الأطر الإخبارية المصورة في تناول صحافة الفيديو للأحداث الإرهابية في مصر
(دراسة مقارنة بين عينة من مواقع الصحف المصرية)

إعداد: أحمد إبراهيم محمد عطية*

إشراف : أ . د . شريف درويش اللبان*

مقدمة:

بات الإرهاب بمختلف صوره وأشكاله على رأس قائمة اهتمامات صناع القرار على المستويات الوطنية والإقليمية والدولية، لكونه المعضلة الدائمة التي تهدد أمن وطمأنينة كافة المجتمعات، وتعيق ازدهارها ونمو اقتصادها، وباتت الجريمة الإرهابية تمثل تحديًا كبيرًا يواجه المجتمع الدولي عمومًا والأجهزة الوطنية خاصة، كونها تسجل كل يوم تطورًا جديدًا في أنماطها واستحداثًا في أساليبها ومضاعفات في الخسائر الناجمة عنها. ومما لا شك فيه أن الإرهاب يستهدف بالدرجة الأولى إحداث هزة أمنية مروعة في المجتمعات، وتقويض عناصر الاستقرار الحياتى في أنحائها؛ فالعمل الإرهابي ليس وليد اليوم، بل هو متطور وله جذوره العميقة الممتدة عبر التاريخ، وواكب تطوره هذا تطور مماثل ومعاصر في المواثيق الدولية والإقليمية.

وشهدت الآونة الأخيرة تحولًا للإرهاب والإعلام على حدٍ سواء من خلال سلسلة من حوادث الاغتيال انتقل على أثرها الإعلام الحكومي والحزبي والخاص إلى التعامل مع قضية الإرهاب كظاهرة تحتاج إلى نسق متكامل من المواجهة الفكرية والإعلامية علاوة على المواجهة الأمنية، كما فرض الإنترنت نفسه إعلاميًا فإلى جانب كونه شبكة الشبكات، فهو بالقدر ذاته وسيط الوسائط الاتصالية بلا منازع، وتتجلى فعالية الوسيط الإلكترونى في قدرته على احتواء الوسائط الأخرى كمصادر للمحتوى بالنسبة له.

وتضفي صحافة الفيديو التي انتشرت مؤخرًا عبر مواقع إلكترونية ميزة جديدة إلى عالم الصحافة والإعلام وهي مواكبة الحدث لحظة وقوعه في تطور باتت مواقع إلكترونية ومؤسسات إعلامية محلية تسير في اتجاهه وترى فيه إعلام المستقبل، حيث يعد أحد المكونات الأساسية للعديد من المؤسسات الصحفية ومواقع الوسائط المتعددة، ولم يكن مألوفًا إلى حد ما من قبل الكتابة النصية للفيديو، وانصب الاهتمام على الصور الثابتة؛ فحتى وقت قريب كان يتم عرض الفيديو تليفزيونيًا ، ومع مرور الوقت أصبح هناك منافسة بين المؤسسات الصحفية والمؤسسات الإخبارية التليفزيونية أدت إلى استجابة الصحافة المطبوعة والإلكترونية لتحديات الفيديو.

ولما كان هذا الموضوع على قدر كبير من الأهمية، كان لزامًا علينا دراسة كيفية استخدام مواقع الصحف الإلكترونية المصرية لتقنية صحافة الفيديو في تغطية الأحداث

* مدرس مساعد بقسم الصحافة بكلية الإعلام جامعة بني سويف.
* أستاذ بقسم الصحافة بكلية الإعلام جامعة القاهرة

الإرهابية التي حدثت في مصر خلال السنوات القليلة الماضية، ومعرفة هل كان لهذه المواقع دورًا في عملية مكافحة الإرهاب أم لا؟ وهل كان لهذا التناول دلالات معينة أم أنه كان مجرد تصوير ونقل لأحداث جديدة؟.

مشكلة الدراسة:

تتمثل مشكلة هذه الدراسة في دراسة وتحليل وتفسير تغطية صحافة الفيديو في المواقع الإلكترونية المصرية للأحداث الإرهابية، في إطار دراسة تحليلية تستهدف الوصول إلى الأطر الإخبارية التي تتضمنها ملفات الفيديو؛ وذلك من خلال دراسة عدة متغيرات تشمل الموضوعات الأكثر بروزًا، واستراتيجيات الأطر المصورة، واتجاه وطبيعة التغطية المصورة، والقوى الفاعلة وسماتها، وأساليب الإقناع، والمصادر التي اعتمدت عليها مواقع الدراسة للوصول إلى ملفات الفيديو، وزوايا التصوير ودلالاتها، إضافة إلى تحليل الملامح الإخراجية لمقاطع الفيديو.

أهمية الدراسة :

تكمن أهمية الدراسة في الجوانب الآتية:

1. تتناول الدراسة مجالًا بحثيًا جديدًا نسبيًا حيث لم يتناول عددٌ كافٍ من الأبحاث والدراسات السابقة صحافة الفيديو بمفهومها الصريح بوصفها أحد التقنيات الجديدة في مجال الصحافة والإعلام، ومن ثم ستمثل هذه الدراسة إضافة جديدة في مجال البحث العلمي.
2. تعد صحافة الفيديو من أكثر مزايا الإنترنت استخدامًا، لكنها أيضًا تفرض على الواقع الصحفي ضرورة التجديد وتوفير كافة الإمكانات اللازمة؛ لذا كان لابد من دراسة مدى استطاعة المواقع الصحفية المصرية الاستفادة من هذه الميزة من عدمه.
3. تناقش الدراسة مشكلة كبيرة أصبحت واقعًا مفروضًا على مختلف الدول؛ فالإرهاب ليس موجودًا بمصر فقط بل تقع الأحداث الإرهابية بمختلف دول العالم مما يجعلها أزمة دولية تستدعي التكاتف من أجل الوصول لحلول جذرية لخطرالإرهاب.
4. تصاعد العمليات الإرهابية خلال السنوات الأخيرة مما أدى إلى تنوع الأساليب التي اعتمدتها مصر في مواجهة الإرهاب مابين العمليات العسكرية وإعلان حالة الطوارئ إضافة إلى مقاطعة الدول الداعمة للإرهاب والممولة له.

أهداف الدراسة :

1. التعرف على مدى اعتماد مواقع الدراسة على صحافة الفيديو في تغطيتها للأحداث الإرهابية.
2. التعرف على الأفكار الرئيسة التي دارت حولها تغطية صحافة الفيديو للأحداث الإرهابية.
3. رصد وتحليل الأطر المصورة التي وظفتها مواقع الصحف المصرية في تغطيتها المصورة للأحداث الإرهابية.

4. رصد اتجاهات مواقع الصحف الإلكترونية المصرية نحو الأحداث الإرهابية وكيفية معالجتها.
5. إبراز ملامح توظيف المعالجات الإخراجية لملفات الفيديو في مواقع الدراسة عند تغطيتها للأحداث الإرهابية.
6. تحديد القوالب الصحفية التي استخدمتها مواقع الصحف في تغطيتها المصورة للأحداث الإرهابية.
7. رصد القوى الفاعلة وأساليب الإقناع التي اعتمدت عليها صحافة الفيديو في مواقع الدراسة في تناولها للأحداث الإرهابية.
8. رصد السمات البارزة للقوى والأطراف الفاعلة الواردة في التغطية المصورة لمواقع الصحف المصرة للأحداث الإرهابية.

تساؤلات الدراسة :

1. كيف اعتمدت مواقع الدراسة على صحافة الفيديو في تغطيتها للأحداث الإرهابية؟
2. ما الأفكار الرئيسية التي دارت حولها تغطية صحافة الفيديو للأحداث الإرهابية؟
3. ما الأطر المصورة التي وظفتها مواقع الصحف المصرية في تغطيتها المصورة للأحداث الإرهابية؟
4. ما ملامح توظيف المعالجات الإخراجية لملفات الفيديو في مواقع الدراسة عند تغطيتها للأحداث الإرهابية؟
5. ما المصادر التي اعتمدت عليها مواقع الصحف المصرية في تغطيتها المصورة للأحداث الإرهابية؟
6. ما مدى التناغم بين التغطية المصورة للأحداث الإرهابية والتغطية النصية المصاحبة لها؟
7. ما القوى الفاعلة وأساليب الإقناع التي اعتمدت عليها صحافة الفيديو في مواقع الدراسة في تناولها للأحداث الإرهابية؟ وما السمات البارزة لها؟
8. لماذا اختلفت المواقع الإلكترونية المصرية في تناولها للأحداث الإرهابية؟

الدراسات السابقة:

1- دراسة Erin M. Kearns، لماذا تحصل بعض الهجمات الإرهابية على اهتمام إعلامي أكبر من غيرها؟، 2019[1]:

استهدفت الدراسة رصد وتحليل التغطية الإخبارية من LexisNexis Academic وCNN.com لجميع الهجمات الإرهابية في الولايات المتحدة بين عامي 2006 و2015 بواقع 136 حدثًا إرهابيًا، حيث تهيمن الهجمات الإرهابية غالبًا على التغطية الإخبارية ويسعى الصحفيون إلى تزويد الجمهور بالمعلومات. ومع ذلك، لا تحظى جميع الحوادث باهتمام متساوٍ، فلماذا تتلقى بعض الهجمات الإرهابية تغطية إعلامية أكثر من غيرها؟. يمكن القولُ أن دين مرتكب الجريمة هو أكبر تنبؤ للتغطية الإخبارية، في حين أن نوع الهدف والاعتقال والوفيات يؤثر أيضًا على التغطية.

توصلت هذه الدراسة إلى أن خصائص الهجوم الإرهابي وتأثير مرتكبيه يحدد مقدار التغطية التي تتلقاها من وسائل الإعلام. فعندما يتم تغطية شيء أكثر شمولًا، فإنه يتحكم في اتجاهات الجمهور في كثير من الأحيان. وهذا يدل على أهمية التغطية التي يمكن أن تشوه التصورات العامة. وبغض النظر عن النوع المستهدف، الوفيات، والاعتقال، تلقت الهجمات التي ارتكبها الجناة المسلمون، في المتوسط، 357٪ أكثر تغطية من الهجمات الأخرى. وقد يفسر التباين في التغطية الإخبارية للهجمات القائمة على دين الجاني سبب خوف أفراد الجمهور من "الإرهابي المسلم" مع تجاهل التهديدات الأخرى.

2- دراسة Monika Djerf-Pierre, et al ، دور الصحافة على موقع يوتيوب: مشاركة الجمهور في إعداد التقارير، 2019[2]:

استهدفت الدراسة رصد مكان صحافة الفيديو في بيئة الإعلام، حيث تستخدم أسلوبًا مختلطًا لدراسة أشكال مشاركة الجمهور لمقاطع فيديو YouTube حول مقاومة مضادات الميكروبات (AMR)، الناجم عن الاستخدام المفرط وإساءة استخدام المضادات الحيوية. ويركز التحليل على مقاطع فيديو YouTube الأكثر مشاهدة حول AMR بين عامي 2016 و2018، ويقارن سمات المشاركة المعبّر عنها في التعليقات بمقاطع الفيديو الصحفية مع مقاطع الفيديو العلمية الشائعة.

وتوصلت الدراسة إلى أن مقاطع الفيديو الأكثر مشاهدة حول AMR على YouTube هي مقاطع فيديو علمية تعليمية متخصصة يتم إنتاجها بشكل احترافي. وحدد التحليل النوعي لـ 3049 تعليقًا سبعة أشكال رئيسة من المشاركة رفيعة المستوى، بما في ذلك التعبير عن المشاعر واللوم والدعوات إلى العمل. وتوضح هذه الدراسة أن الصحافة تلعب دورًا مهمًا على YouTube من خلال توليد مناقشات الجمهور حول المساءلة الاجتماعية والسياسية. كما توضح النتائج أن مقاطع الفيديو الصحفية ارتبطت بمقترحات لإجراءات سياسية واقتصادية واجتماعية ونمط الحياة، في حين ارتبطت مقاطع الفيديو العلمية الشائعة بالأدوية والتغيرات العلمية والتغييرات الطبية.

3- دراسة Shahira Fahmy، عصر الإعلام الإرهابي: الروايات المرئية لمجلة دابق التابعة لتنظيم الدولة الإسلامية، 2019[3]:

استهدفت الدراسة توضيح الدور الحاسم الذي تلعبه الصورة في صياغة الروايات المرئية للجماعة وكيف تحولت هذه الروايات مع مرور الوقت. ويناقش هذا العمل الاتجاهات الجديدة في وسائط الإرهاب، ويشتمل على طرق جديدة لتفعيل وقياس الإطارات في سياق الاتصال المرئي والإرهاب العالمي. وكذلك مناقشة الآثار العالمية للنتائج والإشارة إلى القيود والاقتراحات للبحث في المستقبل.

وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج أهمها أن حوالي 90٪ من إنتاج الجماعة الإعلامي كان مصورًا، ذلك أن القصص المرئية للمنظمة المقدمة هنا يجب أن تؤخذ على محمل الجد. كما تؤكد النتائج استنتاج الأدبيات الحالية التي تُنشدها دابق لقرائها من خلال "نظام معانٍ قوي" مصمم لتشكيل تصورهم للعالم واستقطاب دعمهم. وتتبع الصور التي أنتجتها مجموعة IS سردًا مركزيًا

للاتصالات الاستراتيجية للمنظمة كونها "الخلافة المثالية". فعلى سبيل المثال، غالبًا ما تنشر دابق صورًا للطبيعة داخل إقليمها لإظهار "الخلافة" البدائية والجذابة. علاوة على ذلك، فإن الصورة تشير إلى الإحساس بالانتماء والرضا اللذين يجلبهما العيش في "الخلافة".

4- دراسة إيمان محمد الغريب، محددات وسياسات نشر مقاطع الفيديو على بوابات الصحف الإلكترونية وصفحاتها على مواقع التواصل الاجتماعي، 2018[4].

استهدفت الدراسة رصد سياسات ومحددات وأخلاقيات نشر مقاطع الفيديو على بوابات الصحف الإلكترونية، ورصد سمات تعليقات الجمهور المصاحبة لهذه المقاطع، اعتمدت الدراسة على منهج المسح الإعلامي وأداة تحليل المضمون لتحليل محتوى مقاطع الفيديو والتعليقات المصاحبة لها لموقعي اليوم السابع وفيتو في الفترة من 1 فبراير 2017 إلى منتصف مارس من العام نفسه.

وأوضحت النتائج تصدر المضامين الاجتماعية في مقاطع فيديو الدراسة، وجاءت الأخبار والتقارير كأكثر الفنون الصحفية توظيفا بنسبة 65%، و تم توظيف مقاطع الفيديو في عرض أحداث جارية بنسبة 56.4% مقابل 43.6% لأحداث غير جارية. وعكست نتائج الدراسة وضوح المسؤولية الأخلاقية لمقاطع الفيديو، وظهر ذلك في احترام حقوق الفرد واحترام الكرامة الإنسانية والارتقاء بالذوق العام والدفاع عن المصالح العامة للمجتمع، وتمثل انتهاك أخلاقيات النشر في اختراق الحق في الخصوصية بنسبة 3.3%، ونشر مشاهد تحمل نماذج للعنف والإزدراء بنسبة 3%، والخروج عن الآداب العامة بنسبة 2.5%، ونشر تجاوزات أخبار الجرائم بنسبة 1.7%.

كما بلغ إجمالي مقاطع الفيديو التي تم التعليق عليها 93.9%، وتبنت تعليقات الجمهور نماذج إيجابية ببث الشعور بالمسؤولية بنسبة 33.8 %، وإبراز نماذج إيجابية بنسبة18.4%، والدفاع عن المصالح العامة للمجتمع بنسبة 11.2%، في حين قامت بإبراز نماذج سلبية بنسبة 26% واستعانت بألفاظ غير لائقة بنسبة 17.1 %.

5- دراسة أحمد إبراهيم، أولويات القضايا المقدمة في صحافة الفيديو وعلاقتها بترتيب أولويات الجمهور، 2017[5]:

استهدفت الدراسة رصد وتحليل استخدام مواقع الصحف الإلكترونية لصحافة الفيديو، لمعرفة مواطن القوة والضعف به، إضافة إلى معرفة مدى تأثيرها على جمهورها، ومن ثم فإن مشكلة الدراسة تتمثل في دراسة واقع استخدام المواقع الصحفية الإلكترونية لصحافة الفيديو للكشف عن أولويات القضايا المقدمة من خلالها ومدى استخدامها للعناصر التصميمية التفاعلية التي تتيحها شبكة الانترنت، ودراسة مدى تعرض الجمهور لصحافة الفيديو ومدى تأثره بها وبمضامينها واستخدامه لأدوات التفاعلية التي تتيحها، ومدى تأثيرها على أولويات القضايا لديه.

توصلت الدراسة إلى عدة نتائج أهمها: جاءت القضايا السياسية في المرتبة الأولى، وجاءت القضايا الاجتماعية في المرتبة الثانية، وجاءت القضايا الرياضية في المركز الثالث ، بينما جاءت القضايا الفنية في المرتبة الرابعة فيما يخص أولويات القضايا بالمواقع. بينما

جاءت القضايا السياسية في مقدمة ترتيب أولويات الجمهور للقضايا التي يتعرض لها عبر صحافة الفيديو، واحتلت القضايا الاجتماعية المرتبة الثانية ، وقد حلت القضايا الدينية في المرتبة الثالثة، ثم حلت القضايا العلمية في المرتبة الرابعة.

وقد أثبتت الدراسة وجود علاقة بين كثافة التعرض لصحافة الفيديو على شبكة الإنترنت وبين الآثار المعرفية والوجدانية والسلوكية المترتبة على هذا التعرض، وبين كثافة التعرض لصحافة الفيديو على شبكة الإنترنت وترتيب أولويات القضايا محل الاهتمام لدي الجمهور، وبين أولويات القضايا المقدمة قى صحافة الفيديو وأولويات القضايا لدى الجمهور المتابع لها.

6- دراسة أيمن محمد بريك، وإيمان محمود أحمد، الحرب على الإرهاب كما تعكسها صحافة الفيديو في المواقع الإلكترونية المصرية والأمريكية الموجهة بالعربية،2017 [6]:

استهدفت الدراسة رصد وتحليل وتفسير تغطية صحافة الفيديو في المواقع الإلكترونية المصرية والأمريكية الموجهة بالعربية للحرب على الإرهاب في إطار دراسة تحليلية سميولوجية تستهدف الوصول إلى المعنى التضميني الذي تتضمنه ملفات الفيديو المنشورة، وذلك من خلال دراسة وتحليل عدة متغيرات تشمل الموضوعات الأكثر بروزًا، واستراتيجيات الأطر المصورة، واتجاه وطبيعة التغطية المصورة، والقوى الفاعلة وسماتها، وأساليب الإقناع، والمصادر التي اعتمدت عليها مواقع الدراسة في الوصول إلى ملفات الفيديو المختلفة التي نشرتها حول الحرب على الإرهاب، وزوايا التصوير ودلالاتها، إضافة إلى تحليل الملامح الإخراجية لمقاطع الفيديو.

توصلت الدراسة إلى عدة نتائج أهمها: جاءت ملاحقة المتورطين في أعمال عنف على رأس الموضوعات التي تناولتها ملفات الفيديو في مواقع الدراسة في تغطيتها للحرب على الإرهاب وذلك بنسبة17.1%، تليها إعلان حالة الطوارىء، الضربات الاستباقية بنسبة 16.5% لكل منهما، ثم مقاطعة الدول الداعمة للإرهاب بنسبة 14.7%، فمحاكمة المتهمين في أحداث عنف بنسبة 12.4%، تليها الدعوة إلى تجديد الخطاب الديني بنسبة 11.1%، ثم جهود المؤسسات الدينية في مواجهة الإرهاب بنسبة 5.5%، ثم فئة أكثر من موضوع بنسبة 3.1%، و فئة أخرى بنسبة 3.1%، والتي تضمنت موضوعات حظر التجوال في سيناء، وعروض للجيش والأسلحة. وقد جاء إطار الصراع في مقدمة استراتيجيات الأطر المصورة لقضايا الحرب على الإرهاب لملفات الفيديو بمواقع الدراسة في تغطيتها للحرب على الإرهاب وذلك بنسبة 26.9%، حيث جاءت المواقع المصرية أكثر اعتمادًا على إطار الصراع من حيث استراتيجيات الأطر المصورة لقضايا الحرب على الإرهاب وذلك بنسبة 32.8%، في حين اعتمدت المواقع الأمريكية الموجهة عينة الدراسة على إطار الخوف من حيث استراتيجيات الأطر المصورة للحرب على الإرهاب وذلك بنسبة 30.2%. كما جاءت فنة متحيزة على رأس طبيعة التغطية المصورة في ملفات الفيديو المتعلقة بالحرب على الإرهاب وذلك بنسبة 51.5%، يليها متوازنة بنسبة 33.8%، ثم غير واضحة بنسبة14.7%.

7- دراسة مفتاح محمد أجعية، التأطير الإعلامي لقضايا الإرهاب في الصحف الإلكترونية الليبية، 2017[7]:

استهدفت الدراسة رصد الكيفية التي عالجت بها عينة من الصحف الإلكترونية الليبية إحدى القضايا المهمة التي تشغل الرأي العام الليبي ألا وهي قضية الإرهاب، حيث استهدفت الكشف عن أبعاد المعالجة الإعلامية لظاهرة الإرهاب في الصحف الإلكترونية الليبية، وتحديد الأطر التي استخدمتها تلك الصحف أثناء معالجتها لهذه القضايا، وذلك خلال فترة الدراسة التي حُددت من 1 يوليو حتى 31 ديسمبر 2016، وهي فترة شهدت أكثر مراحل الصراع حدة ضد ما عرف بالإرهاب. وذلك بهدف رصد وتحليل الأطر التي وظفتها الصحف الإلكترونية الليبية في معالجتها لقضايا الإرهاب والآليات والاستمالات الموظفة لذلك، وتم استخدام المنهج الوصفي في هذا البحث حيث اعتمد على استمارة تحليل المضمون كأداة لجمع البيانات من عينة عشوائية منتظمة من صحيفتي ليبيا المستقبل وبوابة الوسط.

توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها: أن الصحف الإلكترونية الليبية اهتمت بالشأن الليبي أكثر من اهتمامها بالشأن العربي والدولي، وقدمت أوصافًا للقوات والتشكيلات المسلحة المتصارعة ونعتت الكثير منها بالإرهاب، إلا أنها ركزت بشكل أكثر على ما عرف بتنظيم الدولة الإسلامية (داعش)، كما أشارت النتائج إلى أن الصحيفتين لم توظفا العناصر الجرافيكية والوسائط المتعددة في تعزيز خطابهما وعرضتا قضايا الإرهاب بعديد من الأطر الإعلامية مثل إطار الصراع وإطار الاهتمامات الإنسانية، وأهملتا الإطار الاقتصادي رغم أهميته، وعززت الصحيفتان خطابهما باستخدام وتوظيف الاستمالات العقلية أكثر من العاطفية كمؤشر على المعالجة المنطقية لقضايا الإرهاب.

8- دراسة علي حمودة جمعة، دور صحافة الفيديو في تشكيل اتجاهات الجاليات الأجنبية نحو الإسلاموفوبيا، 2016[8]:

استهدفت الدراسة رصد وتحليل آراء واتجاهات الجاليات الأجنبية نحو الإسلاموفوبيا في صحافة الفيديو من خلال معرفة اتجاهات الجاليات الناطقة وغير الناطقة بالعربية، وقياس التأثيرات التي يحدثها اعتماد الجاليات الأجنبية على صحافة الفيديو الإلكترونية في تشكيل اتجاهاتهم نحو هذه الظاهرة.

توصلت الدراسة إلى عدة نتائج أهمها: أن الاتجاه بعد التعرض لصحافة الفيديو فيما يخص موضوعات هذه الظاهرة احتل الترتيب الأول "أكثر واقعية في تناولها للموضوعات"، من خلال عرضها تفاصيل الحدث بكل محتوياته من شخصيات مختلفة، وذلك بالتركيز على كافة التفاصيل دون ترك بعضها، وكان الرأي المؤيد أكثر من المعارض ثم احتل الترتيب الثاني "لا تتخللها الرقابة من جهات أخري"، حيث تكون الرقابة عليها محدودة وبخاصة مواقع التواصل وكان الرأي المؤيد أكثر من المعارض. واحتلت "تفجيرات داعش" بالنسبة لدرجة الاعتماد على صحافة الفيديو الترتيب الأول، ثم جاءت "أحداث 11 سبتمبر" بالترتيب الثاني، وجاء بالترتيب الثالث" صراع الشيعة والسنة"، وكانت درجة الاعتماد على صحافة الفيديو بالدرجة القوية أكثر من الضعيفة بالنسبة للعرب والأجانب.

وبالنسبة لنتائج التعرض لصحافة الفيديو فيما يخص الإسلاموفوبيا، احتلت "كراهية الإسلام والمسلمين" الترتيب الأول، ثم جاء بالترتيب الثاني "ازدراء العرب والمسلمين".

9- دراسة غادة عبدالتواب اليماني، التأثيرات المعرفية والتذكيرية للفيديوهات الصحفية المصاحبة للأحداث الإرهابية، 2015[9]:

استهدفت الدراسة اختبار مسار ذاكرة المعلومات الخاصة بالأحداث الإرهابية وأثر الفيديوهات الصحفية في إدراك المعلومات وتذكرها لدى طلاب أقسام الصحافة، واستخدمت الدراسة المنهج التجريبي لعينة من طلاب الصحافة بالفرقتين الثالثة والرابعة بكليتي الآداب قسم الإعلام جامعة طنطا والتربية النوعية قسم الإعلام التربوي جامعة كفر الشيخ.

توصلت الدراسة إلى عدة نتائج أهمها: تصدر موقع اليوم السابع رأس قائمة المواقع الإخبارية المفضلة لدى أفراد عينة المجموعة التجريبية في استيفائهم للمعلومات الخاصة بالأحداث الإرهابية، وجاء في المرتبة الثانية موقع بوابة الأهرام، في حين جاء موقع المصري اليوم في المركز الثالث، ثم موقع الوفد نيوز في الترتيب الأخير.

التعليق العام على الدراسات السابقة:

من خلال مراجعة الدراسات والأدبيات السابقة يتضح لنا عدة مؤشرات أهمها:

- قلة الدراسات – خاصة في المكتبة العربية - التي تناولت صحافة الفيديو بمفهومها الصريح بل إن معظم هذه الدراسات عكف على دراسة ملفات الفيديو وموقع يوتيوب واستخدامات الجمهور له ويمكن القول بأن ذلك يعود إلى حداثة الظاهرة بشكل كبير.
- توفر صحافة الفيديو مميزات شبكة الإنترنت مثل التشاركية والتفاعل والتعبيرعن الرأي بحرية والاختلاف مع الآخر سواء من خلال التعليقات أو من خلال إنتاج محتوى فيديو من قبل مستخدمين عاديين.
- أصبحت كافة المواقع الصحفية الإلكترونية تهتم بإنشاء قناة لها عبر يوتيوب والعمل على تدريب صحفي الفيديو من خلال توفير دورات تدريبية له حول كيفية التقاط الصورة وعمل المونتاج بالإضافة إلى كتابة التعليق عليها ورفعها إلى إدارة الموقع التي تتولى بدورها نشرها على قناة الموقع ومشاركتها عبر شبكات التواصل الاجتماعي.
- غالبية الدراسات التي تناولت الأحداث الإرهابية والحروب ضد الإرهاب اهتمت بالنصوص، بينما كان الاهتمام بالصورة ومقاطع الفيديو في تناول هذه الأحداث نادرًا خاصة في المكتبة العربية.
- تظهر أهمية الصورة بوضوح في أوقات الحروب والأزمات السياسية، فعندما تراقب أعين العالم الحروب والأزمات السياسية تدور حروب استراتيجية إعلامية خفية من نوع أخر، وهي حروب الصورة التي تعتمد على الإقناع والتأثير وتحريك المشاعر وبناء الرأي العام وفقًا لاتجاهات وتخطيطات تساهم في كسب الشرعية المبتغاة عن طريق الصورة.

الإطار النظري:

نظرًا لطبيعة الدراسة وتحقيقًا للأهداف المحددة سابقًا، فإن الدراسة ستعتمد على مدخل نظري واحد وهو: نظرية الأطر الإخبارية "مدخل تحليل الأطر المصورة":

مفهوم الإطار مستمد من الدراسات النفسية والاجتماعية، فعلماء النفس يعرفونه بأنه التغيير في الأحكام الناتج عن التغير في تعريف الموضوع أو تحديد أسباب المشاكل والحلول المقترحة لها، وجاءت الدلائل النفسية على صحته من خلال أعمال Kahneman، أما المدخل الاجتماعي للإطار فقد ظهر في أعمال Gofflman, Basteson، ويركز أكثر على استخدام إطار الأخبار والرموز والصور النمطية في التغطية الإعلامية، وتعرفه أعمالهم بشكل إيديولوجي (10).

والفرض الرئيس للنظرية كما وضعه عالم الاجتماع جوفمان 1974 يتمثل في أن وضع الأحداث في إطار معين يكسبها معنى، وذلك من خلال تنظيم المعلومات المرتبطة بها بطريقة معينة تضفي عليها قدرًا من الاتساق، وإهمال الجوانب الأخرى المتعلقة بهذه الأحداث، مما يؤثر بدوره على الأفكار التي يكونها الجمهور عنها، وبالتالي يؤثر على كيفية إدراك الجمهور للأحداث وتقييمهم لها وسلوكهم نحوها. فالأطر هي منبهات للتفكير، يستخدمها الأفراد اعتمادًا على المعلومات المتوفرة، في تنشيط المعلومات الأولية التي تساعدهم على تكوين الآراء واتخاذ القرارات، فالأطر تخلق ارتباطات لغوية ودلالات داخل البنية المعرفية للأفراد، وتعتمل فيها الاقتراحات المقدمة في النص، مع الخبرات المسبقة المخزنة في العقل والتي يتم تحديثها أو تعديلها أو تغيرها وفقًا للمعلومات المتوفرة فيه، وقد توافرت أدلة علمية تؤكد أن المعرفة السابقة تحد من قوة القرار أو تقييم الأوضاع وتبني الاتجاهات المختلفة وإصدار الأحكام حولها [(11)].

ويعد وضع الإطار هو المستوى الثاني من مستويات وضع الأجندة، حيث يشارك الأجندة في جذب انتباه واهتمام الجمهور إلي القضايا والسياسات العامة فقط، ويمتد تحليل الإطار إلي ما وراء الأجندة للتعرف على تأثير الإطار على إدراكهم وأفكارهم واتجاهاتهم نحو القضية والعناصر المختلفة التي تتشكل منها [(12)].

فالإطار الذي تقدم به القصة الإخبارية أو تُعرض به قضية ما، يؤثر على إدراك الجمهور لها، غالبا يكون متحيزًا بسبب انتقاء جانب معين من الواقع وتجاهل أو تهميش سائر الجوانب الأخرى، وصرف الانتباه عنها. فالإطار لا يصنع المحددات الخارجية للموضوع فقط بل يملي أيضًا تنظيمًا بعينه للمعلومات المتعلقة بالموضوع [(13)]، والإطار الإعلامي هو الفكرة المحورية التي تنظم حولها الأحداث المتعلقة بقضية ما، وهو يعني انتقاء متعمد لبعض جوانب الحدث وإبرازها أكثر من غيرها وتكرارها وتوصيف المشكلة بصورة محددة وتحديد أسبابها ونتائجها وطرح الحلول المختلفة لها في ضوء رموز ثقافية مألوفة، وذلك بهدف وضع هذه الجوانب دون غيرها في بؤرة اهتمام الجمهور وجذب انتباهه إليها مما يؤثر على إدراكه لها بطريقة معينة واتجاهاته نحوها [(14)].

وقد حرص الباحثون في مجال الإعلام منذ السنوات المبكرة من عقد الثمانينيات من القرن الماضي على الاستفادة من نظرية تحليل الأطر في تفسير الظواهر الإعلامية المختلفة

خاصة في مجالات الرأي العام، والاتصال السياسي، ودراسات القائم بالاتصال، والتسويق الاجتماعي، والتسويق التجاري، ودراسات المحتوى، والدراسات النقدية وغيرها [15].

ويري Entman أن الإطار يتواجد خلال أربع مراحل على الأقل من مراحل العملية الاتصالية، وذلك في المضمون (النص)، القائم بالاتصال (الإعلامي)، المتلقي والبيئة الثقافية بأكملها. فالإعلاميون يختارون أحكامًا محددة وأطر تُقدم بها الأحداث - بشكل متعمد أو غير متعمد- وفقًا لنظام معتقداتهم، أما النص فيظهر فيه الإطار من خلال الكلمات الرئيسة الدالة key words والصور النمطية ومصادر المعلومات والعبارات التي تزوده بمنظومة من الحقائق والأحكام [16]. أما المتلقي فيوجه إطار النص تفكيره في كثير من الأحيان، كذلك تشكل الأطر المناقشات العامة حول الموضوعات السياسية، ويقوم الوعي الذاتي للصحفيين بدور أساسي في تزويد الجمهور بالمعلومات التي تسمح لهم بفهم الواقع من حولهم من خلال دورهم كمرآة للمجتمع، بما يساعد على إضفاء معنى للحياة السياسية داخل المجتمع كما تقوم معارف الفرد المسبقة بتزويد الأفراد بمحكات لقبول أو رفض أو إعادة تفسير الأطر السائدة في وسائل الإعلام [17].

وتأثير الإطار على الرأي العام يأخذ مسارين؛ الأول من خلال إعطاء الأفراد قيمة لكل ما ينشر في وسائل الإعلام، وبالتالي يجب الاهتمام به وتبنيه، والمسار الثاني يركز على العناصر التي يهتم بها الصحفيون داخل الموضوع ذاته، مما يعكس وفقًا لـGamson النواحي الثقافية وإطار القيم المشتركة بين الصحفيين والرأي العام بوصفهم أعضاء في مجتمع واحد، ومن ثَمّ يزودون القراء بأفكار يستخدمونها عند التفكير في مختلف الموضوعات عامة والسياسية بصورة خاصة [18]. فالأطر تتأثر بالأيديولوجيا والاتجاهات السياسية والتوجه السياسي للوسيلة الإعلامية ذاتها وكذلك المصادر الخارجية مثل الفاعلين السياسيين، السلطات، جماعات المصالح، النخب، وغيرها من المصادر [19]، فمن خلال التركيز على إطار بعينه تستطيع النخب السياسية تحويل وتغيير الرأي العام في المجتمع، وحشد التأييد لسياساتها، وتحقيق أهدافها [20].

وفي السنوات الأخيرة تم نشر عدد متزايد من الدراسات حول تأطير الصورة في مجال بحوث الاتصال المرئي، وخاصة فيما يتعلق بوسائل الإعلام الصحفية بالإضافة إلى ذلك أدى النقاش القائم في الاتصال المرئي حول أهمية وخصائص تأطير الصورة وتأثيرها إلى تفسير الأطر المصورة بأنها أحد الخطوط الحيوية لبحوث الصورة كاتجاه جديد مهم لبناء النظرية والبحوث المستقبلية[21].

وبمراجعة التراث العلمي حول الأطر المصورة، يمكن القول بأن مفهوم الأطر لانتمان يمكن تطبيقه أيضًا على الصورة، وتماشيًا مع تعريف انتمان فتأطير الصورة يشير إلى اختيار بعض جوانب الواقع المدركة وجعلها أكثر بروزًا للجمهور، على نحو يضع تعريفًا لهذه المشكلة ويقدم تفسيرًا سببيًا لها، وتقييمًا أخلاقيًا بالإضافة إلى تقديم مقترحات لمعالجة المشكلة، وذلك بواسطة المثيرات المصورة[22].

بينما يعرف سيلكوك Silcok تأطير الصورة بأنه عناصر الصورة في النشرات الإخبارية، بما في ذلك اللقطات المستخدمة في العناوين الافتتاحية من البث، ومجموعة

الأخبار حول الأحداث الرئيسة التي تركز عليها الصورة، ودعم العناصر الجرافيكية التي تحدث كخلفيات لمقدمي النشرات والتي تعد جزءًا من مجموعة الأخبار أو المعلومات على الشاشة وعناصر العلامة التجارية، فتأطير الصورة للأخبار التليفزيونية يخلق أيدولوجية المحتوى وذلك من خلال الإجراءات الروتينية وقواعد وأعراف وطقوس العمل الصحفي[23].

ومع ذلك يعرف جيتلين Gitlin الأطر بوصفها أنماطًا مستمرة من الإدراك والتفسير والعرض والاختيار والانتقاء والتأكيد والحذف، والتي من خلالها يقوم صانعو الرموز - وبشكل روتينى- بتنظيم الخطاب الإعلامي سواء المرئي أو اللفظي وهذا يعني أن جيتلين يعد الأطر المصورة على قدم المساواة مع الأطر النصية واللفظية وأن الأطر المصورة تتوقف على أطر النص ولكن تختلف عنها تمامًا[24].

أهمية تأطير الصورة:

1- يمكن أن تعمل الصور كأدوات تأطير مثل النص، كما يعمل استخدام مختلف الأدوات البلاغية كالاستعارات Metaphors والتصوير Depictions والرموز Symbols، والتي تهدف إلى معرفة جوهر قضية أو حدث ما بوضوح، فمن خلال تطبيق هذه الأدوات تصبح الفكرة البارزة أسهل للفهم والتذكر من الأفكار الأخرى[25].

2- الصور تقدم عددًا من الرموز المكثفة المختلفة التي تشير إلى الإطار الأساسي للقضية؛ فالصور تساعد على تقديم كمية كبيرة من التفاصيل في الإطار العملي، والتي لها صلة ومناسبة لفهم الجمهور للعالم المحيط به كل يوم، وبهذا المعنى تعد الصور قناة للإمكانات الخطابية لتمثيل الوعي بالظواهر الاجتماعية، ومن ثم هي إضفاء للشرعية، وبالتالي تسهيل الأسس التي تبنى عليها بعض التفسيرات المفضلة وإعاقة أخرى[26].

3- تستمد الأطر قوتها من أهميتها الرمزية؛ لأنها تستخدم الاستعارات في السرد، كما أنها تحمل المعنى الزائد وتفعيل بعض الأفكار، ولها معنى مشترك مقبولً في الثقافة كما يتردد صداها مع أعضائها، كما تعد الصور أدوات تأطير قوية؛ لأنها أقل تدخلًا من الكلمات، وعلى هذا النحو تتطلب حمولة معرفية، ولذلك قد يتم تفعيل المعالجة السطحية أو الهامشية بدلًا من المعالجة المركزية، وربما يكون الجمهور أكثر استعدادًا لتقبل الأطر المصورة دون سؤال[27].

4- تعد الصور أداة تأطير جيدة، ليس لأنها فقط قادرة على حجب القضايا ولكنها أيضًا قادرة على تقديم الحقائق المذهلة، فالتأطير يكون أكثر فاعلية عندما لا يدرك القراء ذلك، وهذا ما يجعل الأطر المصورة أكثر أهمية من الأطر النصية؛ لأن الجمهور عادة ما يدرك أن الصحفيين يقومون باختيار الكلمات والزوايا عند تقديم القصص الإخبارية، ولكن تفشل في إدراك أن الصور أيضًا يمكن أن يتم تأطيرها[28].

5- عندما يكون هناك صراع بين أطر النص والأطر المصورة، فإن الأطر المصورة غالبًا ما تفوز، ولا يرجع ذلك فقط إلى أن المرئيات تبدو أقرب إلى الواقع، ولكن أيضًا لأن لديها القدرة على خلق إشارات عاطفية وفورية أقوى، ومن الناحية التاريخية سبقت الرؤية استخدام اللغة، وذلك بسبب ارتفاع قيمة جاذبيتها، فعندما تشاهد الصور في صفحة أو موقع ويب، غالبًا ما تعطي الانطباع الأول للقصة الخبرية وبالتالي يسهل تذكرها[29] .

6- الصور لديها إمكانات قوية للقيام بدور الأطر الإخبارية، وتوجيه عمليات اختيار المعلومات، والتفسير والاسترجاع، وهكذا تبدو قوة الصورة بأنها لا تعتمد كثيرًا على المحتوى الصريح، ولكن إلى أى مدى لهذا المحتوى صدى مع المخطط الموجود بالفعل، مع الاتجاهات الموجودة من قبل أو الآراء بشأن قضية معينة، وعلى هذا النحو فإنها يمكن أن تعمل كبلورة ومحفزات قوية للنقاش العام[30].

مستويات تأطير الصورة:

قامت رودريجيز وديميتروفا Rodriguez & Dimitrova 2011 بمراجعة شاملة للأبحاث السابقة التي استخدمت تحليل الصورة لتحديد الأطر، وتوصلتا من خلالها إلى أن هناك أربعة مستويات لتأطير الصورة، وهذا النموذج المقترح يمكن تطبيقه على أى نوع من محتوى وسائل الإعلام المرئية (الأطر الإعلامية Media frames)، أو إدراك الجمهورلهذا المحتوى (أطر الجمهورAudience frames) [31].

1- المستوى الأول: الصور كنظام دلالي (أى المعنى المباشر والظاهر للصورة) Visuals as Denotative system

في هذا المستوى يتم اختبار الصور كمثيرات تنشط الخلايا العصبية في العين لنقل المعلومات إلى المخ، ويتم تحديد الأطر بإحصاء الموضوعات أو الأشياء والعناصر المتميزة التي يتم عرضها في الصورة، وتنتج الأطر من إدراك عناصر التصميم وعن طريق التنظيم أو الجمع بين المثيرات البصرية في الموضوعات التالية لبعض مبادئ التنظيم، ويستفيد هذا المستوى من تطبيق مبادئ الجيشطالت، وهي: القرب ، التماثل، الإغلاق، الشكل والأرضية، إدراك الكليات والتوازن.

2- المستوى الثاني: الصور كأنظمة سيميائية أسلوبية Visuals as stylistic-semiotic systems

يأخذ هذا المستوى في الاعتبار القواعد الأسلوبية والتحولات الفنية المشاركة في التمثيل، وتشمل كيف تكتسب الأساليب والقواعد التصويرية المعاني الاجتماعية، مثل عندما تكون اللقطة قريبة تدل على الحميمية، واللقطة المتوسطة تدل على العلاقة الشخصية، واللقطة الكاملة تدل على العلاقات الاجتماعية، واللقطة الطويلة تدل على السياق والمجال والبعد العام.

3- المستوى الثالث: الصور كأنظمة كامنة المعنى "المعنى الإيحائي" Visuals as connotative system

في هذا المستوى لا يقتصر تحليل الصور على الأشخاص أو الأماكن، ولكن يمتد إلى الأفكار أو المفاهيم المرتبطة بها، حيث يتم تحليل الصور الإخبارية على أنها علامات وعلاقتها مع وجود علامات أخرى، ويتم تحديد الأطر بتحليل مدى وجود الرموز في الصورة أو غيابها، ويقسم لوين 2001 الرموز إلى نوعين هما: الرموز المجردة Abstract symbols ، والرموز المجازية Figurative Symbols.

4- المستوى الرابع: الصورة كتمثيلات للأيديولوجيا Visuals as ideological representation

تحليل الأطر في هذا المستوى يبحث عن أجوبة عن الأسئلة المتعلقة بالأيديولوجية وهي: ما المصالح التي تخدمها هذه التمثيلات؟، ما الأفكار التي تهيمن أو تسيطر؟، وهذه الأسئلة ليس فقط لقياس المصالح الاقتصادية والسياسية، ولكن أيضًا لقياس العلاقات في المجالات الثقافية والعاطفية والنفسية والطرق المختلفة لشكل هذه العلاقات في ظاهرة التبعية، كما يتناول هذا المستوى، كيف يتم توظيف الصور الإخبارية كأدوات للقوة في تشكيل الوعي العام.

علاقة النظرية بموضوع الدراسة:

ميز الباحثون بين نوعين أساسيين من الأطر وهما: أطر وسائل الإعلام Media Frames وتعني كيفية تقديم وسائل الإعلام للأخبار "الصور الإخبارية"، وأطر الجمهور وتعنى كيفية فهم القراء والمستمعين والمشاهدين للمواد الإخبارية (الصور الإخبارية) وكيفية استجابتهم لها.

وركزت هذه الدراسة على النوع الأول – أطر وسائل الإعلام - حيث ركزت أهدافها على تحليل الأطر الإخبارية المصورة في تناول صحافة الفيديو للأحداث الإرهابية بمصر من خلال دراسة عدة متغيرات تشمل الموضوعات الأكثر بروزًا، واستراتيجيات الأطر المصورة، واتجاه وطبيعة التغطية المصورة، والقوى الفاعلة وسماتها، وأساليب الإقناع، والمصادر التي اعتمدت عليها مواقع الدراسة للوصول إلى ملفات الفيديو، وزوايا التصوير ودلالاتها، إضافة إلى تحليل الملامح الإخراجية لمقاطع الفيديو.

الدراسة **الإستطلاعية :**

الدراسة الاستطلاعية :

أجرى الباحث دراسة استطلاعية على مجتمع مواقع الصحف الإلكترونية لمدة 15 يومًا من بداية شهر ديسمبر2017، مما ساعد الباحث في تحديد عينة مواقع الصحف بالدراسة كما هو موضح في عينة الصحف، كما ساعدت الباحث في فهم كافة جوانب المشكلة البحثية [(32)].

وكشفت الدراسة الاستطلاعية عن مجموعة من المؤشرات حول استخدام مواقع الصحف الإلكترونية محل الدراسة لخدمات الوسائط المتعددة خاصة مقاطع الفيديو، وذلك على النحو الآتي :

1. استخدام كافة مواقع الصحف الإلكترونية لصحافة الفيديو لما توفره من إمكانات جديدة في نقل الحدث فور وقوعه، على الرغم من تفاوت درجة اهتمام كل موقع بصحافة الفيديو عن غيره حسب الإمكانات التي تتوفر له .
2. استخدام كافة مواقع الصحف الإلكترونية لموقع "يوتيوب" لرفع ملفات الفيديو الخاصة بها من خلال إنشاء قناة فيديو عبر هذا الموقع يحمل اسم الموقع الإلكتروني للصحيفة.

3. وجود تفوق ملحوظ في استغلال الإمكانات التي تتيحها شبكة الإنترنت من قبل مواقع الصحف الإلكترونية الخاصة عن مواقع الصحف الإلكترونية التابعة لمؤسسات صحفية قومية .
4. إتاحة هذه المواقع لوسائل التفاعلية المختلفة التي توفرها شبكة الإنترنت لإتاحة الفرصة للمتصفحين للتفاعل مع مقاطع الفيديو، سواء من خلال التعليق عليها أو حتى نشرها "share" عبر مواقع التواصل الاجتماعي مثل فيس بوك أو تويتر.
5. على مستوى مواقع الصحف القومية .. تعد بوابة أخبار اليوم أكثر مواقع الصحف الإلكترونية القومية استخدامًا لصحافة الفيديو حيث أنشأت قناة " Akhbar elyoumtv" على موقع يوتيوب في 29 ديسمبر 2011، وعلى الرغم من ذلك حصلت على أكثر من 178 ألف متابعة "subscribe"، في حين تأتي قناة بوابة الأهرام التي أنشأت في 14 يناير 2011 في المركز الثاني، أما قناة الجمهورية فتعكس عدم اهتمام القائمين عليها بصحافة الفيديو بشكل كبير، حيث تأتي في المركز الأخير بحوالى ألف متابعة على الرغم من أنها أقدمهم حيث أنشأت في 4 يناير 2011.
6. تميزت قناة أخبار اليوم على موقع يوتيوب عن غيرها بتقسيمها لملفات الفيديو داخلها إلى أبواب يمكن تصفح إحداها حسب رغبة المتصفح على سبيل المثال: باب ملفات وثائقية، منتدى الأخبار للحوار، بث مباشر، أخبار النجوم، أخبار الحوادث، وأخبار رياضية.
7. على مستوى مواقع الصحف الحزبية .. أتت قناة حزب الوفد في المقدمة حيث أنشأت في 11 نوفمبر 2010، وحصلت على أكثر من 43 ألف متابعة، في حين أن موقع جريدة الأهالى لا يملك قناة على موقع "يوتيوب"، وإنما يحصل على الفيديوهات من مواقع أخرى.
8. على مستوى مواقع الصحف الخاصة.. تصدرت قناة اليوم السابع المشهد، حيث حصلت على أكثر من مليون و400 ألف متابعة، على الرغم من أنها أنشأت في 2 أغسطس 2012 ، ثم قناة الوطن والتي حصلت على أكثر من 420 ألف متابعة على الرغم من إنشائها في 16 مارس عام 2012، وجاءت في المركز الثالث قناة المصرى اليوم والتي حصلت على أكثر من 360 ألف متابعة على الرغم من إنشائها في 15 مايو 2009، ويليها قناة فيتو التي حصلت على أكثر من 117 ألف متابعة على الرغم من إنشائها في 16 يوليو 2013، وجاءت قناة جريدة الشروق في المركز الأخير حيث حصلت على أكثر من 61 ألف متابعة على الرغم من إنشائها في 21 ديسمبر 2010.
9. تفوق موقع اليوم السابع عن غيره من مواقع الصحف محل الدراسة بالتحديث الفوري للمحتوى ونشر عدد أكبر من الفيديوهات، كما أن قناته على يوتيوب هي الأسرع من حيث التحميل عن باقي مواقع الصحف محل الدراسة .
10. استخدمت كافة مواقع الصحف الإلكترونية مواقع التواصل الاجتماعى مثل فيس بوك وتويتر لنشر روابط الفيديوهات التي تقوم برفعها عبر قنواتها على يوتيوب من أجل تحقيق متابعة أكثر وتسهيل مهمة الجمهور في الوصول للفيديوهات.
11. كان بالإمكان الحصول على فيديوهات معينة عبر موقع يوتيوب من خلال ميزة البحث "search" والتي تمكن المتصفح من الوصول لفيديو معين بالبحث عنه باسمه أو كلمة منه.

12. بالبحث داخل قنوات الفيديو الخاصة بالمواقع الصحفية المصرية عن كلمة "إرهاب" وجدنا أن النتائج تكون كبيرة حيث توفر لك كافة مقاطع الفيديو الخاصة بموضوع البحث منذ نشأة القناة وحتى اليوم الذي تقوم به بعملية البحث.
13. تنوعت مقاطع الفيديو التي تتناول الأحداث الإرهابية بين مقاطع تتناول تفاصيل الأحداث، وكذلك جهود قوات الجيش والشرطة في التصدى لهؤلاء الإرهابيين وتطهير البلاد من شرورهم، وكذلك أهالي وأسر الشهداء والشعب المصري كله وتصديه لهذا الخطر.

الإطار المنهجي للدراسة :

1 - نوع الدراسة ومنهجها :

تنتمي هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية التحليلية التي تستهدف التعرف على أطر التغطية الصحفية المصورة للأحداث الإرهابية في مواقع الصحف المصرية، ودراسة الحقائق المتعلقة بطبيعتها وتحليلها وتفسيرها واستخلاص نتائج ودلالات منها، تؤدي إلى إمكانية إصدار تعميمات بشأن استخدام صحافة الفيديو في تشكيل اتجاهات الرأب العام في فترات الحروب والأزمات.

2 – المناهج المستخدمة :

منهج المسح:

اعتمدت الدراسة على منهج المسح Survey الذي يعد أكثر المناهج ملائمةً لأغراض الدراسة؛ فهو منهج بحثي يهدف إلى مسح الظاهرة موضوع الدراسة لتحديدها والوقوف على واقعها بصورة موضوعية، وقد تتجاوز ذلك للتقييم تبعًا لما تخلص له من نتائج؛ لذلك تم استخدامه لمسح المضمون الصحفي الذي يتناول الأحداث الإرهابية عبر صحافة الفيديو بالمواقع الصحفية عينة الدراسة.

3- أدوات الدراسة:

في ضوء أهداف الدراسة يستخدم الباحث عددًا من أدوات جمع وتحليل البيانات تشمل:

أ- تحليل المضمون Content Analysis:

استخدم الباحث أداة تحليل المضمون "بشقيه الكمي والكيفي" بوصفها أداة مناسبة لوصف المضمون الظاهر والمحتوى الصريح الذي تقدمه صحافة الفيديو بالمواقع الإلكترونية المصرية عن الأحداث الإرهابية، من خلال إعداد استمارة تحليل المضمون التي تركز على تحقيق أهداف الدراسة الأساسية.

2- أداة تحليل الأطر الإخبارية المصورة The Content Analysis of Visual Frames:

استخدم الباحث أداة تحليل الأطر الإخبارية المصورة من خلال توظيف المدخل الاستقرائي Inductive Approach للكشف عن الأطر المصورة المحتملة التي يمكن أن

تتولد من مقاطع الفيديو المنشورة بمواقع الصحف الإلكترونية المصرية محل الدراسة عن الأحداث الإرهابية.

أ- عينة مواقع الصحف الإلكترونية :

من خلال الدراسة الاستطلاعية التي قام بها الباحث، والتي رصد من خلالها معظم مواقع الصحف الإلكترونية التي تستخدم صحافة الفيديو بجميع انتماءاتها سواء أكانت مواقع لصحف قومية أم حزبية أم خاصة؛ لذا قام الباحث باختيار عينة ممثلة قدرها 3 مواقع، وذلك بعد أن تبين أن قنواتها هي الأكثر متابعة على موقع يوتيوب، خاصة أن جميع مواقع الصحف الإلكترونية لها قنوات عبر موقع يوتيوب، مما جعل الاختيار يتم بناءً على عدد متابعي القناة.

وكانت العينة التي اختارها الباحث كالتالي:

1- قناة أخبار اليوم:

https://www.youtube.com/user/akhbarelyoumtv

وتمثل هذه القناة مجتمع مواقع الصحف القومية حيث تتفوق على غيرها من مواقع الصحف القومية من حيث عدد المتابعين مثل قناة الأهرام وقناة جريدة الجمهورية.

2- قناة اليوم السابع:

https://www.youtube.com/user/mubasheryoum7

وتمثل هذه القناة مجتمع الصحف الخاصة، حيث تتفوق على غيرها من مواقع الصخف الخاصة من حيث عدد المتابعين مثل قناة المصري اليوم وقناة الشروق.

وتعد قناة اليوم السابع هي أفضل قنوات الفيديو للمواقع الصحفية الإلكترونية من حيث عدد المتابعين وعدد الفيديوهات المرفوعة بها، بالإضافة إلى تحديثها باستمرار أولًا بأول.

3- قناة الوفد:

https://www.youtube.com/user/wafdvideo

وتمثل هذه القناة مجتمع الصحف الحزبية حيث تعد القناة الوحيدة للصحف الحزبية على يوتيوب؛ فموقع جريدة الأهالي الصادر عن حزب التجمع لا يمتلك قناة على يوتيوب، وإنما يستعين بفيديوهات من قنوات أخرى.

العينة الزمنية :

قامت الدراسة بتحليل المضامين المقدمة عبر صحافة الفيديو، والتي تناولت الأحداث الإرهابية منذ ثورة 30 يونيو عام 2013 وحتى ديسمبر 2018، باستخدام أسلوب الحصر الشامل لجميع مقاطع الفيديو التي تناولت الأحداث الإرهابية خلال فترة الدراسة

النتائج العامة للدراسة:

تم تحليل مقاطع الفيديو التي تضمنتها قنوات الفيديو للمواقع الصحفية الثلاثة التي خضعت للتحليل خلال فترة الدراسة، والتي راعى الباحث في اختياره لها أن تكون منتظمة التحديث وهو ما بإمكانه أن يثري البحث، ويفسح المجال للاطلاع على مزيد من مقاطع الفيديو التي تناولت الأحداث الإرهابية، وأن تكون المواقع الثلاثة منتجة لصحافة الفيديو

وليست مجرد وسيط لنشر الفيديوهات الصحفية التي تنتجها مواقع أخرى، وأن تمثل المواقع الصحفية الثلاثة الاتجاهات الصحفية المختلفة من حيث الملكية والسياسة التحريرية، فكانت بوابة أخبار اليوم ممثلةً للصحف القومية، وبوابة الوفد ممثلةً للصحف الحزبية، بينما كان موقع اليوم السابع ممثلًا للصحف الخاصة.

بدأ التحليل في الفترة الزمنية من ما بين 30 يونيو 2013 حتى 31 ديسمبر 2018 بأسلوب الحصر الشامل؛ حيث تم تحليل كافة مقاطع الفيديو التي تناولت الأحداث الإرهابية، والتي تم نشرها خلال هذه الفترة والتي بلغ عددها 1306 مقاطع فيديو، وتضمنت هذه الفترة الزمنية عديد من الأحداث الإرهابية خاصة بعد عزل الرئيس محمد مرسي وجماعة الإخوان المسلمين، والتي كادت أن تدخل مصر في فترة من الصراعات الداخلية والخارجية مما هدد الدولة بأكملها، وبعد أن ثار الشعب ضدهم ظهرت حقيقة هذه الجماعة، والتي حاولت العودة للسلطة مرة أخرى، ولو على جثث أبناء هذا الشعب، مما جعل سياستهم تتغير إلى القتل والتدمير وإراقة الدماء.

(1) حجم إنتاج كل موقع لمقاطع الفيديو التي تتناول الأحداث الإرهابية خلال فترة الدراسة:

تصدر موقع اليوم السابع للمواقع عينة الدراسة من حيث عدد مقاطع الفيديو التي تناولت الأحداث الإرهابية خلال فترة الدراسة، حيث بلغ عدد مقاطع الفيديو التي نشرت عبر قناة الفيديو الخاصة بالموقع 669 مقطع فيديو، وهو ما يعادل نسبة 51.2% من حجم العينة مما يجعله يتصدر قائمة الأكثر إنتاجًا لمقاطع الفيديو، تليه بوابة أخبار اليوم بعدد 450 مقطع فيديو بنسبة 34.5%، ثم في المركز الثالث والأخير بوابة الوفد بعدد 187 مقطع فيديو وبنسبة لم تتجاوز 14.3%.

ويرجع ذلك إلى أن مواقع الصحف الخاصة على الرغم من ضعف إمكاناتها المادية مقارنة بالمواقع الحكومية إلا أنها تحاول جاهدةً أن تواكب التطور التكنولوجي الهائل في مجال الإعلام؛ لذا نجد موقع اليوم السابع أكثر تنظيمًا في مجال صحافة الفيديو، فنجدها وظفت طاقم تحرير خاص بهذا الجانب، وعملت على توفير الإمكانات اللازمة لقيامهم بوظيفتهم على أكمل وجه، وهو ما أدى بدوره إلى إنتاج قناة اليوم السابع لهذا العدد الهائل من مقاطع الفيديو، ثم جاءت بوابة أخبار اليوم في المرتبة الثانية والتي وفرت أيضاً كثيرًا من الإمكانات اللازمة، بينما كانت قناة الوفد في المرتبة الأخيرة؛ لأنها الأقل تنظيمًا والأقل توفيرًا للإمكانات المادية والبشرية اللازمة لنجاح تجربة صحافة الفيديو بها نظرًا لمحدودية الموارد بها.

(2) نموذج الأطر المصورة بمواقع الدراسة:

احتلت الأطر المتعاطفة أو الإنسانية المرتبة الأولى بالنسبة لمواقع الصحف عينة الدراسة، وذلك بنسبة مرتفعة وصلت إلى 51.7% بنسبة 47.7% لموقع أخبار اليوم، 56.6% لموقع اليوم السابع، و43.3% لموقع الوفد. وهذا يدل على تركيز مواقع الصحف على الجوانب الإنسانية والعاطفية في تناول الأحداث الإرهابية.

واحتلت أطر التغيير السياسي والاجتماعي المرتبة الثانية بنسبة 23.6%، وبنسبة 25.7% لأخبار اليوم، و20.4% لليوم السابع، 29.4% للوفد، وذلك لمحاولة الجماعات الإرهابية خاصة جماعة الإخوان إحداث التغيير السياسي من خلال القتل وسفك الدماء والتدمير والتخريب والوصول لهدفهم وهو السلطة.

كما احتلت أطر دعم الوضع القائم المرتبة الثالثة بنسبة 13.7%، وبنسبة 13.3% لأخبار اليوم، و13.2% لليوم السابع، و17.1% للوفد، حيث حرص الشعب المصري على مساندة النظام القائم في عملية البناء وحربه ضد الإرهاب، وهو ما تناولته مواقع الصحف عينة الدراسة من أجل تعزيز هذا الدعم.

واحتلت الأطر المختلطة المرتبة الرابعة بنسبة 11%، وبنسبة 13.1% لأخبار اليوم، و9.8% لليوم السابع، و10.2% للوفد، حيث حرصت مواقع الصحف على تصوير الصراع القائم بين الجيش والشرطة والجماعات الإرهابية، كما حرصت على متابعة محاكمات الإرهابيين والأحكام التي تصدر ضدهم لطمأنة الشعب المصرى.

بينما غابت تمامًا الأطر التشخيصية حيث لم تحرص مواقع الصحف عينة الدراسة على تناول أسباب الأحداث الإرهابية، أو نتائجها، كما لم تحرص أيٌ منها على تقديم الحلول أو المساعدة في وضع استراتيجية لمواجهة هذا الخطر.

(3) نوع الأطر المستخدمة في تغطية مواقع العينة للأحداث الإرهابية:

اعتمدت مواقع الصحف عينة الدراسة على الأطر العرضية المحددة في تناول الأحداث الإرهابية وذلك بنسبة 93.2% من إجمالي مفردات العينة، مقابل 6.8% للأطر الموضوعية العامة. حيث حرصت مواقع الصحف على تناول الأحداث الإرهابية من زاوية واحدة دون التطرق لأسباب هذه الأحداث أو كيفية علاجها وتقديم حلول لها مما يفسر غياب الأطر الموضوعية العامة، وهو ما يؤكده أيضًا غياب الأطر التشخيصية في تناول تلك الأحداث.

(4) اتجاه الأطر المستخدمة في تغطية مواقع العينة للأحداث الإرهابية:

غلبت الأطر الإيجابية في تناول الأحداث الإرهابية وذلك بنسبة 40.2% من إجمالي مفردات العينة، مقابل 37.1% للأطر السلبية، وجاءت الأطر المحايدة في المرتبة الأخيرة بنسبة 22.7%. حيث حرصت مواقع الصحف على تناول الأحداث الإرهابية من الناحية الإيجابية مثل: هزيمة الجماعات الإرهابية، والاعتقالات، والمحاكمات، وإنهاء الأوكار الإرهابية، من أجل طمأنة الشعب والتأكيد على دور رجال الجيش والشرطة في مواجهة هذا الخطر، إلا أن المعالجات السلبية كان لها نصيب كبير أيضًا في تناول صحافة الفيديو للأحداث الإرهابية حيث ركزت المواقع في كثير من الأحيان على القتل وسفك الدماء والتدمير والتخريب بداعي السبق الصحفي وهو ما قد يثير الخوف والفزع في نفوس المصريين. بينما كانت المعالجة المحايدة في المرتبة الأخيرة حيث يصعب على كثير من الصحفيين الحفاظ على الموضوعية في نقل الأحداث.

(5) الأطر المرجعية للتغطية المصورة لمواقع العينة للأحداث الإرهابية:

غلب الإطار الإنساني في تناول الأحداث الإرهابية وذلك بنسبة 29.5% من إجمالي مفردات العينة؛ ويرجع ذلك لرغبة هذه المواقع في التأثير على الجمهور، خاصة أن الجمهور المصري عاطفي لدرجة كبيرة، ويتأثر بهذه الأشياء ويتعاطف معها، ومن أكثر الأدلة على ذلك كثرة تناول مواقع الصحف لجنازات الشهداء، وأسر الشهداء وأبنائهم.

وجاء في المرتبة الثانية الإطار الأمني بنسبة 27.7%، فقضية الإرهاب في المقام الأول هي قضية أمنية؛ لذا كان لزامًا على مواقع الصحف الإلكترونية عينة الدراسة التركيز على الجوانب الأمنية مثل دور قوات الجيش والشرطة في التصدي لهذه الجماعات المتطرفة، والاعتقالات التي تقوم بها قوات الأمن، بالإضافة إلى الاشتباكات مع هؤلاء المجرمين. وجاء في المرتبة الثالثة الإطار السياسي بنسبة 22.3%، حيث حاولت جماعة الإخوان المسلمين تسييس العمليات الإرهابية والتفجيرات في بداية الأمر، وإظهار الأمر وكأنه مظاهرات من أجل العودة إلى السلطة مرة أخرى، ولكن ظهرت حقيقتهم بأفعالهم وعلى لسان قادتهم الذين أكدوا أن هذه العمليات لن تنتهي سوى بعودة الرئيس المعزول إلى منصبه، واتبعت الجماعة أسلوب المظاهرات والاشباكات مع الأهالي في بداية الأمر بعد ثورة 30 يونيو، لكن تحولت سياستهم إلى العنف والتفجيرات والعمليات الإرهابية وسفك الدماء بعد ذلك، ظنًا منهم أنهم يستطيعون بذلك العودة للحكم مرة أخرى من خلال زعزعة أمن واستقرار البلاد.

وتلى ذلك في المرتبة الرابعة الإطار القانوني بنسبة 9%، ويرجع ذلك إلى قيام مواقع الصحف الإلكترونية بمتابعة جهات التحقيق في عملهم أثناء تفقد أماكن العمليات الإرهابية والتفجيرات؛ للوصول إلى ملابسات الحادث والتوصل إلى الجناة بأسرع وقت، كما عمدت هذه المواقع إلى متابعة محاكمات الجماعات الإرهابية المنظورة أمام القضاء المصري لطمأنة الشعب على القصاص من هؤلاء الإرهابيين.

وجاء في المرتبة الخامسة الإطار الديني بنسبة 7.4%، ويرجع ذلك إلى التأكيد على أن الشعب المصري نسيج واحد لا يتجزأ، فكان حرص رجال الدين الإسلامي والمسيحى للتأكيد على هذا الأمر من خلال المؤتمرات، والتكاتف خلال الأحداث الإرهابية التي تناولت دور العبادة مثل تكاتف المسلمين مع المسيحين في تفجير الكاتدرائية، وتكاتف المسيحيين مع المسلمين في تفجير مسجد الروضة، والتأكيد على أن الإرهاب ليس له أية علاقة بأي دين سماوي، وإنما هم جماعات ضلت طريقها وفقدت عقولها. بالإضافة إلى حرص القيادات الدينية على دعم اتجاه تجديد الخطاب الديني الوسطي والذي نادى به الرئيس المصري عبدالفتاح السيسي ودعمه كل قادة الأزهر الشريف.

جاء بعد ذلك في المرتبة السادسة الإطار الاقتصادي بنسبة 4%، حيث تناولت مواقع الصحف الإلكترونية الخسائر الاقتصادية التي تتسبب فيها العمليات الإرهابية والتفجيرات من تدمير لمباني سكنية ومحال تجارية، ومباني أمنية مثل مديريتي أمن القاهرة والدقهلية، ودور عبادة كالكاتدرائية المرقسية ومسجد الروضة، وهو ما يتسبب في خسائر مادية جسيمة بجانب الخسائر البشرية التي لا تقدر بثمن، وهو ما يكلف الدولة الكثير في إعادة بنائها

وإعمارها مرة أخرى. وجاء في المرتبة الأخيرة الإطار التاريخي حيث لم تحرص مواقع الصحف الإلكترونية عينة الدراسة على استخدام الإطار التاريخي سوى موقع الوفد عندما قدم تغطية صحفية لمؤتمر يقارن بين موقف جماعة الإخوان التاريخي أثناء ثورة 23 يوليو عام 1952، وموقفها من ثورة 30 يونيو 2013 وهو مالم يختلف كثيرًا فهي جماعة تنتهج العنف منذ نشأتها.

(6) الاستمالات المستخدمة في تغطية مواقع العينة للأحداث الإرهابية:

اتضح استخدام مواقع الصحف الإلكترونية عينة الدراسة للاستمالات العاطفية في تناول الأحداث الإرهابية بنسبة كبيرة وصلت إلى 51.9%، وهو ما يؤكد على النتيجة السابقة التي أكدت تصدر الأطر الإنسانية والمتعاطفة للأطر المصورة في تناول مواقع الصحف الإلكترونية عينة الدراسة للأحداث الإرهابية، خاصة أن الشعب المصري عاطفي ويتأثر بسرعة بالموضوعات التي تركز على الجانب الوجداني لديه.

وجاءت الاستمالات العاطفية التي تركز على استدرار العطف أولًا بنسبة 36.8%؛ حيث كانت غالبية الموضوعات تحاول استدرار عطف المصريين من خلال تغطية جنازات الشهداء وحزن أهاليهم وذويهم وأصدقائهم، وكذلك تناول أسر الشهداء وأحوالهم والتركيز على القصص العاطفية معهم، ثم تلتها الاستمالات التي تعتمد على التهديد بنسبة 7.9%، وأخيرًا الخوف بنسبة 7.2%، وهي نسب متقاربة حيث انتهجت الجماعات الإرهابية سياسة التهديد والتخويف من أجل بث الخوف والرعب في نفوس المصريين، كما كان لتغطية مواقع الصحف لهذه الأخبار دور في بث الخوف من هذه الجماعات من أجل التكاتف ومساندة الدولة في الحرب ضدها.

وجاءت في المرتبة الثانية الاستمالات المنطقية بنسبة 32.6%، حيث حرصت مواقع الصحف الإلكترونية عينة الدراسة على استخدام الحجة والإقناع في بعض الموضوعات من أجل إيصال الصورة واضحة للجميع، ومن أهم هذه الموضوعات العمليات التي تقوم بها قوات الأمن والاحصاءات الخاصة بها من قتلى أو شهداء أو كميات المضبوطات من الأسلحة والذخيرة، والتي تعرضها بيانات وزارتي الدفاع والداخلية والصفحات الرسمية لها عبر مواقع التواصل الاجتماعي، وكذلك اعترافات المتهمين بارتكاب العمليات الإرهابية وأسماء المشتركين معهم وتفاصيل ارتكابهم للجرائم.

(7) طبيعة التغطية المصورة لمواقع العينة للأحداث الإرهابية:

اتضح توازن تغطية مواقع الصحف الإلكترونية عينة الدراسة في تناولها للأحداث الإرهابية؛ حيث بلغت نسبة التغطية المتوازنة 68.2% من إجمالي مفردات العينة، فهي لم تنحز لطرف على الأخر، واهتمت بالقيام بدورها الإعلامي من خلال نقل الأحداث كما هي دون إبداء رأي المؤسسة أو اتجاهها نحو هذه الأحداث، من أجل الحفاظ على موضوعيتها.

لكن هناك بعض الأوقات التي تتطلب انحياز الإعلام للمجتمع الذي تعمل بداخله، والقيام بدورها في التصدي والوقوف في وجه الخطر الذي يهدد المجتمع ويحاول زعزعة أمنه واستقراره، وهو ما يفسر تحيز مواقع الصحف عينة الدراسة في كثير من الأحيان في

تناول الأحداث الإرهابية؛ حيث جاءت نسبة الموضوعات المتحيزة 30.3%؛ وهي تمثل الموضوعات التي انحازت فيها مواقع الصحف عينة الدراسة للدولة لمواجهة خطر الإرهاب الذي يواجهها، والقيام بدورها في حشد وتعبئة الرأى العام بخطورة الموقف وضرورة التكاتف مع أجهزة الأمن للتصدي له. وأخيرًا جاءت المعالجة غير الواضحة بنسبة 1.1%، وهي نسبة ضعيفة تمثل بعض الموضوعات التي لم تتضح فيها المعالجة ما إذا كانت متوازنة أم متحيزة.

(8) القوى والأطراف الفاعلة في تغطية مواقع العينة للأحداث الإرهابية:

اتضح اعتماد مواقع الصحف الإلكترونية عينة الدراسة على عدد كبير من القوى والأطراف الفاعلة في تغطيتها للأحداث الإرهابية، وجاءت قوات الشرطة في مقدمة هذه القوى بنسبة 17.6%؛ حيث أنها المسؤول الأول عن حفظ الأمن والأمان داخل البلاد، ومواجهة الخطر الإرهابي والتصدي له، بالإضافة إلى استهداف العمليات الإرهابية لقوات الشرطة مثل حادث البدرشين الإرهابي واستشهاد المقدم محمد مبروك من الأمن الوطني وغيرها من العمليات.

وجاء في المرتبة الثانية أسر الشهداء بنسبة 16.6%، حيث ركزت مواقع الصحف عينة الدراسة على تغطية أحوال أسر الشهداء منذ سماعهم الخبر، وحتى أثناء تشييع الجثامين، بل وحرصت على إجراء الحوارات معهم لمعرفة التفاصيل الكاملة منهم، دون مراعاة لخصوصيتهم أو حقهم في الحزن، وهو ما يفسر وجود أسر الشهداء في هذه المرتبة المتقدمة من القوى الفاعلة في تناول صحافة الفيديو للأحداث الإرهابية.

وجاء في المرتبة الثالثة بنسبة 16% المواطنون من أبناء الوطن ، والذين حرصوا على المشاركة في تأييد الرئيس عبدالفتاح السيسي وقوات الجيش والشرطة في حربهم ضد الإرهاب، وكذلك المشاركة في تشييع جثامين الشهداء والتنديد بالإرهابيين الذين ليسوا لهم ملة ولا دين. وجاء في المرتبة الرابعة الإرهابيون أنفسهم بنسبة 12%؛ حيث حرصت مواقع الصحف الإلكترونية عينة الدراسة على تصوير الإرهابيين سواء الذين تم تصفيتهم أو الذين تم اعتقالهم، كما حرصت الجهات المختصة بتصوير هؤلاء الإرهابيين أثناء الإدلاء بشهادتهم والاعتراف بجرائمهم ونشر هذه الفيديوهات للجمهور لإخباره بكل التفاصيل، كما تم تغطية أخبارهم أثناء المحاكمات وحتى تنفيذ الأحكام الصادرة بحقهم.

وتلى ذلك في المرتبة الخامسة شهود العيان بنسبة 11.1%؛ فصحفي الفيديو من الصعب أن يقوم بتصوير حادث إرهابي وقت حدوثه، إلا إذا كان ذلك من قبيل الصدفة وتصادف تواجده بمكان الحادث، لذا حرصت مواقع الدراسة في معظم الأحيان على الاستعانة بشهود العيان على الحادث لمعرفة التفاصيل الكاملة وتعويض تأخر التغطية. وجاء في المرتبة السادسة الشخصيات السياسية بنسبة 10%، حيث كانت هناك شخصيات سياسية كثيرة في تناول مواقع الصحف الإلكترونية للأحداث الإرهابية خصوصًا الشخصيات السياسية المسؤولة عن ملف الإرهاب مثل وزير الدفاع، ووزير الداخلية، ووزير الصحة، بالإضافة إلى المحافظين ورجال الدولة والبرلمان، وغيرهم من الشخصيات السياسية.

ثم جاءت باقي القوى والأطراف الفاعلة بنسب ضعيفة حيث جاءت قوات الجيش بنسبة 5.4%، وذلك لاضطلاع قوات الجيش بالمهمة الأكبر وهي حماية الحدود المصرية، وإن كانت النسبة ضعيفة فهذا يرجع إلى مركزية الإعلام وتناوله للأحداث التي تقع في العاصمة بشكل أكبر. تليها الشخصيات العامة بنسبة 3.8% كالفنانين والإعلاميين الذين حرصوا على مشاركة الشعب في مظاهراته المؤيدة للجيش والشرطة في مواجهة الإرهاب. وتليها الشخصيات الدينية بنسبة 3.4%، حيث شاركت الشخصيات الدينية المصرية الإسلامية والمسيحية في التصدي لخطر الإرهاب، وتجديد الخطاب الديني، والتأكيد على وحدة الشعب المصري. ثم جاءت جهات التحقيق والقضاة بنسبة 2.8%، حيث حرصت مواقع الصحف الإلكترونية في بعض الأحيان على متابعة سير التحقيقات في العمليات الإرهابية ومحاكمات الإرهابيين. وجاء في المرتبة الأخيرة رئيس الجمهورية بنسبة 1.5%، وهي نسبة لا تفسر اهتمام رئيس الجمهورية بهذا الملف، لأن الدولة تسير في طريق التنمية الذي يستلزم جهد كبير على كافة الأنحاء وليس على ملف الإرهاب وحده.

(9) اتجاه القوي الفاعلة في تغطية مواقع العينة للأحداث الإرهابية:

ركزت مواقع الصحف الإلكترونية عينة الدراسة في تناولها للأحداث الإرهابية على القوى والأطراف الفاعلة المحايدة التي لا تنحاز لطرف على الأخر بنسبة 46.3%، ويرجع ذلك إلى أن الشخص الذي لا ينتمي لجهة دون الأخرى تكون مصداقيته أعلى، ويظهر ذلك من خلال المواطنين الذين لا ينتمون لأى جهة وكذلك جهات التحقيق والقضاة المعروفين باستقلالهم وعدم انحيازهم لأى جهة.

وجاءت في المرتبة الثانية القوى الفاعلة المؤيدة للنظام الحاكم بنسبة 41.1%، وذلك بسبب حرص مواقع الصحف الإلكترونية عينة الدراسة على حشد وتعبئة الجميع لمساندة الدولة في حربها ضد الإرهاب؛ لذا كان الاستعانة بالمصادر المؤيدة للسلطة من أجل الدعوة إلى وحدة الصف ونبذ الفرقة لتحقيق الهدف الأسمى، وهو القضاء على الجماعات الإرهابية، بينما جاءت القوى والأطراف الفاعلة المعارضة لنظام الحكم في المرتبة الأخيرة بنسبة 12.6%، حيث لم يستعن بها صحفيو الفيديو سوى في تغطية أخبار الجماعات الإرهابية، واعتقالات الإرهابيين، وتصفيتهم واعترافاتهم.

(10) الأفكار الرئيسة بالفيديو في تغطية مواقع العينة للأحداث الإرهابية:

ركزت مواقع الصحف الإلكترونية عينة الدراسة في تغطيتها للأحداث الإرهابية على العمليات الإرهابية حيث جاءت في مقدمة الأفكار الرئيسة بالفيديو بنسبة 40.4%، حيث تسابقت مواقع الصحف في تغطية الأحداث الإرهابية بغية تحقيق السبق الصحفي، وهو ما يميز صحافة الفيديو عن غيرها من سرعة نقل الحدث بالصوت والصورة فور وقوعه دون انتظار لتوقيت العرض أو لموعد النشر، ورغم ذلك فإن المغالاة في نقل الأحداث الإرهابية والتفجيرات يعد ترويجًا لها ولمرتكبيها، فهم المستفيدون الوحيدون من ذلك.

وجاءت في المرتبة الثانية جنازات الشهداء بنسبة 28.6%، حيث ركزت مواقع الصحف عينة الدراسة على تغطية أحداث جنازات الشهداء وتشييع جثامينهم لمثواهم الأخير، وأحزان أقاربهم وذويهم، وهو ما يفسر طغيان الجانب العاطفي والإنساني في التغطية

المصورة للأحداث الإرهابية. وجاء في المرتبة الثالثة الدعم الشعبي بنسبة 12.8%، وتمثل ذلك في المظاهرات الداعمة لقوات الأمن في مواجهة الإرهاب والتي شارك بها كل فئات الشعب، ولعل أقرب مثال على ذلك جمعة تفويض الرئيس عبدالفتاح السيسي رئيس الجمهورية للقضاء على الإرهاب.

في حين جاءت في المرتبة الرابعة العمليات العسكرية بنسبة 8.7%، والتي تمثلت في العمليات العسكرية التي قامت بها قوات الأمن في مهاجمة أوكار الإرهابيين والقضاء عليهم ومصادرة الأسلحة والأموال التي يتم ضبطها، حيث حرصت مواقع الصحف على عرض تلك العمليات ونتائجها لطمأنة الشعب المصري. وجاءت الاعتقالات والمحاكمات في المرتبة الخامسة بنسبة 5.9%، قبل آراء المحللين التي احتلت المرتبة الأخيرة بنسبة 3.6%، وهي نسبة ضعيفة حيث قل استعانة المواقع بالمحللين الاستراتيجيين؛ وهو ما يفسر غياب الأطر التشخيصية في تناول مواقع الصحف عينة الدراسة للأحداث الإرهابية.

(11) الوظائف التي يؤديها الفيديو في تغطية مواقع العينة للأحداث الإرهابية:

ركزت مواقع الصحف الإلكترونية عينة الدراسة في تغطيتها للأحداث الإرهابية على المواد الإخبارية التي تهدف فقط إلى تقديم المعلومة؛ بهدف تحقيق السبق الصحفي على منافسيها في السوق الإعلامي المصري؛ لذا جاءت وظيفة الإخبار والإعلام في مقدمة الوظائف التي تؤديها مقاطع الفيديو في المواقع عينة الدراسة بنسبة كبيرة تصل إلى 50.3%، ويرجع ذلك إلى سهولة إعداد مقطع الفيديو الخبري الذي يهدف لتقديم المعلومة المجردة دون التطرق للتفاصيل ومحاولة البحث عن الحقائق والمعلومات.

وجاءت في المرتبة الثانية وظيفة الشرح والتفسير بنسبة 27.6%، حيث عمدت بعض مقاطع الفيديو في مواقع العينة على تقديم الشرح والتفسير المتعلق بالأحداث الإرهابية، وتمثلت هذه الموضوعات على سبيل المثال في البيانات الرسمية التي أصدرتها الجهات المسئولة مثل وزارات الدفاع والداخلية والصحة، والتي فسرت بها كافة الأمور المتعلقة بالأحداث، كذلك فيديوهات اعتراف الإرهابيين بارتكابهم للجرائم الإرهابية وتفاصيل من ساعدوهم وكيفية تجنيدهم. وجاءت في المرتبة الثالثة وظيفة حشد الرأي العام بنسبة 6.7%، وهي إحدى أهم وظائف وسائل الإعلام التي تضطلع بها في أوقات الأزمات حيث حرصت مواقع العينة على حشد وتعبئة الرأى العام لمساندة قوات الأمن في حربها ضد الإرهاب.

وعقب ذلك باقي الوظائف بنسب ضعيفة إلى حد ما، فجاءت وظيفة تسجيل الأحداث بنسبة 4.8%، حيث حرصت مواقع العينة على تسجيل الأحداث الإرهابية والوقائع التي تدين جماعة الإخوان واعتدائها على أفراد الشعب من أجل العودة للسلطة، وتلى ذلك وظيفة النقد بنسبة 4.3% من خلال نقد مقاطع الفيديو في بعض الأحيان لتأخر عمليات الإسعاف والإنقاذ، وكذلك نقد أهالي الشهداء لغياب العدالة الناجزة التي تحقق القصاص لذويهم، وتلى ذلك وظيفة التوعية بنسبة 3.4%، وهي من وظائف وسائل الإعلام الأساسية؛ حيث حرصت مواقع العينة على توعية الشعب المصري بخطورة الإرهاب وما قد يؤدي إليه من زعزعة أمن واستقرار الوطن، وهو ما يستدعي توعيتهم بضرورة وحدة الصف ومساندة قوات الأمن في الحرب ضد الإرهاب. ثم جاءت وظيفة الدعاية بنسبة 2% حيث ركزت بعض المقاطع

على الدعاية للشخصيات العامة في الجنازات وتكريم أسر الشهداء بإلقاء الضوء على الشخصية أكثر من الحدث وهو ما يعد دعاية للشخصية على حساب الحدث نفسه. وأخيرًا جاءت وظيفة التحريض في المرتبة الأخيرة بنسبة 0.9% حيث لم تركز مواقع الصحف على تناول مقاطع الفيديو التي تعدها وتنشرها الجماعات وتدعو للتحريض على العنف سوى في أضيق الحدود.

(12) القوالب الصحفية المستخدمة في تغطية مواقع العينة للأحداث الإرهابية:

ركزت مواقع الصحف الإلكترونية عينة الدراسة في تغطيتها للأحداث الإرهابية على المواد الإخبارية بشكل كبير، وهو ما تؤكده النتيجة السابقة التي أكدت تصدر الوظيفة الإخبارية للوظائف التي قدمتها مقاطع الفيديو في تناولها للأحداث الإرهابية؛ فقد تصدر فن التقرير الفنون الصحفية المستخدمة في تناول هذه الأحداث بنسبة 53.3%، وهو يعتبر الفن الأمثل حيث أنه يحاول الكشف عن المعلومة والوصول إلى تفاصيلها، وهو فن أقرب للبرامج التليفزيونية ويستخدم بشكل كبير بها، إلا أن صحافة الفيديو أثبتت تفوقها في استخدامه، خاصة أنها لا تحتاج الانتظار لوقت البث لنشر هذا التقرير بل تقوم بنشره بمجرد الانتهاء من تصويره وتحريره، وهو ما جعل بعض البرامج التليفزيونية تعتمد على تقارير صحافة الفيديو في حلقاتها. وجاء فن الخبر في المرتبة الثانية بنسبة 27.4%، ويرجع ذلك إلى رغبة مواقع الصحف في تحقيق السبق الصحفي من خلال نقل المعلومة على هيئة فيديو قصير لتسبق منافسيها في السوق الإعلامي ، ثم بعد ذلك تحاول إعداد تقرير مفصل عن الحدث والمعلومات التي تتعلق به.

وجاء في المرتبة الثالثة فن الحوار بنسبة 15.2%، حيث يعتبر أفضل الفنون التي تهدف للحصول على المعلومة من مصدر سواء كان مصدر رسمي أو شاهد عيان أو شخصية عامة، ولكن يتميز الحوار في صحافة الفيديو أنه قصير عن الحوار الصحفي المعتاد أو الحوار التليفزيوني، ويكون الهدف الرئيسي منه هو الحصول على المعلومة أكثر من الرأي. بينما جاءت في المرتبة الأخيرة الأفلام التسجيلية بنسبة 4.1%، ومثلت هذه النسبة بعض الأفلام التسجيلية التي أعدها صحفي الفيديو بالموقع نفسه، والأفلام التسجيلية التي أعدتها إدارات العلاقات العامة بوزارتي الدفاع والداخلية من أجل بث روح الشجاعة في نفوس القوات، مثل فيلم كنت أعرفه عن شهداء القوات المسلحة، وفيلم سيرة شهيد للاحتفال بعيد الشرطة.

(13) مدة الفيديو في تغطية مواقع العينة للأحداث الإرهابية:

ركزت مواقع الصحف الإلكترونية عينة الدراسة في تغطيتها للأحداث الإرهابية على مقاطع الفيديو متوسطة المدة؛ حيث جاءت مقاطع الفيديو التي تتراوح مدتها من دقيقة واحدة إلى 3 دقائق في المقدمة بنسبة 56.1%، وهو ما يفسر النتيجة السابقة التي تؤكد على تصدر فن التقرير للفنون الصحفية التي تتناول الأحداث الإرهابية، ففن التقرير في صحافة الفيديو غالبًا ما تتراوح مدته من دقيقة إلى ثلاثة أو أكثر بقليل؛ لذا فكانت مقاطع الفيديو التي تتراوح مدتها لأكثر من 3 دقائق في المرتبة الثانية بنسبة 22.7%، فهي تشمل أيضًا فنون التقرير والحوار والأفلام التسجيلية. بينما كانت مقاطع الفيديو التي تكون مدتها أقل من دقيقة في المرتبة الأخيرة بنسبة 21.2%، ومثلت هذه النسبة مقاطع الفيديو الخبرية التي تهدف إلى نشر الخبر عن الحدث الإرهابي من أجل تحقيق السبق الصحفي دون التطرق للتفاصيل.

(14) مصدر الفيديو في تغطية مواقع العينة للأحداث الإرهابية:

ركزت مواقع الصحف الإلكترونية عينة الدراسة في تغطيتها للأحداث الإرهابية على مصادرها الخاصة، فاحتل صحفي الفيديو المرتبة الأولى بين مصادر الفيديو بنسبة 83.3%.

وجاءت في المرتبة الثانية الجهات الرسمية بنسبة 7.2%، حيث اعتمدت مواقع الصحف عينة الدراسة على مقاطع الفيديو التي انتجتها الجهات المسئولة عن ملف الإرهاب والتصدي للإرهابيين مثل وزارتي الدفاع والداخلية، والتي تحرص على إنتاج مقاطع فيديو تقدم فيها المعلومات والتفاصيل عن الأحداث الإرهابية والعمليات العسكرية تجنبًا للشائعات المغلوطة التي تنتشر حول هذه الموضوعات.

وجاء المواطنون (شهود العيان) في المرتبة الثالثة من المصادر التي اعتمدت عليها مواقع العينة في تغطية الأحداث الإرهابية بنسبة 6.4%، ويرجع هذا لصعوبة تواجد صحفيي الفيديو في أماكن الأحداث الإرهابية أثناء حدوثها' مما يجعل المواقع تستعين بمقاطع الفيديو التي ينشرها شهود العيان الذين تصادف تواجدهم بأماكن الأحداث والتقاطهم لبعض الصور ومقاطع الفيديو في تغطية هذه الأحداث.

وجاءت في المرتبة الرابعة مقاطع الفيديو المستمدة من قنوات التليفزيون بنسبة 2.3%، حيث أن هناك بعض الأحداث التي تتفوق بها التغطية التليفزيونية' مما يجعل مواقع الصحف تستعين بأجزاء من هذه المواد التي تنشر بالتليفزيون' نظرًا لتغطيتها المباشرة وجودة الصورة مثل البيانات الرسمية من وزارتي الدفاع والداخلية أو التغطية الحية للجنازات العسكرية للشهداء.

وجاءت الأفلام الوثائقية في المرتبة الأخيرة بنسبة 0.7%، حيث لم تنل قدر كبير من اهتمام مواقع الصحف' خاصة أن موضوع الأحداث الإرهابية موضوع فوري يحتاج إلى المضامين المباشرة أكثر من الأفلام الوثائقية، والتي اهتمت الجهات الرسمية بانتاجها.

(15) التركيز الانتقائي في تغطية مواقع العينة للأحداث الإرهابية:

ركزت مواقع الصحف الإلكترونية عينة الدراسة في تغطيتها للأحداث الإرهابية على عمق الميدان الضحل بنسبة 52.1%، ويقصد به عمق الميدان الضيق الذي يركز على الهدف أو الشخص في الكادر مع إهمال التفاصيل المحيطة به، خاصة أن التغطية المصورة للأحداث الإرهابية تركز على موقع الانفجار وصور القتلى أو المصابينن وكذلك الشخصيات العامة التي تحصل منها على المعلومات.

وجاء عمق الميدان الكبير في المرتبة الثانية بنسبة 31.2%، واعتمدت عليه مواقع الصحف الإلكترونية عينة الدراسة في تغطية الأحداث الجماهيرية المرتبطة بالأحداث الإرهابية مثل جنازات الشهداء التي يشارك بها أعداد كبيرة من المواطنين، ومظاهرات التأييد وهي ما تتطلب عمق ميدان كبير لتصوير الكم الكبير المشارك به وإظهار الصورة كاملة. وجاء في المرتبة الثالثة عمق الميدان المتوسط بنسبة 16.5%، والذي يركز علي الهدف أو الشخص في منتصف الكادر مع التقاط جزء من حوله أو الخلفية في المكان مثل

إجراء حوار مع أحد رجال الأمن أمام موقع التفجير الذي تظهر في خلفيته أجزاء من آثار التفجير.

(16) زوايا الكاميرا في تغطية مواقع العينة للأحداث الإرهابية:

ركزت مواقع الصحف الإلكترونية عينة الدراسة في تغطيتها للأحداث الإرهابية على الزاوية الأمامية بنسبة كبيرة تصل إلى 65.5%، والتي تكون مواجهة لموقع الحدث أو للشخص مباشرة، خاصة عند إجراء حوار صحفي مع مصدر رسمي أو شاهد عيان، وهي التي تكون أسهل عند مشاهدة الفرد لمقطع الفيديو وتكون أكثر وضوحًا، وتوفر سهولة التعرف على وجوه الأشخاص الموجودين بالكادر.

وجاءت في المرتبة الثانية زاوية الكاميرا الجانبية بنسبة 16.8%، واستخدمت هذه الزاوية في تغطية الأحداث الإرهابية التي يتواجد بها أعداد كبيرة من الجماهير' خاصة أنه من الصعب الاقتراب من موقع الحدث لما تفرضه قوات الأمن من كردون أمني لمنع حدوث أية إصابات، مما يستوجب على صحفي الفيديو اتخاذ أقرب زاوية يمكنه الوصول إليها حتى لو كانت من الناحية الجانبية لموقع الحدث.

وجاءت بعد ذلك الزاوية الخلفية في المرتبة الثالثة بنسبة 9.4%، ثم زاوية التصوير من أعلى بنسبة 6.9%، وتستخدم هذه الزوايا بكثرة في تغطية الأحداث الإرهابية التي يتواجد بها أعداد كبيرة من الجمهور، وجنازات الشهداء التي تكون مزدحمة مما يجعل صحفي الفيديو يبحث عن أفضل الأماكن التي يلتقط منها الكادر الذي يصور كافة الموجودين باستخدام عمق الميدان الكبير، مما يجعله يفضل التصوير من خلف الحشد أو التصوير من أعلى للحصول على أوسع كادر ممكن.

وجاءت زاوية التصوير من أسفل في المرتبة الأخيرة بنسبة 1.4%، حيث لم تستخدم هذه الزاوية سوى في تصوير الأضرار التي حدثت في المباني المرتفعة مثل تفجير مديريتي أمن القاهرة والدقهلية، فيحرص صحفي الفيديو على تصوير آثار الدمار من أسفل المبني نظرًا لعدم إمكانية الصعود إلى البنى المنهار وتصويره من الداخل.

(17) التعليق على الفيديو في تغطية مواقع العينة للأحداث الإرهابية:

ركزت مواقع الصحف الإلكترونية عينة الدراسة في تغطيتها للأحداث الإرهابية على مقاطع الفيديو غير المصحوبة بالكلام بنسبة مرتفعة جدًا وصلت إلى 78.3%، نظرًا لأن صحفي الفيديو يكون أكثر حرصًا على تصوير مقطع الفيديو وعمل بعض التعديلات البسيطة عليه باستخدام برامج المونتاج دون الاهتمام بإضافة تعليق صوتي إلا في أضيق الحدود، خاصة أنه يعتمد على وضع عنوان مفسر للأحداث أسفل الفيديو. وجاءت مقاطع الفيديو المصحوبة بالكلام بنسبة 21.7%، وتمثلت هذه المقاطع بشكل كبير في المقاطع التي أصدرتها الجهات الرسمية مثل وزارتي الدفاع والداخلية والتي تعتمد بشكل كبير على تقديم كافة المعلومات من خلال التعليق الصوتي، بالإضافة إلى بعض المقاطع المجتزأة من نشرات الأخبار من قنوات التليفزيون.

(18) نوع اللقطات المستخدمة في تغطية مواقع العينة للأحداث الإرهابية:

ركزت مواقع الصحف الإلكترونية عينة الدراسة في تغطيتها للأحداث الإرهابية على استخدام اللقطة القريبة بنسبة 60.2%، خاصة في تغطية الأحداث الإرهابية التي يكون الخطر قد زال من موقع الأحداث، وعند إجراء حوار مع أحد المسئولين أو شاهدي العيان، نظرًا لأن الزاوية القريبة تدل على الحميمية بين المصور والمصدر، حتي يتمكن من التواصل معه والحصول على كافة المعلومات التي يحتاج إليها.

وجاءت في المرتبة الثانية اللقطة الطويلة بنسبة 27.5%، واستخدمت هذه اللقطة بكثرة في أماكن وجود مواد متفجرة تحاول قوات الأمن التعامل معها وتفكيكها مما يستدعي إبعاد الجميع، فيلجأ صحفي الفيديو إلى استخدام اللقطة الطويلة ومحاولة تقريبها من خلال استخدام خاصية التقريب Zoom بالكاميرا، كذلك أثناء تصوير جنازات الشهداء ومحاولة تصوير أوسع كادر ممكن مما يستوجب استخدام اللقطات الطويلة، خاصة إذا كان هناك شخصية معينة يحاول صحفي الفيديو التركيز عليها وسط هذا الحشد.

وأخيرًا جاءت اللقطة المتوسطة في المرتبة الأخيرة بنسبة 12.3%، حيث يستخدمها صحفي الفيديو في الموضوعات التي تكون فيها المسافة بينه وبين الهدف أو مكان الحدث مسافة متوسطة ولا يستطيع الاقتراب منها أكثر من ذلك.

(19) معالجة الفيديو في تغطية مواقع العينة للأحداث الإرهابية:

ركزت مواقع الصحف الإلكترونية عينة الدراسة في تغطيتها للأحداث الإرهابية على استخدام مقاطع الفيديو غير المعالجة بنسبة مرتفعة جدًا تصل إلى 70.2%، والمقصود بالمعالجة هنا التعديلات البسيطة والظاهرية التي يمكن أن يضيفها صحفي الفيديو على المقطع دون التغيير في مضمونه مثل إضافة مقطع صوتي، أو تركيب بعض اللقطات، أو تكبير وتصغير بعض اللقطات من أجل إيضاح نقطة معينة، أو المقارنة بين لقطتين وغيرها من التعديلات البسيطة. ويتضح الاعتماد بشكل كبير جدًا على مقاطع الفيديو المصورة دون معالجة والتي تهدف في المقام الأول لنقل المعلومة فقط دون إجراء أي تعديل على المقطع.

وجاءت مقاطع الفيديو التي تم معالجتها بنسبة 29.8%، حيث اعتمدت صحف العينة في بعض الأحيان على استخدام أداوت المونتاج لزيادة التأثير في مقاطع الفيديو مثل إضافة موسيقى حزينة عند تناول موضوع عن أسر الشهداء، أو استخدام أدوات التكبير لتوضيح وجه الإرهابيين مرتكبي الجرائم الإرهابية من أجل مساعدة الجمهور في القبض عليهم.

(20) جودة تصوير الفيديو في تغطية مواقع العينة للأحداث الإرهابية:

اختلفت جودة مقاطع الفيديو المستخدمة في تناول مواقع الصحف للأحداث الإرهابية، فقد جاءت الجودة المرتفعة في المرتبة الأولى بنسبة مرتفعة وصلت إلى 61%، والمقصود بالجودة هنا هي توافر كافة العناصر التي تؤدي إلى اعتبار الفيديو جيدًا في إيصال المعلومة مثل وضوح الصورة، ووضوح الصوت، ونقاء الصورة وثباتها وعدم اهتزازها، وقد توافرت هذه العوامل في عدد كبير من مقاطع الفيديو مما جعل الجودة المرتفعة تحتل

الصدارة في ترتيب جودات تصوير الفيديو، وإن كان موقع أخبار اليوم تفوق في ذلك نظرًا لتوفيره كافة الإمكانات المادية والتكنولوجية الحديثة التي تجعل المنتج عالي الجودة.

وجاءت الجودة المتوسطة في المرتبة الثانية بنسبة 27.3%، حيث كان هناك عدد من مقاطع الفيديو توافرت فيه بعض العوامل ولم تتوافر الأخرى مما جعل الجودة متوسطة، أي تقدم المعلومة لكن مع فقدانها لأحد عناصر الجودة مثل اهتزاز الصورة ، أو عدم وضوح الصوت بسبب التأثيرات الخارجية.

وأخيرًا جاءت الجودة الضعيفة في المرتبة الأخيرة بنسبة 11.7%، حيث كان هناك مقاطع فيديو تحتوي على صوت وصورة بشكل سئ، لكن حرصت المواقع على نشرها لأنها تقدم معلومة هامة، وتعتبر أكثر هذه المقاطع هي المقاطع التي صورها شهود العيان نظرًا لأنها في الغالب تكون من خلال كاميرا تليفون محمول، وجودتها ضعيفة بالإضافة إلى عدم وضوح الصوت. واتضح هذا الأمر بكثرة في مقاطع الفيديو التي تم تصويرها ليلًا حيث أن هناك كاميرات تجعل الصورة الليلية غير واضحة تمامًا.

مراجع الدراسة:

(1) Erin M. Kearns, Why Do Some Terrorist Attacks Receive More Media Attention Than Others?, **Justice Quarterly Journal**, 25 Jan 2019. Available at: https://doi.org/10.1080/07418825.2018.1524507

(2) Monika Djerf-Pierre, et.al, The Role of Journalism on YouTube: Audience Engagement with 'Superbug' Reporting, **Media and Communication Journal**, Vol 7, No 1, 2019.

(3) Shahira S Fahmy, The age of terrorism media: The visual narratives of the Islamic State Group's Dabiq magazine, **International Communication Gazette Journal**, Vol 1, No29, 2019. Available at: https://doi.org/10.1177%2F1748048519843412

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

(5) أحمد إبراهيم محمد عطيه، أولويات القضايا المقدمة في صحافة الفيديو وعلاقتها بترتيب أولويات الجمهور، **رسالة ماجستير غير منشورة**،(جامعة القاهرة، كلية الإعلام، قسم الصحافة، 2017).

(6) أيمن محمد بريك، وإيمان محمود أحمد، الحرب على الإرهاب كما تعكسها صحافة الفيديو في المواقع الإلكترونية المصرية والأمريكية الموجهة بالعربية، بحث منشور (جامعة القاهرة، كلية الإعلام، **المجلة المصرية لبحوث الإعلام**، العدد 60، سبتمبر 2017).

(7) مفتاح محمد أجعية، التأطير الإعلامي لقضايا الإرهاب في الصحف الإلكترونية الليبية، بحث منشور(ليبيا، جامعة سرت - مركز البحوث والاستشارات، **مجلة جامعة سرت العلمية - العلوم الانسانية**، مجلد 7، العدد الأول، يونيو 2017).

(8) علي حمودة جمعة، دور صحافة الفيديو في تشكيل إتجاهات الجاليات الأجنبية نحو الإسلاموفوبيا، بحث منشور (الجمعية المصرية للعلاقات العامة، **مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط**، العدد 11، يونيو 2016).

(9) غادة عبدالتواب اليماني، التأثيرات المعرفية والتذكيرية للفيديوهات الصحفية المصاحبة للأحداث الإرهابية"، بحث منشور (**المجلة المصرية لبحوث الإعلام، إبريل- يونيو 2015**).

(10) Shanto Iyengar, Adam Simon, News Coverage of the Gulf Crisis and Public Opinion, **Communication Research**, Vol. 20, No.4, 2000, P.366.

(11) Paul D. Angels, News Framing, **Journal of Communication**, Vol. 52, No. 4, December 2002, P. 875.

(12) Holl A. Semetko and Patti Volkenburg, Framing European Politics, **Journal of Communication**, Vol. 50, No. 2, Spring 2000, P. 93.

(13) خالد صلاح الدين حسن ، دور التليفزيون والصحف في تشكيل معلومات واتجاهات الجمهور نحو القضايا الخارجية، **رسالة دكتوراه ، غير منشورة** (جامعة القاهرة : كلية الإعلام ، 2001) ص 73.

(14) Robert H.Wicks, Message framing and constructing meaning: An emerging paradigm in mass communication research, in Pamela J.Kalbfleisch(ed), **communication yearbook**,vol.29, Lawrence Erlbaum associates,publishers,2005, p339-3340.

(15) عدلي سيد رضا وآخرون، التحليل النقدي لبحوث الأطر الإعلامية خلال العقد الأول من القرن الحادي والعشرين: دراسة تحليلية من المستوى الثاني، **المؤتمر الدولي السابع عشر** (جامعة القاهرة، كلية الإعلام، ديسمبر 2011) ص81.

(16) Robert M. Entman, Framing: Toward Clarification of Fractured Paradigm, **Journal of Communication**, Vol 43, No .4, Autumn 1993. PP 52-55.

(17) Claes De Vreese and Hajo Boomgaarden, Valenced News Frames and Public Support for the EU, Communications, Vol. 28, Walter de Gruyter, 2003, P. 363.

(18) Vicent Price, David Tewksbury, Elizabeth Powers, Switching Trains of thoughts: The Impact of News Frames on Readers Cognitive Responses, **Communication Research**, Vol. 24, No. 5, October 1997, PP. 481-506.

(19) Dietran A. Scheufele, Framing As Theory of Media Effects, **Journal of Communication**, Vol. 49, No. 4, winter 1999, P. 115.

(20) Karen Collagher & Frank Schaull, Assessing the Democratic Debate, **Political Communication**, Vol. 18, 2001, PP. 183-212.
(21) Renita Coleman, Framing the Pictures in Our Heads. Exploringbthe Framing and Agenda Setting Effects of Visual Images, In: P.D Anglo, Paul & J. A. Kuypers, "**Doing News Framing Analysis. Empirical and Theoretical Perspectives**", Chapter 10, New York Routledge, 2010, pp. 233 -262.
(22) Robert Entman: "Framing toward clarification of a fractured paradigm", **Journal of Communication**, Vol. 43, No.4, autumn 1993, 9.52.
(23) (1) B. William Silcock, "The battle of ideological images: CNN vs FOX visual framing of the invasion of Iraq", **Electronic News**, Vol. 2, No. 3, autumn 2011. p. 525.
(24) (1) Todd Gitlin, "**TheWhole World is Watching: Mass Media in The Making and Un Making of The New Life**", (Berceley: University of California Press, 1980),P. 7.
(25) (1) Robert. M Entman, "Farming US coverage of international news: Contrasts in narratives of the KAL and Iran air incidents**", Journal of Communication**, Vol. 7, No. 1, 1992, p. 60.
(26) (1) Lulu Rodriguez & Daniela V. Dimitrova, "The levels of visual framing", **Journal of Visual Literacy**, vol. 30, no. 1, 2011, p. 51.
(27) (1) James K Hertog, Douglas M McLeod, "A multi-perspectival approach to framing analysis: A field guide". In Reese, S. D, Gandy O., & Grant, A. (Eds.), **frame public life: perspective on media and our understanding of the social world.** Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum Associates, 2001, p. 139-161.
(28) (1) Keit Greenwood & Joy Jenkins, "Visual Framing of the Syrian Conflict in News and Public Affairs Magazines**", Journalism studies**, Vol. 16, No.1, 2015, pp. 207-227
(29) (1) Shelly Rodgersa & Esther Thorsonb, "Fixin" stereotypes in news photos: A synergistic approach with the Los Angeles Times**", Visual Communication Quarterly**, Vol. 7, No. 3, 2000, pp 7-11.
(30) (1) Ilija Tomanic Trivundza, "Framing's overlooked frame: Fractured paradigm and the study of visuals", **Media and Communication Studies Interventions and Intersections**, 2010, p.102.
(31) (1) Lulu Rodriguez & Daniela V. Dimitrova, "The levels of visual framing**", Op. Cit** , p. 52-59.
(32) تم الدخول الى عدة مواقع تم من خلالها تحديد المجتمع الأصلي لمواقع الصحف الإلكترونية المصرية التي تستخدم صحافة الفيديو ، وكانت على النحو الآتي :
https://www.youtube.com/user/akhbarelyoumtv
https://www.youtube.com/user/ahramGate
https://www.youtube.com/user/algomhoria1
https://www.youtube.com/user/wafdvideo
http://www.videoyoum7.com
https://www.youtube.com/user/AlMasryAlYoum
https://www.youtube.com/user/VetogateOfficial
https://www.youtube.com/user/ShoroukVideos
https://www.youtube.com/user/ElWatanNews