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 / سامح عبدالغني - وكيل كلية الإعلام للدراسات العليا والبحوث.

مساعدو رئيس التحرير:

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

سكرتيرو التحرير:

د / إبراهيم بسيونى - 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.

التدقيق اللغوي:

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

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

المراسلات:

- القاهرة- مدينة نصر - جامعة الأزهر - كلية الإعلام - ت: ٠٢٢٥١٠٨٢٥٦
- الموقع الإلكتروني للمجلة: http://jsb.journals.ekb.eg
- البريد الإلكتروني: mediajournal2020@azhar.edu.eg

- العدد السبعون- الجزء الثالث - رمضان ١٤٤٥هـ - أبريل ٢٠٢٤م
- رقم الإيداع بدار الكتب المصرية: ٦٥٥٥
- الترقيم الدولي للنسخة الإلكترونية: ٢٦٨٢ - ٢٩٢ x
- الترقيم الدولي للنسخة الورقية: ٩٢٩٧ - ١١١٠

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 والتليفزيون 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 العزعزي (اليمن)

أستاذ الإذاعة والتليفزيون 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 والتليفزيون وعميد كلية الإعلام، الجامعة الحديثة للتكنولوجيا والمعلومات.

٩. أ.د/ خالد صلاح الدين (مصر)

أستاذ الإذاعة والتليفزيون بكلية الإعلام -جامعة القاهرة.

١٠. أ.د/ رزق سعد (مصر)

أستاذ العلاقات العامة - جامعة مصر الدولية.

قواعد النشر

تقوم المجلة بنشر البحوث والدراسات ومراجعات الكتب والتقارير والترجمات وفقًا 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 مؤتمرًا علميًا.**
- **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 .... وتحتفظ 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.**

جميع الآراء الواردة في المجلة تعبر عن رأي صاحبها ولا تعبر عن رأي المجلة

محتويات العدد

- توظيف الإنفوجراف السياسي في تغطية الحرب الإسرائيلية على غزة في المواقع الصحفية العربية والأجنبية (دراسة تحليلية) ١٣٣٥
  أ.م. د/ فلورا إكرام متى

- فعالية تطبيق ذكي مقترح على الهواتف الذكية في تنمية مهارات فن الإلقاء والتقديم الإذاعي لدى طلاب قسم الإعلام التربوي بكلية التربية النوعية ١٣٩٧
  أ.م.د/ إنجي حلمي محمود إبراهيم

- إدارة انهيار السياق وعلاقته بالهوية المهنية لدى أعضاء هيئة التدريس بالجامعات- في ضوء نظرية إدارة خصوصية الاتصالات ١٤٨١
  أ.م.د/ انتصار محمد السيد سالم

- فعالية الحملات التوعوية للقطاع المصرفي السعودي في التوعية بالاحتيال المالي- حملة (خلك حريص) أنموذجًا «دراسة ميدانية - المنطقة الشرقية» ١٥٧١
  أ.م.د/ زكية النور يوسف مكي، فيّ عبد الرحمن يحيى الميموني المطيري، فاطمة حمد أحمد الحليبي، ريم عبد الحي طه

- سيناريوهات مستقبل المحتوى المرئي في الصحف الإلكترونية المصرية في ضوء تطور تقنيات الذكاء الاصطناعي: خلال الفترة من ٢٠٢٣ وحتى ٢٠٣٣ م ١٦٢٣
  د/ محمد جمال بدوي أحمد

- دور الحنين والارتباط بالعلامات التجارية في تشكيل اتجاهات مستخدمي العلامة نحو الامتدادات الصادرة عنها «دراسة ميدانية على الجمهور المصري» ١٦٧٥
  د/ زينب صالح عبد الفضيل جاد

صورة مريض الزهايمر كما تعكسها الدراما المصرية والأجنبية- دراسة نوعية
د/ نيفين محمد عرابي حماد
١٧٣٩

تأثير العنف الناتج عن حرب ما بعد ٧ أكتوبر ٢٠٢٣ على سلامة الإعلاميين الفلسطينيين بقطاع غزة
د/ حنان حسن محمد الجندي
١٨١٣

رؤية الخبراء لمستقبل دور خوارزميات الذكاء الاصطناعي في إدارة منشورات وسائل التواصل الاجتماعي خلال الأزمات «دراسة استشرافية خلال العقد القادم (٢٠٢٤-٢٠٣٤م)
د/ إيمان عبد الرحيم السيد الشرقاوي
١٨٧١

تأثيرُ استخدامِ تقنيِّاتِ الإعلامِ الحديثةِ على جودةِ التَّعليمِ الجامعي خلالَ الأزماتِ مِن وجهةِ نظرِ الطَّلبةِ الفلسطينيين
روحيَّة نعيم سليم عوَّاد ، إيهاب أحمد عوايص
١٩٧٩

م	القطاع	اسم المجلة	اسم الجهه / الجامعة	ISSN-P	ISSN-O	السنه	نقاط المجله
1	الدراسات الإعلامية	المجلة العربية لبحوث الإعلام و الإتصال	جامعة الأهرام الكندية، كلية الاعلام	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 الراى 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 الاعلام 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

سيناريوهات مستقبل المحتوى المرئي في الصحف الإلكترونية المصرية في ضوء تطور تقنيات الذكاء الاصطناعي؛ خلال الفترة من 2023 وحتى 2033 م

Scenarios of the Future of the Visual News Content of the Egyptian Electronic Newspapers in Light of AI's Techniques:from 2023 to 2033

د/ محمد جمال بدوي أحمد

مدرس الصحافة في كلية الإعلام - جامعة الأزهر

Email: Press_mohamad@yahoo.com

ملخص الدراسة

سعت الدراسة لتقديم سيناريوهات متوقعة لمستقبل المحتوى الإخباري المرئي للصحف الإلكترونية المصرية في ضوء تطور تقنيات الذكاء الاصطناعي، من خلال رؤية استشرافية لخبراء الإعلام خلال الفترة من 2023 حتى 2033م، واعتمدت الدراسة على منهج المسح الإعلامي، وتكونت العينة من 50 خبيرًا إعلاميًا من الأكاديميين والمهنيين، واستخدمت أداة الاستبانة لجمع البيانات من المبحوثين.

وتوصلت الدراسة إلى وجود سيناريوهين يتوقع حدوثهما في مستقبل المحتوى المرئي للصحف الإلكترونية المصرية خلال العقد الزمني الممتد من 2023 حتى 2033م، هما: السيناريو المرجعي (الثبات)، بمعنى استمرار الوضع الراهن للصحف الإلكترونية المصرية في تقديم المحتوى المرئي كما هو عليه دون تغيير، والسيناريو التفاؤلي (التطور)، ويعني تطور المحتوى المرئي الذي تقدمه الصحف الإلكترونية المصرية، ويرتبط ذلك بعدة تغيرات؛ تشمل العوامل المجتمعية، كالعامل التكنولوجي، وتطورات تقنيات الذكاء الاصطناعي، والعامل الاقتصادي، والعامل القانوني، والعوامل المرتبطة بالعملية الصحفية ذاتها؛ من وسيلة، وقائمين بالاتصال، وجمهور، ورسالة إعلامية، بينما استبعدت الدراسة إمكانية حدوث السيناريو التشاؤمي (التراجع)، وذلك نظرًا لأن الوضع الراهن للمحتوى المرئي للصحف الإلكترونية المصرية، والتطور الذي يلحق بالظروف المحيطة به لا يدل بأي حال من الأحوال على حدوث هذا السيناريو.

الكلمات المفتاحية: المحتوى المرئي – مستقبل الصحافة الإلكترونية – الذكاء الاصطناعي – رؤية استشرافية.

Abstract

This study seeks to offer expected scenarios of the future of the visual news content of Egyptian electronic newspapers in light of the development of AI techniques through a forward-looking vision of media experts from 2023 to 2033. The study relied on the media survey approach and the sample included 50 media experts academics, and professionals. A questionnaire has been used to collect the data from the respondents.

The study found two expected scenarios for the future of the visual content of Egyptian electronic newspapers from 2023 to 2033. These scenarios are the reference scenario "the steady" which means continuing the status quo of the Egyptian electronic newspapers to present visual content as it is with no change. There's also the optimistic scenario of "the development", which means the development of the visual content presented by Egyptian electronic newspapers. This is linked to several changes that include societal factors such as technology, the development of AI techniques, the economic factor, the legal one, and those related to the process of journalism itself from a method, communication officials, audience, and media message. Meanwhile, the study excluded the possibility of a pessimistic scenario "decline", because the status quo of the visual content of the Egyptian electronic newspapers and the development of the surrounding circumstances, in no case, indicate the occurrence of such a scenario.

Key words: (Visual content – the future of electronic journalism – artificial intelligence – forward-looking vision)

مقدمة:

تقدم التكنولوجيا بصفة مستمرة تقنيات حديثة في مجالات كثيرة، ولكن مجال الإعلام والإخبار الرقمي يحظى باهتمام خاص نظراً لارتباطه الوثيق بالتكنولوجيا؛ إذ تؤدي فيه دوراً كبيراً، يشمل جميع عناصر العملية الصحفية، ومن أبرز نتائج هذا التطور على الصحافة الإلكترونية ما يعرف بالمحتوى المرئي الإخباري، بمعنى تقديم المضمون الصحفي في شكل مرئي يمكن للجمهور مشاهدته بدلًا عن قراءته في شكل نصوص فقط، ويتخذ هذا المحتوى عدة أشكال وأنواع؛ منها البث المباشر للأحداث، والفيديوجراف، والبودكاست المرئي، والبرامج الإخبارية المتنوعة التي تقدمها الصحف الإلكترونية، وملفات الفيديو التي تُنشر مصاحبة للنصوص المكتوبة.

وقد اكتسب المحتوى المرئي أهمية كبيرة، سواء لدى الصحف ذاتها, بصفته أداة حديثة تجذب الجمهور للصحيفة وتدفعه لمتابعتها, وتقدم مزيداً من الثراء والمصداقية للرسالة الصحفية, أو بالنسبة للجمهور من حيث كونه طريقة سهلة في التعرف على الأخبار بسرعة وفي وقت وجيز, وبما يحقق له إشباعات معرفية بمستوى مرتفع.

وعزَّز الوضع الراهن من انتشار استخدام الصحف الإلكترونية المصرية للمحتوى المرئي؛ بل وسعيها بشتى الطرق لتبني أشكاله وأنواعه, ويرجع ذلك لعدة أسباب، أهمها: التأثير القوي للمحتوى المرئي في الرأي العام وتوجيهه, وقد أثبتت الأحداث الجارية ذلك على المستويين المحلي والدولي، وفاعلية المحتوى المرئي وقوته في عرض الأفكار والقضايا, والجمهور ورغبته في معرفة الأخبار وارتباطه بوسائل الإعلام الرقمية التي أصبحت جزءاً لا يتجزأ من حياته, والمنافسة الشديدة بين الصحف الرقمية ومنصات الإعلام الاجتماعي في الحصول على أكبر نسبة من المستخدمين بما يحقق لها أكبر مكاسب

اقتصادية؛ كل ذلك وغيره دفع الصحف الإلكترونية إلى تخصيص أقسام صحفية, ومحررين متخصصين في إنتاج المحتوى المرئي وتقديمه.

وفي ظل تطور أدوات وتقنيات الذكاء الاصطناعي، فيما يتصل بمجال الإعلام, تزداد أهمية المحتوى المرئي, وتظهر تحديات كثيرة أمام الصحف الإلكترونية في المستقبل, في كيفية التعاطي مع هذه الأدوات وتوظيفها واستخدامها بما يحقق تطوير المحتوى المرئي في الشكل والمضمون.

مشكلة الدراسة:

تقدم التكنولوجيا الحديثة في مجال الصحافة والإعلام باستمرار أدوات وتقنيات جديدة تساعد في تعدد وتنوع طرق وأشكال توصيل المضمون الإخباري للجمهور, ومن بين تلك الأشكال التي وفَّرتها التكنولوجيا "المحتوى المرئي"، الذي انتشر استخدامه في الصحف الإلكترونية المصرية بعدة أنواع وأشكال؛ منها البث المباشر للأحداث, والبرامج الإخبارية المُصوَّرة, والفيديوجراف, والبودكاست المرئي، وغير ذلك, واستطاع هذا المحتوى أن يجذب اهتمام الجمهور, لتميزه بعديد من الخصائص والسمات, وتناوله لمختلف قضايا المجتمع, ومع تعددت تأثيراته في الوضع الراهن، سواء في الجمهور أو المضمون الإخباري ذاته, ظهرت الحاجة إلى دراسة مستقبله, خاصة في ضوء تطور تقنيات الذكاء الاصطناعي, وما يمكن أن تقدمه من مستويات أكبر من التأثير للمحتوى المرئي, وبناء على ذلك يمكن بلورة مشكلة الدراسة في التساؤل الآتي: **ما سيناريوهات مستقبل المحتوى المرئى في الصحف الإلكترونية المصرية في ضوء تطور تقنيات الذكاء الاصطناعى؟**

أهمية الدراسة:

تتمثل أهمية هذه الدراسة في الآتى:

1. أهمية الدراسات المستقبلية بما توفره من دراسة للواقع, وتقديم حلول وبدائل للمستقبل, تساعد في استباق الأزمات ومنع حدوثها، والمساعدة في عمليات صنع القرار.
2. أهمية المحتوى المرئي، مع تعدد أشكاله وتأثيراته المختلفة في عناصر العملية الصحفية، وفاعليته في عرض الأحداث والقضايا و وتقديمها وتبنيها.

3. أنها تكشف عن مستقبل أحد أهم الأنماط والأشكال الصحفية الحديثة في توصيل المضمون الإخباري للجمهور.
4. أهمية الوقوف على حقيقة الوضع الراهن للمحتوى المرئي للصحف الإلكترونية المصرية.
5. تقديم سيناريوهات ممكنة أو متوقعة لمستقبل المحتوى المرئي الذي تقدمه الصحف الإلكترونية المصرية.
6. رؤية الخبراء للتأثيرات الراهنة الناتجة عن استخدام الصحف الإلكترونية المصرية للمحتوى المرئي، وتصوراتهم المستقبلية حول تطورها في ضوء تطور تقنيات الذكاء الاصطناعي.

الإطار المعرفي للدراسة:

كانت مواقع مشاركة الفيديو سببًا في ظهور أدوات إعلامية جديدة، مثل صحافة المواطن، وصحافة الفيديو، والمحتوى المرئي الإخباري المستقل الذي تعده وتنتجه الصحف الإلكترونية بنفسها، وساعدت هذه الأدوات كثيرًا في تطوير العمل الإخباري، بعد أن استخدمتها الصحف والمواقع الإخبارية واعتمدت عليها في توصيل الأخبار للجمهور، فقد حققت مستوى مرتفعًا من الثراء المعلوماتي، بجانب زيادة في تفاعلية الصحافة الإلكترونية ومصداقيتها لدى الجمهور[1].

وفرض المحتوى الإخباري المرئي تغييرات على غرف الأخبار، وشكل المضمون الصحفي، بعد أن أصبح الفيديو جزءًا أساسيًا منها، فأصبح وجود الصحفي المتخصص في التقارير المُصوَّرة أمرًا حتميًا، وتبعه ضرورة وجود فريق تقني متخصص في عملية تجهيز الفيديوهات قبل بثها عبر المواقع والصحيفة الإلكترونية، كما فرض على المؤسسات الصحفية تغييرًا في إستراتيجياتها، بالاهتمام بالشأن الدولي بقدر اهتمامها بالشئون المحلية، ويعود ذلك إلى قوة التأثير الذي تحظى به الفيديوهات في الجمهور بتبنيه أو رفضه للقضايا والأحداث[2].

كما غيّر المحتوى المرئي من الطريقة التي يتلقى بها الجمهور الأخبار والمعلومات دون شروط، كما أنه يقدم مضمونًا إخباريًا متنوعًا لجمهور غير متجانس، ومن وجهات نظر

مختلفة، وبأساليب وأطر متعددة، فهو يعمل مقياساً لرجع الصدى، وتقديم دلالات جديدة على فهم الجمهور للأخبار والأحداث واتجاهاته نحوها، ومن ثم إمكانية وضع السياسات التحريرية وتغييرها وتعديلها في ضوء ذلك، حتى القرارات السياسية يمكن أن تستند في كثير من الأحيان إلى رجع الصدى من الفيديوهات الخبرية[3].

ومن أبرز عوامل تأثير المحتوى الإخباري المرئي في العملية الإخبارية: أنه أصبح يمثل معياراً لجودة المضمون الصحفي، ومستوى مصداقيته، والرضا عن الصحيفة الإلكترونية، فالفيديوهات التي تنشرها المواقع الإخبارية ذات الجودة المرتفعة تُعدَّ مؤشراً لدى الجمهور على صدق المحتوى الإخباري الذي تحمله، وبالعكس، فإن ضعف جودته ممن الممكن أن يكون سبباً في انخفاض مستوى المصداقية، وتتوقف قرارات كثير من الجمهور في قياس الرضا عن الموقع الإخباري وتكرار تصفحه كمصدر أساسي لديهم في الحصول على الأخبار على جودة الفيديو[4].

وقدمت الفيديوهات خدمات متعددة للوظيفة الإخبارية، وأصبحت جزءاً أساسيًا من المحتوى الإخباري في البيئة الرقمية، إلا أنها في الوقت نفسه وضعت أمامها تحديات تقنية وتنظيمية وإبداعية، فقد كسرت الطريقة التقليدية في عرض الأخبار، وتحول المحتوى من نص فقط إلى أخبار مرئية، وألزمت الصحف الإلكترونية بوجود أجهزة وتقنيات حديثة لمواكبة التطور في مجال صناعة الأخبار المرئية، وتدريب فريق العمل على استخدامها لإنتاج تقرير إخباري جيد، وتنفيذ متطلبات العصر الرقمي بتقديم مضمون صحفي متعدد الوسائط.

ووضع المحتوى المرئي مهاماً جديدة أمام الصحفيين، فقد تغيَّر شكل القصة الإخبارية، وفرض عليها طريقة مختلفة في العرض والكتابة؛ إذ يختلف التقرير الإخباري المُصوَّر عن التقرير الذي يعتمد على النص فقط، فقد تكون مدة التقرير أطول، ويقدم معلومات أكثر، ويمكن أن يظهر الصحفي شخصيته فيه، وقد يتضمن التقرير رسومات تفاعلية ورسوماً متحركة ومزيجاً من الصور الثابتة والصور المتحركة[5].

إضافة إلى وجود تحدٍ آخر وضعته الفيديوهات أمام الصحف الإلكترونية يتعلق بالجانب المهني والأخلاقي سواء للوسيلة أو الصحفيين أنفسهم، ففي عصر الذكاء الاصطناعي

أوجد التطور التكنولوجي برامج وتطبيقات خاصة بالفيديوهات قادرة على صنع محتوى إخباري مُزيَّف، يمكن أن يلجأ إليه الصحفي أو الموقع الإخباري بقصد أو دون قصد، ففي سبيل بحث المواقع الإخبارية عن جذب الجمهور تقدم لهم المحتوى المثير، وهي قد تلجأ لتعديل الفيديو بالإضافة أو الحذف مما يعد تزييفًا للحقيقة، فهو يخرج الأحداث عن إطارها الحقيقي, وفي الواقع فإن ذلك يتوقف على مستوى التحلي بالأخلاق والتقاليد المهنية الصحفية[6].

أشكال المحتوى المرئى في الصحف الإلكترونية:

يتخذ المحتوى الإخباري المرئي في الصحف الإلكترونية المصرية عدة أشكال وأنواع، أبرزها ما يلي:

البث المباشر للأحداث:

أتاحت خدمة البث المباشر في المواقع والصحف الإلكترونية فرصة الوصول إلى قطاع كبير من الجمهور أكثر من أي وقت مضى، خاصة مع نشره ومشاركته عبر منصات التواصل الاجتماعي، وقد أشارت دراسات عديدة إلى أن صحفًا كثيرة استطاعت الصمود والبقاء في تقديم خدماتها أولًا بالاعتماد على المنصات الرقمية، ثم تفعيل خدمة البث المباشر والحي للأحداث والأخبار التي تقدمها للجمهور، لذا أصبح الاتجاه نحو استخدامها من جانب الصحف الرقمية ضرورة فرضتها طبيعة الأحداث وسرعتها، وطبيعة الجمهور المستخدم، الذي أصبح يفضل تلك الأشكال عن غيرها، مما يسهم بنسبة كبيرة في زيادة عدد متابعيها.

وتكمن أهمية هذه الخدمة في المرونة التي منحتها للصحفيين عند ممارسة عملهم الصحفي، فبدلًا من كتابة الموضوع ونشره، الذي ربما يكلفه كثيراً من الوقت والجهد، يمكنه من خلال تلك الخدمة نقل الحدث بشكل مباشر وحي، مما يزيد من ارتباط الجمهور بالصحيفة وتفاعله معها، وفاعلية الصحيفة في التغطية الصحفية بسرعة وكفاءة عالية[7].

الفيديو جراف:

يُعدَّ الفيديوجراف أحد أشكال المحتوى المرئي، وهو قالب صحفي يتكون من أكثر من نمط من الوسائط المعلوماتية في إطار نسق صحفي، لا يؤدي فيه المستخدمون أي مجهود للاختيار، فالعرض يبدأ من البداية وينتقل للنهاية في تسلسل واضح يجمع بين عدة عناصر

من الوسائط المتعددة (النص، والصور، والصوت، والرسوم)، وبذلك أصبح لمضمون الصحفي طريقة بناء، خلقت حزماً تفاعلية لسرد الأخبار والمعلومات بطريقة مميزة[8].

ملفات الفيديو المصاحبة للنص الصحفى:

تُعدَّ لقطات الفيديو الحية التي تنشرها الصحف الإلكترونية مصاحبة للنص الصحفي من أقوى الوسائل تأثيراً في العملية الاتصالية بين الوسيلة الإعلامية وجمهور المتلقين؛ إذ إنها تحتوي على كل العناصر المطلوبة، من الصوت والصورة، التي تمكنها من تقديم الأحداث وشرحها وتفسيرها وتوضيحها، التي لا يقدر النص فقط على توصيلها للجمهور، فضلًا عن تمتعها بمستوى مرتفع من المصداقية في المضمون الصحفي، وقد توسعت المواقع الصحفية في استخدام ملفات الفيديو، فعمدت معظم المواقع إلى تخصيص أقسام لنشر الفيديوهات، سواء تلك التي التقطها صحفيون متخصصون في صحافة الفيديو يتبعون الموقع الصحفي، أو التقطها أفراد من الجمهور وأرسلوها إلى الموقع، الذي ينشرها من خلال خدمات المشاركة التي تتيحها بعض المواقع الصحفية، ويتنوع مضمون هذه الفيديوهات ليشمل جميع الفنون والأشكال التحريرية؛ من أخبار وتقارير وتحقيقات، وكذلك جميع الموضوع والقضايا، كالفن والرياضة والاقتصاد وغيرها[9].

البرامج الإخبارية المُصوّرة:

وتستطيع البرامج الإخبارية المُصوَّرة توظيف الأدوات المتعلقة بالمحتوى الصحفي المرئي؛ من ملفات فيديو، وفيديوجراف، وخرائط، ورسوم، وغير ذلك من الوسائط الرقمية، لتدعيم المضمون الإخباري الذي تقدمه وتجعله أكثر ثراء وجاذبية للجمهور، وهي بتلك الأدوات تجمع بين خصائص الصحافة وخصائص التليفزيون، لذا فهي نوع جديد من الصحافة التليفزيونية، انتشر استخدامه بين المواقع والصحف الإلكترونية المصرية خلال الفترات الماضية، وتستطيع الصحف الإلكترونية أن تنتقل من مرحلة تدعيم النصوص الصحفية بالوسائط المتعددة، إلى مرحلة أكثر تطوراً تتمثل في تقديم البرامج الإخبارية بشكل منفصل وكامل، ويمكن حدوث ذلك عبر ثلاث مراحل أو مناهج كما يلي[10]:

- **المنهج الأول:** الانتقال مرة واحدة إلى الصحافة التليفزيونية، وهنا يتحول فريق العمل إلى الصحافة التليفزيونية مع الاحتفاظ بجزء محدود من طاقة العمل

التقليدي، وتعين المؤسسة الصحفية فريقًا صحفيًا تليفزيونيًا متخصصًا, وتدريب الصحفيين التقليديين على الصحافة التليفزيونية.

- **المنهج الثانى:** ويشمل الانتقال عبر عدة مراحل؛ إذ يمكن للمؤسسة الصحفية أن تنتقل للصحافة التليفزيونية عبر مرحلتين أو أكثر، بتعيين أو تدريب جزء من فريق العمل على الصحافة التليفزيونية, وبقية الأعضاء يستمرون في العمل بالطرق التقليدية، وفي المرحلة الثانية تدريب جزء آخر, وهكذا حتى يصل العمل بطريقة كاملة بالصحافة التليفزيونية.
- **المنهج الثالث:** تُنشئ فيه المؤسسة الصحفية قسمًا جديدًا يختص بالصحافة التليفزيونية داخل المؤسسة، سواء بتدريب بعض الصحفيين التقليديين أو تعيينهم.

الدراسات السابقة:

المحور الأول: دراسات تناولت مستقبل وسائل الإعلام والصحافة الرقمية

اهتمت دراسات وبحوث علمية عديدة في مجال الإعلام بمناقشة مستقبل وسائل الإعلام, ومنها الصحافة الرقمية, وتنوعت أهداف هذه الدراسات, وتعددت نتائجها, كما تباينت مناهجها وأدواتها البحثية, ومن ذلك: دراسة (أيمن بريك , 2022)[11], التي استهدفت رصد وتحليل وتفسير رؤية عينة من الخبراء في مجال الإعلام الرقمي نحو مستقبل صناعة الصحافة الرقمية في ظل الإعلان عن توظيف تقنيات الميتافيرس، والتأثيرات التي يمكن أن يحدثها استخدام هذه التطبيقات في الصحافة الرقمية، من حيث طبيعة الوسيلة، وشكل الرسالة، وخصائص القائم بالاتصال، والجمهور المستهدف، والتغيرات التي يمكن أن تشهدها بيئة الصحافة الرقمية جرَّاء توظيف هذه التقنيات، وذلك في إطار مدخل استشراف المستقبل، وباستخدام أداتي الاستبانة والمقابلة المتعمقة، والتطبيق على عينة من خبراء الإعلام, لتقديم السيناريوهات المستقبلية المتوقعة للظاهرة خلال العقدين القادمين من 2022 إلى 2042.

وتوصلت الدراسة إلى تأكيد الخبراء عينة الدراسة أن الصحافة بشقيها الورقي والرقمي تواجه تحديات كبيرة في ظل التطورات التقنية الحديثة ومن بينها الميتافيرس، وأنه ليس من المتوقع أن تنضم المؤسسات الصحفية المصرية إلى عالم الميتافيرس في المستقبل القريب، وأن الميتافيرس سيكون بديلًا محتملًا للصحافة في المستقبل، وأن مستقبل

الصحفيين الحاليين سيكون مهدداً في عصر الميتافيرس، وأنه على الصحفيين أن يواكبوا هذه التطورات، وعلى الصحف أن توفر لهم التدريب اللازم لتنمية مهاراتهم، وأن أبرز التحديات التي تواجه المؤسسات الصحفية للالتحاق بالميتافيرس التحديات المالية، يليها التقنية، فالإدارية، ثم عدم وجود الكوادر المُدرَّبة، وعدم إدراك إدارات الصحف أهمية الوجود عبر ميتافيرس، إضافة إلى الغموض الذي يحيط بتطبيقات ميتافيرس حتى الآن.

كما أشارت دراسة (Jorge Vázquez-Herrero & Others,2020)[12] إلى أن مستقبل صناعة الصحافة في البيئة الإلكترونية يرتبط بالابتكار والتجديد في طرق الحصول على المعلومات وتوصيلها للجمهور، وعلى الصحافة الإلكترونية إذا ما أرادت البقاء أن تقدم مضموناً صحفياً مميزًا يتصف بالتجدد لمواكبة الإعلام الرقمي الحديث، الذي أصبح بلا شكَّ مسرحاً كبيراً يستطيع الجميع المشاركة فيه، وأداء أدوار مهمة؛ منها صناعة الأحداث والترويج لها، كما ينبغي للصحف الإلكترونية أن تسعى لامتلاك التقنيات الحديثة، وأن تقبل كل جديد في مجال الذكاء الاصطناعي وتستخدمه في تطوير صناعة المحتوى الصحفي، وفي ضوء ذلك عليها أن تعد خطط إستراتيجية قابلة للتنفيذ للتطوير الصحفي، أو من خلال قسم خاص داخل كل صحيفة يُنشأ لتقديم اقتراحات لتطوير المنتج الصحفي بما يواكب سوق الإعلام، أو الاستعانة بآخرين خارجياً من الهيئات والمؤسسات التي تُعنى بتطوير المجال الإعلامي، أو البحث عن نماذج مبتكرة ثبت نجاحها في المجال الإخباري والعمل وفق ما توصلت إليه.

وأوضحت دراسة (Christian Pentzold, 2019)[13] أن البحث في مستقبل الصحافة وأشكالها وأنواعها الجديدة لعرض الأخبار يُعدَّ جانباً أساسياً في عملية إنتاج الأخبار والقصص الإخبارية في الوقت الراهن، لما لها من دور مهم في الوقوف على مستوى جدية هذه المستحدثات وفائدتها للوسيلة والجمهور، خاصة في ضوء تعدد المنصات الرقمية وتنوعها، وكشفت نتائج الدراسة وجود صعوبة في استشراف المستقبل فيما يتصل بالأشكال والطرق الجديدة لعرض الأخبار، أو حتى التحكم فيها من خلال رسم مسارات محددة لها، ذلك أن المجال الصحفي لم يعد فقط مقتصراً على ما يأتي به أصحاب المهنة من جديد، بل يوجد شركاء آخرون يؤثرون في المجال وكثيراً ما يأتون بالحديث الذي تتبناه الصحف

والمواقع الإخبارية بعدها، فضلًا عن تعدد العوامل المؤثرة في جوانب الصحافة، كالعوامل الاجتماعية والتكنولوجية والسياسية، التي تزيد الأمر صعوبة في معرفة مستقبلها، لكن البحث فيه يجعله أكثر واقعية، ويسمح برؤية التغيرات المهمة، والممارسات الحديثة التي ربما تؤدي إلى تطور الصحافة أو تراجعها، ووضع حجر الأساس لهذه التغيرات.

وأشارت دراسة (Juho Ruotsalainen ,2019)[14] إلى أن بيئة الوسائط الرقمية الحديثة أثَّرت في المحتوى الصحفي تأثيرًا كبيرًا، وأصبح مستقبل بناء الأخبار وتقديمها في الإعلام الهجين متوقفًا على العوامل الاجتماعية والتكنولوجية بدرجة كبيرة؛ إذ حيث تُوجَّه الأخبار للجمهور بواسطة منصات إنتاج وتوزيع جديدة تدفع المتلقي إلى ضرورة التكيف معها والممارسات والقيم وأشكال التفاعل المرتبطة بها، كما أن حاجة القائمين بالاتصال أنفسهم إلى التواصل والتعاون مع جماهيرهم يرتبط بخصائص الوسيط الرقمي الجديد الذي يُسهِّل هذه العملية؛ فالمحرر الصحفي يستطيع أن يتعرف على حاجة الجمهور إلى نوع معين من الأخبار، والأساليب التي يفضلها في طرق عرضها، ويقدم له المنتج الإخباري وفق ذلك، سواء لجمهور عام أو لجمهور متخصص.

وحاولت دراسة (**أحمد محمد علوي**، 2022)[15] تقديم مجموعة من السيناريوهات المحتملة أو الممكنة لوصف وتصور مستقبل صحافة الفيديو في مصر، والتعرف على الاحتمالات التي تطرحها معطيات الوضع الراهن لمستقبلها، واعتمدت الدراسة على منهج المسح، لاستطلاع آراء الخبراء وتصوراتهم عن مستقبل الظاهرة محل الدراسة، وقد توقع الخبراء حدوث سيناريو التفاؤل لمستقبل صحافة الفيديو خلال العقد القادم، ورأى الخبراء عدم التزام صحافة الفيديو بالمعايير المهنية والأخلاقية للعمل الصحفي، وذلك بسبب أن ظهور صحافة الفيديو أدى إلى ظهور مجموعة من التحديات الأخلاقية التي تمس معايير المهنة والأفراد والمجتمع، لذا يجب وضع تقنين وتشريع صارم لضمان الرقابة وإحكام السيطرة على حالة الانفلات على ما يُبث من خلال الصحف الإلكترونية ومواقع التواصل الاجتماعي، بحيث تخضع لعملية فلترة معلوماتية قبل السماح بعرضها، فالحرية التي وفَّرتها شبكة الانترنت لم ترافقها مسئولية في كثير من الأحيان، وفقدت الدقة

والموضوعية، مما يستوجب عدم الاعتماد على الوازع الذاتي لضبط وتنظيم ما يُنشر عبرها.

وتناولت دراسة (Matti Minkkinen, 2019)[16] مستقبل الصحافة الرقمية، وأكدت أن مستقبل هذه الصحف يرتبط بمستقبل المعلومات، والحماية التي تُفرض على المعلومات لحفظ خصوصيتها، فالإعلام الجديد وقنواته المتعددة، وسباقه المستمر في الوصول إلى الأخبار، يجعله في كثير من الأوقات ينتهك خصوصيات الأفراد والمؤسسات للحصول على المعلومات، وربما يلجأ إلى تزيف الحقائق، واقترحت الدراسة أن يسير معه بالتوازي مستقبل أفضل لحماية المعلومات، سواء بالقانون أو من خلال مواثيق الشرف التي يجب كتابتها وتفعيلها، ودعت الدراسة المجتمعات للنظر بشكل أكثر دقة لمستقبل الأخبار، لكي يمكن تجنب سقوطها في تهديدات التزييف.

وأشارت دراسة (Wilson Lowrey, Zhou Shan, 2018)[17] إلى أنه في إطار التحديات والمخاوف المحيطة بمستقبل الصحافة الإلكترونية، فإن محاولة استكشاف مستقبلها أمر صعب للغاية، ففي عصر التكنولوجيا والتطورات المتلاحقة، نتعامل مع مستقبل الأخبار بوصفه قضية أساسها عدم اليقين بما هو قادم، وهو مستقبل محفوف بالمخاطر فيما يتصل بإعادة بناء هياكل المؤسسات الصحفية لتواكب هذا التطور التقني وقابليتها لذلك، وما يتعلق باقتصادياتها في عصر المعلومات المتاحة مجانًا، والتطبيقات المجانية للأخبار، وقدرتها على الاستمرار، فالأمر أكبر بكثير من محاولة إيجاد نماذج ناجحة وتطبيقها في المستقبل، فمعطيات الوضع الراهن تشير إلى أن نموذج "الاندماج الشبكي" سيكون له دور كبير في بناء مستقبل الأخبار، ويعني دمج الشبكات الرقمية الإخبارية في بيئة عمل واحد قائمة على الإبداع والتعاون، فالصحفي والمُصوِّر والمصمم يُكوِّنون فريقًا واحدًا لإنتاج محتوى إخباري مناسب لطبيعة جمهور الشبكة، وربما سيظهر في المستقبل شبكات رقمية جديدة تؤدي أدواراً رئيسة في مستقبل الصحافة ككل.

وأكدت دراسة (Brian Creech,2018)[18] أن غرف الأخبار التقليدية للصحف الورقية قد انتهت صلاحيتها، وأصبحت عقبة في طريق بناء مستقبل أفضل للأخبار، فالمستقبل يفرض على المؤسسات الصحفية التخلي عن التقاليد والممارسات القديمة للصحافة

المطبوعة، فهي لم تعد تناسب الأخبار الرقمية، أو حتى تناسب الجمهور المتلقي، فالتوجه نحو الرقمنة في العملية الصحفية ضرورة ملحة، لربط العناصر التحريرية ببعضها، وأن المؤسسات الصحفية المقاومة للتغير لن يكون لها وجود خلال المستقبل، فجمهور الوسيلة الإلكترونية متحيز بطبعه نحو كل جديد، بل ويطالب الصحف بالتحيز له، وتلبية اهتماماته الإخبارية بطرق ووسائل حديثة يقتنع بها، وفي الوقت نفسه لن يتنازل عن معيار جودة الأخبار.

وأوضحت نتائج دراسة (سماح عبد الرازق الشهاوي، 2015)[19] أن الصحافة الإلكترونية ستشهد تطوراً في المستقبل، وتوقف الإصدارات المطبوعة التي تحقق لها خسائر، كما توقع خبراء الإعلام حدوث تغييرات اقتصادية ربما تؤثر في أوضاع الصحافة بشكل عام في المستقبل، وأن الصحف الورقية لن تختفي في المستقبل؛ لكنها ستتأثر بزيادة استخدام الصحف الإلكترونية، وأن اختفاءها ليس بالضرورة أن يكون كلياً؛ ستكون موجودة ولكن بنسبة قليلة، وأن الصحافة الرقمية ستشهد ازدهاراً في المستقبل.

التعليق على دراسات المحور الأول:

- اعتمدت معظم الدراسات السابقة في هذا المحور على مناهج وأساليب متشابهة إلى حد كبير، وقد اتخذت معظمها الاستبانة أداة لجمع البيانات من المبحوثين، كما تشابهت في استخدام المناهج، فاعتمد أغلبها على منهج المسح والمنهج المقارن، وأسلوب السناريوهات.
- أكدت الدراسات في هذا المحور أهمية التكنولوجيا في مستقبل الصحافة الإلكترونية، بوصفها أساساً لنشأتها، وضمانة لاستمراريتها، وأن تطور أشكال عرضها للمضمون الصحفي في المستقبل يتوقف – إلى حد كبير– على قدرتها في مواكبة تطوراتها التقنية.
- أشارت دراسات هذا المحور إلى أهمية العوامل المجتمعية للتأثير في الصحافة الإلكترونية، مثل العامل الاقتصادي والعامل التكنولوجي، إضافة إلى العامل القانوني والسياسي.

المحور الثانى: دراسات اهتمت بالمحتوى المرئى في الصحف الرقمية

تناولت دراسات عديدة الأشكال والأدوات الصحفية الجديدة، ومن بينها المحتوى المرئي، وتنوعت أهداف هذه الدراسات، كما اختلفت في أدواتها البحثية، ومناهجها العلمية، والنتائج التي توصلت إليها، ومن ذلك: دراسة (نشمي القحطاني، 2023)[20]، التي استهدفت التعرف على اتجاهات الإعلاميين السعوديين نحو التقارير المرئية في الصحافة السعودية الرقمية، والمنصات الإخبارية في وسائل التواصل الاجتماعي، والكشف عن الأسباب التي تقف وراء اتجاهات الإعلاميين السعوديين نحو التقارير المرئية في الصحافة الرقمية، وأهم التحديات التي تواجهها الصحافة الإلكترونية السعودية، وتوصلت نتائجها إلى أن التقارير الصحفية المرئية عبارة عن وصف تسجيلي ودقيق، تقدم الصحيفة من خلاله في لغة سهلة وواضحة جميع التفاصيل التي تهم القراء، التي تُدعم بالمعلومات والأقوال والصور والوثائق لوقائع وتطورات ونتائج حدث مهم كما عايشها المحرر، وذلك بهدف التعريف والتوعية والتسلية وتحقيق الربح، والصحافة الرقمية هي التي تصدر بطريقة إلكترونية متكاملة؛ بدءاً من تلقي الأخبار من وكالات الأنباء والمراسلين، والبحث عن المعلومات والصور، واستقائها من بنوك المعلومات الدولية، مروراً بمعالجة الأخبار والتقارير، وكتابة المقالات، وتحريرها وتصحيحها، وتصميم الرسوم والصور الفوتوغرافية، وإعدادها وتركيب الصفحات، وبثها إلى أي جهاز كمبيوتر متصل بالشبكة.

ورصدت دراسة (Anastasia Denisova ,2022)[21] استخدام المؤسسات الصحفية لإستراتيجيات محددة للحد من المحتوى الزائف أو المحتوى "الفيروسي" عبر المحتوى المرئي لقصصها الصحفية، وتحديد الفوائد والمخاطر لنشر المحتوى المرئي الزائف عبر وسائل التواصل الاجتماعي، وكيفية إيجاد التوازن بين الحفاظ على الجمهور وتقديم المحتوى بشكل جديد، وعدم الوقوع في تقديم المحتوى الزائف، ومن خلال إجراء 10 مقابلات مُتعمِّقة مع صحفيين محترفين بمؤسسات صحفية بريطانية، هي: The Guardian, BBC, The Times, The Sunday Times, Telegraph, The Economist, Financial Times, Esquire، توصلت إلى أن

الصحافة في الفترات الأخيرة تعرضت لضغوط شديدة، وكان لزاماً عليها أن تتكيف مع الإيقاعات المتغيرة لاستهلاك وسائل الإعلام، وأن تتعاطى مع التغيرات التي أوجدتها وسائل التواصل الاجتماعي في بيئة الإعلام الجديد، التي تغير باستمرار خوارزميات عرض القصص والمحتوى، خاصة فيما يتعلق بعرض مقاطع الفيديو كمحتوى جذاب قادر على إحداث التفاعل بشكل قوي بين الوسيلة والمستهلكين، إضافة إلى المنافسة بين المؤسسات الصحفية ووسائل التواصل في عرض المحتوى والاستحواذ على الجمهور، التي أضرت في كثير من الأحيان بالمؤسسات الصحفية، من خلال نشرها لمحتوى غير مهني وغير دقيق من حيث صحته، بسبب السرعة في النشر، وأن استمرار هذا الوضع قد يضر بسمعة الصحافة ويفقدها مصداقيتها لدى الجمهور، وأشارت الدراسة أن المحتوى المرئي يعد الحل الأفضل لاحتفاظ المؤسسات الصحفية بجمهورها، وذلك لقدرته على جذب الانتباه وتوافقه مع متطلبات الجمهور الذي يبحث باستمرار عن القصص العاطفية المرئية التي تتحدث عن اهتماماته ومشكلاته.

ودراسة (debruinhu kiki, 2022)[22]، التي استهدفت تحليل المحتوى الإخباري الجديد عبر المنصات الرقمية، وقياس مستوى تفاعل الجمهور معه، وتأثير في اتجاهاتهم نحو القضايا المعروضة، بتحليل 189 مادة صحفية في مواقع The Guardian, The New York Times, BBC، خلال المدة من يوليو 2015 حتى يوليو 2018 ، واختيرت هذه العينة للتعرف على تأثير العوامل الثقافية في بناء المحتوى الجديد للصحافة الرقمية واستخدامه وتبنيه، وأُجري تحليل كمي للعينة التي جُمعت، وهي عبارة عن مقاطع فيديو وصور ذات تقنية 360 درجة ومحتوى الواقع الافتراضي، وتوصلت نتائجها إلى أن المنصات الرقمية عينة الدراسة تستخدم التقنيات الحديثة في إنتاج المحتوى الإخباري الجديد بشكل متزايد، مثل القصص الصحفية المرئية، وذلك لأنها أثبتت نجاحاً كبيراً في خلق نوع من التفاعل المستمر بين المحتوى والجمهور؛ إذ يكون الجمهور جزءاً من القصة الصحفية، وذلك يعد أحد أسباب الاتجاه للاستخدام المتزايد لهذا المحتوى، فهي تؤدي إلى المشاركة العاطفية وتأثير ملحوظ في السلوك والمعرفة لدى المستهلكين.

كما توصلت نتائج الدراسة إلى أنه من الصعب الحكم على الابتكارات الصحفية في عرض المحتوى الإخباري دون الأخذ في الاعتبار الإمكانات التكنولوجية التي تعد السبب الرئيس في هذا المحتوى، مثل ضرورة وجود جهاز لوحي مُزوَّد بتطبيقات حديثة لإنتاج محتوى صحفي مرئي متميز، أو وجود سماعات رأس ونظارات خاصة لعرض محتوى الواقع الافتراضي، فضلًا عن تجهيز غرف الأخبار بالتكنولوجيا الحديثة التي تمكنها من إنتاج هذا المحتوى بطرق فعَّالة حتى يكون لها قيمة مضافة تقدمها في المحتوى الإخباري، كما توجد تحديات تقف أمام إنتاج هذا المحتوى، أهمها درجة تناسبه مع الأعراف والتقاليد والأخلاقيات الصحفية، مما يخلق توترات جديدة بين الممارسة الفعلية للصحفي ومتطلبات الجمهور.

وتوصلت دراسة (Jenni Mäenpää , 2022)[23] إلى أن بيئة الإعلام الرقمي الجديد جعلت مقدمي المحتوى المرئي في وسائل الإعلام تحت ضغط شديد نتيجة المطالبات المستمرة بضرورة تقديم كل جديد ومميز، فضلًا عن أن التغيرات المستمرة في مجال التكنولوجيا المرتبط بأجهزة التصوير وأدواته تتطور بسرعة، ومن الضروري أن يكون المُصوِّر ملمًا بكل جديد.

وأشارت الدراسة، التي استهدفت التعرف على كيفية اختيار المُصوِّرين للمحتوى المرئي المناسب لطبيعة البيئة الرقمية، وتأثير الممارسات المهنية في ذلك، ورصد مستوى الإفادة من التطورات التكنولوجية في هذا المجال، وتأثيرها في عملهم داخل غرف الأخبار، إلى أن الجمهور في الوقت الراهن لم يعد يقتنع بأي شيء سوى المميز منه، وأن الممارسات المهنية داخل غرف الأخبار هي التي تحدد بدرجة كبيرة طبيعة المحتوى المرئي الذي تقدمه، من حيث تناسبه مع الموضوع الذي يتناوله، أو فئة الجمهور المستهدف، أو حتى الوسيلة التي سيعرض بواسطتها، ومن خلال عينة مُكوَّنة من ثلاث مؤسسات إعلامية (وكالة الأنباء البريطانية "رويترز"، ووكالة الأنباء الفنلندية stt، ومجلة إخبارية فنلندية lk)، وإجراء مقابلات مع عدد من المختصين في تقديم المحتوى المرئي في هذه المؤسسات، أوضحت النتائج أن المحترفين في عمل المحتوى المرئي يعملون وفق معايير محددة لكنها متشابكة إلى درجة كبيرة بين المؤسسات الصحفية، وجميعها يرتبط بخبرة المُصوِّرين في

اختيار المحتوى المناسب مهنيًا وأخلاقيًا، وأن اختيار الصور ليس فقط العامل الرئيس في تقديم محتوى مرئي جيد؛ بل توجد عوامل أخرى ترتبط بمصمم الرسوم، والجرافيك، والمونتاج، وآخرين يكونون فريق عمل متكامل.

وأكدت دراسة (Mary Angela Bock, Allison Lazard , 2022)[24]، التي حاولت التعرف على تأثير اللغة في إدراك الجمهور لمصداقية الأخبار التي تُنقل عبر صحافة الفيديو، وكيف تضيف صحافة الفيديو لعنصر الثقة في الأخبار لدى الجمهور، أنها لا تقلل من الأهمية الأخلاقية لعنصر الشفافية في وسائل الإعلام، ولكنها في الوقت نفسه تكشف عن درجة تعقيدها أثناء الممارسة العملية، وصحافة الفيديو هي إحدى تلك الأدوات الجديدة في بيئة الصحافة الرقمية، تضيف بُعدًا جديدًا لمبدأ الشفافية والمصداقية في عمليات جمع الأخبار ونقلها، فهي وإن كانت تعتمد على لغة صحفية غير دقيقة في كثير من الأحيان، لكنها تُمكِّن الجمهور من الحكم على الأخبار بنفسه، ومن وجهة نظره، ومع أن بداية صحافة الفيديو ووجودها على شبكة الانترنت كانت سيئة جدًا لكثرة أخطائها المهنية، لكن مع تقدم الوقت وتطور الأجهزة واعتماد وسائل الإعلام والجمهور عليها في التعرف على الأخبار من حولهم، أصبحت أكثر مهنية، بل وأصبح لها صحفيون متخصصون فيها، فعبر صحافة الفيديو يتمكن شخص واحد من الحصول على المعلومة وإنتاجها بنفسه، ثم نقلها للجمهور، وتمكنت هذه الأداة الجديدة من معالجة ضعف ثقة الجمهور في الصحافة الرقمية، من خلال نقلها للأخبار بالصوت والصورة مما يقلل فرص الكذب والتزييف.

واستهدفت دراسة (María José Hernández Guerrero , 2022)[25] التعرف على الإستراتيجيات المتبعة في تحويل القصص الإخبارية إلى محتوى مشاهد بدلًا من النصوص الجامدة، والأسباب التي أدت إلى هذا التغيير، وتحديد طبيعة المحتوى الإخباري الذي يُحوَّل إلى محتوى مرئي، ومن خلال مقابلة متعمقة مع مسئولين عن أقسام المحتوى المرئي بصحيفة Eldiario.es الإلكترونية الاسبانية، توصلت الدراسة إلى أن أهم أسباب اللجوء إلى استخدام المحتوى المرئي في نقل الأخبار إلى الجمهور سهولة استخدامها والتعرض لها من جانب الجمهور، كما أنها تجتذب النسبة الأكبر منهم

نحو الموقع الصحفي، وفي الوقت ذاته تقضي بنسبة كبيرة على عمليات التزييف في الأخبار، وأن استخدامه يعد احترماً للجمهور الذي بات يبحث عن كل جديد للتعرض له, ووجود عدة عوامل تؤثر في استخدام المحتوى الإخباري القابل للتحول لمحتوى مرئي، في مقدمتها العوامل الثقافية المرتبطة بالمجتمع وتقبله لهذا المحتوى وتفاعله معه, والعوامل الاقتصادية والمهنية المتعلقة بالصحيفة وإمكاناتها التكنولوجية والصحفية القادرة على تحويل النصوص إلى محتوى مسموع ومشاهد.

وبحثت دراسة (**وفاء درويش**، 2021)[26] في كيفية توظيف تطبيقات الصحافة التليفزيونية في المواقع الإلكترونية، إضافة إلى التعرف على مستوى توافر إمكانيات الإنتاج لذلك النوع المستحدث في الإعلام العربي والمصري، ومعدل الاعتماد على التكنولوجيا الحديثة في آليات إنتاج الصحافة التليفزيونية، كذلك اهتمت الدراسة باكتشاف أهم المهارات والمتطلبات التي يحتاج إليها صحفيو التليفزيون، إضافة إلى التحديات التي تواجههم، واعتمدت الدراسة على منهج المسح وأداة تحليل المضمون والاستبانة لجمع المعلومات، وتوصلت نتائجها إلى أن فيديو اليوم السابع جاء في المرتبة الأولى كأكثر الصحف عينة الدراسة إنتاجاً للصحافة التليفزيونية؛ إذ بلغ عدد مقاطع الفيديو التي نشرت عبر قناة الصحافة التليفزيونية الخاصة بالموقع ٧٥٥ مقطع فيديو، مما جعله يتصدر قائمة الأكثر إنتاجاً لمقاطع الفيديو، يليه بوابة أخبار اليوم بعدد ٣٤٩ مقطع فيديو، ثم في المركز الثالث والأخير بوابة الوفد بعدد ١٧٦ مقطع فيديو، وأكد صحفيو التليفزيون بالنسبة لمفهوم الصحافة التليفزيونية أنها نقلة أبعد من تصوير الفيديو في الأخبار التليفزيونية، فهي خطوة أخرى تتجاوز أساليب التغطية التي اعتاد عليها التليفزيون منذ ظهوره، إذ يمكن أن تصبح تليفزيون الجيل القادم، وأوصت الدراسة بضرورة تكاتف جهود الدولة لإيجاد حلول تضمن انضمام صحفيي التليفزيون لكيان نقابي، سواء عن طريق إنشاء كيان نقابي جديد، أو عن طريق إنشاء شعبة في إحدى النقابات السابقة.

ورصدت دراسة (**آيات نبيل عبد العاطى**، 2021)[27] أبرز العوامل الداخلية التي تؤثر في عمل القائم بالاتصال في صحافة الفيديو في مصر، وأكثر العوامل الخارجية تأثيراً في صحفيي الفيديو، وترتيبها من الأكثر تأثيراً إلى الأقل، وتحديد كيفية انتقاء الأفكار،

وأهم العقبات والصعوبات التي تقف أمامهم أثناء العمل وتؤثر في طريقة اختيارهم للأفكار في مصر، واعتمدت الدراسة على منهج المسح واستمارة الاستقصاء لجمع البيانات من 100 مفردة من صحفيي الفيديو في مصر، وتوصلت نتائجها إلى أن صحفيي الفيديو يعتمدون على مواقع التواصل الاجتماعي في تلقي أفكارهم، وكذلك ما يطرحه عليهم المسئولون في الصحيفة، وأنهم يميلون إلى مناقشة زملائهم في العمل أو التعاون معهم عند كتابة الموضوعات، وأكد المبحوثون الدور الإيجابي للإنترنت في خلق أفكار للعمل الصحفي، والوصول إلى أرشيف ضخم من المعلومات، وأن أكثر العوامل التي تساعد صحفيي الفيديو على تقديم أداء أفضل هي: الإحساس بالمسئولية المهنية، وثقة المصادر في التعامل مع الصحفي، والسياسة التحريرية للمؤسسة، والوسائل والإمكانات التكنولوجية المتاحة لدى الصحيفة، بينما أبرز المشكلات الإدارية التي تواجه صحفيي الفيديو في أداء عملهم وتتسبب في تقصيرهم في دورهم وتشتيت انتباههم، هي: مطالبة المؤسسة للصحفي بأداء أكثر من عمل في وقت واحد، وعدم وجود فرص للترقي الوظيفي.

وحاولت دراسة (**أحمد إبراهيم عطية**، 2021)[28] تحليل وتفسير دور صحافة الفيديو في التأثير في الآثار المعرفية والوجدانية والسلوكية لدى الجمهور المصري واتجاهاته نحو أزمة كورونا وكيفية تعامل الدولة معها، وذلك باستخدام منهج المسح بتطبيق استبانة على عينة قوامها 200 مفردة، وتوصلت إلى أن مواقع الشبكات الاجتماعية تأتي في المرتبة الأولى من بين المصادر التي يحصل منها المبحوثون على مقاطع الفيديو التي تتعلق بأزمة كورونا، وجاءت المواقع الإخبارية في المرتبة الثانية، في حين جاءت مواقع الفيديو في المرتبة الأخيرة، وأن مقاطع الفيديو التي تناولت طرق الوقاية من فيروس كورونا جاءت في المرتبة الأولى، وفي المرتبة الثانية مقاطع الفيديو التي تناولت أعراض فيروس كورونا، واحتلت مقاطع الفيديو التي تتناول عدد الإصابات والوفيات اليومية المرتبة الثالثة، وجاءت مقاطع الفيديو التي تتناول طرقًا إرشادية للتعامل مع مصابي كورونا في المرتبة الرابعة، بينما جاءت مقاطع الفيديو التي تتناول العمل على اكتشاف لقاحات لفيروس كورونا في المرتبة الخامسة، والمقاطع التي تتناول طرق علاج الحالات المصابة بفيروس

كورونا في المرتبة السادسة والأخيرة، كما توجد علاقة ارتباطية بين كثافة التعرض لمقاطع الفيديو عن أزمة كورونا على شبكة الإنترنت والآثار المعرفية والوجدانية والسلوكية المترتبة على هذا التعرض.

وتناولت دراسة (**أحمد على، ومروة عطية**، 2019)[29] إحدى أدوات المحتوى المرئي، وهي الفيديوجراف، فحاولت رصد وتحليل قوالب الفيديوجراف التي تسرد وتنقل المضامين الإخبارية في مواقع الصحافة العربية والغربية على شبكة الإنترنت، واعتمدت الدراسة على أداة تحليل المضمون بشقيها الكمي والكيفي لتحليل أنماط الوسائط المعلوماتية المستخدمة في بناء وتكوين هيكل الفيديوجراف، والتعرف على طبيعة المضامين الإخبارية التي تُسرد وتُنقل من خلال توظيف قالب الفيديوجراف، وبالتطبيق على400 موضوع إخباري نشرت في ثمانية مواقع، شملت (CNN- روسيا اليوم – العربية نت – BBC - أخبار اليوم– اليوم السابع- دويتش فيله – الشرق الأوسط)، توصلت النتائج إلى وجود تباين بين المواقع الإخبارية في توظيف الفيديوجراف، فالمواقع العربية وظَّفته بشكل أساسي في الموضوعات السياسية والاقتصادية والاجتماعية والرياضية والعسكرية، بينما كان تركيز المواقع الغربية الناطقة باللغة العربية على توظيفه في فئة الموضوعات الفنية والتقنية والسياحية والبيئية والتنموية والعلمية، كما يوجد تباين بين المواقع في توظيف الفيديوجراف في بناء المضامين الإخبارية وفقًا لطبيعة الموضوع الإخباري ما بين (آني – دائم – موسمي)، كما تصدر استخدام قالب الفيديوجراف في تقديم الأخبار الآنية في مختلف المواقع التي خضعت للدراسة، واختلاف المواقع في طبيعة الوسائط المعلوماتية المُوظَّفة في بناء وتكوين هيكل الفيديوجراف المستخدم في بناء المضامين الإخبارية، واتضح أن بعض الوسائط المعلوماتية كانت قاسمًا مشتركًا في المواقع الإخبارية، وتمثل ذلك في الموسيقا الخلفية والحركة التي تسمح بالانتقال السلس بين أجزاء الموضوع الإخباري وتفاصيله، كما تسهم في الاحتفاظ بانتباه المتلقي لأطول فترة ممكنة.

واستخدمت دراسة (Monika Djerf-Pierre, Mia Lindgren, 2019)[30] أسلوبًا مختلطًا لدراسة أشكال مشاركة الجمهور لمقاطع فيديو YouTube عن مقاومة مضادات الميكروبات الناجمة عن الاستخدام المفرط وإساءة استخدام المضادات الحيوية، بصفتها

أشكالًا صحفية حديثة، وركَّز التحليل على مقاطع فيديو YouTube الأكثر مشاهدة عامي 2016 و2018، وقارن بين سمات المشاركة المعبّر عنها في التعليقات على مقاطع الفيديو الصحفية ومقاطع الفيديو العلمية الشائعة، وتوصلت نتائجها إلى أن مقاطع الفيديو الأكثر مشاهدة حول الظاهرة محل الدراسة على YouTube مقاطع فيديو علمية تعليمية متخصصة تُنتج بطريقة احترافية، وحددت الدراسة 7 أشكال رئيسة من المشاركة رفيعة المستوى، بما في ذلك التعبير عن المشاعر واللوم والدعوات إلى العمل، وأوضحت الدراسة أن الصحافة تؤدي دوراً مهماً على YouTube، من خلال توليد مناقشات الجمهور حول المساءلة الاجتماعية والسياسة، وأن الوجه الآخر لمشاركة الجمهور لمقاطع الفيديو يظهر بوضوح مظاهر الغضب والكراهية والاستياء كمشاعر تتولد لدى الجمهور من المشاهدة، ويمكن التعرف على ذلك من خلال تعليقاتهم على مقاطع الفيديو أو حتى مشاركتهم لها عبر صفحات مواقع التواصل الاجتماعي، ومما لا شكَّ فيه أن مقاطع الفيديو توفر معلومات لا يمكن لغيرها أن توفره حول القضايا الاجتماعية.

وحول كيفية إنتاج الفيديو في المنصات الرقمية داخل الأوساط الإعلامية، جاءت دراسة (Yu Xiang, 2019[31])، فاستهدفت تحديد أدوار المستخدمين العاديين لهذه المنصات من خلال مشاركتهم الفعلية في إنتاج الأخبار والمعلومات عبر ملفات الفيديو القصيرة، وعبر دراسة ثلاث منصات إخبارية تابعة لوكالة أنباء شينغوا الصينية ومنصات رقمية أخرى، توصلت نتائج الدراسة إلى أن مقاطع الفيديو التي أنشاها المستخدمون في أخبار شينغوا لها الأفضلية الواضحة، وبخاصة الموضوعات السياسية والموضوعات الترفيهية، لأنها تركز على المهنية والأخلاق في تناول الموضوعات وعرضها بعيداً عن الإثارة والتزييف، وأنه على الرغم من أوجه التشابه بين الوكالة والمنصات الرقمية الأخرى، فإن هذه المنصات لها طرق مختلفة للغاية للسماح لمستخدمي الإنترنت بالتدخل في بناء أطر الأخبار الخاصة بهم، فالاستخدام المتزايد لتكنولوجيا وسائل الإعلام من جانب مستخدمي الإنترنت يعزز إسهامهم في النقاش العام عن بعض القضايا الاجتماعية طواعية.

التعليق على دراسات المحور الثانى:

- اتفقت أغلب الدراسات الإعلامية على أهمية المحتوى المرئي في توصيل الرسالة الإعلامية، وأنه يُعدُّ شكلًا جديدًا وجد قبولًا وانتشارًا لدى الجمهور.
- أشارت بعض الدراسات إلى أن الصحف الإلكترونية لم تُوظِّف المحتوى المرئي بطريقة جيدة، فلا يزال مضمونه يعتمد على المحتوى الترفيهي غير الجاد، إضافة إلى تأثيراته السلبية في الجانب المهني والأخلاقي للصحافة.
- تنوعت أهداف الدراسات السابقة وأطرها المنهجية في دراسة المحتوى المرئي، ما بين التعرف على مضمون المحتوى المرئي، ومعرفة المهارات والآليات المطلوب توافرها في الوسيلة، والقائمين بالاتصال لإنتاج محتوى احترافي متميز قادر على جذب انتباه الجمهور.
- من خلال استعراض الدراسات السابقة، تبين عدم وجود دراسات تطرقت لدراسة مستقبل المحتوى المرئي في الصحف الإلكترونية المصرية في ضوء تطور تقنيات الذكاء الاصطناعي، وهو موضوع الدراسة الحالية.

أهداف الدراسة:

في ضوء الظاهرة التي تتناولها الدراسة بالرصد، والإطار المنهجي والنظري الذي تستند إليه، فإنها تسعى لتحقيق هدف رئيس هو: تحديد سيناريوهات مستقبل المحتوى الإخباري المرئي للصحف الإلكترونية المصرية في ضوء تطور تقنيات الذكاء الاصطناعي.

ويتحقق هذا الهدف الرئيس من خلال تحقيق عدة أهداف فرعية كالآتي:

1. تحديد الوضع الراهن للمحتوى الإخباري المرئي في الصحف الإلكترونية المصرية.
2. استشراف مستقبل التحديات المختلفة التي تواجه المحتوى الإخباري المرئي في الصحف الإلكترونية المصرية.
3. تفسير التأثيرات الإيجابية والسلبية للمحتوى الإخباري المرئي في الصحف الإلكترونية المصرية.
4. استشراف آراء وتصورات خبراء الإعلام عن مستقبل المحتوى الإخباري المرئي في الصحف الإلكترونية المصرية.

5. تقديم عدد من السيناريوهات المحتملة أو ممكنة الحدوث مستقبلًا للظاهرة – محل الدراسة– في ضوء ما توصلت إليه النتائج.

تساؤلات الدراسة:

1. ما حقيقة الوضع الراهن للمحتوى المرئي في الصحف الإلكترونية المصرية؟
2. كيف يُوظَّف المحتوى المرئي في تقديم المضمون الصحفي للجمهور؟
3. ما رؤية الخبراء للعوامل والمتغيرات المجتمعية عن واقع ومستقبل المحتوى المرئي في الصحف الإلكترونية المصرية؟
4. ما تفسير الخبراء للتأثيرات الناتجة عن استخدام الصحف الإلكترونية المصرية للمحتوى المرئي في الوضع الراهن، وفي المستقبل؟
5. ما أبرز التحديات التي يواجهها المحتوى المرئي في الصحف الإلكترونية المصرية؟
6. كيف يرى خبراء الإعلام (الأكاديميون والمهنيون) سيناريوهات مستقبل المحتوى المرئي للصحف الإلكترونية المصرية في ضوء تطور تقنيات الذكاء الاصطناعي؟

الإطار المنهجي للدراسة:

نوع الدراسة:

تنتمي هذه الدراسة إلى الدراسات المستقبلية التي تحاول الكشف عن المستقبل، وتوضيح مساره، وتحديد معالمه حول الظاهرة موضوع الدراسة، والدراسات المستقبلية عدة أنماط مختلفة، لكن الدراسة الحالية تنتمي إلى نمط الدراسات المستقبلية الاستطلاعية أو الاستكشافية، وذلك بهدف استكشاف صورة المستقبل المتوقع أو المحتمل أو المستقبل الممكن للظاهرة محل الدراسة، وهي: (مستقبل المحتوى الإخباري المرئي في الصحف الإلكترونية المصرية في ضوء تطور تقنيات الذكاء الاصطناعي خلال الفترة من 2023 حتى 2033م).

منهج الدراسة:

منهج المسح:

اعتمدت هذه الدراسة على منهج المسح الإعلامي، وذلك لرصد واقع المحتوى المرئي في الصحف الإلكترونية المصرية، وتصورات الخبراء وآرائهم نحو سيناريوهات مستقبله؛ إذ يُعدَّ منهج المسح من أكثر المناهج البحثية شيوعًا واستخدامًا في البحوث والدراسات

الإعلامية، فضلًا عن كونه جهدًا علميًا منظمًا يساعد في التوصل إلى بيانات ومعلومات عن الظاهرة موضع الدراسة.

مجتمع الدراسة:

يتمثل مجتمع الدراسة في خبراء الإعلام من الأكاديميين من أساتذة كليات وأقسام الإعلام في الجامعات المصرية، والمهنيين من الصحفيين العاملين في الصحف والمواقع الإلكترونية المصرية.

عينة الدراسة:

نظرا لصعوبة إجراء الدراسة على جميع مفردات مجتمع الدراسة، فقد أجرى الباحث الدراسة من خلال استمارة "دلفي"، على عينة متاحة من خبراء الإعلام بلغ قوامها 50 مفردة مقسمة كالآتي:

- (25) مفردة من أساتذة الإعلام الأكاديميين في الجامعات المصرية.
- (25) مفردة من الصحفيين المهنيين في الصحف والمواقع الإلكترونية المصرية.

واختيرت عينة الدراسة وفق المحددات الآتية:

- أن يكون الخبراء من الأكاديميين على درجة أستاذ مساعد أو أستاذ.
- أن يكون الخبراء من المهنيين من رؤساء الأقسام فأعلى منصبًا.
- أن تكون مدة عمل الخبراء لا تقل عن 5 سنوات.

خصائص عينة الدراسة:

المتغيرات الديموجرافية للمبحوثين		
النوع		
ذكر	34	٪68
أنثى	16	٪32
الإجمالى	50	100.0
الوظيفة		
وظيفة أكاديمية في مجال الإعلام	25	٪50
وظيفة مهنية في مجال الإعلام	25	٪50
الإجمالى	50	100.0
سنوات الخبرة		
من 5 سنوات لأقل من 10 سنوات	13	٪26
من 10 سنوات لأقل من 20 سنة	24	٪48
أكثر من 20 سنة	13	٪26
الإجمالى	50	100.0

الفترة الزمنية المستقبلية للدراسة:

اختار الباحث أن تكون الفترة الزمنية للدراسة المستقبلية (10) سنوات، وتقع في نطاق المستقبل المتوسط، واعتمد الباحث في تحديدها على تصنيف "مينسوتا"[32] ، الذي حدد خمسة أبعاد للفترة الزمنية للدراسات المستقبلية، من بينها المستقبل المتوسط، الذي يمتد من خمسة أعوام إلى عشرين عاماً، وذلك لأن التكنولوجيا تتطور بشكل سريع ومتلاحق، الأمر الذي يصعب معه توقع أشكالها وأدواتها المؤثرة في الصحافة خلال فترات زمنية بعيدة، فكان المستقبل المتوسط هو الأنسب لهذه الدراسة.

أساليب الدراسة وأدواتها:

1. **التحليل المورفولوجى**: وذلك للتعرف على جميع العوامل التي تحيط بالظاهرة -محل الدراسة- وتأثيرها فيها، ثم استخدامها في بناء سيناريوهات متوقعة أو ممكنة الحدوث مستقبلًا عن الظاهرة.

وهو يقوم على معرفة جميع التأثيرات التي تحيط بالظاهرة، ورصد العلاقات بين المتغيرات، وتوليد تنبؤات مختلفة في حال بقاء بنية النظام أو تغيرها، وقد يستخدم في اختبار الاتساق للسيناريوهات الإستراتيجية، أو فحص الاتساق الداخلي لصور المستقبل، من خلال تفكيك النظام المدروس لأبعاد أساسية، وإعادة تركيب كل منها ليمثل كل منها صورة ممكنة للمستقبل، وبحث الحلول أو الأوضاع الممكنة لكل منها[33].

واستخدم الباحث هذا الأسلوب من خلال تجزئة الظاهرة محل الدراسة (المحتوى المرئي في الصحف الإلكترونية المصرية) إلى أجزاء شملت جميع عناصر العملية الإخبارية؛ من قائمين بالاتصال، ومضمون، وجمهور، ووسيلة، وعناصر أخرى مؤثرة فيها، كالعوامل السياسية، والاقتصادية، والقانونية، والتكنولوجية، ثم تحليل الوضع الراهن لهذه الأجزاء، واستخدام ذلك كنقطة انطلاق في صياغة عدد من السيناريوهات المحتملة أو ممكنة الحدوث للظاهرة محل الدراسة في المستقبل، ويكتسب هذا الأسلوب أهمية خاصة مع نمط الدراسات الاستطلاعية الاستكشافية.

2. **أسلوب "دلفى"**: وهو أسلوب حدسي منظم، يعتمد على مشاركة جماعية للتنبؤ بالمستقبل، ويستخلص المعلومات من عدة أشخاص من ذوي الكفاءة من الخبراء المعنيين بالظاهرة محل الدراسة، من غير أن يقع أحدهم تحت التأثيرات التي تحول بينه وبين إبداء الرأي بحرية وموضوعية.

ويجيب الخبراء عن الاستبانة المتعلقة بالظاهرة محل الدراسة في جولتين أو أكثر، بعد كل جولة يُرسل ملخص عن توقعات الخبراء من الجولة السابقة، بحيث يراجع الخبراء إجاباتهم في ضوء الردود الواردة من الأعضاء الآخرين المشاركين في الاستبانة من الخبراء، ثم يُعاد قياس آراء الخبراء مرة أخرى لمعرفة مدى حدوث تغيير في معرفتهم حول موضوع الدراسة، ومن ثم تحليل البيانات وتفسيرها وكتابة التقرير النهائي.

- **اختبار الصدق:**

المقصود هنا باختبار الصدق التأكد من أن الاستبانة قادرة على قياس ما وضعت من أجله، ودرجة وضوحها وصلاحيتها للتحليل الإحصائي، وقد أجرى الباحث اختبار الصدق لاستمارة "دلفي"، من خلال عرض الاستمارة على مجموعة من

المُحكِّمين من خبراء الإعلام من أساتذة الإعلام في الجامعات، والصحفيين في المواقع والصحف الإلكترونية[34].

- **اختبار الثبات:**

أُجري اختبار الثبات للاستمارة من خلال أسلوب إعادة الاختبار Test–retest على عينة قوامها 5 أفراد بواقع 10٪ من العينة، وأُعيد الاختبار عليهم مرة أخرى، بعد خمسة عشر يوماً من إجابتهم عن الاستمارة الأولى، وبمقارنة إجابات كل مبحوث في المرتين الأولى والثانية، وحساب المتوسط العام لمعدلات الاتساق تبين أن هذه الاستمارة ذات مستوى ثبات قدره 91٪، وهي نسبة تشير إلى ثبات الاستمارة وقابليتها للتطبيق.

3. **أسلوب كتابة السيناريوهات:** يُوظَّف هذا الأسلوب في البحوث المستقبلية لوضع مجموعة من السيناريوهات الممكنة أو المحتمل حدوثها مستقبلًا، وذلك في ضوء ما توصلت إليه الدراسة من رصدٍ لأوضاع الظاهرة محل الدراسة، وآراء الخبراء حول مستقبلها.

طرق بناء السيناريوهات:

توجد ثلاث طرق لبناء السيناريوهات كما يلي[35]:

- **الطريقة الحدسية أو اللانظامية:** وتعتمد على الحدس والتفكير الكيفي، وتتصف هذه الطريقة بإطلاق طاقات الإبداع والاستبصار والقدرة على التركيب، من خلال النماذج الضمنية أو الذهنية والتنبؤ بالتحولات في مسار التطور.
- **الطريقة النظامية أو طريقة النمذجة:** وتعتمد في الأساس على الكم والنماذج بوجه خاص، وتتعامل مع عدد كبير من المتغيرات أو النماذج الفرعية، من تنسيق السلوك وحساب نتائج الخيارات، وتقدير تكاليفها ومنافعها.
- **الطريقة التفاعلية أو طريقة التفاعل بين الحدس والنمذجة:** وتجمع بين النوعين السابقين؛ إذ تتيح فرصة التفاعل المتبادل بين الحدس والنمذجة من خلال المحاكاة، ويكون التبادل بينهما في أكثر من دورة، وصولًا إلى سيناريوهات جيدة.

وسوف يتبع الباحث الطريقة التفاعلية في بناء السيناريوهات، وهي الطريقة التي تعتمد على كل من الخبرات الفردية والنماذج والخطوات المنهجية، وعلى الحدس والخيال

والكيف والكم، وهي بذلك تجمع بين الطريقة الحدسية (اللانظامية) التي تقوم على الحدس والتفكير الكيفي، والطريقة النظامية (النموذجية) التي تقوم على الطرق الحسابية الكمية في بناء السيناريوهات.

كما يعتمد الباحث في الدراسة الحالية على التقسيم الآتي للسيناريوهات، وهو التقسيم الذي وافق أغلب الدراسات العربية السابقة في مجال المستقبليات، ويحدد السيناريوهات في ثلاثة أنواع على النحو الآتي[36]:

- **سيناريو مرجعى (الثبات أو الخطى)**: وهو السيناريو الذي يفترض استمرار سيطرة الوضع الحالي على تطور الظاهرة المرغوب دراسة مستقبلها، ويستلزم ذلك استمرار المتغيرات والعوامل التي تتحكم في الوضع الراهن للظاهرة.
- **سيناريو إصلاحى (التفاؤلى أو الإصلاحى)**: وهو على خلاف السيناريو السابق، وينطلق من فرضية حدوث تغيرات وإصلاحات في الوضع الراهن للظاهرة، قد تؤدي في النهاية إلى تحقيق تطور أو تحسن في اتجاه الظاهرة مستقبلًا.
- **سيناريو تشاؤمى**: ويفترض هذا السيناريو حدوث تغيرات في العوامل المحيطة بالظاهرة داخليًا وخارجيًا، قد تؤدي في المستقبل إلى تراجعها عن الوضع الحالي الذي هي عليه.

مكونات السيناريو:

يجب أن يحتوي السيناريو الناجح على عدد من المكونات الأساسية، تتمثل في الآتي[37]:

- الافتراضات الأساسية لكل سيناريو.
- فترة تشغيل السيناريو، سواء المحددة مسبقًا من قبل الباحث تبعًا للفترة الزمنية للدراسة، أو المحددة من قبل الخبراء وفقًا لاحتمالية حدوثها في المستقبل.
- تحديد الوضع الابتدائي لكل سيناريو مقترح، وذلك من خلال تحديد مجموعة الشروط الأولية أو الافتتاحية لكل سيناريو "نقطة الانطلاق لكل سيناريو".
- تحديد المسار أو المسارات المستقبلية، التي ستؤدي لكل سيناريو من السيناريوهات المطروحة.
- وصف الوضع المستقبلي لكل سيناريو للظاهرة -محل الدراسة.

مفاهيم الدراسة ومصطلحاتها:

- **الصحافة الإلكترونية**: هي تلك الصحف التي تصدر وتُنشر عبر شبكة الإنترنت، ويحصل من خلالها الجمهور على المعلومات والأخبار المقروءة والمسموعة والمرئية، سواء كانت عامة أو متخصصة، وتتوجه إلى جمهور متنوع ومتباين وغير محدود.
- **المحتوى المرئى**: هي تلك الأشكال الحديثة التي تقدم من خلالها الصحف الإلكترونية المضمون الصحفي في شكل مادة مرئية يمكن مشاهدتها، كملفات الفيديو التي تُنشر مصاحبة للنص الصحفي، والفيديوجراف، والبودكاست، والبرامج الإخبارية المُصوَّرة.

الإطار النظري للدراسة:

مدخل تحليل النظم:

تعتمد الدراسة على مدخل "تحليل النظم"، وهو منهج استدلالي يقوم بداية على فكرة عزل العناصر والمكونات عن بعضها، ومحاولة وصفها وصفًا جزئيًا دقيقًا لتحديد معالم التفاعلات والعلاقات بين هذه العناصر وبعضها التي تؤدي إلى وجود الظاهرة أو المشكلة، ثم اقتراح الحلول والبدائل المختلفة التي تتفق وخصائص هذه التفاعلات والعلاقات.

ووسائل الإعلام -بصفة عامة- تعد في الفكر النظمي أو إطار المنظومات نظامًا مفتوحًا يتفاعل مع البيئة المحيطة به يؤثر فيها ويتأثر بها، لذا لا تقف حدود توظيف تحليل النظم في الدراسات الإعلامية على وصف العناصر والمكونات فقط؛ لكنها تمتد إلى وصف علاقات المؤسسات الإعلامية بالنظم الاجتماعية الأخرى والبيئة الكلية لهذه النظم.

ويركز تحليل النظم على ثلاث عمليات رئيسة[38]:

- وصف المدخلات أو العناصر المحركة للإنتاج، أو المؤثرة في المنتج النهائي.
- وصف المنتج النهائي أو المخرجات أو المستهدف.
- وصف العمليات التي تتم خلال مراحل تحويل المدخلات إلى مخرجات، وطبيعة العلاقات بين العناصر المحركة لهذه العمليات.

- ثم تأتي بعد ذلك العملية المنهجية التي تعد المدخل إلى التشخيص أو اقتراح الحلول والبدائل، وتتمثل في إعادة تركيب هذه العناصر في أكثر من صيغة يترتب عليها اتفاق أو اختلاف في النتائج البديلة.

نتائج الدراسة

سيناريوهات استشراف مستقبل المحتوى المرئي في الصحف الإلكترونية المصرية خلال الفترة من 2023 حتى 2033:

يمكن صياغة نتائج الدراسة في ثلاثة سيناريوهات محتملة أو متوقعة الحدوث للمحتوى المرئي في الصحف الإلكترونية المصرية خلال العقد الزمني الممتد من 2023 حتى 2033، وذلك بالاعتماد على النتائج التي رُصِد من خلالها واقع المحتوى المرئي والعوامل المؤثرة فيه، سواء المرتبطة بالظاهرة نفسها، أو المتغيرات الخارجية، والتحديات والمشكلات التي تواجهه، في ضوء آراء الخبراء (الأكاديميين، والمهنيين).

السيناريو الأول: سيناريو الثبات (بقاء الوضع على ما هو عليه):

الافتراضات الأساسية لهذا السيناريو:

يفترض هذا السيناريو ثبات مجموعة العوامل والمتغيرات المتعلقة بالمحتوى المرئي في الصحف الإلكترونية المصرية، سواء كانت عوامل ومتغيرات خارجية أو مجتمعية ذات صلة وتأثير في المحتوى المرئي؛ كالعوامل التكنولوجية، أو الاقتصادية، أو القانونية، أو السياسية، أو كانت متغيرات وعوامل ترتبط بالظاهرة نفسها كالقائمين بالاتصال، أو الجمهور، أو المضمون الصحفي.

الفترة الزمنية المتوقعة لبدء تشغيل السيناريو:

بناء على رؤية الخبراء، من المتوقع أن تبدأ فترة تشغيل سيناريو الثبات خلال النصف الأول من الفترة الزمنية المقترحة للدراسة، أي خلال السنوات الخمس الأولى من الفترة الزمنية المحددة للدراسة الممتدة من 2023 حتى 2033م.

مكونات سيناريو الثبات (بقاء الوضع على ما هو عليه الآن):

أولًا: الوضع الابتدائى لسيناريو الثبات:

يتعين هذا الوضع من خلال تحديد مجموعة الشروط الأولية أو الابتدائية المتوقع تأثيرها في المحتوى المرئي في الصحف الإلكترونية المصرية، وتعد نقطة الانطلاق لبدء تشغيل هذا السيناريو وتتمثل فيما يلي:

1_ **الوقائع**: وتشمل الحقائق والأوضاع المجتمعية أو الخارجية المؤثرة في الظاهرة محل الدراسة، وذلك على النحو الآتي:

- **العامل التكنولوجى**: يفترض هذا السيناريو أنه لن يحدث تغيير كبير في المحتوى المرئي في الصحف الإلكترونية، خلال الفترة المتوقعة لهذا السيناريو؛ إذ تستمر هذه الصحف في تقديم المحتوى المرئي في شكل ملفات فيديو ملحقة بالنصوص الصحفية، أو ملفات بود كاست، أو فيديوجراف، أو برامج إخبارية مُصوَّرة، أو بث مباشر، ولن تقتني الصحف الإلكترونية المصرية تكنولوجيا تمكنها من تقديم ما هو أفضل من ذلك، حتى لو توفرت لها بعض الأدوات والتقنيات التكنولوجية فلن يكون لها تأثير كبير في المحتوى المرئي في ضوء العوامل الأخرى وعلى رأسها العامل الاقتصادي.
- **العامل الاقتصادي**: يفترض هذا السيناريو عدم حدوث تغيير في الأوضاع الاقتصادية للصحف الإلكترونية المصرية، بمعنى ثبات وضعها الاقتصادي، حتى مع حدوث بعض التغيرات البسيطة، فلن تؤثر في المحتوى المرئي، فالمشكلات الاقتصادية التي تعاني منها هذه الصحف ستستمر، وفي مقدمتها المنافسة الإعلانية التي تواجهها مع منصات الإعلام الاجتماعي، التي تعد المورد الرئيس الذي تعتمد عليه الصحف الإلكترونية في توفير موارد مالية.
- **العامل السياسى**: يفترض هذا السيناريو عدم حدوث تغيرات في الأوضاع السياسية الحالية في المجتمع المصري بصفة عامة، بمعنى ثبات العلاقة بين وسائل الإعلام -ومن بينها الصحافة الإلكترونية- والسلطة السياسية، وثبات هامش الحرية الممنوح لوسائل الإعلام كما هو عليه الآن دون تغيير قد يؤثر في المحتوى المرئي بما يمكنه من تقديم مضمون أكثر جدية وارتباطًا بمشكلات المجتمع.
- **العامل القانونى**: يفترض هذا السيناريو عدم حدوث تغيرات في الأوضاع القانونية في المجتمع المصري بشكل يؤثر في المحتوى المرئي للصحف الإلكترونية، فلن يوجد تغيير أو تعديل في قانون تنظيم الصحافة والإعلام والمجلس الأعلى لتنظيم الإعلام الصادر عام 2018م، بما يحد من حالة الفوضى في تقديم المحتوى

المرئي، ويضع له قواعد أخلاقية ومهنية تناسبه وتتفق مع القوانين وميثاق الشرف الصحفي والإعلامي وأخلاقيات المجتمع المصري.

2_ القوى الفاعلة في هذا السيناريو:

تتعدد القوى الفاعلية في سيناريو الثبات تبعًا لدرجة ارتباطها وتأثيرها في المحتوى المرئي للصحف الإلكترونية المصرية، ووفقًا للخبراء فإنها تشمل الآتي: مصادر الدخل والتمويل ومدى تعددها وتنوعها، والقائمين على العمل الصحفي وتقبلهم لتطوير المحتوى المرئي ومضمونه، إضافة إلى الصحفيين وقدراتهم ومهاراتهم في التعامل معه، فضلًا عن الجمهور وتفاعله مع هذا المحتوى.

ثانيا - المسار أو المسارات المستقبلية لسيناريو الثبات:

وهي المسارات التي يمكن أن تؤدي إلى الوضع المستقبلي للمحتوى المرئي للصحف الإلكترونية، وذلك انطلاقًا من الوضع الابتدائي لهذا السيناريو، الذي سيؤدي إلى مجموعة من التداعيات والمشاهد التي من المتوقع حدوثها في ضوء ثبات مجموعة العوامل والمتغيرات المتعلقة بالمحتوى المرئي في الصحف الإلكترونية المصرية، سواء كانت عوامل ومتغيرات خارجية كالعوامل التكنولوجية، أو الاقتصادية، أو كانت متغيرات وعوامل ترتبط بالظاهرة نفسها، كالقائمين بالاتصال، أو الجمهور، وهنا يجب التفرقة داخل هذه المسارات بين:

- **الأحداث:** وهي وقائع غير مقصودة ولا يمكن التحكم فيها من جانب متخذي القرار خلال الفترة الزمنية التي يغطيها السيناريو، مثل التطورات التكنولوجية التي يصعب توقعها أو التنبؤ بها.
- **التصرفات:** وهي التغيرات المقصودة أو المفترضة مسبقًا، وهي في هذا السيناريو تتمثل في ثبات مجموعة العوامل ذات التأثير في المحتوى المرئي للصحف الإلكترونية، بما يؤدي إلى عدم تغير المحتوى المرئي، واستمرار المشكلات التي يعاني منها والتحديات التي يواجهها كما هي.

وصف الوضع المستقبلي المحتمل أو المتوقع للمحتوى المرئي للصحف الإلكترونية المصرية في إطار سيناريو الثبات:

إذا كانت الفرضية الأساسية لهذا السيناريو تنطلق من احتمالية ثبات المحتوى المرئي للصحف الإلكترونية المصرية في المستقبل دون تغيير، فإنه يمكن وصف الوضع المستقبلي للمحتوى المرئي سواء بالنسبة للعوامل المؤثرة فيه، أو عناصر العملية الصحفية ذاتها كالآتي:

- **القائم بالاتصال**: لن يوجد تغيير في أوضاع الصحفيين في الصحف الإلكترونية يمكن أن يؤثر في تقديمهم لمحتوى مرئي متميز، فسوف تستمر حالة عدم المهنية في تقديم المضمون الصحفي المرئي، بمختلف أشكاله، وذلك نتيجة عدم اهتمام الصحف الإلكترونية برفع مستوى كفاءة الصحفيين وتدريبهم وتأهيلهم على كيفية التعامل الأفضل مع الوسيط الجديد، ووضع مجموعة من القواعد الملزمة للصحفيين في إنتاج محتوى مرئي مناسب مهنياً وأخلاقياً، حتى مع التطورات التي قد تشمل بعض الطرق والممارسات كتخصيص أقسام صحفية متخصصة في تقديم المحتوى المرئي، فلن يحدث تغيير فيه، وستبقى المشكلات المتعلقة بالمحتوى المرئي كما هي، مثل انتهاك الخصوصية كما يحدث في حالة البث المباشر، وعدم الموضوعية والجدية في مناقشة قضايا المجتمع المصري.
- **المضمون الصحفي**: لن يحدث تغيير كبير في المحتوى المرئي من ناحية مضمونه، مع استمرار تقديم ومناقشة القضايا غير الجادة التي يغلب عليها الإثارة والترفيه، مثل المحتوى الرياضي أو الفني، وسيكون المضمون مجرد نقل لما يُنشر في الصحف الإلكترونية، بمعنى عدم وجود مضمون خاص بالمحتوى المرئي فقط، كما ستظل حسابات الصحف الإلكترونية عبر منصات التواصل الاجتماعي الأبرز في توصيل المحتوى المرئي للجمهور، مثل يوتيوب، وفيس بوك، وهي المحددة في كثير من الأحيان لما يجب أن يُنشر ويُقدَّم.
- **الجمهور**: وفقاً لهذا السيناريو، لن يحدث تغيير في جمهور المحتوى المرئي الذي تقدمه الصحف الإلكترونية المصرية، وسيظل اتجاه الجمهور في المقام الأول نحو المحتوى المرئي الترفيهي، وستكون حسابات وصفحات الصحف الإلكترونية عبر

مواقع التواصل الاجتماعي هي الأفضل بالنسبة للجمهور في متابعة المحتوى المرئي، بصفة عامة لن يكون هناك جمهور متخصص في المحتوى المرئي، وإن حدثت زيادة في أعداد المتابعين للمحتوى المرئي والمتفاعلين معه فإنها ستكون غير مؤثرة فيه بدرجة كبيرة.

- **العامل السياسى**: ستستمر الأوضاع السياسية في المجتمع المصري دون تغيير قد يؤثر في المحتوى المرئي، فستبقى مناقشة القضايا وتناولها في المحتوى المرئي مرهونة بهامش الحرية الممنوح والمسموح به لوسائل الإعلام بصفة عامة.
- **العامل الاقتصادي**: وفقًا لسيناريو الثبات، فلن يحدث تغيير في الأوضاع الاقتصادية للصحف الإلكترونية يمكن أن يؤثر في المحتوى المرئي الذي تقدمه، وستظل المنافسة في الحصول على الإعلانات بوصفها المورد الأول للدخل والتمويل محسومة لصالح محركات البحث الكبرى ومنصات التواصل الاجتماعي، بما يعوق الصحف الإلكترونية عن امتلاك العناصر والمقومات التي تمكنها من إنتاج وتقديم محتوى مرئي متطور.
- **العامل القانونى**: في إطار سيناريو الثبات، لن يحدث تغيير في القوانين ومواثيق الشرف الصحفي يمكن أن ينظم بقوة عملية تقديم المحتوى المرئي عبر الصحف الإلكترونية، وستستمر حالة إهدار حقوق الملكية الفكرية والأدبية الناتجة عن نشر بعض الصحف الإلكترونية محتوى مرئيًا يخص صحفًا أخرى دون الحصول على إذن منها، وانتهاك خصوصية المواطنين من جانب القائمين على تقديم المحتوى المرئي كما هي، حتى في حالة وجود صحفيين متخصصين في تقديم المحتوى المرئي فقط، فلن يُقبل قيدهم في نقابة الصحفيين؛ إذ لا يوجد في قانون النقابة ما يسمح بذلك.
- **العامل التكنولوجى**: يرتبط المحتوى المرئي أساسًا بالتقنيات والأدوات التكنولوجية المتطورة، وتقديم محتوى مرئي قوي يتطلب امتلاك هذه التقنيات، مثل آلات التصوير وأجهزة التسجيل الصوتي الحديثة، ومع استمرار تردي الظروف الاقتصادية للصحف الإلكترونية فإن المحتوى المرئي الذي تقدمه الصحف

الإلكترونية سيستمر كما هو دون تغيير، إضافة لضعف البنية التحتية الإلكترونية الأساسية للصحف الإلكترونية المصرية بدرجة كبيرة، الأمر الذي سيعوقها عن تطوير المحتوى المرئي الذي تقدمه.

السيناريو الثانى: السيناريو التفاؤلى (التطور والازدهار):

الافتراضات الأساسية لهذا السيناريو:

يفترض هذا السيناريو حدوث تطور وازدهار للمحتوى المرئي الذي تقدمه الصحف الإلكترونية المصرية؛ إذ يرى الخبراء حدوث بعض التغييرات الايجابية التي تمكنها من تجاوز تحديات الوضع الراهن ومشكلاته، سواء المتعلقة بالعوامل الخارجية ذات التأثير في العمل الصحفي بصفة عامة كالعوامل التكنولوجية والاقتصادية والسياسية، أو المرتبطة بعناصر العملية الصحفية ذاتها كالقائمين بالاتصال والوسيلة والجمهور.

فترة بدء تشغيل السيناريو:

تبدأ فترة تشغيل سيناريو التفاؤل وفقًا لرؤية الخبراء خلال النصف الثاني من الفترة الزمنية المقترحة للدراسة الممتدة من 2023 حتى 2033م.

مكونات سيناريو التفاؤل (التطور والازدهار):

أولًا: الوضع الابتدائى لسيناريو التفاؤل:

يتمثل هذا الوضع في مجموعة الشروط الأولية أو الابتدائية التي تمثل نقطة الانطلاق لبدء تشغيل هذا السيناريو، وتأتي على النحو الآتي:

1- **الوقائع**: وهي هنا الحقائق والأوضاع المجتمعية أو الخارجية المؤثرة في الظاهرة -محل الدراسة- وذلك على النحو الآتي:

- **العامل التكنولوجى**: في ضوء هذا السيناريو، وبناء على التطورات التكنولوجية في المجال الصحفي، فإن الخبراء يرون أن الصحف الإلكترونية ستسعى لامتلاك التقنيات والأدوات الحديثة التي تمكنها من تقديم محتوى مرئي متطور، وستستغل حالة التنافس بين الشركات الكبرى المالكة والمنتجة للتكنولوجيا الحديثة في الحصول على أدوات حديثة بأسعار مناسبة، كما ستعمل على تطوير مهارات صحفييها القائمين على تقديم وإنتاج المحتوى المرئي، وتقوية بنيتها التكنولوجية

لتستوعب هذه التقنيات المتطورة بما يحقق لها مستوى متطوراً من استخدامها والإفادة منها.

- **العامل الاقتصادي**: يرى الخبراء أنه من المتوقع أن يحدث تغيرات اقتصادية للصحف الإلكترونية المصرية سينتج عنها تطور وازدهار للمحتوى المرئي الذي تقدمه؛ إذ إنها ستعمل على تنويع مصادر دخلها وتمويلها، وعدم اقتصارها على الإعلانات فقط، بجانب اتجاه رجال الأعمال إلى الاستثمار في المجال الصحفي، بما ينتج عنه ضخ مزيد من الأموال التي يمكن من خلالها امتلاك أدوات حديثة ستدعم بشكل قوي المحتوى المرئي وتؤدي إلى تطوره، ودفع رواتب جيدة للصحفيين، وتقديم دورات تدريبية لهم تنمي مهاراتهم وتثقل خبراتهم في إنتاج المحتوى المرئي وتقديمه.
- **العامل السياسى**: وفقًا لسيناريو التفاؤل، ستحدث تطورات في العامل السياسي في مصر، بما يساعد على رفع هامش الحرية الممنوح للصحافة والإعلام، وستتمكن الصحف الإلكترونية من تقديم محتوى مرئي تناقش فيه مناقشة القضايا الجادة للمجتمع بمزيد من الموضوعية والعمق والتفسير، وسيأتي ذلك تأثرًا بإدراك أهمية الإعلام بصفة عامة في القيام بأدوار ايجابية في المجتمع، في ضوء التغيرات العالمية الراهنة.
- **العامل القانونى**: يفترض هذا السيناريو أن الصحف الإلكترونية ستلتزم في تقديم المحتوى المرئي بالقوانين المنظمة للعمل الصحفي في مصر، ومواثيق الشرف وأخلاقيات المهنة، بما يحد من انتهاك الخصوصية والتعدي على حقوق الملكية الفكرية للمنتج الصحفي، وكلها أمور ستساعد على ازدهار المحتوى المرئي وتطوره، فضلًا عن إمكانية تغيير قانون نقابة الصحفيين أو تعديله بما يضمن أن يحصل الصحفيون المتخصصون في تقديم المحتوى المرئي على عضوية النقابة بما يؤثر إيجابًا في أدائهم الصحفي والتزامهم الأخلاقي.

2_ القوى الفاعلة في هذا السيناريو:

يرى الخبراء أن القوى الفاعلة في هذا السيناريو متعددة، وذلك وفقًا لدرجة تأثيرها في

المحتوى المرئي، وتتمثل هذه القوى في العوامل الاقتصادية المرتبطة بتنوع مصادر الدخل والتمويل للصحف الإلكترونية، بما يحقق لها القدرة على امتلاك التكنولوجيا الحديثة، وأجهزة التصوير والتسجيل المتطورة لتقديم محتوى مرئي متميز، وتطوير بنيتها التكنولوجية، كما تشمل هذه القوى القائمين بالاتصال من الصحفيين القائمين على إنتاج وتقديم المحتوى المرئي، وحصولهم على التدريب والتأهيل اللازمين للتعامل مع التكنولوجيا المتطورة بمهارة كبيرة.

ثانيا- المسار أو المسارات المستقبلية لسيناريو التفاؤل:

وهي المسارات التي يمكن أن تؤدي إلى تطور المحتوى المرئي الذي تقدمه الصحف الإلكترونية المصرية وازدهاره، وذلك انطلاقًا من الوضع الابتدائي لهذا السيناريو، والتأثيرات الايجابية الناتجة عن تطور مجموعة العوامل المرتبطة بالعمل الصحفي بصفة عامة، كالجانب الاقتصادي والتكنولوجي، والتوجهات الصحفية الحديثة، ويمكن وصفها من خلال الآتي:

- **القائم بالاتصال:** يرى الخبراء أنه في ضوء سيناريو التفاؤل، سيتمكن الصحفيون من امتلاك الخبرات التي تؤهلهم للتعامل مع المحتوى المرئي بنجاح عبر الدورات التدريبية المتخصصة التي ستوفرها لهم الصحف الإلكترونية لرفع مستوى قدراتهم في عمليات الإنتاج والتقديم، وسيساعدهم على ذلك تبني هذه الصحف للتحول نحو غرف الأخبار الرقمية المجهزة بأحدث التقنيات الحديثة، وبذلك سيتوافر الصحفي ذو المهارات المتعددة في الكتابة والإعداد والتسويق للمحتوى المناسب للشكل الصحفي الحديث من جانب، وقابلية هذا المحتوى للنشر عبر المنصات المتعددة من جانب آخر.
- **المضمون الصحفي:** وفقًا لهذا السيناريو ستتنوع طرق وأشكال تقديم المحتوى المرئي، بتقديم محتوى مناسب لكل الفئات، ومناقشة الموضوعات والأحداث بشكل أكثر جدية وعمقًا بعيدًا عن الترفيه والإثارة والسطحية؛ إذ يرى الخبراء أن الصحف الإلكترونية ستعمل على جذب أكبر عدد من الجمهور، والحصول على

أعلى مستوى من المصداقية والثقة في المضمون الذي تقدمه، وسيكون المضمون أكثر إبداعًا وجاذبية.

- **الجمهور**: وفقًا للخبراء، فإن الجمهور في هذا السيناريو سيكون أكثر ارتباطًا بالمحتوى المرئي، وسيعتمد عليه في الحصول على الأخبار والمعلومات ومتابعة الأحداث الجارية أكثر من أشكال وطرق تقديم المضمون الصحفي الأخرى، وذلك لسهولة التعرض له ومشاهدته في أي زمان ومكان، وسيقدم الجمهور مستويات كبيرة من التفاعل مع المحتوى المرئي؛ إذ سيكون مشاركًا ومستقبلًا للمحتوى المرئي بما يعزز ارتباطه به وحرصه على الإفادة القصوى منه.
- **العامل السياسى**: يفترض سيناريو التفاؤل أن التأثيرات الايجابية في الناحية السياسية ستؤدي إلى تطور وازدهار المحتوى المرئي الذي تقدمه الصحف الإلكترونية المصرية، إذ ستتجه الأوضاع نحو مزيد من الحرية، وما قد ينتج عن ذلك من توفير بيئة قانونية داعمة للعمل الصحفي تضمن للصحفي الحق في البحث والحصول على المعلومات من مصادرها الموثقة، وستتناول القضايا بشفافية وموضوعية، وسيرتفع مستوى المصداقية في المضمون الصحفي لدى الجمهور.
- **العامل الاقتصادي**: يفترض هذا السيناريو أن تحدث تغيرات في الأوضاع الاقتصادية، بما ينتج عنها زيادة في استثمار رجال الأعمال في مجال الإعلام الإلكتروني، ومن ثمَّ التوسع في إصدار وامتلاك الصحف الإلكترونية المهتمة بتقديم المحتوى المرئي كشكل صحفي حديث، وسيخلق ذلك منافسة بينهم ستصب في النهاية في تقديم محتوى مرئي متميز، كما سيؤدي إلى تنويع مصادر الدخل والتمويل لهذه الصحف، سواء من الإعلانات أو تقديم الخدمات الإخبارية عبر الهاتف المحمول، أو من خلال الاشتراكات (الدفع مقابل الأخبار)، أو من خلال عقد شراكات اقتصادية واندماجات إعلامية بين الصحف الإلكترونية، ستؤدي في النهاية إلى تطوير المحتوى المرئي.
- **العامل القانونى**: وفقًا لهذا السيناريو، سيوجد حرص بصورة أكبر على تطبيق نصوص القوانين المُنظِّمة للعمل الصحفي، ومواثيق الشرف الصحفي والإعلامي،

وتعديل قانون نقابة الصحفيين، بما سيترتب عليه تأكيد ضرورة العمل وفق القواعد القانونية والمهنية والأخلاقية، وستختفي حالة الفوضى والتجاوزات وانتهاك الخصوصية وحقوق الملكية الفكرية، والمحتوى المرئي بوصفه أحدث أشكال تقديم المضمون الصحفي للجمهور سيكون الأكثر تأثراً إيجاباً بهذه التحولات.

- **العامل التكنولوجى**: يرى الخبراء أن سيناريو التفاؤل يفترض في هذا الجانب حدوث تطورات تكنولوجية متلاحقة ستؤدي إلى تطور وازدهار المحتوى المرئي الذي تقدمه الصحف الإلكترونية المصرية، فالصحف ستقتني الأدوات اللازمة والشاملة لجميع عمليات إنتاج المحتوى المرئي، نظراً لزيادة إقبال جمهور عليه، وحرص الصحف على اجتذاب أكبر عدد منهم.

ج ـ وصف الوضع المستقبلى المحتمل أو المتوقع للوظيفة الإخبارية للصحافة الإلكترونية للمحتوى المرئى في إطار السيناريو التفاؤلى:

إذا كانت الفرضية الأساسية لهذا السيناريو تنطلق من احتمالية حدوث تطور وازدهار للمحتوى المرئي في الصحف الإلكترونية المصرية، فسوف يكون ذلك على المستويات الآتية:

- **القائم بالاتصال**: ستحدث تطورات ملحوظة في أوضاع الصحفيين فيما يتعلق بالتأهيل والتدريب الجيد الذي يمكنهم من العمل بمستويات مرتفعة من الكفاءة مع المحتوى المرئي، وما يتطلبه من مهارات متعددة؛ كالقدرة على استحداث طرق جديدة في الصياغة والكتابة تناسب هذا الشكل الإخباري الحديث والجمهور المتلقي، أو اكتساب مهارات أخرى، مثل: تعلم كيفية التصوير والمونتاج، أو التطورات التي تطرأ على الممارسات الصحفية الجديدة، أو التوجهات التحريرية، أو كيفية توظيف الأدوات الصحفية الأخرى، كالإنفوجراف والصور الحديثة داخل المحتوى المرئي.
- **المحتوى الصحفى**: يرى الخبراء أن الصحف الإلكترونية ستعتمد على إنتاج المحتوى المرئي وفق تقسيمات جديدة للجمهور المتلقي، بما يضمن حصولها على أكبر نسبة من المشاهدين والمتابعين، إضافة إلى صلاحية هذا المحتوى للنشر عبر

أكثر من منصة إخبارية؛ كالموقع الإخباري الرسمي وحسابات الصحيفة على منصات التواصل الاجتماعي، إضافة إلى ارتفاع جودة المحتوى المرئي، من حيث وضوح الصورة والصوت والمشاهد الخارجية التي يُستعان بها أحيانًا، وعمل استوديوهات داخل الصحف الإلكترونية وتجهيزها بشكل كامل لتتمكن من عرض وتقديم محتوى مرئي متميز.

- **الجمهور**: في إطار هذا السيناريو، سيكون للجمهور دور أساسي في عملية تقديم المحتوى المرئي، وذلك من خلال زيادة نسبة المشاركة في إنتاجه، والتفاعل معه، والعمل وفق مبدأ تقسيم الجمهور إلى فئات، وتوجيه المحتوى المرئي المناسب لكل فئة وفق احتياجاتها وما يلائمها.
- **العامل السياسى**: في ضوء منح وسائل الإعلام مزيدًا من الحرية، فإن هذا السيناريو يفترض أن المحتوى المرئي سيتناول الأحداث والقضايا الجارية بشفافية وموضوعية بنسبة مرتفعة، وسيهتم بتقديم جميع الآراء، مع عدم الاقتصار على رأي أو اتجاه واحد، مع منح الصحفيين الحق الكامل في البحث عن المعلومات والحصول عليها من مصادرها الموثقة.
- **العامل الاقتصادي**: يرى الخبراء أن سيناريو التفاؤل يفترض في هذا الجانب التفاؤلي أن اقتصاديات الصحف الإلكترونية ستتطور بدرجة كبيرة، بما سيؤدي إلى تطور وازدهار المحتوى المرئي الذي تقدمه، بتنوع مصادر دخلها وتمويلها من خلال توفير عدة بدائل أخرى بجانب ارتفاع عائداتها من الإعلانات، وستزيد استثمارات رجال الأعمال في مجال الإعلام الرقمي بما يمكن الصحف من اقتناء التكنولوجيا الحديثة القادرة على تقديم محتوى مرئي قوي.
- **العامل القانونى**: في إطار سيناريو التفاؤل، وفي ضوء توقعات الخبراء، فإن الوضع القانوني سيتحسن بدرجة كبيرة، سواء فيما يتعلق بالقوانين التي صدرت أو المتوقع صدورها أو تعديلها في المستقبل، ووضع قواعد للمحاسبة في حالة الخروج عن القانون، وتنظيم العمل داخل هذه الصحف بما يضمن الحقوق المادية والإدارية

للصحفيين من ناحية، وتقديم محتوى مرئي هادف وجاد، وحماية الحقوق الفكرية للمواد الصحفية التي تنتجها هذه الصحف بما فيها المحتوى المرئي.

- **العامل التكنولوجى**: يرى الخبراء أن الجانب التكنولوجي هو الأكثر تأثيراً في المحتوى المرئي وفقًا لسيناريو التفاؤل، وستتمكن الصحف من إنشاء استوديوهات داخل مقارها مجهزة بالأدوات التكنولوجية الحديثة والمتخصصة في تقديم المحتوى المرئي، وستتمكن الصحف الإلكترونية من تطوير بنيتها التكنولوجية بطريقة جيدة، نتيجة تحسن أوضاعها الاقتصادية وتوافر الإمكانات المادية اللازمة لاقتنائها.
- وجدير بالذكر أن الدراسة استبعدت سيناريو التشاؤم؛ إذ إن الوضع الراهن للمحتوى المرئي للصحف الإلكترونية المصرية، والتطور الذي يلحق بالظروف المحيطة به، لا يدل بأي حال من الأحوال على حدوث هذا السيناريو، كما أن توقعات الخبراء ترى أن هذا السيناريو مستبعد الحدوث وغير وارد خلال الفترة المستقبلية للدراسة.

النتائج العامة للدراسة:

توصلت الدراسة- وفقًا لرؤية الخبراء - إلى عدد من النتائج، يمكن تقديمها في الآتي:

1. أكد 60٪ من الخبراء أن الوضع الراهن للمحتوى المرئي للصحف الإلكترونية المصرية "جيد"، بينما نسبة 32٪ منهم يرون أنه ضعيف، في حين أن نسبة 8٪ يرون أنه "جيد جدًا"، وتعكس هذه النتائج عدم الرضا الكامل للخبراء عن المحتوى المرئي، وربما يرجع ذلك لوجود تحديات عديدة لم يتجاوزها القائمون على الصحف الإلكترونية، خاصة فيما يتعلق بعملية إنتاج المحتوى المرئي وتقديمه، ومتطلبات ذلك من توافر العنصر البشري المُؤهَّل والمُدرَّب، والأجهزة الإلكترونية اللازمة.
2. أن نسبة 88٪ من الخبراء يرون أن ملفات الفيديو المصاحبة للنص الصحفي، أفضل أدوات المحتوى المرئي الذي تقدمه الصحف الإلكترونية المصرية في الوقت الراهن، بينما نسبة 54٪ يرون أن المحتوى المرئي المستقل مثل "الفيديوجراف" و"البودكاست المرئي" أفضل ما يُقدَّم من محتوى مرئي، في حين أن نسبة 38٪

تؤكد أن البرامج الإخبارية المُصوَّرة التي تقدمها الصحف الإلكترونية المصرية هي الأفضل، ونسبة 32٪ من الخبراء تشير إلى أن البث المباشر أفضل أدوات المحتوى المرئي.

3. **يرى الخبراء أن أسباب اتجاه الصحف الإلكترونية المصرية إلى استخدام المحتوى المرئى في عرض الأخبار وتوصيلها للجمهور، هى كما يلى وفقا لنسبتها المئوية:**

أ- تعد وسيلة سريعة في توصيل الأخبار والمعلومات للجمهور، وذلك بنسبة 78٪.

ب- وسيلة جذب وإثارة للجمهور تدفعه للتعرض للمحتوى الإخباري، وذلك بنسبة 53٪.

ت- الإسهام في زيادة عدد المتصفحين للموقع كما يحقق تفاعلًا كبيراً، وذلك بنسبة 52٪.

ث- السهولة في عرض الأخبار وتوفير الوقت والجهد والمال، وذلك بنسبة 48٪.

ج- التنوع في طرق وأشكال عرض الأخبار وتقديم تفاصيل أكثر، وذلك بنسبة 47٪.

ح- استخدام جيد للتقنيات التكنولوجية الحديثة، وذلك بنسبة 41٪.

خ- تقدم قيمة اقتصادية مضافة للصحيفة، وذلك بنسبة 40٪.

د- عزوف كثير من الجمهور عن قراءة الأخبار والرغبة أكثر في مشاهدتها، وذلك بنسبة 38٪.

4. **يرى الخبراء أن التأثيرات الايجابية الناتجة عن استخدام الصحف الإلكترونية المصرية للمحتوى المرئى في الوقت الراهن، تأتى كما يلى وفقا لترتيبها ونسبتها المئوية:**

أ- تقديم المحتوى الإخباري بطريقة تناسب متطلبات الجمهور في الوقت الراهن، وذلك بنسبة 76٪.

ب- سهولة ويسر استخدامها وإنتاجها وتفاعل الجمهور معها، وذلك بنسبة 74٪.

ت- تعد فرصة لمشاركة الجمهور في رؤية الأحداث والحكم عليها بنفسه، وذلك بنسبة 72٪.

ث- تقديم تغطية مباشرة للأحداث فور وقوعها بأقل التكاليف، وذلك بنسبة 70٪

ج- يعطي مزيدًا من الحرية للصحف في تناول وطرح القضايا المجتمعية، وذلك بنسبة 46٪.

5. **يرى الخبراء أن التأثيرات السلبية الناتجة عن استخدام الصحف الإلكترونية المصرية للمحتوى المرئى في الوقت الراهن، تأتى كما يلى وفقًا لترتيبها ونسبتها المئوية:**

أ- اعتمادها على صحفيين غير مُؤهَّلين لتقديم هذا النوع من المحتوى الصحفي، وذلك بنسبة 70٪.

ب- اللجوء إلى الإثارة لجذب الجمهور، وذلك بنسبة 66٪.

ت- عدم السيطرة التامة أحيانًا على مجريات الواقع بنشر أو بث كلمات أو صور غير أخلاقية، وذلك بنسبة 58٪.

ث- افتقادها للموضوعية والحيادية أحيانًا لتقديمها من وجهة نظر واحدة، وذلك بنسبة 57٪.

ج- انتهاك الخصوصية وتعارض ذلك مع القوانين ومواثيق الشرف المنظمة للعمل الصحفي، وذلك بنسبة 44٪.

6. **جاء ترتيب الخبراء لأبرز التحديات الراهنة التى تواجه المحتوى المرئى الذي تقدمه الصحف الإلكترونية المصرية، كما يلى:**

أ- تحديات تتعلق بغياب دور الرقابة على هذا المحتوى بما يسيء أحيانًا لمهنة الصحافة.

ب- عدم الالتزام بالقواعد الصحفية المتعارف عليها مهنيًا وأخلاقيًا.

ت- ضعف المضمون الصحفي الذي تقدمه الصحف عبر المحتوى المرئي.

ث- انتهاكها للخصوصيات بما يتعارض نصًا مع صحيح القوانين المنظمة لحرية الرأي والتعبير.

ج- عدم المعرفة الجيدة بكيفية استخدام التقنيات المستخدمة في تقديم المحتوى المرئي.

ح- غياب الصحفي المحترف ذي المهارات المتعددة التي تمكنه من تقديم محتوى مرئي متميز.

خ- تحديات تتعلق بضعف التمويل اللازم لاقتناء التكنولوجيا الحديثة التي يقوم عليا المحتوى المرئي.

7. **أكد 92٪ من خبراء الإعلام أن الصحف الإلكترونية المصرية تستطيع التغلب على التحديات الراهنة (التى سبق ذكرها) في المستقبل، بينما نسبة 8٪ ترى أنها لن تتمكن من تخطيها بشكل كامل.**

8. **يرى الخبراء أن أبرز التأثيرات الايجابية المتوقع حدوثها للصحف الإلكترونية المصرية نتيجة اعتمادها على المحتوى الإخباري المرئى في المستقبل، تتمثل في الآتى:**

أ- تقديم محتوى صحفي متميز للجمهور قائم على المشاركة والتفاعل الدائم، وذلك بنسبة 64٪.

ب- الاعتماد على مزيد من التقنيات الحديثة التي تساعد على تطور المحتوى الإخباري المرئي، وذلك بنسبة 54٪.

ت- التغطية الصحفية للأحداث ستكون أكثر عمقًا وتحليلًا، وذلك بنسبة 50٪.

ث- التدريب الجيد للصحفيين في كيفية تقديم محتوى إخباري مرئي بطريقة احترافية، وذلك بنسبة49٪.

ج- ضبط المحتوى الإخباري المرئي وفق القواعد الأخلاقية والمهنية للممارسة الصحفية، وذلك بنسبة 40٪.

ح- إعادة تنظيم قاعات التحرير والتوجه نحو المحتوى المرئي بمعدل أكبر، وذلك بنسبة 36٪.

خ- الاهتمام بالمضمون الإخباري بحيث يكون أكثر جدة في طرح قضايا المجتمع، وذلك بنسبة 34٪.

د- الجودة الفنية للمحتوى الإخباري المرئي ستكون أفضل بكثير مما عليه الآن، وذلك بنسبة وذلك بنسبة 30٪.

9. **يرى الخبراء أن أبرز التأثيرات السلبية المتوقع حدوثها للصحف الإلكترونية المصرية نتيجة اعتمادها على المحتوى الإخباري المرئى في المستقبل، تتمثل في الآتى:**

أ- تراجع الاعتماد على النصوص الصحفية مقابل المحتوى المرئي، وذلك بنسبة 72٪.

ب- استمرار حالة الفوضى في تقديم المحتوى الإخباري المرئي نظراً لغياب الرقابة، وذلك بنسبة 66٪.

ت- عدم الدقة بسبب المنافسة على سرعة إنتاج المحتوى المرئي وتقديمه، وذلك بنسبة 56٪.

ث- انخفاض نسبة مصداقية الجمهور وثقته في الصحافة المصرية، وذلك بنسبة 50٪.

ج- كثرة الأعباء على الصحفيين التي تفرضها الممارسات الجديدة للمحتوى المرئي، وذلك بنسبة 48٪.

ح- فقدان المعايير المهنية والأخلاقية بدرجة أكبر في المستقبل، وذلك بنسبة 42٪.

10. **يرى الخبراء أنه في ظل التطور المستمر لتقنيات الذكاء الاصطناعى، فإن الصحف الإلكترونية المصرية تستطيع الإفادة من المحتوى المرئى في المستقبل من خلال العمل على الآتى:**

أ- وضع خطط تدريبية للقائمين بالاتصال لثقل مهاراتهم الصحفية بما يحقق الاستخدام الأمثل لهذه التقنيات، وذلك بنسبة 86٪.

ب- إيجاد قواعد تنظيمية قانونية وأخلاقية لضبط المحتوى المرئي، وذلك بنسبة 68٪.

ت- تطوير غرف الأخبار لتلائم استخدام التقنيات الحديثة في تقديم المحتوى المرئي، وذلك بنسبة64٪.

ث- العمل وفق خطط إستراتيجية تستهدف توفير الدعم المالي اللازم لتطوير المحتوى المرئي، وذلك بنسبة 58٪.

ج- التركيز على توظيف المحتوى المرئي في تغطية الأحداث الجادة بشكل أكبر، وذلك بنسبة 56٪.

ح- الاهتمام بالبحوث والدراسات التي تستهدف الكشف عن رغبات الجمهور واهتماماته، وذلك بنسبة50٪.

11. يرى الخبراء أن أبرز العوامل المتوقع تأثيرها في المحتوى المرئى الذي تقدمه الصحف الإلكترونية المصرية في المستقبل تأتى كما يلى حسب أهميتها:

أ- عوامل ترتبط باقتصاديات الصحف المصرية ومصادر دخلها وتمويلها.

ب- عوامل تتعلق بالمستحدثات التكنولوجية والتقنية في هذا المجال.

ت- عوامل تتعلق بالقائمين بالاتصال والصحفيين.

ث- عوامل ترتبط بطبيعة مضمون المحتوى المرئي.

ج- عوامل مرتبطة بالتغيرات السياسية في المجتمع.

ح- عوامل تتعلق بالأطر القانونية المحددة والمنظمة لكيفية الاستخدام.

خ- عوامل ترتبط بالجمهور المتلقي وتقبله وتفاعله مع المحتوى المرئي.

توصيات الدراسة:

توجد عدة توصيات يمكن الخروج بها من هذه الدراسة، يمكن الإشارة إليها فيما يلي:

1. ينبغي على الصحف الإلكترونية أن تهتم أكثر بتطوير المحتوى المرئي بعد أن ثبتت أهميته للصحف والجمهور.
2. الذكاء الاصطناعي يقدم تطورات متلاحقة في أدواته وتقنياته يجب توظيفها لتقديم محتوى مرئي متميز.
3. إعطاء أولوية لتطوير غرف الأخبار وبنيتها التكنولوجية لتوافق التطورات والممارسات الصحفية الحديثة.
4. تدريب الصحفيين ورفع مستوى مهاراتهم بما يمكنهم من التعامل مع الأدوات الصحفية الجديدة ومنها إنتاج المحتوى المرئي وتقديمه.
5. عمل الصحف الإلكترونية على تنويع مصادر دخلها وتمويلها، فعليها يتوقف اقتناؤها للتكنولوجيا الحديثة، ومن ثمَّ تطورها من عدمه.
6. العمل على وضع قواعد تنظيمية جديدة للعمل الصحفي تشمل أدوات الصحافة الحديثة وأشكالها، بما يضمن عملها وفق القوانين ومواثيق الشرف وأخلاقيات المجتمع.

مراجع الدراسة:

[1] Yong Hwan Kim & Dahee Lee & others (2014) ,Exploring characteristics of video consuming behavior in different social media using K-pop videos, **Journal of Information Science** , Vol 40, no 6, p25, Available online http://jis.sagepub.com.ugrade1.eul.edu.eg:2048/content/40/6/806.full.pdf+htm

[2] Eisa al Nashmi, Michael North, Terry Bloom, Johanna Cleary , (2017), Boots on the Ground?': How international news channels incorporate user-generated content into their YouTube presence**, International Communication Gazette**, Vol 79, Issue 8, p647, Available online, https://06113qepv-1106-y-https-journals-sagepub-com.mplbci.ekb.eg/doi/full/10.1177/1748048517707404#_i7

[3] Matt Evans,(2016), Information dissemination in new media: YouTube and the Israeli–Palestinian conflict, **Media ،War & Conflict**, Vol 9, Issue 3. P 325, Available online, https://06113qepv-1106-y-https-journals-sagepub-com.mplbci.ekb.eg/doi/full/10.1177/1750635216643113

[4] Gina Masullo Chen, Peter S. Chen, Chen-Wei Chang, Zainul Abedin, (2017,) News video quality affects online sites' credibility, **Newspaper Research Journal**, vol. 38, issue 1, April 18, p. 19, Available online, https://06113pxgy-1104-y-https-journals-sagepub-com.mplbci.ekb.eg/doi/full/10.1177/0739532917696087

[5] Mary Angela Bock, (2016), Showing versus telling: Comparing online video from newspaper and television websites, **Journalism** , Vol 17 Issue 4, p 493 , Available online , https://06113pxgy-1104-y-https-journals-sagepub-com.mplbci.ekb.eg/doi/full/10.1177/1464884914568076

[6] Marie-Helen Maras, Alex Alexandrou, (2018), Determining authenticity of video evidence in the age of artificial intelligence and in the wake of Deepfake videos**, International Journal of Evidence and Proof**, Online First, Published October 28,, Available online https://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/1365712718807226

[7] سحر الخولي (2022)، استخدام مواقع الصحف المصرية لخدمة البث المباشر Live Streaming وعلاقته بتفضيلات الجمهور المصري, المجلة العلمية لبحوث الصحافة, جامعة القاهرة, كلية الإعلام, قسم الصحافة, ع 23, ج 2, ص 4.

[8] رشا محمد عاطف (2022)، القيم الإخبارية المتضمنة في الفيديوجراف المقدم بالمواقع الإخبارية المصرية, المجلة المصرية لبحوث الإعلام, جامعة القاهرة, كلية الإعلام, ع 81 , ص 515.

[9] محمد جمال بدوي, استخدام ملفات الفيديو في المواقع الصحفية وعلاقتها بمستوى المصداقية لدى الجمهور المصري "دراسة تطبيقية", رسالة ماجستير, غير منشورة , جامعة الأزهر, كلية الإعلام, قسم الصحافة والنشر, 2016, ص 85.

[10] وفاء جمال درويش (2021), الصحافة التليفزيونية في المواقع الالكترونية المصرية ودورها في تطوير أساليب تقديم المحتوى الصحفي, المجلة المصرية لبحوث الصحافة , جامعة القاهرة, كلية الإعلام, قسم الصحافة والنشر, ع 22, ج 2, ص151.

[11] أيمن محمد إبراهيم بريك (2022), تطبيقات الميتافيرس وعلاقتها بمستقبل صناعة الصحافة الرقمية - دراسة استشرافية خلال العقدين القادمين 2022: 2042, المجلة المصرية لبحوث الإعلام, جامعة القاهرة, كلية الإعلام, العدد 78, 2, ص 45:76.

[12] Jorge Vázquez-Herrero & Others,(2020), Journalistic Metamorphosis Media Transformation in the Digital Age,The series Studies in Big Data (SBD) , Polish Academy of Sciences, Warsaw, Poland, Springer Nature, volume 70, , available online, https://link.springer.com/chapter/10.1007/978-3-030-36315-4_4#Sec11

[13] Christian Pentzold, Denise Fechner,(2019), Data journalism's many futures: Diagrammatic displays and prospective probabilities in data-driven news predictions Convergence: The International Journal of Research into New Media Technologies, Vol 25 Issue 5, , , Available online https://061137rlq-1106-y-https-journals-sagepub-com.mplbci.ekb.eg/doi/full/10.1177/1354856519880790#

[14] Juho Ruotsalainen, Jaana Hujanen, Mikko Villi,(2019) A future of journalism beyond the objectivity–dialogue divide? Hybridity in the news of entrepreneurial journalists, Publisher Journalism, Vol 20, Issue 12, December,p235. Available online, https://0c1133fef-1106-y-https-journals-sagepub-com.mplbci.ekb.eg/doi/full/10.1177/1464884919867216

[15] أحمد محمد عبد الله علوي (2022), العوامل المؤثرة على مستقبل صحافة الفيديو في المواقع الالكتروني المصرية, المجلة المصرية لبحوث الاتصال الجماهيري, جامعة بني سويف, كلية الإعلام, مج3, ع1, ص 9: 77.

[16] Matti Minkkinen,(2019), Making the future by using the future: A study on influencing privacy protection rules through anticipatory storylines, New Media & Society, Vol 21 Issue 4, , Available online https://0611381th-1106-y-https-journals-sagepub-com.mplbci.ekb.eg/toc/nmsa/21/4

[17] Wilson Lowrey, Zhou Shan9 (2018), Journalism's fortune tellers: Constructing the future of news, Journalism, Vol 19 , issue 2,, page(s): 129-145, , Available online https://journals.sagepub.com/doi/full/10.1177/1464884916670931

[18] Brian Creech, Anthony M Nadler,(2018), Post-industrial fog: Reconsidering innovation in visions of journalism's future, journalism, Vol 19, Issue 2, Available online https://06113qr6s-1104-y-https-journals-sagepub-com.mplbci.ekb.eg/doi/full/10.1177/1464884916689573

[19] سماح عبد الرازق الشهاوي (2015)، العوامل المؤثرة على مستقبل الصحافة الإلكترونية في مصر في الفترة من 2015 حتى 2030 , رسالة دكتوراة, غير منشورة , جامعة القاهرة , كلية الإعلام , قسم الصحافة والنشر.

[20] نشمي علي القحطاني (2023), اتجاهات الإعلاميين السعوديين نحو التقارير المرئية في الصحافة السعودية الرقمية على بعض الإعلاميين في منطقة مكة المكرمة, الجزائر: جامعة يحي فارس, مجلة أقلام, مج2, ع1, ص 24: 59.

[21] Anastasia Denisova, Viral journalism. (2022) Strategy, tactics and limitations of the fast spread of content on social media: Case study of the United Kingdom quality publications, Journalism ,First published online March 24. https://0c113025n-1105-y-https-doi-org.mplbci.ekb.eg/10.1177/14648849221077749

[22] kiki.debruinhu.nl, Yael de Haan, Sanne Kruikemeier, Sophie Lecheler, and Nele Goutier,(2022) A first-person promise? A content-analysis of immersive journalistic productions, Journalism, Vol 23, Issue 2, February, pp. 479–498.https://0c1130239-1105-y-https-doi-org.mplbci.ekb.eg/10.1177/1464884920922006

[23] Jenni Mäenpää, (2022) In search of visual expertise: examining skilled vision in the work of news photo professionals, Visual Communication, Volume 21 Issue 2, pp. 237–255. https://0c1134snm-1105-y-https-journals-sagepub-com.mplbci.ekb.eg/doi/full/10.1177/1470357220901855

[24] Mary Angela Bock, Allison Lazard, Narrative transparency and credibility: First–person process statements in video news, Convergence: The International Journal of Research into New Media Technologies.: July 28, 2022.

[25]María José Hernández Guerrero, (2022) , The translation of multimedia news stories: Rewriting the digital narrative, JOURNALISm, Vol 23 ,Issue 7. pp. 1488–1508.

https://0c1136po0-1105-y-https-journals-sagepub-com.mplbci.ekb.eg/doi/full/10.1177/14648849221074517

[26] وفاء جمال درويش (2021), تطبيقات الصحافة التليفزيونية في المواقع الالكترونية المصرية ودورها في تطوير أساليب تقديم المحتوى الصحفي, المجلة المصرية لبحوث الصحافة, جامعة القاهرة, كلية الإعلام, قسم الصحافة والنشر, ع 22, ج 2, ص 147: 236.

[27] آيات نبيل عبد العاطي محمود (2021)، العوامل المؤثرة على القائم بالاتصال في صحافة الفيديو: دراسة ميدانية على الصحف الإلكترونية المصرية, رسالة ماجستير, غير منشورة، جامعة القاهرة, كلية الإعلام, قسم الصحافة والنشر.

[28] أحمد إبراهيم عطية (2021)، دور صحافة الفيديو في التأثير على اتجاهات الجمهور نحو أزمة كوفيد 19(كورونا), المجلة المصرية لبحوث الإعلام, جامعة القاهرة, كلية الإعلام, ع77, ج 2, م1, 390:315.

[29] أحمد علي الزهراني، مروة عطية محمد (2019), استخدامات الفيديوجراف في الصحافة الإخبارية دراسة مقارنة بين المواقع العربية والغربية, مجلة الآداب, السعودية: جامعة الملك سعود, كلية الآداب, مج31, ع2، ص 133: 179.

[30] Monika Djerf-Pierre, Mia Lindgren, Mikayla Alexis Budinskim (2019).The Role of Journalism on YouTube: Audience Engagement with 'Superbug' Reporting, Journalism and Social Media: Redistribution of Power, Vol 7, No 1 .

[31] Yu Xiang , 2019 User-generated news: Netizen journalism in China in the age of short video ,Global Media and China, 4 issue: 1, page(s): 52-71,

[32] Dennis Ray Morgan,) 2015) Introduction to Future Studies, Ph.D.Seoul, Korea, Hankuk,University of Foreign Studies, ,p34., Available at , https://www.academia.edu/12313958/Introduction_to_Futures_Studies

[33] عطية محمد عطية (2018)، اتجاهات النخبة نحو مستقبل العلاقات العامة في مصر خلال العقد القادم (2015_2025) دراسة مستقبلية، رسالة دكتوراة, غير منشورة (جامعة سوهاج, كلية الآداب, قسم الإعلام), ص98.

[34] أسماء السادة المُحكِّمين, مرتبة أبجديًا ووفق درجاتهم العلمية:

أ.د.م/ أحمد زارع أستاذ مساعد في قسم الصحافة بكلية الإعلام جامعة الأزهر.

د/ أحمد عبده محمد مدرس في قسم العلاقات العامة بكلية الإعلام جامعة الأزهر.

د/ إسماعيل بسيوني مدرس في قسم الإذاعة والتليفزيون بكلية الإعلام جامعة الأزهر.

د/ حسن عيد مدرس في قسم الإذاعة والتليفزيون بكلية الإعلام جامعة الأزهر.

د/ مصطفي مندي السيد مدرس بقسم الصحافة بكلية الإعلام جامعة الأزهر.

أ/ أحمد نبيوة صحفي في موقع صدى البلد الإخباري.

أ/ بهجت أبو ضيف صحفي ونائب رئيس قسم في موقع اليوم السابع الإخباري.

أ/ حسن مجدي صحفي ومقدم محتوى مرئي في موقع اليوم السابع الإخباري.

أ / مختار معتمد صحفي ونائب رئيس قسم في موقع وصحيفة الجمهورية.

[35] إبراهيم حسن العيسوي (2020), الدراسات المستقبلية ومشروع مصر 2020, المجلة الدولية للبحوث النوعية المتخصصة, الأكاديمية العربية للعلوم الإنسانية والتطبيقية، ع 36، ص 11.

[36] شريهان محمود أبو الحسن, مستقبل حرية الصحافة في مصر دراسة إستراتيجية للعوامل المؤثرة حتى عام 2026, رسالة ماجستير, غير منشورة, جامعة جنوب الوادي, كلية الآداب بقنا, قسم الإعلام, 2012, ص322.

[37] ماجدة عبد المرضي محمد, مستقبل الصحافة المتخصصة في مصر خلال الفترة من 2005 حتى 2025, رسالة دكتوراة, غير منشورة, جامعة القاهرة, كلية الإعلام, 2008, ص 389.

[38] المرجع السابق, ص 173.

References

Yong Hwan Kim & Dahee Lee & others (2014) ,Exploring characteristics of video consuming behavior in different social media using K-pop videos, **Journal of Information Science** , Vol 40, no 6, p25, Available online http://jis.sagepub.com.ugrade1.eul.edu.eg:2048/content/40/6/806.full.pdf+htm

[38] Eisa al Nashmi, Michael North, Terry Bloom, Johanna Cleary , (2017), Boots on the Ground?': How international news channels incorporate user-generated content into their YouTube presence**, International Communication Gazette**, Vol 79, Issue 8, p647, Available online, https://06113qepv-1106-y-https-journals-sagepub-com.mplbci.ekb.eg/doi/full/10.1177/1748048517707404#_i7

[38] Matt Evans,(2016), Information dissemination in new media: YouTube and the Israeli–Palestinian conflict, **Media ،War & Conflict**, Vol 9, Issue 3. P 325, Available online, https://06113qepv-1106-y-https-journals-sagepub-com.mplbci.ekb.eg/doi/full/10.1177/1750635216643113

[38] Gina Masullo Chen, Peter S. Chen, Chen-Wei Chang, Zainul Abedin, (2017,) News video quality affects online sites' credibility, **Newspaper Research Journal**, vol. 38, issue 1, April 18, p. 19, Available online, https://06113pxgy-1104-y-https-journals-sagepub-com.mplbci.ekb.eg/doi/full/10.1177/0739532917696087

[38] Mary Angela Bock, (2016), Showing versus telling: Comparing online video from newspaper and television websites, **Journalism** , Vol 17 Issue 4, p 493 , Available online , https://06113pxgy-1104-y-https-journals-sagepub-com.mplbci.ekb.eg/doi/full/10.1177/1464884914568076

[38] Marie-Helen Maras, Alex Alexandrou, (2018), Determining authenticity of video evidence in the age of artificial intelligence and in the wake of Deepfake videos**, International Journal of Evidence and Proof**, Online First, Published October 28,, Available online https://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/1365712718807226

- Alkhuli, S. (2022), astikhdam mawaqie alsuhuf almisriat likhidmat albathi almubashir Live Streaming waealaqatih bitafdilat aljumhur almisrii, almajalat aleilmiat libuhuth alsahafati, jamieat Alqahira, kuliyat al'iielami, qism alsahafati, 23(1).

- Atef, R. (2022), alqiam al'iikhbariat almutadaminat fi alfidiujraf almuqadam bialmawaqie al'iikhbariat almisriati, almajalat almisriat libuhuth al'iielami, jamieat Alqahirati, kuliyat al'iielami, 81(3).

- Badway, M. (2016). aistikhdam milafaat alfidyu fi almawaqie alsahufiat waealaqatiha bimustawaa almisdaqiat ladaa aljumhur almisrii "dirasat tatbiqiatun", risalat majistir, ghayr manshurat , jamieat Al'azhar, kuliyat al'iielami, qism alsahafat walnashri.

- Darwish, W. (2021), alsahafat altilifizyuniat fi almawaqie alalkitruniat almisriat wadawruha fi tatwir 'asalib taqdim almuhtawaa alsahafii, almajalat almisriat libuhuth alsahafat , jamieat Alqahirati, kuliyat al'iielami, qism alsahafat walnashra, 22(4).

- Brik, A. (2022), tatbiqat almitafirs waealaqatuha bimustaqbal sinaeat alsahafat alraqamiat - dirasat aistishrafiat khilal aleaqdayn alqadimayn 2022: 2042, almajalat almisriat libuhuth al'iielami, jamieat Alqahirati, kuliyat al'iielami, 78(4).

[38] Jorge Vázquez-Herrero & Others,(2020), Journalistic Metamorphosis Media Transformation in the Digital Age,The series Studies in Big Data (SBD) , Polish Academy of Sciences, Warsaw, Poland, Springer Nature, volume 70, , available online, https://link.springer.com/chapter/10.1007/978-3-030-36315-4_4#Sec11

[38] Christian Pentzold, Denise Fechner,(2019), Data journalism's many futures: Diagrammatic displays and prospective probabilities in data-driven news predictions Convergence: The International Journal of Research into New Media Technologies, Vol 25 Issue 5, , , Available online https://061137rlq-1106-y-https-journals-sagepub-com.mplbci.ekb.eg/doi/full/10.1177/1354856519880790#

[38] Juho Ruotsalainen, Jaana Hujanen, Mikko Villi,(2019) A future of journalism beyond the objectivity–dialogue divide? Hybridity in the news of entrepreneurial journalists, Publisher Journalism, Vol 20, Issue 12, December,p235. Available online, https://0c1133fef-1106-y-https-journals-sagepub-com.mplbci.ekb.eg/doi/full/10.1177/1464884919867216

-Alawi, A. (2022), aleawamil almuathirat ealaa mustaqbal sahafat alfidyu fi almawaqie alalkitrunii almisriati, almajalat almisriat libuhuth alaitisal aljamahiri, jamieat Bani Suif, kuliyat al'iielami, 1(4).

[38] Matti Minkkinen,(2019), Making the future by using the future: A study on influencing privacy protection rules through anticipatory storylines, New Media & Society, Vol 21 Issue 4, , Available online https://0611381th-1106-y-https-journals-sagepub-com.mplbci.ekb.eg/toc/nmsa/21/4

[38] Wilson Lowrey, Zhou Shan9 (2018), Journalism's fortune tellers: Constructing the future of news, Journalism, Vol 19 , issue 2,, page(s): 129-145, , Available online https://journals.sagepub.com/doi/full/10.1177/1464884916670931

[38] Brian Creech, Anthony M Nadler,(2018), Post-industrial fog: Reconsidering innovation in visions of journalism's future, journalism, Vol 19, Issue 2, Available online https://06113qr6s-1104-y-https-journals-sagepub-com.mplbci.ekb.eg/doi/full/10.1177/1464884916689573

- Alshahawi, S. (2015), aleawamil almuathirat ealaa mustaqbal alsahafat al'iiliktruniat fi misr fi alfatrat min 2015 hataa 2030 , risalat dukturatin, ghayr manshurat , jamieat Alqahirat , kuliyat al'iielam , qism alsahafat walnashri.

- Alqahtani, N. (2023), aitijahat al'iielamiiyn alsaeudiiyn nahw altaqarir almaryiyat fi alsahafat alsaeudiat alraqmiat ealaa baed al'iielamiiyn fi mintaqat makat almukaramati, aljazayar: jamieat Yahya Fars, majalat 'aqlami, maj2, ea1, s 24: 51(3).

[38] Anastasia Denisova, Viral journalism. (2022) Strategy, tactics and limitations of the fast spread of content on social media: Case study of the United Kingdom quality publications, Journalism ,First published online March 24. https://0c113025n-1105-y-https-doi-org.mplbci.ekb.eg/10.1177/14648849221077749

[38] kiki.debruinhu.nl, Yael de Haan, Sanne Kruikemeier, Sophie Lecheler, and Nele Goutier,(2022) A first-person promise? A content-analysis of immersive journalistic productions, Journalism, Vol 23, Issue 2, February, pp. 479–498.https://0c1130239-1105-y-https-doi-org.mplbci.ekb.eg/10.1177/1464884920922006

[38] Jenni Mäenpää, (2022) In search of visual expertise: examining skilled vision in the work of news photo professionals, Visual Communication, Volume 21 Issue 2, pp. 237–255. https://0c1134snm-1105-y-https-journals-sagepub-com.mplbci.ekb.eg/doi/full/10.1177/1470357220901855

[38] Mary Angela Bock, Allison Lazard, Narrative transparency and credibility: First–person process statements in video news, Convergence: The International Journal of Research into New Media Technologies.: July 28, 2022.

[38]María José Hernández Guerrero, (2022) , The translation of multimedia news stories: Rewriting the digital narrative, JOURNALISm, Vol 23 ,Issue 7. pp. 1488–1508. https://0c1136po0-1105-y-https-journals-sagepub-com.mplbci.ekb.eg/doi/full/10.1177/14648849221074517

- Darwish, W. (2021), tatbiqat alsahafat altilifizyuniat fi almawaqie alalkitruniat almisriat wadawriha fi tatwir 'asalib taqdim almuhtawaa alsahafii, almajalat almisriat libuhuth alsahafati, jamieat Alqahirati, kuliyat al'iielami, qism alsahafat walnashra, 22(3).

- Mahmud, A. (2021), aleawamil almuathirat ealaa alqayim bialaitisal fi sahafat alfidyu: dirasat maydaniat ealaa alsuhuf al'iiliktruniat almisriati, risalat majistir, ghayr manshuratin, jamieat Alqahirati, kuliyat al'iielami, qism alsahafat walnashri.

- Atiya, A. (2021), dur sahafat alfidyu fi altaathir ealaa aitijahat aljumhur nahw 'azmat kufid 19(kuruna), almajalat almisriat libuhuth al'iielami, jamieat alqahirati, kuliyat al'iielam, 77(2): 315:390.

- Alzahrani, A. (2019). aistikhdamat alfidiujraf fi alsahafat al'iikhbariat dirasat muqaranat bayn almawaqie alearabiat walgharbiati, majalat aladab, Alsaeudiati: jamieat almalik Saeud, kuliyat aladab, 2(4): 133: 179.

[38] Monika Djerf-Pierre, Mia Lindgren, Mikayla Alexis Budinskim (2019).The Role of Journalism on YouTube: Audience Engagement with ‘Superbug’ Reporting, Journalism and Social Media: Redistribution of Power, Vol 7, No 1 .

[38] Yu Xiang , 2019 User-generated news: Netizen journalism in China in the age of short video ,Global Media and China, 4 issue: 1, page(s): 52-71,

[38] Dennis Ray Morgan,) 2015) Introduction to Future Studies, Ph.D.Seoul, Korea, Hankuk,University of Foreign Studies, ,p34., Available at , https://www.academia.edu/12313958/Introduction_to_Futures_Studies

- Atiaya, A. (2018), aitijahat alnukhbat nahw mustaqbal alealaqat aleamat fi misr khilal aleaqd alqadim (2015_2025) dirasat mustaqbaliatun, risalat dukturatin, ghayr manshura (jamieat Suhaj, kuliyat aladab, qism al'iielami).

- Aleisawi, I. (2020), aldirasat almustaqbaliat wamashrue misr 2020, almajalat alduwaliat lilbuhuth alnaweiat almutakhasisati, al'akadimiat alearabiat lileulum al'iinsaniat waltatbiqiati, 36(4).

- 'Abu alhasan, S. (2012). mustaqbal huriyat alsahafat fi misr dirasat 'iistratijiat lileawamil almuathirat hataa eam 2026, risalat majistir, ghayr manshuratin, jamieat janub Alwadi, kuliyat aladab Qena, qism al'iielami.

- Muhamad, M. (2008). mustaqbal alsahafat almutakhasisat fi misr khilal alfatrat min 2005 hataa 2025, risalat dukturatin, ghayr manshuratin, jamieat Alqahira, kuliyat al'iielami.

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. Sameh Abdel Ghani

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

Issue 70 April 2024 - 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.