

**اعتماد القائم بالاتصال على تقنية الكروس  
ميديا في عرض المحتوى الصحفي بالمواقع  
الإخبارية المصرية وانعكاسه على الأداء  
المهني لديه "دراسة ميدانية"**

إعداد الدكتورة  
**سارة حمزة عبد الله السيسي**  
المدرس بقسم الصحافة والنشر  
كلية الإعلام بنات  
جامعة الأزهر



## اعتماد القائم بالاتصال على تقنية الكروس ميديا في عرض المحتوى الصحفي بالمواقع الإخبارية المصرية وانعكاسه على الأداء المهني لديه "دراسة ميدانية"

سارة حمزة عبد الله السيسي

قسم الصحافة والنشر، كلية الإعلام بنات، جامعة الأزهر، القاهرة، مصر.

البريد الإلكتروني: SarahAlsisi1288.el@azhar.edu.eg

### الملخص:

تهدف الدراسة الميدانية إلى التعرف على اعتماد القائم بالاتصال على تقنية الدروس ميديا في صناعة المحتوى الصحفي وانعكاسها على الأداء المهني لديه من خلال التعرف على معدل معرفة القائم بالاتصال بهذه التقنية، والوقوف على أفضل الأشكال التي يحرص على تقديمها بها، مع تحديد العوامل المؤثرة على اعتماده على تقنية الكروس ميديا في عرض المحتوى الصحفي ورصد التأثيرات الناتجة عن هذا الاعتماد، مع قياس أثر استخدام هذه التقنية على الأداء المهني لديه، وتنتمي الدراسة إلى الدراسات الوصفية، مستخدمة منهج المسح في ضوء نظريتي الاعتماد على وسائل الإعلام، وقبول التكنولوجيا، واعتمدت الدراسة على عينة عمدية من القائمين بالاتصال في المؤسسات الصحفية مستخدمين هذه التقنية والتي بلغ قوامها ٤٠ مفردة من خلال استمارة استقصاء، وقد تم تطبيقها في الفترة من ٢٠٢٤/٦/١ حتى ٢٠٢٤/٩/١، ومن أهم نتائج الدراسة: تصدر موقع مصراوي الترتيب الأول بين المواقع الصحفية، تلاه موقع الدستور في الترتيب الثاني، بينما جاء موقع الوطن في الترتيب الثالث، وقد خلصت الدراسة إلى ارتفاع مستوى معرفة القائم بالاتصال بتقنية الكروس ميديا؛ كما

برز حاجة القائمين بالكروس ميديا إلى أدوار مساندة حيث جاء في مقدمتها "مصمم جرافيك"، كما أثبتت الدراسة صحة الفرض القائل بوجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين درجة الاعتماد علي تقنية الكروس ميديا في عرض المحتوى الصحفي ومستوي الأداء المهني.

**الكلمات المفتاحية:** اعتماد - القائم بالاتصال - الكروس ميديا - الأداء المهني -  
المواقع الإخبارية المصرية.

## The Dependence of Communication Professionals on Cross-Media Technology in Presenting Journalistic Content on Egyptian News Websites and Its Reflection on Their Professional Performance

**Sarah Hamza Abdullah Al-Sisi**

**Department of Journalism and Publishing, Faculty of Mass Communication for Girls, Al-Azhar University, Cairo, Egypt**

**Email: SarahAlsisi1288.el@azhar.edu.eg**

### **Abstract:**

This field study aims to investigate how communication professionals rely on cross-media technology in the creation of journalistic content and the resulting impact on their professional performance. The research seeks to assess the level of knowledge these professionals have regarding this technology, identify the best forms they prioritize in its application, determine the key factors influencing their reliance on cross-media for presenting journalistic content, and analyze the effects arising from this reliance. Furthermore, the study aims to measure the impact of using such technology on their professional performance. Belonging to descriptive research, the study employs a survey method grounded in the theories of media dependence and technology acceptance. It is based on a purposive sample of 40 communication professionals from press institutions that utilize this technology, collected through a survey questionnaire. The data was gathered from June 1, 2024, to September 1, 2024. Among the key findings of the study: the website Masrawy ranked

first among news sites, followed by Ad-Dostor in second place, and Al-Watan in third place. The study shows the need of cross-media operators to support roles, as the forefront of which was "graphic designer". These results demonstrate the significant role of cross-media technology in shaping the landscape of journalistic content in Egypt and highlight its influence on the professional practices of communication professionals within the media sector.

**Keywords:** Dependence, Communication Professionals, Cross media, Professional Performance, Egyptian News Websites.

## مقدمة:

شهدت السنوات الأخيرة ظهور العديد من المفاهيم والتقنيات الحديثة في غرف الأخبار في المؤسسات الصحفية، والتي جاء ظهورها نتيجة مترتبة على التقدم التكنولوجي الرقمي المتلاحق على المحتوى الصحفي وهو ما أدى إلى التنوع والتطور في طريقة إنتاجه وعرضه بطريقة جذابة ومشوقة على مختلف المنصات، فلم يعد التنافس بين المؤسسات الصحفية على السبق الصحفي فحسب؛ بل أصبح الأمر متعلقاً بجذب أكبر عدد من القراء والمتابعين وزيادة نسبة تفاعلهم مع المحتوى الصحفي المقدم على المنصات المختلفة التابعة لهذه المؤسسات.

فالصحف التي عاصرت التحول الرقمي استطاعت أن تعيد أهميتها واستحقاقها لمكانتها في الساحة، واكتسب فئة جديدة من المتابعين والقائمين بالاتصال على حدٍ سواء، والذين أضافوا المزيد من الإثراء للمضمون الصحفي ونافسوا به جهات صناعة المحتوى ذو التوجهات الصحفية الجديدة .

كما فرضت المواقع الإخبارية الإلكترونية أساليب رقمية حديثة في تقديم الأشكال الإخبارية بصفة عامة والقصة الإخبارية الرقمية بصفة خاصة والتي تختلف عن الأنماط التقليدية، فلم يعد النص وحده كفيلاً بإيصال المعلومات للقارئ دون الاستعانة بالوسائط المتعددة، حيث يؤدي التميز البصري باستخدام العناصر المختلفة تجاه المحتوى الصحفي دوراً مهماً في توصيل المعلومة للقارئ، حيث يقوم ببناء بيئة معلوماتية مترابطة تمكن القارئ من الحصول على المعلومة بشكل أسرع مقارنة بالطرق التقليدية الذي أصبح يسعى وراء كل ما هو جديد وسريع سواء في شكل المادة الصحفية المقدمة أو مضمونها، حتى ظهر مؤخراً تقنية الكروس ميديا، والتي تعد طريقة مبتكرة لسرد

القصص الرقمية والتي تعتمد على دمج الوسائط المتعددة (صوت - صورة - فيديو - انفوجراف - جرافيك - رسوم بيانية - الخ....) في ملف صحفي واحد يشارك في إعداده فريق متعدد التخصصات يتعاون معاً في سبيل إنجاح الموضوع الصحفي، وذلك لجذب أكبر عدد من القراء لمتابعة الموضوعات الصحفية التي تنتجها هذه المواقع .

وفي هذا السياق فرضت هذه التقنية الكثير من التحديات على الصحفيين وخاصة فيما يتعلق بالمهنية الصحفية وما تفرضه من حدود التكامل والتعاون فيما بينهم، والمعايير الحاكمة لاتخاذ القرار الصحيح سواء التحريري أو التقني، بالإضافة للإشكاليات الأخلاقية المتعددة، وخاصة ما يتعلق بالموضوعية واختيار المصادر، وأخلاقيات نشر الصورة الصحفية، وغيرها من الأدوار التي تؤديها الصحافة تجاه المشكلات المجتمعية المختلفة؛ بما يخدم القصة الصحفية ويحقق الفائدة والإمتاع للجمهور .

ومن هنا تتطرق هذه الدراسة محاولة منها للتعرف على أهمية اعتماد القائم بالاتصال على تقنية الكروس ميديا في عرض المحتوى الصحفي وانعكاسه على الأداء المهني لديه .

#### الدراسات السابقة:

دراسات تتعلق بالاتجاهات الحديثة في السرد القصصي الرقمي:

١- دراسة فاطمة الزهراء محمد الحفني مصطفى، عادة يحيى حلمي متولي (٢٠٢٤)<sup>(١)</sup>، بعنوان السرد القصصي البصري لليوميات عبر تطبيق تيك

(١) فاطمة الزهراء محمد الحفني مصطفى، عادة يحيى حلمي متولي، السرد القصصي البصري لليوميات عبر تطبيق تيك توك، المجلة العلمية لدراسات الإعلام الرقمي والرأي العام، يونيو ٢٠٢٤، ص ٤١٠-٤٦١.



توك، تهدف الدراسة إلي تحليل محتوى صفحات اليوميات المصرية الخاصة بعدد من مدوني الفيديو عبر تطبيق تيك توك من ناحية شكل ومضمون تلك المقاطع القصيرة، وتقديم رؤية نقدية لواقعها الحالي، وتنتمي هذه الدراسة إلى حقل الدراسات الوصفية التي تعتمد على منهج المسح بشقه التحليلي من خلال استمارة تحليل مضمون كافة مقاطع السرد الرقمي الذي يصور اليوميات والذي يتم بثه عبر تطبيق تيك توك من قبل صانعي المحتوى داخل مصر في ٣ صفحات تدوين يومي على موقع تيك توك تم تمثيلها بـ ٣٠ مقطعًا فيديو بواقع ١٠ مقاطع ممثلة لكل صفحة وهي Sarah Han، Thehadeerhameed، Omkhaled وتوصلت الدراسة إلى عدد من النتائج منها: انحصار موضوع السرد الرقمي في المقاطع في فئة المقاطع الاجتماعية بنسبة بلغت ٩٠%، حيث تناولت حياة الأسرة والعلاقة مع الأصدقاء وزملاء العمل، وفيما يتعلق بأهداف السرد القصصي الرقمي؛ جاء إكتساب أنماط اتصالية جديدة في مقدمة الأهداف التي سعى صانعي محتوى اليوميات عبر تطبيق تيك توك إلى تحقيقها كما ظهرت قيمة الاعتماد على النفس كأكثر القيم التي تواجدت ضمن محتوى سرد اليوميات عبر تطبيق تيك توك، إضافة إلى أن الاعتماد على اللقطات المصورة المتنوعة المجمعة بواسطة المونتاج جاء كأكثر أنواع المؤثرات البصرية التي اعتمدت عليها مقاطع السرد القصصي الرقمي لليوميات بنسبة وصلت ٩٣,٣٣%، وهو ما يرتبط بمفهوم تصوير اليوميات الذي يعتمد على عنصر التكتيف من خلال جميع المقاطع التي تم تصويرها لكافة المهام والأنشطة اليومية وترتيبها ترتيبًا زمنيًا بحسب بداية اليوم في السرد داخل المقطع بما يشبه الفيلم التسجيلي البسيط ولكن بشكل أكثر تركيزًا وتحديدًا، حيث ترى الباحثتان وجود تشابه كبير بين خصائص الفيلم التسجيلي ومقطع السرد القصصي الرقمي لليوميات.

٢- دراسة محمد وليد، شريف درويش اللبان، وآخرون (٢٠٢٤)<sup>(١)</sup> بعنوان " الأدوار الوظيفية والأبعاد المهنية والأخلاقية للقائمين بالاتصال من متجى السرد القصصي الرقمي: دراسة حالة موقع مصراوي" وتستهدف الدراسة التعرف على أبرز الأدوار الوظيفية للقائم بالاتصال اللازمة لإنتاج قصة صحفية بالوسائط المتعددة بالإضافة إلى رصد آليات التنسيق والتكامل بين هذه الأدوار الوظيفية مع تحديد أبرز الممارسات المهنية الإيجابية التي ظهرت من خلال تحليل القصص الصحفية عينة الدراسة، واستخدمت الدراسة منهج المسح من خلال أداة تحليل المضمون لإجراء تحليل كمي وكيفي لعينة من القصص الصحفية وعددها ٢٢ قصة والمعدة بأسلوب السرد الرقمي على موقع مصراوي في الفترة من ١٥ يناير ٢٠٢٢ إلى ١٥ يناير ٢٠٢٤، كما توظف الدراسة منهج المسح من خلال المقابلة المتعمقة مع عينة من القائمين بالاتصال في موقع مصراوي من متجى القصة الرقمية، وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج أهمها تنوع الأدوار الوظيفية لفريق إنتاج القصص الصحفية بأسلوب السرد القصصي الرقمي على موقع مصراوي حيث اشتملت على ١٥ دوراً أو مسمى وظيفياً وجاء أكثر الوظائف تكراراً دور الكاتب والمنفذ بنسبة ١٠٠%، وجاء نتائج تحليل المقابلات المتعمقة إلى أهمية امتلاك القائم بالاتصال لأكثر من مهارة والقدرة على لعب عدة أدوار كعامل أساسي لاحتفاظ القائم بالاتصال بفرصة عمله مع أهمية التنسيق بين الأدوار الوظيفية وتنمية قدرة أعضاء الفريق على تطوير التعاون والتكامل بينهم مع مرور الوقت واستقرار التجربة.

(١) محمد وليد فتح الله مصطفى بركات وآخرون، الأدوار الوظيفية والأبعاد المهنية والأخلاقية للقائمين بالاتصال من متجى السرد القصصي الرقمي: دراسة حالة موقع مصراوي، مجلة البحوث والدراسات الإعلامية، المعهد الدولي العالي للإعلام بالشروق، ع ٢٨، مج ٢٨، ج ١، يونيو ٢٠٢٤، ص ٤٦٣-٥١٥.

٣- دراسة إسلام محمد مطاوع مطاوع (٢٠٢٣)<sup>(١)</sup>، بعنوان "توظيف أسلوب الكروس ميديا في سرد القصة الإخبارية بالمواقع الإلكترونية الإخبارية"، حيث استهدفت الدراسة التعرف على أسلوب توظيف الكروس ميديا في تقديم القصص الإخبارية من خلال الكشف عن الوسائط المتعددة والتقنيات التكنولوجية المستخدمة في عرض المضمون وكيفية توظيفها داخل القصة، إضافة إلى التعرف على أنواع القصص الإخبارية والعناوين المستخدمة في أسلوب الكروس ميديا وسمتها وشكلها، ومدى الترابط بين مكونات البناء الفني للقصة الإخبارية، وتنتمي هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية التي اعتمدت على منهج المسح والمنهج المقارن حيث اختار الباحث عينة قدرها ٣ مواقع إخبارية إلكترونية (موقع مصراوي - موقع بوابة الأهرام - موقع الوطن) في الفترة من يناير ٢٠١٩ - ديسمبر ٢٠٢٢، باستخدام استمارة تحليل المضمون، وقد توصلت الدراسة إلى عدد من النتائج منها: احتواء قصص الكروس على العديد من العناصر التقنية، حيث تحتوي القصة الواحدة على نص وصورة وفيديو ورسوم توضيحية وذلك من أجل قصة إخبارية متكاملة تحتوي على كافة المعلومات بطريقة مبسطة، ولكن ليس شرطاً وجود كافة الوسائط داخل القصة ولكن بما يتلائم مع طبيعة القصة المنشورة حيث تحتوي بعض القصص على الفيديو والصوت والبودكاست إلى جانب النص بينما تخلو بعض القصص من هذه التقنيات، كما أوضحت الدراسة أهمية استخدام تقنية الفيديو بالنسبة للقارئ الذي ليس لديه القدرة والرغبة في قراءة النصوص الطويلة فبالتالي توظيف يخفف من التفاصيل

(١) إسلام محمد مطاوع مطاوع، "توظيف أسلوب الكروس ميديا في سرد القصة الإخبارية بالمواقع الإلكترونية الإخبارية"، مجلة كلية الآداب، جامعة سوهاج، العدد التاسع والستون، الجزء الأول، أكتوبر ٢٠٢٣م، ص ٣٧٩-٤٠٨.

المكتوبة في النص، كما اعتمدت مواقع الدراسة على صيغة JPEG بشكل أساسي وتعد هذه الصيغة الأكثر استخداماً في المواقع الإخبارية الإلكترونية، حيث إنها قادرة على عرض صور عالية الجودة وبمساحات صغيرة عند ضغطها وهذا يساعد على تحميل الصفحة بصورة سريعة وتميز موقع مصراوي في التنوع في صيغ الصور المستخدمة في القصص المنشورة بين صيغة JPEG وصيغة PNG وذلك بنسبة ١٠٠%؛ أما موقعي الوطن وبوابة الأهرام استخدمتا صيغة JPEG فقط في القصص المنشورة بهما .

٤- دراسة أسماء عبد العزيز مصطفى أحمد سالم (٢٠٢٣)<sup>(١)</sup>، بعنوان استراتيجية السرد القصصي في محتوى مقاطع الفيديو وعلاقتها من عنوع المحتوى المقدم على قنوات اليوتيوب المصرية - دراسة تحليلية، سعت هذه الدراسة إلى التعرف على العلاقة بين استراتيجية السرد الإقناعية لمنتجي مقاطع الفيديو مع نوع المحتوى المقدم على قنوات اليوتيوب المصرية من خلال الوقوف على أكثر فئات الاستراتيجية الإقناعية استخداماً، وتقييم هذه الفئات بالإضافة لرصد تقييمات المشاهدين لمقطع الفيديو من تعليقات وإعجاب ومشاهدات وتفاعلهم مع المحتوى، واعتمدت الدراسة على منهج المسح الإعلامي لتحليل المضمون المرئي المنتج من قبل الجمهور على اليوتيوب؛ وتم التطبيق على عينة عمدية من ٣١ مقطع فيديو لمنتجي هواة من قنوات اليوتيوب المصرية، وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج منها تعد استراتيجية السرد الإقناعية أداة تسويقية مهمة في زيادة الوصول للمحتوى يتم استخدامه في كل مواضيع مقاطع الفيديو كشكل من أشكال

(١) أسماء عبد العزيز مصطفى أحمد سالم، استراتيجية السرد القصصي في محتوى مقاطع الفيديو وعلاقتها من عنوع المحتوى المقدم على قنوات اليوتيوب المصرية - دراسة تحليلية، مجلة كلية الآداب جامعة سوهاج، ج ٦٨، يوليو ٢٠٢٣، ص ٢٥-١.

التعلم، نقل الخبرة، في الترفيه، في الإعلان، مع توظيف فئات فرعية مثل الحكمة الدرامية والعاطفة والصوت والإيقاع والمؤثرات الحركية مثل الإيقاع السريع أو الإيقاع المنخفض، كان تقديم الاستراتيجية في مجملها لا يخرج عن كونه مجموعة من النصوص في أبسط صورها تشترك في بنية سردية أو حبكة أو مواقف أو أساليب بلاغية بسيطة.

٥-دراسة فاطمة الأحمدى إبراهيم محمد (٢٠٢٣) <sup>(١)</sup>، بعنوان " اتجاهات القائم بالاتصال نحو تقنية الكروس ميديا في عرض التحقيقات الاستقصائية بالمواقع الإخبارية المصرية وانعكاساتها على جودة المحتوى الصحفي - دراسة تطبيقية " حيث سعت هذه الدراسة إلى التعرف على مدى تبني الوسائل والتقنيات الحديثة في مجال العمل الصحفي بالمواقع الإخبارية المصرية، كما هدفت إلى رصد أسباب عدم استخدام تقنية الكروس ميديا في عرض التحقيقات الاستقصائية بالطريقة التقليدية وعرضها بطريقة الكروس ميديا، ومدى إمكانية توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في تدوير الوسائط المتعددة وخاصة تقنية الكروس ميديا وتعتبر هذه الدراسة من الدراسات الوصفية التي استخدمت منهج المسح بشقيه، واعتمدت الدراسة على أداة التحليل الكيفي لمضمون التحقيقات الاستقصائية التي نشرت بتقنية الكروس ميديا على المواقع عينة الدراسة، بالإضافة إلى المقابلة المتعمقة مع القائم بالاتصال في المواقع الإخبارية المصرية التي كانت لها تجارب في مجال تحقيقات استقصائية وهذه المواقع هي الوطن، الدستور، وتوصلت الدراسة

(١) فاطمة الأحمدى إبراهيم محمد، اتجاهات القائم بالاتصال نحو تقنية الكروس ميديا في عرض التحقيقات الاستقصائية بالمواقع الإخبارية المصرية وانعكاساتها على جودة المحتوى الصحفي - دراسة تطبيقية، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، ع ٨٥، ج ٢، أكتوبر - ديسمبر ٢٠٢٣، ص ٢٧٧-٣٢٤.

إلى عدة نتائج منها أن تقنية الكروس ميديا أتاحت التوظيف الأمثل لكل آليات التفاعلية مثل الضغط للانتقال من عنصر إلى عنصر آخر، أو الضغط لقراءة مزيد من التفاصيل، كما تنوعت إجابات المبحوثين حول تأثير التكنولوجيا على مصداقية المعلومات سواء بالسلب أو الإيجاب، وأكدت نتائج الدراسة أن معظم المبحوثين يفضلون الصحفي الشامل لإنجاز التحقيقات الاستقصائية التي تعرض بتقنية الكروس ميديا باعتباره ملم بموضوع التحقيق، ولكن الأقلية من المبحوثين أكدوا على توزيع المهام على فريق عمل متخصص من الصحفي والمبرمج ومصمم الجرافيك وغيرها من التخصصات.

٦- دراسة مروة محمد فاضل (٢٠٢٣)<sup>(١)</sup>، بعنوان "الأساليب الحديثة لعرض المحتوى الإخباري في المواقع الإلكترونية المصرية"، تسعى هذه الدراسة إلى تحقيق هدف رئيس يتمثل في رصد أساليب عرض المحتوى الإخباري في المواقع الإلكترونية الخاصة من خلال تحليل عينة من القصص الصحفية التي يتم عرضها باستخدام الأساليب الحديثة، إلى جانب رصد المهارات والمتطلبات التي يحتاجها صحفيوا المواقع الإلكترونية والمشاكل التي تواجههم، وتنتمي هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية التي تعتمد على منهج المسح من خلال استمارة تحليل مضمون لمسح الأساليب الحديثة لعرض المحتوى الإخباري في مواقع الصحف عينة الدراسة (صدى البلد- مصراوي - اليوم السابع - أخبار اليوم) في الفترة من ١- يناير ٢٠٢٠ حتى ١يناير ٢٠٢١، وتوصلت الدراسة إلى عد من النتائج منها: تنوعت

(١) مروة محمد فاضل، الاساليب الحديثة لعرض المحتوى الإخباري في المواقع الإلكترونية المصرية، مجلة بحوث كلية الآداب، قسم الإعلام، جامعة المنوفية، مج٣٤، ع٣، ج٣، أكتوبر ٢٠٢٣، ص ٣٣-٥٠.

أشكال الأساليب الحديثة لعرض المحتوى الإخباري في مواقع عينة الدراسة ما بين صور وفيديو ورسوم وفيديو جراف وانفوجراف وكروس ميديا والنشرة الإخبارية، وانفراد موقع مصراوي باستخدام الكروس ميديا الإعلام المتقاطع في عرض المحتوى الإخباري، حيث كان صاحب التميز بين المواقع الالكترونية بقصص الكروس ميديا، كما أوضحت النتائج قلة استخدام الانفوجراف الفني وكثرة استخدام الفيديو جراف في الموضوعات الفنية لما تحققة من انتشار واسع على منصات السوشيال ميديا .

٧- دراسة فاطمة فايز عبده قطب، (٢٠٢٢) <sup>(١)</sup>، بعنوان " الاتجاهات الحديثة في سرد القصة الرقمية وعلاقتها بتفضيلات الجمهور المصري"، واستهدفت الدراسة التعرف على أهم الاتجاهات الحديثة والقوالب الجديدة المستخدمة في سرد القصص الرقمية في المنصات المصرية، وتوصيف أهم ملامح وسمات القوالب الجديدة المستخدمة في سرد المحتوى الرقمي داخل بعض المنصات الإعلامية المصرية، إضافة إلى التعرف على تفضيلات الجمهور المصري لأسلوب السرد الرقمي (المقروء أو المسموع أو المرئي) التعرف على طبيعة العلاقة بين نوع المحتوى (جاد أم خفيف) وبين تفضيل الجمهور لطريقة متابعته بشكل (مكتوب أو مسموع أو مرئي أو يوظف جميع وسائط المالتيميديا )، إضافة إلى التعرف على آراء القائمين بالاتصال في منصات الإعلام الرقمي في آلية السرد القصصي التعرف على آراء القائمي، وتعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية التي استخدمت منهج المسح بشقيه الوصفي والتحليلي حيث تمثل مجتمع الدراسة الميداني من ١٥٠ مبحوثاً من

(١) فاطمة فايز عبده قطب، الاتجاهات الحديثة في سرد القصة الرقمية وعلاقتها بتفضيلات الجمهور المصري، المجلة المصرية لبحوث الاتصال الجماهيري، كلية الإعلام، جامعة بني سويف، مج ٤، ع ١٤، م ١، ٢٠٢٢، ص ٦٣-١٦٠ .

الجمهور المصري الذي يتابع وسائل الإعلام الرقمية من سن ١٨-٥٥ سنة، كما اختارت الباحثة عينة عمدية مكونة من ٩ من القائمين بالاتصال العاملين في منصات رقمية من خلال المقابلة المقننة، أما الشق التحليلي فاعتمد على أداة تحليل المضمون الكيفي لبعض المواقع والمنصات المصرية على الانترنت من خلال موقعي انفوتايمز، مصراوي، موقع الوطن، صفحة موقع القاهرة ٢٤، صفحة موقع اليوم السابع، المصري اليوم، Girls Space، الكوميكس بالعربية وتوصلت الدراسة إلى عدد من النتائج منها: أكد القائمون بالاتصال أن المؤسسات الإعلامية والعاملين بها توجهوا إلى تنويع أساليب تقديم المحتوى والإفادة من وسائط المالتيميديا وتعزيز أسلوب السرد باستخدام اللغة الفصحى أو العامية حتى يمكنهم تقديم مختلف الخيارات أمام الجمهور الذي يختلف في تفضيلاته ووسائل إقناعه وهو ما كشفت عنه نتائج الدراسة الميدانية من تنوع تفضيلات الجمهور المصري (١٥٠) للمحتوى، حيث أوضحت النسبة الأكبر من الباحثين ٦٨%؛ أنهم يفضلون المحتوى الذي يوظف مختلف وسائط المالتيميديا من نص، وصوت، وصورة، وحركة وأضح ٢٠,٧% أنهم يفضلون المحتوى المسموع فقط؛ وجاءت النسبة الأقل ١١,٣% من الباحثين يفضلون المحتوى المكتوب فقط.

٨- دراسة مياسر وليد سمباوه (٢٠٢٢)<sup>(١)</sup>، بعنوان "تأثير تكنولوجيا الإعلام الرقمي على صناعة المحتوى الصحفي دراسة ميدانية على القائم بالاتصال" استهدفت الدراسة التعرف على تأثير تكنولوجيا الإعلام الرقمي على صناعة المحتوى الصحفي من وجهة نظر القائمين بالاتصال من الصحفيين وصناع المحتوى السعوديين العاملين في مجال الصحافة في المملكة العربية السعودية،

(١) مياسر وليد سمباوه، "تأثير تكنولوجيا الإعلام الرقمي على صناعة المحتوى الصحفي دراسة ميدانية على القائم بالاتصال"، مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، مجلة العلوم العربية ونشر الأبحاث، مج ٦، ع ٥، مايو ٢٠٢٢ م، ص ١١٩-١٥٥.



حيث سعت إلى تحديد من قبلهم والكشف عن علاقتها بتطور أدائهم وتغيّر أدوارهم في الفضاء الرقمي، وتنتمي هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية التي استخدمت أسلوب المسح بالعينة على عدد من القائمون بالاتصال العاملين في الصحافة السعودية من الصحفيين والمتخصصين في صناعة المحتوى الصحفي، وتم تطبيق الاستبانة على عينة قوامها ١٥٠ مفردة، وتوصلت الدراسة إلى عدد من النتائج منها: بلغت نسبة القائمين بالاتصال من الصحفيين ٦٧,٣% نسبة المحررين الصحفيين منهم ٥٦,٣% وشكل صناع المحتوى ٣٢,٧% ومثل كتاب المحتوى منهم ٥٥,١% وارتبطت مجالات عملهم بالصحف الإلكترونية بنسبة ٨١,٣٣%، ومواقع التواصل الاجتماعي بنسبة ٨١%، والصحف الورقية بنسبة ٨٠%، والمواقع الخبارية بنسبة ٥٩,٣٣%، كما أوضحت النتائج أن أوضحت النتائج بأن ٧٤% من القائمين بالاتصال يستخدمون تكنولوجيا الإعلام الرقمي في صناعة المحتوى الصحفي بصورة دائمة، حيث يعتمدون عليها بنسبة ٨١,٣% في إنتاج المضامين الإعلامية، ولكن ٠,٥٨% فقط أظهروا إلمامهم بطرق إنتاجها وذلك بدرجة متوسطة، وتؤكد الدراسة أن ٩٠,٧% من أفراد العينة على احتياج إنتاج الوسائط الرقمية إلى فريق عمل مستقل، كما يرون ضرورة تأسيس وحدة إعلام رقمي بداخل المؤسسة الصحفية، كما أكد ٥٠,٧% منهم على استعانة المؤسسات الصحفية للمستقلين في تحويل المضامين الصحفية لوسائط رقمية.

٩- دراسة أسماء محمد بهاء (٢٠١٧)<sup>(١)</sup>، بعنوان الأساليب التحريرية للقصص الإخبارية بصحيفة الأهرام دراسة تحليلية لعينة من القصص

(١) أسماء محمد بهاء، الأساليب التحريرية للقصص الإخبارية بصحيفة الأهرام دراسة تحليلية لعينة من القصص الإخبارية في الفترة من ١ / ١ / ٢٠١٦م إلى ٣١ / ١٢ / ٢٠١٧م، المجلة العلمية لبحوث الإعلام وتكنولوجيا الاتصال، كلية الإعلام وتكنولوجيا الاتصال، جامعة جنوب الوادي، ٢٤، ديسمبر ٢٠١٧، ص ٥٠-٦٧.

الإخبارية في الفترة من ١ / ١ / ٢٠١٦م إلى ٣١ / ١٢ / ٢٠١٧م، تسعى هذه الدراسة إلى رصد الأساليب التحريرية للقصة الخبرية بجريدة الأهرام من خلال تحديد كيفية توظيف العناصر المختلفة للتماسك والحبكة داخل السرد الصحفي للقصة الخبرية، وتندرج هذه الدراسة إلى نوعين من الدراسات الوصفية الكيفية من خلال منهج المسح باستخدام أداة تحليل المضمون في الترة من ١-١-٢٠١٦ حتى ٣٠-١٢-٢٠١٧ لعدد ١٣٠ قصة إخبارية وتوصلت الدراسة إلى عدد من النتائج منها اهتمام جريدة الأهرام بعرض تفاصيل الأحداث داخل القصص الإخبارية وملابسات وقوعها وعرض الخلفية والسياق والنتائج وأغفلت التوقعات وردود الفعل أثناء عرضها للقصص الإخبارية، وكشفت نتائج التحليل أن العنصر الأبرز داخل العناوين الرئيسية في القصص الإخبارية بجريدة الأهرام كان التعبير عن المكان الخاص بالحدث الرئيسي الذي يعالجه الصحفي، ومن الملاحظ أن العناوين التلخيصية التقريرية كانت الأكثر حضوراً من حيث أنواع العناوين المستخدمة تلاها العناوين المجازية الإشارية .

#### التعليق على دراسات السابقة

- فيما يتعلق بالقضايا البحثية: تنوعت القضايا البحثية التي قامت الباحثة بعرضها في الدراسات السابقة، حيث وجدت الباحثة العديد من الدراسات التي تناولت التأثيرات التكنولوجية الحديثة على المحتوى الصحفي ومنها على سبيل المثال مياسر وليد (٢٠٢٢)، مروة محمد فاضل (٢٠٢٣)، دراسة أسماء محمد بهاء (٢٠١٧)، دراسة فاطمة فايز عبده قطب، (٢٠٢٢)، ومنها دراسات اهتمت بتقنية الكروس ميديا تحديداً سواء كان عن اتجاهات القائمين بالاتصال نحو هذه التقنية في التحقيقات الاستقصائية، مثل دراسة فاطمة الأحمدى (٢٠٢٣)، ومنها مايتعلق بتوظيف هذه التقنية في المحتوى الصحفي

مثل دراسة إسلام مطاوع (٢٠٢٣)، كما أن هناك بعض الدراسات تناولت السرد القصصي الرقمي بصفة عامة في المحتوى الصحفي ومنها دراسة أسماء سالم (٢٠٢٣) .

- **فيما يتعلق بالأهداف:** لاحظت الباحثة تباين أهداف الدراسات السابقة نظراً لطبيعة الدراسة ولكن جاء معظمها للتعرف على التقنيات الحديثة في عرض المحتوى الصحفي وإجماله بصفة عامة تحت مسمى السرد القصصي الرقمي عدا دراسة محمد وليد فتح الله مصطفى بركات وآخرون (٢٠٢٤) التي استهدفت التعرف على الأدوار الوظيفية والأبعاد المهنية للقائم بالاتصال منتجي السرد القصصي الرقمي .

- **فيما يتعلق بالأدوات المستخدمة في جمع البيانات:** جاء معظم الدراسات السابقة دراسات تحليلية تعتمد على أداة تحليل المضمون مثل دراسة فاطمة الأحمدى (٢٠٢٣)، محمد بركات وآخرون (٢٠٢٤) دراسة أسماء محمد بهاء (٢٠١٧)، مروة محمد فاضل (٢٠٢٣)، فاطمة الزهراء مصطفى، عادة متولي (٢٠٢٤)، إسلام مطاوع (٢٠٢٣)، وجاءت دراسة ميدانية واحدة اعتمدت على أداة الاستبيان مثل دراسة مياسر وليد سماوہ (٢٠٢٢)، وكان هناك دراسات جمعت بين أداتي تحليل المضمون والاستبيان الذي اعتمد على المقابلات المقننة مثل دراسة فاطمة الأحمدى (٢٠٢٣)، محمد بركات وآخرون (٢٠٢٤) .

- **فيما يتعلق بالمنهج المستخدم:** اتسمت المناهج المستخدمة بالدراسات السابقة بالاعتماد على منهج مسح المضمون عدا دراسة واحدة اتسمت باستخدام منهج دراسة الحالة مثل دراسة محمد وليد بركات وآخرون (٢٠٢٤) .

- **فيما يتعلق بالنتائج التي توصلت إليها الدراسات السابقة:** اختلفت النتائج التي توصلت إليها الدراسات السابقة وكان أهمها: تنوع أشكال الأساليب

الحديثة لعرض المحتوى الإخباري في مواقع عينة الدراسة مابين صور وفيديو ورسوم وفيديو جراف وانفوجراف وكروس ميديا والنشرة الإخبارية، وانفراد موقع مصراوي باستخدام الكروس ميديا -الإعلام المتقاطع- في عرض المحتوى الإخباري حيث كان صاحب التميز بين المواقع الالكترونية بقصص الكروس ميديا، كما أكدت الدراسات السابقة أهمية استخدام تقنية الفيديو بالنسبة للقارئ الذي ليس لديه القدرة والرغبة في قراءة النصوص الطويلة فبالنتالي توظيف يخفف من التفاصيل المكتوبة في النص .

**وبوجه عام فقد استفادت الباحثة من الدراسات السابقة في بلورة المشكلة البحثية بدقة بالإضافة إلى مساعدتها في إعداد استمارة الاستبيان التي تم تطبيقها على القائم بالاتصال، كما ساعدت الدراسات السابقة الباحثة على تحديد منهج الدراسة وصياغة التساؤلات الخاصة بها، إضافة إلى تحديد الجوانب التي أغفلتها الدراسات السابقة في تناولها لتقنية الكروس ميديا محاولة منها لإضافة شيء جديد خاصة وأن هذه التقنية تعتبر ضمن المستحدثات التكنولوجية التي لم تتطرق لها الكثير من الدراسات .**

#### **الفرق بين الدراسات السابقة والدراسة الحالية:**

- ١- اتفقت الدراسة الحالية مع الدراسات السابقة في اعتمادها على منهج المسح بالإضافة إلى اعتمادها على أداة الاستبيان لجمع المعلومات، كما اختلفت مع معظم الدراسات السابقة في اعتماد هذه الدراسات على أداة تحليل المضمون.
- ٢- لم تتناول الدراسات السابقة طبيعة موضوع الدراسة والنظرية المستخدمة (اعتماد القائم بالاتصال على تقنية الكروس ميديا في عرض المحتوى الصحفي بالمواقع الإخبارية المصرية وانعكاسه على الأداء المهني لديه في ضوء نظريتي الاعتماد، قبول التكنولوجيا)

## مشكلة الدراسة:

في ظل التطورات التكنولوجية التي يشهدها العالم اليوم والذي ألقى بظلاله على صناعة الصحافة، وعكست بدورها تأثيرات على صناعة المحتوى الصحفي وفي ضوء هذه التطورات ابتكرت المواقع الإخبارية أسلوب جديد لعرض المحتوى الصحفي، وظهرت بصماتها جليّة في تقنية الكروس ميديا، والتي تعتمد على دمج وتوظيف معظم عناصر الوسائط المتعددة داخل ملف صحفي واحد (نصوص - فيديو - جرافيك - رسوم - صوت وغيره من الوسائط)، ويقوم بإعداده فريق متعدد التخصصات، يعملون معًا من أجل إنجاح المحتوى الصحفي المقدم، وذلك لجذب أكبر عدد من الجمهور وبالتالي زيادة تفاعلهم، وهذا التحول أدى إلى زيادة الحمل على القائمين بالاتصال في الصحافة لمواكبة التطورات وتنمية قدراتهم المهنية، ولكنه في نفس الوقت أتاح الفرصة لصنّاع المحتوى المتخصصين ممارسة خبراتهم في عرض القصص الخيرية والمواد الصحفية باستخدام الوسائط الرقمية المتعددة، وبناءً على ماسبق وفي ضوء الملاحظات المستفادة من الدراسات السابقة تتبلور مشكلة الدراسة في التساؤل التالي وهو "كيف كان اعتماد القائمين بالاتصال على تقنية الكروس ميديا في عرض المحتوى الصحفي بالمواقع الإخبارية المصرية ومدى انعكاسه على الأداء المهني لديهم؟"

**أهمية الدراسة:**

**الأهمية العلمية:**

١- تعتبر هذه الدراسة إضافة علمية جديدة للدراسات الإعلامية التي تتعلق بالتقنيات الحديثة في عرض المحتوى الصحفي .

٢- تستمد هذه الدراسة أهميتها من اهتمام المواقع الإخبارية المصرية لتقنية الكروس ميديا في مجال العمل الصحفي، وذلك في ظل ندرة الدراسات الإعلامية التي تتناول التقنية محل الدراسة .

٣- قلة الدراسات التي تناولت انعكاس هذه التقنية محل الدراسة على الأداء المهني للقائم بالاتصال .

٤- اتساع مفهوم "صناعة المحتوى" واعتماد بعض الصحف لمفهوم صناعة المحتوى في مختلف مراحل إنتاج ونشر العمل الصحفي.

٥- توجه الصحف إلى تفضيلات الجمهور الحديثة في الحصول على المواد الإخبارية بطريقة الأسلوب القصصي، التي تستخدم التقنيات الجديدة كالإنفوجرافيك والفيديوهات القصيرة.

٦- اتساع مفهوم القائم بالاتصال في الصحف وعدم اقتصره على الصحفيين الممارسين.

#### الأهمية التطبيقية:

١- التنافس على جذب انتباه الجمهور وما يفرضه من تحديات مهنية وإشكاليات أخلاقية حول معايير الجودة المهنية، واحترام خصوصية الجمهور، وقيم المجتمع الدينية والأخلاقية .

٢- النمو التقني المتسارع الذي يفرض على المواقع الصحفية تطبيقه وما نتج عنه تطور الأشكال والفنون التحريرية .

٣- من المتوقع أن تسهم نتائج الدراسة في تقديم فهم نظري لطبيعة العلاقة بين اعتماد القائم بالاتصال على تقنية الكروس ميديا في عرض المحتوى الصحفي وتأثيرها على الأداء المهني لديه .

٤- من المتوقع أن تفيد نتائج هذه الدراسة في زيادة استخدام هذه التقنية في المواقع الإخبارية المصرية.

٥- تحاول الدراسة الحالية الخروج بنتائج علمية يمكن عرضها على صناع القرار في المواقع عينة الدراسة للتعرف على أسباب عدم استخدامها بشكل كبير في عرض المحتوى الصحفي .

## أهداف الدراسة:

استهدفت الدراسة التعرف على اعتماد القائم بالاتصال على تقنية الكروس ميديا في صناعة المحتوى الصحفي وانعكاسها على الأداء المهني لديه ويندرج من هذا الهدف الرئيسي أهداف فرعية منها:

- ١- التعرف على معدل معرفة القائم بالاتصال بتقنية الكروس ميديا
- ٢- تحديد مفهوم القائم بالاتصال حول هذه التقنية .
- ٣- الوقوف على أفضل الأشكال التي يحرص القائم بالاتصال لتقديم المحتوى بتقنية الكروس ميديا من خلالها
- ٤- تحديد درجة ومعدل اعتماد القائم بالاتصال على هذه التقنية .
- ٥- رصد أسباب اعتماد القائم بالاتصال على هذه التقنية لتقديم المحتوى الصحفي .
- ٦- معرفة العوامل المؤثرة على اعتماد القائم بالاتصال على تقنية الكروس ميديا في عرض المحتوى الصحفي.
- ٧- التعرف على المضامين الصحفية الأكثر توافقاً مع تقنية الكروس ميديا .
- ٨- الكشف عن المضامين الصحفية الأكثر تفاعلاً من قبل الجمهور أثناء عرض المحتوى بتقنية الكروس ميديا .
- ٩- تحديد أبرز أدوات تمثيل البيانات وتحليلها التي يعتمد عليها القائم بالاتصال.
- ١٠- تحديد التأثيرات (معرفية- وجدانية - سلوكية) الناتجة عن اعتماد القائم بالاتصال على هذه التقنية في إنتاج محتواه الصحفي.
- ١١- رصد أثر استخدام هذه التقنية على الأداء المهني للقائم بالاتصال.

## تساؤلات الدراسة:

- ١ - ما معدل معرفة ومفهوم القائم بالاتصال عن تقنية الكروس ميديا ؟
- ٢- ما أفضل الأشكال التي يحرص القائم بالاتصال تقديم المحتوى بتقنية الكروس ميديا من خلالها؟

- ٣- ما درجة ومعدل وأسباب اعتماد القائم بالاتصال على هذه التقنية؟
  - ٤- ما العوامل المؤثرة على اعتماد القائم بالاتصال على تقنية الكروس ميديا في عرض المحتوى الصحفي؟
  - ٥- إلى أي مدى يحتاج العمل بتقنية الكروس ميديا إلى فريق عمل، وما الأدوار المساندة التي يحتاجها القائم بالاتصال لوضع المحتوى الصحفي في شكل كروس ميديا؟
  - ٦- ما المواد الصحفية التي يفضل القائم بالاتصال استخدامها لتوصيل رسالته من خلال تقنية الكروس ميديا؟
  - ٧- كيف كان اعتماد القائم بالاتصال على المصادر في الحصول على المعلومات لإنتاج محتوى باستخدام الكروس ميديا؟
  - ٨- كيف كان درجة اعتماد الصحيفة على صحفيين ومبرمجين من خارج المؤسسة لتحويل المضمون الصحفي إلى مضمون رقمي باستخدام الكروس ميديا؟
  - ٩- ما أبرز أدوات تمثيل البيانات وتحليلها التي يعتمد عليها القائم بالاتصال؟
  - ١٠- كيف كانت التأثيرات (معرفية- وجدانية - سلوكية) الناتجة عن اعتماد القائم بالاتصال على هذه التقنية في إنتاج محتواه الصحفي ؟
  - ١١- إلى أي مدى أثر استخدام هذه التقنية على الأداء المهني للقائم بالاتصال ؟
  - ١٢- ما المقترحات لتطوير تقنية الكروس ميديا بالعمل الصحفي ؟
- الإطار النظري للدراسة:**

١- نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام media dependency Theory:

والتي قدمها كل من "ديفلر وساندر روكيتش" عام ١٩٧٦م، وتعد إحدى النظريات التي اهتمت برصد ودراسة تأثيرات وسائل الإعلام المختلفة على كل من الفرد والمجتمع، وتتطلب من النظر لوسائل الإعلام بوصفها مصادر رئيسية يعتمد عليها أفراد المجتمع في استيفاء المعلومات عن الأحداث فيه، والتي



تساعدهم على اتخاذ قراراتهم، وتختلف درجة اعتماد الأفراد على وسائل الإعلام باختلاف قدرتها على اشباع احتياجاتهم، حيث يُصبح الأفراد أكثر اعتمادًا على الوسيلة التي تشبع أكثر احتياجاتهم مقارنة بتلك التي تُشبع الأقل منها<sup>(١)</sup>، وتشير فكرة الاعتماد على وسائل الإعلام إلى درجة أهمية وسيلة بعينها للأفراد كمصدر للمعلومات عن الأحداث والقضايا المثارة وخاصة في حالة وقوع حادث أو أزمة تمس المجتمع أو النظام الاجتماعي، وبالتالي كلما زاد اعتماد الفرد على وسائل الإعلام في تحقيق احتياجاته، زاد ذلك من الدور الذي تقوم به تلك الوسائل في حياة الفرد، وبالتالي تنطبق هذه الفكرة على المجتمع ككل<sup>(٢)</sup>.

وتعد نظرية الاعتماد أحد المداخل التي تشكل علاقة الجمهور بوسائل الإعلام، حيث تعد درجة اعتماد الجمهور على وسائل الإعلام هي الأساس لفهم تأثير الرسائل الإعلامية على المعتقدات والمعارف والسلوك، لهذا تستخدمها الدراسة الحالية من أجل التعرف على اعتماد القائم بالاتصال على تقنية الكروس ميديا لعرض المحتوى الصحفي وانعكاس ذلك الاعتماد على الأداء المهني لديه<sup>(٣)</sup>.

(١) وفاء السيد خضر، اعتماد المرأة على وسائل الإعلام للحصول على معلومات عن مجال جراحات التجميل وتأثير ذلك على قرارها" دراسة تطبيقية مقارنة بين المرأة في كل من مصر والكويت في ضوء مدخلي الاعتماد والتعلم الاجتماعي من وسائل الاعلام، "المجلة المصرية لبحوث الإعلام، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، ٦٤٤، مايو ٢٠١٨، ٤٣٩.

(٢) ماجدة عبد المرصي، اعتماد المرأة المصرية على وسائل الإعلام المختلفة خلال مرحلة التحول السياسي الراهنة وعلاقته بعملية الحشد والتعبئة للمشاركة في الاستفتاء على دستور مصر ٢٠١٤، "المجلة المصرية لبحوث الإعلام، العدد ٤٧، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، أبريل يونيو ٢٠١٤، ص ٢٦٧.

(٣) سلمى إبراهيم شاهين، دور الشبكات الاجتماعية في توعية المرأة بالقضايا الاجتماعية، "المجلة العلمية لبحوث الصحافة- كلية الإعلام- جامعة القاهرة- ع٤ - أكتوبر/ديسمبر، ٢٠١٥ م ص ٤.

وتقوم نظرية الاعتماد على ثلاثة عناصر أساسية هي وسائل الإعلام - المجتمع - الجمهور<sup>(١)</sup>، وتختلف العلاقة بين هذه العناصر من مجتمع لآخر، فثمة مجتمعات تتحكم بنظمها الإعلامية، بينما تمتلك النظم الإعلامية في مجتمعات أخرى السلطة والقدرة على التأثير في المجتمع<sup>(٢)</sup>، وقد طرح ديلفير وروكيتش نموذجًا يوضح طبيعة العلاقة ذات الأبعاد الثلاثية بين النظام الاجتماعي الكبير، ودور الوسيلة في ذلك النظام، وعلاقات الجمهور بالوسيلة، والتي تعد القواعد الأساسية لتأثير الوسيلة، وفهم متى وكيف تعدل الرسائل التي تنبثها وسيلة الاتصال الجماهيرية من اعتقادات الجماهير، وشعورها وسلوكها؟<sup>(٣)</sup>.

### فروض نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام

- ١- هناك علاقة اعتمادية ثلاثية متبادلة بين الجمهور ووسائل الإعلام والمجتمع وهذه العلاقة تحدد التأثيرات التي تحدثها وسائل الإعلام في الجمهور<sup>(٤)</sup>.
- ٢- تؤثر درجة استقرار المجتمع على درجة اعتماد الجمهور على وسائل الإعلام للحصول على المعلومات، بمعنى أنه كلما زادت درجة عدم

(١) محمود أحمد فريد، اعتماد المراهقين على القنوات الإخبارية في متابعة الأحداث والقضايا السياسية، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، العدد الثاني، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، يونيو - ديسمبر ٢٠٠٥، ص ١٧٢.

(٢) عبير محمد حمدي، دور الإنترنت والراديو والتلفزيون في إمداد الجمهور المصري بالمعلومات، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، ٢٠٠١، ص ٤٤ .

(٣) أميرة سمير طه، اعتماد الشباب الجامعي على مواقع التواصل الاجتماعي وعلاقته بمشاركته في الانتخابات الرئاسية المصرية ٢٠١٢، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، العدد ٤٧، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، أبريل-يونيو ٢٠١٤، ص ٥١٣.

(٤) محمد مصطفى رفعت محرم، اعتماد الشباب المصري على المواقع الإسلامية العربية دراسة مسحية، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، ٢٠١٣، ص ٥٥.

الاستقرار في المجتمع كلما زاد اعتماد الجمهور في هذا المجتمع على وسائل الإعلام للحصول على المعلومات لعدم وجود قنوات بديلة<sup>(١)</sup>.

٣- يقل اعتماد الأفراد على وسائل الإعلام الجماهيرية كلما توافرت لديهم مصادر أخرى بديلة، أو مصادر إعلام خارجية<sup>(٢)</sup>.

٤- كلما زاد اعتماد الأفراد على وسائل الإعلام في استقاء المعلومات زادت التأثيرات المعرفية والوجدانية والسلوكية لتلك الرسائل على هؤلاء الأفراد .

تأثيرات اعتماد الأفراد على وسائل الإعلام<sup>(٣)</sup> :

يرصد ديفلير وروكيتش " التأثيرات الناتجة عن اعتماد الأفراد على وسائل الإعلام، كما يلي:

#### التأثيرات المعرفية Cognitive Effects:

وتشتمل على كشف الغموض وتشكيل الإتجاهات وترتيب الأولويات والاهتمام واتساع المعتقدات والقيم.

#### التأثيرات الوجدانية Affective Effects:

وهي المشاعر والعواطف التي تحدثها وسائل الإعلام في الأفراد نتيجة لما تلقوه منها من معلومات ومعارف، وتحدد في "الفتور العاطفي- اللامبالاه - الخوف- القلق- الإغتراب."

(١) مها محمد كامل الطرابيشي، مدى اعتماد الجمهور على الصحف المصرية في معالجتها للأزمات الطارئة دراسة حالة عن حادث سقوط الطائرة المصرية، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، المجلد الثاني، العدد الثالث، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، يوليو - سبتمبر ٢٠٠١، ص ١٧٥.

(٢) وليد العبيدي: مصداقية الأخبار في القنوات الفضائية العربية، (القاهرة، مكتبة جزيرة الورد، ٢٠١٥)، ص ١٧٢.

(٣) وفاء السيد خضر، اعتماد المرأة على وسائل الإعلام للحصول على معلومات عن مجال جراحات التجميل وتأثير ذلك على قرارها" دراسة تطبيقية مقارنة بين المرأة في كل من مصر والكويت في ضوء مدخلي الاعتماد والتعلم الاجتماعي من وسائل الاعلام، مرجع سابق، ص ٤٤٠-٤٤١.

**التأثيرات السلوكية Behavioral Effects:**

وهي التغيير في سلوك الأفراد نتيجة اعتمادهم على وسائل الإعلام، وتتحصر في سلوكين أساسيين هما: التنشيط Activation، ويعني قيام الفرد بعمل ما نتيجة التعرض للوسيلة الإعلامية، أو الخمول Deactivation، وعدم النشاط وتجنب القيام بفعل نتيجة لتعرض الفرد لتغطية إعلامية مبالغ فيها تدفعه إلى الملل والخمول وعدم المشاركة وقلة الاهتمام .

**تطبيق نظرية الاعتماد في الدراسة الحالية:**

يمكن الاستفادة من مفاهيم وفروض نظرية الاعتماد من خلال قياس بعضها بالتطبيق على الدراسة الحالية وذلك على النحو التالي:

- يقصد بالاعتماد على وسائل الإعلام درجة أهمية وسيلة معينة للأفراد، وهذا ما طبقته الباحثة في استمارة الاستقصاء الموجهة للقائم بالاتصال من خلال السؤال رقم ٤ وذلك للتعرف على أهم الأشكال التي يحرص القائم بالاتصال تقديم المحتوى الصحفي من خلالها بتقنية الكروس ميديا، ويرتبط الاعتماد بمعدل التعرض وهو ما تم تطبيقه من خلال السؤال رقم ٥ للتعرف على مدى انتظام القائم بالاتصال في استخدامه لهذه التقنية، ويختلف الاعتماد من موقع لآخر وهو ما تم قياسه من خلال السؤال رقم ٨ للتعرف على درجة اعتماد تقنية الكروس ميديا إلى فريق عمل، كما تم أيضاً التعرف على أكثر المواد الصحفية المفضلة لديهم في عرض الموضوعات بتقنية الكروس ميديا، وذلك من خلال السؤال رقم ١٢ .

- إن دوافع أسباب الاعتماد على هذه المواقع تتحصر ما بين الفهم والتوجيه والتسلية وتختلف تلك الدوافع من فرد لآخر وفقاً لمتغيراته الديموجرافية، لذا سعت الدراسة من خلال السؤال رقم ١٧ للكشف عن التأثيرات الناتجة عن

اعتماد القائم بالاتصال على تقنية الكروس ميديا في عرض المحتوى الصحفي، وسعت الدراسة إلى الربط بين الأداء المهني ونظرية الاعتماد على وسائل الإعلام من خلال السؤال رقم ١٨.

## ٢- نظرية قبول التكنولوجيا

هي إحدى نظريات علم النفس الاجتماعي، تهدف إلى تفسير النوايا السلوكية للمستخدم نحو استخدام التكنولوجيا، وتقترح النظرية أن الأداء المتوقع، والجهد المتوقع، والتأثير الاجتماعي، والتسهيلات المتاحة تؤثر في نية الاستخدام.

### الأداء المتوقع Expectation of performance:

هو الدرجة التي يعتقد الأفراد أن استخدام تكنولوجيا معينة سوف يساعدهم على تحسين أداء وظائفهم.

### الجهد المتوقع Expectation of effort:

هو درجة السهولة المرتبطة باستخدام نظام أو تكنولوجيا معينة سوف يساعدهم على تحسين أداء وظائفهم.

### التأثير الاجتماعي Social influence:

هو الدرجة التي يدرك الفرد عندها أن الناس الذين يهتم بهم يعتقدون أنه يجب عليه استخدام النظام.

### النية السلوكية Behavioral Intention:

هي نية الفرد ومدى استجابته والاستفادة من أداة معينة في المستقبل، وفي هذه الدراسة النية السلوكية لقبول واستخدام تقنية الكروس ميديا في عرض المحتوى الصحفي<sup>(١)</sup>.

(١) حامد بن علي مبارك الشهراني، العوامل المؤثرة على نية تبني طلبة المرحلة الثانوية لتقنية الأجهزة اللوحية (Ipad) في التعليم: دراسة في ضوء النظرية الموحدة لقبول التكنولوجيا. مجلة الجامعة الإسلامية للعلوم التربوية والاجتماعية، الجامعة الإسلامية بالمدينة المنورة، ع ١٥، ج ٢، صفر ١٤٤٥هـ - سبتمبر ٢٠٢٣م، ص ١٧٤-١٧٥.

إلى جانب العوامل الأربعة السابقة والتي تشكل العناصر البنائية الأساسية للنظرية، هناك عوامل أخرى لها تأثير غير مباشر على النية السلوكية لاستخدام التكنولوجيا وهي:

#### الاتجاه نحو استخدام التكنولوجيا (Attitude toward using technology):

والمقصود به ردة فعل المستخدم نحو استخدام النظام ويشمل أربعة عوامل هي (الاتجاه نحو السلوك - الدوافع الداخلية - التأثير نحو الاستخدام - التأثير).

#### كفاءة النظام Self efficacy:

ويقصد بها القدرة على إنجاز الوظيفة باستخدام النظام بدون مساعدة الآخرين.

#### القلق Anxiety:

يقصد به القلق من استخدام النظام نتيجة الخوف من فقدان المعلومات أو الوقوع في أخطاء عند استخدام النظام<sup>(١)</sup>.

#### الاتجاهات البحثية الحديثة للنظرية:

تعد النظرية الموحدة لقبول التكنولوجيا نموذجًا مهما في مجال أبحاث قبول التكنولوجيا، ومنذ أن تم طرحها في العام ٢٠٠٣ كتكامل لثمانية نماذج موجودة بهدف توفير فهم شامل لسلوك قبول الأفراد واستخدامهم للتكنولوجيا، وقد تم استخدام النظرية في مجموعة واسعة من المجالات بما في ذلك الإعلام والتعليم، والأعمال التجارية، والرعاية الصحية، وغيرها، حتى تم تحسين النظرية من قبل الباحثين، مما أدى إلى العديد من اتجاهات البحث الحديثة، ويمكن إجمال أهم هذه الاتجاهات على النحو التالي:

(١) ديماء عبد الله زيتون، دور تكنولوجيا تطبيقات الاتصال الخدمية في المؤسسات المالية المصرية وأثرها في رضا المتعاملين معه، مجلة بحوث كلية الآداب، جامعة المنوفية، مج ٣٣، ج ٤، أكتوبر ٢٠٢٢، ص ٦٩.

- توسيع النظرية: أحد أبرز الاتجاهات البحثية في النظرية الموحدة لقبول واستخدام التكنولوجيا هو إضافة عوامل ومتغيرات أخرى للنظرية الأصلية؛ وذلك لتحقيق فهم أكثر شمولاً للعوامل التي تدفع الأفراد إلى قبول التكنولوجيا واستخدامها .
- وضع النظرية في إطار سياق: اتجاه بحثي آخر في النظرية الموحدة لقبول واستخدام التكنولوجيا هو وضع النظرية في سياق، ولقد أدرك الباحثون أن العوامل المؤثرة على قبول التكنولوجيا قد تختلف عبر سياقات مختلفة، مثل السياقات الثقافية والتنظيمية... وغيرها.
- دمج النظرية مع نظريات أخرى: في السنوات الأخيرة كان هناك اهتمام متزايد بدمج النظرية الموحدة لقبول التكنولوجيا مع نظريات أخرى لتعزيز قوتها التفسيرية وذلك لتوفير فهم أكثر شمولاً لقبول التكنولوجيا وسلوك الاستخدام<sup>(١)</sup>.

### فروض النظرية الموحدة لقبول واستخدام التكنولوجيا:

#### تنطلق النظرية من فرضيتين رئيسيتين:

**الأول:** توجد عدة متغيرات خارجية مستقلة تؤثر في نية استخدام الأفراد للتقنيات التكنولوجية، ومنها ما يؤثر في سلوك الاستخدام الفعلي لها، وتحدد العلاقة بين النية والسلوك بناءً على اتجاهات الفرد نحو استخدام تلك التقنيات والفوائد المتوقعة منها وسهولة الاستخدام المتوقعة بالإضافة إلى تأثيرات البيئة

(١) فاطمة شعبان أبو الحسن، اتجاهات دارسي وممارسي الإعلام إزاء توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في العمل الإعلامي في ضوء النظرية الموحدة لقبول التكنولوجيا، المجلة العربية لبحوث الإعلام والاتصال، كلية الإعلام، جامعة الأهرام الكندية، ع ٤٢، يوليو - سبتمبر ٢٠٢٣، ص ٥٣-٥٤.

الاجتماعية المحيطة به، وينبثق من هذا الفرض عدة فروض فرعية على النحو التالي:

- تؤثر المنافع المتوقعة من استخدام التقنيات التكنولوجية بشكل مباشر في نية الاستخدام وبشكل غير مباشر على سلوك الاستخدام الفعلي لدى الفرد، ويتوقف فاعلية المنافع المتوقعة على عدة متغيرات تتمثل في الاعتقاد بفائدة الاستخدام، والمتعة الناتجة عن الاستخدام، وإدراكه لمناسبة التكنولوجيا للوظيفة التي يعمل بها، بالإضافة إلى إدراكه للميزة النسبية لتلك التكنولوجيا، ثم كفاءته الذاتية في استخدامها.
- تؤثر سهولة الاستخدام المتوقعة للتقنيات التكنولوجية بشكل مباشر في نية الاستخدام وبشكل غير مباشر على سلوك الاستخدام الفعلي لدى الفرد، وتتوقف فاعلية سهولة الاستخدام المتوقعة على إدراكه لسهولة الاستخدام المتوقعة الحالية والمستقبلية، وإدراكه لدرجة تعقيد تلك التقنيات.
- البيئة الاجتماعية والأفراد المحيطون بالفرد في بيئة العمل من زملاء أو رؤساء يؤثران في نية استخدامه للتقنيات التكنولوجية بشكل مباشر وعلى سلوك الاستخدام الفعلي بشكل غير مباشر، ويتوقف فاعلية التأثير الاجتماعي على عدة متغيرات تتمثل في: المعايير والقواعد الموضوعية، طوعية الاستخدام، تأثير العوامل الداخلية المتعلقة بتعزيز صورته أمام الآخرين .
- تؤثر التسهيلات المتاحة التقنية والتنظيمية على عدة متغيرات تتمثل في إدراك الفرد لكفاءة بيئة العمل، وكفاءته الذاتية، ثم إدراكه لتوافق التكنولوجيا مع طبيعة العمل واحتياجاته وخبرته الشخصية<sup>(١)</sup>.

(١) هيثم جودة مؤيد، تبني أخصائي الإعلام التربوي لتكنولوجيا النشر الإلكتروني لإنتاج وتصميم المواد الإعلامية (UTAUT) المطبوعة: دراسة ميدانية في إطار النظرية الموحدة لقبول واستخدام التكنولوجيا، المجلة العلمية لبحوث الصحافة، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، ١١٤، يوليو- سبتمبر ٢٠١٧، ص ١٧٣-١٧٤.



**الثاني:** توجد عدة متغيرات داخلية (ديمجرافية) تتوسط في إحداث التأثير بين المتغيرات الخارجية ونية وسلوك الاستخدام الفعلي للتقنيات التكنولوجية من قبل الأفراد، وتتنوع قوة تأثير المتغيرات الخارجية في التغيرات الداخلية ما بين القوة والاعتدال بناء على متغيرات النوع، العمر، الخبرة، وطوعية الاستخدام، وينبثق من هذا الفرض فرضيات فرعية على النحو التالي:

- تأثير نوع الأداء في النية السلوكية لاستخدام التكنولوجيا من قبل الأفراد سيتأثر بالنوع والعمر وسيكون تأثيره أقوى لصالح الذكور الأصغر سناً.
- تأثير توقع الجهد في النية السلوكية لاستخدام التكنولوجيا من قبل الأفراد سيتأثر بالنوع والعمر والخبرة، ويكون تأثيره أقوى في الإناث حيث تميل الإناث إلى التكنولوجيا التي تتطلب جهداً أقل، كما يتأثر بمتغير العمر والخبرة لصالح الأصغر سناً وكذلك لصالح الأقل خبرة وظيفية .
- التأثير الاجتماعي يكون تأثيره معتدلاً على النية السلوكية لاستخدام التكنولوجيا من قبل الأفراد، وسيتأثر بالنوع والعمر والخبرة وطوعية الاستخدام لصالح الإناث الأكبر سناً، واللاتي لديهن خبرة قليلة.
- تأثير التسهيلات المتاحة في سلوك الاستخدام الفعلي لاستخدام التكنولوجيا من قبل الأفراد سيتأثر بالعمر والخبرة، ويكون تأثيره أقوى في العمال الأكبر سناً الذين لديهم خبرة وظيفية (١).

### تطبيق نظرية قبول التكنولوجيا في الدراسة الحالية:

تعد النظرية الموحدة لقبول واستخدام التكنولوجيا من النظريات المهمة لفهم سلوك المستخدمين فيما يتعلق باستخدام التكنولوجيا، فالنظرية الموحدة لقبول

---

(١) عبد الله بن صالح بن سعيد الغامدي، النظرية الموحدة لقبول واستخدام التكنولوجيا في مؤسسات التعليم قبل الجامعي في المملكة العربية السعودية، المجلة العربية للعلوم التربوية والنفسية، مج ٨، ع ٣٨، مايو ٢٠٢٤، ص ٧٩٤-٧٩٥.

التكنولوجيا تسمح بالتحقق من العوامل التي تؤثر على استخدام تقنية الكروس ميديا في عرض المحتوى الصحفي وهو ما طبقتة الباحثة في السؤال رقم ٧، مع مراعاة العوامل الاجتماعية المؤثرة على سلوك الاستخدام وهي الاتجاه نحو هذه التقنية وما قد ينتج من القلق والثقة في استخدام هذه التقنية.

كما أن تأثير الأداء في استخدام التكنولوجيا من قبل الأفراد يكون له تأثير بالنوع والعمر وهو ما طرحته الدراسة في السؤال الخاص بالمتغيرات الديموجرافية .

لذا ستفيد هذه النظرية في فهم سلوك ممارسي الإعلام إزاء استخدام تقنية الكروس ميديا في تطوير المضامين الإعلامية، وكذلك تحديد العوامل والدوافع المؤثرة على قبولهم واستخدامهم لهذه التقنية وإمكانية التنبؤ بطبيعة ذلك الاستخدام مستقبلاً .

### جدول رقم (١)

#### متغيرات الدراسة (المستقلة - الوسيطة - التابعة)

المتغير المستقل	المتغيرات الوسيطة	المتغيرات التابعة
١-درجة اعتماد القائم بالاتصال على تقنية الكروس ميديا	١-المتغيرات الديموجرافية للقائم بالاتصال (النوع- المؤهل التعليمي-المسمى الوظيفي)	١-اعتماد القائم بالاتصال على تقنية الكروس ميديا
٢-نوع المحتوى الصحفي الذي يعرض من خلاله تقنية الكروس ميديا	٢-مستوى اعتماد القائم بالاتصال على تقنية الكروس ميديا	٢-انعكاس تقنية الكروس ميديا على الأداء المهني
٣-مهارات القائم بالاتصال (تحرير فيديو - تصميم الرسوم البيانية)	٣-دوافع تعرض القائم بالاتصال لتقنية الكروس ميديا	٣-التأثيرات المعرفية والوجدانية والسلوكية التي تنتج عن استخدام هذه التقنية

### فروض الدراسة:

- ١- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الخصائص الديموجرافية للمبحوثين ودرجة الاعتماد على تقنية الكروس ميديا في عرض المحتوى الصحفي.
- ٢- توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين درجة الاعتماد على تقنية الكروس ميديا في عرض المحتوى الصحفي ومستوى الأداء المهني.
- ٣- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الخصائص الديموجرافية للمبحوثين ودوافع الاعتماد على تقنية الكروس ميديا في عرض المحتوى الصحفي.
- ٤- توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين دوافع الاعتماد على تقنية الكروس ميديا في عرض المحتوى الصحفي ومستوى الأداء المهني.
- ٥- توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين دوافع الاعتماد على تقنية الكروس ميديا في عرض المحتوى الصحفي والتأثيرات الناتجة عن هذا الاعتماد.
- ٦- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الخصائص الديموجرافية للمبحوثين والاتجاه نحو استخدام تقنية الكروس ميديا في عرض المحتوى الصحفي.
- ٧- توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين التأثيرات الناتجة من الاعتماد على تقنية الكروس ميديا في عرض المحتوى الصحفي ومستوى الأداء المهني.

### نوع الدراسة:

تنتمي هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية Descriptive Studies، والتي هي عبارة عن وصف الظواهر والتعرف على عناصرها ومكوناتها عن طريق جمع المعلومات والبيانات وتحليلها وتفسيرها(١)، حيث تتيح للباحثين دراسة جانبين مهمين، أولهما الوصفي والذي يمكن من خلاله التوصيف العام والدقيق

(١) ابراهيم عبد الله المسلمي، مناهج البحث في الدراسات الإعلامية، (القاهرة: دار الفكر العربي، ٢٠٠٨)، ص ١٠٧.

لكل خصائص المبحوثين ميدانيًا، وثانيهما التفسيري من خلال رصد ومعرفة المسببات التي تدفع هؤلاء المبحوثين لتكوين اتجاهات وآراء وأنماط سلوكية معينة نحو موضوع ما أو ظاهرة معينة<sup>(١)</sup>، وبذلك تقوم الدراسة الحالية بتحديد درجة اعتماد القائم بالاتصال على تقنية الكروس ميديا في عرض المحتوى الصحفي وانعكاسه على الأداء المهني لديه .

**مناهج الدراسة:**

**منهج المسح Survey Method:**

يؤكد الباحثون على أن تطبيق المنهج المسحي يتيح للباحثين توصيف ورصد الظواهر بصورة علمية دقيقة وعلاقتها في بيئتها التي تحدث فيها خلال وقت معين<sup>(٢)</sup>، لذا اعتمدت الباحثة في الدراسة الحالية على منهج المسح الميداني الذي تم توظيفه من خلال:

**مسح الجمهور:** وتقوم الباحثة في هذا الإطار بمسح ميداني لعينة عمدية من القائم بالاتصال في المؤسسات الصحفية التي تعتمد على تقنية الكروس ميديا في عرض المحتوى الصحفي وقوامها (٤٠) مفردة، وذلك عن طريق استمارة استبيان للتعرف على اعتماد القائم بالاتصال على هذه التقنية وانعكاسه على الأداء المهني .

كما اعتمدت الدراسة على أداة المقارنة المنهجية وهي أداة من أداة الإستقراء في تحقيق الفروض العلمية، وللمقارنة بين المجموعات والجماعات داخل المجتمع الواحد وذلك للمقارنة بين القائمين بالاتصال باختلاف سماتهم الديموجرافية واتجاهاتهم المتباينة تجاه اعتمادهم على تقنية الكروس ميديا في عرض المحتوى الصحفي .

(1)Arther Asa Berger , Media and Communication Research Methods:AnIntroduction to Quantitive Approach , U.S.A: SAGE puplications , 2002, p. 111.

(2) Stanley J. Baran , Introuduction to mass communication ; Media Literacy and Culture , 2nd Ed, U.S.A: Mc Graw Hill , 2002 , p.408 .

## مجتمع الدراسة وعينة الدراسة:

يتمثل مجتمع الدراسة في القائمين بالاتصال في المؤسسات الصحفية المختلفة الذين يستخدمون تقنية الكروس ميديا بالمواقع الإخبارية المصرية . وقد تم توزيع الاستبيان على (٤٠) مفردة من القائمين بالاتصال، حيث رأت الباحثة ضرورة أن تكون العينة عمدية نظراً للطبيعة التكنولوجية التي تفرضها المواقع الصحفية على المحتوى الصحفي وباعتبار أن القائم بالاتصال هو الأساس في استخدام هذه التقنية بداية من جمع المادة حتى تقديمها للجمهور في محتوى بصري تفاعلي، لذا اختارت الباحثة عينة عمدية من القائمين بالاتصال مستخدمي هذه التقنية فقط دون غيرهم.

## أداة جمع البيانات :

استخدمت الباحثة استمارة الاستقصاء لجمع بيانات الدراسة الميدانية، حيث تم تصميم الاستمارة في ضوء تساؤلات الدراسة وفروضها، واستناداً على إطارها النظري المتمثل في نظريتي الاعتماد على وسائل الإعلام، وقبول التكنولوجيا، بما يضمن تحقيق أهداف الدراسة .

## حجم العينة وتوصيفها:

اعتمدت الدراسة الحالية على عينة قوامها (٤٠) مفردة من القائمين بالاتصال وذلك بعد استبعاد الاستمارات غير الصحيحة أثناء التطبيق .

## الإطار الزمني للدراسة الميدانية:

تم إجراء الدراسة الميدانية على عينة من القائمين بالاتصال في الفترة من ٦/١/٢٠٢٤ حتى ٢٠٢٤/٩/١، أي ثلاثة أشهر متصلة، وذلك نظراً للصعوبات التي واجهتها الباحثة أثناء تطبيق الاستمارة من حيث صعوبة الوصول للقائمين بالاتصال مستخدمي هذه التقنية، وقد أجرت الباحثة الإجراءات التالية للتأكد من صدق الاستبانة وثباتها .

**أولاً: إجراءات صدق صحيفة الاستقصاء:**

يقصد باختبار الصدق صلاحية الأسلوب أو الأداة لقياس ما هو مراد قياسه، أو بمعنى آخر صلاحية أداة البحث في تحقيق أهداف الدراسة، ومن ثم ارتفاع مستوى الثقة فيما يتوصل إليه البحث من نتائج بحيث يمكن الانتقال منها إلى التعميم، وبحيث تتطابق المعلومات التي يتم جمعها بواسطتها مع الحقائق الموضوعية، وتعكس المعنى الحقيقي والفعلي للمفاهيم الواردة بالدراسة بدرجة كافية<sup>(١)</sup>، ويستعان في هذا الاختبار بعدد من المحكمين\* من خبراء البحوث في ضوء مشكلة الدراسة وأهدافها وفروضها وتساؤلاتها، وبناءً على إرشاداتهم وتوصياتهم أجرت الباحثة التعديلات التي أشاروا بها .

**ثانياً: الاختبار القبلي Pre Test:**

يهدف هذا الاختبار إلى التأكد من وضوح أسئلة الاستمارة ومناسبتها لإجراء الدراسة، وفي ضوء ذلك قامت الباحثة بإجراء إختباراً قبلياً لصحيفة الاستقصاء على ١٠% من إجمالي العينة للوقوف على مدى فهم المبحوثين

(١) محمد فؤاد الدهراوي، سميرة محمد موسى، صورة مرشحي انتخابات الرئاسة الأمريكية لدى الجمهور العربي وانعكاسها على الصورة الذهنية للولايات المتحدة الأمريكية انتخابات ٢٠٢٠ نموذجاً، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، مج ٢١، ع ٤٤، ج ٢، أكتوبر- ديسمبر ٢٠٢٢، ص ٦٩٩.

**\* أسماء السادة الأساتذة المحكمين:**

- د. جمال عبد الحي النجار أستاذ الصحافة المتفرغ بقسم الصحافة والنشر بكلية الإعلام بنات- جامعة الأزهر بالقاهرة
- د. آيات أحمد رمضان الأستاذ المساعد، ورئيس قسم الصحافة والنشر بكلية الإعلام بنات- جامعة الأزهر بالقاهرة
- د. وليد الهادي أستاذ الإعلام المساعد بكلية الآداب- جامعة حلوان
- د. دعاء عبد الحكم الصعيدي الأستاذ المساعد بقسم الصحافة والنشر بكلية الإعلام بنات- جامعة الأزهر بالقاهرة
- د. محمد فؤاد الأستاذ المساعد بقسم العلاقات العامة والإعلان بكلية الإعلام بنين - جامعة الأزهر.

واستيعابهم لأسئلة الاستمارة، وبناء على نتيجة الاختبار تم تعديل صياغة أسئلة الاستمارة حتى تصبح جاهزة للتطبيق بما يخدم أغراض الدراسة.

### إجراءات ثبات صحيفة الاستقصاء Stability:

ولقياس ثبات الاستقصاء استخدمت الباحثة أسلوب إعادة الاختبار Test-Retest بالتطبيق على ١٠% من إجمالي مفردات العينة، وذلك بعد مرور أسبوعين من التطبيق الأول، وتم قياس نسبة الثبات وقد بلغت قيمتها (٩٠%)، وهي قيمة تشير إلى ثبات المقياس ووجود درجة اتساق عالية في إجابات المبحوثين. كما تم استخدام معامل ألفا كرونباخ Alpha-Cronbach، واختبار التجزئة النصفية Split-half باستخدام معامل ارتباط سبيرمان- براون-Spearman Brown، ومعامل جتمان Guttman للتحقق احصائياً من ثبات وصدق مقاييس الدراسة، ويوضح الجدول الآتي ذلك تفصيلاً.

جدول (٢) معامل ألفا كرونباخ Cronbach's Alpha Coefficient، ومعامل ارتباط سبيرمان - براون Spearman-Brown Coefficient، ومعامل التجزئة النصفية لجتمان Guttman Split-Half Coefficient؛ للتحقق إحصائياً من ثبات وصدق مقاييس الدراسة

م	المقياس	عدد العبارات	معامل (ألفا كرونباخ)	معامل ارتباط سبيرمان - براون	معامل جتمان (التجزئة النصفية)
١	مقياس دوافع الاعتماد على تقنية الكروس ميديا	14	.808	.787	.787
٢	مقياس التأثيرات الناتجة عن الاعتماد على تقنية الكروس ميديا	23	.826	.814	.781
٣	مقياس الأداء المهني	19	.853	.759	.751
٤	مقياس الاتجاه نحو استخدام تقنية الكروس ميديا	34	.830	.737	.713
	إجمالي مقاييس الدراسة	90	.894	.725	.725

يتضح من الجدول السابق أن قيمة معامل ألفا كرونباخ تراوحت بين (٠,٨٠٨) و (٠,٨٥٣)، وبلغت قيمتها لإجمالي مقاييس الدراسة (٠,٨٩٤). وتراوحت قيمة معامل ارتباط سبيرمان - براون بين (٠,٧٣٧) و (٠,٨١٤)، وبلغت قيمتها لإجمالي مقاييس الدراسة (٠,٧٢٥)، وتراوحت قيمة معامل جتمان بين (٠,٧١٣) و (٠,٧٨٧)، وبلغت قيمتها لإجمالي مقاييس الدراسة (٠,٧٢٥)، وهي قيم مرتفعة تدل على اتساق الاستبيان وثباته.

#### مقاييس الدراسة:

##### - مقياس دوافع الاعتماد على تقنية الكروس ميديا:

تم بناء هذا المقياس من سؤال يتكون من ١٤ عبارة، حيث قدرت الإجابة على كل عبارة على النحو التالي موافق=٣، محايد =٢، معارض =١، وبالتالي فإن محصلة هذا المقياس تتكون من ٢٩ درجة (١٤ : ٤٢) تم تقسيمهم إلى ثلاثة مستويات على النحو التالي:

- المستوى المنخفض من ١٤ : ٢٣ درجة.

- المستوى المتوسط من ٢٤ : ٣٢ درجة.

- المستوى المرتفع من ٣٣ : ٤٢ درجة.

##### - مقياس التأثيرات الناتجة عن الاعتماد على تقنية الكروس ميديا:

تم بناء هذا المقياس من سؤال يتكون من ٢٣ عبارة، حيث قدرت الإجابة على كل عبارة على النحو التالي مؤثر=٣، مؤثر إلي حد ما=٢، غير مؤثر=١، وبالتالي فإن محصلة هذا المقياس تتكون من ٤٧ درجة (٢٣ : ٦٩) تم تقسيمهم إلى ثلاثة مستويات على النحو التالي:

- المستوى المنخفض من ٢٣ : ٣٨ درجة.

- المستوى المتوسط من ٣٩ : ٥٣ درجة.

- المستوى المرتفع من ٥٤ : ٦٩ درجة.



- مقياس التأثيرات المعرفية:

تم بناء هذا المقياس من ٦ عبارات، حيث قدرت الإجابة على كل عبارة على النحو التالي مؤثر=٣، مؤثر إلى حد ما=٢، غير مؤثر=١، وبالتالي فإن محصلة هذا المقياس تتكون من ١٣ درجة (٦: ١٨) تم تقسيمهم إلى ثلاثة مستويات على النحو التالي:

- المستوى المنخفض من ٦: ١٠ درجات.

- المستوى المتوسط من ١١: ١٤ درجة.

- المستوى المرتفع من ١٥: ١٨ درجة.

- مقياس التأثيرات الوجدانية:

تم بناء هذا المقياس من ٧ عبارات، حيث قدرت الإجابة على كل عبارة على النحو التالي مؤثر=٣، مؤثر إلى حد ما=٢، غير مؤثر=١، وبالتالي فإن محصلة هذا المقياس تتكون من ١٥ درجة (٧: ٢١) تم تقسيمهم إلى ثلاثة مستويات على النحو التالي:

- المستوى المنخفض من ٧: ١١ درجة.

- المستوى المتوسط من ١٢: ١٦ درجة.

- المستوى المرتفع من ١٧: ٢١ درجة.

- مقياس التأثيرات السلوكية:

تم بناء هذا المقياس من ١٠ عبارات، حيث قدرت الإجابة على كل عبارة على النحو التالي مؤثر=٣، مؤثر إلى حد ما=٢، غير مؤثر=١، وبالتالي فإن محصلة هذا المقياس تتكون من ٢١ درجة (١٠: ٣٠) تم تقسيمهم إلى ثلاثة مستويات على النحو التالي:

- المستوى المنخفض من ١٠: ١٦ درجة.

- المستوى المتوسط من ١٧ : ٢٣ درجة.

- المستوى المرتفع من ٢٤ : ٣٠ درجة.

- مقياس الأداء المهني:

تم بناء هذا المقياس من سؤال يتكون من ١٩ عبارة، حيث قدرت الإجابة على كل عبارة على النحو التالي موافق=٣، محايد =٢، معارض =١، وبالتالي فإن محصلة هذا المقياس تتكون من ٣٩ درجة (١٩ : ٥٧) تم تقسيمهم إلى ثلاثة مستويات على النحو التالي:

- المستوى المنخفض من ١٩ : ٣١ درجة.

- المستوى المتوسط من ٣٢ : ٤٤ درجة.

- المستوى المرتفع من ٤٥ : ٥٧ درجة.

- مقياس الاتجاه نحو استخدام تقنية الكروس ميديا في عرض المحتوى الصحفي:

تم بناء هذا المقياس من سؤال يتكون من ٣٤ عبارة، حيث قدرت الإجابة على كل عبارة على النحو التالي موافق=٣، محايد =٢، معارض =١، وبالتالي فإن محصلة هذا المقياس تتكون من ٦٩ درجة (٣٤ : ١٠٢) تم تقسيمهم إلى ثلاثة مستويات على النحو التالي:

- الاتجاه السلبي من ٣٤ : ٥٦ درجة.

- الاتجاه المحايد من ٥٧ : ٧٩ درجة.

- الاتجاه الإيجابي من ٨٠ : ١٠٢ درجة.

**المعالجة الإحصائية للبيانات:**

بعد الانتهاء من جمع بيانات الدراسة الميدانية، تم ترميز البيانات وإدخالها إلي الحاسب الآلي، ثم معالجتها وتحليلها واستخراج النتائج الإحصائية وذلك باستخدام برنامج "الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية

"SPSS" (Statistical Package for Social Science). وقد تنوعت المتغيرات الإحصائية بين متغيرات اسمية Nominal، ومتغيرات ترتيبية Ordinal، ومتغيرات وزنية Scale، وعلى هذا فقد قام الباحث بتطبيق المعاملات الإحصائية التي تلائم كل متغير من هذه المتغيرات وذلك من خلال استخدام الاختبارات والمعالجات الإحصائية التالية:

- التكرارات البسيطة Frequency. والنسب المئوية Percent.
- المتوسط الحسابي Mean. والانحراف المعياري Std. Deviation.
- معامل ألفا كرونباخ Cronbach's Alpha Coefficient، ومعامل ارتباط سبيرمان - براون Spearman-Brown Coefficient، ومعامل التجزئة النصفية لجتمان Guttman Split-Half Coefficient؛ للتحقق إحصائياً من ثبات وصدق مقياس الدراسة.
- اختبار (Independent Samples T Test) لمقارنة متوسطي عينتين مستقلتين والمعروف اختصاراً باختبار "ت" أو (T- Test).
- اختبار تحليل التباين في اتجاه واحد (One Way ANOVA) والمعروف اختصاراً ANOVA، وذلك لقياس الفروق بين المتوسطات بين أكثر من مجموعتين.
- معامل ارتباط بيرسون (Pearson Correlation) لدراسة شدة واتجاه العلاقة الارتباطية بين متغيرين من مستوي المسافة أو النسبة. وقد اعتبرت العلاقة ضعيفة إذا كانت قيمة المعامل أقل من ٠,٣٠٠، ومتوسطة إذا كانت ما بين ٠,٣٠٠ : ٠,٦٠٠، وقوية إذا كانت أكثر من ٠,٦٠٠.

#### مستوى الدلالة المعتمد في هذه الدراسة:

اعتمد الباحث على مستوى دلالة يبلغ ٠,٠٥، لاعتبار الفروق ذات دلالة إحصائية من عدمه. وقد تم قبول نتائج الاختبارات الإحصائية عند درجة ثقة ٩٥% فأكثر، أي عند مستوى معنوية ٠,٠٥ فأقل.

## التعريفات الإجرائية لمفاهيم الدراسة:

**مفهوم القائم بالاتصال:** هو كل من يشارك في العملية الإعلامية على مدار رحلتها بجمع البيانات أو إعدادها وتحريرها أو تصميمها وإخراجها أو تقديمها وتوصيلها للجمهور، وهم المنتمون للفئات (إعلام- تحرير- إخراج- برمجة) بكل درجاتهم الوظيفية داخل المؤسسات الصحفية.

**مفهوم الكروس ميديا:** تقنية بصرية تساعد على عرض المحتوى الصحفي بطريقة جذابة، من خلال وسائل تكنولوجية وتعتمد على وجود أكثر من وسيط إعلامي في عرض المادة الصحفية وتتيح إمكانية تفاعل الجمهور مع الوسائط المستخدمة

**مفهوم الأداء المهني:** قيام الفرد بمهامه وواجباته ومسئوليته المطلوبة منه باحترافية وبما لا يتعارض مع لوائح المهنة وأخلاقياتها وتطبيق قواعد العمل الإعلامي السليمة.

## الإطار المعرفي للدراسة:

### تقنية الكروس ميديا Cross Media:

### مفهوم الكروس ميديا:

تعددت المفاهيم والمصطلحات الخاصة بتقنية الكروس ميديا حيث، يشير مصطلح Cross media الكروس ميديا أو الإعلام المتقاطع إلى الخبرات المتكاملة عبر وسائط متعددة بما في ذلك الإنترنت والفيديو والأفلام والبث وتلفزيون الكابل والأجهزة المحمولة وأقراص DVD والطباعة والراديو، وعادة ما يتضمن الجانب الإعلامي الجديد من تجربة الوسائط المتعددة مستوى معيناً من تفاعل الجمهور من خلال مشاهدة الأفلام أو الإنغماس في رواية، أو ممارسة لعبة فإن النمو السريع للتكنولوجيا الرقمية أدى إلى كثير

من التغييرات الجذرية في توظيف الكروس ميديا<sup>(١)</sup>، حيث يتم تعريف الوسائط المتقاطعة على أنها أي محتوى (أخبار وموسيقى ونصوص وصور) يتم نشره في عدة منصات إعلامية .

كما أن هناك مصطلحاً آخر يستخدم على نطاق واسع تعني أن نفس المحتوى يتم تسليمه إلى المستخدمين النهائيين في أكثر من وسيط واحد<sup>(٢)</sup> .

وقد اقترحت الباحثة أثناء الدراسة الميدانية العديد من التعريفات التي توضح مفهوم تقنية الكروس ميديا، حيث أشار القائمين بالاتصال عينة الدراسة إلى أن أكثر تعريف يتناسب مع هذه التقنية هو أنها "تقنية بصرية تساعد على عرض المحتوى الصحفي بطريقة جذابة"

وقد بدأ انتشار مصطلح الكروس ميديا في نهاية التسعينات ليستخدم في صناعة البث، ورغم صعوبة الاتفاق على تعريف واحد شامل لمصطلح النشر عبر الوسائط Cross Media، فإن هناك أربعة معايير يمكن رصدها فيما يتعلق بهذا المصطلح هي<sup>(٣)</sup>:

١- يشمل النشر عبر أكثر من وسيط، ويجمع بين الوسائط التقليدية والوسائط الرقمية، وكل هذه الوسائط تدعم بعضها البعض حسب مميزات كل وسيط .

(١) فاطمة فايز عبده قطب، الاتجاهات الحديثة في سرد القصة الرقمية وعلاقتها بتفضيلات

الجمهور المصري، مرجع سابق، ص ١١٦

(2)Veglis, Andreas, "Cross Media Communication In Newspaper Organizations" (2009).MCIS 2009 Proceedings. P530.

(٣) حسين محمدربيع، التوجهات الحديثة في تقديم المضمون الصحفي بالمواقع الالكترونية المصرية: دراسة حالة لاستخدام الوسائط المتعددة في إنتاج القصص الصحفية المدعومة بالبيانات بمجموعة أونا للصحافة والإعلام، المؤتمر العلمي الدولي الرابع والعشرين (نحو تجسير الفجوة بين الإعلام والجمهور)، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، ٢٠١٨، ص ٦١٢ .

- ٢- يهدف النشر العابر للوسائط إلى الإنتاج المتكامل Integrated Production، وتتم الموائمة بين هذه الوسائط لتحقيق الهدف من القصة أو المحتوى ويحدث التفاعل الداعم لهذا المحتوى على المنصات المختلفة.
- ٣- يحتاج إلى استخدام أكثر من وسيط لدعم الموضوع أو القصة في إطار هدف واحد ورسالة واحدة .

وفي المؤسسات الصحفية يستخدم مصطلح Cross media ليشير إلى القنوات التي تستخدمها هذه المؤسسات في نشر الأخبار، هذه القنوات أو الوسائط هي شبكة الإنترنت WWW والبث عبر الإنترنت Webcasting والهواتف الذكية، وأجهزة اللوحة (التابلت)، والبريد الإلكتروني E-Mail ورسائل SMS وملفات أدوبي PDF ونظام توزيع المحتوى RSS والمدونات Blogs<sup>(١)</sup>.

ومن خلال ذلك المفهوم الجديد عن Cross media، نجد أن عملية إنتاج المحتوى الإخباري بمراحله ووسائل نشره المتعددة والمختلفة سواء أكانت مقروءة أو مسموعة، أو مرئية، تعتمد أساساً على الصحفي أو المحرر الذي يجيد باحترافية عالية استخدام مختلف الوسائل المتنوعة المناسبة لمنصة النشر، كذلك القدرة على التصوير، وأخيراً المهارة في استخدام وسائل التكنولوجيا الحديثة .

فعملية الإنتاج من البداية إلى النهاية، بداية من فكرة إنشاء الخبر حتى نشره حيث يؤدي الصحفي أو المحرر المتعدد المهارات العديد من الوظائف في صنع ذلك الخبر أو القصة الإخبارية، كإجراء المقابلات، تصوير الفيديو، التقاط الصور الفوتوغرافية، كتابة القصة، تحرير الصوت والفيديو، أما

(1) Veglis, Andreas, "Cross Media Communication In Newspaper Organizations" (2009).MCIS 2009 Proceeding.p530-531 <http://aisel.aisnet.org/mcis2009/37>

المحور الثاني " الأفقي " المتقاطع معه وهو الخاص بالنشر، فهو من ناحية أخرى، يتألف من منصات إعلامية مختلفة يمكن من خلالها نشر تلك القصة الإخبارية، سواء أكانت صحيفة أو إذاعة وتلفزيون أو مواقع افتراضية كالنشر على الإنترنت والموبايل (١).

ويعتمد السرد القصصي الرقمي باستخدام تقنية Cross media على قالب خطي مطول Long Form، وهذه القصص المطولة تجمع مواد مختلفة من نصوص وصوت ورسوم بيانية، فنسمع ونرى ونقرأ ونشعر أننا جزء من القصة، وتعتمد هذه القصص أسلوب Scrollytelling الذي يعني رواية القصص عبر تحريك الفأرة لأسفل (٢).

### اعتماد المواقع المصرية على تقنية الكروس ميديا:

باعتبار أن قصص "الكروس ميديا" نمطاً حديثاً في سرد القصص الصحفية، حيث طبقت ثلاثاً من المواقع الإخبارية المصرية وذلك من خلال توظيف أشكال مختلفة من الوسائط المتعددة في الملف الصحفي الذي ينتجه فريق العمل داخل غرف الأخبار وذلك من أجل جذب أكبر عدد من القراء لمتابعة الموضوعات الصحفية التي ينتجها الموقع.

ومن أهم التجارب المصرية الرائدة في توظيف تقنية "الكروس ميديا": موقع مصراوي، وموقع الدستور، وموقع الوطن وتتسم هذه المواقع باعتمادها على فريق عمل وذلك من أجل إنتاج ملفات صحفية باستخدام هذه

(١) مروة محمد فاضل، الاساليب الحديثة لعرض المحتوى الإخباري في المواقع الإلكترونية المصرية، مجلة بحوث كلية الآداب، قسم إعلام، جامعة المنوفية، مج ٣٤، ع ١٣٥، ج ٣، أكتوبر ٢٠٢٣، ص ٤٧-٤٨.

(٢) فاطمة فايز عبده قطب، الاتجاهات الحديثة في سرد القصة الرقمية وعلاقتها بتفضيلات الجمهور المصري، مرجع سابق، ص ١١٦.

التقنية الحديثة، فنجد أن هناك "مصورًا صحفيًا"، "صحفيًا يصور الفيديوها"، "أشخاصًا يقومون بإعداد رسوم الجرافيك المعلوماتية"، و"باحثًا" يجمع المواد الصحفية التي يتطلبها الموضوع، و"شخصًا" يقوم باختيار الموسيقى المناسبة لطبيعة الموضوع<sup>(١)</sup>.

**ولكن لاحظت الباحثة** انفراد موقع مصراوي بوجود أيقونة خاصة بملفات الكروس ميديا على موقعها الرسمي، أما بالنسبة لموقعي الوطن والدستور لاحظت الباحثة عدم وجود أيقونة خاصة بملفات الكروس ميديا وإنما يكون البحث عنها من خلال أيقونة البحث الموجودة أعلى يسار الموقع، وهذا يعكس اهتمام موقع مصراوي بتقنية الكروس ميديا عن غيره من المواقع الصحفية الأخرى وهذا ما أكدت عليه الدراسات السابقة في نتائجها.

### **الخطوات الضرورية لعمل محتوى صحفي بطريقة "كروس ميديا":**

**أولاً: وجود مادة بصرية كافية ونص غير طويل:** يجب أن يتوفر في النص الصحفي ما يجعله صالحاً للعرض، من ناحية الثراء البصري، وعدم ضخامة النص، وهو أهم ما يميز هذه الطريقة، وقتها يكون التفكير في كيفية توظيف المادة الموجودة لعمل قصة "كروس ميديا"، واستخدام الأدوات الرقمية المناسبة، لتظهر أفضل طريقة لسرد قصة ذات جودة وعمق. ويأتي ذلك من خلال التنسيق الثلاثي بين الصحفي، والمطور، والمصمم. والذي يؤدي كل منهما دوراً مهماً يكمله الآخر؛ فلا قيمة لعرض جيد دون محتوى يستحق، ولا يمكن أن يكون المحتوى جذاباً دون طريقة عرض جيدة.

**ثانياً: التنسيق أثناء عملية الإعداد:** فالبداية من الموافقة على الفكرة، والانتهاء من مرحلة بحثها، ثم الاجتماع الثلاثي لتنسيق التصور المبدئي

(١) أسماء قنديل منشور بتاريخ ٢٧-٤-٢٠٢٢ تاريخ الدخول ٤-٨-٢٠٢٤



والمادة المفترض توافرها، ثم تنفيذ الصحفي للمحتوى وجمعه للمادة المطلوبة، ثم الاجتماع مرة أخرى لتنفيذه بطريقة "كروس ميديا" وتوظيف المادة التي تم جمعها، ثم المراجعة النهائية وتصفح النص الصحفي من أجهزة مختلفة للتأكد من شكل عرضه، تحديداً على الموبايل ثم النشر.

**ثالثاً: المرونة:** بحيث يكون لدى المحرر المرونة الكافية للاستغناء عن أجزاء من النص في مقابل أن تعوض بمادة بصرية أفضل.

**رابعاً: التجديد:** يفضل أن لا يُكرر التصميم في أكثر من قصة، وأن تكون لكل قصة تصميمها الخاص بها.

**خامساً: الإطلاع:** يجب أن تتطلع دائماً على إنتاج قصص بطريقة كروس ميديا في مواقع الصحف الأجنبية<sup>(١)</sup>.

**ثانياً: الأمور الواجب إتباعها عند تنفيذ قصص بتقنية "الكروس ميديا"<sup>(٢)</sup>:**

يجب أن يفكر فريق عمل الموقع الإلكتروني في كيفية إعداد القصص الصحفية بشكل يجذب القراء والمشاهدين، ويجعلهم يستمتعون بالقصة ويستفيدون منها ويتفاعلون معها، وذلك من خلال إتباع الأشياء الآتية:

١- تقسيم المهام والمسؤوليات بين أعضاء فريق العمل وذلك على النحو التالي: (باحث، صحفي ميداني، مصور فيديو، مصور فوتوغرافي، رسام كاريكاتير، مونتير، ومصمم إنفوجرافيك، وفرد متخصص في اختيار الموسيقى المصاحبة للموضوع).

٢- لا يشترط توظيف جميع أشكال الوسائط المتعددة في ملف صحفي واحد، ولكن يختار الصحفي ما يتلاءم من باقة الوسائط المتعددة أثناء تنفيذ موضوعه.

(1) <https://gijn.org/ar/%D9%82%D8%B5%D8%B5/tjrbt-msrawy-fy-antaj-althqyqat-walqss-alshfyt-btryqt-krws-mydy/>

(٢) مرجع سابق، تاريخ الدخول ١٠-٨-٢٠٢٤ <https://2cm.es/IMIP>

٣- تحديد المحاور الرئيسية والثانوية في القصة الصحفية التي يعدها فريق العمل وذلك حتى يتم إبرازها جيدًا.

٤- ترتيب الوسائط المتعددة بشكل منطقي يعكس محاور الموضوع الصحفي التي قام فريق العمل بتحديددها.

٥- أن يقسم الصحفي المواد الصحفية إلى فقرات تحتوي على معلومات مركزة.

٦- تفادي تكرار المعلومات الصحفية المذكورة في النصوص أو الوسائط المتعددة، حتى يجد القارئ معلومة جديدة عند مطالعة النصوص الصحفية أو مشاهدة العروض البصرية.

٧- يجب أن تكون اللغة سهلة وبسيطة ومباشرة، وتختلف حسب طبيعة الوسيلة.

٨- كتابة عناوين جذابة.

٩- تحديد الصورة الرئيسية في القصة، والأطراف الفاعلة في القصة.

١٠- القصص الإنسانية يكون محورها الأشخاص، وبالتالي يجب العمل على توثيق مشاعرهم وذلك من خلال: الصور، والصوت، والفيديوهات، ورسوم الكاريكاتير.

١١- يفضل أن تكون الجمل قصيرة، ومعبرة عن الموضوع الذي يعده فريق العمل.

**ثالثاً: أهم المواقع الإلكترونية المجانية التي تساعد الصحفيين على تنفيذ قصص بتقنية "الكروس ميديا":**

أصبحت المواقع الإلكترونية تقوم بإعداد قصص تفاعلية تمتزج بها عناصر السرد البصري للمتلقي بشكل أسهل، حيث بإمكان الصحفيين وضع الصور، والنصوص، والفيديوهات، وتلوين خلفية القصة، ومشاركتها على نطاق واسع سواء في مدوناتهم أو المواقع الإخبارية التي يعملون بها، أو على حساباتهم على الشبكات الاجتماعية.

ويعتبر موقع "أدوبي سبارك" من أبرز المواقع الصحفية التي تمكن الصحفيين من إعداد قصص كروس ميديا تفاعلية مع الجمهور، فللموقع إمكانيات عظيمة في حكي القصص الصحفية بشكل تفاعلي، حيث يمكنك من خلال الموقع عمل بوست ونشره على إحدى مواقع الشبكات الاجتماعية، أو فلاير، أو دعوة شخصية، كما يمكن التتويج في عرض الصور المستخدمة في القصة، ويتيح الموقع تقسيم الشاشة إلى نصفين الجزء الأول للصورة والثاني للنص، ويقوم موقعاً "الدستور" و"الوطن" بتوظيف موقع "أدوبي سبارك" لإنتاج قصص بطريقة "الكروس ميديا".

كما تقدّم "شبكة الصحفيين الدوليين" في هذا الإطار دليلاً شاملاً لكيفية استخدام منصة "ستوري فورم" لعمل قصة تفاعلية، بدءاً من التسجيل في الموقع حتى مشاركة القصة مع جمهورك، حيث تعتبر منصة "ستوري فورم" من أسهل المنصات التي يمكن التعامل معها لأنها لا تتطلب خبرة مسبقة في كتابة الأكواد، أو معرفة بقواعد التصميم، حيث يمكن فتح المنصة من جميع متصفحات الويب، علاوة على قيام جميع محركات البحث بفهرسة المحتوى الذي يكتب عبر المنصة.

ومن أهم خواص منصة "ستوري فورم" أنها تقدم للصحفي أو المدون خواص كثيرة في كتابة وتحرير النصوص والمواد الصحفية، مثل إمكانية عمل اقتباسات للمصادر التي يتم استطلاع آرائها في الموضوع، وتقسيم النص إلى أعمدة، وعمل تعليقات أسفل الصور، وإدراج صور، وفيديوهات إلى القصة، كما يمكن اختيار القوالب المناسبة لعرض القصة سواء بشكل أفقي أو رأسي وفقاً لطبيعة الوسائط المتعددة التي يحتويها الموضوع وتريد تسليط الضوء عليها.

ومن ناحية أخرى، يتيح موقع "ستوري فورم" كتابة منشورات أو موضوعات على منصة "وورد برس" لتحظى بتفاعل أكبر عدد من جمهور السوشيال ميديا.

كما تُتيح المنصة أربع خواص رئيسية لإنتاج قصة تفاعلية وهي إدراج صور، وفيديوهات، وروابط، أو أكواد، كما يستطيع الصحفي تقسيم النص إلى فقرات واختيار الصور المناسبة لموضوعه وإعادة تحجيمها بما يتناسب مع شاشة العرض التي سيعرض عليها قصته بالإضافة إلى التعديل في أي جزء من القصة، وتُتيح المنصة أيضًا إمكانية تلوين خلفية الموضوعات سواء تلوين صفحة معينة أو تعميم اللون على كل الصفحات المكونة للموضوع (١).

وقد لاحظت الباحثة عند مقابلة القائم بالاتصال في موقع مصراوي عدم اقتصارهم على القوالب الجاهزة بل يقوم القائم بالاتصال بإنشاء قوالب مخصصة لعرض المحتوى الصحفي من خلالها، ويقوم فريق من الرسامين بإنشاء الرسوم الخاصة بالقصة الصحفية خاصة حال تعرضهم للخطر.

ومن النماذج الخاصة بملفات الكروس ميديا بموقع مصراوي:

١- حكايات الناس: ولد في خيمة ومات بخيمة... رحلة ٧٤ سنة شتات لـ "مفتي" غزة وأسرته (٢).

٢- أخبار وتقارير: رمضانك في خيمة.. حكايات عرب الشتات في الشهر الفضيل (٣)

(1) <https://www.journalistsupport.net/article.php?id=378347>

(٢) بتاريخ ٤-٧-٢٠٢٤، تاريخ الدخول ٤-٨-٢٠٢٤  
<https://www.masrawy.com/crossmedia/tent/#one>

(٣) بتاريخ ٤-٨-٢٠٢٤، تاريخ الدخول ٤-٨-٢٠٢٤  
<https://2cm.es/IMMA>

٣-شئون عربية ودولية: الموت أقرب من الخبز ... رحلة البحث عن كيس طحين بشمال غزة، حيث اعتمدت القصة على الجرافيك بالإضافة إلى استخدام الخرائط، والانفوجراف<sup>(١)</sup>.

٤-حكايات الناس: أيام الموت.. عش تجربة نزوح أسرة في غزة (قصة تفاعلية)، حيث اعتمدت القصة على الخرائط باستخدام الجرافيك كما أتاحت التفاعل بواسطة الجمهور من خلال اختيار الأماكن المناسبة للنزوح واختيار الأفضل من خلال القصة<sup>(٢)</sup>.

٥-حكايات الناس: إخوان الدم .. ماذا فعل صراع الجنرالين بأسرتين سودانيتين؟، وقد تم استخدام الرسوم المتحركة، والموشن جرافيك، إضافة إلى استخدام الانفوجراف وذلك لإضافة المزيد من التفاعلية لجذب الجمهور<sup>(٣)</sup>.

٦-حكايات الناس: حلب التمويل المدعوم ... مشروعات وهمية تلتهم الدعم الحكومي للتنمية، حيث تم الاعتماد على الفيديو جرافيك، واستخدام الانفوجراف واستخدام تقنية البودكاست<sup>(٤)</sup>.

٧-موضوع أطباء السخرة محنة الأطباء المقيمين في المستشفيات الجامعية<sup>(٥)</sup>، وقد حاز هذا التحقيق على جائزة مصطفى وعلي أمين للصحافة.

بتاريخ ٥-٣-٢٠٢٤، تاريخ الدخول <https://www.masrawy.com/crossmedia/search/> (1)

٤-٨-٢٠٢٤

بتاريخ ١٥-١-٢٠٢٤، <https://www.masrawy.com/crossmedia/family-gaza/one.html> (2)

تاريخ الدخول ٤-٨-٢٠٢٤ .

بتاريخ ٣١-١٢-٢٠٢٣ تاريخ الدخول ٤-٨-٢٠٢٤ <https://2cm.es/KYvm> (3)

بتاريخ ٣١-٢١-٢٠٢٣، تاريخ <https://www.masrawy.com/crossmedia/tamweel> (4)

الدخول ١٠-٨-٢٠٢٤ /

بتاريخ ٢٥-٩-٢٠٢٣، تاريخ الدخول ٢٥-٨-٢٠٢٤ <https://linksshortcut.com/JCOsc> (5)

٨- وحديثاً قام فريق مصراوي بإنشاء قصتين باستخدام ملفات الكروس ميديا بعنوان "موسى غزة"<sup>(١)</sup> وضعته أمه في قدر فنجا من صبرا وشتيلا وردته وثيقة لفلسطين بعد ٢٢ سنة، وقد استخدمت فيه الرسوم المتحركة بواسطة الأستاذة سحر عيسى رئيس قسم الكروس ميديا بالموقع، إضافة لاستخدام الوثائق الرسمية والخرائط باستخدام الموقع الجغرافي والرسائل الصوتية التي تؤكد كلام المحررة ساره أبو شادي، والموضوع الثاني بعنوان الفخ الروسي تجنيد مصريين بإغراء المال والجنسية<sup>(٢)</sup>، وقد طرحت فيه الأستاذة ساره أبو شادي موضوعاً في غاية الأهمية حيث تتبع مصراوي شبكة روسية لتجنيد العرب وخاصة المصريين، وكيفية إغرائهم بالمال ووعد الحصول على الجنسية الروسية بعد القتال سنة على الجبهة، كما تتبع الموقع قصص وخط سير مجندين مصريين انقطعت أخبارهم وآخرون قتلوا، وقلة أصيبوا إصابات خطيرة .

### ومن نماذج تقنية الكروس ميديا بموقع الوطن:

- ١- أخطر من كورونا... الإرهاب فيروس يهدد العالم، وقد تم استخدام الجرافيك، والصور المتحركة بالإضافة إلى استخدام الخرائط والفيديو<sup>(٣)</sup>.
- ٢- كروس ميديا.. الرزق في قلب جهنم .. عمال يواجهون النار<sup>(٤)</sup>.

بتاريخ ١٨-٨-٢٠٢٤، تاريخ الدخول ٢٥-٨-٢٠٢٤ <https://linksshortcut.com/HAXpI>

بتاريخ ٢٣-٩-٢٠٢٤، تاريخ الدخول ٢٣-٩-٢٠٢٤ <https://linksshortcut.com/BOrYe>

(3) [https://www.elwatannews.com/data/crossmedia/Terrorism/index.html?fbclid=IwAR366Q-KmISGN\\_MgeousxrEK9bm0AkTabPod-arjHOWmHeIz9TbxMJ7Unvo](https://www.elwatannews.com/data/crossmedia/Terrorism/index.html?fbclid=IwAR366Q-KmISGN_MgeousxrEK9bm0AkTabPod-arjHOWmHeIz9TbxMJ7Unvo)

بتاريخ ٢٢-٩-٢٠٢٠، تاريخ الدخول ٤-٨-٢٠٢٤ .

بتاريخ ٢٨-٥-٢٠١٩ <https://mbetanews.elwatannews.com/news/details/4179366>

تاريخ الدخول ١٠-٨-٢٠٢٤،

٣- كروس ميديا ... كامل الوزير الدينامو<sup>(١)</sup>.

٤- كروس ميديا صفر يابور ... حكايا ضحايا حريق محطة مصر<sup>(٢)</sup>.

ومن نماذج تقنية الكروس ميديا بموقع الدستور:

١- الدستور داخل ورش صناعة المشابك المصرية<sup>(٣)</sup>.

٢- لاسكن للمطلقات في عمائر هذه المدينة<sup>(٤)</sup>.

٣- حكاية طفل التفاحة والحرب السورية<sup>(٥)</sup>.

٤- ثورة الذهب .. لماذا يلجأ رجال الأعمال إلى تحويل ثروتهم من أموال سائلة للمعدن الأصفر؟<sup>(٦)</sup>

الأداء المهني للقائم بالاتصال:

الأداء في اللغة: من أدى الشيء، أي أوصله، والاسم أداء، وأدى دينه أي قضاها، والمقصود هنا من الأداء هو قضاء الأمر، والأداء اللغوي verbal performance يعني قدرة الفرد على الأداء اللغوي الصحيح قراءة وكتابة وتحدثاً وتعبيراً .

وإعلامياً: يقصد به قضاء المهمة الإعلامية، أي قيام بواجبات الإعلام على أكمل وجه، ومن أهمها نقل الحقائق وتفسيرها والتعليق عليها والقيام

بتاريخ ١٢-٣-٢٠١٩، تاريخ <https://mbetanews.elwatannews.com/news/details/4058717> الدخول ١٠-٨-٢٠٢٤

بتاريخ ٢-٣-٢٠١٩، تاريخ <https://mbetanews.elwatannews.com/news/details/4033631> الدخول ٥-٨-٢٠٢٤

بتاريخ ١٥-١١-٢٠١٨، تاريخ الدخول ٥-٨-٢٠٢٤ <https://www.dostor.org/2396460>

بتاريخ ١-٧-٢٠١٨، تاريخ الدخول ٥-٨-٢٠٢٤ <https://www.dostor.org/2231492>

بتاريخ ١٥-٤-٢٠١٨، تاريخ الدخول ٥-٨-٢٠٢٤ <https://www.dostor.org/2170865>

بتاريخ ٢-٥-٢٠١٨، تاريخ الدخول ١١-٨-٢٠٢٤ <https://www.dostor.org/2153647>

بوظائف الإعلام عامة، ويقال الأداء الصحفي يعني أن تقوم الصحيفة" القائم بالاتصال" بكل ما هو مطلوب منها كمهام وظيفية: الحصول على أخبار وتفسيرها والتعليق عليها والإرشاد والتوجيه<sup>(١)</sup>.

**الأداء المهني:** هو مجموعة من المهارات التي يقوم بها القائم بالاتصال في المؤسسات الصحفية كمهام مطلوب منه تنفيذها مثل جمع البيانات والمعلومات الصحفية من مصادرها المختلفة، ثم تحرير المادة الصحفية للنشر سواء في الصحف المطبوعة أو النسخة الإلكترونية، وبعد ذلك يتم تصميم الصحيفة وإخراجها للنشر المطبوع أو الإلكتروني<sup>(٢)</sup>.

### مقاييس الأداء المهني للقائم بالاتصال في المؤسسات الصحفية<sup>(٣)</sup>:

هناك العديد من الأبحاث والدراسات الأجنبية والعربية التي تناولت مقاييس الأداء المهني والأخلاقي للصحفيين داخل غرف الأخبار بالمؤسسات الصحفية المختلفة لمعرفة مدى التزام الصحف بالمعايير المهنية والأخلاقية. ويجب أن تكون عملية قياس الأداء مستمرة ودورية من أجل مساعدة المديرين في تقييم الأداء المهني للعاملين داخل المؤسسات الصحفية، والتأكد من قيام المرؤوسين بوظائفهم على النحو الأمثل، ومساعدة المديرين في وضع الميزانية التي ستساعد المؤسسة في تنفيذ الخطط والبرامج

(١) محمد منير حجاب، المعجم الإعلامي، (القاهرة: مركز دراسات الوحدة العربية، ٢٠٠٤)، ص ٣٤.

(٢) أسماء حمدي عبد الحميد قنديل، المعايير الحاكمة للأداء المهني داخل غرف الأخبار بالصحف المصرية- دراسة حالة على عينة من الصحف المصرية، رسالة ماجستير، غير منشورة، قسم الصحافة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، ٢٠١٥، ص ٢٠١٥.

(٣) أسماء حمدي قنديل: القيم المهنية والأخلاقية الحاكمة للعمل في صالات التحرير بالمؤسسات الصحفية، (القاهرة: المكتب العربي للمعارف، ط١، ٢٠١٦) ص ٩٨-٩٩.



الموضوعة، كما تؤدي عملية قياس الأداء المهني إلى تحفيز العاملين والمديرين وحملة الأسهم والمواطنين لأداء وظائفهم المطلوبة منهم على أكمل وجه لتطوير أداء المؤسسة، ويمكن تصنيف المقاييس المهنية المستخدمة لقياس الأداء المهني إلى المقاييس الأساسية التالية:

- مقياس المعايير المهنية للتغطية الإخبارية: مدى التزام القائمين بالاتصال من الصحفيين والقيادات الصحفية بالمعايير المهنية المتعارف عليها في التغطية الإخبارية، وهي: "الدقة" و"الموضوعية" و"التوازن"، "الحياد"، "النزاهة"، و"المصداقية".

- مقياس الأداء الصحفي المرتبط بأخلاقيات المهنة: ويتضمن هذا المقياس العديد من العبارات التي يمكن تصنيفها في ضوء المحاور التالية: أخلاقيات جمع ونشر المواد الصحفية، "أخلاقيات نشر الصور والرسوم"، أخلاقيات خاصة بعدد المكونات المرتبطة بمصداقية الوسيلة الإعلامية، أن يحافظ الصحفي على الوعد مع مصادره، "عدم الجمع بين العمل في قطاع التحرير وقطاع الإعلان، وعدم توقيع مواد إعلانية"، "الفصل بين الخبر وبين الرأي والتعليق".

- مقياس الأداء المهني للعاملين داخل غرف الأخبار: ويشمل مجموعة من المهارات الضرورية لتطوير الأداء المهني للقائمين بالاتصال داخل غرف الأخبار، ومن أمثله: "الإنجاز"، "التدريب المهني، علاقات العمل"، "عامل التقدير"، "الضغوط المهنية والإدارية التي يتعرض لها القائم بالاتصال"، "المهارات الصحفية"، "الرضا الوظيفي".

- مقياس التحولات التكنولوجية والثقافية داخل غرف الأخبار: وقد أشار هذا المقياس إلى مجموعة من العبارات التي تقيس مجموعة التحولات التي شهدتها غرف الأخبار بفضل التطورات التكنولوجية المتلاحقة، وعلى سبيل

المثال: "انخفاض أعداد العاملين داخل غرف الأخبار"، "زيادة أعداد صحفيي الفيديو"، "عدم الاهتمام بمعايير الجودة في الموضوعات التي يقوم الصحفيون بتسليمها لرؤسائهم"، "عدم كفاية الموارد المالية المخصصة لتدريب الصحفيين".

**العوامل المؤثرة على الأداء المهني للقائم بالاتصال في المواقع الإلكترونية:**

**أولاً: معايير المجتمع وقيمه وتقاليده:** حيث يؤثر النظام الاجتماعي بقيمه ومبادئه على القائمين بالاتصال، فقد يضحى القائم بالاتصال أحياناً بالسبق بسبب قيم المجتمع وتقاليده.

**ثانياً: المعايير الذاتية للقائم بالاتصال:** تلعب الخصائص والسمات الشخصية للقائم بالاتصال دوراً في ممارسة دور حارس البوابة الإعلامية مثل النوع والعمر والدخل والطبقة الاجتماعية والتعليم والإنتماءات الفكرية أو العقائدية والإحساس بالذات<sup>(١)</sup>.

**ثالثاً: المعايير أو الضغوط المهنية للقائم بالاتصال:** ويقصد بها الضغوط التي يتعرض لها القائم بالاتصال في مجال العمل والتي تؤثر على أدائه المهني، وتؤدي إلى توافقة مع سياسة المؤسسة الإعلامية التي ينتمي إليها، والتوقعات التي تحدد دوره في نظام الاتصال، وتتضمن المعايير المهنية، وتتعدد ضغوط المؤسسة الإعلامية بشكل كبير على القائم بالاتصال، وتمثل هذه الضغوط في عوامل خارجية وداخلية، وتعني بالعوامل الخارجية

(١) إبراهيم عبد الله خلف عبد الله، "إستشراف مستقبل الأداء المهني للقائم بالاتصال في القنوات التلفزيونية المصرية المملوكة للدولة في إطار المستحدثات الرقمية المتسارعة"، مجلة الآداب والعلوم الانسانية، قسم الآداب، كلية الإعلام، جامعة المنيا، مج ٩٨، ع ١، يناير ٢٠٢٤، ص ٣٤٢.

موقع الوسيلة من النظام الاجتماعي القائم، ومدى ارتباطها بمصالح معينة مثل وجود محطات منافسة، أما العوامل الداخلية فتشمل: نمط الملكية، أساليب السيطرة، النظم الإدارية، وضغط العمل وتسهم هذه العوامل بدور هام في شكل المضمون، وتتمثل هذه الضغوط في كل من:

- **سياسة المؤسسة الإعلامية:** وهي مجموعة من المبادئ والقواعد والخطوط العريضة التي تتحكم في الأسلوب أو الطريقة التي يقدم بها المضمون الصحفي، وتكون في الغالب غير مكتوبة؛ بل مفهومة ضمناً من جانب أفراد الجهاز التحريري<sup>(١)</sup>.

- **مصادر الخبر:** من الصعوبة الإستغناء عن مصادر الأخبار لما له من تأثير على القيم الإخبارية والمهنية.

- **علاقات العمل وضغوطه:** القائم بالاتصال يرتبط مع زملائه بعلاقات عمل تخلق بعداً اجتماعياً وتظهر أهمية ذلك في أن وظيفته بذاتها وظيفة تنافسية بطبيعتها لما يسعى إليه في تحقيق السبق.

**رابعاً: معايير الجمهور:** إن القائم بالاتصال في حاجة شديدة إلى تحديد جمهوره بدقة، وأن تصوره لهذا الجمهور يؤثر على قراراته تأثيراً لا يمكن أن نقلل من شأنه<sup>(٢)</sup>.

وقد حدد محمد وليد بركات مجموعة من الأبعاد المهنية والأخلاقية في الممارسة الصحفية لتقنية الكروس ميديا حيث تعددت ملاحظات الباحث

(١) هبة عادل التوني، 'تقييم فاعلية الأداء المهني للقائم بالاتصال في الصحافة المصرية الإلكترونية' دراسة ميدانية"، **المجلة المصرية لبحوث الاتصال والإعلام الرقمي**، قسم الإعلام، كلية الآداب، جامعة سوهاج، مج ١، ع ١، سبتمبر ٢٠٢٣، ص ٢٦٠-٢٦١.

(٢) إبراهيم عبد الله خلف الله عبد السند، إستشراف مستقبل الأداء المهني للقائم بالاتصال في القنوات التلفزيونية المصرية، مرجع سابق، ص ٣٤٢-٣٤٣.

والتي تنوعت ما بين الممارسات المهنية والأخلاقية الإيجابية والسلبية وفيما يلي نستعرض هذه الممارسات أثناء استخدام تقنية الكروس ميديا بالمواقع الصحفية المصرية:

#### أولاً: الممارسات المهنية الإيجابية:

حماية المصدر وذلك من خلال استخدام أسماء مستعارة للمصادر أبطال القصص الإنسانية، إخفاء اسم الأشخاص للحفاظ على خصوصية المصادر مالم تؤثر على المصلحة العامة، تغيير صوت الأشخاص وهو مايقع في نطاق حماية الصحفي لمصادره إذا كان من المحتمل تعرضها للخطر نتيجة تعاونها معه في كشف خلل أو فساد ما، وأيضًا الالتزام بأخلاقيات نشر الصورة الصحفية لضحايا الحوادث من خلال الجوء للرسوم اليدوية بديلاً عن استخدام الصور الفوتوغرافية، ودمج الرسوم اليدوية مع المعلوماتية لتجسيد الإصابات ليتجاوز مشكلة استحالة نشر صور الأجساد المصابة أو المتوفية، وجاء أيضاً ضمن الممارسات الإيجابية تنويه الجمهور إلى احتواء الفيديو على مشاهد مزعجة، الدقة في توظيف الأرقام والنسب، تنوع لغات إنتاج القصص.

#### ثانياً الممارسات المهنية السلبية:

الأخطاء اللغوية والمعلوماتية كأخطاء الكتابة نتيجة التسرع، وضغط العمل الصحفي، وضخامة البيانات والمعلومات المقدمة عبر القصة، تكرار نشر نفس الصور أو حذفها أو سوء عرضها، فقر وتنوع الوسائط المتعددة بالمخالفة لطبيعة السرد القصصي الرقمي القائمة على تعدد الوسائط المستخدمة في التعبير، وتضمين بعض القصص مساحات من السرد النصي المطول دون معادل بصري أو وسيط سمعي، بالإضافة لوجود أخطاء تصميم الانفوجرافيك كخلوه من ترقيم الخطوات المتسلسلة، وأيضًا مخالفة

اتجاه السهم لاتجاه الأحداث وتسلسل التواريخ، واستخدام ألوان زاهية تخالف الحالة المزاجية والشعورية للقصة الصحفية، وأخيراً غياب توظيف الرسوم البيانية والمخططات في مواضع توظيفها، ومنها غياب توظيف أداة تحديد الموقع Location من تطبيق خرائط جوجل Google Maps، رغم احتواء القصص على أماكن مثلث مسرح الأحداث أو بؤرة الاهتمام والتركيز في سرد القصة<sup>(١)</sup>.

نتائج الدراسة الميدانية:

أولاً: الخصائص الديموجرافية للمبحوثين

جدول (٣)

خصائص عينة الدراسة

		المتغير			
%	ن	%	ك		
100.0	40	55.0	22	ذكر	النوع
		45.0	18	أنثى	
100.0	40	35.0	14	أقل من ٣٠ عاماً	العمر
		55.0	22	من ٣٠ لأقل من ٤٠ عاماً	
		7.5	3	من ٤٠ لأقل من ٥٠ عاماً	
		2.5	1	٥٠ عاماً فأكثر	
100.0	40	2.5	1	متوسط	التعليم
		90.0	36	جامعي	
		7.5	3	فوق جامعي	

(١) محمد وليد فتح الله مصطفى بركات وآخرون، الأدوار الوظيفية والأبعاد المهنية والأخلاقية للقائنين بالاتصال منتجي السرد القصصي الرقمي: دراسة حالة موقع مصرأوي، مرجع سابق، ص ٤٩٧-٥٠٤.

المتغير	ك	%	ن	%
الخبرة	أقل من ٥ سنوات	6	15.0	100.0
	من ٥ لأقل من ١٠ سنوات	14	35.0	
	من ١٠ لأقل من ١٥ سنة	15	37.5	
	١٥ سنة فأكثر	5	12.5	
التخصص الأكاديمي	تخصص إعلام	25	62.5	100.0
	تخصص آخر	15	37.5	
الوظيفة	محرر	18	45.0	100.0
	مشرف	10	25.0	
	مونتاج	9	22.5	
	مخرج صحفي (مبرمج/ مطور)	1	2.5	
	مصور صحفي	1	2.5	
	رسام	1	2.5	
الموقع الصحفي	الدستور	11	27.5	100.0
	الكنسولنتو	2	5.0	
	المصري اليوم	2	5.0	
	الوطن	7	17.5	
	مصر اوي	15	37.5	
	موقع الموقع خمسة سياسة	1	2.5	
	يلا كورة	1	2.5	
	Rt online	1	2.5	

تشير بيانات الجدول السابق إلى:

- ارتفاع نسبة الذكور في العينة مقارنة بالإناث حيث تمثل نسبة الذكور ٥٥% مقابل ٤٥% للإناث .

- تتوزع الفئات العمرية لعينة الدراسة من القائمين بالاتصال، حيث جاءت الفئة العمرية (من ٣٠ لأقل من ٤٠ عاماً) في الترتيب الأول بنسبة بلغت ٥٥%، تلتها الفئة العمرية (أقل من ٣٠ عام) في الترتيب الثاني بنسبة بلغت ٣٥%، بينما جاءت الفئة العمرية من (٤٠ لأقل من ٥٠ عاماً) في الترتيب الثالث بنسبة ٧,٥%، كما تذيلت الفئة العمرية (٥٠ عاماً فأكثر) الترتيب الأخير بنسبة ٢,٥%، وترجع الباحثة هذه النتيجة نظراً لطبيعة العمل باكروس ميديا التي تحتاج إلى خبرة ومهارة بكل مراحل العمل الصحفي كما أنها تقنية حديثة اهتمت بها المؤسسات الصحفية مؤخراً وتعمل على تطويرها مما يتناسب مع طبيعة الفئة العمرية (من ٣٠ لأقل من ٤٠ عاماً) فهذا السن يجمع بين الخبرة الصحفية والتكنولوجية .

- شمل المستوى التعليمي لعينة الدراسة فئات جامعي، وفوق جامعي (ماجستير - دكتوراه)، حيث جاءت فئة مؤهل جامعي في المرتبة الأولى بواقع ٣٦ تكراراً بنسبة بلغت ٩٠%، بينما جاءت فئة فوق جامعي في المرتبة الثانية بواقع ٣ تكراراً بنسبة بلغت ٧,٥%، بينما جاءت فئة مؤهل متوسط في الترتيب الثالث والأخير بواقع ١ تكراراً بنسبة بلغت ٢,٥% حيث مثل هذا المستوى من خلال موقع يلا كورة.

- عكست عينة الدراسة مستوى الخبرة لدى القائمين بالاتصال، إلا أننا نلاحظ تصدر مستوى الخبرة من (١٠ إلى ١٥ سنة في الترتيب الأول بنسبة ٣٧,٥%، تليها مستوى الخبرة من ٥ إلى ١٠ سنوات في الترتيب الثاني بنسبة ٣٥%، بينما جاء مستوى الخبرة أقل من ٥ سنوات في الترتيب الثالث بنسبة ١٥%، وتذييل مستوى الخبرة من ١٥ سنة فأكثر الترتيب الرابع والأخير بنسبة بلغت ١٢,٥% وتؤكد هذه الدراسة ما جاء بالفئة العمرية للقائمين بالاتصال عينة الدراسة .

- أوضحت عينة الدراسة أن معظم العاملين بالكروس ميديا من خريجي كليات الإعلام بالجامعات المختلفة حيث جاء تخصص إعلام في الترتيب الأول بنسبة ٦٢,٥%، وذلك نظراً لطبيعة العمل الصحفي الذي يتطلب مهارة في التحرير والإخراج والتصوير الصحفي، بينما عكست عينة الدراسة مجيء القائمين بالاتصال مستخدمي الكروس ميديا من تخصصات أخرى مثل الحاسب الآلي وتكنولوجيا المعلومات، التربية والآداب، التصميم، الفنون الجميلة (لعمل الرسوم بالمحتوى الصحفي)، وغيرها من المؤهلات حيث جاءت في الترتيب الثاني بنسبة ٣٧,٥%، وهذا يؤكد احتياج الكروس ميديا إلى فريق عمل وأدوار مساندة يقوم بها متخصصين على دراية كاملة بالعمل الصحفي.
- عكست عينة الدراسة طبيعة عمل الكروس ميديا والتي تحتاج إلى فريق عمل من محررين ومشرفين، ومخرجين ومصورين ورسامين حيث جاء محرر في الترتيب الأول بنسبة ٤٥%، بينما جاء مشرف في الترتيب الثاني بنسبة ٢٥%، وجاء المونتاج في الترتيب الثالث بنسبة بلغت ٢٢,٥%، بينما نلاحظ تساوي كلا من (مخرج صحفي (مبرمج/ مطور)، مصور صحفي، رسام) في الترتيب الأخير بنسبة ٢,٥% بواقع ١ تكراراً لكل منهم، وهذا يوضح قلة عدد القائمين بالاتصال منتجي الكروس ميديا بالمؤسسات الصحفية والاعتماد على الصحفيين في المقام الأول، ثم يأتي بعدها الأدوار المساندة الأخرى التي ذكرتها الدراسة .

وتتفق هذه النتيجة مع دراسة (مياسر وليد ٢٠٢٢) <sup>(١)</sup>، التي تشير إلى أن نوع صناعة المحتوى الذي يقوم أفراد العينة بالعمل على أساسه هو كتابة المحتوى بنسبة بلغت ٥٥,١% .

(١) مياسر وليد سمباوه، "تأثير تكنولوجيا الإعلام الرقمي على صناعة المحتوى الصحفي دراسة ميدانية على القائم بالاتصال"، مرجع سابق، ص ١٣٢.



أما بالنسبة للمواقع الصحفية التي تعتمد على تقنية الكروس ميديا في المحتوى الصحفي بها جاء موقع مصراوي بالترتيب الأول بين المواقع الصحفية بنسبة بلغت ٣٧,٥%، تلاه موقع الدستور في الترتيب الثاني بنسبة بلغت ٢٧,٥%، بينما جاء موقع الوطن في الترتيب الثالث بنسبة بلغت ١٧,٥%، في حين أننا نلاحظ تساوي موقعي (المصري اليوم، الكنسلتو) حيث جاء كل منهما في الترتيب الرابع بنسبة ٥%، في حين جاء موقع (موقع الموقع خمسة سياسة، يلا كورة، Rt online) في الترتيب الأخير بنسبة ٢,٥%. وهذا يؤكد حرص المؤسسات الصحفية على استخدام تقنية الكروس ميديا وتطبيقها في معظم المواقع الصحفية لمواكبة التطور التقني لخدمة العمل الصحفي.

وتتفق هذه النتيجة مع دراسة (حسين ربيع ٢٠١٨) <sup>(١)</sup>، التي تؤكد اهتمام مؤسسة أونا للصحافة باستخدام الوسائط المتعددة واستخدامها في تقديم المحتوى بالواقع الأربعة التابعة للمجموعة وتم تكوين فريق عمل ( Cross media) يضم المحررين، بالإضافة إلى مطور أو مبرمج، ومصمم ويب، مع الاستعانة بأقسام أخرى في الغرفة مثل الجرافيك والملتيميديا.

ثانياً: معدل معرفة القائم بالاتصال بتقنية الكروس ميديا

جدول (٤) مستوى معرفة القائم بالاتصال بتقنية الكروس ميديا

مستوى المعرفة	ك	%	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
بدرجة ضعيفة	0	0.0	2.500	.5064
بدرجة متوسطة	20	50.0		
بدرجة كبيرة	20	50.0		
الإجمالي	40	100.0		

(١) حسين محمدربيع، التوجهات الحديثة في تقديم المضمون الصحفي بالمواقع الالكترونية المصرية: دراسة حالة لاستخدام الوسائط المتعددة في انتاج القصص الصحفية المدعومة بالبيانات بمجموعة أونا للصحافة والإعلام، مرجع سابق، ص ٦٣٤ .

تشير بيانات الجدول السابق إلى ارتفاع مستوى معرفة القائم بالاتصال بتقنية الكروس ميديا؛ إذ بلغت قيمة المتوسط الحسابي ٢,٥٠، وهي قيمة مرتفعة، ويتضح أن مستوى المعرفة انحصر في الفئتين المتوسطة والكبيرة بنسبة ٥٠% لكل منهما، بينما لم يسجل مستوى المعرفة الضعيف أي نسبة، ويرجع ذلك لاعتماد الباحثة في جمع العينة على القائمين بالاتصال مستخدمي هذه التقنية - من محررين ورسامين ومصورين ومنتجين ومخرجين - كما أن المؤسسات الصحفية التي يعملون بها تهتم بهذه التقنية في المقام الأول وتعمل على تطويرها.

وتختلف هذه النتيجة مع دراسة (إسراء صابر ٢٠٢٢)<sup>(١)</sup> التي تؤكد أن مستوى المعرفة المتوسطة بتقنية الميٹافيرس جاءت في الترتيب الأول بنسبة ٥٣%، تلتها مستوى المعرفة المنخفضة بنسبة ٢٥% .

#### جدول (٥) كيفية معرفتك بتقنية الكروس ميديا

ك	%	كيفية معرفتك بتقنية الكروس ميديا
19	47.5	دورات تدريبية
10	25.0	الرؤساء في العمل
6	15.0	الزملاء والأصدقاء
5	12.5	الممارسة ذاتية
40	100.0	الإجمالي

(١) إسراء صابر عبد الرحمن، توظيف تقنية الميٹافيرس داخل غرف الأخبار بالمؤسسات الصحفية العربية- دراسة تطبيقية، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، أعمال مؤتمر كلية الإعلام جامعة النهضة، مج ٢١، ع ٢٤، ج ٢، أبريل-يونيو ٢٠٢٢، ص ٤٥١.

تشير نتائج الجدول السابق إلى أن "الدورات التدريبية" هي أكثر المصادر التي تعرف من خلالها المبحوثون على تقنية الكروس ميديا؛ إذ جاءت في المقدمة بنسبة ٤٧,٥%، وهي نسبة كبيرة إذا ما قورنت بالمصدر "الرؤساء في العمل" الذي جاء في المرتبة الثانية بنسبة ٢٥%، فيما جاء "الزملاء والأصدقاء" في المرتبة الثالثة بنسبة ١٥%، وفي المرتبة الرابعة والأخيرة "الممارسة ذاتية" بنسبة ١٢,٥%.

**وتتفق هذه النتيجة مع دراسة (مياسر وليد سمباوه ٢٠٢٢)<sup>(١)</sup>، والتي تؤكد أن ٧٤,٧% من أفراد العينة يؤكدون اهتمام الصحيفة بعقد دورات تدريبية في مجال صناعة المحتوى.**

**كما تتفق هذه النتيجة مع دراسة (حسين ربيع ٢٠١٨)<sup>(٢)</sup> التي توضح أن مصدر معرفة المبحوثين بمصطلح الوسائط المتعددة هو ورش عمل تدريبية نظمتها شبكة أريج حول طرق السرد القصصي للمحتوى الصحفي عبر الوسائط المتعددة.**

**وتختلف هذه النتيجة مع دراسة (إسراء صابر ٢٠٢٢)<sup>(٣)</sup> التي تؤكد عدم اعتماد عينة الدراسة مطلقاً في استيفاء معلوماتهم عن تقنية الميتافيرس على ورش العمل أو الدورات التدريبية.**

---

(١) مياسر وليد سمباوه، "تأثير تكنولوجيا الإعلام الرقمي على صناعة المحتوى الصحفي دراسة ميدانية على القائم بالاتصال"، مرجع سابق، ص ١٤١.

(٢) حسين محمدربيع، التوجهات الحديثة في تقديم المضمون الصحفي بالمواقع الالكترونية المصرية: دراسة حالة لاستخدام الوسائط المتعددة في إنتاج القصص الصحفية المدعومة بالبيانات بمجموعة أونا للصحافة والإعلام، مرجع سابق، ص ٦٤٢.

(٣) إسراء صابر عبد الرحمن، توظيف تقنية الميتافيرس داخل غرف الأخبار بالمؤسسات الصحفية العربية- دراسة تطبيقية، مرجع سابق، ص ٤٥٢.

## جدول (٦) مفهوم تقنية الكروس ميديا لدى القائم بالاتصال

ك	%	مفهوم الكروس ميديا
26	65.0	تقنية بصرية تساعد على عرض المحتوى الصحفي بطريقة جذابة
20	50.0	وسيلة حديثة لعرض قصة صحفية بشكل جذاب من خلال وسائل تكنولوجية
17	42.5	طريقة تقدم الموضوع الصحفي بصورة فنية قائمة على تفاعل الجمهور مع الوسائط المستخدمة
13	32.5	تعريف مبسط عن الإعلام المتقاطع، وهو وجود أكثر من وسيط إعلامي في عرض المادة الصحفية
12	30.0	استوديو إيداعي متخصص في الصحافة والبيانات، ينتج أشكالاً جديدة للاتصال المرئي
40		الإجمالي

تشير بيانات الجدول السابق إلى مفهوم الكروس ميديا لدى المبحوثين عينة الدراسة، وقد جاء في مقدمتها أنها "تقنية بصرية تساعد على عرض المحتوى الصحفي بطريقة جذابة" بنسبة ٦٥%، يليه مفهوم أنها "وسيلة حديثة لعرض قصة صحفية بشكل جذاب من خلال وسائل تكنولوجية" في المرتبة الثانية بنسبة ٥٠%، ثم "طريقة تقدم الموضوع الصحفي بصورة فنية قائمة على تفاعل الجمهور مع الوسائط المستخدمة" في المرتبة الثالثة بنسبة ٤٢,٥% بينما جاء مفهوم أنها "تعريف مبسط عن الإعلام المتقاطع، وهو وجود أكثر من وسيط إعلامي في عرض المادة الصحفية" في المرتبة الرابعة بنسبة ٣٢,٥%، بينما جاء مفهوم "استوديو إيداعي متخصص في الصحافة والبيانات، يُنتج أشكالاً جديدة للاتصال المرئي" في المرتبة الخامسة والأخيرة بنسبة ٣٠%.

جدول (٧) أفضل الأشكال لتقديم المحتوى الصحفي بتقنية الكروس ميديا

أشكال تقديم المحتوى الصحفي بتقنية الكروس ميديا	ك	%
فيديو	29	72.5
استخدام رسوم توضيحية (إنفوجراف)	28	70.0
نص مكتوب	25	62.5
جرافيك	24	60.0
صور	24	60.0
دمج الرسوم اليدوية مع المعلوماتية لتجسيد القصة	23	57.5
استخدام الصوت (بودكاست رقمي)	21	52.5
أخرى	2	5.0
الإجمالي	40	

وفيما يتعلق بأفضل الأشكال التي يحرص المبحوثون على تقديم المحتوى الصحفي بتقنية الكروس ميديا من خلالها، تشير بيانات الجدول السابق إلى أن "فيديو" جاء في مقدمة هذه الأشكال بنسبة ٧٢,٥%، يليه مباشرة "استخدام رسوم توضيحية (إنفوجراف)" في المرتبة الثانية بنسبة ٧٠%، ثم "نص مكتوب" في المرتبة الثالثة بنسبة ٦٢,٥%، وفي المرتبة الرابعة جاء "جرافيك"، و"صور" بنسبة ٦٠% لكل منهما على حدة، ثم "دمج الرسوم اليدوية مع المعلوماتية لتجسيد القصة" في المرتبة الخامسة بنسبة ٥٧,٥%، في حين جاء "استخدام الصوت (بودكاست رقمي)" في المرتبة السادسة بنسبة ٥٢,٥%، إضافة إلى أشكال أخرى بنسبة ٥%.

وترى الباحثة أن استخدام الفيديو في قصص الكروس ميديا لكونه يعتمد في المقام الأول على عناصر الجذب البصري من خلال استخدام الصوت والحركة وإظهار المشاعر والعواطف الإنسانية وتسلط الضوء

عليها من خلال الحركة الموجودة داخل الفيديو، كما أنها تعطي تأكيداً وترابطاً للمضمون، كما تفسر الباحثة التقارب بين النسب نظراً لأهمية استخدام كل نوع في عرض المحتوى الصحفي، وهذا ماكدته الأستاذة سحر عيسى رئيس قسم الكروس ميديا بموقع مصراوي أثناء المقابلات الصحفية، حيث تختلف الوسائط المستخدمة باختلاف نوع وطبيعة المحتوى المقدم .

**وتختلف هذه النتيجة مع دراسة (هبه عادل التوني ٢٠٢٣) (١) التي تؤكد رضا النخبة عن توظيف الوسائط المتعددة في الصحافة الإلكترونية حيث جاءت الصور في الترتيب الأول بمتوسط ٢,٢٥، يليها الأنفوجراف بمتوسط ٢,١٤. كما تختلف هذه النتيجة مع دراسة (مياسر وليد ٢٠٢٢) (٢)، التي تنصدر بها النصوص الرقمية المركز الأول من أشكال تكنولوجيا الإعلام الرقمي التي تستخدمها عينة الدراسة بنسبة ٩١,٦٧%، يليها التصاميم الجرافيكية بنسبة ٨١,٦٧% .**

**ثالثاً: معدل اعتماد القائم بالاتصال على تقنية الكروس ميديا:**

**جدول (٨) معدل الاعتماد على استخدام تقنية الكروس ميديا بالعمل الصحفي**

معدل الاعتماد	ك	%	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
بدرجة ضعيفة	8	20.0	2.050	.6775
بدرجة متوسطة	22	55.0		
بدرجة كبيرة	10	25.0		
<b>الإجمالي</b>	<b>40</b>	<b>100.0</b>		

- (١) هبة عادل التوني، "تقييم فاعلية الأداء المهني للقائم بالاتصال في الصحافة المصرية الإلكترونية" دراسة ميدانية، مرجع سابق، ص ٢٧٩.
- (٢) مياسر وليد سمباوه، "تأثير تكنولوجيا الإعلام الرقمي على صناعة المحتوى الصحفي دراسة ميدانية على القائم بالاتصال"، مرجع سابق، ص ١٣٦.

اعتماد القائم بالاتصال على تقنية الكروس ميديا في عرض المحتوى

تشير بيانات الجدول السابق إلى معدل اعتماد القائم بالاتصال على استخدام تقنية الكروس ميديا بالعمل الصحفي، ويتضح أن الاعتماد غير المتظم "بدرجة متوسطة" جاء في المقدمة بنسبة ٥٥%، يليه الاعتماد المنتظم "بدرجة كبيرة" بنسبة ٢٥%، فيما جاء الاعتماد القليل "بدرجة ضعيفة" في المرتبة الأخيرة بنسبة ٢٠%.

وللتعرف على دوافع القائم بالاتصال للاعتماد على تقنية الكروس ميديا في تقديم المحتوى الصحفي، طرحت الباحثة سؤالاً يتضمن عدداً من البدائل، ويوضح الجدول الآتي نتائج الإجابة عن هذا السؤال.

جدول (٩) أسباب الاعتماد على تقنية الكروس ميديا في تقديم المحتوى الصحفي

الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الإجمالي		درجة الموافقة						أسباب الاعتماد
				معارض		محايد		موافق		
		%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
.5524	2.550	100.0	40	2.5	1	40.0	16	57.5	23	تساعني على محاكاة الواقع بطرق حديثة
.5057	2.525	100.0	40	0.0	0	47.5	19	52.5	21	توفر استخدام صور ورسوم وفيديوهات ثلاثية الأبعاد
.5541	2.525	100.0	40	2.5	1	42.5	17	55.0	22	تساعد على نقل المحتوى الصحفي بصورة حية مباشرة
.5541	2.525	100.0	40	2.5	1	42.5	17	55.0	22	يتمكن للجمهور من التفاعل معها
.5064	2.500	100.0	40	0.0	0	50.0	20	50.0	20	تتوفر بها خصائص إعلامية جديدة

الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الإجمالي		درجة الموافقة						أسباب الاعتماد
				معارض		محايد		موافق		
		%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
.5064	2.500	100.0	40	0.0	0	50.0	20	50.0	20	تعرض تفاصيل عميقة للمحتوى الصحفي
.5986	2.475	100.0	40	5.0	2	42.5	17	52.5	21	أسلوب استخدامها سهل وبسيط للجمهور
.5524	2.450	100.0	40	2.5	1	50.0	20	47.5	19	تتيح جمع المادة الصحفية وتحريرها وإخراجها بصورة افتراضية
.5006	2.425	100.0	40	0.0	0	57.5	23	42.5	17	تحقق الإدراك للجمهور بشكل أكبر
.5856	2.375	100.0	40	5.0	2	52.5	21	42.5	17	أتعرف على أفكار قصص رقمية جديدة
.5723	2.325	100.0	40	5.0	2	57.5	23	37.5	15	تمكن الجمهور من معرفة الأحداث بسرعة وسهولة
.5057	2.275	100.0	40	2.5	1	67.5	27	30.0	12	تحتوي على موضوعات تلبي احتياجات الجمهور
.5883	2.250	100.0	40	7.5	3	60.0	24	32.5	13	أتمكن من بناء حوار جيد
.5633	2.125	100.0	40	10.0	4	67.5	27	22.5	9	تتيح إنتاج أخبار وقصص وتقارير تلقائياً



تشير بيانات الجدول السابق إلى أن "تساعني على محاكاة الواقع بطرق حديثة" جاء في مقدمة أسباب اعتماد المبحوثين على تقنية الكروس ميديا في تقديم المحتوى الصحفي، وذلك بمتوسط حسابي (٢,٥٥٠)، يليه "توفر استخدام صور ورسوم وفيديوهات ثلاثية الأبعاد" في المرتبة الثانية بمتوسط حسابي (٢,٥٢٥)، ثم "تساعد على نقل المحتوى الصحفي بصورة حية مباشرة"، و"يمكن للجمهور من التفاعل معها" في المرتبة الثالثة بمتوسط حسابي (٢,٥٢٥) لكل منهما على حدة، وفي المرتبة الرابعة "تتوفر بها خصائص إعلامية جديدة"، و"تعرض تفاصيل عميقة للمحتوى الصحفي" بمتوسط حسابي (٢,٥٠٠) لكل منهما على حدة، ثم "أسلوب استخدامها سهل وبسيط للجمهور" في المرتبة الخامسة بمتوسط حسابي (٢,٤٧٥)، بينما جاء "تتيح جمع المادة الصحفية وتحريرها وإخراجها بصورة افتراضية" في المرتبة السادسة بمتوسط حسابي (٢,٤٥٠)، يليه "تحقق الإدراك للجمهور بشكل أكبر" في المرتبة السابعة بمتوسط حسابي (٢,٤٢٥)، ثم "أتعرف على أفكار قصص رقمية جديدة" في المرتبة الثامنة بمتوسط حسابي (٢,٣٧٥)، وجاء "تمكن الجمهور من معرفة الأحداث بسرعة وسهولة" في المرتبة التاسعة بمتوسط حسابي (٢,٣٢٥)، يليه "تحتوي على موضوعات تلبى احتياجات الجمهور" في المرتبة العاشرة بمتوسط حسابي (٢,٢٧٥)، بينما جاء "أتمكن من بناء حوار جيد" في المرتبة الحادية عشرة بمتوسط حسابي (٢,٢٥٠)، في حين جاء سبب "تتيح إنتاج أخبار وقصص وتقارير تلقائياً" في المرتبة الثانية عشرة والأخيرة بمتوسط حسابي (٢,١٢٥).

حيث ترى الباحثة في هذا الصدد أن من أسباب الاعتماد على هذه التقنية أنها وسيلة لمحاكاة الواقع ولعرض الصورة الحقيقية للأحداث بطريقة حديثة ومبتكرة لجذب أكبر عدد من الجمهور حيث يعتبر ذلك من الأهداف الأساسية لهذه التقنية .

جدول (١٠) أسباب اعتماد المبحوثين على تقنية الكروس ميديا

في تقديم المحتوى الصحفي

الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	%	ك	مقياس الدوافع
.5006	2.575	0.0	0	المستوى المنخفض
		42.5	17	المستوى المتوسط
		57.5	23	المستوى المرتفع
		100.0	40	الإجمالي

تشير بيانات الجدول السابق إلى ارتفاع مستويات أسباب اعتماد المبحوثين على تقنية الكروس ميديا في تقديم المحتوى الصحفي، وهو ما يتضح من قيمة المتوسط الحسابي التي بلغت (٢,٥٧٥)، وانحصرت في مستويين؛ المرتفع بنسبة ٥٧,٥%، والمتوسط بنسبة ٤٢,٥%.

جدول (١١) العوامل المؤثرة في الاعتماد على تقنية الكروس ميديا في

إنتاج المحتوى الصحفي

الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الإجمالي		درجة التأثير						العوامل
				مؤثرة		إلى حد ما		غير مؤثرة		
				%	ك	%	ك	%	ك	
.4267	2.850	100.0	40	2.5	1	10.0	4	87.5	35	الشكل المميز في طريقة عرض المعلومات
.5164	2.700	100.0	40	2.5	1	25.0	10	72.5	29	ثراء المعلومات المقدمة في المحتوى الصحفي
.4903	2.625	100.0	40	0.0	0	37.5	15	62.5	25	توفر التقنيات

اعتماد القائم بالاتصال على تقنية الكروس ميديا في عرض المحتوى

الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الإجمالي		درجة التأثير						العوامل
				غير مؤثرة		إلى حد ما		مؤثرة		
		%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
										والتطبيقات اللازمة داخل المؤسسة
.6400	2.525	100.0	40	7.5	3	32.5	13	60.0	24	التنافسية بين المؤسسات الصحفية
.6405	2.500	100.0	40	7.5	3	35.0	14	57.5	23	توفر خدمات البحث وقواعد البيانات
.7403	2.375	100.0	40	15.0	6	32.5	13	52.5	21	توجه المؤسسات الصحفية نحو ما يعرف بالصحفي الشامل
.7970	2.075	100.0	40	27.5	11	37.5	15	35.0	14	بحث المؤسسات الصحفية عن مصادر بديلة لمواجهة التحديات الاقتصادية التي تواجهها

وفيما يتعلق بالعوامل المؤثرة في اعتماد القائم بالاتصال على تقنية الكروس ميديا في إنتاج المحتوى الصحفي، تشير بيانات الجدول السابق إلى أن "الشكل المميز في طريقة عرض المعلومات" جاء في مقدمة هذه العوامل بمتوسط حسابي (٢,٨٥٠)، يليه "ثراء المعلومات المقدمة في المحتوى الصحفي" في المرتبة الثانية بمتوسط حسابي (٢,٧٠٠)، ثم "توفر التقنيات والتطبيقات اللازمة داخل المؤسسة" في المرتبة الثالثة بمتوسط حسابي (٢,٦٢٥)، بينما جاء "التنافسية بين المؤسسات الصحفية" في المرتبة الرابعة

بمتوسط حسابي (٢,٥٢٥)، يليه عامل "توفر خدمات البحث وقواعد البيانات" في المرتبة الخامسة بمتوسط حسابي (٢,٥٠٠)، في حين جاء " توجه المؤسسات الصحفية نحو ما يعرف بالصحفي الشامل" في المرتبة السادسة بمتوسط حسابي (٢,٣٧٥)، يليه "بحث المؤسسات الصحفية عن مصادر بديلة لمواجهة التحديات الاقتصادية التي تواجهها" في المرتبة السابعة والأخيرة بمتوسط حسابي (٢,٠٧٥).

**حيث تتفق هذه النتيجة مع ما جاء بالجدول رقم ٦ الذي أشار إلى أن تقنية الكروس ميديا تقنية بصرية تساعد على عرض المحتوى الصحفي بطريقة جذابة. كما تتفق هذه النتيجة مع دراسة (حسين ربيع ٢٠١٨)<sup>(١)</sup>، التي توضح أن من أسباب اهتمام المحررين بإنتاج القصص المدعومة بالبيانات جاء بسبب تحقيق التميز الصحفي من خلال الأفراد بتقديم قصة مختلفة عما يقدمه الآخرون .**

#### جدول (١٢) احتياج تقنية الكروس ميديا إلى فرق عمل

احتياج تقنية الكروس ميديا إلى فرق عمل	ك	%
نعم	35	87.5
لا	5	12.5
الإجمالي	40	100.0

تشير بيانات الجدول السابق إلى أن ٨٧,٥% من المبحوثين يرون أن تقنية الكروس ميديا تحتاج إلى فرق عمل، في مقابل ١٢,٥% يرون أن تقنية الكروس ميديا لا تحتاج إلى فرق عمل.

(١) حسين محمدربيع، التوجهات الحديثة في تقديم المضمون الصحفي بالمواقع الالكترونية المصرية: دراسة حالة لاستخدام الوسائط المتعددة في إنتاج القصص الصحفية المدعومة بالبيانات بمجموعة أونا للصحافة والإعلام، مرجع سابق، ص ٦٤٥ .

وترى الباحثة أن ذلك يدل على وجود علاقة تكاملية بين أعضاء الفريق بغرض الوصول لأعلى جودة للمحتوى الصحفي المقدم .  
وتتفق هذه النتيجة مع دراسة (مياسر وليد ٢٠٢٢) <sup>(١)</sup> التي تؤكد على إحتياج الوسائط الرقمية إلى فريق عمل وذلك بنسبة ٩٠,٧%، كما تتفق مع دراسة (حسين ربيع ٢٠١٨) <sup>(٢)</sup> التي تؤكد على أهمية تخصيص فريق لدعم المحررين في إنتاج قصص الوسائط المتعددة .

### جدول (١٣) الأدوار المساندة لوضع المحتوى

#### الصحفي في شكل كروس ميديا

الأدوار المساندة	ك	%
مصمم جرافيك	34	97.1
مونتيير	26	74.3
مهندس صوت	14	40.0
أخرى	5	14.3
الإجمالي	35	

تشير بيانات الجدول السابق إلى الأدوار المساندة التي يحتاج إليها القائم بالاتصال لوضع المحتوى الصحفي في شكل كروس ميديا، وقد جاء في مقدمتها "مصمم جرافيك" بنسبة ٩٧,١%، يليه "مونتيير" في المرتبة الثانية بنسبة ٧٤,٣%، ثم "مهندس صوت" في المرتبة الرابعة بنسبة ٤٠%، وأدوار "أخرى" في المرتبة الأخيرة بنسبة ١٤,٣%.

(١) مياسر وليد سمباوه، "تأثير تكنولوجيا الإعلام الرقمي على صناعة المحتوى الصحفي دراسة ميدانية على القائم بالاتصال"، مرجع سابق، ص ١٣٥.

(٢) حسين محمدربيع، التوجهات الحديثة في تقديم المضمون الصحفي بالمواقع الالكترونية المصرية: دراسة حالة لاستخدام الوسائط المتعددة في إنتاج القصص الصحفية المدعومة بالبيانات بمجموعة أونا للصحافة والإعلام، مرجع سابق، ص ٦٤٩ .

وتتفق هذه النتيجة مع الجدول رقم ٧ الذي يشير إلى أن أفضل الشكال التي تعتمد عليها تقنية الكروس ميديا هو الفيديو مما يدل على أن هذه التقنية تعتمد على عناصر الجذب البصري وهذا ما أكده أيضا الجدول رقم ٦.

#### جدول (١٤) الأدوات الأكثر استخدامًا لتقنية الكروس ميديا

أدوات الكروس ميديا	ك	%
وحدات إدخال صور	34	85.0
نص مكتوب	24	60.0
برامج مونتاج	22	55.0
وحدات إدخال نصوص	21	52.5
أخرى	21	52.5
وحدات إدخال صوت	17	42.5
إنترنت	12	30.0
كاميرات رقمية	4	10.0
درون	0	0.0
<b>الإجمالي</b>	<b>40</b>	

تشير بيانات الجدول السابق إلى أكثر الأدوات التي يستخدمها القائم بالاتصال لتقنية الكروس ميديا، وقد جاء في مقدمتها "وحدات إدخال صور" بنسبة ٨٥%، يليها "نص مكتوب" في المرتبة الثانية بنسبة ٦٠%، ثم "برامج مونتاج" في المرتبة الثالثة بنسبة ٥٥%، في حين جاءت "وحدات إدخال نصوص"، وأدوات "أخرى" في المرتبة الرابعة بنسبة ٥٢,٥% لكل منهما على حدة، ثم "وحدات إدخال صوت" في المرتبة الخامسة بنسبة ٤٢,٥% يليها "إنترنت" في المرتبة السادسة بنسبة ٣٠%، وفي المرتبة السابعة والأخيرة جاءت "كاميرات رقمية" بنسبة ١٠%، بينما لم تحصل "درون" على أي استجابة من القائمين بالاتصال عينة الدراسة وتعكس هذه النتيجة صعوبة

استخدام الدرون في الوقت الحالي نظراً لاحتياجه إلى استخراج تصاريح وغيرها .

جدول (١٥) نوعية المضمون الصحفي الأكثر توافقاً مع تقنية الكروس ميديا

المضامين الصحفية	ك	%
الإنساني	29	72.5
الاجتماعي	27	67.5
الرياضي	22	55.0
الاقتصادي	18	45.0
السياسي	17	42.5
الصحي	17	42.5
الفني	15	37.5
التاريخي	13	32.5
الثقافي	12	30.0
الديني	8	20.0
الإجمالي	40	

وفيما يتعلق بنوعية المضمون الصحفي الأكثر توافقاً مع تقنية الكروس ميديا من وجهة نظر المبحوثين عينة الدراسة، يشير الجدول السابق إلى أن المضمون "الإنساني" جاء في المقدمة بنسبة ٧٢,٥%، يليه "الاجتماعي" في المرتبة الثانية بنسبة ٦٧,٥%، ثم "الرياضي" في المرتبة الثالثة بنسبة ٥٥%، يليه "الاقتصادي" في المرتبة الرابعة بنسبة ٤٥%، ثم "السياسي"، و"الصحي" في المرتبة الخامسة بنسبة ٤٢,٥% لكل منهما على حدة، وفي المرتبة السادسة جاء المضمون "الفني" بنسبة ٣٧,٥%، يليه "التاريخي" في المرتبة السابعة بنسبة ٣٢,٥%، ثم "الثقافي" في المرتبة الثامنة بنسبة ٣٠%، بينما جاء المضمون "الديني" في المرتبة التاسعة والأخيرة بنسبة ٢٠%.

وتعزو الباحثة هذه النتيجة نظراً لأن الكروس ميديا هي محتوى قصصي في المقام الأول والذي يتلائم مع المضامين الإنسانية والاجتماعية، كما أكد المبحوثون أثناء المقابلة أن المضمون يختلف باختلاف المحتوى المقدم وبالتالي نوع الوسائط المتعددة المستخدمة في القصة .

وتختلف هذه النتيجة مع دراسة (أسماء محمد بهاء)<sup>(١)</sup> حيث جاءت القصص السياسية في المرتبة الأولى من حيث أنماط القصص الإخبارية المتناولة بجريدة الأهرام

#### جدول (١٦) المواد الصحفية المفضلة لتوصيل رسالتها من خلال تقنية

##### الكروس ميديا

المواد الصحفية	ك	%
مواد استقصائية	35	87.5
مواد إخبارية	9	22.5
مواد رأي	4	10.0
الإجمالي	40	

يشير الجدول السابق إلى أن المواد الاستقصائية جاءت في مقدمة المواد الصحفية التي يفضل المبحوثون استخدامها لتوصيل الرسالة من خلال تقنية الكروس ميديا، وذلك بنسبة ٨٧,٥%، يليها "المواد الإخبارية" في المرتبة الثانية بنسبة ٢٢,٥%، بينما جاءت "مواد الرأي" في المرتبة الثالثة بنسبة ١٠%.

(١) أسماء محمد بهاء، الأساليب التحريرية للقصص الإخبارية بصحيفة الأهرام دراسة تحليلية لعينة من القصص الإخبارية في الفترة من ١ / ١ / ٢٠١٦م إلى ٣١ / ١٢ / ٢٠١٧م، مرجع سابق، ص ٥٨ .



وتتفق هذه النتيجة مع بيانات الجدول رقم ١٥ الذي يشير إلى اعتماد الكروس ميديا على المضامين الإنسانية وهي بدورها تتناسب مع المواد الاستقصائية .

جدول (١٧) مصادر الحصول على المعلومات لإنتاج محتوى باستخدام الكروس ميديا

مصادر الحصول على المعلومات	ك	%
العمل الميداني	26	65.0
الإنترنت	25	62.5
الأرشيف الصحفي	20	50.0
شبكات التواصل الاجتماعي	19	47.5
وكالات الأنباء	17	42.5
المؤسسات الإعلامية	15	37.5
الصفحات الشخصية	12	30.0
التلفزيون	10	25.0
الندوات	8	20.0
المؤتمرات	8	20.0
الإذاعات	7	17.5
الإجمالي	40	

تشير بيانات الجدول السابق إلى المصادر التي يعتمد عليها القائم بالاتصال في الحصول على المعلومات لإنتاج محتوى باستخدام الكروس ميديا، ويتضح أن "العمل الميداني" يأتي في مقدمتها بنسبة ٦٥%، يليه "الإنترنت" في المرتبة الثانية بنسبة ٦٢,٥%، ثم "الأرشيف الصحفي" في المرتبة الثالثة بنسبة ٥٠%، يليه "شبكات التواصل الاجتماعي" في المرتبة الرابعة بنسبة ٤٧,٥%، ثم "وكالات الأنباء" في المرتبة الخامسة بنسبة

٤٢,٥% وفي المرتبة السادسة جاءت "المؤسسات الإعلامية" بنسبة ٣٧,٥%، يليها "الصفحات الشخصية" في المرتبة السابعة بنسبة ٣٠%، ثم "التلفزيون" في المرتبة الثامنة بنسبة ٢٥%، بينما جاءت "الندوات"، و"المؤتمرات" في المرتبة التاسعة بنسبة ٢٠% لكل منهما على حدة، ثم "الإذاعات" في المرتبة العاشرة والأخيرة بنسبة ١٧,٥%.

وتشير هذه النتيجة إلى أن موضوعات الكروس ميديا تنشأ من واقع المجتمع وتسلب الضوء على ما يعانونه بطريقة بصرية حديثة، وهذا ما يتفق مع الجدول رقم ٩ الذي يشير إلى أن الكروس ميديا "تساعد على محاكاة الواقع بطرق حديثة"

وتتفق هذه النتيجة مع دراسة (حسين ربيع ٢٠١٨)<sup>(١)</sup>، حيث أوضح الباحثون أنه يتم استقاء أفكار القصص المدعومة بالبيانات من مصادر متنوعة مثل تصريح لمسئول أو خبر أو من خلال الملاحظة الميدانية للمحرر.

**جدول (١٨) اعتماد الصحيفة على صحفيين ومبرمجين من خارج المؤسسة لتحويل المضمون الصحفي إلى مضمون رقمي باستخدام الكروس ميديا**

الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	%	ك	درجة الاعتماد
.5454	1.400	62.5	25	منخفضة
		35.0	14	متوسطة
		2.5	1	مرتفعة
		100.0	40	الإجمالي

(١) حسين محمدربيع، التوجهات الحديثة في تقديم المضمون الصحفي بالمواقع الالكترونية المصرية: دراسة حالة لاستخدام الوسائط المتعددة في إنتاج القصص الصحفية المدعومة بالبيانات بمجموعة أونا للصحافة والإعلام، مرجع سابق، ص ٦٤٨.

تشير بيانات الجدول السابق إلى انخفاض اعتماد الصحيفة على صحفيين ومبرمجين من خارج المؤسسة لتحويل المضمون الصحفي إلى مضمون رقمي باستخدام الكروس ميديا؛ إذ بلغت قيمة المتوسط الحسابي (١,٤٠٠) وهي قيمة منخفضة تتجه درجة الاعتماد "منخفضة" التي جاءت في المقدمة بنسبة ٦٢,٥%، يليها "متوسطة" في المرتبة الثانية بنسبة ٣٥%، ولم تحصل درجة الاعتماد المرتفعة إلا على نسبة ٢,٥% فقط من إجمالي المبحوثين عينة الدراسة، وهذا يعكس اهتمام المؤسسات الصحفية على تطوير هذه التقنية داخلها من خلال عقد الدورات التدريبية التي تؤهل الكوادر الصحفية للعمل بهذه التقنية .

جدول (١٩) المضامين الصحفية الأكثر تفاعلاً من قبل الجمهور أثناء استخدامها لتقديم المحتوى الصحفي باستخدام تقنية الكروس ميديا

المضامين الصحفية	ك	%
إنفوجراف	27	67.5
فيديو	27	67.5
جرافيك	21	52.5
دمج الرسوم اليدوية مع المعلوماتية لتجسيد القصة	20	50.0
بودكاست رقمي	19	47.5
صور	19	47.5
نص مكتوب	12	30.0
الإجمالي	40	

تشير بيانات الجدول السابق إلى المضامين الصحفية الأكثر تفاعلاً من قبل الجمهور أثناء استخدامها لتقديم المحتوى الصحفي باستخدام تقنية الكروس ميديا من وجهة نظر المبحوثين، وقد جاء في مقدمة هذه المضامين الصحفية "إنفوجراف"، و"فيديو" بنسبة ٦٧,٥% لكل منهما على حدة، يليهما "جرافيك" في المرتبة الثانية بنسبة ٥٢,٥%، ثم "دمج الرسوم اليدوية مع المعلوماتية لتجسيد القصة" في المرتبة الثالثة بنسبة ٥٠%، ثم "بودكاست

رقمي"، و"صور" في المرتبة الرابعة بنسبة ٤٧,٥% لكل منهما على حدة، بينما جاء "نص مكتوب" في المرتبة الخامسة والأخيرة بنسبة ٣٠%.

وتتفق هذه النتيجة مع الجدول رقم ٧، الذي يؤكد أن أفضل الأشكال التي يحرص المبحوثون على تقديم المحتوى الصحفي بتقنية الكروس ميديا من خلالها، "فيديو" يليه مباشرة "استخدام رسوم توضيحية (إنفوجراف)".

وتتفق هذه النتيجة مع دراسة (مياسر وليد ٢٠٢٢)<sup>(١)</sup> التي توضح أن الفيديوهات القصيرة تأتي في الترتيب الأول بين أشكال تكنولوجيا الإعلام الرقمي حسب الأكثر تفاعلاً من قبل الجمهور من وجهة نظر القائمين بالاتصال بمتوسط ٤,٣١.

رابعاً: أبرز أدوات تمثيل البيانات وتحليلها التي يعتمد عليها القائم بالاتصال جدول (٢٠) أدوات تمثيل البيانات وتحليلها التي يعتمد عليها القائم بالاتصال لتطوير تقنية الكروس ميديا

أدوات تمثيل البيانات وتحليلها	ك	%
Flourish	23	57.5
Google Image	21	52.5
social searcher	20	50.0
Google Trends	20	50.0
Story Map	16	40.0
Adobe Spark	13	32.5
Data wrap	11	27.5
Tin Eye	10	25.0
track my hashtag	9	22.5
tweet binder	9	22.5
Social bearing	7	17.5
Tableauer	5	12.5
Talk Walker	1	2.5
الإجمالي	40	

(١) مياسر وليد سمباوه، "تأثير تكنولوجيا الإعلام الرقمي على صناعة المحتوى الصحفي دراسة ميدانية على القائم بالاتصال"، مرجع سابق، ص ١٣٧.

تشير بيانات الجدول إلى أبرز أدوات تمثيل البيانات وتحليلها التي يعتمد عليها القائم بالاتصال لتطوير تقنية الكروس ميديا، وقد جاء في مقدمتها "Flourish" بنسبة ٥٧,٥% (حيث تساعد منصة Flourish غرف الأخبار على إنشاء عروض بصرية جذابة من خلال قوالب تصوير بيانات مصممة مسبقاً)، يليها "Google Image" في المرتبة الثانية بنسبة ٥٢,٥%، (حيث تساعد في البحث عن الصور باستخدام جوجل وتتميز بخاصية البحث العكسي بالصور كما تتضمن النتائج صوراً مماثلة من خلال إيجاد أفضل تخمين لهذه الصور من خلال خوارزميات البحث والمطابقة بإرجاع الصور المتطابقة والمتشابهة)، ثم "social searcher"، و"Google Trends" في المرتبة الثالثة بنسبة ٥٠%، (ويعتبر social searcher من أهم الأدوات التي تتيح مراقبة وسائل التواصل الاجتماعي حيث تقوم بتتبع وقياس مايقوله الأشخاص عن منتج أو خدمة أو موقف معين من خلال تحليل المحتوى الخاص بالأشخاص عبر منصات مختلفة بمساعدة مخططات بيانية، كما يتعرف على المحفزات السلوكية للجمهور المستهدف من خلال تحليل المشاعر بواسطة التعليقات الإيجابية أو السلبية عن المواقف المختلفة)، يليهما "Story Map" في المرتبة الرابعة بنسبة ٤٠%، (حيث يعتبر أداة جديدة لسرد القصص الذي يتيح الخلط بين أنواع مختلفة من الوسائط المتعددة مثل الفيديو، صور، تعليقات توضيحية فهو نموذج لعرض تسلسلي قائم على المكان)، وفي المرتبة الخامسة جاءت "Adobe Spark" بنسبة ٣٢,٥%، يليها "Data wrap" في المرتبة السادسة بنسبة ٢٧,٥%، ثم "Tin Eye" (وهو محرك بحث للصور نفسها أو صور مشابهة قد تكون أكبر أو أصغر أو تم اقتصاصها أو إجراء تعديلات عليها، حيث يعرض تلك النتائج والأماكن التي ظهرت فيها تلك الصور)، في المرتبة السابعة بنسبة ٢٥%، وجاءت "track my hashtag"، و"tweet binder" في المرتبة الثامنة بنسبة ٢٢,٥% لكل

منهما على حدة (حيث يعتمد track my hashtag " على تتبع الرسوم القائمة على الذكاء الاصطناعي فيقوم بعمل قياسات وتحليلات للنتائج، وتتبع بيانات الهاشتاج وتحليلها، والبحث عن المؤثرين)، يليهما "Social bearing" (حيث تسمى بأداة تحليل البيانات على تويتر)، في المرتبة التاسعة بنسبة ١٧,٥%، يليها "Tableauer" في المرتبة العاشرة بنسبة ١٢,٥% (حيث يساعد في رؤية البيانات وفهمها، كما يتيح الاتصال بأي قاعدة بيانات لتحليلها وتوضيحها للعملاء)، بينما جاءت أداة "Talk Walker" في المرتبة الأخيرة بنسبة ٢,٥% (حيث يساعد في تقديم تقييم حقيقي للأشخاص من خلال تحليل البيانات الاجتماعية، مراقبة وسائل الإعلام، إلخ....).

### جدول (٢١) التأثيرات الناتجة عن اعتماد القائم بالاتصال على تقنية

#### الكروس ميديا في إنتاج المحتوى الصحفي

الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الإجمالي		درجة التأثير						التأثيرات
				غير مؤثر		إلى حد ما		مؤثر		
		%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
.4465	2.825	100.0	40	2.5	1	12.5	5	85.0	34	أساعد الزملاء على إنتاج إنفوجراف يخدم المحتوى الصحفي
.4051	2.800	100.0	40	0.0	0	20.0	8	80.0	32	أتعلم مزيداً من التقنيات التي تعتمد عليها هذه التقنية
.4229	2.775	100.0	40	0.0	0	22.5	9	77.5	31	أبادل المعلومات عن هذه التقنية للاستفادة منها في خدمة العمل الصحفي
.4385	2.750	100.0	40	0.0	0	25.0	10	75.0	30	أشارك في تحويل النص المكتوب إلى فيديو
.5639	2.700	100.0	40	5.0	2	20.0	8	75.0	30	تسهم في ربط المعلومات ببعضها من خلال الصور

اعتماد القائم بالاتصال على تقنية الكروس ميديا في عرض المحتوى

الاعتراف المعياري	المتوسط الحسابي	الإجمالي		درجة التأثير						التأثيرات
				غير مؤثر		إلى حد ما		مؤثر		
		%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
										و الفيديوها
.6222	2.650	100.0	40	7.5	3	20.0	8	72.5	29	أحرص على نقل المعلومات بشفافية
.6325	2.600	100.0	40	7.5	3	25.0	10	67.5	27	أستمع إلى قصص الناجين أو ضحايا الأحداث الصادمة
.5495	2.575	100.0	40	2.5	1	37.5	15	60.0	24	تحسن مهارات التواصل لدي من خلال عرض المعلومات بطريقة واضحة
.5970	2.550	100.0	40	5.0	2	35.0	14	60.0	24	أتعرف على أساليب وممارسات إعلامية جديدة تعزز من المهنية الصحفية
.5991	2.500	100.0	40	5.0	2	40.0	16	55.0	22	أعطي الأخبار الهامة والعاجلة بطريقة أكثر تفاعلية
.7157	2.475	100.0	40	12.5	5	27.5	11	60.0	24	أشعر بالتميز عن الآخرين
.5524	2.450	100.0	40	2.5	1	50.0	20	47.5	19	أتعرف على أفكار لموضوعات جديدة
.5524	2.450	100.0	40	2.5	1	50.0	20	47.5	19	أرغب في مشاركة هموم الجمهور وأعمل على معالجتها
.6360	2.425	100.0	40	7.5	3	42.5	17	50.0	20	تتمني الاستطلاع الصحفي لدي عند التقاط أفكار صحفية جديدة
.7121	2.425	100.0	40	12.5	5	32.5	13	55.0	22	أجري مقابلات متعمقة مع الشخصيات أبطال العمل الصحفي
.6718	2.400	100.0	40	10.0	4	40.0	16	50.0	20	أشعر بأهمية الأفكار التي تطرح من خلال الكروس ميديا

الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الإجمالي		درجة التأثير						التأثيرات
				غير مؤثر		إلى حد ما		مؤثر		
		%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
.6718	2.400	100.0	40	10.0	4	40.0	16	50.0	20	لدي رغبة بضرورة إنجاز المحتوى الصحفي باستخدام الكروس ميديا
.6675	2.375	100.0	40	10.0	4	42.5	17	47.5	19	أحصل على معلومات عن القصص الجديدة
.7355	2.350	100.0	40	15.0	6	35.0	14	50.0	20	أشعر بالثقة أثناء مراحل استخدام الكروس ميديا
.8228	2.300	100.0	40	22.5	9	25.0	10	52.5	21	تساعد على تحليل المواقف بشكل أفضل واتخاذ القرارات المناسبة
.6869	2.200	100.0	40	15.0	6	50.0	20	35.0	14	تطور مهارات التفكير النقدي
.7675	1.775	100.0	40	42.5	17	37.5	15	20.0	8	أشعر بالإحباط نظراً لتكرار الأفكار
.6718	1.600	100.0	40	50.0	20	40.0	16	10.0	4	أشعر بالإحباط وعدم القدرة على مواجهة الحالات الإنسانية

تشير بيانات الجدول السابق إلى التأثيرات الناتجة عن اعتماد القائم بالاتصال على تقنية الكروس ميديا في إنتاج المحتوى الصحفي، وقد جاء في مقدمة هذه التأثيرات "أساعد الزملاء على إنتاج إنفوجراف يخدم المحتوى الصحفي، بمتوسط حسابي (٢,٨٢٥)، يليها "أتعلم مزيداً من التقنيات التي تعتمد عليها هذه التقنية" في المرتبة الثانية بمتوسط حسابي (٢,٨٠٠)، ثم "أبادل المعلومات عن هذه التقنية للاستفادة منها في خدمة العمل الصحفي" في المرتبة الثالثة بمتوسط حسابي (٢,٧٧٥)، وجاءت عبارة "أشارك في تحويل النص المكتوب إلى فيديو" في المرتبة الرابعة بمتوسط حسابي (٢,٧٥٠)، وحلت "تسهم في ربط المعلومات ببعضها من خلال الصور والفيديوهات" في المرتبة الخامسة بمتوسط حسابي (٢,٧٠٠).



وتذيلت عبارات "تساعد على تحليل المواقف بشكل أفضل واتخاذ القرارات المناسبة"، و"تطور مهارات التفكير النقدي"، و"أشعر بالإحباط نظراً لتكرار الأفكار"، و"أشعر بالإحباط وعدم القدرة على مواجهة الحالات الإنسانية" العبارات الدالة على التأثيرات الناتجة عن اعتماد القائم بالاتصال على تقنية الكروس ميديا في إنتاج المحتوى الصحفي، وذلك بمتوسط حسابي (٢,٣٠٠ - ٢,٢٠٠ - ١,٧٧٥ - ١,٦٠٠) على الترتيب.

**جدول (٢٢) مقياس التأثيرات الناتجة عن اعتماد القائم بالاتصال على تقنية الكروس ميديا في إنتاج المحتوى الصحفي**

مقياس التأثيرات	ك	%	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
المستوى المنخفض	0	0.0	2.625	.4903
المستوى المتوسط	15	37.5		
المستوى المرتفع	25	62.5		
الإجمالي	40	100.0		

تشير بيانات الجدول السابق إلى ارتفاع مستويات التأثيرات الناتجة عن اعتماد القائم بالاتصال على تقنية الكروس ميديا في إنتاج المحتوى الصحفي؛ إذ بلغت قيمة المتوسط الحسابي (٢,٦٢٥)، وانحصرت هذه التأثيرات في مستويين؛ المرتفع بنسبة ٦٢,٥%، يليه المستوى المتوسط بنسبة ٣٧,٥%.

وتتفق هذه الدراسة مع دراسة (إسراء صابر ٢٠٢٢)<sup>(١)</sup> التي تشير إلى وجود تأثيرات إيجابية لتوظيف تقنية الميتافيرس في العمل الصحفي في الترتيب الأول بنسبة ٨٥%.

(١) إسراء صابر عبد الرحمن، توظيف تقنية الميتافيرس داخل غرف الأخبار بالمؤسسات الصحفية العربية- دراسة تطبيقية، مرجع سابق، ص ٤٥٦.

جدول (٢٣) مقياس التأثيرات المعرفية الناتجة عن اعتماد القائم بالاتصال على تقنية الكروس ميديا في إنتاج المحتوى الصحفي

مقياس التأثيرات المعرفية	ك	%	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
المستوى المنخفض	2	5.0	2.525	.5986
المستوى المتوسط	15	37.5		
المستوى المرتفع	23	57.5		
الإجمالي	40	100.0		

تشير بيانات الجدول السابق إلى ارتفاع مستويات التأثيرات المعرفية الناتجة عن اعتماد القائم بالاتصال على تقنية الكروس ميديا في إنتاج المحتوى الصحفي؛ إذ بلغت قيمة المتوسط الحسابي (٢,٥٢٥)، وجاء المستوى المرتفع في المقدمة بنسبة ٥٧,٥%، يليه المستوى المتوسط بنسبة ٣٧,٥%، بينما جاء المستوى المنخفض في المرتبة الثالثة بنسبة ٥%.

جدول (٢٤) مقياس التأثيرات الوجدانية الناتجة عن اعتماد القائم بالاتصال على تقنية الكروس ميديا في إنتاج المحتوى الصحفي

مقياس التأثيرات الوجدانية	ك	%	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
المستوى المنخفض	3	7.5	2.300	.6076
المستوى المتوسط	22	55.0		
المستوى المرتفع	15	37.5		
الإجمالي	40	100.0		

تشير بيانات الجدول السابق إلى ارتفاع مستويات التأثيرات الوجدانية الناتجة عن اعتماد القائم بالاتصال على تقنية الكروس ميديا في إنتاج المحتوى الصحفي؛ إذ بلغت قيمة المتوسط الحسابي (٢,٣٠٠)، وجاء المستوى المتوسط في المقدمة بنسبة ٥٥%، يليه المستوى المرتفع بنسبة ٣٧,٥%، بينما جاء المستوى المنخفض في المرتبة الثالثة بنسبة ٧,٥%.

جدول (٢٥) مقياس التأثيرات السلوكية الناتجة عن اعتماد القائم بالاتصال على تقنية الكروس ميديا في إنتاج المحتوى الصحفي

الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	%	ك	مقياس التأثيرات السلوكية
.4051	2.800	0.0	0	المستوى المنخفض
		20.0	8	المستوى المتوسط
		80.0	32	المستوى المرتفع
		100.0	40	الإجمالي

تشير بيانات الجدول السابق إلى ارتفاع مستويات التأثيرات السلوكية الناتجة عن اعتماد القائم بالاتصال على تقنية الكروس ميديا في إنتاج المحتوى الصحفي؛ إذ بلغت قيمة المتوسط الحسابي (٢,٨٠٠)، وانحصرت هذه التأثيرات في مستويين؛ المرتفع بنسبة ٨٠%، يليه المستوى المتوسط بنسبة ٢٠%.

خامساً: الأداء المهني للقائم بالاتصال:

جدول (٢٦) آثار استخدام تقنية الكروس ميديا في الأداء المهني للقائم بالاتصال

الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الإجمالي		درجة الموافقة						العبارات
				معارض		محايد		موافق		
		%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
.3038	2.900	100.0	40	0.0	0	10.0	4	90.0	36	أتعلم مهارات جديدة لإنشاء محتوى متعدد الوسائط
.4641	2.800	100.0	40	2.5	1	15.0	6	82.5	33	تساعدني على استخدام مجموعة من الوسائط (النصوص - صور - فيديو - صوت)
.4935	2.750	100.0	40	2.5	1	20.0	8	77.5	31	ألتقط القصص المناسبة لعرضها بتقنية الكروس

الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الإجمالي		درجة الموافقة						العبارات
				معارض		محايد		موافق		
		%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
										ميدياً
.5057	2.725	100.0	40	2.5	1	22.5	9	75.0	30	أحدد الجمهور الذي تتوجه إليه هذه التقنية بدقة
.5164	2.700	100.0	40	2.5	1	25.0	10	72.5	29	تساعدني على توصيل الرسالة للجمهور بشكل أوضح
.4641	2.700	100.0	40	0.0	0	30.0	12	70.0	28	تعزز تقنية الكروس ميديا التفاعل بيني وبين الجمهور
.4743	2.675	100.0	40	0.0	0	32.5	13	67.5	27	أتحكم في التدفق المعلوماتي الوارد وبلورته في صورة أكثر دقة
.5796	2.650	100.0	40	5.0	2	25.0	10	70.0	28	أدمج الرسوم اليدوية مع المعلوماتية لتجسيد الإصابات
.5401	2.625	100.0	40	2.5	1	32.5	13	65.0	26	تحقق التنافسية المشروعة داخل المؤسسة الصحفية
.5401	2.625	100.0	40	2.5	1	32.5	13	65.0	26	تساعد على إنجاز مهامتي بشكل أسرع وأكثر كفاءة
.5905	2.600	100.0	40	5.0	2	30.0	12	65.0	26	تتيح نشر المحتوى على مختلف المنصات
.5970	2.550	100.0	40	5.0	2	35.0	14	60.0	24	أغير صوت الأشخاص في حالة تعرضها للخطر
.5991	2.500	100.0	40	5.0	2	40.0	16	55.0	22	أنوه إلى احتواء المحتوى على مشاهد مزعجة
.6405	2.500	100.0	40	7.5	3	35.0	14	57.5	23	أنشئ محتوى تفاعلياً مثل الاستطلاعات والمسابقات

اعتماد القائم بالاتصال على تقنية الكروس ميديا في عرض المحتوى

الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الإجمالي		درجة الموافقة						العبارات
				معارض		محايد		موافق		
		%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
.6405	2.500	100.0	40	7.5	3	35.0	14	57.5	23	توسع نطاق الوصول للجمهور
.5943	2.425	100.0	40	5.0	2	47.5	19	47.5	19	أخفي أسماء الأشخاص للحفاظ على خصوصية المصدر
.6998	2.350	100.0	40	12.5	5	40.0	16	47.5	19	أتعلم السياسة التحريرية مع الوقت
.7355	2.150	100.0	40	20.0	8	45.0	18	35.0	14	تنتج محتوى يكون أكثر تعقيداً ويستغرق وقتاً أطول
.6197	2.025	100.0	40	17.5	7	62.5	25	20.0	8	أستخدم أسماء مستعارة للمصادر

تشير بيانات الجدول السابق آثار استخدام تقنية الكروس ميديا في الأداء المهني للقائم بالاتصال من وجهة نظر المبحوثين، وقد جاء في مقدمتها "أتعلم مهارات جديدة لإنشاء محتوى متعدد الوسائط" بمتوسط حسابي (٢,٩٠٠)، يليها "تساعدني على استخدام مجموعة من الوسائط (النصوص - صور - فيديو - صوت)" في المرتبة الثانية بمتوسط حسابي (٢,٨٠٠)، ثم "ألتقط القصص المناسبة لعرضها بتقنية الكروس ميديا" في المرتبة الثالثة بمتوسط حسابي (٢,٧٥٠)، يليها "أحدد الجمهور الذي تتوجه إليه هذه التقنية بدقة" في المرتبة الرابعة بمتوسط حسابي (٢,٧٢٥)، ثم "تساعدني على توصيل الرسالة للجمهور بشكل أوضح"، و"تعزز تقنية الكروس ميديا التفاعل بيني وبين الجمهور" في المرتبة الخامسة بمتوسط حسابي (٢,٧٠٠) لكل منهما على حدة.

بينما جاءت عبارتا "تنتج محتوى يكون أكثر تعقيداً ويستغرق وقتاً أطول، و"أستخدم أسماء مستعارة للمصادر" بمتوسط حسابي (٢,١٥٠-٢,٠٢٥) على الترتيب.

ويلاحظ من الجدول السابق تصدر العبارات الإيجابية في الأداء المهني عن العبارات السلبية مما يدل على أن تقنية الكروس ميديا تساهم في تعزيز الأداء المهني للقائم بالاتصال، كما أن الإمكانيات المتاحة بها تساعده في الحفاظ على سرية المصادر، والمحافظة على شهود العيان على القصص والوقائع محتوى الموضوع المنشور .

وتتفق هذه النتيجة مع دراسة (حسين ربيع ٢٠١٨)<sup>(١)</sup>، التي تؤكد أن امتلاك مهارة إجراء بحث جيد وقراءة مابين السطور من أهم المهارات التي يرى المبحوثون ضرورة توفرها لدى الصحفي الذي يتخصص في صحافة البيانات .

#### جدول (٢٧) مقياس آثار استخدام تقنية الكروس ميديا

##### في الأداء المهني للقائم بالاتصال

مقياس الأداء المهني	ك	%	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
المستوى المنخفض	0	0.0	2.825	.3848
المستوى المتوسط	7	17.5		
المستوى المرتفع	33	82.5		
الإجمالي	40	100.0		

(١) حسين محمدربيع، التوجهات الحديثة في تقديم المضمون الصحفي بالمواقع الالكترونية المصرية: دراسة حالة لاستخدام الوسائط المتعددة في انتاج القصص الصحفية المدعومة بالبيانات بمجموعة أونا للصحافة والإعلام، مرجع سابق، ص٦٤٨.

اعتماد القائم بالاتصال على تقنية الكروس ميديا في عرض المحتوى

تشير بيانات الجدول السابق إلى ارتفاع مستويات استخدام تقنية الكروس ميديا في الأداء المهني للقائم بالاتصال؛ إذ بلغت قيمة المتوسط الحسابي (٢,٨٢٥)، وانحصرت هذه الآثار في مستويين؛ المرتفع بنسبة ٨٢,٥%، يليه المستوى المتوسط بنسبة ١٧,٥%.

سادساً: موافقة القائم بالاتصال على الإيجابيات والسلبيات الناتجة عن استخدام تقنية الكروس ميديا

جدول (٢٨) اتجاهات المبحوثين نحو الاعتماد على استخدام تقنية الكروس ميديا في عرض المحتوى الصحفي

الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الإجمالي		درجة الموافقة						العبارات
				معارض		محايد		موافق		
		%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
.3038	2.900	100.0	40	0.0	0	10.0	4	90.0	36	تقدم مهارات تقنية جديدة
.3038	2.900	100.0	40	0.0	0	10.0	4	90.0	36	قادرة على توصيل المعلومة
.3038	2.900	100.0	40	0.0	0	10.0	4	90.0	36	تتميز بالجادبية والمرونة في عرض الفكرة
.4043	2.875	100.0	40	2.5	1	7.5	3	90.0	36	تتميز بالتنوع البصري وحيوية المحتوى المقدم
.4267	2.850	100.0	40	2.5	1	10.0	4	87.5	35	تتميز بتعدد طرق وأشكال نشر المحتوى
.4465	2.825	100.0	40	2.5	1	12.5	5	85.0	34	تسهل عرض المعلومات والبيانات الضخمة بطريقة مشوقة
.3848	2.825	100.0	40	0.0	0	17.5	7	82.5	33	تقدم مؤثرات بصرية تساعد على التذكر
.4229	2.775	100.0	40	0.0	0	22.5	9	77.5	31	ترفع مهارات العاملين بالصحيفة
.4935	2.750	100.0	40	2.5	1	20.0	8	77.5	31	تقدم جوانب جديدة من العمل الصحفي
.4385	2.750	100.0	40	0.0	0	25.0	10	75.0	30	تغوص بشكل أكثر عمقاً في

الاتحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الإجمالي		درجة الموافقة						العبارات
				معارض		محايد		موافق		
		%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
										القصة
.5541	2.725	100.0	40	5.0	2	17.5	7	77.5	31	تسهل دمج الممارسات الإعلامية مع الجوانب التقنية لتطوير العمل الصحفي
.5057	2.725	100.0	40	2.5	1	22.5	9	75.0	30	تكسر روتين العمل
.6076	2.700	100.0	40	7.5	3	15.0	6	77.5	31	تصل إلى فئة جديدة من القراء
.5335	2.650	100.0	40	2.5	1	30.0	12	67.5	27	تحتاج إلى مزيد من الجهد
.5401	2.625	100.0	40	2.5	1	32.5	13	65.0	26	تعمل على التناغم بين أعضاء فريق العمل
.5905	2.600	100.0	40	5.0	2	30.0	12	65.0	26	يقف ضغط الوقت عائقاً أمام إنتاج المحتوى الصحفي باستخدام هذه التقنية
.7121	2.575	100.0	40	12.5	5	17.5	7	70.0	28	تساعد على الوصول لصحفي الوسائط المتعدد (الشامل)
.5943	2.575	100.0	40	5.0	2	32.5	13	62.5	25	تبني استراتيجيات جديدة للمؤسسة
.7506	2.525	100.0	40	15.0	6	17.5	7	67.5	27	الجمهور يتفاعل معها أكثر من النصوص المكتوبة فقط
.6751	2.425	100.0	40	10.0	4	37.5	15	52.5	21	ترتفع تكاليف إنتاج محتوى باستخدام الكروس ميديا
.7808	2.425	100.0	40	17.5	7	22.5	9	60.0	24	عدم الإشارة للمصادر يضعف من المصداقية
.7089	2.400	100.0	40	12.5	5	35.0	14	52.5	21	عدم التدريب الجيد على استخدام تقنية الكروس ميديا
.7299	2.325	100.0	40	15.0	6	37.5	15	47.5	19	تعزز المسؤولية الاجتماعية
.7579	2.300	100.0	40	17.5	7	35.0	14	47.5	19	تبحث عن الاحتياجات غير



اعتماد القائم بالاتصال على تقنية الكروس ميديا في عرض المحتوى

الاتحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الإجمالي		درجة الموافقة						العبارات
				معارض		محايد		موافق		
		%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
										الملابة للجمهور
.7228	1.875	100.0	40	32.5	13	47.5	19	20.0	8	تحقق سبقاً صحفياً
.7472	1.825	100.0	40	37.5	15	42.5	17	20.0	8	تحتاج إلى الاعتماد على أشخاص من الخارج للمساعدة في هذه التقنية
.7355	1.650	100.0	40	50.0	20	35.0	14	15.0	6	تقف المؤسسة الصحفية عائقاً أمام استخدامها
.7828	1.550	100.0	40	62.5	25	20.0	8	17.5	7	التركيز على استخدام تقنية الكروس ميديا قد يضعف مستوى الصحفي
.7143	1.550	100.0	40	57.5	23	30.0	12	12.5	5	غياب المساءلة القانونية عند حدوث أخطاء
.7841	1.525	100.0	40	65.0	26	17.5	7	17.5	7	تزييف المعلومات والتلاعب بالصور وإضفاء الطابع الشخصي
.7506	1.475	100.0	40	67.5	27	17.5	7	15.0	6	عدم وجود رقابة على المضامين المقدمة
.7157	1.475	100.0	40	65.0	26	22.5	9	12.5	5	تقديم مضامين تتعارض مع عادات المجتمع
.7506	1.475	100.0	40	67.5	27	17.5	7	15.0	6	سلب الحيوية والأنية من بعض الأحداث الإنسانية عند تحويلها إلى أرقام ورسوم
.6789	1.475	100.0	40	62.5	25	27.5	11	10.0	4	غياب الطابع التفسيري للأحداث والقضايا

تشير بيانات الجدول السابق إلى العبارات المُعبّرة عن اتجاهات  
المبحوثين نحو الاعتماد على استخدام تقنية الكروس ميديا في عرض المحتوى  
الصحفي، وقد جاء في مقدمة هذه العبارات "تقدم مهارات تقنية جديدة"،

و"قادرة على توصيل المعلومة"، و"تتميز بالاجاذبية والمرونة في عرض الفكرة" بمتوسط حسابي (٢,٩٠٠) لكل منها على حدة، يليها "تتميز بالتنوع البصري وحيوية المحتوى المُقدّم" في المرتبة الثانية بمتوسط حسابي (٢,٨٧٥)، ثم "تتميز بتعدد طرق وأشكال نشر المحتوى" في المرتبة الثالثة بمتوسط حسابي (٢,٨٥٠)، وفي المرتبة الرابعة جاءت عبارتا "تسهل عرض المعلومات والبيانات الضخمة بطريقة مشوقة"، و"تقدم مؤثرات بصرية تساعد على التذكر" بمتوسط حسابي (٢,٨٢٥) لكل منهما على حدة، ثم "ترفع مهارات العاملين بالصحيفة" في المرتبة الخامسة بمتوسط حسابي (٢,٧٥٠).

وعلى الجانب الآخر، جاءت العبارات السلبية المُعبّرة عن اتجاهات الباحثين نحو الاعتماد على استخدام تقنية الكروس ميديا في عرض المحتوى الصحفي في مراتب متأخرة؛ فجاءت عبارات "تزييف المعلومات والتلاعب بالصور وإضفاء الطابع الشخصي- عدم وجود رقابة على المضامين المقدمة- تقديم مضامين تتعارض مع عادات المجتمع - سلب الحيوية والآنية من بعض الأحداث الإنسانية عند تحويلها إلى أرقام ورسوم - غياب الطابع التفسيري للأحداث والقضايا" بمتوسط حسابي (١,٥٢٥) - (١,٤٧٥ - ١,٤٧٥ - ١,٤٧٥ - ١,٤٧٥) على الترتيب.

**جدول (٢٦) مقياس اتجاهات الباحثين نحو الاعتماد على استخدام تقنية الكروس ميديا في عرض المحتوى الصحفي**

مقياس الاتجاهات	ك	%	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
الاتجاه السلبي	0	0.0	2.675	.4743
الاتجاه المحايد	13	32.5		
الاتجاه الإيجابي	27	67.5		
الإجمالي	40	100.0		

## اعتماد القائم بالاتصال على تقنية الكروس ميديا في عرض المحتوى

تشير بيانات الجدول السابق إلى إيجابية اتجاهات المبحوثين نحو الاعتماد على استخدام تقنية الكروس ميديا في عرض المحتوى الصحفي؛ إذ بلغت قيمة المتوسط الحسابي (٢,٦٧٥)، وانحصرت هذه الاتجاهات في اتجاهين؛ الإيجابي بنسبة ٦٧,٥%، يليه الاتجاه المحايد بنسبة ٣٢,٥%.

وتتفق هذه النتيجة مع دراسة (فاطمة الزهراء، عادة يحيى ٢٠٢٤)<sup>(١)</sup>، التي تشير إلى أن غالبية مقاطع السرد الخاصة باليوميات عينة الدراسة كانت تحمل الطابع الإيجابي بنسبة ٧٣%.

### جدول (٢٩) مقترحات المبحوثين لتطوير

#### تقنية الكروس ميديا بالعمل الصحفي

ك	%	مقترحات لتطوير تقنية الكروس ميديا بالعمل الصحفي
35	87.5	عمل دورات تدريبية متخصصة في مجال الكروس ميديا
30	75.0	تأسيس وحدة متخصصة داخل المؤسسة الصحفية
21	52.5	توفير موارد مالية مناسبة لتطوير هذه التقنية
20	50.0	تخصيص مواد بكليات الإعلام لدراسة أهم أدوات تقنية الكروس ميديا
19	47.5	إنتاج مضامين تصلح لكل منصات التواصل الاجتماعي
16	40.0	تبني المؤسسة الصحفية أصحاب الأفكار الصحفية الجديدة
16	40.0	الاستفادة من تجارب الدول السابقة في استخدام هذه التقنية
13	32.5	العمل على تصحيح المسار بمعالجة جميع السلبيات التي تواجه القائم بالاتصال
13	32.5	الاستفادة من نتائج بحوث تحليل محتوى منصات الإعلام الرقمي وأهم نتائجها
13	32.5	وضع آليات وضوابط تحفظ الخصوصية وحقوق الملكية
3	7.5	إعطاء هذه المهمة لجهة خارجية تتولى تحديث هذه التقنية
40		الإجمالي

(١) فاطمة الزهراء محمد الحفني مصطفى، عادة يحيى حلمي متولي، السرد القصصي البصري لليوميات عبر تطبيق تيك توك، مرجع سابق، ص ٤٤١.

تشير بيانات الجدول السابق إلى مقترحات المبحوثين لتطوير تقنية الكروس ميديا بالعمل الصحفي، وقد جاء في مقدمتها "عمل دورات تدريبية متخصصة في مجال الكروس ميديا" بنسبة ٨٧,٥%، يليه "تأسيس وحدة متخصصة داخل المؤسسة الصحفية" في المرتبة الثانية بنسبة ٧٥%، ثم "توفير موارد مالية مناسبة لتطوير هذه التقنية" في المرتبة الثالثة بنسبة ٥٢,٥%، وفي المرتبة الرابعة جاء مقترح "تخصيص مواد بكليات الإعلام لدراسة أهم أدوات تقنية الكروس ميديا" بنسبة ٥٠%، يليه "إنتاج مضامين تصلح لكل منصات التواصل الاجتماعي" في المرتبة الخامسة بنسبة ٧٤,٥%، ثم "تبني المؤسسة الصحفية أصحاب الأفكار الصحفية الجديدة"، و"الاستفادة من تجارب الدول السابقة في استخدام هذه التقنية" في المرتبة السادسة بنسبة ٤٠% لكل منهما على حدة، ثم "العمل على تصحيح المسار بمعالجة جميع السلبيات التي تواجه القائم بالاتصال"، و"الاستفادة من نتائج بحوث تحليل محتوى منصات الإعلام الرقمي وأهم نتائجها"، ووضع آليات وضوابط تحفظ الخصوصية وحقوق الملكية" في المرتبة السابعة بنسبة ٣٢,٥% لكل منهما على حدة، بينما جاء مقترح "إعطاء هذه المهمة لجهة خارجية تتولى تحديث هذه التقنية" في المرتبة الثامنة والأخيرة بنسبة ٧,٥%.

**وتتفق هذه النتيجة مع دراسة (مدحت رشدي ٢٠١٧)<sup>(١)</sup> التي تؤكد اهتمام المبحوثين بالتدريب والتأهيل المتخصص للصحفيين والإعلاميين في مجال الإعلام الاقتصادي حيث جاءت في مقدمة مقترحات المبحوثين بنسبة بلغت ٣٠,٥%. كما تتفق مع دراسة (حسين ربيع ٢٠١٨)<sup>(٢)</sup> التي تؤكد**

(١) مدحت رشدي مسعد عبد الله، "تقييم الأداء المهني للقائم بالاتصال في مجال الإعلام الاقتصادي في إطار الأزمات الاقتصادية"، مجلة كلية الآداب، كلية الآداب، جامعة سوهاج، ع ٤٥٤، أكتوبر ٢٠١٧، ص، ص ٢٤٦.

(٢) حسين محمدي، التوجهات الحديثة في تقديم المضمون الصحفي بالمواقع الإلكترونية المصرية: دراسة حالة لاستخدام الوسائط المتعددة في إنتاج القصص الصحفية المدعومة بالبيانات بمجموعة أونا للصحافة والإعلام، مرجع سابق، ص ٦٥٢.

اعتماد القائم بالاتصال على تقنية الكروس ميديا في عرض المحتوى

حاجة الصحفيين إلى المزيد من التدريب لتطوير مهاراتهم، بالإضافة إلى توعيتهم بالأساليب الجديدة في العمل الصحفي من خلال تنظيم دورات تدريبية وزيادة مهاراتهم لتنفيذ صحافة البيانات .

نتائج اختبار فروض الدراسة:

الفرض الأول: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الخصائص الديموجرافية للمبحوثين ودرجة الاعتماد على تقنية الكروس ميديا في عرض المحتوى الصحفي.

جدول رقم (٣٠) يوضح دلالة الفروق بين الخصائص الديموجرافية للمبحوثين ودرجة الاعتماد على تقنية الكروس ميديا في عرض المحتوى الصحفي

مستوى المعنوية	درجات الحرية	قيمة المعامل الإحصائي	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	العدد N	المتغيرات الديموجرافية	
.612	38	T=0.511	.6901	2.000	22	ذكر	النوع
			.6764	2.111	18	أنثى	
.906	38	T=0.119	.6110	2.040	25	إعلام	التخصص
			.7988	2.067	15	غير إعلام	
.355	2 37	F=1.065	.5789	2.214	14	أقل من ٣٠ عاماً	العمر
			.6838	1.909	22	من ٣٠ - ٤٠ عاماً	
			.9574	2.250	4	٤٠ عاماً فأكثر	
.102	3 36	F=2.225	.5477	2.500	6	أقل من ٥ سنوات	الخبرة
			.6794	2.000	14	من ٥ - ١٠ سنوات	
			.6761	1.800	15	من ١٠ - ١٥ سنة	
			.5477	2.400	5	١٥ سنة فأكثر	
			.6775	2.050	40	المجموع	

تشير بيانات الجدول السابق إلي ما يلي:

- عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متغير النوع (ذكر، أنثى) ودرجة الاعتماد على تقنية الكروس ميديا في عرض المحتوى الصحفي، حيث بلغت

قيمة ت = ٠,٥١١، عند مستوي معنوية = ٠,٦١٢، وهي غير دالة، أي أنه لم تكن هناك اختلافات واضحة بين الذكور والإناث فيما يتعلق بدرجة اعتمادهم على تقنية الكروس ميديا في عرض المحتوى الصحفي.

- عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متغير التخصص (إعلام، غير إعلام) ودرجة الاعتماد على تقنية الكروس ميديا في عرض المحتوى الصحفي، حيث بلغت قيمة ت = ٠,١١٩، عند مستوي معنوية = ٠,٩٠٦، وهي غير دالة، أي أنه لم تكن هناك اختلافات واضحة بين تخصص الإعلام والتخصصات الأخرى فيما يتعلق بدرجة اعتمادهم على تقنية الكروس ميديا في عرض المحتوى الصحفي.

- عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متغير العمر ودرجة الاعتماد على تقنية الكروس ميديا في عرض المحتوى الصحفي، حيث بلغت قيمة ف = ١,٠٦٥، عند مستوي معنوية = ٠,٣٥٥، وهي غير دالة، أي أنه لم تكن هناك اختلافات واضحة بين الفئات العمرية المختلفة فيما يتعلق بدرجة اعتمادهم على تقنية الكروس ميديا في عرض المحتوى الصحفي.

- عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متغير الخبرة ودرجة الاعتماد على تقنية الكروس ميديا في عرض المحتوى الصحفي، حيث بلغت قيمة ف = ٢,٢٢٥، عند مستوي معنوية = ٠,١٠٢، وهي غير دالة، أي أنه لم تكن هناك اختلافات واضحة بين سنوات الخبرة المختلفة فيما يتعلق بدرجة اعتمادهم على تقنية الكروس ميديا في عرض المحتوى الصحفي.

بناء على ما سبق يثبت عدم صحة الفرض الرئيس القائل بوجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الخصائص الديموجرافية للمبحوثين ودرجة الاعتماد على تقنية الكروس ميديا في عرض المحتوى الصحفي.

الفرض الثاني: توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين درجة الاعتماد على تقنية الكروس ميديا في عرض المحتوى الصحفي ومستوى الأداء المهني.

جدول رقم ( ٣١ )

يوضح العلاقة بين درجة الاعتماد على تقنية الكروس ميديا في عرض المحتوى الصحفي ومستوى الأداء المهني

درجة الاعتماد		
.440	معامل الارتباط	الأداء المهني
.004	مستوي الدلالة	
40	العدد	

تشير بيانات الجدول السابق إلي وجود علاقة ارتباطية طردية بين درجة الاعتماد على تقنية الكروس ميديا في عرض المحتوى الصحفي ومستوى الأداء المهني، حيث بلغت قيمة معامل ارتباط بيرسون = ٠,٤٤٠، وهي دالة عند مستوى معنوية = ٠,٠٠٤. أي أنه كلما زادت درجة الاعتماد على تقنية الكروس ميديا في عرض المحتوى الصحفي زاد مستوى الأداء المهني للصحفيين والعكس صحيح.

وبذلك يثبت صحة الفرض القائل بوجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين درجة الاعتماد على تقنية الكروس ميديا في عرض المحتوى الصحفي ومستوى الأداء المهني.

الفرض الثالث: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الخصائص الديموجرافية للمبحوثين ودوافع الاعتماد على تقنية الكروس ميديا في عرض المحتوى الصحفي.

جدول رقم (٣٢) يوضح دلالة الفروق بين الخصائص الديموجرافية للمبحوثين ودوافع الاعتماد على تقنية الكروس ميديا في عرض المحتوى الصحفي

مستوى المعنوية	درجات الحرية	قيمة المعامل الإحصائي	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	العدد N	المتغيرات الديموجرافية	
.301	38	T=1.049	.5118	2.500	22	ذكر	النوع
			.4851	2.667	18	أنثى	
.810	38	T=0.242	.5066	2.560	25	إعلام	التخصص
			.5071	2.600	15	غير إعلام	
.083	2 37	F=2.670	.5136	2.429	14	أقل من ٣٠ عامًا	العمر
			.4558	2.727	22	من ٣٠ - ٤٠ عامًا	
			.5000	2.250	4	٤٠ عامًا فأكثر	
.848	3 36	F=0.267	.5164	2.667	6	أقل من ٥ سنوات	الخبرة
			.5136	2.571	14	من ٥ - ١٠ سنوات	
			.5071	2.600	15	من ١٠ - ١٥ سنة	
			.5477	2.400	5	١٥ سنة فأكثر	
			<b>.5006</b>	<b>2.575</b>	<b>40</b>	<b>المجموع</b>	

تشير بيانات الجدول السابق إلي ما يلي:

- عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متغير النوع (ذكر، أنثى) ودوافع الاعتماد على تقنية الكروس ميديا في عرض المحتوى الصحفي، حيث بلغت قيمة ت = ١,٠٤٩، عند مستوي معنوية = ٠,٣٠١، وهي غير دالة، أي أنه لم تكن هناك اختلافات واضحة بين الذكور والإناث فيما يتعلق بدوافع اعتمادهم على تقنية الكروس ميديا في عرض المحتوى الصحفي.

- عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متغير التخصص (إعلام، غير إعلام) ودوافع الاعتماد على تقنية الكروس ميديا في عرض المحتوى الصحفي، حيث بلغت قيمة ت = ٠,٢٤٢، عند مستوي معنوية = ٠,٨١٠،



وهي غير دالة، أي أنه لم تكن هناك اختلافات واضحة بين تخصص الإعلام والتخصصات الأخرى فيما يتعلق بدوافع اعتمادهم على تقنية الكروس ميديا في عرض المحتوى الصحفي.

- عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متغير العمر ودوافع الاعتماد على تقنية الكروس ميديا في عرض المحتوى الصحفي، حيث بلغت قيمة  $F=2,670$ ، عند مستوى معنوية  $=0,083$ ، وهي غير دالة، أي أنه لم تكن هناك اختلافات واضحة بين الفئات العمرية المختلفة فيما يتعلق بدوافع اعتمادهم على تقنية الكروس ميديا في عرض المحتوى الصحفي.

- عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متغير الخبرة ودوافع الاعتماد على تقنية الكروس ميديا في عرض المحتوى الصحفي، حيث بلغت قيمة  $F=0,267$ ، عند مستوى معنوية  $=0,848$ ، وهي غير دالة، أي أنه لم تكن هناك اختلافات واضحة بين سنوات الخبرة المختلفة فيما يتعلق بدوافع اعتمادهم على تقنية الكروس ميديا في عرض المحتوى الصحفي.

بناء على ما سبق يثبت عدم صحة الفرض الرئيس القائل بوجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الخصائص الديموجرافية للمبحوثين ودوافع الاعتماد على تقنية الكروس ميديا في عرض المحتوى الصحفي.

الفرض الرابع: توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين دوافع الاعتماد على تقنية الكروس ميديا في عرض المحتوى الصحفي ومستوى الأداء المهني.

جدول رقم (٣٣) يوضح العلاقة بين دوافع الاعتماد على تقنية الكروس ميديا في عرض المحتوى الصحفي ومستوى الأداء المهني

دوافع الاعتماد	الأداء المهني	
.497	معامل الارتباط	
.001	مستوى الدلالة	
40	العدد	

تشير بيانات الجدول السابق إلي وجود علاقة ارتباطية طردية بين دوافع الاعتماد على تقنية الكروس ميديا في عرض المحتوى الصحفي ومستوى الأداء المهني، حيث بلغت قيمة معامل ارتباط بيرسون = ٠,٤٩٧، وهي دالة عند مستوى معنوية = ٠,٠٠١. أي أنه كلما زادت دوافع الاعتماد على تقنية الكروس ميديا في عرض المحتوى الصحفي زاد مستوى الأداء المهني للصحفيين والعكس صحيح.

وبذلك يثبت صحة الفرض القائل بوجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين دوافع الاعتماد على تقنية الكروس ميديا في عرض المحتوى الصحفي ومستوى الأداء المهني.

**الفرض الخامس:** توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين دوافع الاعتماد على تقنية الكروس ميديا في عرض المحتوى الصحفي والتأثيرات الناتجة عن هذا الاعتماد.

جدول رقم (٣٤) يوضح العلاقة بين دوافع الاعتماد على تقنية الكروس ميديا في عرض المحتوى الصحفي والتأثيرات الناتجة عن هذا الاعتماد

دوافع الاعتماد	التأثيرات الناتجة	
.517	معامل الارتباط	التأثيرات بصفة عامة
.001	مستوى الدلالة	
40	العدد	
.379	معامل الارتباط	التأثيرات المعرفية
.016	مستوى الدلالة	
40	العدد	
.374	معامل الارتباط	التأثيرات الوجدانية
.017	مستوى الدلالة	
40	العدد	
.583	معامل الارتباط	التأثيرات السلوكية
.001	مستوى الدلالة	
40	العدد	

- تشير بيانات الجدول السابق إلي وجود علاقة ارتباطية طردية بين دوافع الاعتماد على تقنية الكروس ميديا في عرض المحتوى الصحفي والتأثيرات الناتجة عن هذا الاعتماد، ويمكن تفصيل ذلك علي النحو التالي:
- وجود علاقة ارتباطية طردية بين دوافع الاعتماد على تقنية الكروس ميديا في عرض المحتوى الصحفي والتأثيرات الناتجة بصفة عامة، حيث بلغت قيمة معامل ارتباط بيرسون = 0,517، وهي دالة عند مستوى معنوية = 0,001. أي أنه كلما زادت دوافع الاعتماد على تقنية الكروس ميديا في عرض المحتوى الصحفي زادت التأثيرات الناتجة بصفة عامة والعكس صحيح.
- وجود علاقة ارتباطية طردية بين دوافع الاعتماد على تقنية الكروس ميديا في عرض المحتوى الصحفي والتأثيرات المعرفية الناتجة، حيث بلغت قيمة معامل ارتباط بيرسون = 0,379، وهي دالة عند مستوى معنوية = 0,016. أي أنه كلما زادت دوافع الاعتماد على تقنية الكروس ميديا في عرض المحتوى الصحفي زادت التأثيرات المعرفية الناتجة والعكس صحيح.
- وجود علاقة ارتباطية طردية بين دوافع الاعتماد على تقنية الكروس ميديا في عرض المحتوى الصحفي والتأثيرات الوجدانية الناتجة، حيث بلغت قيمة معامل ارتباط بيرسون = 0,374، وهي دالة عند مستوى معنوية = 0,017. أي أنه كلما زادت دوافع الاعتماد على تقنية الكروس ميديا في عرض المحتوى الصحفي زادت التأثيرات الوجدانية الناتجة والعكس صحيح.
- وجود علاقة ارتباطية طردية بين دوافع الاعتماد على تقنية الكروس ميديا في عرض المحتوى الصحفي والتأثيرات السلوكية الناتجة، حيث بلغت قيمة معامل ارتباط بيرسون = 0,583، وهي دالة عند مستوى معنوية = 0,001. أي أنه كلما زادت دوافع الاعتماد على تقنية الكروس ميديا في عرض المحتوى الصحفي زادت التأثيرات السلوكية الناتجة والعكس صحيح.

وبذلك يثبت صحة الفرض القائل بوجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين دوافع الاعتماد على تقنية الكروس ميديا في عرض المحتوى الصحفي والتأثيرات الناتجة عن هذا الاعتماد.

الفرض السادس: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الخصائص الديموجرافية للمبحوثين والاتجاه نحو استخدام تقنية الكروس ميديا في عرض المحتوى الصحفي.

جدول رقم (٣٥) يوضح دلالة الفروق بين الخصائص الديموجرافية للمبحوثين والاتجاه نحو استخدام تقنية الكروس ميديا في عرض المحتوى الصحفي

المتغيرات الديموجرافية	العدد N	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة المعامل الإحصائي	درجات الحرية	مستوى المعنوية
النوع	ذكر	.682	.4767	T=0.099	38	.921
	أنثى	.667	.4851			
التخصص	إعلام	.560	.5066	T=2.060	38	.046
	غير إعلام	.867	.3519			
العمر	أقل من ٣٠ عاماً	.571	.5136	F=0.504	2 37	.608
	من ٣٠ - ٤٠ عاماً	.727	.4558			
	٤٠ عاماً فأكثر	.750	.5000			
الخبرة	أقل من ٥ سنوات	.500	.5477	F=0.665	3 36	.579
	من ٥ - ١٠ سنوات	.643	.4972			
	من ١٠ - ١٥ سنة	.800	.4140			
	١٥ سنة فأكثر	.600	.5477			
المجموع	40	.675	.4743			

تشير بيانات الجدول السابق إلى ما يلي:

- عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متغير النوع (ذكر، أنثى) والاتجاه نحو استخدام تقنية الكروس ميديا في عرض المحتوى الصحفي، حيث بلغت قيمة ت = ٠,٠٩٩، عند مستوى معنوية = ٠,٠٩٢١، وهي غير دالة، أي أنه لم

تكن هناك اختلافات واضحة بين الذكور والإناث فيما يتعلق باتجاهاتهم نحو استخدام تقنية الكروس ميديا في عرض المحتوى الصحفي.

- وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين التخصص (إعلام، غير إعلام) والاتجاه نحو استخدام تقنية الكروس ميديا في عرض المحتوى الصحفي، حيث بلغت قيمة  $t = 2,060$ ، وهي دالة عند مستوى معنوية  $= 0,046$ ، وقد جاءت الفروق لصالح التخصصات الأخرى غير الإعلام، أي أن اتجاهاتهم نحو استخدام تقنية الكروس ميديا في عرض المحتوى الصحفي كانت أكثر إيجابية من تخصص الإعلام، وذلك نظراً لطابع الكروس ميديا التقني الذي يحتاج إلى أكثر من تخصص وفي مجالات متعددة فهي لا تقتصر على الإعلاميين فقط .

- عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متغير العمر والاتجاه نحو استخدام تقنية الكروس ميديا في عرض المحتوى الصحفي، حيث بلغت قيمة  $F = 0,504$ ، عند مستوى معنوية  $= 0,608$ ، وهي غير دالة، أي أنه لم تكن هناك اختلافات واضحة بين الفئات العمرية المختلفة فيما يتعلق باتجاهاتهم نحو استخدام تقنية الكروس ميديا في عرض المحتوى الصحفي.

- عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متغير الخبرة والاتجاه نحو استخدام تقنية الكروس ميديا في عرض المحتوى الصحفي، حيث بلغت قيمة  $F = 0,665$ ، عند مستوى معنوية  $= 0,579$ ، وهي غير دالة، أي أنه لم تكن هناك اختلافات واضحة بين سنوات الخبرة المختلفة فيما يتعلق باتجاهاتهم نحو استخدام تقنية الكروس ميديا في عرض المحتوى الصحفي.

بناء على ما سبق يثبت جزئياً صحة الفرض الرئيس القائل بوجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الخصائص الديموجرافية للمبحوثين والاتجاه نحو استخدام تقنية الكروس ميديا في عرض المحتوى الصحفي.

الفرض السابع: توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين التأثيرات الناتجة من الاعتماد على تقنية الكروس ميديا في عرض المحتوى الصحفي ومستوى الأداء المهني.

جدول رقم (٣٦) يوضح العلاقة بين التأثيرات الناتجة من الاعتماد على تقنية الكروس ميديا في عرض المحتوى الصحفي ومستوى الأداء المهني

الأداء المهني	التأثيرات الناتجة	
.599	معامل الارتباط مستوى الدلالة العدد	التأثيرات بصفة عامة
.001		
40		
.379	معامل الارتباط مستوى الدلالة العدد	التأثيرات المعرفية
.016		
40		
.470	معامل الارتباط مستوى الدلالة العدد	التأثيرات الوجدانية
.002		
40		
.596	معامل الارتباط مستوى الدلالة العدد	التأثيرات السلوكية
.001		
40		

تشير بيانات الجدول السابق إلي وجود علاقة ارتباطية طردية بين التأثيرات الناتجة من الاعتماد على تقنية الكروس ميديا في عرض المحتوى الصحفي ومستوى الأداء المهني، ويمكن تفصيل ذلك علي النحو التالي:

- وجود علاقة ارتباطية طردية بين التأثيرات الناتجة من الاعتماد على تقنية الكروس ميديا في عرض المحتوى الصحفي بصفة عامة ومستوى الأداء المهني، حيث بلغت قيمة معامل ارتباط بيرسون = ٠,٥٩٩، وهي دالة عند

مستوى معنوية=0,001. أي أنه كلما زادت التأثيرات الناتجة بصفة عامة زاد مستوى الأداء المهني للصحفيين والعكس صحيح.

- وجود علاقة ارتباطية طردية بين التأثيرات المعرفية الناتجة ومستوى الأداء المهني، حيث بلغت قيمة معامل ارتباط بيرسون=0,379، وهي دالة عند مستوى معنوية=0,016. أي أنه كلما زادت التأثيرات المعرفية الناتجة زاد مستوى الأداء المهني للصحفيين والعكس صحيح.

- وجود علاقة ارتباطية طردية بين التأثيرات الوجدانية الناتجة ومستوى الأداء المهني، حيث بلغت قيمة معامل ارتباط بيرسون=0,470، وهي دالة عند مستوى معنوية=0,002. أي أنه كلما زادت التأثيرات الوجدانية الناتجة زاد مستوى الأداء المهني للصحفيين والعكس صحيح.

- وجود علاقة ارتباطية طردية بين التأثيرات السلوكية الناتجة ومستوى الأداء المهني، حيث بلغت قيمة معامل ارتباط بيرسون=0,596، وهي دالة عند مستوى معنوية=0,001. أي أنه كلما زادت التأثيرات السلوكية الناتجة زاد مستوى الأداء المهني للصحفيين والعكس صحيح.

وبذلك يثبت صحة الفرض القائل بوجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين التأثيرات الناتجة من الاعتماد على تقنية الكروس ميديا في عرض المحتوى الصحفي ومستوى الأداء المهني.

### النتائج العامة للدراسة:

- تصدر موقع مصراوي الترتيب الأول بين المواقع الصحفية بنسبة بلغت 37,5%، تلاه موقع الدستور في الترتيب الثاني بنسبة بلغت 27,5%، بينما جاء موقع الوطن في الترتيب الثالث بنسبة بلغت 17,5%.

- ارتفاع مستوى معرفة القائم بالاتصال بتقنية الكروس ميديا؛ إذ بلغت قيمة المتوسط الحسابي 2,50، وهي قيمة مرتفعة، ويتضح أن مستوى المعرفة

- انحصر في الفئتين المتوسطة والكبيرة بنسبة ٥٠% لكل منهما، بينما لم يسجل مستوى المعرفة الضعيف أي نسبة
- جاءت "الدورات التدريبية" من أكثر المصادر التي تعرف من خلالها المبحوثون على تقنية الكروس ميديا؛ إذ جاءت في المقدمة بنسبة ٤٧,٥%
- تصدر عبارة "تساعني على محاكاة الواقع بطرق حديثة" مقدمة أسباب اعتماد المبحوثين على تقنية الكروس ميديا في تقديم المحتوى الصحفي، وذلك بمتوسط حسابي (٢,٥٥٠)، يليه "توفر استخدام صور ورسوم وفيديوهات ثلاثية الأبعاد" في المرتبة الثانية بمتوسط حسابي (٢,٥٢٥).
- وفيما يتعلق بالعوامل المؤثرة في اعتماد القائم بالاتصال على تقنية الكروس ميديا في إنتاج المحتوى الصحفي، جاء "الشكل المميز في طريقة عرض المعلومات" في مقدمة هذه العوامل بمتوسط حسابي (٢,٨٥٠)، يليه "ثراء المعلومات المقدمة في المحتوى الصحفي" في المرتبة الثانية بمتوسط حسابي (٢,٧٠٠).
- حاجة القائمين بالكروس ميديا إلى أدوار مساندة حيث جاء في مقدمتها "مصمم جرافيك" بنسبة ٩٧,١%، يليه "مونتير" في المرتبة الثانية بنسبة ٧٤,٣%، ثم "مهندس صوت" في المرتبة الرابعة بنسبة ٤٠%.
- احتل المضمون "الإنساني" مقدمة المضامين التي تركز عليها الكروس ميديا لإنشاء محتواها وذلك بنسبة ٧٢,٥%، يليه "الاجتماعي" في المرتبة الثانية بنسبة ٦٧,٥%، ثم "الرياضي" في المرتبة الثالثة بنسبة ٥٥%.
- اعتبر القائم بالاتصال أن العمل الميداني من أكثر المصادر التي يعتمد عليها في الحصول على المعلومات لإنتاج محتوى باستخدام الكروس ميديا، حيث تصدر في المقدمة بنسبة ٦٥%، يليه "الإنترنت" في المرتبة الثانية بنسبة ٦٢,٥%.



- انخفاض اعتماد الصحيفة على صحفيين ومبرمجين من خارج المؤسسة لتحويل المضمون الصحفي إلى مضمون رقمي باستخدام الكروس ميديا؛ إذ بلغت قيمة المتوسط الحسابي (١,٤٠٠)، وهي قيمة منخفضة.
- أبرز أدوات تمثيل البيانات وتحليلها التي يعتمد عليها القائم بالاتصال لتطوير تقنية الكروس ميديا، وقد جاء في مقدمتها "Flourish" بنسبة ٥٧,٥%، يليها "Google Image" في المرتبة الثانية بنسبة ٥٢,٥%.
- جاءت عبارة "أساعد الزملاء على إنتاج إنفوجراف يخدم المحتوى الصحفي في مقدمة هذه التأثيرات الناتجة عن اعتماد القائم بالاتصال على تقنية الكروس ميديا بمتوسط حسابي (٢,٨٢٥)، يليها "أتعلم مزيداً من التقنيات التي تعتمد عليها هذه التقنية" في المرتبة الثانية بمتوسط حسابي (٢,٨٠٠).
- أثر استخدام تقنية الكروس ميديا في الأداء المهني للقائم بالاتصال من وجهة نظر المبحوثين، وقد جاء في مقدمتها "أتعلم مهارات جديدة لإنشاء محتوى متعدد الوسائط" بمتوسط حسابي (٢,٩٠٠)، يليها "تساعدني على استخدام مجموعة من الوسائط (النصوص - صور - فيديو - صوت)" في المرتبة الثانية بمتوسط حسابي (٢,٨٠٠).
- صحة الفرض القائل بوجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين درجة الاعتماد على تقنية الكروس ميديا في عرض المحتوى الصحفي ومستوى الأداء المهني.
- عدم صحة الفرض الرئيس القائل بوجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الخصائص الديموجرافية للمبحوثين ودوافع الاعتماد على تقنية الكروس ميديا في عرض المحتوى الصحفي.
- صحة الفرض القائل بوجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين دوافع الاعتماد على تقنية الكروس ميديا في عرض المحتوى الصحفي ومستوى الأداء المهني.

- ثبت جزئياً صحة الفرض الرئيس القائل بوجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الخصائص الديموجرافية للمبحوثين والاتجاه نحو استخدام تقنية الكروس ميديا في عرض المحتوى الصحفي.
- صحة الفرض القائل بوجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين التأثيرات الناتجة من الاعتماد على تقنية الكروس ميديا في عرض المحتوى الصحفي ومستوى الأداء المهني.

## خاتمة الدراسة

شهدت السنوات الأخيرة ظهور العديد من المفاهيم والتقنيات الحديثة في غرف الأخبار في المؤسسات الصحفية، حيث فرضت المواقع الإخبارية الإلكترونية أساليب رقمية حديثة في تقديم الأشكال الإخبارية بصفة عامة والقصة الإخبارية الرقمية بصفة خاصة والتي تختلف عن الأنماط التقليدية، حتى ظهر مؤخراً تقنية الكروس ميديا، والتي تعد طريقة مبتكرة لسرد القصص الرقمية والتي تعتمد على دمج الوسائط المتعددة (صوت - صورة - فيديو - انفوجراف - جرافيك - رسوم بيانية - إلخ....) في ملف صحفي واحد يشارك في إعداده فريق متعدد التخصصات يتعاون معاً في سبيل إنجاح الموضوع الصحفي، وذلك لجذب أكبر عدد من القراء لمتابعة الموضوعات الصحفية التي تنتجها هذه المواقع، وفي هذا السياق فرضت هذه التقنية الكثير من التحديات على الصحفيين وخاصة فيما يتعلق بالمهنية الصحفية، حيث استهدفت الدراسة الميدانية إلى التعرف على اعتماد القائم بالاتصال على تقنية الكروس ميديا في صناعة المحتوى الصحفي وانعكاسها على الأداء المهني لديه من خلال التعرف على معدل معرفة القائم بالاتصال بهذه التقنية، والوقوف على أفضل الأشكال التي يحرص على تقديمها بها، مع تحديد العوامل المؤثرة على اعتماده على تقنية الكروس ميديا في عرض المحتوى الصحفي ورصد التأثيرات الناتجة عن هذا الاعتماد، مع قياس أثر استخدام هذه التقنية على الأداء المهني لديه، وتنتمي الدراسة إلى الدراسات الوصفية، مستخدمة منهج المسح في ضوء نظريتي الاعتماد على وسائل الإعلام، وقبول التكنولوجيا، واعتمدت الدراسة على عينة عمدية من القائمين بالاتصال في المؤسسات الصحفية مستخدمين هذه التقنية والتي بلغ قوامها ٤٠ مفردة من خلال استمارة استقصاء، وقد تم تطبيقها في الفترة من

٢٠٢٤/٦/١ حتى ٢٠٢٤/٩/١، ومن أهم نتائج الدراسة: تصدر موقع مصراوي الترتيب الأول بين المواقع الصحفية بنسبة بلغت ٣٧,٥%، تلاه موقع الدستور في الترتيب الثاني بنسبة بلغت ٢٧,٥%، بينما جاء موقع الوطن في الترتيب الثالث بنسبة بلغت ١٧,٥%، وقد لاحظت الباحثة انفراد موقع مصراوي بوجود أيقونة خاصة بملفات الكروس ميديا على موقعها الرسمي، أما بالنسبة لموقعي الوطن والدستور لاحظت عدم وجود أيقونه خاصة بملفات الكروس ميديا وإنما يكون البحث عنها من خلال أيقونة البحث الموجودة أعلى يسار الموقع، وهذا يعكس اهتمام موقع مصراوي بتقنية الكروس ميديا عن غيره من المواقع الصحفية الأخرى وهذا ما أكدت عليه الدراسات السابقة في نتائجها، كما اقترحت الباحثة أثناء الدراسة الميدانية العديد من التعريفات التي توضح مفهوم تقنية الكروس ميديا، حيث أشار القائمين بالاتصال عينة الدراسة إلى أن أكثر تعريف يتناسب مع هذه التقنية هو أنها "تقنية بصرية تساعد على عرض المحتوى الصحفي بطريقة جذابة"، وقد أشارت النتائج إلى ارتفاع مستوى معرفة القائم بالاتصال بتقنية الكروس ميديا؛ إذ بلغت قيمة المتوسط الحسابي ٢,٥٠، وهي قيمة مرتفعة، حاجة القائمين بالكروس ميديا إلى أدوار مساندة حيث جاء في مقدمتها "مصمم جرافيك" بنسبة ٩٧,١%، صحة الفرض القائل بوجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين درجة الاعتماد على تقنية الكروس ميديا في عرض المحتوى الصحفي ومستوى الأداء المهني.

#### التوصيات:

- ١- ضرورة اهتمام المواقع الإخبارية بعمل دورات تدريبية متخصصة في مجال الكروس ميديا .

- ٢- الاهتمام بتأسيس وحدة متخصصة للكروس ميديا داخل المؤسسة الصحفية.
- ٣- تخصيص مواد بكليات الإعلام لدراسة أهم أدوات تقنية الكروس ميديا.
- ٥- الاستفادة من نتائج بحوث تحليل محتوى منصات الإعلام الرقمي وأهم نتائجها .
- ٦- وضع آليات وضوابط تحفظ الخصوصية وحقوق الملكية.

## المصادر والمراجع

### المصادر:

(١) محمد منير حجاب، المعجم الإعلامي، (القاهرة: مركز دراسات الوحدة العربية، ٢٠٠٤)، ص ٣٤ .

### المراجع العربية:

(١) أسماء حمدي عبد الحميد قنديل، المعايير الحاكمة للأداء المهني داخل غرف الأخبار بالصحف المصرية- دراسة حالة على عينة من الصحف المصرية، رسالة ماجستير، غير منشورة، قسم الصحافة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، ٢٠١٥، ص ٢٠١٥ .

(٢) أسماء حمدي قنديل: القيم المهنية والأخلاقية الحاكمة للعمل في صالات التحرير بالمؤسسات الصحفية، (القاهرة: المكتب العربي للمعارف، ط١، ٢٠١٦) ص ٩٨-٩٩ .

(٣) أسماء عبد العزيز مصطفى أحمد سالم، استراتيجية السرد القصصي في محتوى مقاطع الفيديو وعلاقتها من أنواع المحتوى المقدم على قنوات اليوتيوب المصرية - دراسة تحليلية، مجلة كلية الآداب جامعة سوهاج، ج ٦٨، يوليو ٢٠٢٣، ص ١-٢٥ .

(٤) أسماء محمد بهاء، الأساليب التحريرية للقصص الإخبارية بصحيفة الأهرام دراسة تحليلية لعينة من القصص الإخبارية في الفترة من ١ / ١ / ٢٠١٦م إلى ٣١ / ١٢ / ٢٠١٧م، المجلة العلمية لبحوث الإعلام وتكنولوجيا الاتصال، كلية الإعلام وتكنولوجيا الاتصال، جامعة جنوب الوادي، ع٢، ديسمبر ٢٠١٧، ص ٥٠-٦٧ .

(٥) أميرة سمير طه، اعتماد الشباب الجامعي على مواقع التواصل الاجتماعي وعلاقته بمشاركتهم في الانتخابات الرئاسية المصرية ٢٠١٢، المجلة

المصرية لبحوث الإعلام، العدد ٤٧، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، أبريل- يونيو ٢٠١٤، ص ٥١٣.

(٦) ابراهيم عبد الله المسلمي، **مناهج البحث في الدراسات الإعلامية**، (القاهرة: دار الفكر العربي، ٢٠٠٨)، ص ١٠٧.

(٧) إبراهيم عبد الله خلف عبد الله، "إستشراف مستقبل الأداء المهني للقائم بالاتصال في القنوات التلفزيونية المصرية المملوكة للدولة في إطار المستحدثات الرقمية المتسارعة"، **مجلة الآداب والعلوم الانسانية**، قسم الآداب، كلية الإعلام، جامعة المنيا، مج ٩٨، ع ١، يناير ٢٠٢٤، ص ٣٤٢.

(٨) إسرائ صابر عبد الرحمن، **توظيف تقنية الميتافيرس داخل غرف الأخبار بالمؤسسات الصحفية العربية- دراسة تطبيقية**، **المجلة المصرية لبحوث الرأي العام**، أعمال مؤتمر كلية الإعلام جامعة النهضة، مج ٢١، ع ٢، ج ٢، أبريل-يونيو ٢٠٢٢، ص ٤٥١.

(٩) إسلام محمد مطاوع مطاوع، "توظيف أسلوب الكروس ميديا في سرد القصة الإخبارية بالمواقع الإلكترونية الإخبارية"، **مجلة كلية الآداب، جامعة سوهاج**، العدد التاسع والستون، الجزء الأول، أكتوبر ٢٠٢٣، ص ٣٧٩-٤٠٨.

(١٠) حامد بن علي مبارك الشهراني، **العوامل المؤثرة على نية تبني طلبة المرحلة الثانوية لتقنية الأجهزة اللوحية (Ipad) في التعليم: دراسة في ضوء النظرية الموحدة لقبول التكنولوجيا**. **مجلة الجامعة الإسلامية للعلوم التربوية والاجتماعية**، الجامعة الإسلامية بالمدينة المنورة، ع ١٥، ج ٢، صفر ١٤٤٥هـ- سبتمبر ٢٠٢٣، ص ١٧٤-١٧٥.

(١١) حسين محمديبيع، **التوجهات الحديثة في تقديم المضمون الصحفي بالمواقع الالكترونية المصرية: دراسة حالة لاستخدام الوسائط المتعددة في انتاج**

القصص الصحفية المدعومة بالبيانات بمجموعة أونا للصحافة والإعلام،  
المؤتمر العلمي الدولي الرابع والعشرين (نحو تجسير الفجوة بين الإعلام  
والجمهور)، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، ٢٠١٨، ص ٦١٢ .

١٢) ديماء عبد الله زيتون، دور تكنولوجيا تطبيقات الاتصال الخدمية في  
المؤسسات المالية المصرية وأثرها في رضا المتعاملين معه، مجلة بحوث  
كلية الآداب، جامعة المنوفية، مج ٣٣، ج ٤، أكتوبر ٢٠٢٢، ص ٦٩ .

١٣) سلمى إبراهيم شاهين، دور الشبكات الاجتماعية في توعية المرأة بالقضايا  
الاجتماعية، "المجلة العلمية لبحوث الصحافة- كلية الإعلام- جامعة  
القاهرة- ع ٤ - أكتوبر/ ديسمبر، ٢٠١٥ م ص ٤ .

١٤) عبد الله بن صالح بن سعيد الغامدي، النظرية الموحدة لقبول واستخدام  
التكنولوجيا في مؤسسات التعليم قبل الجامعي في المملكة العربية السعودية،  
المجلة العربية للعلوم التربوية والنفسية، مج ٨، ع ٣٨، مايو ٢٠٢٤، ص  
٧٩٤-٧٩٥ .

١٥) عبير محمد حمدي، دور الإنترنت والراديو والتلفزيون في إمداد الجمهور  
المصري بالمعلومات، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة القاهرة، كلية  
الإعلام، ٢٠٠١، ص ٤٤ .

١٦) فاطمة الأحمدى إبراهيم محمد، اتجاهات القائم بالاتصال نحو تقنية الكروس  
ميديا في عرض التحقيقات الاستقصائية بالمواقع الإخبارية المصرية  
وانعكاساتها على جودة المحتوى الصحفي - دراسة تطبيقية، المجلة  
المصرية لبحوث الإعلام، ع ٨٥، ج ٢، أكتوبر - ديسمبر ٢٠٢٣، ص  
٢٧٧-٣٢٤ .

١٧) فاطمة الزهراء محمد الحفني مصطفى، عادة يحيى حلمي متولي، السرد  
القصصي البصري لليوميات عبر تطبيق تيك توك، المجلة العلمية  
لدراسات الإعلام الرقمي والرأي العام، يونيو ٢٠٢٤، ص ٤١٠-٤٦١ .



١٨) فاطمة شعبان أبو الحسن، اتجاهات دارسي وممارسي الإعلام إزاء توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في العمل الإعلامي في ضوء النظرية الموحدة لقبول التكنولوجيا، *المجلة العربية لبحوث الإعلام والاتصال*، كلية الإعلام، جامعة الأهرام الكندية، ع ٤٢، يوليو - سبتمبر ٢٠٢٣، ص ٥٣-٥٤.

١٩) فاطمة فايز عبده قطب، الاتجاهات الحديثة في سرد القصة الرقمية وعلاقتها بتفضيلات الجمهور المصري، *المجلة المصرية لبحوث الاتصال الجماهيري*، كلية الإعلام، جامعة بني سويف، مج ٤، ع ١، ٢٠٢٢، ص ٦٣-١٦٠.

٢٠) ماجدة عبد المرضي، اعتماد المرأة المصرية على وسائل الإعلام المختلفة خلال مرحلة التحول السياسي الراهنة وعلاقته بعملية الحشد والتعبئة للمشاركة في الاستفتاء على دستور مصر ٢٠١٤، *المجلة المصرية لبحوث الإعلام*، العدد ٤٧، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، أبريل يونيو ٢٠١٤، ص ٢٦٧.

٢١) محمد فؤاد الدهراوي، سميرة محمد موسى، صورة مرشحي انتخابات الرئاسة الأمريكية لدى الجمهور العربي وانعكاسها على الصورة الذهنية للولايات المتحدة الأمريكية انتخابات ٢٠٢٠ نموذجًا، *المجلة المصرية لبحوث الرأي العام*، مج ٢١، ع ٤، ج ٢، أكتوبر - ديسمبر ٢٠٢٢، ص ٦٩٩.

٢٢) محمد مصطفى رفعت محرم، اعتماد الشباب المصري على المواقع الإسلامية العربية دراسة مسحية، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، ٢٠١٣، ص ٥٥.

٢٣) محمد وليد، شريف درويش البان، وآخرون، الأدوار الوظيفية والأبعاد المهنية والأخلاقية للقائمين بالاتصال منتجي السرد القصصي الرقمي:

دراسة حالة موقع مصرأوي، مجلة البحوث والدراسات الإعلامية، المعهد الدولي العالي للإعلام بالشروق، ع ٢٨، مج ٢٨، ج ١، يونيو ٢٠٢٤، ص ٤٦٣-٥١٥.

(٢٤) محمود أحمد فريد، اعتماد المراهقين على القنوات الإخبارية في متابعة الأحداث والقضايا السياسية، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، العدد الثاني، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، يونيو - ديسمبر ٢٠٠٥، ص ١٧٢.

(٢٥) مدحت رشدي مسعد عبد الله، "تقييم الأداء المهني للقائم بالاتصال في مجال الإعلام الإقتصادي في إطار الأزمات الإقتصادية"، مجلة كلية الآداب، كلية الآداب، جامعة سوهاج، ع ٤٥، أكتوبر ٢٠١٧، ص، ص ٢٤٦.

(٢٦) مروة محمد فاضل، الاساليب الحديثة لعرض المحتوى الإخباري في المواقع الإلكترونية المصرية، مجلة بحوث كلية الآداب، قسم الإعلام، جامعة المنوفية، مج ٣٤، ع ٣، ج ٣، أكتوبر ٢٠٢٣، ص ٣٣-٥٠.

(٢٧) مها محمد كامل الطرابيشي، مدى اعتماد الجمهور على الصحف المصرية في معالجتها للأزمات الطارئة دراسة حالة عن حادث سقوط الطائرة المصرية، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، المجلد الثاني، العدد الثالث، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، يوليو - سبتمبر ٢٠٠١، ص ١٧٥.

(٢٨) مياسر وليد سمباوه، "تأثير تكنولوجيا الإعلام الرقمي على صناعة المحتوى الصحفي دراسة ميدانية على القائم بالاتصال"، مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، مجلة العلوم العربية ونشر الأبحاث، مج ٦، ع ٥٤، مايو ٢٠٢٢ م، ص ١١٩-١٥٥.

(٢٩) هبة عادل التوني، "تقييم فاعلية الأداء المهني للقائم بالاتصال في الصحافة المصرية الإلكترونية" دراسة ميدانية، المجلة المصرية لبحوث الاتصال

والإعلام الرقمي، قسم الإعلام، كلية الآداب، جامعة سوهاج، مج ١، ع ١،  
سبتمبر ٢٠٢٣، ص ٢٦٠-٢٦١.

٣٠) هيثم جودة مؤيد، تبني أخصائي الإعلام التربوي لتكنولوجيا النشر  
الالكتروني لإنتاج وتصميم المواد الإعلامية (UTAUT) المطبوعة: دراسة  
ميدانية في إطار النظرية الموحدة لقبول واستخدام التكنولوجيا، **المجلة  
العلمية لبحوث الصحافة**، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، ع ١١، يوليو-  
سبتمبر ٢٠١٧، ص ١٧٣-١٧٤.

٣١) وفاء السيد خضر، اعتماد المرأة على وسائل الإعلام للحصول على  
معلومات عن مجال جراحات التجميل وتأثير ذلك على قرارها" دراسة  
تطبيقية مقارنة بين المرأة في كل من مصر والكويت في ضوء مدخلي  
الاعتماد والتعلم الاجتماعي من وسائل الاعلام، " **المجلة المصرية لبحوث  
الإعلام**، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، ع ٦٤، مايو ٢٠١٨، ٤٣٩.

٣٢) وليد العبيدي: **مصادقية الأخبار في القنوات الفضائية العربية**، (القاهرة،  
مكتبة جزيرة الورد، ٢٠١٥)، ص ١٧٢.

#### المراجع الأجنبية:

- 1) Arther Asa Berger , **Media and Communication Research Methods:AnIntroduction to Quantitive Approach** , U.S.A: SAGE publications , 2002, p. 111.
- 2) Stanley J. Baran , **Introudction to mass communication ; Media Literacy and Culture** , 2nd Ed, U.S.A: Mc Graw Hill , 2002 , p.408.
- 3) Veglis, Andreas, "**Cross Media Communication In Newspaper Organizations**" (2009).MCIS 2009 Proceeding,p530-531  
<http://aisel.aisnet.org/mcis2009/37>

مراجع الانترنت:

- 1) <https://2cm.es/IMIP> -٤ تاريخ الدخول ٢٠٢٢-٤-٢٧ أسماء قنديل منشور بتاريخ ٢٠٢٤-٨-٢٠
- 2) <https://gijn.org/ar/%D9%82%D8%B5%D8%B5/tjrbt-msrawy-fy-antaj-alhqqat-walqss-alshfyt-btryqt-krws-myda/>
- 3) <https://www.journalistsupport.net/article.php?id=378347>
- 4) <https://www.masrawy.com/crossmedia/tent/#one> ، بتاريخ ٢٠٢٤-٧-٤ ، تاريخ الخول ٢٠٢٤-٨-٤
- 5) <https://2cm.es/IMMA> بتاريخ ٢٠٢٤-٤-٨ ، تاريخ الدخول ٢٠٢٤-٨-٤
- 6) <https://www.masrawy.com/crossmedia/search/> ، بتاريخ ٢٠٢٤-٣-٥ ، تاريخ الدخول ٢٠٢٤-٨-٤
- 7) <https://www.masrawy.com/crossmedia/family-gaza/one.html> بتاريخ ٢٠٢٤-١-١٥ ، تاريخ الدخول ٢٠٢٤-٨-٤ .
- 8) <https://2cm.es/KYvm> بتاريخ ٢٠٢٣-١٢-٣١ تاريخ الدخول ٢٠٢٤-٨-٤
- 9) <https://www.masrawy.com/crossmedia/tamweel/> ، بتاريخ ٢٠٢٣-٢١-٣١ ، تاريخ الدخول ٢٠٢٤-٨-١٠
- 10) <https://linksshortcut.com/JCOsc> -٨-٢٥ ، تاريخ الدخول ٢٠٢٣-٩-٢٥ ، بتاريخ ٢٠٢٤
- 11) <https://linksshortcut.com/HAXpI> -٢٥ ، تاريخ الدخول ٢٠٢٤-٨-١٨ ، بتاريخ ٢٠٢٤-٨
- 12) <https://linksshortcut.com/BOrYe> -٢٣ ، تاريخ الدخول ٢٠٢٤-٩-٢٣ ، بتاريخ ٢٠٢٤-٩
- 13) [https://www.elwatannews.com/data/crossmedia/Terrorism/index.html?fbclid=IwAR366Q-KmISGN\\_MgeousxrEK9bm0AkTabPod-arjHOWmHeIz9TbxMJ7Unvo](https://www.elwatannews.com/data/crossmedia/Terrorism/index.html?fbclid=IwAR366Q-KmISGN_MgeousxrEK9bm0AkTabPod-arjHOWmHeIz9TbxMJ7Unvo) -٨-٤ ، تاريخ الدخول ٢٠٢٠-٩-٢٢ ، بتاريخ ٢٠٢٤ .

- 14) <https://mbetanews.elwatannews.com/news/details/4179366> بتاريخ ٢٨-١٠-٢٠٢٤، تاريخ الدخول ٢٠١٩-٥-١٠-٨-٢٠٢٤
- 15) <https://mbetanews.elwatannews.com/news/details/4058717> بتاريخ ١٢-٣-٢٠١٩، تاريخ الدخول ٢٠٢٤-٨-١٠-٢٠٢٤
- 16) <https://mbetanews.elwatannews.com/news/details/4033631> بتاريخ ٢-٣-٢٠١٩، تاريخ الدخول ٢٠٢٤-٨-٥-٢٠٢٤
- 17) <https://www.dostor.org/2396460> بتاريخ ١٥-١١-٢٠١٨، تاريخ الدخول ٨-٥-٢٠٢٤
- 18) <https://www.dostor.org/2231492> بتاريخ ١-٧-٢٠١٨، تاريخ الدخول ٨-٥-٢٠٢٤
- 19) <https://www.dostor.org/2170865> بتاريخ ١٥-٤-٢٠١٨، تاريخ الدخول ٨-٥-٢٠٢٤
- 20) <https://www.dostor.org/2153647> بتاريخ ٢-٥-٢٠١٨، تاريخ الدخول ٨-١١-٢٠٢٤

## References

- 1) Mohamed Mounir Hijab, *Al-Moagam Al-Ialamy*, (Cairo: Center for Arab Unity Studies, 2004), p. 34.
- 2) Asmaa Hamdi Abdel Hamid Kandil, *Al-Maaiyr Al-Hakima Ll Adaa Al-Mihani Dakhl Goraf Al-Akhbar bi As-Sohof Al-Masria - Dirasit Halah ala Aina min As-Sohof Al-Masria*, Master Thesis, Unpublished, Department of Journalism, Faculty of Media, Cairo University, 2015, p. 2015.
- 3) Asmaa Hamdi Qandil: *Al-Qieam Al-Mihania wa Al-Akhlaqia Al-Hakima Ll Amal fi Salat At-Tahrir Bi Al-Moasasat As-Sahafia*, Cairo: Arab Bureau of Knowledge, 1st Edition, 2016 pp. 98-99.
- 4) Asmaa Abdel Aziz Mustafa Ahmed Salem, *Istratigiati As-Sard Al-Qasasy fi Mohtawa Maqatia Al-Vidio wa Alaqatiha min Nowa Al-Mohtawa Al-Mokadam ala Qanawat Al- You Tube - Dirasa Tahlilia*, Journal of the Faculty of Arts, Sohag University, Issue 68, July 2023 pp. 1-25.
- 5) Asmaa Mohammed Bahaa, *Al-Asalib At-Tahriria Ll Qasas Al-Ikhbaria bi Sahifat Al-Ahram Dirasa Li Aiana min Al-Qasas Al-Ikhbaria fi Al Fatrah min 1/1/2016 to 31/12/2017*, *Al-Magalah Al-Ilmiaa Li Bohoth Al-Ialam wa Tiknologia Al-Itisal*, Faculty of Media and Communication Technology, South Valley University, p 2, December 2017, pp. 50-67.
- 6) Amira Samir Taha, *Iatimad Ash-Shabab Al-Gamiai ala Mawaqia At-Tawasol Al-Igtimaai wa Ailaqatih Bi Mosharakatihm fi Al-Intikhabat Ar-Riasiah Al-Masria 2012*, *Al-Magalah Al-Ilmiaa Li Bohoth Al-Ialam Al-Masriah*, Issue 47, Cairo University, Faculty of Media, April-June 2014, p. 513.
- 7) Ibrahim Abdullah Al-Muslimi, *Manahig Al-Bahth fi Ad-Dirasat Al-Ialamia*, Cairo: Dar Al-Fikr Al-Arabi, 2008, p. 107 .
- 8) Ibrahim Abdullah Khalaf Abdullah , " *Istishraf Mostaqbal Al-Adaa Al-Mihani Ll Qaam Bi Al-Istisal fi Al-Qanawat At-Tlifizwonia Al-Masria Al-Mamloka Ll Dawla fi Itar Al-Mostahdathat Ar-Raqamia Al-Motasariah*," *Magalat Al-Adab wa Al-Ulom Al-Insania*,

Department of Arts, Faculty of Media, Minya University, Issue 98, p 1, January 2024, p. 342.

- 9) Israa Saber Abdel Rahman, *Tawthif Taqniat Al-Metaverse Dakhil Goraf Al-Akhbar Bi Al-Moasasat As-Sahafia Al-Arabia - Dirasa Tatbiqia, Al-Magalah Al-Masria Li Bohoth Ar-Rai Al-Aam*, Proceedings of the Conference of the Faculty of Media, Al-Nahda University, Volume 21, Volume 2, April-June 2022, p. 451.
- 10) Islam Muhammad Mutawa Mutawa , “*Tawzif Uslob Cross Media fi Sard Al-Qasa Al-Ikhbaria Bi Al-Mawaqia Al-Ilكتورinia Al-Ikhbaria,*” *Magalat Koliat Al-Adab*, Sohag University, Sixty-ninth Issue, Part One, October 2023, pp. 379-408

**فهرس الموضوعات**

م	الموضوعات
١	ملخص
٢	مقدمة
٣	الدراسات السابقة
٤	التعليق على دراسات سابقة
٥	أهمية الدراسة
٦	أهداف الدراسة
٧	تساؤلات الدراسة
٨	الإطار النظري للدراسة
٩	فروض الدراسة
١٠	نوع الدراسة
١١	مناهج الدراسة
١٢	مقاييس الدراسة
١٣	نتائج الدراسة الميدانية
١٤	نتائج اختبار فروض الدراسة
١٦	النتائج العامة للدراسة
١٧	خاتمة الدراسة
١٨	التوصيات
١٩	المصادر والمراجع
٢٠	فهرس الموضوعات