث داخل غرف العمليات، من وجهة نظر أهالي الضحايا- وهم الغالب- والمرضى، كما كانت عيادات الأسنان ومراكز التخسيس



والسمنة، غير أنه من الغريب وجود أخطاء طبية تسبب الوفاة داخل الصيدليات (حقنة هتلى)، الأمر الذي ترتب عليه منع وزارة الصحة إعطاء حقن داخلها، كما كانت حالات الإغماء وعدم التشخيص الدقيق لها، واستفاقة الشخص أثناء جنازته أو داخل المشرحة من المواقف الحزينة والطريفة في الوقت نفسه، في حين أن السعادة المفرطة التي تسبق الأفراح، أو حتى الحزن على فراق الأخ، كانت أبرز أسباب موت الفجأة. وكانت التحديات والحوادث الغريبة والطريفة من مضامين فيديوهات الحوادث التي ارتبطت بالتحديات في الوسائل التكنولوجية والألعاب الإلكترونية، ومنصات التواصل الاجتماعي، مثل: "تيك توك"، و"الغريبة" التي تتنافى مع المنطق والواقع؛ كأم تباع طفلها لإجراء عملية تجميل، أو تتركه في منطقة نائية، وأن يوثق شاب وفاته عطشاً، ووفاة فتاة بعد قرصة نحلة، بل و"طريفة" بأن يحرق شاب مدرسة لرسوب خطيبته، أو مقاطع لحيوانات، أو استخدام جمل مقتبسة من أعمال درامية "عتريس قفل الهويس" وغير ذلك.

• أما حوادث الانتحار فقد جاءت في موقعي المصري اليوم والوطن، وتتنوع وسائل الانتحار إلى: "حبة الغلة"، وهي الغالبة، والقفز في النيل أو المجاري المائية، وتتنوع الفئات العمرية، وأكثرهم من الشباب، وتعددت الأسباب من خلافات عائلية، أو زوجية، أو حتى دراسية، غير أن قضية انتحار "عمرو شتا" كانت الأبرز؛ نظراً لتوثيق الشاب عملية الانتحار وبنها مباشرة. كما تساوى التغيب والحيوانات الأليفة وغير الأليفة في التكرار، فقد اهتم موقعاً الوطن والمصري اليوم بالتغيب، سواء القصر، أو أحد الزوجين، أو الأبناء الذين ذهبوا للعمل خارج مصر، غير أن حادثة غرق إحدى السفن وضمن طاقمها قبطان مصري، فقد كانت الأكثر تكراراً، وكانت الحوادث المرتبطة بـ"الحيوانات الأليفة" هي الغالبة، مثل: سقوط عجل أضحية على شاب وتسبب في وفاته، وكانت الحادثة الأكثر رواجاً بالمصري اليوم والوطن، وكذا هجمات الكلاب والقطط المصابة، في حين انفردت اليوم السابع بحوادث الحيوانات "غير الأليفة" ذات الطابع الدولي، ومنها: طفلة تعض ثعباناً، ورجل يفقد نصف جمجمته في فك تمساح، بل وبين الحيتان،

وهجمات القروء في اليابان، غير أن من أغرب الحوادث هي التي تدرس في تعريف "الخبر الصحفي"، فقد عض رجل بريطاني كلباً بوليسياً لكي يهرب من الشرطة<sup>(90)</sup>. كما كان موقع الوطن أكثر المواقع عينة الدراسة عرضاً لحوادث التسمم الغذائي، وانفرد المصري اليوم والوطن بتناول الحوادث المعنوية والنفسية؛ كرسالة طفلة مريضة لوالديها تتبأ بموتها، وأب يموت في فرح ابنه حزناً؛ بسبب معاتبة المدعويين له لسوء مستوى الطعام المقدم.

- ويشير التحليل الإحصائي لبيانات الجدول السابق إلى وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين صفحات المواقع الإخبارية المصرية عينة الدراسة، من حيث مضمون مقاطع الفيديو المتعلقة بالحوادث، فقد بلغت قيمة  $\chi^2 = 10.988$  وهي دالة عند مستوى معنوية 0.004.

3. وفي المرتبة الثالثة حلت فيديوهات الكوارث الطبيعية، وتصدر في تناولها موقع اليوم السابع بنسبة 29.5%، ثم المصري اليوم بنسبة 14.8%، وأخيراً الوطن بنسبة 3.2%، وقد تنوعت الكوارث إلى: الحرائق التي بلغ عددها (51533 حريقاً) عام 2021م، ونتج عنها (252 وفاة، و824 مصاباً)، وفق إحصائيات الجهاز المركزي للتعبئة والإحصاء<sup>(91)</sup>، وتصدر موقع المصري اليوم، ثم اليوم السابع، وجاء الوطن أخيراً، في توظيف الفيديو في تغطية الحرائق التي تعددت: من حريق كنيسة أبو سيفين بإمبابة، واستوديوهات شبرامنت، وكارفور الإسكندرية، غير أن اليوم السابع انفرد بإنتاج فيديوهات لحوادث الحرائق الخارجية: من حرائق الغابات بأوروبا والمغرب، وفيديو توعوي عن كيفية التصرف حال نشوب حريق بسبب ماس كهربائي. كما كانت انهيارات المنازل والمباني، خاصة مرفأ بيروت الذي تكرر باليوم السابع، والجدران والمنازل من الكوارث التي اشترك المواقع عينة الدراسة في تغطيتها، في حين انفرد اليوم السابع - في الاهتمام الخارجي- بتغطية كوارث الحر والجفاف، والفيضانات، والأعاصير والصواعق، وأخيراً البراكين، التي تضرب أوروبا، وأشدها الجفاف، نظراً للتغيرات المناخية.

- ويشير التحليل الإحصائي لبيانات الجدول السابق إلى وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين صفحات المواقع الإخبارية المصرية عينة الدراسة، من حيث مضمون مقاطع الفيديو الحوادث المتعلقة بالكوارث الطبيعية، فقد بلغت قيمة  $\chi^2 = 72.874$  وهي دالة عند مستوى معنوية 0.000.

4. وفي المرتبة الرابعة حلت فيديوهات الجرائم الجنائية والإلكترونية، وتصدرها موقع اليوم السابع بنسبة 20.9%، ثم الوطن بنسبة 10.8%، وأخيراً المصري اليوم بنسبة 10.7%، وتنوع محتواها إلى: جرائم السرقة والتهرب والنصب والغش، وتصدرت جرائم النصب وتنوعت أماكنها وأطلق على الجناة (مستريح- مستريحة)، ومنها ما ارتبط بالجانب الفكاهي، مثل: اللص الذي يسرق ويعطي الفقراء بالهند "روبن هود"، والحوار الذي دار بين سيدة ولص دراجات بخارية "هو حضرتك حرامي"، والغش في اللحوم. في حين تنوعت صور الجرائم الإلكترونية والتشهير ما بين رسائل التهديد والمضايقات الهاتفية وعقوبتها وغراماتها، أو تصوير فيديو ونشره، كما حدث مع ممرضتين بقضية نيرة، أو الدعوة إلى العنف، مثل باتمان حلوان، وغيرها. أما جرائم الأحوال الشخصية التي تخص إثبات النسب، والحضانة، والطلاق بين المشاهير وغيرهم، أو الحجر عليهم، فكان الجانب الفكاهي والغريب حاضراً فيها، مثل: "لأول مرة في مصر زوج مطلوب في بيت الطاعة"، و"تفريم 25 سيدة تشادية 100 فرنك لامتاعهن عن الزواج". في حين تساوت جرائم الرشوة والفساد الإداري، مثل: رشوة وزارة الصحة، ورئيس جامعة دمنهور، مع جرائم الحجز والتعويض، التي ارتبطت بالمشاهير الرياضة، مثل كهربا، والفن. وأخيراً جرائم الانتحال، التي انفرد بها اليوم السابع، عن انتحال بعض الأشخاص صفة رجال شرطة وأقاموا مركزاً للشرطة بالهند.

- ويشير التحليل الإحصائي لبيانات الجدول السابق إلى وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين صفحات المواقع الإخبارية المصرية عينة الدراسة، من حيث مضمون مقاطع الفيديو الحوادث المتعلقة بالجرائم الجنائية والإلكترونية، فقد بلغت قيمة  $\chi^2 = 11.676$  وهي دالة عند مستوى معنوية 0.003.

5. وأخيراً فيديوهات جرائم الاعتداء، التي تصدرها موقع المصري اليوم بنسبة 7.4%، ثم اليوم السابع بنسبة 5.8%، وأخيراً الوطن بنسبة 4.9%، وتصدرتها جرائم التعدي والضرب وإحداث إصابات، التي تدور حول أحد الوالدين- غالباً- أو الزوجين، أو لإجبار فرد لآخر على فعل ما، وغير ذلك، أمّا جرائم الاغتصاب (سواء اغتصاب وقتل، أو اغتصاب فقط) فكان موقع المصري اليوم الأكثر تغطية لها، وأشهرها "قضية الطفلة رضوى"، في حين لم تظهر في كل من اليوم السابع والوطن إلا مرة واحدة. وتساوت جرائم الخطف والتحرش مع الاشتباكات والاقترامات، وتركزت حول هشتاج # ميدوسا، عن تجارب بعض النساء للتحرش في أوروبا، واقترام المنطقة الخضراء والبرلمان العراقي. وأخيراً جرائم احتجاز الرهائن، خاصة ببنك بيروت، التي عرضها اليوم السابع والمصري اليوم.

- ويشير التحليل الإحصائي لبيانات الجدول السابق إلى عدم وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين صفحات المواقع الإخبارية المصرية عينة الدراسة، من حيث مضمون مقاطع الفيديو الحوادث المتعلقة بالجرائم الاعتداء، فقد بلغت قيمة  $\chi^2 = 3.202$  وهي غير دالة عند مستوى معنوية 0.202.

ثانياً: مصادر تغطية الفيديو:

جدول (2) مصادر الفيديو بصفحات المواقع عينة الدراسة على فيس بوك

الترتيب	التوافق	sig	df	كا2	الإجمالي	الوطن	اليوم السابع	المصري اليوم	الموقع	
									ك	مصادر الفيديو
1	0.151	0.000	2	24.175	986 95.3%	405 99.3%	130 93.5%	451 92.4%	ك %	داخلية
3	0.074	0.059	2	5.670	21 2.0%	3 0.7%	4 2.9%	14 2.9%	ك %	خارجية
2	0.130	0.000	2	17.820	29 2.8%	1 0.2%	4 2.9%	24 4.9%	ك %	غير محدد المصدر
N=1035										الإجمالي

## تشير بيانات الجدول (2) إلى ما يلي:

- اتفقت المواقع عينة الدراسة في الاعتماد شبه الكامل على المصادر الداخلية للفيديو بنسبة 95.3%، (وتختلف هذه النتيجة - إلى حد ما- مع دراسة Javier Mayoral (2016)، التي أكدت هيمنة الاستعانة بالمصادر الخارجية مثل وكالات الأنباء، على المصادر الداخلية)<sup>(92)</sup>. ويليهما عدم تحديد مصادر الفيديو بنسبة 2.8%، وأخيراً المصادر الخارجية بنسبة 2%. ويعد الاعتماد على المصادر الداخلية للموقع أو الصحيفة نتيجة متوقعة؛ نظراً للمنافسة بين المواقع، وما توفره المصادر الداخلية من محتوى يمكن أن يحقق الانفراد والسبق، وغير متاح للجميع، بجانب تأكيد مكانة الصحيفة وإمكاناتها، وغير ذلك، وقد تصدر الوطن المواقع عينة الدراسة، من حيث الاعتماد على المصادر الداخلية للفيديو بنسبة 99.3%، ثم اليوم السابع بنسبة 93.5%، وأخيراً المصري اليوم بنسبة 92.4%، وتنوعت هذه المصادر وفقاً لتكرارها إلى: صحفى أو مراسل الموقع، الذي كان المصدر الداخلي الرئيس لإمداد المواقع وصفحاتها على فيس بوك بفيديوهات الحوادث، وهو عادة ما يكون موجود بموقع الحدث بالمحافظات- المراسل- ويقوم بعملية التصوير والتجهيز والإرسال إلى الموقع للنشر (صحفي الفيديو)، غير أن الدراسة رصدت اعتماد جميع المواقع عينة الدراسة على المراسل نفسه وما صورّه، وكل التغيير أن في بداية الفيديو ونهايته يُصرح باسم الموقع الذي يوثق الفيديو به، كما غلب على هذا الصحفي أو المراسل تصوير الفيديو في غير مكان الحادثة، بأن يصوره على إحدى الطرق السريعة مع حادثة تصادم، أو بجوار مصرف لتغطية حادثة غرق، وكثيراً ما كان يصور الفيديو في شارع مظلم أو مقهى، أو من نافذة بلكونة منزل - في الغالب منزله- وسرد أحداث الحادثة، أو فيديو مجمع لأكثر من حادثة بالمحافظة، كما كان التعليق على صورة بهاتف محمول من الأساليب التي اتبعها المراسلون. في حين كانت المواد والشرائح الضلمية من إنتاج الموقع، الذي يتفق - إلى حد ما- مع دراسة أحمد علوي (2020م)، التي أكدت أن الفيديوهات التي تنتجها الصحيفة أو الموقع في مقدمة مصادرها<sup>(93)</sup>، المهمة التي تبرز القدرات الفنية

والتكنولوجية والتصميمية لكل موقع، وعملية ربط تصميمها بشخصية الموقع، من خلال اللون الغالب على الموقع، كالبرتقالي مع موقع الوطن، الذي كان يحول فيديو الحادثة إلى مواد فيلمية عقب نشرها بيوم أو أكثر، بل ودمج مادتين في فيديو جديد لعرض مجموعة حوادث، أو بتغيير عنوان المقطع وإعادة نشره، كما كان اللون الأحمر المفضل لليوم السابع، الذي أنتج مادة فيلمية باللونين الأبيض والأسود؛ تعبيراً وتناسباً مع المضمون الذي تناول "قضية ريا وسكينة والمرأة والساطور"، في حين كان المصري اليوم الأقل إنتاجاً لهذه المواد الفيلمية. وأخيراً كان مقدم نشرة الموقع، وهي إحدى السمات المنافسة التي استحدثتها المواقع من القنوات التلفزيونية، التي تُعد مسبقاً - غالباً - وتعرض حادثة واحدة عاجلة أو أكثر، وقد يتنوع مضمونها، ومنها الحوادث، وقد كانت تجربة موفقة لموقع اليوم السابع، فظهر المذيع/ المذيعة بشكل أكثر احترافية من حيث اللغة والإلقاء، وجودة الصورة والصوت؛ بل وظهرت نشرة الأخبار بأكثر من تصميم، وأكثر من برنامج "وراء الحدود، ولصوص ولكن ظرفاء، والمحاكم هذا الأسبوع"، في حين كان موقع الوطن أقل احترافية فاقترصت النشرة على الصحفي أو رئيس قسم الحوادث والتعليق على الحوادث بجوار شاشة تلفزيونية مثبت بها صورة ترتبط بالحادثة، أما نشرة موقع المصري اليوم فكانت أقلها، وما يؤكد ذلك عدم ثبات مذيعي النشرة وشكلها - خلال فترة الدراسة - وضعف اللغة وصحتها، بل والتلعثم أثناء إلقاء النشرة.

- ويشير التحليل الإحصائي لبيانات الجدول السابق إلى وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين صفحات المواقع الإخبارية المصرية عينة الدراسة، من حيث مصادر مقاطع فيديو الحوادث المتعلقة بالمصادر الداخلية، فقد بلغت قيمة  $K=24.175$  وهي دالة عند مستوى معنوية 0.000.

• وفي المرتبة الثانية من مصادر الفيديو: غير محددة المصدر الصحفي، وتصدرها موقع المصري اليوم بنسبة 4.9%، يليه اليوم السابع بنسبة 2.9%، وأخيراً الوطن بنسبة 0.2%، وكانت عبارة عن فيديوهات التي يُعلّق عليها، ولا يظهر مصدرها

بشكل واضح، مثال النطق بالحكم، أو المشادات بين قاتل المذيعة شيماء جمال ووالدتها، أو بثّ مباشر لحريق أو مشاجرة بإحدى المحافظات، كذا تشييع جنازات.

- ويشير التحليل الإحصائي لبيانات الجدول السابق إلى وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين صفحات المواقع الإخبارية المصرية عينة الدراسة، من حيث مصادر مقاطع فيديو الحوادث المتعلقة بالمقاطع غير محددة المصدر الصحفي، فقد بلغت قيمة  $2=17.820$  وهي دالة عند مستوى معنوية 0.000.

• في حين كانت المصادر الخارجية في المترتبة الأخيرة، وتصدرها موقعا المصري اليوم واليوم السابع بنسبة 2.9%، في حين بلغت نسبة الوطن 0.7%، وتنوعت إلى: المواطن الصحفي، الذي يُصور فيديو لحريق أو إنقاذ غريق، وينشره على مواقع التواصل الاجتماعي، أو يرسله إلى صفحة الموقع، وهو مصدر انفرد به المصري اليوم، في حين انفرد الوطن بالاعتماد على مصدر رسمي "إدارة البيان التابعة للنيابة العامة"، التي صورت مرافعة النيابة والنطق بالحكم في "قضية نيرة"، في حين انفرد اليوم السابع بالاعتماد على مواقع إلكترونية - أجنبية غالباً- وقنوات فضائية، بخاصة إكسترا نيوز، مع حادث انهيار صوامع بيروت، وهذا يتفق- إلى حد ما- مع دراسة أيمن بريك وإيمان محمود (2017م)، التي أكدت تصدر القنوات الفضائية مصدراً للفيديو<sup>(94)</sup>.

- ويشير التحليل الإحصائي لبيانات الجدول السابق إلى وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين صفحات المواقع الإخبارية المصرية عينة الدراسة، من حيث مصادر مقاطع فيديو الحوادث المتعلقة بالمصادر الخارجية، فقد بلغت قيمة  $2=5.670$  وهي غير دالة عند مستوى معنوية 0.059.

## جدول (3) مصادر مضمون الفيديو بصفحات المواقع عينة الدراسة على فيس بوك

الترتيب	التوافق	sig	df	كا	الإجمالي	الوطن	اليوم السابع	المصري اليوم	الموقع	
									مصادر المضمون	
3	0.364	0.000	2	157.962	144 13.9%	32 7.8%	67 48.2%	45 9.2%	ك	مسؤولون رسميون
									%	
5	0.350	0.000	2	144.711 <sup>a</sup>	128 12.4%	41 10%	60 43.2%	27 5.5%	ك	خبراء ومتخصصون
									%	
6	0.078	0.043	2	6.286 <sup>a</sup>	76 7.3%	30 7.4%	17 12.2%	29 5.9%	ك	تقارير ومستندات رسمية
									%	
4	0.275	0.000	2	84.620	131 12.7%	77 18.9%	39 28.1%	15 3.1%	ك	مصادر إعلامية
									%	
1	0.208	0.000	2	46.726	426 41.2%	138 33.8%	35 25.2%	253 51.8%	ك	أهالي الضحايا والمصابين وشهود العيان وجمهور عام
									%	
2	0.148	0.000	2	23.203	338 32.7%	155 38%	22 15.8%	161 33%	ك	سرد صحفي أو مراسل الموقع أو دون مصدر
									%	
N=1035										الإجمالي

## تشير بيانات الجدول (3) إلى ما يلي:

- تقدم أهالي الضحايا والمصابين وشهود العيان وجمهور عام مصادر مضمين فيديو الحوادث بصفحات الصحف عينة الدراسة، بنسبة بلغت 41.2%، يليها سرد الصحفي أو مراسل الموقع أو غير معلوم المصدر بنسبة 32.7%، ثم مسؤولون رسميون بنسبة 13.9%، ثم المصادر الإعلامية بنسبة 12.7%، فخبراء ومتخصصون بنسبة 12.4%، وأخيراً التقارير والمستندات الرسمية بنسبة 7.3%.



• تصدر موقع المصري اليوم في الاعتماد على أهالي الضحايا وشهود العيان والجمهور العام مصدراً للفيديو بنسبة 15.8%، يليه اليوم السابع بنسبة 25.2%، وأخيراً الوطن بنسبة 33,8%؛ إذ يعد "أهالي الضحايا والمصابين"، المصدر الأهم للتعرف على ظروف الحادثة، وأطرافها ودوافعها والكشف عن بعض الأبعاد الإنسانية؛ غير أن الصحفي يجب أن يحذر من المعلومات المتحيزة لأهالي الضحايا، مع تأكيد عرض وجهتي النظر- غير أن ذلك لم يحدث، فجميع المواقع اهتمت بعرض وجهة نظر أهالي الضحايا- في حين أن "شاهد العيان" يسرد تفاصيل تزيد من إحساس الجمهور بالحضور والمعاشة الفعلية، كما كان "الجمهور العام" مصدراً لاستكمال المعلومات، أو السؤال عن رأيه في الحادثة من باب المشاركة المجتمعية، وهو قليل.

- ويشير التحليل الإحصائي لبيانات الجدول السابق إلى وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين صفحات المواقع الإخبارية المصرية عينة الدراسة، من حيث مصادر مضمون مقاطع فيديو الحوادث المتعلقة بأهالي الضحايا وشهود العيان، فقد بلغت قيمة  $K=2=46.726$  وهي دالة عند مستوى معنوية 0.000.

• في حين تصدر موقع الوطن استخدام سرد وتعليق الصحفي أو المراسل أو كونه دون مصدر (وهذا يتفق - إلى حد ما - مع دراسة إسماعيل الشرنوبلي، التي أشارت إلى تصدر مضامين الجريمة غير واضحة المصدر مصدراً للمعلومات)<sup>(95)</sup>، مصدراً للفيديو الحوادث بنسبة 38%، يليه المصري اليوم بنسبة 33%، وأخيراً اليوم السابع بنسبة 15.8%، فقد ارتفع اعتماد الوطن والمصري اليوم على تعليق المراسل أو مذيع النشرة على الحوادث دون تحديد مصدر محدد للمعلومة، أو سرد مجموعة من الحوادث كتقرير مجمع للحوادث، فيعتمد بداية على جملة "ورد بلاغ إلى مركز كذا... بالانتقال تبين...، ويستكمل وصف الحادثة دون توضيح المصدر، أو عرض فيديو دون تعليق أو صوت غالباً ما يكون نُشر على مواقع التواصل أو من أحد المواطنين دون توضيح أية بيانات خاصة به، مثال: فيديو حريق كارفور وسوق الحرمين بالإسكندرية، فلم يتعدى بضع ثوان، ويعاد أكثر من مرة ليكون مقطوعاً، وهو

إجراء اعتمد عليه الوطن والمصري اليوم بصورة واضحة، ولم يظهر في اليوم السابع.

- ويشير التحليل الإحصائي لبيانات الجدول السابق إلى وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين صفحات المواقع الإخبارية المصرية عينة الدراسة، من حيث مصادر مضمون مقاطع فيديو الحوادث المتعلقة بسرد الصحفي أو المراسل أو غير معلوم المصدر، فقد بلغت قيمة  $K=23.203$  وهي دالة عند مستوى معنوية 0.000.

• وحلَّ في المرتبة الثالثة المسؤولون الرسميون (من مسؤولين حكوميين، ورجال قضاء، وجهات إنفاذ القانون) مصدرًا لمضمون الفيديو (وهذا يتفق - إلى حد ما - مع نتائج دراسة أيمن محمد بريك وإيمان محمود (2017)، التي أكدت أن رجال الشرطة والقضاء هما المصدر الرئيس لمعلومات صحافة الفيديو المقدمة في المواقع المصرية والأمريكية الموجهة بالعربية<sup>(96)</sup>، ودراسة GORDON SEVERSON (2018م)، التي أكدت أن الصحفيين يتفاعلون مع المصادر الرسمية على مواقع التواصل بصفة دورية<sup>(97)</sup>. وتصدر اليوم السابع بنسبة 48.2%، مما يؤكد قدرة الموقع وحرصه على المصداقية بزيادة اعتماده على المصادر الموثقة، ثم المصري اليوم بنسبة 9.2%، وأخيرًا الوطن بنسبة 7.8%، ويعد المستشار بهاء المري، قاضي قضية نيرة أشرف، من المصادر الرسمية المؤثرة؛ نظرًا لأسلوبه، وتحديثه الفصحي، وقريحته الشعرية.

- ويشير التحليل الإحصائي لبيانات الجدول السابق إلى وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين صفحات المواقع الإخبارية المصرية عينة الدراسة، من حيث مصادر مضمون مقاطع فيديو الحوادث المتعلقة بالمسؤولين الرسميين، فقد بلغت قيمة  $K=157.962$  وهي دالة عند مستوى معنوية 0.000.

• أمَّا المرتبة الرابعة فكانت للمصادر الإعلامية (منصات التواصل الاجتماعي، والمواقع الإلكترونية، والقنوات الفضائية ووكالات الأنباء)، وتصدر موقع اليوم السابع بنسبة بلغت 28.1%، يليه الوطن بنسبة 18.9%، وأخيرًا المصري اليوم بنسبة 3.1%. ويعد موقع "فيس بوك" أكثر المصادر التي اعتمدت عليها المواقع،

من خلال نشر رسائل وصور الضحايا بخاصة في حوادث الانتحار، والفيديوهات الغربية والطريقة، وكذا متابعة الصفحات الرسمية للمحامين، ورصد بيانات الجهات الرسمية، مثل النيابة العامة، وغير ذلك. بجانب "المواقع الإلكترونية" التي تناولت الخبر داخلياً أو خارجياً، (وهذا يتفق - إلى حد ما- مع دراسة Lu (2017Wu م)، التي أفادت باعتماد الصحفيين الرقميين على مواقع الصحف مصادر إخبارية رئيسية)<sup>(98)</sup>، وكثيراً ما يكون الموقع الذي تتبعه الصفحة التي تبث الفيديو هو مصدره، وهو إجراء اتضح بشدة في موقع المصري اليوم، كذا "القنوات الفضائية"، المصرية مثل إكسترا نيوز، أو العالمية مثل التلفزيون الياباني الذي بث نبأ اغتيال رئيس الوزراء.

- ويشير التحليل الإحصائي لبيانات الجدول السابق إلى وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين صفحات المواقع الإخبارية المصرية عينة الدراسة، من حيث مصادر مضمون مقاطع فيديو الحوادث المتعلقة بالمصادر الإعلامية، فقد بلغت قيمة  $K=2=84.620$  وهي دالة عند مستوى معنوية 0.000.

• وفي المرتبة الخامسة حلّ اليوم السابع في مقدمة المواقع عينة الدراسة في الاعتماد على الخبراء والمتخصصين مصادر لدعم مضمون الفيديو بنسبة 43.2%، ممن يؤكد حرص الموقع على الاعتماد على المصادر التي تزيد من مصداقية الفيديو وتدعم بياناته وتكشف عن جميع زواياه، من محامين وهم الأغلب (منهم في قضية نيرة: بهاء أبو شقة، وفريد الديب، ومرضى منصور)، وأطباء وعلماء.

- ويشير التحليل الإحصائي لبيانات الجدول السابق إلى وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين صفحات المواقع الإخبارية المصرية عينة الدراسة، من حيث مصادر مضمون مقاطع فيديو الحوادث المتعلقة بالخبراء والمتخصصين، فقد بلغت قيمة  $K=2=144.711$  وهي دالة عند مستوى معنوية 0.000.

• أما المرتبة الأخيرة فكانت للتقارير والمستندات الرسمية، التي تعد أقوى مصادر الفيديوهات وأكثرها مصداقية (وهذا يتفق - إلى حد ما- مع دراسة Jhoana Paula & Jasper Emmanuel (2020 م)، التي أكدت أن الوثائق الرسمية

الأكثر موثوقية، لتوفيرها المعلومات المباشرة والمفيدة<sup>(99)</sup>، وتصدرها اليوم السابع بنسبة 12.2%، ثم الوطن بنسبة 7.4%، وأخيراً المصري اليوم بنسبة 5.9%. وتنوعت "التقارير والوثائق الرسمية" إلى حيثيات الأحكام، وتقارير الأدلة الجنائية، وبيان من النيابة العامة بشأن الحادثة، بخاصة قضية نيرة، وتقارير طبية، وتقارير بيئية خاصة بالجفاف ومعدلاته في البلاد الأوروبية، وغير ذلك.

- ويشير التحليل الإحصائي لبيانات الجدول السابق إلى وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين صفحات المواقع الإخبارية المصرية عينة الدراسة، من حيث مصادر مضمون مقاطع فيديو الحوادث المتعلقة بالتقارير والمستندات الرسمية، فقد بلغت قيمة كا  $6.286 = 2$  وهي دالة عند مستوى معنوية 0.043.

### 3. نطاق تغطية الفيديو ونوعها:

#### جدول (4)

نطاق تغطية الفيديو ونوعها بصفحات المواقع عينة الدراسة على فيس بوك

الترتيب	التوافق	sig	df	كا 2	الإجمالي	الوطن	اليوم السابع	المصري اليوم	الموقع		
									نطاق تغطية ونوعها		
1	0.465	0.000	4	285.830	954	394	79	481	ك	داخلي (داخل مصر)	نطاق التغطية
					92.2%	96.6%	56.8%	98.6%	%		
3					28	7	17	4	ك	عربي	
					2.7%	1.7%	12.2%	0.8%	%		
2					53	7	43	3	ك	دولي	
					5.1%	1.7%	30.9%	0.6%	%		
-					1035	408	139	488	ك	الإجمالي	
					100%	100%	100%	100%	%		
1	0.448	0.000	2	259.356	763	199	95	469	ك	مباشرة	نوع التغطية
					73.7%	48.8%	68.3%	96.1%	%		
2					272	209	44	19	ك	متابعات	
					26.3%	51.2%	31.7%	3.9%	%		
-					1035	408	139	488	ك	الإجمالي	
					100%	100%	100%	100%	%		

تشير بيانات الجدول (4) إلى ما يلي:

- أولاً: نطاق التغطية: تصدرت التغطية الداخلية (داخل مصر) - وهي الغالبة-، وتصدرها موقع المصري اليوم بنسبة 98.6%، يليه الوطن بنسبة 96.6%،

وأخيراً اليوم السابع بنسبة 56.8%؛ نظراً لتنوع نطاق تغطيته داخلياً وزاد اهتمامه بالتغطية الخارجية (عربياً، ودولياً)، أما المرتبة الثانية فكانت للتغطية الدولية بنسبة 5.1%، وتقدمها اليوم السابع بنسبة 30.9%، ثم الوطن بنسبة 1.7%، والمصري اليوم بنسبة 0.6%، في حين كانت التغطية العربية الأقل بنسبة 2.7%، وتصدرها اليوم السابع بنسبة 12,2%، يليه الوطن بنسبة 1.7% وهي نفسها نسبة التغطية الدولية، وأخير المصري اليوم بنسبة 0.8%. ومما سبق يتضح أن اليوم السابع كان الموقع الأكثر تنوعاً في تغطية الحوادث الداخلية، والعربية والدولية التي -غالباً- تمس جميع المستخدمين وتحرك مشاعرهم الإنسانية، مثل الكوارث الطبيعية بأنواعها، ومنها فيضانات الإمارات وحرائق المغرب<sup>(100)</sup>، والعدوان على قطاع غزة، والجفاف، وحرائق الغابات في أوروبا.

- ويشير التحليل الإحصائي لبيانات الجدول السابق إلى وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين صفحات المواقع الإخبارية المصرية عينة الدراسة، من حيث نطاق تغطية فيديوهات الحوادث، فقد بلغت قيمة  $\chi^2 = 285.830$  وهي دالة عند مستوى معنوية 0.000.

● ثانياً: نوع تغطية الفيديو: تصدر البث المباشر لمقاطع فيديو الحوادث (وهذا يتفق - إلى حد ما- مع دراسة محمد سامي صبري (2018م)، التي أكدت تصدر البث المباشر فيديوهات الأزمات الاقتصادية والاجتماعية في المواقع الإلكترونية وشبكات التواصل الاجتماعي)<sup>(101)</sup>، ودراسة هالة كتاكت (2022)، التي أكدت تفضيل الباحثين للفيديو الذي يوثق الحدث وقت حدوثه، حتى لو كانت جودته ضعيفة<sup>(102)</sup>؛ شريطة أن تكون أخبار البث المباشر جديدة، كما أشارت إليه دراسة سحر الخولي (2022)<sup>(103)</sup>. وبلغت نسبته 73.7% نظراً لاعتماد المواقع الثلاثة: المصري اليوم بنسبة 96.1%، واليوم السابع بنسبة 68.3%، والوطن بنسبة 48.8%، على نشرات الأخبار والنقل المباشر من موقع الحدث؛ للإفادة من إمكانيات مواقع التواصل الاجتماعي، بخاصة تقنية البث المباشر التي إضافتها في 2015م، بحيث

يسبق عنوان الفيديو "بث مباشر- مباشر" في موقعي اليوم السابع والمصري اليوم، أما الوطن فكرر كلمة "عاجل" وقلَّ فيه استخدام اللفظين السابقين، غير أنه من الملاحظ أن مصطلح البث المباشر ومرادفاته يسبق مقاطع فيديو الحوادث التي يرسلها المرسلون - المصدر الرئيس للفيديو- التي غالباً تُصور عقب الحادث، وترسل إلى الموقع حتى الموافقة على نشرها بعد مراجعتها أو دون مراجعة، وهذا بالطبع يتم بعد الوقت الفعلي للحادثة وتصوير الفيديو، ومع ذلك، يتصدر عنوان الفيديو أو نشرة الأخبار التي تُعد وتُصور وتُضاف إليها تأثيرات بـ"بث مباشر أو عاجل"، ولعل السر في ذلك الاستخدام غير الموظف للخدمة، سعي المواقع لإشعار المستخدم بمواكبة الحادثة والواقعية من خلال جملة "عاجل أو بث مباشر"؛ بل وتخصيص قسم خاص له على صفحات موقعي (اليوم السابع، والوطن)، عكس المصري اليوم. كما يمكن إرجاع السبب في عدم استخدام تقنيات البث المباشر الفعلية إلى أن الموقع يمارس دور "حارس البوابة" القديم، بمراجعة المحتوى قبل بثه؛ نظراً لعدم التحكم في البث المباشر والظروف المحيطة به، وهذا ما تم فعلاً خلال البث المباشر لموقع الوطن، الأمر الذي ترتب عليه وقف الموقع لنشر الفيديوهات بتنوع محتواها، مدة زادت على ثلاثة أشهر تداخلت جزئياً مع نهاية مدة الدراسة كما سبق توضيحه بعينة الدراسة. أما المتابعات فبلغت نسبتها 26.3%، وتصدر الوطن بنسبة 51.2%، ثم اليوم السابع بنسبة 31.7%، وأخيراً المصري اليوم بنسبة 3.9%، ولم تختلف عن مضمون وشكل الفيديوهات السابقة، ولكن لم يسبقها جملة "بث مباشر أو عاجل".

ويشير التحليل الإحصائي لبيانات الجدول السابق إلى وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين صفحات المواقع الإخبارية المصرية عينة الدراسة، من حيث نوع تغطية فيديوهات الحوادث، فقد بلغت قيمة  $\chi^2 = 259.356$  وهي دالة عند مستوى معنوية 0.000.

#### 4. حداثة الفيديو والفنون والوظيفة الصحفية التي يؤديها:

جدول (5) حداثة الفيديو بصفحات المواقع عينة الدراسة على فيس بوك

التوافق	sig	df	نكا	الإجمالي	الوطن	اليوم السابع	المصري اليوم	الموقع	
								ك	حداثة الفيديو
0.189	0.000	2	38.313	897 86.7%	322 78.9%	121 87.1%	454 93 %	ك %	جديد (لم يسبق عرضه على صفحة الموقع)
				138 13.3%	86 21.1%	18 12.9%	34 7 %	ك %	سبق عرضه على صفحة الموقع
				1035 100 %	408 100 %	139 100%	488 100%	ك %	الإجمالي

تشير بيانات الجدول (5) إلى ما يلي:

- تصدر فيديوهات الحوادث الجديدة (التي لم يسبق عرضها) في صفحات المواقع عينة الدراسة على فيس بوك بنسبة 86.7%، وتصدرها المصري اليوم بنسبة 93%، يليه اليوم السابع بنسبة 87.1%، وأخيراً الوطن بنسبة 78.9%؛ نظراً لإقبال الجمهور على الفيديوهات الحديثة، وتغطيات الحوادث والأحداث الطارئة غير المتوقعة، في حين كانت فيديوهات الحوادث التي سبق عرضها على صفحة الموقع الأقل تكراراً- وهو أمر طبيعي- بنسبة 13.3%، واستخدمها الوطن بنسبة 21.1%، ثم اليوم السابع بنسبة 12.9%، وأخيراً المصري اليوم بنسبة 7%، وهي في الغالب فيديوهات تتضمن محتوى غريباً أو طريفاً يعمل على تسلية المستخدم، ولا يرتبط بتاريخ نشر، مثال: "لأول مرة في مصر زوج مطلوب في بيت الطاعة"، أو حوادث الأخطاء الطبية والحيوانات الأليفة، بجانب حوادث رائجة يتابعها الجمهور، فيعاد الفيديو عن الحادثة والحكم فيها، أو كارثة طبيعية، بعد تغيير عنوان المقطع، كما يمكن تجميع أكثر من حادثة في مقطع واحد.
- ويشير التحليل الإحصائي لبيانات الجدول السابق إلى وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين صفحات المواقع الإخبارية المصرية عينة الدراسة، من حيث حداثة

تغطية فيديوهات الحوادث، فقد بلغت قيمة  $\chi^2 = 38.313$  وهي دالة عند مستوى معنوية 0.000.

جدول (6) الفنون والوظيفة الصحفية التي يؤديها الفيديو بصفحات المواقع عينة الدراسة على فيس بوك

الترتيب	التوافق	sig	df	كا 2	الإجمالي	الوطن	اليوم السابع	المصري اليوم	الموقع		الفنون والوظيفة الصحفية
									ك %	خبر	
3	0.373	0.000	6	166.987	51 4.9%	6 1.5%	23 16.5%	22 4.5%	ك 0%	خبر	الفنون الصحفية
1					588 56.9%	299 73.3%	91 65.5%	198 40.6%	ك 0%	تقرير	
2					380 36.7%	98 24 %	21 15.1%	261 53.5%	ك 0%	حديث	
4					16 1.5%	5 1.2%	4 2.9%	7 1.4%	ك 0%	قصة خبرية	
-					1035 100%	408 100%	139 100%	488 100%	ك 0%	الإجمالي	
3	0.346	0.000	2	123.674	79 7.6%	16 3.9%	43 30.9%	20 4.1%	ك 0%	الإخبار	الوظيفة الصحفية
1	0.296	0.000	2	99.271 <sup>a</sup>	867 83.8%	397 97.3%	93 66.9%	377 77.3%	ك 0%	الشرح التفسير	
4	0.255	0.000	2	71.735	31 3 %	5 1.2%	20 14.4%	6 1.2%	ك 0%	التوعية والتوجيه والإرشاد	
2	0.219	0.000	2	52.075 <sup>a</sup>	651 62.9%	222 54.4%	67 48.2%	362 74.2%	ك 0%	المشاركة المجتمعية والإنسانية	
5	0.271	0.000	2	82.234 <sup>a</sup>	24 2.3%	6 1.5%	18 12.9%	-	ك 0%	التسلية والترفيه	
N=1035										الإجمالي	



تشير بيانات الجدول (6) إلى ما يلي:

#### أولاً: الفنون الصحفية:

- تصدر التقرير الفنون الصحفية المستخدمة في تغطية الحوادث بأنواعها بواسطة صحافة الفيديو، بنسبة 56.9%، (وهذا يتفق - إلى حد ما - مع دراسة Javier Mayoral, Paloma Abejón (2016)، التي أكدت أن التقارير الإخبارية النوع الصحفي السائد مع مقاطع الفيديو الخاصة بوسائل الإعلام الرقمية)<sup>(104)</sup>، وكان موقع الوطن 73.3% الأول في الاعتماد على التقرير، ثم اليوم السابع بنسبة 65.5%، وأخيراً المصري اليوم بنسبة 40.6%، ويمكن إرجاع السبب في تصدر التقرير الصحفي، أن غالبية المواقع تنشر الحوادث والجرائم فور وقوعها في خبر موجز، مدعم بالصور - إذا توفرت - أو استخدمت الصور الأرشيفية معه، وذلك لحين التواصل مع المرسلين والمصادر للحصول على المعلومات الكاملة والموثقة، ولاسيما في شكل مسموع ومرئي (مقاطع فيديو) حصرية للموقع، غالباً ما تتضمن الإجابات والتفسير للحادثة وأسبابها، ثم متابعتها، إلا أن الموقع يصدر هذه المقاطع بجملة "بث مباشر أو عاجل"؛ لإشعار المستخدم بالحدثة والسبق والانفراد - كما سبق وأوضحنا في نوع التغطية - وفي المرتبة الثانية حلّ الحديث بنسبة 36.7%، وتصدر موقع المصري اليوم بنسبة 53.5%، ثم الوطن بنسبة 24%، وأخيراً اليوم السابع بنسبة 15.1%، ويجرى الحديث بين الصحفي وأهالي الضحايا والمصابين - المصدر الرئيس لمضمون الفيديو - أو محاميهم، مثال: الحديث مع محامي ووالدة فتاة السرطان بعد الحكم لصالحها في قضية التشهير الإلكتروني، أو الأطباء الذين استقبلوا الحادث وغيرهم. وفي المرتبة الثالثة الخبر الصحفي بنسبة 4.9%، (ويختلف ذلك - إلى حد ما - مع دراستي أحمد علوي (2020م)<sup>(105)</sup>، وأيمن محمد بريك وإيمان محمود (2017)<sup>(106)</sup>، فقد أكدتا تصدر الاعتماد على الخبر في صحافة الفيديو بالمواقع الإلكترونية)، وتصدر اليوم السابع في توظيف الخبر الصحفي بنسبة 16.5%، لنشره الحوادث الطريفة والغريبة التي تحدث خارج مصر، أو الأخبار العاجلة، مثل: البث المباشر لانهايار جزء من صوامع بيروت نقلاً عن

قناة إكسترا نيوز، الذي استمر عدة ساعات، ثم المصري اليوم بنسبة 4.5%، والوطن بنسبة 1.5%؛ لاعتمادهما على التقارير والأحداث التي يجريها المراسلون. وأخيراً القصة الخبرية بنسبة 1.5%، وتصدرها اليوم السابع بنسبة 2.9%، ويليه المصري اليوم بنسبة 1.4%، وأخيراً الوطن بنسبة 1.2%. ومن أمثلة القصص الخبرية التاريخية -غالباً- بمواقع الدراسة: "ريا وسكينة"<sup>(107)</sup>، والمرأة والساطور<sup>(108)</sup>، واللص الغبي وغيرها.

- ويشير التحليل الإحصائي لبيانات الجدول السابق إلى وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين صفحات المواقع الإخبارية المصرية عينة الدراسة، من حيث الفنون الصحفية المستخدمة بفيديوهات الحوادث، فقد بلغت قيمة  $\chi^2 = 166.987$  وهي دالة عند مستوى معنوية 0.000.

#### ثانياً: الوظيفة الصحفية:

• حلت وظيفة الشرح والتفسير في المرتبة الأولى للوظائف الصحفية التي تحققها مقاطع فيديو الحوادث على صفحات فيس بوك للمواقع عينة الدراسة (ويختلف ذلك - إلى حد ما - مع دراسة وفاء جمال درويش (2021)، التي أكدت تصدر وظيفة الإخبار ونقل المعلومات)<sup>(109)</sup>، وذلك بنسبة 83.8%، وتصدرها الوطن بنسبة 97.3%، ثم المصري اليوم بنسبة 77.3%؛ مما يؤكد النتائج السابقة، بزيادة اعتماد الموقعين على التقرير والحديث ويزيد فيهما السرد والشرح والتفسير، في حين بلغت نسبة اليوم السابع 66.9% لتفضيله الخبر.

- ويشير التحليل الإحصائي لبيانات الجدول السابق إلى وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين صفحات المواقع الإخبارية المصرية عينة الدراسة، من حيث الوظيفة الصحفية لمقاطع فيديو الحوادث المتعلقة بالشرح والتفسير، فقد بلغت قيمة  $\chi^2 = 99.271$  وهي دالة عند مستوى معنوية 0.000.

• وفي المرتبة الثانية: المشاركة المجتمعية والإنسانية بنسبة 62.9%، من خلال تعبير تغطية الحوادث عن آراء ومناشدة الجماهير، وبيان الأحكام الرادعة، وتحقيق القصص العادل (وهذا يتفق - إلى حد ما - مع نتائج دراسة Yu Xiang (2019).

التي أشارت إلى أن مضامين الاهتمامات الإنسانية لها تفضيل واضح في مقاطع الفيديو التي أنشأها مستخدمو المنصات الاجتماعية الصينية Kuwaiti & Xinhua<sup>(110)</sup>. وهو ما أكدته الأكواد الجديدة التي أقرها المجلس الأعلى لتنظيم الإعلام المصري، فيما يخص نشر الجرائم والحوادث، بحيث يكون النشر فرصة للتبصرة بعواقب ارتكاب الجرائم، وعدم إعطاء صورة بطولية للمتهمين<sup>(111)</sup>. وتصدر المصري اليوم بنسبة 74.2%، ثم الوطن 54.4%، وأخيراً اليوم السابع بنسبة 48.2%.

- ويشير التحليل الإحصائي لبيانات الجدول السابق إلى وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين صفحات المواقع الإخبارية المصرية عينة الدراسة، من حيث الوظيفة الصحفية لمقاطع فيديو الحوادث المتعلقة بالمشاركة المجتمعية والإنسانية، فقد بلغت قيمة  $2 = 52.075$  وهي دالة عند مستوى معنوية 0.000.

• أما المرتبة الثالثة فكانت لوظيفة الإخبار بنسبة 6.7%، وتصدرها اليوم السابع الذي يعتمد على الخبر الصحفي، بنسبة 30.9%، ثم المصري اليوم بنسبة 4.1%، وأخيراً الوطن بنسبة 3.9%، اللذان يعتمدان على التقرير والحديث الصحفي، بما يحقق زيادة الشرح والتفسير والتعبير عن آراء الجمهور وهمومهم وتوصيل أصواتهم.

- ويشير التحليل الإحصائي لبيانات الجدول السابق إلى وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين صفحات المواقع الإخبارية المصرية عينة الدراسة، من حيث الوظيفة الصحفية لمقاطع فيديو الحوادث المتعلقة بالأخبار، فقد بلغت قيمة  $2 = 123.674$  وهي دالة عند مستوى معنوية 0.000.

• وفي المرتبة الرابعة حلت وظيفة التوعية والتوجيه والإرشاد، بنسبة 3%، وانفرد بها موقعا اليوم السابع بنسبة 14.4%، والمصري اليوم بنسبة 1.2%، وهذا ما اهتمت به الأكواد الجديدة، التي أكدت أن الغرض الرئيس من نشر الجرائم مكافحتها والتحذير من خطرها<sup>(112)</sup>، وتوعت هذه الفيديوهات إلى: التوعية

بمخاطر السرعة الزائدة وغراماتها الجديدة، وكيفية التصرف أثناء الحريق بسبب ماس كهربائي، وحقنة هتلر القاتلة، والمخاطر الطبيعية.

- ويشير التحليل الإحصائي لبيانات الجدول السابق إلى وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين صفحات المواقع الإخبارية المصرية عينة الدراسة، من حيث الوظيفة الصحفية لمقاطع فيديو الحوادث المتعلقة بالتوعية والتوجيه والإرشاد، فقد بلغت قيمة  $\chi^2 = 71.735$  وهي دالة عند مستوى معنوية 0.000

• وأخيراً كانت التسلية والترفيه، التي لا تتناسب مع مضامين الحوادث والجرائم؛ بل تتناسب مع مضامين أخرى (وهذا يتفق - إلى حد ما - مع دراسة أميرة حسن سالم (2019)، التي أشارت إلى تصدر التسلية والترفيه دوافع استخدام الشباب الجامعي لصحافة الفيديو<sup>(113)</sup>، بنسبة 2.3%، وتصدرها اليوم السابع بنسبة 12.9%، وبنسبة 1.5% لكل من المصري اليوم والوطن. ويشير التحليل الإحصائي لبيانات الجدول السابق إلى وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين صفحات المواقع الإخبارية المصرية عينة الدراسة، من حيث الوظيفة الصحفية لمقاطع فيديو الحوادث المتعلقة بالتسلية والترفيه، فقد بلغت قيمة  $\chi^2 = 82.234$  وهي دالة عند مستوى معنوية 0.000

##### 5. اللغة المستخدمة:

##### جدول (7)

اللغة الصحفية المستخدمة بفيديوهات الحوادث في صفحات المواقع عينة الدراسة على فيس بوك

الترتيب	التوافق	sig	df	كا2	اللغة المستخدمة					
					الإجمالي	الوطن	اليوم السابع	المصري اليوم		
2	0.415	0.000	4	214.802 <sup>a</sup>	397 38.4%	77 18.9%	19 13.7%	301 61.7%	ك %	عامية
1					635 61.3%	329 80.6%	119 85.6%	187 38.3%	ك %	مبسطة
3					3 0.3%	2 0.5%	1 0.7%	-	ك %	فصحى
-					1035 100.0%	408 100%	139 100%	488 100%	ك %	الإجمالي

## تشير بيانات الجدول (7) إلى ما يلي:

- ارتفاع الاعتماد على اللغة الصحفية المبسطة في فيديوهات الحوادث بنسبة 61.3%، (وهذا يتفق - إلى حد ما - مع دراسات أحمد علوي (2020م)<sup>(114)</sup>، ووفاء جمال درويش (2021)<sup>(115)</sup>، وهالة بسيوني كتاكت (2022)<sup>(116)</sup>، اللاتي أشارتا إلى تصدر استخدام اللغة العربية المبسطة). وهي اللغة التي يعتمد عليها صحفيو ومراسلو المواقع عينة الدراسة، بجانب مقدم/ مقدمة النشرة، وتصدرها موقع اليوم السابع بنسبة 85.6%، يليه الوطن بنسبة 80.65%، وأخيراً المصري اليوم بنسبة 38.3%. أما العامية فقد بلغت نسبتها 38.4%، وتصدرها المصري اليوم بنسبة 61.7%، ثم الوطن بنسبة 18.9%، واليوم السابع بنسبة 13.7%، وهي اللغة التي يعتمد عليها أهالي الضحايا والمصابين وشهود العيان- المصدر الرئيس للمضمون- والصحفيون. في حين كانت اللغة الفصحى الأقل استخداماً بنسبة 0.3%، وجاءت في اليوم السابع بنسبة 0.7%، والمصري اليوم بنسبة 0.5%، وجاءت في نطق المستشار بهاء المري بحكم في قضية نيرة أشرة، بجانب مرافعة النيابة العامة في القضية ذاتها.
- ويشير التحليل الإحصائي لبيانات الجدول السابق إلى وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين صفحات المواقع الإخبارية المصرية عينة الدراسة، من حيث اللغة الصحفية المستخدمة بفديوهات الحوادث، فقد بلغت قيمة  $\chi^2 = 214.802$  وهي دالة عند مستوى معنوية 0.000.

## 6. مستوى التفاعلية:

## جدول (8)

مستوى التفاعلية مع فيديوهات الحوادث بصفحات المواقع عينة الدراسة على فيس بوك

الترتيب	التوافق	sig	df	Z	الإجمالي	الوطن	اليوم السابع	المصري اليوم	الموقع		مستوى التفاعلية	
									ك	%		
3	0.276	0.000	4	85.558 <sup>a</sup>	175 16.9%	62 15.2%	47 33.8%	66 13.5%	ك	%	أقل من 150 إعجاباً	ضعيف (الإعجاب)
2					265 25.6%	117 28.7%	57 41%	91 18.6%	ك	%	من 150 إلى أقل من 400 إعجاب	
1					595 57.5%	229 56.1%	35 25.2%	331 67.8%	ك	%	400 فأكثر	
-					1035 100%	408 100%	139 100%	488 100%	ك	%	الإجمالي	
1	0.182	0.000	6	35.483	818 79%	326 79.9%	128 92.1%	364 74.6%	ك	%	ضعيفة (أقل من 300 ألف مشاهدة)	ضعيف (المشاهدات)
2					124 12%	36 8.8%	6 4.3%	82 16.8%	ك	%	متوسطة (من 300 ألف إلى أقل من 750 ألف مشاهدة)	
3					62 6%	26 6.4%	5 3.6%	31 6.4%	ك	%	مرتفعة (من 750 ألف إلى أقل من مليون ونصف مشاهدة)	
4					31 3%	20 4.9%	-	11 2.3%	ك	%	رائج (مليون ونصف فأكثر)	
-					1035 100%	408 100%	139 100%	488 100%	ك	%	الإجمالي	
1	0.441	0.000	4	250.551	895 86.5%	337 82.6%	70 50.4%	488 100%	ك	%	لا يوجد	متوسط (المشاركة)
2					131 12.7%	63 15.4%	68 48.9%	-	ك	%	أقل من 10 مشاركات	
3					9 0.9%	8 2%	1 0.7%	-	ك	%	من 10 إلى أقل من 50 مشاركة	
-					1035 100%	408 100%	139 100%	488 100%	ك	%	الإجمالي	

الترتيب	التوافق	sig	df	كا	الإجمالي	الوطن	اليوم السابع	المصري اليوم	الموقع		مستوى التفاعلية	
									ك	%		
1	0.280	0.000	4	87.793 <sup>a</sup>	475	190	111	174	ك	أقل من 150 تعليقاً	مرتفع (التعليق)	
45.9%					46.6%	79.9%	35.7%	%				
3					205	74	16	115	ك	من 150 إلى أقل من 400 تعليق		%
19.8%					18.1%	11.5%	23.6%	%				
2					355	144	12	199	ك	400 فأكثر	%	
					34.3%	35.3%	8.6%	40.8%	%			
-					1035	408	139	488	ك	الإجمالي	%	
					100%	100%	100%	100%	%			
2	0.311	0.000	2	111.052	45	-	29	16	ك	عرض جميع التعليقات	ملاءمة التعليق	
4.3%						20.9%	3.3%	%				
1					990	408	110	472	ك	حجب بعض التعليقات		%
					95.7%	100%	79.1%	96.7%	%			
-					1035	408	139	488	ك	الإجمالي	%	
					100%	100%	100%	100%	%			

تشير بيانات الجدول (8) إلى ما يلي:

- **مستوى التفاعل الضعيف:** الذي يقوم فيه المستخدم بالتعرض أو بذل جهد وتفاعل أقل مع الفيديو ومحتواه، ويضم: الإعجاب والمشاهدة (وهذا يتفق - إلى حد ما- مع دراسة Monika Djerf-Pierre (2019)، التي أشارت إلى أن المشاهدات والإعجاب من مستويات التفاعلية المنخفضة)<sup>(117)</sup>، وأولاً: الإعجاب: الذي يشير إلى تفاعل المستخدم مع الحوادث التي تهمة، سواء لقربها المكاني والدولي، أو ما تثيره لديه من مشاعر إنسانية، أو فضول معرفي، وعقب التعرض قد يحظى هذا الفيديو ونوعية الحادثة بإعجاب المستخدم فيتفاعل بالضغط على "أعجبني"، وقد تصدر 400 إعجاب فأكثر بنسبة 75.5%، وحلَّ في المقدمة موقع المصري اليوم بنسبة 67.7%، ثم الوطن بنسبة 56.1%، وأخيراً اليوم السابع بنسبة 25.2%، أما 150 إلى أقل من 400 إعجاب فقد جاء في المرتبة الثانية بنسبة 25.6%، وتصدر اليوم السابع بنسبة 41%، يليه الوطن 28.7%، والمصري اليوم بنسبة 18.6%، وفي المرتبة الأخيرة حلَّ أقل من 150 إعجاباً، بنسبة 16.9%، وتصدرها اليوم السابع بنسبة 33.8%، ثم الوطن بنسبة 15.2%، وأخيراً المصري اليوم بنسبة 13.5%، ولعل السر في تراجع الإعجاب بمقاطع الفيديو التي تقدمها صفحة

اليوم السابع لاهتمامها بالحوادث الخارجية التي لا تحظى بالاهتمام نفسه بالحوادث الداخلية القريبة من المستخدم.

- ويشير التحليل الإحصائي لبيانات الجدول السابق إلى وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين صفحات المواقع الإخبارية المصرية عينة الدراسة، من حيث مستوى التفاعل الضعيف مع مقاطع فيديو الحوادث، المتعلق بالإعجاب، فقد بلغت قيمة  $K=85.558$  وهي دالة عند مستوى معنوية 0.000.

● ثانياً: المشاهدات: التي تعد من أقل وأضعف مستويات التفاعل؛ نظراً لأنها تكون بصورة تلقائية غير مقصودة، ولا تشير أعدادها إلى نتائج مضبوطة، لا سيما بعد إضافة تقنية التشغيل التلقائي الافتراضي لمقاطع الفيديو الأصلية على فيس بوك في ديسمبر 2013م<sup>(118)</sup>، وتصدرت المشاهدات الضعيفة (أقل من 300 ألف مشاهدة) بنسبة 79%، وتقدمها اليوم السابع بنسبة 92.1%، ثم الوطن 79.9%، والمصري اليوم بنسبة 74.6%، ويرجع تقدم المشاهدات الضعيفة إلى أن الباحث سجل المشاهدات الفعلية لمستخدمي صفحة الموقع، وليس إجمالي المشاهدات؛ إذ يظهر عدد جميع مشاهدات المقطع، سواء صفحة الموقع، أو صفحات إحدى الجهات، أو الصحفي، أو المستخدمين، وغير ذلك، ثم عدد المشاهدات على الصفحة الحالية؛ أي مستخدمي ومتابعي صفحات مواقع الدراسة، وهي مشاهدات قليلة إذا ما قورنت بجميع المشاهدات على مختلف الصفحات، وفي المرتبة الثانية حلت المشاهدات المتوسطة (من 300 ألف إلى أقل من 750 ألف مشاهدة) بنسبة 12%، وتصدرها المصري اليوم بنسبة 16.8%، يليه الوطن بنسبة 8.8%، وأخيراً اليوم السابع بنسبة 4.3%، أما المشاهدات المرتفعة (من 750 إلى أقل من مليون ونصف مشاهدة) بنسبة 6%، في موقع الوطن بنسبة 6.4%، والمصري اليوم بنسبة 3.6%، واتصلت - غالباً - بالقضايا المثارة إعلامياً: حادثة نيرة أشرف، والإعلامية شيماء جمال، كذلك انتحار شاب في بث مباشر، الذي حقق أكثر من مليون و400 ألف مشاهدة على صفحة المصري اليوم، وفي المرتبة الأخيرة المشاهدات الرائجة (مليون ونصف فأكثر) بنسبة 3%،



**والفيديو الرائج:** هو نوع من الفيديو أصبح منتشرًا ورائجًا من خلال المشاهدات والمشاركات على الإنترنت، ويحدث انتشار الفيديو الرائج عند نشر مقطع فيديو عبر الإنترنت، ويقرر أفراد الجمهور الذين يشاهدون الفيديو نسخ رابط الفيديو ومشاركته مع أشخاص آخرين- عادة الأصدقاء أو العائلة أو زملاء العمل - يمكن لهؤلاء الأشخاص بعد ذلك مشاركته مع أشخاص آخرين يعرفونهم، ومن ثم يمكن لهؤلاء الأشخاص نشره إلى أشخاص يعرفونهم، وهكذا...<sup>(119)</sup>. وانفرد بها موقعاً الوطن بنسبة 4.9%، وأشهرها: (الذي حقق 6 ملايين مشاهدة على صفحة الوطن، فيديو اللقاء مع والد 6 أطفال غرقوا في الأقصر، وفيديو الطيبية دينا المهدي التي توفت قبل فرحها)، والمصري اليوم بنسبة 2.3%، وأشهرها: (فيديو مقتل شاب دافع عن زوجته بعد أن قام شباب بسبها، وفيديو ضحايا كنيسة أبو سيفين بإمبابة).

- ويشير التحليل الإحصائي لبيانات الجدول السابق إلى وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين صفحات المواقع الإخبارية المصرية عينة الدراسة، من حيث مستوى التفاعل الضعيف مع مقاطع فيديو الحوادث، المتعلق بالمشاهدات، فقد بلغت قيمة  $2=35.483$  وهي دالة عند مستوى معنوية 0.000.

● مستوى التفاعل المتوسط (المشاركات): يتحقق من خلال متابعة المستخدم فيديو الحادثة، وإثارة اهتمامه، ومن ثم مشاركته على صفحته الشخصية أو إرساله لأصدقائه وغيرهم، مما يحقق له الانتشار والرواج، وتصنيف محتوى الفيديو - من فيس بوك والمتصفح - ضمن اهتمامات وتفضيلات المستخدم، وغلب على صفحات المواقع عينة الدراسة عدم اعتماد مستخدميها على المشاركات (لا توجد)، بنسبة 86.5%، وتصدرت المصري اليوم في عدم مشاركة مستخدمي صفحتها على فيس بوك فيديوهات الحوادث، بنسبة 100%، ثم الوطن بنسبة 82.6%، فالיום السابع بنسبة 50.4%، وهو أمر مترتب على السابق، فانخفاض المشاهدة يترتب عليه عدم وجود مشاركات، أما المشاركات التي قلت عن 10 مشاركات فجاءت في المرتبة الثانية بنسبة 12.7%، وجاءت في موقع اليوم السابع بنسبة 48.9%،

والوطن بنسبة 15.4%، في حين كانت المشاركات من 10 إلى أقل من 50 مشاركة الأقل بنسبة 0.9%، وجاءت في موقع الوطن بنسبة 2%، واليوم السابع بنسبة 0.7%.

- ويشير التحليل الإحصائي لبيانات الجدول السابق إلى وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين صفحات المواقع الإخبارية المصرية عينة الدراسة، من حيث مستوى التفاعل المتوسط مع مقاطع فيديو الحوادث، المتعلق بالمشاركات، فقد بلغت قيمة  $K=250.551=2$  وهي دالة عند مستوى معنوية 0.000.

● مستوى التفاعل المرتفع: الذي يكون من خلال تفاعل المستخدمين مع الفيديو بالتعليق أو الرد على تعليق مستخدم آخر- وغالباً ما يكون من الشباب (كما أشارت دراسة Michael Karlsson, Annika Bergström (2015) إلى أن الشباب الأكثر تعرضاً للتعليقات)<sup>(120)</sup>. وكان الدعاء للمتوفين، أو المطالبة بالقصاص، أو محاولة التهوين على أهالي الضحايا، وفي بعض الأحيان تعليقات سلبية وعدائية تحجبها إدارة الصفحة، أو إدارة فيس بوك نظراً لتضمينها ألفاظاً عدائية أو خادشة للحياء، غير أن ذلك ليس السمة العامة للتعليقات؛ فكثيراً ما تمدنا بمعلومات مهمة قد لا يعلمها مستخدمون آخرون أو الصحفي نفسه، مثال ذلك: تضمن أحد التعليقات على الوطن أن هذا الفيديو لحادثة قديمة منذ أكثر من أربع سنوات. وقد تصدرت التعليقات أقل من 150 تعليقا، بنسبة 45.9%، واحتل الصدارة موقع اليوم السابع بنسبة 79.9%، ثم الوطن بنسبة 46.6%، وأخيراً المصري اليوم بنسبة 35.7%، أما المرتبة الثانية فكانت للتعليقات 400 تعليق فأكثر بنسبة 34.3%، وتصدرها المصري اليوم بنسبة 40.8%، يليه الوطن بنسبة 35.3%، وأخيراً اليوم السابع بنسبة 8.6%، وكانت المرتبة الأخيرة للتعليقات من 150 إلى أقل من 400 تعليق، بنسبة 19.8، وتقدمها المصري اليوم بنسبة 23.6%، ثم الوطن بنسبة 18.1%، واليوم السابع بنسبة 11.5%. وتأخر ترتيب اليوم السابع يعد نتيجة طبيعية نظراً لأن مضامين الحوادث به- غالباً ما تكون حوادث غريبة وطريفة هدفها الرئيس التسلية وقضاء الوقت، وهي

وظائف لا تحفز المستخدم على مستويات مرتفعة من التفاعل، المتمثلة في التعليق وقراءة التعليقات الأخرى.

- ويشير التحليل الإحصائي لبيانات الجدول السابق إلى وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين صفحات المواقع الإخبارية المصرية عينة الدراسة، من حيث مستوى التفاعل المرتفع مع مقاطع فيديو الحوادث، المتعلق بالتعليقات، فقد بلغت قيمة كا<sup>2</sup> = 87.793 وهي دالة عند مستوى معنوية 0.000.

• الملاءمة والمراجعة: يتواكب مع المستويات المرتفعة من التفاعلية، المتمثلة في التعليقات، ضرورة إجراء إدارة الصفحة وفيس بوك مراجعة دورية للتعليقات، والتأكد من ملاءمتها وخلوها من التعليقات العنصرية، أو المسيئة، أو التي تتعارض مع قيم المجتمع وثوابته. وقد كانت طريقة حجب بعض التعليقات الغالبة بنسبة 95.7%، بحجب بعض التعليقات المصاحبة لجميع فيديوهات الحوادث بصفحة الوطن بنسبة 100%، ثم المصري اليوم بنسبة 96.7%، وأخيراً اليوم السابع بنسبة 79.1%، أما عرض جميع التعليقات فكانت نسبته 4.3%، وكانت في موقع اليوم السابع بنسبة 20.9%، والمصري اليوم بنسبة 3.3%.

- ويشير التحليل الإحصائي لبيانات الجدول السابق إلى وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين صفحات المواقع الإخبارية المصرية عينة الدراسة، من حيث مستوى التفاعل المرتفع مع مقاطع فيديو الحوادث، المتعلق بمراجعة التعليقات، فقد بلغت قيمة كا<sup>2</sup> = 111.052 وهي دالة عند مستوى معنوية 0.000.

## 7. مستوى المصدقية وفقاً لمؤشراتها:

## جدول (9)

مستوى مصداقية فيديوهات الحوادث بصفحات المواقع عينة الدراسة على فيس بوك

الترتيب	التوافق	sig	df	نكا	الإجمالي	الوطن	اليوم السابع	المصري اليوم	الموقع	
									مستوى مصداقية الفيديو	ك
3	0.238	0.000	4	62.324	103 10%	67 16.4%	11 7.9%	25 5.1%	ك	ضعيفة (3 مؤشرات فأقل)
1					696 67.2%	248 60.8%	74 53.2%	374 76.6%	ك	متوسطة (4 إلى 6 مؤشرات)
2					236 22.8%	93 22.8%	54 38.8%	89 18.2%	ك	مرتفعة (7 مؤشرات فأكثر)
-					1035 100%	408 100%	139 100%	488 100%	ك	الإجمالي

تشير بيانات الجدول (9) إلى ما يلي:

- تصدر المصدقية المتوسطة (4 إلى 6 مؤشرات) بنسبة 67.2%، (وهذا يتفق- إلى حد ما- مع دراسة سماح الشهاوي (2018)، التي أشارت إلى تصدر المصدقية المتوسطة في تقييم الصحفيين لمعلومات مواقع التواصل الاجتماعي<sup>(121)</sup>، ويختلف- إلى حد ما- مع دراسة نها عبد المقصود (2022)، التي أشارت إلى تصدر مستوى المصدقية العالي لمعلومات مواقع التواصل الاجتماعي<sup>(122)</sup>. وتقدمتها المصري اليوم بنسبة 76.6%، ثم الوطن بنسبة 60.8%، وأخيراً اليوم السابع بنسبة 53.2%.
- وفي المرتبة الثانية حلت المصدقية المرتفعة (7 مؤشرات فأكثر)، وتصدرها اليوم السابع بنسبة 38.8%، يليه الوطن بنسبة 22.8%، وأخيراً المصري اليوم بنسبة 18.2%، في حين كانت المصدقية الضعيفة (3 مؤشرات فأقل)، التي بلغت نسبتها 10%، الأقل بالمواقع عينة الدراسة، وتصدرها الوطن بنسبة 16.4%، ثم اليوم السابع بنسبة 7.9%، وأخيراً المصري اليوم بنسبة 5.1% (وهذا يتفق- إلى حد

ما- مع دراسة وليد النجار وعبد الخالق زقزوق (2017)، التي أكدت تصدر الدرجة المتوسطة، ثم العالية، وأخيراً المنخفضة<sup>(123)</sup>.

• ومن خلال العرض السابق، يتضح حرص المواقع-عينة الدراسة- على توفير أعلى درجات المصدقية بمقاطع الفيديو المقدمة على صفحتها بفييس بوك؛ إلا أن موقعي اليوم السابع والمصري اليوم كانا أشد حرصاً من الوطن في تحقيق أكبر عدد من المؤشرات التي تضمن تحقيق المصدقة، وهي - بترتيب المؤشرات تبعاً لتكرار تحققها: (\*التعبير عن اهتمامات الجماهير ومصالحهم،\* ثم جودة الصوت والصورة وتطابقهما،\* ثم الثقة في المصدر،\* ثم دقة المعلومات وتوثيقها،\* ثم اللقطات الحية والمباشرة من موقع الحدث،\* ثم الاعتماد على آراء الخبراء والمتخصصين،\* ثم التدعيم بالأدلة والشواهد والمستندات،\* ثم عدم الخلط بين المادة والرأي،\* أخيراً عرض كلا الطرفين).

• ويعد تصدر التعبير عن الاهتمام الجماهير نتيجة منطقية؛ لارتباط الحوادث بالجوانب الإنسانية، التي يمتد تأثيرها ليشمل شريحة كبيرة من المجتمع، وخير مثال على ذلك قضية نيرة أشرف، في حين تأخر مؤشر عدم الخلط بين المادة والرأي، لمجاراة المراسل أهل الضحايا - المصدر الرئيس للمضمون- في إطلاق الألقاب (عروس الجنة- شهيد لقمة العيش- المغدور به - وجوب القصاص)، وغير ذلك من جمل وألقاب، توضح عدم حيادية المراسل، ويؤكد عدم هذه الحيادية عدم عرض رأي الطرف الآخر (الجاني وأهله).

- ويشير التحليل الإحصائي لبيانات الجدول السابق إلى وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين صفحات المواقع الإخبارية المصرية عينة الدراسة، من حيث مستوى مصداقية فيديوهات الحوادث، فقد بلغت قيمة  $K=2=62.324$  وهي دالة عند مستوى معنوية 0.000.

## 8. المعايير المهنية والأخلاقية للفيديو:

جدول (10) المعايير المهنية والأخلاقية لفيديوهات الحوادث بصفحات المواقع عينة

الدراسة على فيس بوك

الترتيب	التوافق	sig	df	كا	الإجمالي	الوطن	اليوم السابع	المصري اليوم	الموقع	
									المعايير المهنية والأخلاقية للفيديو	
5	0.229	0.000	2	57.257	330 31.9%	112 27.5%	83 59.7%	135 27.7%	ك %	عدم عرض صور أو ذكر أسماء الضحايا والمتهمين
3	0.159	0.000	2	26.856a	633 61.2%	273 66.9%	101 72.7%	259 53.1%	ك %	عدم إطلاق الألقاب (المجرم- السفاح)، والتعميمات والأحكام المضللة
1	0.292	0.000	2	96.475a	1005 97.1%	407 99.8%	117 84.2%	481 98.6%	ك %	المضمون واضح لا يحتاج إلى تفسير ومدعم بالمواد البصرية والنسبية الأدلة المنطقية
2	0.167	0.000	2	29.746a	806 77.9%	352 86.3%	107 77%	347 71.1%	ك %	خال من الصور والرسوم والمشهد الخادشة للحياء والصادمة (الجنث- الأشلاء- نعوش... الخ)
4	0.296	0.000	2	99.127	356 34.4%	188 46.1%	75 54 %	93 19.1%	ك %	احترام عادات وتقاليده المجتمع الذي تبت فيه هذه الفيديوهات
6	0.218	0.000	2	51.466	239 23.1%	92 22.5%	64 46 %	83 17 %	ك %	تحترم المقاطع الحياة الخاصة للأفراد الذين يدور حولهم الحدث وذويهم
7	0.157	0.000	2	26.255	154 14.9%	69 16.9%	37 26.6%	48 9.8%	ك %	عدم بث مشاعر والقلق بين الجمهور
N=1035									الإجمالي	

تشير بيانات الجدول (10) إلى ما يلي:

- تصدر معيار "وضوح المضمون وعدم حاجته إلى تفسير ومدعم بالمواد البصرية والنسبية الأدلة المنطقية" بنسبة 97.1%، الذي حلَّ في مقدمته الوطن بنسبة 99.8%، ثم المصري اليوم بنسبة 98.6%، وأخيراً اليوم السابع بنسبة 84.2%، ويرجع السبب إلى تصدر وضوح المضمون وتدعيمه بالمواد البصرية إلى اعتماد المواقع عينة الدراسة على المواد الفيلمية التي ينتجها الموقع وتتضمن صوراً ومقاطع فيديو وملفات صوت- أحياناً- بجانب الصور الضوئية للوثائق والمستندات.

ويشير التحليل الإحصائي لبيانات الجدول السابق إلى وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين صفحات المواقع الإخبارية المصرية عينة الدراسة، من حيث المعايير المهنية والأخلاقية لمقاطع فيديو الحوادث المتعلقة بوضوح المضمون وتدعيمه بالمواد البصرية، فقد بلغت قيمة  $\chi^2 = 57.257$  وهي دالة عند مستوى معنوية 0.000.

• وفي المرتبة الثانية جاء معيار "خال من الصور والرسوم والمشاهد الخادشة للحياء والصادمة (الجث- الأشلاء - نعوش-... إلخ" بنسبة 77.9%، وتصدرها الوطن بنسبة 86.3%، يليه اليوم السابع بنسبة 77%، وأخيراً المصري اليوم بنسبة 71.1%؛ إذ كانت النعوش، وأهالي الضحايا أثناء الجنازات، وصور السيارات والأتوبيسات المحطمة، وتصوير موقع الحادث ومصايف، وصور آثار العمليات الجراحية والاعتداءات، ممثلة لهذا المعيار. ويشير التحليل الإحصائي لبيانات الجدول السابق إلى وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين صفحات المواقع الإخبارية المصرية عينة الدراسة، من حيث المعايير المهنية والأخلاقية لمقاطع فيديو الحوادث المتعلقة بالصور والمشاهد الخادشة، فقد بلغت قيمة  $\chi^2 = 29.746$  وهي دالة عند مستوى معنوية 0.000.

• أما المرتبة الثالثة فكانت لمعيار "عدم إطلاق الألقاب (المجرم- السفاح)، والتعميمات والأحكام المضللة"، بنسبة 61.2%، وتقدمها اليوم السابع بنسبة 72.7%، ثم الوطن بنسبة 66.9%، والمصري اليوم بنسبة 53.1% الذي كان من عادة مراسله إطلاق الألقاب "المجرم محمد عادل قاتل نيرة"، وغيرها. ويشير التحليل الإحصائي لبيانات الجدول السابق إلى وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين صفحات المواقع الإخبارية المصرية عينة الدراسة، من حيث المعايير المهنية والأخلاقية لمقاطع فيديو الحوادث المتعلقة بإطلاق الألقاب والتعميمات، فقد بلغت قيمة  $\chi^2 = 26.856$  وهي دالة عند مستوى معنوية 0.000.

• المرتبة الرابعة: معيار "احترام عادات وتقاليد المجتمع الذي تبث فيه هذه الفيديوهات"، بنسبة 34.4%، وتصدرها اليوم السابع بنسبة 54%، يليه الوطن بنسبة 46.1%، وأخيراً المصري اليوم بنسبة 19.1%، وهي معايير متوفرة بجميع

مواقع الدراسة بدرجات كما هو واضح، فعدم احترام الجنائز والحياة الخاصة لأهالي الضحايا، وتصوير الشواطئ والمصطافين دون إذنههم أبرز العادات والتقاليد التي لم تراعى في تغطية هذه الحوادث، وإن لم تكن سمة عامة. ويشير التحليل الإحصائي لبيانات الجدول السابق إلى وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين صفحات المواقع الإخبارية المصرية عينة الدراسة، من حيث المعايير المهنية والأخلاقية لمقاطع فيديو الحوادث المتعلقة باحترام عادات وتقاليد المجتمع، فقد بلغت قيمة  $K=2=99.127$  وهي دالة عند مستوى معنوية 0.000.

- في حين كانت المرتبة الخامسة لمعيار "عدم عرض صور أو ذكر أسماء الضحايا والمتهمين" بنسبة 31.9%، وتقدمه اليوم السابع، الذي كان الأكثر حرصاً على عدم ذكر أسماء الضحايا والمتهمين أو عرض صورهم بنسبة 59.7%، ثم المصري اليوم بنسبة 27.7%، والوطن 27.5%، غير أن الغالب تضمن اسم الضحية عنوان المقطع؛ كعنصر جذب للمستخدمين، بجانب صور الضحية والجاني دون إخفاء الوجه أو جزء منه (تمويه)، وهو إجراء امتاز به موقع الوطن عن بقية مواقع الدراسة. ويشير التحليل الإحصائي لبيانات الجدول السابق إلى وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين صفحات المواقع الإخبارية المصرية عينة الدراسة، من حيث المعايير المهنية والأخلاقية لمقاطع فيديو الحوادث المتعلقة بعدم عرض صور وأسماء الضحايا والمتهمين، فقد بلغت قيمة  $K=2=57.257$  وهي دالة عند مستوى معنوية 0.000.
- أما المرتبة السادسة فكانت لمعيار "تحتزم المقاطع الحياة الخاصة للأفراد الذين يدور حولهم الحدث وذويهم" بنسبة 23.1%، وتصدر اليوم السابع بنسبة 46%، ثم الوطن بنسبة 22.5%، والمصري اليوم بنسبة 17%، وهذا ما أكدته الأكواد التي اعتمدها المجلس الأعلى لتنظيم الإعلام، باحترام حرية الحياة الخاصة والخصوصية، خاصة للمشاهير والفنانين والشخصيات العامة، وحظر نشر صور أو أسماء أقارب المشتبه فيهم أو المتهمين وذويهم<sup>(124)</sup>. وكذلك الحد من نشر الحوادث اليومية، وإعادة نشرها على الموقع الأصلي ثم صفحات المواقع التواصل (فيس بوك- يوتيوب- تويتر) الخاصة بالموقع؛ نظراً لحالة القلق والخوف الجمعي الذي صاحب



قضية نيرة<sup>(125)</sup>. ويشير التحليل الإحصائي لبيانات الجدول السابق إلى وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين صفحات المواقع الإخبارية المصرية عينة الدراسة، من حيث المعايير المهنية والأخلاقية لمقاطع فيديو الحوادث المتعلقة باحترام الحياة الخاصة، فقد بلغت قيمة  $t = 51.466$  وهي دالة عند مستوى معنوية 0.000.

- وأخيراً جاء معيار "عدم بث مشاعر الخوف والقلق بين الجمهور" بنسبة 14.9%، وتقدمه موقع اليوم السابع بنسبة 26.6%، يليه الوطن بنسبة 16.9%، وأخيراً المصري اليوم بنسبة 9.8%، وهو معيار يرتبط ضمناً بمحتوى فيديوهات الحوادث وما تقدمه من جرائم قتل وسرقة ونصب وكوارث طبيعية ووقوع ضحايا وقتلى؛ إلا أن ذلك لا ينفي ضرورة تحري المواقع عدم التهويل والتضخيم لزيادة عدد المتابعين وتحقيق الرواج والانتشار (ترتد). ويشير التحليل الإحصائي لبيانات الجدول السابق إلى وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين صفحات المواقع الإخبارية المصرية عينة الدراسة، من حيث المعايير المهنية والأخلاقية لمقاطع فيديو الحوادث المتعلقة بعدم بث مشاعر الخوف والقلق بين الجمهور، فقد بلغت قيمة  $t = 26.255$  وهي دالة عند مستوى معنوية 0.000.

## 9. الجوانب الفنية والتقنية للفيديو:

جدول (11) الجوانب الفنية والتقنية لفيديو الحوادث (نوعه، وطوله، ومكوناته) بصفحات

المواقع عينة الدراسة على فيس بوك

الترتيب	التوافق	sig	df	n	الموقع				الجوانب الفنية والتقنية للفيديو		
					المصري اليوم	اليوم السابع	الوطن	الإجمالي	نوع الفيديو	طول الفيديو	
4	0.515	0.000	10	373.298 <sup>a</sup>	35	13	9	57	ك	تسجيلي	نوع الفيديو
					7.2%	9.4%	2.2%	5.5%	%		
2					13	25	101	ك	شرائح متحركة		
					2.7%	18 %	24.8%	13.4%	%		
1					413	29	270	ك	وصفي		
					84.6%	20.9%	66.2%	68.8%	%		
5					4	7	-	ك	درامي		
	0.8%	5 %	-	1.1%	%						
3	23	65	27	ك	نشرة أخبار						
	4.7%	46.8%	6.6%	11.2%	%						
-	488	139	408	ك	الإجمالي						
	100%	100 %	100%	1035	%						
2	0.340	0.000	4	135.141 <sup>a</sup>	122	103	166	391	ك	قصير (دقيقة إلى أقل من 7 دقائق)	طول الفيديو
					25.0%	74.1%	40.7%	37.8%	%		
3					80	18	90	ك	متوسط (من 7 إلى أقل من 10 دقائق)		
					16.4%	12.9%	22.1%	18.2%	%		
1	286	18	152	ك	طويل (من 10 دقائق فأكثر)						
	58.6%	12.9%	37.3%	44.1%	%						
-	488	139	408	ك	الإجمالي						
	100%	100%	100%	1035	%						
1	0.459	0.000	10	276.879 <sup>a</sup>	449	51	304	804	ك	فيديو فقط	مكونات الفيديو (عناصره البنائية المصاحبة)
					92.0%	36.7%	74.5%	77.7%	%		
6					-	3	1	ك	الفيديو ومعه صور فقط		
					0%	2.2%	0.2%	0.4%	%		
4					9	3	1	ك	الفيديو يصاحبه نص		
					1.8%	2.2%	0.2%	1.3%	%		
3					2	17	-	ك	نصوص وصور فقط		
	0.4%	12.2%	-	1.8%	%						
2	27	65	95	ك	فيديو ونص وصور أو رسومات						
	5.5%	46.8%	23.3%	18.1%	%						
5	1	-	7	ك	فيديو وملفات صوت وصور						
	0.2%	-	1.7%	0.8%	%						
-	488	139	408	ك	الإجمالي						
	100%	100 %	100%	1035	%						

تشير بيانات الجدول (11) إلى ما يلي:

• أولاً: نوع الفيديو: تنوعت مقاطع الفيديو التي تغطي الحوادث بصفحات الصحف محل الدراسة إلى: فيديو وصفي، بنسبة 68.8%، يتضمن وصف للحادثة وسرد ملابسها والأشخاص المرتبطين بها، ويقدم هذا الوصف أحد الضحايا أو ذويهم أو صحفي أو مراسل الموقع، يرسم صورة كاملة في ذهن المتلقي، ومحاولة الإجابة عن جميع الأسئلة التي تشغله (ويختلف ذلك - إلى حد ما- مع دراسة غادة عبد التواب اليماني (2015)، التي أشارت إلى تصدر نمط الفيديو التسجيلي)<sup>(126)</sup>. وتصدر المصري اليوم بنسبة 84.6%، يليه الوطن بنسبة 66.2%، وأخيراً اليوم السابع بنسبة 20.9%. وفي المرتبة الثانية: فيديو الشرائح المتحركة بنسبة 13.4%، التي تشير إلى المواد الفيلمية التي ينتجها الموقع، وترتبط بشخصيته الإخراجية من خلال اللون المميز له، وكذا الشعار أو لوجو الموقع المصاحب للمقطع، وتتوغل مكوناته من صور ورسوم ومقاطع فيديو وملفات صوت، وغالباً ما تصاحبه موسيقى من البداية للنهاية، أو في أجزاء محددة، وذلك باستخدام برامج إنتاج الويب، مثل Flash الذي يوفر طرقاً جديدة لإضافة الحركة والصوت إلى الصور عبر الإنترنت<sup>(127)</sup>. وهي وسيلة تبرز الإمكانيات البشرية والتكنولوجية للموقع، وتجذب شريحة جديدة من المستخدمين، من خلال إنتاج مواد إخبارية أصلية مسموعة مرئية خاصة للعرض على فيس بوك، الذي أعطى بداية من يونيو 2014م الأولوية للفيديوهات الأصلية التي تُصمم وتُحمل مباشرة على فيس بوك<sup>(128)</sup>. وجاء موقع الوطن في المقدمة بنسبة 24.8%، يليه اليوم السابع بنسبة 18%، والمصري اليوم بنسبة 2.7%. وفي المرتبة الثالثة: نشرة الأخبار بنسبة 11.2%، وتصدرها اليوم السابع بنسبة 46.8%، وبفارق واضح عن الوطن الذي جاء بنسبة 6.6%، والمصري اليوم بنسبة 4.7%، فقد اهتم اليوم السابع بنشرة اليوم السابع" وأعد لها مكاناً مجهزاً، واستعان بصحفيين من الموقع لديهم مهارة لغوية - إلى حد ما- وحضور وحسن إلقاء، كما تغير تصميم النشرة والعناصر المصاحبة لها أكثر من مرة خلال مدة الدراسة، عكس المصري اليوم الذي كانت نشرته يقدمها رئيس قسم الحوادث أو مدير التحرير ورئيس قسم

الحوادث سابقاً (أ. يسري البدرى)، أو إحدى الصحفيات التي لم تكن لديها المهارة الكافية، مما نتج عنه التلثم وتداخل الكلمات أثناء تقديمها للنشرة التي كانت تذاع مباشرة؛ نظراً لأنها تقرأ من ورق في يدها وهي واقفة، دون مكان مخصص أو أي معالجات أو مونتاج؛ بل كأي بث مباشر لأي شخص، ولم يختلف الحال في موقع الوطن، فكانت النشرة عبارة عن بث مباشر لأحد الصحفيين - رئيس قسم الحوادث (أ. طارق صبري) - يقف بجوار شاشة تلفزيونية مثبت عليها صورة الحادثة التي يتحدث عنها. وفي المرتبة الرابعة: الفيديو التسجيلي بنسبة 5.5%، وتقدمها اليوم السابع بنسبة 9.45، ثم المصري اليوم بنسبة 7.2%، وأخيراً الوطن بنسبة 2.2%. وأخيراً: الفيديو الدرامي بنسبة 1.1%، وجاء في موقعي اليوم السابع بنسبة 5%، والمصري اليوم بنسبة 0.8%، ويشير إلى الفيديوهات التي ترصد حوادث قديمة وإنتاج فيديو يرصدها ويقدمها في شكل قصة خبرية درامية، مثل: المرأة والساطور، وريا وسكينة.

- ويشير التحليل الإحصائي لبيانات الجدول السابق إلى وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين صفحات المواقع الإخبارية المصرية عينة الدراسة، من حيث الجوانب الفنية والتقنية للفيديو لمقاطع فيديو الحوادث المتعلقة بنوعه، فقد بلغت قيمة  $K=2=373.298$  وهي دالة عند مستوى معنوية 0.000.

● **ثانياً: طول الفيديو:** وهو زمن الفيديو بالدقيقة، ويتنوع إلى: طويل (من 10 دقائق فأكثر)، وهو المتصدر بنسبة 44.1% (وهذا يتفق - إلى حد ما - مع دراسة Peter S. Chen, Nicholas (2015)، التي أكدت تفضيل الفيديوهات الطويلة عالية الجودة على غيرها)<sup>(129)</sup>، ويختلف - إلى حد ما - مع دراسة Sara Pérez (2021)، التي أكدت تصدر الفيديوهات "متوسطة الطول" التي لا تزيد عن خمس دقائق بالمواقع الإسبانية)<sup>(130)</sup>. وتصدره المصري اليوم بنسبة 58.6%، يليه الوطن بنسبة 37.3%، وأخيراً اليوم السابع بنسبة 12.9%. ثم قصير (دقيقة إلى أقل من 7 دقائق) بنسبة 37.8%، تقدمها اليوم السابع بنسبة 74.1%، ثم الوطن بنسبة 40.7%، والمصري اليوم 25%.

وأخيراً: متوسط (من 7 إلى أقل من 10 دقائق) بنسبة 18.2%، وجاء في الصدارة موقع الوطن بنسبة 22.1%، يليه المصري اليوم بنسبة 16.4%، وأخيراً اليوم السابع بنسبة 12.9%. ويرجع تصدر مقاطع فيديو الطويلة التي تزيد عن 10 دقائق، خاصة بموقعي المصري اليوم والوطن، إلى تغطية جلسات المحاكم التي تمتد أكثر من 10 دقائق، وتشجيع الجنازات، والمقابلات مع أهالي الضحايا، والمحامين، في حين تصدر اليوم السابع في توظيف الفيديوهات القصيرة (أقل من 3 دقائق)، التي تتناسب مع الحوادث الخارجية، والشرائح المتحركة التي اعتمد عليها الموقع.

- ويشير التحليل الإحصائي لبيانات الجدول السابق إلى وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين صفحات المواقع الإخبارية المصرية عينة الدراسة، من حيث الجوانب الفنية والتقنية للفيديو لمقاطع فيديو الحوادث المتعلقة بطولها، فقد بلغت قيمة  $K=135.141$  وهي دالة عند مستوى معنوية 0.000.

• ثالثاً: مكونات الفيديو: وهي العناصر البنائية المصاحبة التي يتكون منها مقطع الفيديو، وتتنوع إلى: فيديو فقط بنسبة 77.7%، (ويختلف ذلك - إلى حد ما- مع دراسة هالة كتاكت (2022)، التي أكدت تفضيل الباحثين للفيديو الذي يصاحبه نص<sup>(131)</sup>). وتصدره المصري اليوم بنسبة 92%، ثم الوطن بنسبة 74.5%، وكان اليوم السابع الأقل بنسبة 36.7%؛ لاعتماده على المواد المنتجة في الموقع، وفي المرتبة الثانية حلّ فيديو ونص وصور أو رسومات بنسبة 18.1%، وتصدرها اليوم السابع الذي يعتمد على المواد الفيلمية المنتجة، ونشرات الأخبار التي يتم تصويرها ومونتاجها وتدعم بالعناصر التكميلية الأخرى، وذلك بنسبة 46.8%، يليه الوطن بنسبة 23.3%، والمصري اليوم بنسبة 5.5%. وفي المرتبة الثالثة فيديو يتضمن نصوصاً وصوراً فقط بنسبة 1.8%، وجاءت في موقع اليوم السابع بنسبة 12.2%، والمصري اليوم بنسبة 0.4%، وهو شكل مكمل للسابق. وفي المرتبة الرابعة: فيديو يصاحبه نص بنسبة 1.3%، وتصدره اليوم السابع بنسبة 2.2%، يليه المصري اليوم بنسبة 1.8%، وأخيراً الوطن بنسبة

0.2%. أما المرتبة الخامسة فكانت لفيديو وملفات صوت وصور بنسبة 0.8%، وجاءت في الوطن بنسبة 1.7%، والمصري اليوم بنسبة 0.2%، وتمثل في فيديو لمكالمة تليفونية لخال المتهم بقتل نيرة أشرف. وأخيراً: فيديو ومعه صور فقط بنسبة 0.4%، وجاء في موقع اليوم السابع بنسبة 2.2%، والوطن بنسبة 0.2%. ويرجع تفوق اليوم السابع في إنتاج الفيديوهات والمواد الفيلمية لإنشاء قسم خاص للملتيديا، يوفر الفيديوهات والملفات التفاعلية ورسوم الإنفوجرافيك لأقسام التواصل الاجتماعي المتعددة بالموقع (قسم فيس بوك- قسم يوتيوب- قسم تويتر)<sup>(132)</sup>.

- ويشير التحليل الإحصائي لبيانات الجدول السابق إلى وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين صفحات المواقع الإخبارية المصرية عينة الدراسة، من حيث الجوانب الفنية والتقنية للفيديو لمقاطع فيديوهات الحوادث المتعلقة بمكوناتها (عناصرها البنائية)، فقد بلغت قيمة  $K=276.879$  وهي دالة عند مستوى معنوية 0.000.

جدول (12) الجوانب الفنية والتقنية للفيديو الحوادث بصفحات المواقع عينة الدراسة

على فيس بوك

الترتيب	التوافق	sig	df	كا	الإجمالي	الوطن	اليوم السابع	المصري اليوم	الموقع		
									الجوانب الفنية والتقنية للفيديو	مستوى الفيديو	مستوى الفيديو
1	0.429	0.000	2	233.012 <sup>a</sup>	760 73.4%	266 65.2%	43 30.9%	451 92.4%	ك %	تقليدي	مستوى الفيديو
2					275 26.6%	142 34.8%	96 69.1%	37 7.6%	ك %	احترافي	
-					1035 100%	408 100%	139 100%	488 100%	ك %	الإجمالي	
2	0.532	0.000	6	408.024 <sup>a</sup>	122 11.8%	86 21.1%	23 16.5%	13 2.7%	ك %	موسيقى من البداية إلى النهاية	الأصوات المصاحبة
4					83 8%	15 3.7%	61 43.9%	7 1.4%	ك %	موسيقى في لحظات محددة	
1					714 69%	241 59.1%	40 28.8%	433 88.7%	ك %	ضوضاء	
3					116 11.2%	66 16.2%	15 10.8%	35 7.2%	ك %	لا توجد	
-					1035 100%	408 100%	139 100%	488 100%	ك %	الإجمالي	
1	0.413	0.000	2	212.551 <sup>a</sup>	771 74.5%	306 75%	37 26.6%	428 87.7%	ك %	غير متوفر	توزيع الفيديو
2					264 25.5%	102 25%	102 73.4%	60 12.3%	ك %	متوفر	
-					1035 100%	408 100%	139 100%	488 100%	ك %	الإجمالي	
1	0.412	0.000	2	211.436 <sup>a</sup>	799 77.2%	303 74.3%	47 33.8%	449 92%	ك %	غير متوفرة	استخدام المؤثرات المرئية
2					236 22.8%	105 25.7%	92 66.2%	39 8%	ك %	متوفرة	
-					1035 100%	408 100%	139 100%	488 100%	ك %	الإجمالي	

تشير بيانات الجدول (12) إلى ما يلي:

- أولاً: مستوى الفيديو: تشير إلى الجوانب الفنية والتقنية التي ترتبط بمراحل إنتاج الفيديو، والأطراف والأدوات المشتركة في هذه العملية، وقد تصدر الفيديو

التقليدي العادي، متوسط الجودة، الذي ينتجه بواسطة معدات غير احترافية، مثل الهواتف المحمولة، غير أنها الأكثر استخداماً في إنتاج الفيديو (وهذا يتفق - إلى حد ما- مع دراسة Najat ALSaied & Fokiya Akhtar (2021)، التي أشارت إلى أن الهواتف المحمولة كانت الأكثر ملاءمة وإفادة في تصوير مقاطع الفيديو أكثر من الكاميرات)<sup>(133)</sup>، وبلغت نسبته 73.4%، وتصدره المصري اليوم الذي يعتمد على الفيديوهات المُرسلة من المراسلين، التي تُصور ثم تعرض دون مونتاج، وذلك بنسبة 92.4%. ثم الوطن بنسبة 65.2%، وأخيراً اليوم السابع بنسبة 30.9%. أما الفيديو الاحترافي فبلغت نسبته 26.6%، وتصدره اليوم السابع؛ نظراً لاهتمامه بتقديم النشرات الإخبارية التي تُصور وتُعالج وتُضاف إليها المؤثرات المرئية، بأدوات احترافية، بجانب زيادة المواد الفيلمية التي ينتجها الموقع، وذلك بنسبة 69.1%، ثم الوطن بنسبة 34.8%، وأخيراً المصري اليوم بنسبة 7.6%. ويعد تصدر المستوى التقليدي في إنتاج مقاطع فيديو الحوادث نتيجة منطقية؛ نظراً لاعتماد مواقع عينة الدراسة - بنسب متفاوتة- على الهواتف المحمولة في تصوير الفيديوهات وإرسالها إلى الموقع، الذي يعرضها على صفحته على فيس بك دون أي مونتاج - غالباً- كما يصاحبه "مايك" (قليل)، أو سماعة أذن؛ أداة للالتقاط وتحسين الصوت، ولم تُستخدم "الكاميرات الاحترافية" إلا في تصوير النشرات الإخبارية خاصة بموقعي اليوم السابع والوطن، أيضاً استُخدمت في تصوير بعض الجلسات المهمة، منها: أولى جلسات قضية نيرة أشرف، ومرافعة النيابة والنطق بالحكم، كذلك قضية الريف الأوربي، والإعلامية شيماء جمال، وغيرها، التي يصاحبها "مايك" وحامل ثلاثي لمنع الاهتزازات، وإضافة شعار (لوجو) الموقع على المقاطع الاحترافية بعد تعديل الإضاءة والمونتاج، وغالباً ما يقدمها مراسلون أو صحفيون ذكور، وهم الغالبية (وهذا يتفق - إلى حد ما- مع دراسة David H. Weaver, Lars Willnat (2019)، التي أكدت أن مهنة الصحافة لا تزال مهنة يسيطر عليها الذكور، ويقل بها الإناث بنسبة 37.5%<sup>(134)</sup>)، وهي نفسها نسبة الصحفيات



تقريباً بالمملكة العربية السعودية 36.4%، وهو ما أكده Ahmed Deen (2019)<sup>(135)</sup>، خاصة في تغطية الشئون الرياضية<sup>(136)</sup>، إلا في بعض الحالات القليلة (وهذا ما أكدته - إلى حد ما- دراسة Chang-de Liu (2004)، بزيادة عدد الصحف اللاتي يعملن بغرف التحرير في الصحف التايوانية إلى 50%<sup>(137)</sup>، بحيث يُعلّقُ المراسل على المقاطع التقليدية دون الظهور، وهي السمة الغالبة في موقعي المصري اليوم والوطن، وخالفهما اليوم السابع الذي اعتمد على إناث للتعليق والظهور (ويختلف ذلك - إلى حد ما- مع دراسة Mary Angela Bock (2016)، التي أشارت إلى قلّة مقاطع الفيديو التي يقدمها ويظهر بها صحفيون، عكس مقاطع القنوات التلفزيونية)<sup>(138)</sup>؛ نظراً لاعتماد اليوم السابع على نشرات الأخبار التي تقدمها مذيعه من الموقع، بأدوات احترافية كفلت لفيدوهات الحوادث المعروضة بصفحة اليوم درجة جودة عالية (720 إلى 1080 بيكسل)، في حين كانت الجودة الغالبة على فيدوهات موقعي المصري اليوم والوطن متوسطة (480 إلى 640 بيكسل)؛ نظراً لاعتمادهما على الهواتف الذكية التي تطورت كاميراتها وزادت دقتها.

- ويشير التحليل الإحصائي لبيانات الجدول السابق إلى وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين صفحات المواقع الإخبارية المصرية عينة الدراسة، من حيث الجوانب الفنية والتقنية للفيديو لمقاطع فيديو الحوادث المتعلقة مستواها، فقد بلغت قيمة  $K=233.012$  وهي دالة عند مستوى معنوية 0.000.

• ثانياً: الأصوات المصاحبة لمقاطع الفيديو: وتشير إلى الأصوات التي تتداخل مع الفيديو، وقد تتسبب في تشتيت السامع، من ضوضاء، مثل: صراخ وبكاء أو زغاريد، أو السيارات والمارة، أو تضاف إلى المقطع للجذب وتهيئة الجو المناسب للمتلقى باستخدام الموسيقى، وقد تصدرت الضوضاء بنسبة 69%، وكانت منتشرة بفيدوهات المراسلين التي يصورونها من موقع الحادثة، أو مع أهالي الضحايا والمصابين؛ إذ يصعب التحكم في الظروف المحيطة بالتصوير، وخاصة بموقع المصري اليوم بنسبة 88.7%، والوطن بنسبة 59.1%، في حين قلّت

الضوضاء وفيديوهات اليوم السابع بنسبة 28.8%. وفي المرتبة الثانية: الموسيقى من بداية المقطع إلى نهايته، بنسبة 11.8%، وترتبط عادة بالمواد والشرائح المتحركة من إنتاج الموقع، وكثرت بموقع الوطن بنسبة 21.1%، واليوم السابع بنسبة 16.5%، وأخيراً المصري اليوم بنسبة 2.7%. أما المرتبة الثالثة: فلا توجد (عدم وجود أصوات مع الفيديو) بنسبة 11.2%، وتصدره الوطن بنسبة 16.2%، ثم اليوم السابع بنسبة 10.8%، وأخيراً المصري اليوم بنسبة 7.2%. في حين حلّ مصاحبة المقطع موسيقى في لحظات محددة- في نهايته غالباً- في المرتبة الأخيرة بنسبة 8%، ويصاحب تتر نهاية النشرات الإخبارية التي كانت من سمات موقع اليوم السابع بنسبة 43.9%، والوطن بنسبة 3.7%، وقلّت في المصري اليوم بنسبة 1.4%.

- ويشير التحليل الإحصائي لبيانات الجدول السابق إلى وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين صفحات المواقع الإخبارية المصرية عينة الدراسة، من حيث الجوانب الفنية والتقنية للفيديو لمقاطع فيديو الحوادث المتعلقة بالأصوات المصاحبة لها، فقد بلغت قيمة  $K=2=408.024$  وهي دالة عند مستوى معنوية 0.000.

• ثالثاً: توثيق مقطع الفيديو: الذي يوفر بتحديد الجهة المسؤولة عن بث الفيديو والمونتاج، والحفاظ على حقوق الملكية الفكرية، وتصدر عدم توفر توثيق للفيديو بنسبة 74.5%، وكانت سمة للمقاطع المصورة بموقع الحادث، وجاءت في المصري اليوم بنسبة 87.7%، والوطن بنسبة 75%، وجاء عدم توافر التوثيق باليوم السابع بنسبة 26.6%، أما توافر التوثيق، فكانت نسبته 25.5%، وتصدرت اليوم السابع أكثر مواقع الدراسة استخداماً لنشرات الأخبار بنسبة 73.4%، ثم الوطن بنسبة 25%، وأخيراً المصري اليوم بنسبة 12.3%.

- ويشير التحليل الإحصائي لبيانات الجدول السابق إلى وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين صفحات المواقع الإخبارية المصرية عينة الدراسة، من حيث الجوانب الفنية والتقنية للفيديو لمقاطع فيديو الحوادث المتعلقة بتوثيقها، فقد بلغت قيمة  $K=2=212.551$  وهي دالة عند مستوى معنوية 0.000.

• رابعاً: استخدام المؤثرات المرئية: وتشير إلى عمليات المونتاج، وضبط الجودة، وزيادة الجاذبية والوضوح بالفيديو، من خلال إضافة بعض العناصر التكميلية والبنائية والتأثيرات التصميمية للفيديو، وتختلف من موقع لآخر حسب شخصيته الإخراجية، وتصاحب هذه التأثيرات المرئية -عادة- نشرات الأخبار والمواد الفيلمية التي ينتجها الموقع، وهي قليلة نسبياً؛ لذلك تصدر عدم استخدام المؤثرات المرئية بنسبة 77.2%، وتقدمه المصري اليوم بنسبة 92%، ثم الوطن بنسبة 74.3%، وأخيراً اليوم السابع بنسبة 33.8%. أما استخدام المؤثرات المرئية فكانت نسبته 22.8%، وتصدره اليوم السابع؛ أكثر مواقع الدراسة إنتاجاً للمواد الفيلمية والنشرات الإخبارية، بنسبة 66.2%، ثم الوطن بنسبة 25.7%، وقلّ بالمصري اليوم بنسبة 8%. وتتوعدت المؤثرات المرئية التي اعتمد عليها اليوم السابع والوطن - وفقاً لتكرار استخدامها- إلى: \*العناصر الجرافيكية، من صور وأرضيات ملونة باللون الأحمر مع اليوم السابع، والبرتقالي مع الوطن، \*ثم التداخل والتركيب بين الصور أو الأرضيات، \*ثم الحركة والفلاش، التي تواكب تقديم النشرة أو الشرائح المتحركة، \*ثم استخدام الإطارات العادية أو الممزقة أو الشرائح المتلاحقة، \*ثم شفافية (الصورة الكاملة أو جزء منها مثل الوجه)، أو العلامة المائية أو QR Cod، بتصدير الصورة غير واضحة المعالم؛ كخلفية أثناء عرض الشرائح المتتالية، أو بعضها، أو إضافة العلامة المائية على الفيديوهات الحصرية، وهو إجراء انفرد به المصري اليوم مع الفيديوهات الأولى من داخل كنيسة أبو سيفين بإمبابة، كما انفرد المصري اليوم باستخدام رمز الاستجابة السريع QR Cod، في نشرات الأخبار، مع قلتها، \*ثم الصور الضوئية (وثائق ودوريات وصور صحفيه قديمة)، \*أخيراً تفريغ الصور الشخصية للمشاهير غالباً، الذي انفرد به اليوم السابع.

- ويشير التحليل الإحصائي لبيانات الجدول السابق إلى وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين صفحات المواقع الإخبارية المصرية عينة الدراسة، من حيث الجوانب

الفنية والتقنية للفيديو لمقاطع فيديو الحوادث المتعلقة باستخدام المؤثرات المرئية معها، فقد بلغت قيمة كا $2=211.436$  وهي دالة عند مستوى معنوية 0.000. وتجدر الإشارة إلى أن الدراسة رصدت أبرز عناصر الجذب في فيديوهات الحوادث، المنشورة على صفحات المواقع عينة الدراسة، ومن أبرزها: العنوان/ التسميات التوضيحية للفيديو، المرتبطة والمعبرة عن مضمون الفيديو، وهي سمة توافرت بجميع الفيديوهات بعينة الدراسة (ويختلف ذلك - إلى حد ما- مع دراسة Norman E. Youngbloo (2015) التي أكدت عدم توافر التسميات التوضيحية مع جميع مقاطع الفيديو)<sup>(139)</sup>. باستثناء مقطعين بموقع اليوم السابع كانا غير مرتبطين جزئياً بالمضمون، أو فيهما محاولة إثارة وجذب، بخلاف ثلاثة فيديوهات بالمصري اليوم جاءت عناوينها غير مرتبطة ومخالفة للمضمون، مثال: مقطع فيديو بعنوان "إصابة وزير التنمية المحلية"، والمضمون عن صناعة الجريد، وآخر عن قتل دافعاً عن شرف حفيده، والمضمون يؤكد أنها مشاجرة عادية. كما كانت "عدم توافر وصف للفيديو" سمة مشتركة بين مقاطع الفيديو بالمواقع عينة الدراسة، بتكرار العنوان في مكان الوصف، بجانب الصور المصاحبة للفيديو التي تكون مؤثرة وجاذبة للمستخدم لمشاهدة الفيديو، كذلك الجودة التي تتوفر بالفيديو، وهذا ما سبق تأكيده، بأن غالبية الفيديوهات كانت متوسطة وعالية الجودة، كما كانت مدة الفيديو التي تأخرت نظراً لتصدر الفيديوهات الطويلة التي تزيد عن 10 دقائق، ثم القصيرة التي تقل عن 3 دقائق، وأخيراً نسبة المشاهدة التي تختلف تبعاً لرواج الحادثة وتأثيرها المجتمعي.

### النتائج العامة للدراسة:

- تنوعت مضامين فيديوهات الحوادث التي عرضت على صفحات اليوم السابع والمصري اليوم والوطن بموقع فيس بوك، وكان أكثرها "جرائم القتل"، بخاصة قتل الزملاء والأصدقاء، ثم الزوجين، و"الحوادث" وأبرزها حوادث الطرق (تصادم، ودهس)، والغرق والأخطاء الطبية، وقد كان موقع الوطن، ثم المصري اليوم، الأكثر تركيزاً على تغطية جرائم القتل والحوادث، في حين قلَّت بصفحة اليوم السابع، الذي اتجه إلى الاهتمام بتغطية "الكوارث الطبيعية"، من حرائق، وانهيارات، وحر

وجفاف وبراكين، و"الجرائم الجنائية والإلكترونية"، التي تعد السرقة والنصب والتشهير والأحوال الشخصية أبرزها. والاعتداءات، خاصة التعدي والضرب والاعتصاب، وتصدرها المصري اليوم، واليوم السابع، وقلّت في الوطن.

- تصدرت مصادر الفيديو الداخلية (من صحفيي الموقع ومراسليه، ثم المواد الفيلمية من إنتاج الموقع، وأخيراً مذيع النشرة)، التي كانت أكثر وضوحاً بموقع الوطن، أمّا المصري اليوم واليوم السابع فكانا الأكثر توظيفاً للمصادر غير المحددة والخارجية: (المواطن الصحفي، والمواقع الأجنبية، والقنوات الفضائية) مقارنة بصفحة موقع الوطن. في حين تنوعت مصادر مضمون فيديوهات الحوادث بمواقع الدراسة إلى: أقوال أهالي الضحايا والمصابين وشهود العيان والجماهير، التي كانت المصدر الرئيس لجميع مواقع الدراسة، وتصدرها المصري اليوم بجانب اعتماده الكبير على سرد الصحفي أو المراسل أو غير محددة المصدر، وتبعه بقية المواقع، في حين كان اليوم السابع المتصدر في الاعتماد على مصادر الفيديو الأكثر مصداقية وموثوقية، من: المسؤولين الرسميين، والخبراء والمتخصصين، وأخيراً المستندات والوثائق الرسمية.

- تنوع نطاق تغطية الحوادث إلى: داخل مصر، وهو الغالب على مواقع الدراسة، بخاصة المصري اليوم والوطن، ثم التغطية العربية والدولية، وتصدرهما اليوم السابع. في حين كان البث المباشر السمة الغالبة بالمصري اليوم، يليه اليوم السابع، وأخيراً الوطن، الذي اعتمد على التغطية الآنية أو اللاحقة (المتابعات).

- كما كانت المقاطع الجديدة التي لم يسبق نشرها غالبية بجميع مواقع الدراسة، في حين قلّ عرض المقاطع التي سبق عرضها، وتعددت الفنون الصحفية المستخدمة إلى: التقرير المتصدر، ثم الحديث، واعتمد عليهما المصري اليوم والوطن بكثرة، وقلّ استخدامهما باليوم السابع الذي اتجه إلى توظيف الخبر مع القصص الغريبة والخارجية -غالباً- والقصة الخبرية مع الحوادث التاريخية. وكان الشرح والتفسير، ثم التعبير عن الاهتمامات الإنسانية والاجتماعية الأكثر تكراراً، خاصة

بالمصري اليوم والوطن، عكس اليوم السابع الذي امتاز بوظائف الإخبار، ثم التوجيه والإرشاد، وأخيراً التسلية والترفيه.

- اتفقت المواقع عينة الدراسة في الاعتماد على اللغة العربية، وتصدرت العربية المبسطة، خاصة بموقعي المصري اليوم والوطن، وأخيراً اليوم السابع الذي اعتمد على العامية، التي تناسب الموضوعات الغريبة والطريفة التي كانت أبرز سمات الموقع، وانفرد الوطن والمصري اليوم بعرض مقاطع باللغة العربية الفصحى.

- وتتنوع مستويات التفاعلية بمواقع الدراسة إلى: ضعيفة تشمل: الإعجاب الذي زاد عن 400 فأكثر في المرتبة الأولى بموقعي المصري اليوم والوطن وقُلَّ باليوم السابع. في حين كانت المشاهدات "الضعيفة"، خاصة بموقع اليوم السابع، في حين انفرد المصري اليوم بالمشاهدات المرتفعة والرئجة، في حين كان مستوى التفاعلية المتوسطة (المشاركات)، الأقل توظيفاً بمواقع الدراسة، فتصدرت "لا يوجد"، وكان مستخدمو صفحتي اليوم السابع والوطن الأكثر استخداماً للمشاركات، خاصة التي زادت عن 10 مشاركات. أما المستويات المرتفعة من التفاعل (التعليقات)، فقد كانت قلة التعليقات السمة الغالبة في جميع المواقع، فكانت التعليقات أقل من 150 الأكثر في جميع مواقع الدراسة، بخاصة اليوم السابع، الذي كان مستخدموه الأقل تعليماً على فيديوهات الحوادث لغرابتها وطرافتها. وعلى الرغم من قلة عدد التعليقات باليوم السابع، إلا أنها كانت الأكثر ملاءمة، فخلت - إلى حد ما- من الألفاظ العنصرية والخادشة؛ لذلك لم يُجب أغلبها، عكس التعليقات بالوطن والمصري اليوم التي كثر حجبها.

- كما أوضحت النتائج حرص جميع مواقع الدراسة على تحقيق المصداقية، من خلال تصدر المصداقية المتوسطة والمرتفعة، وقُلَّت المصداقية الضعيفة، خاصة في اليوم السابع والمصري اليوم، ومن أبرز المؤشرات التي أسهمت في ذلك: تعبير مواقع الدراسة عن اهتمامات الجمهور، وجودة الصوت والصورة وتطابقهما، والثقة في المصدر، ودقة المعلومات.

- كما تعددت المعايير الأخلاقية والمهنية بفيديوهات الحوادث بصفحات المواقع عينة الدراسة، وكان أبرزها: "وضوح المضمون وعدم حاجته إلى تفسير، ومدعم بالمواد البصرية والنصية والأدلة المنطقية"، و"خال من الصور والرسوم والمشاهد الخادشة للحياء والصادمة (الجثث- الأشلاء - نعوش-... إلخ"، في حين كان احترام الحياة الخاصة للأفراد، وعدم بث مشاعر الخوف والقلق بين الجمهور من أقل المعايير تحققاً، وبعد اليوم السابع من أكثر مواقع الدراسة تحقيقاً للمعايير المهنية والأخلاقية.

- وأشارت نتائج الدراسة إلى زيادة الاعتماد على الفيديو الوصفي، الذي امتاز به المصري اليوم والوطن، بجانب الشرائح المتحركة، التي كانت علامة مميزة للوطن، واليوم السابع الذي كان الأفضل في توظيف وتقديم النشرة الإخبارية، وقُلَّ استخدام الفيديو التسجيلي والدرامي. في حين كان المصري اليوم والوطن الأكثر توظيفاً لمقاطع الفيديو التي تتراوح مدتها ما بين 3 إلى 7 دقائق (متوسطة)، والتي تزيد مدتها على 10 دقائق (طويلة)، في حين فضل اليوم السابع المقاطع القصيرة (التي تقل عن 3 دقائق). وتعددت العناصر التكميلية المصاحبة للفيديو، وقد تصدرها الفيديو فقط، الذي اعتمد عليه المصري اليوم والوطن، وأخيراً اليوم السابع الذي فضل استخدام مقاطع الفيديو التي تصاحبها صور أو رسوم، بجانب فيديو النص والصور كونها مكملة له، وقد كان الفيديو معه صور الأقل استخداماً على صفحات مواقع الدراسة.

- وقد كانت الفيديوهات التقليدية التي أُنتجت -غالباً- باستخدام هواتف محمولة يصاحبها سماعة أذن، ويُعلّق المرسلون الذكور عليها دون الظهور، الغالب في موقعي الوطن والمصري اليوم، في حين كانت الفيديوهات الاحترافية عالية الجودة (720 إلى 1080 بيكسل)، التي تعبر عنها فيديوهات النشرات التي تقدمها وتظهر بها مذيعات، واستخدمت برامج المونتاج وأدوات الإضاءة وغيرها، تميز بها اليوم السابع، ثم الوطن. كما كانت الضوضاء أبرز الأصوات التي صاحبت مقاطع الفيديو، بخاصة في موقعي المصري اليوم والوطن، في حين كان الاعتماد على

الموسيقى من بداية المقطع حتى نهايته، وعدم وجود أصوات (لا يوجد)، وظهور الموسيقى في لحظات محددة، السمة الغالبة بموقعي الوطن واليوم السابع، التي تصاحب النشرات الإخبارية والشرائح المتحركة.

- وكان عدم التوثيق الغالب على موقعي المصري اليوم والوطن، في المقابل التوثيق الذي صاحب تتر نشرة الأخبار بموقع اليوم السابع، وقلّ بالوطن والمصري اليوم. كما كانت عدم استخدام المؤثرات المرئية السمة الغالبة على موقع المصري اليوم، في حين كانت المؤثرات المرئية، ومنها: العناصر الجرافيكية، وإجراء عمليات التداخل والتركيب والإطارات بأشكالها، والشفافية بدرجاتها، والصور الضوئية بأنواعها، السمة التي تميز بها موقعا اليوم السابع والوطن، بحيث تصاحب النشرات الإخبارية والشرائح المتحركة.

#### التوصيات:

- ضرورة مراعات كم ونوعية الحوادث التي تُبث ويُعاد عرضها، بخاصة التي لها تأثيرات سلبية على المتلقي والمجتمع، وتأكيد الالتزام بالمعايير الأخلاقية ثم المهنية في تناول الجرائم وعرضها بصفة خاصة.
- ضرورة وضع قواعد واضحة لاستخدام البث المباشر، خاصة في تغطية الحوادث العاجلة وغير المتوقعة، وعدم الإسراف في الاستخدام غير الموظف للبث المباشر.
- العمل على زيادة تدريب الصحفيين والمراسلين وتأهيلهم لتصوير مقاطع الفيديو عالية الجودة، واستخدام الوسائل الاحترافية والتقليدية، خاصة الهواتف الذكية، وبرامج المونتاج والأدوات المساعدة، وإدارة الحوار، والفصل بين المشاعر والاتجاهات الشخصية وتقديم الحادثة.
- إعادة النظر في النشرات الإخبارية بالمواقع الإخبارية، من حيث المقدم/ المذيع (لغته وقدرته على الإلقاء)، واستوديو مجهز للنشرة، وفريق عمل للقيام بالإعداد والتنفيذ والمونتاج.



- (1) أحمد محمد عبد الله علوي (2022): "العوامل المؤثرة على مستقبل صحافة الفيديو في المواقع الإلكترونية المصرية"، *المجلة المصرية لبحوث الاتصال الجماهيري*، ع1، يناير ج3، (جامعة بني سويف: كلية الإعلام)، ص ص 1-67.
- (2) Md. Sayeed Al-Zaman (2022): "Social mediatization of religion: islamic videos on YouTube", *Heliyon*, Vol. 8. pp.1-6. Available at: <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2022.e09083>.
- (3) A. Marthe Möller & d Mark Boukes (2022): "Satirizing the Clothing Industry on YouTube: How Political Satire and User Comments Jointly Shape Behavioral Intentions", *MEDIA PSYCHOLOGY*, Vol. 25(5), pp. 1-16. Available at: <https://doi.org/10.1080/15213269.2022.2066004>.
- (4) دعاء فتحي سالم (2022): "معايير الجودة في صحافة الفيديو بالمواقع الإخبارية واتجاهات طلاب الإعلام التربوي نحوها"، *المجلة المصرية لبحوث الإعلام*، ع81، أكتوبر ج2، (جامعة القاهرة: كلية الإعلام)، ص ص 1-45.
- (5) هالة بسيوني محمد كتاكيت (2022): "رؤية الجمهور للمعايير المهنية والأخلاقية الحاكمة لمعالجة صحافة الفيديو لقضايا وأحداث المجتمع المصري وعلاقتها بالمزاج العام"، *مجلة البحوث الإعلامية*، ع60، يناير، (جامعة الأزهر: كلية الإعلام)، ص ص 1360-1440.
- (6) أحمد محمد عبد الله علوي (2020): "توظيف صحافة الفيديو في المواقع الإلكترونية المصرية"، *المجلة المصرية لبحوث الاتصال الجماهيري*، ع1، ديسمبر، (جامعة بني سويف: كلية الإعلام)، ص ص 160-178.
- (7) Margareta Salonen, Margarethe Olbertz- Siitonen, Turo Uskali & Salla-Maaria Laaksonen (2022): "Conversational Gatekeeping—Social Interactional Practices of Post-Publication Gatekeeping on Newspapers' Facebook Pages", *Journalism Practice*, pp.1-26. Available at: <https://doi.org/10.1080/17512786.2022.2034520>.
- (8) Víctor García-Perdomo (2021): "How Social Media Influence TV Newsrooms Online Engagement and Video Distribution", *Journalism & Mass Communication Quarterly*, Vol. 0(0), pp. 1-22. Available at: <https://doi.org/10.1177/10776990211027864>.
- (9) إسماعيل عبد الرازق رمضان الشرنوبى (2022): "مضامين الجريمة في صفحات المواقع الإخبارية على الفيس بوك وانعكاساتها على إحساس الجمهور بالخطر الجمعي"، *مجلة البحوث الإعلامية*، ع63، أكتوبر ج2، (جامعة الأزهر: كلية الإعلام)، ص ص 700-782.
- (10) حنان كامل حنفي مرعي (2022): "دوافع استخدام الشباب الجماعي لصفحات الحوادث على موقع الفيس بوك والإشباع المتحققة منها"، *مجلة البحوث الإعلامية*، ع60، يناير ج1، (جامعة الأزهر: كلية الإعلام)، ص ص 246-302.
- (11) سحر أحمد غريب محمد (2022): "استخدام الصحف المصرية الخاصة لخدمة البث المباشر عبر صفحاتها على الفيس بوك (دراسة تحليلية في ضوء ثراء الوسيلة)"، *مجلة البحوث الإعلامية*، ع61، أبريل ج4، (جامعة الأزهر: كلية الإعلام)، ص ص 2175-2226.
- (12) فلورا إكرام متي (2022): "العلاقة بين أخبار جرائم الأسرة في عينة من المواقع الصحفية المصرية بين مشاعر الخوف لدى جمهورها- دراسة تطبيقية"، *مجلة البحوث الإعلامية*، ع60، يناير ج1 (جامعة الأزهر: كلية الإعلام)، ص ص 155-206.
- (13) نها عبد المقصور غالي (2022): "مصادقية مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات عن الحرب الروسية الأوكرانية في المجتمع المصري- دراسة ميدانية"، *مجلة البحوث الإعلامية*، ع63، أكتوبر ج3، (جامعة الأزهر: كلية الإعلام)، ص ص 1377-1432.
- (14) حُكِّمَت استمارة تحليل المضمون من نخبة من الأكاديميين والخبراء، وهم: (بترتيب السادة المحكمين وفقًا للدرجة العلمية بترتيب أبجدي):

- أ.د/ **حلمي محمود محسوب**، أستاذ الصحافة وعميد كلية الإعلام جامعة جنوب الوادي.
- أ.د/ **رضا عبدالواجد أمين**، أستاذ الصحافة وعميد كلية الإعلام جامعة الأزهر.
- أ.د/ **رفعت محمد البدرى**، أستاذ الصحافة بقسم الإعلام كلية الآداب جامعة المنوفية.
- أ.د/ **شريف درويش اللبان**، أستاذ ورئيس قسم الصحافة كلية الإعلام جامعة القاهرة.
- أ.د/ **أيمن محمد بريك**، أستاذ الصحافة المساعد بالكلية، والمستشار الإعلامي بمجلس حكماء المسلمين بدولة الإمارات العربية المتحدة.
- أ.د/ **علي حمودة جمعة**، أستاذ الصحافة المساعد ورئيس قسم الصحافة كلية الإعلام، جامعة الأزهر.
- أ/ **علي عبدالحفيظ**، رئيس قسم الحوادث ببوابة أخبار اليوم.
- أ/ **أشرف عزوز**، نائب رئيس قسم اليوتيوب بموقع اليوم السابع.
- (15) د/ **ضياء سعد الدين عبد السلام**: مدرس الإذاعة والتلفزيون بالكلية، د/ **محمد سيد محمد**: مدرس الصحافة والنشر بالكلية.
- (16) Xavier Armengolm, Vicenc Fernandezm, Pep Simom, & Jose M Sallan (2017): "An Examination of the Effects of Self-Regulatory Focus on the Perception of the Media Richness: The Case of E-Mail", *International Journal of Business Communication*, Vol. 54(4), p. 395. Available at: <https://doi.org/10.1177/2329488415572780>.
- (17) Sikana Tanupabrungsun & Jeff Hemsley (2018):" Studying Celebrity Practices on Twitter Using a Framework for Measuring Media Richness", *Social Media + Society*, p. 2. Available at: <https://doi.org/10.1177/2056305118763365>.
- (18) Gen-Yih Liao, Taoyuan, Taiwan, Tzu-Ling Huang, T. C. E. Cheng, Ching-I Teng,(2020):" Impacts of media richness on network features and community commitment in online games", *Industrial Management & Data Systems*, Vol. 120(7), p. 1364. Available at: [Impacts of media richness on network features and community commitment in online games | Emerald Insight](#).
- (19) ALAN R. DENNIS, SUSAN T. KINNEY & YU-TING CAISY HUNG (1999): " Gender Differences in the Effects of Media Richness", *SMALL GROUP RESEARCH*, Vol. 30(4), pp.405-406.
- (20) Minwoo Lee1, Jung Hwa Hong2, Sunghun Chung 3, & Ki-Joon Back (2021): "Exploring the Roles of DMO's Social Media Efforts and Information Richness on Customer Engagement: Empirical Analysis on Facebook Event Pages, *Journal of Travel Research*, Vol ,60 (3), p. 347. Available at: <https://journals.sagepub.com/doi/epub/10.1177/0047287520934874>.
- (21) سحر أحمد غريب محمد (2022): **مرجع سابق**، ص 2189.
- (22) وليد عبد الفتاح النجار، عبد الخالق إبراهيم زقزوق (2017): "إدراك طلاب الإعلام لمفهوم صحافة الفيديو الإلكترونية واتجاهاتهم نحوها- دراسة ميدانية"، *المجلة العلمية لبحوث الصحافة*، ع 9، (جامعة القاهرة: كلية الإعلام)، ص ص، 106-105.
- (23) Dan Messineo (2015): "Doing it alone: Do video journalists affect the quality and credibility of television news?", *M.S.*, ( United States : Colorado State University, Journalism & Technical Communication),P.11. Available at: <https://www.proquest.com/docview/1694558292/abstract/B90EB084E40D4694PQ/1?accountid=178282>.
- (24) Gladys L. Cleland (2016): "Journalism trends and consultants' recommendations: A case study for a video journalism communication curriculum design", *Ph.D.*, (United

States- Arizona: University of Phoenix , School of Advanced Studies),pp, 3-6.  
Available at:  
<https://www.proquest.com/docview/1830478620/fulltextPDF/6D722DFD1F514AE5PQ/1?accountid=178282>.

- (25) Annabell Halfmann, Helena Dech, Jana Riemann, Leonie Schlenker, & Hartmut Wessler (2019):" Moving Closer to the Action: How Viewers' Experiences of Eyewitness Videos in TV News Influence the Trustworthiness of the Reports", *Journalism & Mass Communication Quarterly*, Vol. 96(2), pp. 367-379. Available at: <https://doi.org/10.1177/1077699018785890>.
- (26) Nathan Farrell, Stuart Allan (2015):" Redrawing boundaries: WITNESS and the politics of citizen videos". *Global Media and Communication*, Vol. 11(3), p. 249. Available at: <https://doi.org/10.1177/1742766515606291>.
- (27) Sandra Ristovska (2016):" Human rights through the lens: A study of the institutionalization and professionalization of video activism", **Ph.D.**, (United States: University of Pennsylvania, Communication),p.18. Available at:  
<https://www.proquest.com/docview/1840802889/abstract/C11A4CD3CC3E43C0PQ/1?accountid=178282>.
- (28) أميرة حسن سالم (2019): "استخدام الشباب الجامعي لصحافة الفيديو الإلكترونية وتأثيرها على المفاهيم المجتمعية لديهم"، *مجلة البحوث الإعلامية*، ع 51، يناير ج2، (جامعة الأزهر كلية الإعلام)، ص 862.
- (29) أحمد إبراهيم عطية (2021): "دور صحافة الفيديو في التأثير على اتجاهات الجمهور نحو أزمة كوفيد19 (كورونا)"، *المؤتمر العلمي الدولي السادس والعشرين (الإعلام الرقمي والإعلام التقليدي: مسارات التكامل والمنافسة)*، (جامعة القاهرة: كلية الإعلام)، ص 318.
- (30) محمد بسبوني جبريل (2020): "توظيف مقاطع الفيديو التشاركية في التوعية بجائحة كورونا والوقاية منها- دراسة ميدانية على عينة من سكان المملكة العربية السعودية"، *مجلة البحوث الإعلامية*، ع 54، يوليو ج4، (جامعة الأزهر: كلية الإعلام)، ص2230.
- (31) Julie Fedor & Rolf Fredheim (2017): "We need more clips about Putin, and lots of them:" Russia's state-commissioned online visual culture", *Nationalities Papers*, Vol. 45(2), pp. 161-174. Available at:  
<https://doi.org/10.1080/00905992.2016.1266608>.
- (32) ARRON D. HUSTEAD (2012): "Viral video advertisements: Uses and gratifications research", **M. A.** (United States: University of Missouri – Columbia), p.1. Available at:  
<https://www.proquest.com/docview/1114482076/fulltextPDF/7C8120691E6F44E9PQ/1?accountid=178282>.
- (33) Kayvan Kousha, Mike Thelwall & Mahshid Abdoli (2012): "The Role of Online Videos in Research Communication: A Content Analysis of YouTube Videos Cited in Academic Publications", *Journal of the American Society for Information Science and Technology*, Vol. 63(9), pp. 1710-1721. Available at:  
<https://doi.org/10.1002/asi.22717>.
- (34) أميرة حسن سالم (2019): *مرجع سابق*، ص 851.
- (35) D. Shi, F. Sun, X. Xu, X. Lan, D. Gotz, & N. Cao (2021): AutoClips: An Automatic Approach to Video Generation from Data Facts, *Temporal Data and Animation*, Vol. 40(3), p. 504. Available at: <https://doi.org/10.1111/cgf.14324>.

- (36) Gina Masullo Chen, Peter S. Chen, Chen-Wei Chang & Zainul Abedin (2017): News video quality affects online sites' credibility. *Newspaper Research Journal*, Vol. 38(1), pp. 18-28. Available at: <https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/0739532917696087>.
- (37) Peter S. Chen, Nicholas Wilson, Gina Masullo Chen & Chen-Wei Chang (2015): "Longer, Higher Quality Videos Preferred by News Viewers". *Newspaper Research Journal*, Vol. 36(2), p. 220. Available at: <https://08113h1ow-1103-y-https-doi-org.mplbci.ekb.eg/10.1177/0739532915587291>.
- (38) PR Newswir (2020): "AP to Equip all Visual Journalists Globally with Sony Imaging Products", *PR Newswire Association LLC*, (United States, New York), P.1. . Available at: <https://www.proquest.com/docview/2426158478?accountid=178282&forcedol=true>.
- (39) للمزيد ينظر:
- Peter S. Chen, Nicholas Wilson, Gina Masullo Chen & Chen-Wei Chang (2015): **Op. Cit**, P. 212.
  - Meng Yang and Gary Marchionini(2005):" Exploring users' video relevance criteria—A pilot study, Proceedings of the 67th ASIS&T Annual Meeting", *Proceedings of the American Society for Information Science and Technology* , Vol. 41(1), p. 236. Available at: <https://doi.org/10.1002/meet.1450410127>.
  - Chunneng Huang, Tianjun Fu, & Hsinchun Chen(2010):" Text-Based Video Content Classification for Online Video-Sharing Sites" , *Journal of the American Society for Information Science and Technology*, Vol. 61(5), p. 893. Available at: <https://doi.org/10.1002/asi.21291>.
  - Anastasia Denisova (2022):" Viral journalism. Strategy, tactics and limitations of the fast spread of content on social media: Case study of the United Kingdom quality publications". *Journalism*, Vol. 0(0), p. 7. Available at: <https://doi.org/10.1177/14648849221077749>.
  - Yu Xiang(2019): "User-generated news: Netizen journalism in China in the age of short video", *Global Media and China*, Vol. 4(1),p p. 56-57. Available at: <https://08113h2po-1103-y-https-doi-org.mplbci.ekb.eg/10.1177/2059436419836064>.
- أيمن محمد بريك، إيمان محمود أحمد (2017): "الحرب على الإرهاب كما تعكسها صحافة الفيديو في المواقع الإلكترونية المصرية والأمريكية الموجهة بالعربية- دراسة تحليلية سيميائية"، المؤتمر الدولي الثالث والعشرين (وسائل الاتصال وقضايا الصراع في العالم)، *المجلة المصرية لبحوث الإعلام*، ع60 يوليو، (جامعة القاهرة: كلية الإعلام)، ص 253.
- وليد عبد الفتاح النجار، عبد الخالق إبراهيم زقزوق (2017): **مرجع سابق**، ص 108.
- محمد سامي صبري (2018): "تعرض المراهقين لفيديوهات الأزمات الاقتصادية والاجتماعية بمواقع الصحف الإلكترونية وشبكات التواصل الاجتماعي وعلاقته ببناء تصوراتهم للواقع"، *المجلة العلمية لبحوث الصحافة*، ع 13، (جامعة القاهرة: كلية الإعلام)، ص 299.
- سمير محمد محمود (2022): "العوامل المؤثرة في مصداقية صحافة الفيديو لدى الجمهور العربي وعلاقتها بمستويات استخدامه لها- دراسة ميدانية"، *مجلة البحوث والدراسات الإعلامية*، ع20، (القاهرة: المعهد الدولي للإعلام بالشروق)، ص 70.
- دعاء فتحي سالم (2022): **مرجع سابق**، ص 14.

- (40) Silvia Knobloch-Westerwick & Simon M. Lavis (2017): "Selecting Serious or Satirical, Supporting or Stirring News? Selective Exposure to Partisan versus Mockery News Online Videos", *Journal of Communication*, Vol. 67, (1), p. 69. Available at: <https://doi.org/10.1111/jcom.12271>.
- (41) Anastasia Denisova (2022): **Op. Cit**, p. 8.
- (42) Yu Xiang (2019): **Op. Cit**, p. 67.
- (43) Thomas B Ksiazek, Limor Peer & Kevin Lessard (2016): "User engagement with online news: Conceptualizing interactivity and exploring the relationship between online news videos and user comments", *new media & society*, Vol. 18, (3), p p. 109-110. Available at: <https://doi.org/10.1177/1461444814545073>.
- (44) **للمزيد ينظر:**
- Mary Angela Bock (2016): "Showing versus telling: Comparing online video from newspaper and television websites", *Journalism*, Vol. 17, (4), p. 503. Available at: <https://doi.org/10.1177/1464884914568076>.
  - أحمد محمد عبد الله علوي (2020): "توظيف صحافة الفيديو في المواقع الإلكترونية المصرية، مرجع سابق، ص169.
  - وليد عبد الفتاح النجار، عبد الخالق إبراهيم زقزوق (2017): مرجع سابق، ص 142.
  - وفاء جمال درويش (2021): "تطبيقات الصحافة التلفزيونية في المواقع الإلكترونية المصرية، ودورها في تطوير أساليب تقديم المحتوى الصحفي- دراسة تحليلية ميدانية"، *المجلة العلمية لبحوث الصحافة*، ع 22، (جامعة القاهرة: كلية الإعلام)، ص180.
  - هالة بسيوني محمد كناكت (2022): مرجع سابق، ص1396.
- (45) Brooke Elizabeth Auxier (2012): Social media instruction in journalism and mass communications higher education, *M. A.*, (United States: University of Maryland, College Park, Journalism), pp. 5-6. Available at: <https://www.proquest.com/docview/1170997568/abstract/6E7C62754CA0465BPQ/1?accountid=178282>.
- (46) Brooke Elizabeth Auxier (2012): **Op. Cit**, P. 10.
- (47) GORDON SEVERSON (2019): "Ethical Dilemmas on Social Networking Sites: Focus Group Discussions with Journalists and News Consumers", *M.A.* (United States: University of Missouri – Columbia, Journalism), PP.41-23. Available at: <https://www.proquest.com/docview/2338533858/abstract/BFA745AFB2BA47EBPQ/1?accountid=178282>.
- (48) Edson C Tandoc Jr, Julian Maitra (2018): "News organizations' use of Native Videos on Facebook: Tweaking the journalistic field one algorithm change at a time", *new media & society*, Vol. 20(5), p. 1681. Available at: <https://doi.org/10.1177/1461444817702398>.
- (49) GORDON SEVERSON (2019): **Op. Cit**, p. 36.
- (50) Matthew Powers, Sandra Vera-Zambrano (2017): "How journalists use social media in France and the United States: Analyzing technology use across journalistic fields", *new media & society*, Vol. 20(8), p. 2729. Available at: <https://doi.org/10.1177/1461444817731566>.
- (51) Anamaria Dutceac Segesten, Michael Bossetta, Nils Holmberg & Diederick Niehorster (2020): "The cueing power of comments on social media: how disagreement in Facebook comments affects user engagement with news,

- Information", *Communication & Society*, P. 15. Available at: <https://doi.org/10.1080/1369118X.2020.1850836>.
- (52) Andrea Ceron (2015): "Internet, News, and Political Trust: The Difference Between Social Media and Online Media Outlets", *Journal of Computer-Mediated Communication*, (International Communication Association), , Vol. 20, p. 499. Available at: <https://doi.org/10.1111/jcc4.12129>.
- (53) Víctor García-Perdomo (2021): **Op. Cit**, pp. 4-7.
- (54) María Eugenia Martínez-Sánchez, Ruben Nicolas-Sans & Javier Bustos Díaz, (2021): "Analysis of the social media strategy of audio-visual OTTs in Spain: The case study of Netflix, HBO and Amazon Prime during the implementation of Disney", *Technological Forecasting & Social Changem*, Vol. 173, p. 3. Available at: <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2021.121178>.
- (55) Merryyn Sherwood, Matthew Nicholson (2012): "Web 2.0 platforms and the work of newspaper sport journalists", *Journalism*, Vol. 14(7), p. 955. Available at: <https://doi.org/10.1177/1464884912458662>.
- (56) Sonia Blanco, Bella Palomo (2019): " Sonia Blanco, Bella Palomo(2019):" Desencuentro de los periodistas con YouTube", *professional de la informacion*, Vol. 28(4), p.3. Available at: <https://doi.org/10.3145/epi.2019.jul.11>.
- (57) Matthew Powers, Sandra Vera-Zambrano (2017): "How journalists use social media in France and the United States: Analyzing technology use across journalistic fields", *new media & society*, Vol. 20(8), p. 2729. Available at: <https://doi.org/10.1177/1461444817731566>.
- (58) Gerret von Nordheim, Karin Boczek & Lars Koppers(2018): "Sourcing the Sources(An analysis of the use of Twitter and Facebook as a journalistic source over 10 years in The New York Times, The Guardian, and Süddeutsche Zeitung)", *Digital Journalism*, Vol. 6(7), p. 822. Available at: <https://doi.org/10.1080/21670811.2018.1490658>.
- (59) سماح عبد الرازق الشهاوي (2018): "اتجاهات الصحفيين المصريين نحو توظيف مواقع التواصل الاجتماعي في العمل الصحفي والتفاعل مع الجمهور"، *المجلة العلمية لبحوث الصحافة*، ع13، (جامعة القاهرة: كلية الإعلام)، ص195.
- (60) عمرو أبو جبر (2021): "اعتماد طلبة الجامعات الفلسطينية في قطاع عزة على مقاطع الفيديو عبر الشبكات الاجتماعية في تعزيز الوعي الصحي بفيروس كورونا COVID 19"، *مجلة البحوث والدراسات الإعلامية*، ع16، (القاهرة: المعهد الدولي للعالي للإعلام بالشروق)، ص154.
- (61) محمد سامي صبري (2018): **مرجع سابق**، ص289.
- (62) أحمد إبراهيم عطية (2021): **مرجع سابق**، ص347.
- (63) نها عبد المقصور غالي (2022): **مرجع سابق**، ص1397.
- (64) محمد بسبوني جبريل (2020): **مرجع سابق**، ص2253.
- (65) هشام فولى عبد المعز (2020): "استخدام تطبيقات الفيديو القصير وعلاقته بالآثار النفسية والاجتماعية لدى الجمهور"، *مجلة البحوث الإعلامية*، ع54، يوليو، (جامعة الأزهر كلية الإعلام)، ص3422.
- (66) Brooke Elizabeth Auxier (2012): **Op. Cit**. p. 10.
- (67) Gerret von Nordheim, Karin Boczek & Lars Koppers (2018): **Op .Cit** . p. 807.
- (68) GORDON SEVERSON(2019): **Op .Cit** . pp.36- 38.
- (69) Liesbeth Hermans Maurice Vergeer, Leen d'Haenens(2009): "Internet in the Daily Life of Journalists: Explaining the use of the Internet by Work-Related Characteristics and Professional Opinions", *Journal of Computer-Mediated*



*Communication*, Vol. 15 , pp.144-145 . Available at: [10.1111 / j.1083-6101.2009.01497.x](https://doi.org/10.1111/j.1083-6101.2009.01497.x).

- (70) Jhoana Paula L Tuazon Jasper Emmanuel Y Arcalas Janine Marie D Soliman (2020): "Journalists' creative process in newswork: A Grounded theory study from the Philippines", *Journalism*, Vol. 0, p. 5. Available at: <https://doi.org/10.1177/1464884920947909>.
- (71) Serena Carpenter, Seungahn Nah, & Deborah Chun(2015): "A study of US online community journalists and their organizational characteristics and story generation routines". *Journalism*, Vol. 16(4), p. 515. Available at: <https://doi.org/10.1177/1464884913511567>.
- (72) GORDON SEVERSON (2019): **Op. Cit.** P. 38.
- (73) Mary Angela Bock & Allison Lazard(2022): "Narrative transparency and credibility: First-person process statements in video news" . *Convergence*, Vol. 28(3), p. 888. Available at: <https://doi.org/10.1177/13548565211027813>.
- (74) Edson C Tandoc Jr, Julian Maitra (2018): **Op. Cit.** PP. 1680-1683.
- (75) Daxton R. "Chip" & Jeremy Littau (2016): "Up, Periscope: Mobile Streaming Video Technologies, Privacy in Public, and the Right to Record". *Journalism & Mass Communication Quarterly*, Vol. 93(2), p. 312. Available at: <https://doi.org/10.1177/1077699016637106>.

(76) **ديجتال مصر يناير 2023م: تقرير موقع ديجتال، متاح على:**

<https://datareportal.com/reports/digital-2023-egypt?rq=egypt>

(77) مؤشرات استخدام الإنترنت المحمود في مصر – مقارنة يوم من سبتمبر 2022م – ويوم من سبتمبر 2020م، الجهاز القومي لتنظيم الاتصالات، متاح على:

<https://www.tra.gov.eg/wp-content/uploads/2021/11/1-Day-infograph-Oct-2021-New.pdf>.

(78) **تقرير العالم الرقمي المتغير يناير 2023م، موقع نحن اجتماعيون، متاح على:**

<https://wearesocial.com/us/blog/2023/01/the-changing-world-of-digital-in-2023/>.

(79) إحصائيات وسائل الإعلام الاجتماعية حول العالم أبريل 2022- أبريل 2023 م، موقع إحصائيات، متاح على: <https://gs.statcounter.com/social-media-stats>.

(80) إسماعيل عبد الرازق الشرنوبى (2022): **مرجع سابق، ص770.**

(81) حنان كامل حنفي (2022): **مرجع سابق، ص295.**

(82) Mary Angela Bock (2016): "Showing versus telling: Comparing online video from", **Op. Cit.** P. 503.

(83) أحمد شحاتة (2020): "مضامين الجريمة عبر مواقع التواصل الاجتماعي وانعكاساتها النفسية والاجتماعية على الشباب"، *المجلة العربية لبحوث الإعلام والاتصال*، ع31، أكتوبر (جامعة الأهرام الكندية: كلية الإعلام)، ص583.

(84) **مؤشر الجريمة حسب الدولة 2023م، موقع نومبيو، متاح على:**

[https://www.numbeo.com/crime/rankings\\_by\\_country.jsp](https://www.numbeo.com/crime/rankings_by_country.jsp).

(85) فلورا إكرام متى (2022): **مرجع سابق، ص191.**

(86) هالة بسبوني محمد كتاكت (2022): **مرجع سابق، ص1396.**

(87) أحمد شحاتة (2020): **مرجع سابق، ص583.**

(88) حوادث السيارات، النشرة السنوية لنتائج حوادث السيارات والقطارات عام 2020م، أكتوبر 2021م، (القاهرة: الجهاز المركزي للتعبئة العامة والإحصاء)، ص5. متاح على:

[https://www.capmas.gov.eg/Pages/Publications.aspx?page\\_id=5104&Year=23545](https://www.capmas.gov.eg/Pages/Publications.aspx?page_id=5104&Year=23545)

- (89) بث مباشر: بعد حلف اليمين إصابة وزير التنمية الجديد في حادث تصادم موكبه بجرار زارعي في العلمين، صفحة موقع المصري اليوم، متاح على: <https://www.facebook.com/AlmasryAlyoum/videos/775540083596222/>.
- (90) عشان يهرب من الشرطة.. بريطاني يعض كلبًا بوليسيًا، صفحة موقع اليوم السابع، متاح على: <https://www.facebook.com/Youm7/videos/5357872947633531/>.
- (91) مؤشرات إحصائية لحوادث الحريق، التقرير السنوي لحوادث الحريق في مصر عام 2021م، فبراير 2022م، (القاهرة: الجهاز المركزي للتعبئة العامة والإحصاء)، ص5. متاح على: [https://www.capmas.gov.eg/Pages/Publications.aspx?page\\_id=5104&Year=23546](https://www.capmas.gov.eg/Pages/Publications.aspx?page_id=5104&Year=23546).
- (92) Javier Mayoral Sánchez, Paloma Abejón Mendoza & Montserrat Morata Santos(2016): "Video in the Spanish digital „press“: 2010-2015". *Revista Latina de Comunicación Social*, Vol, 71, P. 796. Available at: Video in the Spanish digital 'press': 2010-2015.
- (93) أحمد محمد عبد الله علوي (2020م): "توظيف صحافة الفيديو في المواقع الإلكترونية المصرية"، مرجع سابق ص175.
- (94) أيمن محمد بريك، إيمان محمود (2017): مرجع سابق، ص244.
- (95) إسماعيل عبد الرازق الشرنوبلي (2022م): مرجع سابق، ص731.
- (96) أيمن محمد بريك، إيمان محمود (2017): مرجع سابق، ص247.
- (97) GORDON SEVERSON (2019): **Op. Cit.** P.37.
- (98) Lu Wu (2017): MEET THE NEW PLAYERS: A STUDY OF DIGITAL NATIVE JOURNALISTS AND JOURNALISTIC PROFESSIONALISM, **Ph. D**, (University of North Carolina, School of Media and Journalism), p.64.
- (99) Jhoana Paula, Jasper Emmanuel, Janine Marie D Soliman & Jeremaiah M Opiniano (2020): **Op. Cit.** P.5.
- (100) الكوارث الطبيعية تكبد المغرب خسائر تتجاوز 575 مليون دولار سنويا، صفحة موقع اليوم السابع، متاح على: <https://www.facebook.com/Youm7/videos/451715956868536/>.
- (101) محمد سامي صبري (2018م): مرجع سابق، ص298.
- (102) هالة بسيوني محمد كناكت (2022): مرجع سابق، ص1401.
- (103) سحر الخولي (2022): "استخدام مواقع الصحف المصرية لخدمة البث المباشر Live Streaming وعلاقته بتفضيلات الجمهور المصري"، *المجلة العلمية لبحوث الصحافة*، ع23، ج2 يناير، (جامعة القاهرة: كلية الإعلام)، ص31.
- (104) Javier Mayoral Sánchez, Paloma Abejón Mendoza & Montserrat Morata Santos (2016): **Op. Cit.**, P. 788.
- (105) أحمد محمد عبد الله علوي (2020): توظيف صحافة الفيديو في المواقع الإلكترونية المصرية"، مرجع سابق، ص172.
- (106) أيمن محمد بريك، إيمان محمود (2017): مرجع سابق، ص250.
- (107) نبض ريا وسكينة فضل شغال بعد الإعدام: صفحة اليوم السابع على فيس بوك، متاح على: <https://www.facebook.com/Youm7/videos/349481764052544>.
- (108) قتلت زوجها وتحولت قصتها إلى فلم سينمائي: صفحة اليوم السابع على الفيس بوك، متاح على: <https://www.facebook.com/watch/?ref=search&v=1132007820727536>.
- (109) وفاء جمال درويش (2021): مرجع سابق، ص187.
- (110) Yu Xiang (2019): **Op. Cit.** p.67.
- (111) أكواد وضوابط وأخلاقيات نشر أخبار الجريمة والتحقيقات (2022): *جريدة الوقائع المصرية*: ع108، تابع، مايو (القاهرة: المجلس الأعلى لتنظيم الإعلام)، ص7.
- (112) المرجع السابق نفسه: ص4.



- (113) أميرة حسن سالم (2019): **مرجع سابق**، ص 870.
- (114) أحمد محمد عبد الله علوي (2020): "توظيف صحافة الفيديو في المواقع الإلكترونية المصرية"، **مرجع سابق**، ص 171.
- (115) وفاء جمال درويش (2021): **مرجع سابق**، ص 173.
- (116) هالة بسيوني محمد كتاكت (2022): **مرجع سابق**، ص 1396.
- (117) Monika Djerf-Pierre, Mia Lindgren, & Mikayla Alexis Budinski (2019): "The Role of Journalism on YouTube: Audience Engagement with 'Superbug' Reporting", *Media and Communication*, Vol, 7(1), P. 237. Available at: <https://www.cogitatiopress.com/mediaandcommunication/article/view/1758>.
- (118) Edson C Tandoc Jr, Julian Maitra (2018): **Op. Cit.**, P. 1682.
- (119) ARRON D. HUSTEAD (2012): **Op. Cit.**, p.1.
- (120) Michael Karlsson, Annika Bergström, Christer Clerwall & Karin Fast (2015): "Participatory journalism – the (r)evolution that wasn't. Content and user behavior in Sweden 2007–2013", *Journal of Computer-Mediated Communication*, Vol. 20.P.305. Available at: <https://doi.org/10.1111/jcc4.12115>.
- (121) سماح عبد الرازق الشهراوي (2018): **مرجع سابق**، ص 200.
- (122) نها عبد المقصود غالي (2022): **مرجع سابق**، ص 1407.
- (123) وليد عبد الفتاح النجار، عبد الخالق إبراهيم زفزوق (2017): **مرجع سابق**، ص 151.
- (124) أكواد وضوابط وأخلاقيات نشر أخبار الجريمة والتحقيقات (2022): **مرجع سابق**، ص 8.
- (125) **أ/ علي عبد الحفيظ**: رئيس قسم الحوادث ببوابة أخبار اليوم، مقابلة بمكتبه، الثلاثاء الموافق 2022/7/13م، السادسة مساءً.
- (126) غادة عبد التواب اليماني (2015): "التأثيرات المعرفية والتذكيرية للفيديوهات الصحفية المصاحبة للأحداث الإرهابية- دراسة تجريبية على طلاب الصحافة"، *المجلة العلمية لبحوث الصحافة*، ع2، أبريل، (جامعة الأزهر: كلية الإعلام)، ص 166.
- (127) Mary A. Bock (2012): "Newspaper journalism and video: Motion, sound, and new narratives", *New Media & Society*, Vol. 14(4), p.612. Available at: <https://08113dc4x-1103-y-https-doi-org.mplbci.ekb.eg/10.1177/1461444811421650>.
- (128) Edson C Tandoc Jr, Julian Maitra (2018): **Op. Cit.** P.1680.
- (129) Peter S. Chen, Nicholas Wilson, Gina Masullo Chen & Chen-Wei Chang, (2015): "Longer, Higher Quality Videos Preferred by News Viewers ", *Newspaper Research Journal*, Vol, 36(2), P. 219. Available at: <https://doi.org/10.1177/0739532915587291>.
- (130) Sara Pérez-Seijo (2021): "Use of 360° video by digital native media: exploratory analysis of the first steps in the Spanish journalistic landscape". *Profesional de la información*, Vol, 30(3), P. 6. Available at: <https://www.proquest.com/docview/2531929499/abstract/B4BE364380BD47D6PQ/1?accountid=178282>.
- (131) هالة بسوني كتاكت (2022): **مرجع سابق**، ص 1393.
- (132) **أ/ أشرف عزوز**: نائب رئيس قسم اليوتيوب بموقع اليوم السابع، مقابلة بمكتبه، السبت 2020/10/1م، الثامنة مساءً.
- (133) Najat AlSaied & Fokiya Akhtar (2021): "Media students using mobile phones in the Arabian Gulf to improve English writing and video production skills", *Learning and Teaching in Higher Education: Gulf Perspectives*, Vol, 17(1), P. 13. Available at: <https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/LTHE-09-2020-0038/full/html>.

- (134) David H. Weaver, Lars Willnat, & G. Cleveland Wilhoit (2019): "The American Journalist in the Digital Age: Another Look at U.S. News People", *Journalism & Mass Communication Quarterly*, Vol. 96 (1), p.122. Available at: <https://doi.org/10.1177/1077699018778242>.
- (135) Ahmed Deen (2019): "Exploring Saudi Journalists' Attitudes Towards Ethical Issues of Mobile Journalism", *M.S.M.C.*,( United States: Arkansas State University, Journalism), P. 43. Available at: <https://www.proquest.com/docview/2273836096/abstract/9AA2845BA4BF4FA0PQ/1?accountid=178282>.
- (136) Stan Ketterer, John McGuire, & Ray Murray (2013): "Contrasting Desired Sports Journalism Skills in a Convergent", *Media Environment, Communication & Sport*, Vol, 2(3), P. 270. Available at: <https://doi.org/10.1177/2167479513482118>.
- (137) Chang-de Liu (2004): "Technology, media workers, and the labor process: ICT's influences on Taiwanese newspaper journalists and freelancers", *Ph. D.*,( University Graduate Board: the Temple University Graduate Board),P.218.
- (138) Mary Angela Bock (2016): "Showing versus telling: Comparing online video from", *Op. Cit.* P.503.
- (139) Norman E. Youngblood & Ryan Lysaght (2015): 'Accessibility and Use of Online Video Captions by Local Television News Websites', *Electronic News*, Vol .9(4), P. 253. Available at: <https://doi.org/10.1177/1931243115604885>.

## References

- Alawi, A. (2022): "aleawamil almuathirat ealaa mustaqbal sahafat alfidyu fi almawaqie al'iiliktruniat almisriati", almajalat almisriat libuhuth alaitisal aljamahiri, (jamieat bani Suif: kuliyyat al'ielami), 2(3). 1-67.
- Md. Sayeed Al-Zaman (2022): "Social mediatization of religion: islamic videos on YouTube", *Heliyon*, Vol. 8. pp.1-6. Available at: <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2022.e09083>.
- A. Marthe Möller & d Mark Boukes (2022): "Satirizing the Clothing Industry on YouTube: How Political Satire and User Comments Jointly Shape Behavioral Intentions", *MEDIA PSYCHOLOGY*, Vol. 25(5), pp. 1-16. Available at: <https://doi.org/10.1080/15213269.2022.2066004>.
- Salim, D. (2022): "maeayir aljawdat fi sahafat alfidyu bialmawaqie al'ikhbariat waitijahat tulaab al'ielam altarbawii nahwuha", almajalat almisriat libuhuth al'ielami, (jamieat Alqahira: kuliyyat al'ielami), 68(3). 1-45
- katakit, H. (2022): "ruyat aljumphur lilmaeayir almihniat wal'akhlaqiat alhakimat limuealajat sahafat alfidyu liqadaya wa'ahdath almujtamae almisrii waealaqatiha bialmizaj aleama", majalat albuuhuth al'ielamiati, yanayir, (jamieat Al'azhar: kuliyyat Al'ielami), 60(3). 1360-1440.
- Alawi, A. (2020): "tawzif sahafat alfidyu fi almawaqie al'iiliktruniat almisriati", almajalat almisriat libuhuth alaitisal aljamahiri, disambir, (jamieat bani Suif: kuliyyat al'ielam ), 1(2). 160-178.
- Margareta Salonen, Margarethe Olbertz- Siitonen, Turo Uskali & Salla-Maaria Laaksonen (2022): "Conversational Gatekeeping—Social Interactional Practices of Post-Publication Gatekeeping on Newspapers' Facebook Pages", *Journalism Practice*, pp.1-26. Available at: <https://doi.org/10.1080/17512786.2022.2034520>.
- Víctor García-Perdomo (2021): "How Social Media Influence TV Newsrooms Online Engagement and Video Distribution", *Journalism & Mass Communication Quarterly*, Vol. 0(0), pp. 1-22. Available at: <https://doi.org/10.1177/10776990211027864>.
- Alshirnubi, I. (2022): "madamin aljarimat fi safahat almawaqie al'ikhbariat ealaa alfis buk waineikasatiha ealaa 'ihsas aljumphur bialkhatir aljamei", majalat albuuhuth al'ielamiati, ( jamieat al'azhar: kuliyyat al'ielami), 63(3). 700- 782.
- Marie, H. (2022): "dawafie aistikhdam alshabab aljamaeii lisafahat alhawadith ealaa mawqie alfis buk wal'iishbaeat almutahaqiqat minha", majalat albuuhuth al'ielamiati, yanayir ja1, ( jamieat Al'azhar: kuliyyat al'ielami), 60(4). 246- 302.
- Muhamad, S. (2022): "aistikhdam alsuhuf almisriat alkhassat likhidmat albathi almubashir eabr safahatiha ealaa alfis buk (dirasat tahliliatan fi daw' thara' alwasilati), majalat albuuhuth al'ielamiati, 'abril 4j, (jamieat Al'azhar: kuliyyat al'ielami), 61(4). 2175- 2226.
- Mataa, F. (2022): "alealaqat bayn 'akhbar jarayim al'usrat fi eayinat min almawaqie alsahufiat almisriat bayn mashaeir alkhawf ladaa jumhurha- dirasat tatbiqati", majalat albuuhuth al'ielamiati, yanayir ja1 (jamieat al'azhar: kuliyyat al'ielami), 60(8). 155- 206.
- Ghali, N. (2022): "misadaqiat mawaqie altawasul alaijtimaeii kamasdar lilmaelumat ean alharb alruwsiat al'uwkraniat fi almujtamae almisrii- dirasatan maydaniatan",

- majalat albuḥuth al'ielamiati, (jamiat Al'azhar: kuliyyat al'ielami), 63(6). 1377-1432.
- Xavier Armengolm, Vicenc Fernandezm, Pep Simom, & Jose M Sallan (2017): "An Examination of the Effects of Self-Regulatory Focus on the Perception of the Media Richness: The Case of E-Mail", *International Journal of Business Communication*, Vol. 54(4), p. 395. Available at: <https://doi.org/10.1177/2329488415572780>.
  - Sikana Tanupabrungsun & Jeff Hemsley (2018): "Studying Celebrity Practices on Twitter Using a Framework for Measuring Media Richness", *Social Media + Society*, p. 2. Available at: <https://doi.org/10.1177/2056305118763365>.
  - Gen-Yih Liao, Taoyuan, Taiwan, Tzu-Ling Huang, T. C. E. Cheng, Ching-I Teng,(2020): "Impacts of media richness on network features and community commitment in online games", *Industrial Management & Data Systems*, Vol. 120(7), p. 1364. Available at: [Impacts of media richness on network features and community commitment in online games | Emerald Insight](#).
  - ALAN R. DENNIS, SUSAN T. KINNEY & YU-TING CAISY HUNG (1999): "Gender Differences in the Effects of Media Richness", *SMALL GROUP RESEARCH*, Vol. 30(4), pp.405-406.
  - Minwoo Lee1, Jung Hwa Hong2, Sunghun Chung 3, & Ki-Joon Back (2021): "Exploring the Roles of DMO's Social Media Efforts and Information Richness on Customer Engagement: Empirical Analysis on Facebook Event Pages", *Journal of Travel Research*, Vol ,60 (3), p. 347. Available at: <https://journals.sagepub.com/doi/epub/10.1177/0047287520934874>.
  - El-Najjar, W. (2017): "'iidrak tulaab al'ielam limafhum sahafat alfidyu al'iiliktruniat waitijahatihim nahwaha- dirasat maydaniatin", almajalat aleilmiaṭ libuḥuth alsahafati, (jamiat Alqahirati: kuliyyat al'ielami), 9(4)., 105-106.
  - Dan Messineo (2015): "Doing it alone: Do video journalists affect the quality and credibility of television news?", *M.S.*, ( United States : Colorado State University, Journalism & Technical Communication),P.11. Available at: <https://www.proquest.com/docview/1694558292/abstract/B90EB084E40D4694PQ/1?accountid=178282>.
  - Gladys L. Cleland (2016): "Journalism trends and consultants' recommendations: A case study for a video journalism communication curriculum design", *Ph.D.*, (United States- Arizona: University of Phoenix , School of Advanced Studies),pp, 3-6. Available at: <https://www.proquest.com/docview/1830478620/fulltextPDF/6D722DFD1F514AE5PQ/1?accountid=178282>.
  - Annabell Halfmann, Helena Dech, Jana Riemann, Leonie Schlenker, & Hartmut Wessler (2019): "Moving Closer to the Action: How Viewers' Experiences of Eyewitness Videos in TV News Influence the Trustworthiness of the Reports", *Journalism & Mass Communication Quarterly*, Vol. 96(2), pp. 367-379. Available at: <https://doi.org/10.1177/1077699018785890>.

- Nathan Farrell, Stuart Allan (2015): "Redrawing boundaries: WITNESS and the politics of citizen videos". *Global Media and Communication*, Vol. 11(3), p. 249. Available at: <https://doi.org/10.1177/1742766515606291>.
- Sandra Ristovska (2016): "Human rights through the lens: A study of the institutionalization and professionalization of video activism", **Ph.D.**, (United States: University of Pennsylvania, Communication), p.18. Available at: <https://www.proquest.com/docview/1840802889/abstract/C11A4CD3CC3E43C0PQ/1?accountid=178282>.
- Salim, A. (2019): "aistikhdam alshabab aljamieii lisahafat alfidyu al'iiliktruniat watathiriha ealaa almafahim almujtamaeiat ladayhim", majalat albuqhuth al'ieliemiati, yanayir ja2,(jamieat Al'azhar kuliyat al'ieliemi), 51(3).
- Attia, I. (2021): "dur sahafat alfidyu fi altaathir ealaa aitijahat aljumphur nahw 'azmat kufid19(kuruna)", almutamar aleilmiu alduwaliu alsaadis waleishrin (al'ieliemi alraqmii wal'ieliemi altaqlidi: masarat altakumul walmunafasati), (jamieat Alqahirat: kuliyat al'ieliemi).
- Jibril, M. (2020): "tawzif maqatie alfidyu altasharukiati fi altaweiat bijayihat kuruna walwiqayat minha- dirasat maydaniati ealaa eayinat min sukaan almamlakat allearabiati alsaudiati", majalat albuqhuth al'ieliemiati, (jamieat Al'azhar: kuliyat al'ieliemi), 54(4).
- Julie Fedor & Rolf Fredheim (2017): "We need more clips about Putin, and lots of them:" Russia's state-commissioned online visual culture", *Nationalities Papers*, Vol. 45(2), pp. 161-174. Available at: <https://doi.org/10.1080/00905992.2016.1266608>.
- ARRON D. HUSTEAD (2012): "Viral video advertisements: Uses and gratifications research", *M. A.* (United States: University of Missouri – Columbia), p.1. Available at: <https://www.proquest.com/docview/1114482076/fulltextPDF/7C8120691E6F44E9PQ/1?accountid=178282>.
- Kayvan Kousha, Mike Thelwall & Mahshid Abdoli (2012): "The Role of Online Videos in Research Communication: A Content Analysis of YouTube Videos Cited in Academic Publications", *Journal of the American Society for Information Science and Technology*, Vol. 63(9), pp. 1710-1721. Available at: <https://doi.org/10.1002/asi.22717>.
- D. Shi, F. Sun, X. Xu, X. Lan, D. Gotz, & N. Cao1(2021): AutoClips: An Automatic Approach to Video Generation from Data Facts, *Temporal Data and Animation*, Vol. 40(3), p. 504. Available at: <https://doi.org/10.1111/cgf.14324>.
- Gina Masullo Chen, Peter S. Chen, Chen-Wei Chang & Zainul Abedin (2017): News video quality affects online sites' credibility. *Newspaper Research Journal*, Vol. 38(1), pp. 18-28. Available at: <https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/0739532917696087>.
- Peter S. Chen, Nicholas Wilson, Gina Masullo Chen & Chen-Wei Chang (2015): "Longer, Higher Quality Videos Preferred by News Viewers". *Newspaper Research Journal*, Vol. 36(2), p. 220. Available at: <https://08113h1ow-1103-y-https-doi-org.mplbci.ekb.eg/10.1177/0739532915587291>.

- PR Newswir (2020): "AP to Equip all Visual Journalists Globally with Sony Imaging Products", *PR Newswire Association LLC*, (United States, New York), P.1. Available at: <https://www.proquest.com/docview/2426158478?accountid=178282&forcedol=true>.
- Meng Yang and Gary Marchionini(2005):" Exploring users' video relevance criteria—A pilot study, Proceedings of the 67th ASIS&T Annual Meeting", *Proceedings of the American Society for Information Science and Technology* , Vol. 41(1), p. 236. Available at: <https://doi.org/10.1002/meet.1450410127>.
- Chunneng Huang, Tianjun Fu, & Hsinchun Chen(2010):" Text-Based Video Content Classification for Online Video-Sharing Sites" , *Journal of the American Society for Information Science and Technology*, Vol. 61(5), p. 893. Available at: <https://doi.org/10.1002/asi.21291>.
- Anastasia Denisova (2022):" Viral journalism. Strategy, tactics and limitations of the fast spread of content on social media: Case study of the United Kingdom quality publications". *Journalism*, Vol. 0(0), p. 7. Available at: <https://doi.org/10.1177/14648849221077749>.
- Yu Xiang(2019): "User-generated news: Netizen journalism in China in the age of short video", *Global Media and China*, Vol. 4(1),p p. 56-57. Available at: <https://08113h2po-1103-y-https-doi-org.mplbci.ekb.eg/10.1177/2059436419836064>.
- - Brik , A.,brik, 'Ahmedm E. (2017): "alharb ealaa al'iirhab kama taekisaha sahafat alfidyu fi almawaqie al'iiliktruniat almisriat wal'amrikiat almuajahat bialearabiati-dirasat tahliliat simiayiyatan", almutamar alduwaliu althaalith waleishrin (wasayil alaitisal waqadaya alsirae fi alealami), almajalat Almisriat libuhuth al'aelami, (jamieat Alqahirati: kuliyyat al'ielami), 60(3).
- - Sabri, M. (2018): "taearad almurahiqin lifidyuhah al'azamat alaiqtisadiat walaijtimaeiat bimawaqie alsuhuf al'iiliktruniat washabakat altawasul alaijtimaeii waealaqatih bibina' tasawuratihim lilwaqieii", almajalat aleilmiat libuhuth alsahafati, (jamieat Alqahirati: kuliyyat al'ielami), 13(3).
- - Mahmud, S. (2022): "aleawamil almuathirat fi misdaqiat sahafat alfidyu ladaa aljumar allearabii waealaqatuha bimustawayat aistikhdamih laha- dirasat maydaniati", majalat albuqhuth waldirasat al'ielamiati, (alqahirati: almaehad alduwaliu aleali lil'ielam bialshuruq), 20(4).
- Silvia Knobloch-Westerwick & Simon M. Lavis (2017): "Selecting Serious or Satirical, Supporting or Stirring News? Selective Exposure to Partisan versus Mockery News Online Videos", *Journal of Communication*, Vol. 67, (1), p. 69. Available at: <https://doi.org/10.1111/jcom.12271>.
- Thomas B Ksiazek, Limor Peer& Kevin Lessard (2016): "User engagement with online news: Conceptualizing interactivity and exploring the relationship between online news videos and user comments", *new media & society*, Vol. 18, (3), p p. 109-110. Available at: <https://doi.org/10.1177/1461444814545073>.
- Mary Angela Bock (2016): "Showing versus telling: Comparing online video from newspaper and television websites", *Journalism*, Vol. 17, (4), p. 503. Available at: <https://doi.org/10.1177/1464884914568076>.



- Brooke Elizabeth Auxier (2012): Social media instruction in journalism and mass communications higher education, *M. A.*, (United States: University of Maryland, College Park, Journalism), pp. 5-6. Available at: <https://www.proquest.com/docview/1170997568/abstract/6E7C62754CA0465BPQ/1?accountid=178282>.
- GORDON SEVERSON (2019): "Ethical Dilemmas on Social Networking Sites: Focus Group Discussions with Journalists and News Consumers", *M.A.*( United States: University of Missouri – Columbia, Journalism), PP.41-23. Available at: <https://www.proquest.com/docview/2338533858/abstract/BFA745AFB2BA47EBPQ/1?accountid=178282>.
- Edson C Tandoc Jr, Julian Maitra (2018): "News organizations' use of Native Videos on Facebook: Tweaking the journalistic field one algorithm change at a time", *new media & society*, Vol. 20(5), p. 1681. Available at: <https://doi.org/10.1177/1461444817702398>.
- Matthew Powers, Sandra Vera-Zambrano (2017): "How journalists use social media in France and the United States: Analyzing technology use across journalistic fields", *new media & society*, Vol. 20(8), p. 2729. Available at: <https://doi.org/10.1177/1461444817731566>.
- Anamaria Dutceac Segesten, Michael Bossetta, Nils Holmberg & Diederick Niehorster (2020): "The cueing power of comments on social media: how disagreement in Facebook comments affects user engagement with news, Information", *Communication & Society*, P. 15. Available at: <https://doi.org/10.1080/1369118X.2020.1850836>.
- Andrea Ceron (2015): "Internet, News, and Political Trust: The Difference Between Social Media and Online Media Outlets", *Journal of Computer-Mediated Communication*, (International Communication Association), , Vol. 20, p. 499. Available at: <https://doi.org/10.1111/jcc4.12129>.
- María Eugenia Martínez-Sánchez, Ruben Nicolas-Sans & Javier Bustos Díaz, (2021): "Analysis of the social media strategy of audio-visual OTTs in Spain: The case study of Netflix, HBO and Amazon Prime during the implementation of Disney", *Technological Forecasting & Social Changem*, Vol. 173, p. 3. Available at: <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2021.121178>.
- Merryn Sherwood, Matthew Nicholson (2012): "Web 2.0 platforms and the work of newspaper sport journalists", *Journalism*, Vol. 14(7), p. 955. Available at: <https://doi.org/10.1177/1464884912458662>.
- Sonia Blanco, Bella Palomo (2019):" Sonia Blanco, Bella Palomo(2019):" Desencuentro de los periodistas con YouTube", *profesional de la informacion*, Vol. 28(4), p.3. Available at: <https://doi.org/10.3145/epi.2019.jul.11>.
- Matthew Powers, Sandra Vera-Zambrano (2017): "How journalists use social media in France and the United States: Analyzing technology use across journalistic fields", *new media & society*, Vol. 20(8), p. 2729. Available at: <https://doi.org/10.1177/1461444817731566>.
- Gerret von Nordheim, Karin Boczek & Lars Koppers(2018): "Sourcing the Sources(An analysis of the use of Twitter and Facebook as a journalistic source over 10 years in The New York Times, The Guardian, and Süddeutsche Zeitung)", *Digital*

- Journalism*, Vol. 6(7), p. 822. Available at: <https://doi.org/10.1080/21670811.2018.1490658>.
- Alshahawi, S. (2018): "aitijahat alsahafiyn almisriyn nahw tawzif mawaqie altawasul alaijtimaeii fi aleamal alsuhufii waltafaaul mae aljumhur", *almajalat aleilmiat libuhuth alsahafati*, (jamieat Alqahirat: kuliyyat al'ielami), 13(2).
  - 'Abu jabr, A. (2021): "aetimid talabat aljamieat alfilastiniat fi qitae eizat ealaa maqatie alfidyu eabr alshabakat alaijtimaeiat fi taeziz alwaey alsihyi bifayrus kuruna COVID 19", *majalat albuuhuth waldirasat al'ielamiati*, (alqahirati: almaehad alduwalii aleali lil'ielam bi Alshuruqi), 16(2).
  - Abdel Moez, H. (2020): "aistikhdam tatbiqat alfidyu alqasir waealaqatih bialathar alnafsiat walaijtimaeiat ladaa aljumhur", *majalat albuuhuth al'ielamiati*, yuliu, (jamieat Al'azhar kuliyyat al'ielami), 54(1).
  - Liesbeth Hermans Maurice Vergeer, Leen d'Haenens(2009): "Internet in the Daily Life of Journalists: Explaining the use of the Internet by Work-Related Characteristics and Professional Opinions", *Journal of Computer-Mediated Communication*, Vol. 15 , pp.144-145 . Available at: [10.1111 / j.1083-6101.2009.01497.x](https://doi.org/10.1111/j.1083-6101.2009.01497.x).
  - Jhoana Paula L Tuazon Jasper Emmanuel Y Arcalas Janine Marie D Soliman (2020): "Journalists' creative process in newwork: A Grounded theory study from the Philippines", *Journalism*, Vol. 0, p. 5. Available at: <https://doi.org/10.1177/1464884920947909>.
  - Serena Carpenter, Seungahn Nah, & Deborah Chun(2015): "A study of US online community journalists and their organizational characteristics and story generation routines". *Journalism*, Vol. 16(4), p. 515. Available at: <https://doi.org/10.1177/1464884913511567>.
  - Mary Angela Bock & Allison Lazard(2022): "Narrative transparency and credibility: First-person process statements in video news" . *Convergence*, Vol. 28(3), p. 888. Available at: <https://doi.org/10.1177/13548565211027813>.
  - Daxton R. "Chip" & Jeremy Littau (2016): "Up, Periscope: Mobile Streaming Video Technologies, Privacy in Public, and the Right to Record". *Journalism & Mass Communication Quarterly*, Vol. 93(2), p. 312. Available at: <https://doi.org/10.1177/1077699016637106>.
- <https://datareportal.com/reports/digital-2023-egypt?rq=egypt>  
<https://www.tra.gov.eg/wp-content/uploads/2021/11/1-Day-infograph-Oct-2021-New.pdf>  
<https://wearesocial.com/us/blog/2023/01/the-changing-world-of-digital-in-2023/>  
<https://gs.statcounter.com/social-media-stats>.
- shahata, A. (2020): "madamin aljarimat eabr mawaqie altawasul alaijtimaeii waineikasatiha alnafsiat walaijtimaeiat ealaa alshababi", *almajalat alarabiat libuhuth al'ielam walaiitaisali*, 'uktubur(jamieat al'ahram alkanadiati: kuliyyat al'ielami), 31(2).
- [https://www.numbeo.com/crime/rankings\\_by\\_country.jsp](https://www.numbeo.com/crime/rankings_by_country.jsp).  
: [https://www.capmas.gov.eg/Pages/Publications.aspx?page\\_id=5104&Year=23545](https://www.capmas.gov.eg/Pages/Publications.aspx?page_id=5104&Year=23545) .  
<https://www.facebook.com/AlmasryAlyoum/videos/775540083596222/>.  
<https://www.facebook.com/Youm7/videos/5357872947633531/>.  
: [https://www.capmas.gov.eg/Pages/Publications.aspx?page\\_id=5104&Year=23546](https://www.capmas.gov.eg/Pages/Publications.aspx?page_id=5104&Year=23546) .



- Javier Mayoral Sánchez, Paloma Abejón Mendoza & Montserrat Morata Santos(2016): "Video in the Spanish digital „press“: 2010-2015". **Revista Latina de Comunicación Social**, Vol, 71, P. 796. Available at: Video in the Spanish digital 'press': 2010-2015.
- Lu Wu (2017): MEET THE NEW PLAYERS: A STUDY OF DIGITAL NATIVE JOURNALISTS AND JOURNALISTIC PROFESSIONALISM, **Ph. D**, (University of North Carolina, School of Media and Journalism), p.64. <https://www.facebook.com/Youm7/videos/451715956868536/>.
- Alkhuli, S. (2022): "astikhdam mawaqie alsuhuf almisriat likhidmat albathi almubashir Live Streaming waealaqatih bitafdilal aljumhur almisrii", *almajalat aleilmiat libuhuth alsahafati*, (jamieat Alqahirati: kuliyyat al'ielami), 23(5). <https://www.facebook.com/Youm7/videos/349481764052544>.  
<https://www.facebook.com/watch/?ref=search&v=1132007820727536>.
- Monika Djerf-Pierre, Mia Lindgren, & Mikayla Alexis Budinski (2019): "The Role of Journalism on YouTube: Audience Engagement with 'Superbug' Reporting", **Media and Communication**, Vol, 7(1), P. 237. Available at: <https://www.cogitatiopress.com/mediaandcommunication/article/view/1758>.
- Michael Karlsson, Annika Bergström, Christer Clerwall & Karin Fast (2015): "Participatory journalism – the (r)evolution that wasn't. Content and user behavior in Sweden 2007–2013", **Journal of Computer-Mediated Communication**, Vol. 20.P.305. Available at: <https://doi.org/10.1111/jcc4.12115>.
- Alyamanii, G. (2015): "altaathirat almaerifiat waltadhkiriyaat lilfidyuhat alsahufiat almusahibat lil'ahdath al'iirhabiati- dirasat tajribiat ealaa tulaab alsahafati", *almajalat aleilmiat libuhuth alsahafati*, (jamieat al'azhar: kuliyyat al'ielami), 2(3)
- Mary A. Bock (2012): " Newspaper journalism and video: Motion, sound, and new narratives", **New Media & Society**, Vol. 14(4), p.612. Available at: <https://08113dc4x-1103-y-https-doi-org.mplbci.ekb.eg/10.1177/1461444811421650>.
- Peter S. Chen, Nicholas Wilson, Gina Masullo Chen & Chen-Wei Chang,(2015):" Longer, Higher Quality Videos Preferred by News Viewers ", **Newspaper Research Journal**, Vol, 36(2), P. 219. Available at: <https://doi.org/10.1177/0739532915587291>.
- Sara Pérez-Seijo(2021): "Use of 360° video by digital native media: exploratory analysis of the first steps in the Spanish journalistic landscape". **Profesional de la información**, Vol, 30(3), P. 6. Available at: <https://www.proquest.com/docview/2531929499/abstract/B4BE364380BD47D6PQ/1?accountid=178282>.
- Najat AlSaied & Fokiya Akhtar (2021): "Media students using mobile phones in the Arabian Gulf to improve English writing and video production skills", **Learning and Teaching in Higher Education: Gulf Perspectives**, Vol, 17(1), P. 13. Available at: <https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/LTHE-09-2020-0038/full/html>.
- David H. Weaver, Lars Willnat, & G. Cleveland Wilhoit (2019): "The American Journalist in the Digital Age: Another Look at U.S. News People", **Journalism & Mass Communication Quarterly**, Vol. 96 (1), p.122. Available at: <https://doi.org/10.1177/1077699018778242>.

- Issues of Mobile Journalism", *M.S.M.C.*, ( United States: Arkansas State University, Journalism), P. 43. Available at: <https://www.proquest.com/docview/2273836096/abstract/9AA2845BA4BF4FA0P/Q/1?accountid=178282>.
- Stan Ketterer, John McGuire, & Ray Murray (2013): "Contrasting Desired Sports Journalism Skills in a Convergent, "*Media Environment, Communication & Sport*, Vol, 2(3), P. 270. Available at: <https://doi.org/10.1177/2167479513482118>.
- Chang-de Liu (2004): "Technology, media workers, and the labor process: ICT's influences on Taiwanese newspaper journalists and freelancers", *Ph. D.*, ( University Graduate Board: the Temple University Graduate Board),P.218.
- Norman E. Youngblood & Ryan Lysaght (2015): 'Accessibility and Use of Online Video Captions by Local Television News Websites, "*Electronic News*, Vol .9(4), P. 253. Available at: <https://doi.org/10.1177/1931243115604885>.

# Journal of Mass Communication Research «J M C R»

A scientific journal issued by Al-Azhar University, Faculty of Mass Communication

---

**Chairman: Prof. Salama Daoud** President of Al-Azhar University

---

**Editor-in-chief: Prof. Reda Abdelwaged Amin**

Dean of Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

---

**Deputy Editor-in-chief: Dr. Ahmed Salem**

Vice Dean, Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

---

## Assistants Editor in Chief:

**Prof. Mahmoud Abdelaty**

- Professor of Radio, Television, Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

**Prof. Fahd Al-Askar**

- Media professor at Imam Mohammad Ibn Saud Islamic University  
(Kingdom of Saudi Arabia)

**Prof. Abdullah Al-Kindi**

- Professor of Journalism at Sultan Qaboos University (Sultanate of Oman)

**Prof. Jalaluddin Sheikh Ziyada**

- Media professor at Islamic University of Omdurman (Sudan)

---

**Managing Editor: Prof. Arafa Amer**

- Professor of Radio, Television, Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

---

## Editorial Secretaries:

**Dr. Ibrahim Bassyouni:** Lecturer at Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

**Dr. Mustafa Abdel-Hay:** Lecturer at Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

**Dr. Ahmed Abdo:** Lecturer at Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

**Dr. Mohammed Kamel:** Lecturer at Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

---

Arabic Language Editors : Omar Ghonem, Gamal Abogabal, Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

---

## Correspondences

- Al-Azhar University- Faculty of Mass Communication.

- Telephone Number: 0225108256

- Our website: <http://jsb.journals.ekb.eg>

- E-mail: [mediajournal2020@azhar.edu.eg](mailto:mediajournal2020@azhar.edu.eg)

● Issue 66 July 2023 - part 3

● Deposit - registration number at Darelkotob almasrya /6555

● International Standard Book Number "Electronic Edition" 2682- 292X

● International Standard Book Number «Paper Edition»9297- 1110

## Rules of Publishing

● Our Journal Publishes Researches, Studies, Book Reviews, Reports, and Translations according to these rules:

- Publication is subject to approval by two specialized referees.
- The Journal accepts only original work; it shouldn't be previously published before in a refereed scientific journal or a scientific conference.
- The length of submitted papers shouldn't be less than 5000 words and shouldn't exceed 10000 words. In the case of excess the researcher should pay the cost of publishing.
- Research Title whether main or major, shouldn't exceed 20 words.
- Submitted papers should be accompanied by two abstracts in Arabic and English. Abstract shouldn't exceed 250 words.
- Authors should provide our journal with 3 copies of their papers together with the computer diskette. The Name of the author and the title of his paper should be written on a separate page. Footnotes and references should be numbered and included in the end of the text.
- Manuscripts which are accepted for publication are not returned to authors. It is a condition of publication in the journal the authors assign copyrights to the journal. It is prohibited to republish any material included in the journal without prior written permission from the editor.
- Papers are published according to the priority of their acceptance.
- Manuscripts which are not accepted for publication are returned to authors.