



كلية الآداب
قسم الإعلام
شعبة الصحافة

بحث علمي بعنوان:

توظيف الفيديو جراف في القضايا الاجتماعية بالمواقع الإخبارية المصرية وعلاقته باتجاه الجمهور نحو هذه القضايا

"دراسة تحليلية وميدانية"

دراسة مقدمة لنيل درجة الماجستير في الآداب، قسم إعلام، "شعبة تكنولوجيا الفن الصحفي"

إعداد

زينب عبد الناصر محمد عبد العال عوض الله

مستخلص الدراسة:

سعت الدراسة الحالية الى رصد وتحليل وتفسير كيفية توظيف الفيديو جراف في القضايا الاجتماعية بالمواقع الاخبارية المصرية وعلاقته باتجاه الجمهور نحو هذه القضايا، وذلك من خلال دراسة عناصر الشكل والمضمون الخاص بالفيديو جراف محل الدراسة في المواقع الاخبارية (اليوم السابع، القاهرة 24، مصراوي) ، بالإضافة الى رصد اتجاهات الجمهور من خلال عمل دراسة ميدانية.

تنتمي هذه الدراسة الى الدراسات الوصفية **Studies Descriptive**، وتعتمد على منهج المسح الاعلامي (SURVEY)، وتم جمع البيانات عن طريق صحيفة تحليل المضمون للدراسة التحليلية على عينة متاحة من قوالب الفيديو جراف بالمواقع الاخبارية المصرية محل الدراسة قوامها 406 فيديو جراف.

واداة المقابلة المقننة مع مسؤولين انتاج محتوى الفيديو جراف بالمواقع عينة الدراسة، واستمارة الاستبيان على عينة عشوائية للدراسة الميدانية قوامها 400 مفردة من الجمهور المصري المتعرض للفيديو جراف بالمواقع الاخبارية، ممن تتراوح اعمارهم من 18 الى 60 عاماً فأكثر، وجاء اهم اهداف الدراسة على النحو التالي: سعت الدراسة لتحقيق هدف عام وهو رصد ومعرفة كيف توظف المواقع الاخبارية قوالب الفيديو جراف في عرض القضايا الاجتماعية و التعرف على اتجاهات الجمهور نحو محتوى الفيديو جراف المقدم بالمواقع الاخبارية المصرية، وتوصلت الدراسة الى عدة نتائج من ابرزها، أن قراءة التعليقات تؤثر على اتجاه المبحوثين نحو القضايا الاجتماعية المقدمة بقالب الفيديو جراف بالمواقع الاخبارية المصرية بشكل كبير، وتسهم المضامين في صحافة الفيديو جراف في تغيير مفاهيم المبحوثين اتجاه بعض القضايا والاحداث المقدمة بها بشكل متوسط، بجانب ان اكثر العناصر جذبا في محتوى، وبالنسبة لنوع جمهور الفيديو جراف تتفوق نسبة النساء على الرجال في التعرض لمحتوى الفيديو جراف بالمواقع الاخبارية.

Abstract:

The current study sought to monitor, analyze and explain how videography is used in social issues on Egyptian news sites and its relationship to the public's attitude toward these issues, by studying the elements of the form and content of the videography under study on news sites.

(Youm 7, Cairo 24, Masrawy), in addition to monitoring audience trends by conducting a field study.

This study belongs to descriptive studies, and relies on the media survey approach (SURVEY). Data was collected through a content analysis newspaper for the analytical study on an available sample of video graph templates on the Egyptian news sites under study, consisting of 406 video graphs.

The standardized interview tool was used with officials responsible for producing videography content on the sites sampled for the study, and the questionnaire form was administered to a random sample for the field study consisting of 400 individuals from the Egyptian public exposed to videography on news sites, whose ages ranged from 18 to 60 years and over. The most important objectives of the study were as follows: The study sought to achieve a general goal, which is to monitor and know how news websites employ video graph templates in presenting social issues and to identify the public's attitudes towards video graph content presented on Egyptian news websites.

The study reached several results, the most notable of which are:

Reading comments greatly affects the respondents' attitude toward the social issues presented in the videography format on Egyptian news sites, and the contents in videography journalism contribute to changing the respondents' perceptions of some of the issues and events presented in them on a moderate level. In addition, the most attractive elements in the content, and with respect to the type of audience of the videography, excel. The percentage of men who are exposed to video content on news websites.

مقدمة الدراسة:

لعلنا جميعا شاهدنا الثورة التكنولوجية التي عبرت كل شيء في حياتنا و اصبح يستخدمها الكبير والصغير ليس فقط في الجانب الترفيهي وبشكل اختياري بل اصبحت ضرورة من ضروريات الحياة، ومن اكثر المجالات التي تأثرت بالثورة التكنولوجية هو مجال الاتصالات والاعلام، وبشكل خاص مجال الصحافة.

فتم تطوير ادوات الصحافة من الادوات الورقية والجرائد المطبوعة الى المواقع الالكترونية والاذنية على الانترنت، ولم تكتفي الصحافة بهذا القدر من التطور بل ظلت تطور من آلياتها ومن المادة المقدمة فتنوعت الصحافة الالكترونية واصبح منها صحافة المواطن، وصحافة الفيديو، وصحافة البيانات وغيرها.

وفي هذه الدراسة سنركز على نمط من انماط صحافة البيانات الا وهو قالب الفيديو جراف، لأنه اصبح ظاهرة صحفية تكنولوجية في الآونة الاخيرة يؤثر في اتجاهات الجمهور المتلقي ويقدم مختلف الموضوعات الصحفية.

وفي هذه الدراسة سيتم التركيز على القضايا الاجتماعية بجوانبها المختلفة المقدمة بقالب الفيديو جراف وسيتم رصد كيف يتم توظيف قالب الفيديو جراف بالمواقع الاخبارية المصرية.

عن طريق المقابلة المقننة مع منتجين المحتوى في المواقع الاخبارية المصرية، وايضا تحليل قوالب الفيديو جراف التي تقدم المحتوى الاجتماعي وتحليل عناصر الوسائط المتعددة المستخدمة فيها.

بجانب عمل دراسة ميدانية لرصد ومعرفة كيف تؤثر في الجمهور وتشكل اتجاهاته، وتلبي احتياجاته المعرفية، باستخدام اطار منهجي ونظري مناسب، ومن خلال عرض منهجي للدراسات السابقة التي تم تقسيمها على محورين:-

محور متعلق بالقضايا الاجتماعية بالمواقع الاخبارية واتجاهات الجمهور

محور متعلق بالفيديو جراف- وصحافة البيانات، و تم اعداد نموذج فيديو جراف يناسب شريحة هامة من الجمهور " زوي الاحتياجات الخاصة" وهذا من اقتراح الباحثة .

مشكلة الدراسة: نظرا لطبيعة التطور في تكنولوجيا الاتصال وتأثيرها على العمل الاعلامي والصحفي، يجعل هذا البيئة الصحفية دائما في حاجة الى مواكبة التكنولوجيا وكل ما هو جديد للتواصل مع الجمهور من

اجل البقاء والاستمرار ومواجهة المنافسة، وتزايد اهتمام المؤسسات الصحفية والممارسين فيها بتطوير صحافة البيانات والفيديو والجرافيك، وتوظيف هذه الوسائل والأشكال الحديثة في بناء بيئة تفاعلية مع الجمهور

وفي ضوء الدراسات السابقة حول موضوع الدراسة، وما توصلت إليه من نتائج وتوصيات فإن هذه الدراسة تسعى إلى محاولة معرفة كيفية توظيف الفيديو جراف في القضايا الاجتماعية بالمواقع الاخبارية المصرية وعلاقته باتجاهات الجمهور نحو هذه القضايا، وذلك عبر المقابلات المتعمقة مع مسؤولي وخبراء صحافة الفيديو جراف بالمواقع محل الدراسة، والتعرف أكثر على استراتيجيات وفروض نظرية ثراء الوسيلة ونموذج التقبل التكنولوجي في محتوى قالب الفيديو جراف والكشف عن علاقته بجذب الجمهور واتجاههم نحوه.

أهمية الدراسة:

تتضح أهمية الدراسة في عدة حقائق أهمها:-

أولاً: تزايد الدور الذي تقدمه المواقع الاخبارية المصرية في تطوير محتواها وتقنياتها مثل استخدام قالب الفيديو جراف لجذب الجمهور وإيضاح محتوى المادة الصحفية المقدمة والعمل على زيادة نسبة الثقة بي الموقع والجمهور المستخدم من خلال نظرية ثراء الوسيلة، لذلك تتيح الدراسة إيضاح كيفية توظيف المواقع الاخبارية محل الدراسة للفيديو جراف للتأثير على اتجاهات الجمهور.

ثانياً: ضرورة الكشف عن كيفية استخدام قوالب الفيديو جراف في تحقيق المنفعة المدركة بالنسبة للجمهور والتأثير على سلوكه واتجاهاته وفق نموذج التقبل التكنولوجي، لذلك تسعى الدراسة إلى معرفة اتجاهات الجمهور حول القضايا الاجتماعية المقدمة بمحتوى الفيديو جراف بالمواقع الاخبارية المصرية محل الدراسة.

ثالثاً: تكتسب الدراسة منحى هام في التساير مع التطور التكنولوجي السريع وتداخل تطور التقنيات الاتصالية مع البيئة الصحفية الالكترونية ومحاولة اثرائها عن طريق توضيح عام لكيفية توظيف الفيديو جراف بالمواقع الاخبارية المصرية وعلاقته بالمنفعة وإشباع حاجات الجمهور نحو المعرفة واتجاه نحو قضاياها التي تشغله المعروض بمحتوى الفيديو جراف.

رابعاً: الانتشار الواسع حديثاً لصحافة البيانات وانماطها المختلفة التي منها نمط " الفيديو جراف " مما يحتم دراسة هذه الظاهرة وبشكل خاص قالب الفيديو جراف موضوع البحث لمعرفة شتى جوانبه وأهميته بالنسبة للجمهور.

أهداف الدراسة:

تهدف الدراسة إلى هدف رئيسي وهو التعرف على كيفية توظيف المواقع الاخبارية المصرية لقوالب الفيديو جراف التي تقدم القضايا الاجتماعية ومعرفة اتجاهات الجمهور نحوها.

وينبثق من هذا الهدف الرئيسي أهداف فرعية:

أولاً: اهداف الدراسة التحليلية

التعرف على مصادر المعلومات والبيانات في قالب الفيديو جراف من الموقع الإخباري.

معرفة أسلوب توظيف الفيديو جراف في المواقع الإخبارية المصرية.

التعرف على نمط تصميم الفيديو جراف بالمواقع الإخبارية المصرية.

رصد مكونات قالب الفيديو جراف بالمواقع الإخبارية المصرية.

ثانياً: اهداف الدراسة الميدانية

رصد اتجاهات الجمهور نحو القضايا الاجتماعية بقالب الفيديو جراف بالمواقع الإخبارية المصرية.

معرفة كيفية تفاعل الجمهور على قالب الفيديو جراف بالمواقع الإخبارية المصرية.

معرفة المتغيرات الديموغرافية لدى الجمهور الذي يتعرض لمحتوى الفيديو جراف بالمواقع الإخبارية المصرية.

رابعاً: تحليل وتفسير عملية الانتشار الواسع حديثاً لصحافة البيانات وانماطها المختلفة التي منها نمط " الفيديو جراف " مما يحتم دراسة هذه الظاهرة وبشكل خاص قالب الفيديو جراف موضوع البحث لمعرفة شتى جوانبه واهميته بالنسبة للجمهور.

تساؤلات الدراسة:

أ. تساؤلات خاصة بالشكل "كيف قيل؟":

ب. التعرف على مصادر المعلومات والبيانات في قالب الفيديو جراف من الموقع الإخباري؟

ج. معرفة أسلوب توظيف الفيديو جراف في المواقع الإخبارية المصرية؟

د. تحليل مكونات قالب الفيديو جراف في المواقع الإخبارية المصرية؟

هـ. تساؤلات خاصة بالمضمون "ماذا قيل؟":

1. التعرف على أساليب تقديم محتوى قالب الفيديو جراف في المواقع الإخبارية المصرية؟

2. كيف وظفت المواقع الإخبارية المصرية قوالب الفيديو جراف التي تحتوي على القضايا الاجتماعية؟

و. تساؤلات خاصة بجمهور الشباب المصري:

3. ما كثافة تعرّض الجمهور للمواقع الإخبارية المصرية التي تقدم قوالب الفيديو جراف المقدمة للقضايا الاجتماعية؟

4. ما مستوى إدراك الجمهور المصري (الأحداث والقضايا الاجتماعية في مصر من خلال متابعة المواقع الإخبارية المقدمة للقضايا الاجتماعية بقوالب الفيديو جراف؟

5. هل يتفق الشباب المصري في معالجة الأحداث والقضايا الاجتماعية في مصر داخل "المواقع الإخبارية المصرية المقدمة لقالب الفيديو جراف؟

6. ما اتجاهات الجمهور نحو (القضايا الاجتماعية بقوالب الفيديو جراف) داخل المواقع الإخبارية؟

7. ما حدود التأثيرات (المعرفية، والوجدانية، والسلوكية) التي نتجت عن متابعة الأحداث والقضايا الاجتماعية بقوالب الفيديو جراف داخل المواقع الاخبارية؟

فروض الدراسة الميدانية:

الفرض الأول: توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين " اعتماد الجمهور على الفيديو جراف بالمواقع الاخبارية المصرية وزيادة الوعي بالقضايا الاجتماعية".

الفرض الثاني: توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين "التعرض لمحتوى الفيديو جراف بالمواقع الاخبارية المصرية والتأثير على سلوك المبحوثين".

الفرض الثالث: توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين " درجة اعتماد الجمهور على الفيديو جراف والاستقرار الاجتماعي".

الفرض الرابع: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين " اتجاهات الجمهور نحو محتوى القضايا الاجتماعية المقدمة بالفيديو جراف بالمواقع الاخبارية المصرية وبين المتغيرات الديموغرافية للمبحوثين".

وعلى هذا تم تقسيم الدراسات السابقة الى محورين: المحور الأول متعلق بالقضايا الاجتماعية والمواقع الاخبارية، والمحور الثاني متعلق بالفيديو جراف، وصحافة البيانات.

المحور الأول الدراسات المتعلقة بالقضايا الاجتماعية ، واتجاهات الجمهور

تهدف الدراسة الى التعرف على فهم التزامات ومعايير وقيم ممارسي الصحافة التعاونية في سياقات مختلفة في أمريكا اللاتينية نظرا لان الحياة في هذه المنطقة ،أمريكا اللاتينية هي منطقة متنوعة لها تاريخ من عدم الاستقرار الاجتماعي والاقتصادي والسياسي ، بالتناوب بين الأنظمة الاستبدادية والديمقراطية.

واعتمدت هذه الدراسة على نوع الدراسة التحليلية لعينة قوامها 36 مقابلة متعمقة وشبه منظمة أجريت في أمريكا اللاتينية وتوصلت الى عدة نتائج من ابرزها أن ممارسي الصحافة التعاونية يتشاركون عادة الأدوار والممارسات والقيم والمعايير المعيارية للصحافة، كما توصلت ايضا الى ان التعاون في مجال الصحافة ذا أهمية متزايدة ، في مواجهة التحديات التي تطرحها الرقمية والمنصات. أدى تطوير تقنيات المعلومات والاتصالات إلى صحافة تعاونية ملتزمة بالأساليب الديمقراطية والموجهة للجمهور.

وتقترح الدراسة الحاجة إلى تعزيز واستعادة وإصلاح معايير وقيم الصحافة المعيارية ، لا سيما في الديمقراطيات غير الديمقراطية والسلطوية والمتطورة. يمكن أن تكون هذه الدراسة مورداً قيماً للباحثين المستقبليين الذين يستكشفون الصحافة والتعاونية والصحافة الاستقصائية خارج سياق الديمقراطيات الليبرالية الغربية (MESQUITA, 2023).

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على اتجاهات الجمهور نحو مصداقية صحافة الفيديو ودورها في مكافحة الشائعات الإلكترونية والأخبار الزائفة والمضللة، واعتمدت على منهج المسح الإعلامي، وتم إجراء البحث على عينة من الجمهور المصري المتابع لصحافة الفيديو، وقد بلغ قوامها نحو (200) مفردة، وتم اختيار هذه العينة من محافظتي: دمياط والدقهلية.

وتوصلت الدراسة الى عدة نتائج من ابرزها : ارتفاع معدل تعرض هذا الجمهور للأخبار والمعلومات المقدمة من صحافة الفيديو؛ وذلك لثقتهم في مصداقيتها، ولتأكدهم من صحة المعلومات حول الأحداث والقضايا الجارية، وأشارت الدراسة إلى تعدد الموضوعات التي تتناولها صحافة الفيديو، والتي ترتبط بالشائعات الإلكترونية، وجاءت الموضوعات السياسية والاجتماعية، وموضوعات الجرائم والحوادث في المراتب الأولى من وجهة نظر المبحوثين الذين تم اختيارهم.

وجاءت ثقة هؤلاء المبحوثين في صحافة الفيديو؛ لتدعيمها أخبارها بالصوت والصورة؛ مما يزيد في مصداقية الأخبار، ويساعد في مكافحة الشائعات الإلكترونية. (الاء محمد ممدوح الاء محمد ممدوح رانيا زكريا، 2023)

تهدف هذه الدراسة الى التعرف على اتجاهات الجمهور المصري نحو صحافة التريند المنشورة بالصفحات الإخبارية المصرية على موقع "الفييس بوك"، والكشف عن مدى مصداقيتها لديه، ورصد التأثيرات المعرفية والسلوكية والوجدانية الناتجة عن اعتماد المبحوثين عليها. .

لانه من المعروف ظهور اتجاه جديد في الصحافة المصرية خاصة الإلكترونية في السنوات القليلة الماضية عُرف باسم صحافة "التريند".

وهي تعني باتجاه مواقع الصحف الإلكترونية لتغطية الأحداث التي تظهر فجأة على مواقع التواصل الاجتماعي وتلقى رواجًا بين مستخدمي هذه المواقع ومن ثم نشرها على منصاتها.

وتتنمي الدراسة إلى الدراسات الوصفية واستخدمت منهج المسح بالتطبيق على عينة قوامها 400 مفردة من الجمهور المصري من 18 عام فأكثر من متابعي الصفحات الإخبارية المصرية بموقع التواصل الاجتماعي "الفييس بوك" باستخدام أداة الاستبيان الإلكتروني. (جميل، 2023)

تهدف الدراسة الى الدور الذي لعبته مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام لدى طلبة الجامعات حول ظاهرة الفلتان الأمني المجتمعي، وهو الدور الذي أثار أسئلة كثيرة بسبب الانتشار الواسع لمواقع التواصل الاجتماعي وتأثيرها على فئة الشباب، واعتمدت الباحثة على المنهج الوصفي التحليلي الذي يهتم بدراسة الظاهرة محور البحث في نفس الحين والتعرف على تفاصيلها لتبيان العوامل والأسباب التي تقف خلفها، وتكونت عينة الدراسة من (174) طالب وطالبة من طلبة الجامعات الفلسطينية الثلاث في محافظة الخليل التي تشهد اضطرابات أمنية اجتماعية وهي (جامعة الخليل، جامعة بوليتكنيك فلسطين، جامعة القدس المفتوحة) باستخدام أسلوب العينة القصدية، وخلصت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أبرزها أن مواقع التواصل الاجتماعي تساهم في تشكيل آراء الشباب حول ظاهرة الفلتان الأمني كما يلي: (توعي المواطنين من خطر هذه الظاهرة) بنسبة (32.2%) يليه أنها (تزيد من التفاعل والاندماج في المجتمع) بنسبة (23.6%)، يليه أنها (تزيد من انتشار الخوف بين المواطنين) بنسبة(17.8%) .

وكان أقلها أنها (تساعد في التكيف مع هذه المشكلة ومواجهتها)، وأنها (شكلت عزلة اجتماعية عن الواقع) بنسبة (12.6%) لكل منها.ومن أبرز التوصيات التي خلصت لها الدراسة كان أهمها ضرورة استخدام القيم الأخلاقية والتقيدها، وعدم التعدي على خصوصية الغير في نقل الأخبار والأحداث التي تتعلق بالسلم الأهلي. (امين، 2023). (

هدفت هذه الدراسة لمعرفة الدور الذي تقوم به الصحافة السعودية في ترتيب أولويات القضايا الاجتماعية

وتتنمي هذه الدراسة إلى البحوث الوصفية التحليلية، حيث استخدم الباحث استمارة تحليل المضمون، وتوصلت الدراسة إلى أن المادة الخبرية في صحيفتي الوطن والجزيرة جاءت في المرتبة الأولى من حيث الأشكال التحريرية، وكشفت الدراسة عن أن المشاكل الأسرية احتلت المرتبة الأولى من بين القضايا الاجتماعية في الصحيفتين بما نسبته 6,15%، بينما جاء غلاء المعيشة وقضايا المرأة في المرتبة الثانية والثالثة على التوالي، كما توصلت الدراسة إلى أن القيم الاجتماعية التي تضمنتها المادة الصحفية في صحيفتي الوطن والجزيرة جاءت نسبياً متقاربة إلى حد ما، حيث احتلت الدعوة إلى توفير وظائف المرتبة الأولى بنسبة 16.2%، وجاءت قيم محاربة غلاء المعيشة في المرتبة الثانية بنسبة 16.1%، وهي نسبة قريبة جداً من نسبة توفير الوظائف وكلاهما يرتبطان بهدف رفع مستوى المعيشة لدى المجتمع، وحاز التكافل الاجتماعي المركز الثالث بنسبة 13.75.

بينما جاءت التبرعات في المرتبة الرابعة بنسبة 12.8%، وحازت مكافحة الفقر نسبة 5.7% في المرتبة الأخيرة من القيم الاجتماعية، كما كشفت نتائج الدراسة أن اتجاه المادة الصحفية كان إيجابياً في كلتا الصحيفتين وبنسبة عالية. (عسيري، 2023)

هدفت الدراسة الي التعرف علي حجم الدور الذي تلعبه مواقع التواصل الاجتماعي من خلال توجيه القائم بالاتصال إلى بعض الأخبار والقضايا المجتمعية، ومن ثم التأثير في ترتيب أولوياته النهائية في تقديم محتوى البرنامج الحوارى بالقنوات الفضائية.

وتعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية، واستخدمت منهج المسح الإعلامي بشقه الوصفي، بهدف الوصول إلى نتائج تفسيرية ذات دلالة لمعرفة دور مواقع التواصل الاجتماعي في ترتيب أولويات القائم بالاتصال في البرامج الحوارية والذي يعتبر المنهج الرئيسي في دراسة جمهور وسائل الإعلام في إطارها الوصفي أو التحليلي .

واعتمدت في بنائها النظري علي نظرية ترتيب الأولويات (بناء الاجندة) ونظرية حارس البوابة، وسعت أيضا الي التعرف على مدى اعتماد القائم بالاتصال على مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للأخبار والقضايا المجتمعية، وتقييم مدى الاستفادة المتحققة من الاعتماد على مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للأخبار والقضايا المجتمعية كما يراها القائم بالاتصال.

وذلك عن طريق استخدام اداة الاستبيان التي تم تطبيقها علي عينة قوامها (100) مفردة من القائمين بالاتصال وهم (محرري ومعدى ومقدمي ومخرجين البرامج الحوارية) في والقنوات الفضائية محل الدراسة . (شليبي، 2023)

المحور الثاني دراسات تتعلق بالفيديو جراف- صحافة البيانات:

تهدف هذه الدراسة الي التعرف على الاشكال الجديدة في الصحافة الرقمية، التي أثرت على أربعة جوانب للصحافة مثل "المحتوى، الجمهور، الاساليب الصحفية، التمويل والانتاج الصحفي "استخدم منهج الوصفي المسحي للدراسات المتعلقة بهذا الجانب.

واستخدمت الدراسة التحليلية في تحليل الموضوعات محل الدراسة، واعتمدت في الاطار النظري "المعرفي" على تعريف الصحافة الرقمية في مختلف الكتابات، ومن أبرز النتائج التي توصلت اليها الدراسة ان العديد من الابحاث والدراسات حول الاشكال الصحفية الجديدة مثل صحافة البيانات، وصحافة الفيديو بكافة أشكاله. (Lopezosa, 2023)

تهدف هذه الدراسة الى إلقاء الضوء على التدريب الحالي في تخصص صحافة البيانات ، والذي يعد من أكثر التخصصات الواعدة لمستقبل الصحافة، من خلال فحص تفصيلي لدورات الدراسات العليا المقدمة في الجامعات الإسبانية. وقامت الدراسة بجمع منهجي للدرجات الرسمية في هذا المجال والتي يمكن العثور عليها في قواعد بيانات وزارة الجامعات الإسبانية ، بالإضافة إلى تحليل مقارن للدرجات الحالية لعامين دراسيين (2021/2020 و 2023/2022) . تُستكمل هذه الدراسة الكمية من خلال دراسة استقصائية لمحترفي صحافة البيانات الناطقين بالإسبانية حول تدريبهم، وتوصلت الى عدة نتائج أبرزها، ان الدراسة الاستطلاعية أظهرت المهنيين منهم 7٪ فقط من المتخصصين في الاتصال تلقوا تدريباً في هذا المجال الصحفي. وبالتالي ، فإن إسبانيا هي واحدة من البلدان التي لم تترسخ فيها صحافة البيانات بشكل كامل في غرف الأخبار بسبب نقص التدريب الكافي والمهنيين المدربين تدريباً مناسباً. (López-López, P.J. (Pilar José, 2023)

تهدف هذه الدراسة التعرف على كيفية توظيف صحافة البيانات في تناول الموضوعات الاقتصادية على شبكات التواصل الاجتماعي، واستخدمت الدراسة نظرية ثراء الوسيلة، ووظفت منهج المسح الإعلامي.

كما استخدمت أداة تحليل الشكل والمضمون لعينة بلغت (494) شكلاً من أشكال صحافة البيانات، وتوصلت الدراسة إلى تعدد أنماط تصميمات صحافة البيانات المصاحبة للموضوعات الاقتصادية، وجاءت الرسوم البيانية (الأعمدة) في المرتبة الأولى على مستوى الصحف ككل.

وأشار التحليل إلى تفوق فئة (نص ورسم) لطرق عرض الأشكال المختلفة لصحافة البيانات المتعلقة بالموضوعات الاقتصادية. (نسمة سليمان دبور، 2023)

تهدف هذه الدراسة الى التعرف على فاعلية برنامج باستخدام صحافة البيانات في تنمية بعض المفاهيم الاقتصادية لدى طلاب الإعلام التربوي من خلال تصميم موقع صحفي إلكتروني لعرض بعض من المفاهيم الاقتصادية باستخدام صحافة البيانات، واعتمدت تلك الدراسة على المنهج شبه التجريبي الذي يهتم بالتوصل إلى الاستنتاجات العلمية والبراهين، وتمثلت في عينة قوامها (60) مفردة من طلاب الفرقة الرابعة، وتم تقسيم أفراد عينة الدراسة إلى مجموعتين مجموعة ضابطة (30 طالب وطالبة)، ومجموعة تجريبية (30 طالب وطالبة) ، وتمثلت أدوات الدراسة في موقع صحفي إلكتروني معتمد على صحافة البيانات في تنمية بعض المفاهيم الاقتصادية لدى طلاب الإعلام التربوي.

ومقياس نظرية تمثيل المعلومات ونموذج قبول التكنولوجيا، ومقياس صحافة البيانات، ومقياس الوعي بصحافة البيانات في تنمية بعض المفاهيم الاقتصادية لدى طلاب الإعلام التربوي، واستمارة تقييم البرنامج التدريبي. وتوصلت الدراسة الى انه يوجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطي درجات المجموعة التجريبية في التطبيق البعدي والقبلي لمقياس نظرية تمثيل المعلومات وقبول التكنولوجيا لصالح التطبيق البعدي، يوجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطي درجات المجموعة التجريبية في التطبيق البعدي والقبلي لمقياس صحافة البيانات لصالح التطبيق البعدي."

3- يوجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطي درجات المجموعة التجريبية في التطبيق البعدي والقبلي لمقياس مهارة استخدام صحافة البيانات لصالح التطبيق البعدي. "

4- يوجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطي درجات المجموعة التجريبية في التطبيق البعدي والقبلي لمقياس الوعي بالمفاهيم الاقتصادية وفق صحافة البيانات لصالح التطبيق البعدي". (-فرندة ابراهيم، وليد عبد الفتاح، نشوى فتحي،، 2023).

تهدف الدراسة للتعرف على القيم الإخبارية المتضمنة في الفيديو جراف المقدم بالمواقع الإخبارية المصرية الحكومية و الخاصة من حيث الشكل والمضمون و تعد الدراسة من الدراسات الوصفية التحليلية و اعتمدت الدراسة على منهج المسح الإعلامي باعتباره الإطار المنهجي الذي يتوافق مع الدراسة و استخدمت الدراسة أسلوب المقارنة المنهجية. واعتمدت على أداة تحليل المضمون كأداة لجمع البيانات و شملت فترة الدراسة التحليلية القيم الإخبارية المتضمنة في الفيديو جراف في المواقع الإخبارية المصرية الحكومية و الخاصة لمدة شهر كامل للمواقع في الفترة من 1 إبريل 2021 إلى 1 مايو 2021 بإجمالي عدد (263) فيديو جراف إخباري.

و توصلت الدراسة إلي مجموعة من النتائج كان أهمها ان تعددت و تنوعت القيم الإخبارية المتضمنة للفيديو جراف في المواقع الإخبارية الحكومية و الخاصة حيث لكل موقع إخباري توجه سياسي و سياسة تحريره تحدد له أهم القيم الإخبارية التي تعتمد عليها في صياغة قوالبها و أشكالها الإعلامية الجديدة.

و تناولت المواقع الإخبارية الحكومية و الخاصة الوسائط المتعددة المتضمنة في الفيديو جراف فقد تنوعت و تعددت و ركزت على النص المكتوب المصاحب للفيديو جراف مع الوسائط الأخرى كالصوت و التعليق الصوتي و الموسيقى و اللقطات الحية و الرسوم الجرافيكية و الانيمشن و الجرافيك. (عاطف، 2022)

الإطار النظري للدراسة

نظرية ثراء الوسيلة: بنيت نظرية ثراء وسائل الإعلام حول فرضية مركزية

فرضية ثراء وسائل الإعلام، والتي تنص على أن "وسائل الاتصال المختلفة تمتلك درجات مختلفة من سمة تسمى الثراء مما يجعلها أكثر أو أقل قنوات فعالة للمعلومات والمعرفة. (نسمة سليمان دبور، 2023)

تتلخص فروض النظرية في الآتي:

إن المزيد من رجع الصدى والاشارات تزيد من ثراء وسائل الاعلام فامتلاك الوسيلة لأدوات تتيح للمستقبل ان يرسل ردود فعله وتعليقاته الى المرسل يعتبر من عوامل ثراء الوسيلة لأنه يتيح إمكانية ازالة أى التباس فى المعلومات المرسله والوصول الى الوضوح فى استقبال الرسالة بشكل صحيح .

يؤدي استخدام الوسائط الأكثر ثراءً إلى أداء أفضل للمهام الملتبسة بينما سيؤدي استخدام الوسائط الأقل ثراءً إلى أداء أفضل للمهام الأقل غموضاً، وهذه النقطة تركز على أهمية ثراء الوسيلة فيما يتعلق بطبيعة المعلومات التي يتم إرسالها فكلما كانت الرسالة بحاجة إلى توضيح ونقاش بين المرسل والمستقبل كان إرسالها بالوسائط الإعلامية الأكثر ثراءً ضروري على عكس بعض المعلومات الواضحة والغير غامضة

التي يمكن إرسالها بطرق اقل ثراءً حيث تتميز الرسالة بالبساطة والوضوح وذلك يرتبط بمجموعة من المتغيرات المشتركة بين المرسل والمستقبل.

في نظرية ثراء وسائل الاعلام يناقش دافنت ولينجل خمسة عوامل أساسية ذات صلة بالمهام التي قد تؤثر على الأداء: الالتباس.- عدم اليقين.- الروتين.- التعقيد.- والمحتوى العاطفي.

توظيف نظرية ثراء الوسيلة في الدراسة:

اعتمد الباحث في دراسته لقالب الفيديو جراف في المواقع الإخبارية المصرية على نظرية ثراء الوسيلة، بسبب ان هناك مداخل فلسفية للدراسات الاعلامية ومنها مدخل الاعلام الجديد الذي يعني (ماذا يفعل الناس بالناس) ويتناسب هذه المخل مع عدة نظريات تناسب الاعلام الجديد والتفاعلي والمواقع الالكترونية التي احدثها الانترنت وثورة الاتصال وتم اختيار نظرية ثراء لوسيلة نظرا لان في هذا البحث نتناول دراسة المواقع الالكترونية.

وهنا تختص بالوسيلة فالوسيلة التي توصف بالثراء هي التي لها القدرة على تقديم المعلومات بالطريقة التي تزيل أي لبس أو غموض حول الرسالة المقدمة، وهنا يأتي دور الفيديو جراف الذي يحاول تقديم المضمون للقارئ بشكل بسيط وفهم الموضوعات المعقدة التي تحتوي على قدر كبير من الأرقام والبيانات والجرافيك والحزم المعلوماتية.

وانطلاقاً من ذلك قام الباحث بتوظيف نظرية ثراء الوسيلة كإطار نظري للدراسة "التحليلية" ويستفيد الباحث من الفروض الأساسية التي تنطلق منها نظرية ثراء الوسيلة في تحديد درجة الأهمية التي تحظى بها صحافة الفيديو جراف في المواقع الإخبارية المصرية في إزالة اللبس والغموض وتقديم المعلومات بشكل بسيط يجذب القراء

النماذج المستخدمة للدراسة:-

نموذج قبول التكنولوجيا:-

يعتبر نموذج قبول التكنولوجيا، الذي ابتكر عام 1986 النموذج النظري الاكثر انتشارا وتطبيقا في مجال نظم المعلومات، وقد تم ابتكاره من قبل ديفيس الذي افترض فيه ان قبول نظم المعلومات من قبل الافراد يتحدد بمتغيرين رئيسيين؛ المنفعة المدركة، سهولة الاستخدام المدركة

هذين المتغيرين يتأثران بعوامل خارجية:-تعدد انظمة المعلومات المبتكرة وكثرة تعقيداتها وصعوبة التعامل معها كلها تعتبر عناصر معيقة للمستخدم النهائي الذي عادة ما يواجه مشكلة في القدرة على التعامل مع تلك التقنيات الجديدة والمعقدة عند تطبيقها في المنشآت او عند استبدال الانظمة القديمة بأنظمة اكثر حداثة، وبالتالي فشل التقنيات والانظمة الجديدة في الوصول الى الهدف الذي وضعت من اجله وهو تحقيق اكبر قدر ممكن من المنافسة، فشل المستخدم في تقبلها ادى الى انشاء نموذج هام يحدد ما اذا كان المستخدم

سيتمكن من تقبل تلك التقنيات الجديدة ومدى امكانية التعامل معها وهذا النموذج يسمى بقبول التقنية حيث يعتمد على عنصرين مهمين:- توقع الفائدة، وسهولة الاستخدام

سبب اختيار النموذج لموضوع الدراسة :-يعد نموذج قبول التكنولوجيا الجديدة من افضل النماذج النظرية التي طرحت العوامل التي تشكل موقف جمهور المستخدمين من التكنولوجيا الحديثة وبالتالي تم الاعتماد على هذا النموذج في العديد من الدراسات الاعلامية وغير الاعلامية التي تهتم بدراسة تأثير التقنيات الحديثة في وسائل الاعلام الجديدة والجمهور.

وتسعى الدراسة هنا الى توظيف هذا النموذج من خلال دراسة مجموعة من المتغيرات الخارجية التي يمكن ان تؤثر على كل من المنفعة المدركة وسهولة الاستخدام

الاطار المنهجي للدراسة:

نوع الدراسة:

تنتهي هذه الدراسة الى الدراسات الوصفية التي تهدف الى جمع المعلومات اللازمة لاعطاء وصف لمتغيرات الظاهرة المدروسة، وفي هذا الاطار تم استخدام المنهج المسحي الذي يتناسب مع هذا النوع من الدراسات، في محاولة لجمع المعلومات من مفردات مجتمع الدراسة من اجل التعرف الى الوضع الراهن لذلك المجتمع في ضوء متغير بحثي او اكثر (الدسوقي، 2021).

مجتمع الدراسة وعيناتها:

المكاني: تم ترك المجتمع مفتوح من جميع محافظات مصر ليتناسب مع موضوع الدراسة نظرا لانه يمثل جمهور عام غير متجانس وتمثل محيطاً للجمهور المستخدم للمواقع الاخبارية.

الزماني:

تم تحديد الاطار الزمني للدراسة بداية من 2023/1/1 إلى 2023/7/31م، في تطبيق الناحية الميدانية، و2022/10/1 إلى 2022/12/30م، في تطبيق الناحية التحليلية للمواقع الاخبارية محل الدراسة، والفترة من 2023/8/1 إلى 2023/8/29م لمقابلة مسؤولي ومصممي الفيديو جراف بالمواقع عينة الدراسة، لمعرفة كيف يتم توظيف الفيديو جراف بالمواقع الاخبارية.

الموضوعي: من خلال دراسة بعض قوالب الفيديو جراف المقدمة للمادة الاجتماعية التي تصدرها المواقع الاخبارية عينة الدراسة.

التصميم الاجرائي:

أولاً:مجتمع الدراسة التحليلية: يتمثل مجتمع الدراسة التحليلية في قوالب الفيديو جراف المتضمن للقضايا الاجتماعية، والتي تم تناولها في المواقع الاخبارية المصرية، محتوى رقمياً مختلف بطبيعة الموقع الناشر من حيث الاسلوب والمصادر والجمهور، وغيرها.

ثانيا عينة الدراسة التحليلية:

يتضمن عينة عمدية، وقد وقع اختيار الباحث على المواقع التالية" موقع اليوم السابع، موقع القاهرة24، موقع مصر اوي".

وتم الاعتماد على قالب الفيديو جراف المتضمن للقضايا الاجتماعية بالموقع الاخباري كوحدة للتحليل.

مبررات اختيار المواقع السابقة:

1_ التنوع في المواقع من حيث اسلوب العرض والاعتماد على المصادر ونمط الانتاج وطبيعة الجمهور.

2_ تعدد من اكثر المواقع انتشارا، ومألوفة لدى اغلب الجمهور.

3_ استخدامهم لصحافة البيانات، وللوسائط المتعددة، ونمط الفيديو جراف الصحفي، بأشكاله المتنوعة.

ثالثا مجتمع الدراسة الميدانية: ينحصر مجتمع الدراسة الميدانية في جميع مستخدمي المواقع الاخبارية عبر الانترنت من "الجمهور المصري" للتعرف على خصائصه.

رابعا عينة الدراسة الميدانية:

تختلف أساليب اختيار العينات اختلافا ملحوظا؛ فيمكن ان يتم اختيار العينة بالاختيار الذاتي "كأن يقوم بعض الباحثين المشاركة في الدراسة استجابة للنداءات الاعلامية التي تطلب متطوعين". او من خلال الباحث كما هو معروف، وهناك اجراءات لاختيار العينة تركز على اساسيات الاحتمال "العينات العشوائية، أو الاحتمالية"، واخرى تركز على اساسيات غير احتمالية". (فارح، 2017)

وقد تم في هذه الدراسة اختيار عينة مكونة من "400" مفردة جمهور عام من جميع محافظات مصر على الذكور والاناث بمتغيراتها الديموغرافية المختلفة والسبب في ذلك ان الجمهور المستهدف في هذه الدراسة جمهور مصري عام متغير ديموجرافيا والذي يتعرض للمواقع عينة الدراسة.

خامسا عينة المقابلة المقننة: المقابلة المقننة للقائمين على انتاج الفيديو جراف بالمواقع الاخبارية المصرية عينة الدراسة، تم اختيار عينة عمدية لمديرين والمشرفين العام على المواقع الاخبارية "اليوم السابع، القاهرة24، مصر اوي"

أدوات جمع البيانات:

تتوافق الاهداف التي تعتمدها الدراسة مع الاهداف التي تسعى اليها الدراسة بغرض تحقيقها، وهي:-

1-استمارة استبيان: وتحتوي مجموعة من التساؤلات الموجة للجمهور عينة الدراسة لقياس تأثير محتوى القضايا الاجتماعية بالفيديو جراف المعروف على المواقع الاخبارية محل الدراسة، في تشكيل اتجاهات الجمهور المصري.

2-استمارة تحليل المضمون: يقوم تحليل المضمون على فهم منظم ودقيق للمحتوى ومضمون قوالب الفيديو جراف بما فيها من وسائط متعددة مثل "الصورة، النص، الصوت، العناصر الجرافيكية والرسوم، والمؤثرات السمعية والبصرية، لعرض القضايا الاجتماعية بالمواقع الاخبارية المصرية، عبر تحديد موضوعات الدراسة التي تندرج تحت القضايا الاجتماعية، وهدفها وتعريف مجتمع الدراسة الذي سيتم اختيار الحالات الخاصة منه لدراسة مضمونه وتحليله¹، وتعد بحوث تحليل المواقع الاعلامية من احداث البحوث في مجال تحليل المحتوى او المضمون. (المشهداني، 2019)

وتستخدم الدراسة اداة تحليل المضمون وتضمن فئات لتحليل قوالب الفيديو جراف الخاصة بالقضايا الاجتماعية بالمواقع عينة الدراسة وتندرج تحتها فئات خاصة بنوع القضايا والاحداث والوسائط المتعددة المستخدمة بقوالب الفيديو جراف وكيفية توظيف المواقع لقوالب الفيديو جراف .

3-المقابلة المقننة: تم اجراء المقابلة المقننة مع مسؤولين ومشرفين انتاج الفيديو جراف بالمواقع عينة الدراسة "اليوم السابع، القاهرة 24، مصراوي" ومجموعة من اساتذة وعمداء كليات واكاديميات الاعلام بمصر المتخصصين بقسم الصحافة وتكنولوجيا الفن الصحفي، للتعرف على كيفية توظيف الفيديو جراف بالمواقع عينة الدراسة وايضا الاتجاه الاكاديمي فيها ،وكيف انها تؤثر في الجمهور وتشكل اتجاهاته.

فئات التحليل: تهدف استمارة تحليل المضمون الى توفير اطار محدود لتسجيل المعلومات التي تساعد على التعرف على طبيعة الموضوعات الاجتماعية المقدمة بقوالب الفيديو جراف عبر المواقع الاخبارية الالكترونية عينة الدراسة يساعد(تحديد الفئات بدقة على تحقيق اهداف الدراسة ، والخروج بمؤشرات كمية وكيفية، تتيح عمل مقارنات بين محتويات قوالب الفيديو جراف المتضمنة قضايا اجتماعية بالمواقع الاخبارية عينة الدراسة ، وتم تقسيم فئات التحليل الى:

أ-فئات الشكل:

1-عناصرالوسائط المتعددة: (الصوت، الصورة، لقطة الفيديو، العناصر الجرافيكية، المؤثرات المرئية والمسموعة، الموشن، النص).

2-التعرف على مصادر المعلومات لقالب الفيديو جراف: (مصادر رسمية، مصادر غير رسمية ، مصادر اولية، نقلا عن مواقع تواصل اجتماعي مثل فيسبوك وتويتر وغيرهما).

3-معرفة اسلوب توظيف قوالب الفيديو جراف بالمواقع عينة الدراسة: (مستقل، الحاقى، تكاملي)

4- معرفة نمط تصميم قوالب الفيديو جراف بالمواقع الاخبارية محل الدراسة: (اسلوب الحزمة الاخبارية، فيديو جراف من المستوى الاول).

5- معرفة امكانية المشاركة/عدم الامكانية، للفيديو جراف عبر المواقع التواصل الاجتماعي: (فيسبوك، تويتر، واتساب، يوتيوب).

6- معرفة مدة عرض قالب الفيديو جراف على المواقع محل الدراسة: (أقل من دقيقة، من دقيقة الى دقيقتين، اكثر من ذلك).

7- رصد عدد مشاهدين قالب الفيديو جراف: (اقل من 500، من 500 الى 1000، اكثر من ذلك).

ب- فئات المضمون:

8- الكشف عن اتجاهات معالجة الاحداث الاجتماعية المتضمنة قالب الفيديو جراف المقدم عبر المواقع الاخبارية محل الدراسة: (سلبى، ايجابى، محايد).

9- معرفة اتجاهات تعليقات الجمهور على قالب الفيديو جراف محل الدراسة: (سلبى، ايجابى، محايد).

10- الكشف عن اساليب تقديم محتوى الفيديو جراف عبر المواقع محل الدراسة: (خبر، تقرير، اخرى)

11- معرفة مدى مواكبة عرض الفيديو جراف للقضايا والاحداث: (أنية، موسمية، دائم، اخرى).

إجراءات الصدق والثبات

بعد الانتهاء من جمع بيانات الدراسة تم ترميزها، وادخالها الى الحاسب الالى، ثم معالجتها وتحليلها باستخدام برنامج الحزم الاحصائية للعلوم الاجتماعية المعروف (SPSS) وتم ذلك باللجوء الى المعاملات والاختبارات الاحصائية.

جدول (1) اسلوب توظيف الفيديو جراف في المواقع الإخبارية المصرية

الموقع		اليوم السابع		القاهرة 24		مصر اوي		الإجمالي	
فئة التحليل		ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
مستقل		36	37.11	80	34.0	21	28.3	137	33.7
تكاملية		30	30.9	67	28.5	26	35.13	123	30.2

35.7	145	36.48	27	37.44	88	30.9	30	إلحاقى
100	406	100	74	100	235	100	97	الإجمالى

يتضح من الجدول السابق رقم(1) بالنسبة لأسلوب توظيف الفيديو جراف بالمواقع عينة الدراسة بالنسبة لفئة الفيديو المستقل يأتي موقع القاهرة 24 في المقدمة بنسبة 58.3% يليه موقع اليوم السابع بنسبة 26.2% وفي المرتبة الأخيرة مصراوي بنسبة 15.3%.

وبالنسبة لفئة الفيديو التكاملى يأتي القاهرة 24 في المركز الأول بنسبة 74.4% يليه اليوم السابع بنسبة 24.3% وأخيراً موقع مصراوي بنسبة 21.13%.

وأخيراً توظيف الفيديو جراف الإلحاقى بالمواقع عينة الدراسة يأتي القاهرة 24 في المقدمة بنسبة 60.7% يليه اليوم السابع بنسبة 20.6% يليه مصراوي بنسبة 18.6%، وتدل هذه النسب على أن المواقع محل الدراسة قد استخدمت نوع الفيديو جراف المستقل أكثر من النوعين الإلحاقى والتكاملى. تشير بيانات الجدول السابق اهتمام الباحثين بأسلوب الفيديو جراف الإلحاقى أكثر من المستقل والتكاملى.

جدول(2) نمط تصميم الفيديو جراف بالمواقع الإخبارية المصرية

الإجمالى		مصراوي		القاهرة 24		اليوم السابع		الموقع
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
62.8	255	76.3	58	53.1	125	74.2	72	فئات التحليل
37.6	153	23.6	18	46.8	110	25.7	25	فيديو جراف من المستوى الأول
100	406	100	76	100	235	100	97	فيديو جراف حزمة إخبارية
								الإجمالى

يبين الجدول رقم (2) أن نمط تصميم الفيديو جراف صاحب المستوى الأول يأتي في المقدمة بنسبة 74.2% يليه فيديو الحزمة الإخبارية بنسبة 25.7% كتوظيف للقالب في المواقع عينة الدراسة يتضح من جدول رقم(5) أن نمط تصميم المواقع عينة الدراسة سار على محورين المحور الأول هو النوع أو المستوى الأول من نوعية الفيديو جراف الصحفي وتقدم موقع القاهرة 24 على المواقع عينة الدراسة في استخدام الفيديو جراف من المستوى الأول في التصميم بنسبة 49% يليه موقع اليوم السابع بنسبة 28.2%، ويأتي

موقع مصراوي في المرتبة الاخيرة من حيث اسلوب تصميمه لقالب الفيديو جراف من المستوى الاول بنسبة 22.7%. اما بالنسبة لتصميم الفيديو جراف من نوعية الحزمة الاخبارية يأتي موقع القاهرة 24 في المقدمة بنسبة 71.8% يليه موقع اليوم السابع بنسبة 16.3%، يليه موقع مصراوي بنسبه 11.76%، تشير بيانات الجدول السابق الى ان المواقع الاخبارية اهتمت بإصدار الفيديو جراف من نوعية المستوى الاول الذي يحمل عنصرين وسائط فأكثر، أكثر من انتاج وتصميم الحزمة الاخبارية.

شكل للفيديو جراف من موقع اليوم السابع



لفتة إنسانية.. زيارة مفاجئة من محمد صلاح إلى مشجع كفيف فى منزله

مشاركة
15
تم الاشراف
VideoYoum7 | تابع
4.96 مليون مشرعه

جدول (3) عدد مشاهدات المتلقين على قالب الفيديو جراف

الاجمالي		مصراوي		القاهرة 24		اليوم السابع		الموقع
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	فئات التحليل
33.25	135	31.0	23	34.0	80	32.9	32	أقل من 500
32.0	130	29.7	22	33.19	78	30.9	30	من 500:1000
34.72	141	39.18	29	32.7	77	36.0	35	أكثر من 1000
100	406	100	74	100	235	100	97	الإجمالي

من خلال جدول رقم(3) الذي يشير الى عدد مشاهدات المتلفين على قالب الفيديو جراف بالمواقع الاخبارية المصرية عينة الدراسة التي تحتوي على القضايا الاجتماعية وتم تقسيمها الى عدة فئات

أولاً: فئات المشاهدات الاقل من 500 مشاهدة يتصدر موقع القاهرة 24 هذه الفئة بالنسبة لغيره من المواقع عينة الدراسة على بعض مقاطع الفيديو جراف نظرا لان عدد مقاطع الفيديو جراف المقدمة للقضايا الاجتماعية في هذه المدة الزمنية محل الدراسة هي الاعلى بعدد 235 فيديو جراف محتوى اجتماعي بنسبة 59.25% يليه موقع اليوم السابع بنسبة 23.70% واخيرا موقع مصر اوي بنسبة 17%.

ثانيا: فئات المشاهدات من 500:100 يتصدر موقع القاهرة 24 هذه الفئة بنسبة 60% يليه موقع اليوم السابع بنسبة 23.5% يليه في الترتيب الاخير موقع مصر اوي بنسبة 16.92%.

ثالثا: فئات المشاهدات الاكثر من 1000، يتصدر موقع القاهرة 24 بنسبة 54.60%، يليه موقع اليوم السابع بنسبة 24.8% واخيرا موقع مصر اوي 20.56%.

تشير بيانات الجدول السابق ان موقع القاهرة 24 هو الموقع الاعلى مشاهدة بالنسبة للمواقع عينة الدراسة.

شكل لقالب فيديو جراف من موقع عينة الدراسة



الأم يرتاح بعد وجع 30 سنة.. سيدة من البحيرة تعثر على ابنها الضائع بالصدفة

اختبار الفروض

الفرض الأول

توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين "اعتماد الجمهور على الفيديو جراف بالمواقع الإخبارية المصرية وزيادة الوعي بالقضايا الاجتماعية".

لاختبار صحة الفرض تم استخدام اختبار "سبيرمان r"، وتم استخدام اختبار "ت، T" للتحديد الدقيق لقيمة الدالة عند مستواها.

جدول (4) دوافع استخدام الجمهور للفيديو جراف

المتغيرات	دلالة معامل سبيرمان	دلالة اختبارات
أكثر أشكال الفيديو جراف التي يفضل الجمهور مشاهدتها	$r=0.34$ يقترَب من مستوى دلالة	قيمة الدالة $P=0.0.1$ مستوى الدالة الفا
الاسباب التي تدفعك لاستخدام الفيديو جراف	α $0.01=$	α $0.05=$

يتبين من الجدول السابق ثبوت صحة الفرض وانه توجد علاقة ارتباطية بين اعتماد الجمهور على الفيديو جراف بالمواقع الاخبارية وزيادة الوعي بالقضايا الاجتماعية. عند قيمة دالة 0.1% ومستوى دالة 0.05%.

الفرض الرابع

توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين " اتجاهات الجمهور نحو محتوى القضايا الاجتماعية المقدمة بالفيديو جراف بالمواقع الاخبارية المصرية وبين المتغيرات الديموغرافية للمبجوثين ".

لاختبار صحة الفرض تم استخدام اختبار "ت،T" للتحديد الدقيق لقيمة الدالة عند مستواها.

جدول(5)

المتغيرات	دلالة معامل سبيرمان	دلالة اختبارات
التعرض لمحتوى الفيديو جراف بالمواقع الاخبارية المصرية	$r =0.7$	قيمة الدالة $P=0.0.1$ مستوى الدالة الفا
الجنس		α $0.05=$
السن	0.5	$P=00.8$
الحالة الاجتماعية	0.05	0.05
الحالة الاقتصادية	1	-47%

المستوى التعليمي	0.85	0.00
بيئة الإقامة	0.00	0.1
المهنة	0,05	0.05

يتبين من الجدول السابق (5) اولا بالنسبة لمتغير الجنس توجد علاقة طردية بين المتغيرين وثبوت صحة الفرض القائل " توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين " تعرض الجمهور لمحتوى الفيديو جراف بالمواقع الاخبارية المصرية التي تحتوي على القضايا الاجتماعية وبين متغير الجنس للمبحوثين " عند مستوى دالة 0.05%، وبالنسبة لمتغير السن رفض الفرض القائل " توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين " تعرض الجمهور لمحتوى الفيديو جراف بالمواقع الاخبارية المصرية التي تحتوي على القضايا الاجتماعية وبين متغير السن للمبحوثين " وثبوت الفرض البديل لا توجد علاقة (فرض صفري)، اما بالنسبة لمتغير الحالة الاجتماعية وهنا توجد علاقة طردية بين المتغيرين وثبوت صحة الفرض القائل " توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين " تعرض الجمهور لمحتوى الفيديو جراف بالمواقع الاخبارية المصرية التي تحتوي على القضايا الاجتماعية وبين متغير الحالة الاجتماعية للمبحوثين عند مستوى دالة 0.05%، وعن متغير الحالة الاقتصادية توجد علاقة عكسية بين المتغيرين وثبوت صحة الفرض القائل " توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين " تعرض الجمهور لمحتوى الفيديو جراف بالمواقع الاخبارية المصرية التي تحتوي على القضايا الاجتماعية وبين متغير الحالة الاقتصادية للمبحوثين " عند مستوى دالة 0.05%، وعن متغير المستوى التعليمي رفض الفرض القائل " توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين " تعرض الجمهور لمحتوى الفيديو جراف بالمواقع الاخبارية المصرية التي تحتوي على القضايا الاجتماعية وبين متغير المستوى التعليمي للمبحوثين " وثبوت صحة الفرض البديل لا توجد علاقة بين المتغيرات (فرض صفري)، وعن متغير مكان الإقامة توجد علاقة طردية بين المتغيرين وثبوت صحة الفرض القائل " توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين " تعرض الجمهور لمحتوى الفيديو جراف بالمواقع الاخبارية المصرية التي تحتوي على القضايا الاجتماعية وبين متغير بيئة الإقامة للمبحوثين " عند مستوى دالة 0.05%، واخيرا متغير المهنة توجد علاقة طردية بين المتغيرين وثبوت صحة الفرض القائل " توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين " تعرض الجمهور لمحتوى الفيديو جراف بالمواقع الاخبارية المصرية التي تحتوي على القضايا الاجتماعية وبين متغير المهنة للمبحوثين " عند مستوى دالة 0.05%.....

وقد أسفرت الدراسة عن عدد كبير من النتائج أبرزها: -

2- جاء كيفية توظيف الفيديو جراف المتضمن قضايا اجتماعية بالموقع محل الدراسة كالاتي، لفئة الفيديو المستقل يأتي موقع القاهرة 24 في المقدمة، يليه موقع اليوم السابع، وفي المرتبة الأخيرة مصراوي .

وبالنسبة لفئة الفيديو التكامل يأتى القاهرة 24 في المركز الاول، يليه اليوم السابع يليه موقع مصراوي.

واخيرا توظيف الفيديو جراف اللاحقي بالمواقع عينة الدراسة يأتي القاهرة 24 في المقدمة يليه اليوم السابع يليه مصراوي ، وهذا يشير ان الفئة الاكبر من الجمهور المستخدم لمحتوى الفيديو جراف ركز على نوعية الفيديو جراف المستقل اكثر من نظيره اللاحقي والتكامل. وتشير النتائج والبيانات الى تصدر الفيديو جراف

4- بالنسبة لعناصر الوسائط المتعددة المكونة لقالب الفيديو جراف محل الدراسة، جاءت الصورة في المقدمة وهذا يدل على ان الصورة ابلغ من الف كلمة.

5- جاءت اتجاهات تعليقات الجمهور على الفيديو جراف محل الدراسة، أولاً: معارض، فيأتي في المقدمة موقع القاهرة 24، وفي المرتبة الثانية موقع مصراوي، واخيراً موقع اليوم السابع .

ثانياً: محايد، يتقدم موقع اليوم السابع في فئة محايد لتعليقات الجمهور، يليه موقع مصراوي، وفي المرتبة الأخيرة موقع القاهرة 24 .

ثالثاً: مؤيد، يأتي في المقدمة موقع اليوم السابع، وفي المرتبة الثانية موقع القاهرة 24 ويأتي في المرتبة الأخيرة موقع مصراوي .

رابعاً: لا يوجد تعليقات، يأتي في المقدمة موقع القاهرة ، يليه موقع مصراوي، واخيراً موقع اليوم السابع .

وتشير النتائج الى عزوف الجمهور عن التعليقات بنسبة كبيرة.

- ثبوت صحة الفرض وانه توجد علاقة ارتباطية بين اعتماد الجمهور على الفيديو جراف بالمواقع الاخبارية وزيادة الوعي بالقضايا الاجتماعية. عند قيمة دالة 0.1% ومستوى دالة 0.05%.

11- ثبوت صحة الفرض القائل انه توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين "التعرض لمحتوى الفيديو جراف بالمواقع الإخبارية المصرية والتأثير على سلوك المبحوثين" عند قيمة دالة 0.2 ومستوى دالة 0.05.

12- ثبوت صحة الفرض القائل بأنه توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين " درجة اعتماد الجمهور على الفيديو جراف والاستقرار الاجتماعي.

13- رفض الفرض القائل " توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين " اتجاهات الجمهور نحو محتوى القضايا الاجتماعية المقدمة بالفيديو جراف بالمواقع الاخبارية المصرية وبين متغير السن للمبحوثين " لأن مستوى دالة ت زاد عن 0.05 عند قيمة 0.039 وثبوت صحة الفرض البديل الصفري بعدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين " اتجاهات الجمهور نحو محتوى القضايا الاجتماعية المقدمة بالفيديو جراف بالمواقع الاخبارية المصرية وبين متغير السن للمبحوثين " .

14- ثبوت صحة الفرض القائل " توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين " اتجاهات الجمهور نحو محتوى القضايا الاجتماعية المقدمة بالفيديو جراف بالمواقع الاخبارية المصرية وبين متغير الجنس للمبحوثين " . ووجود علاقة عكسية بين المتغيرين لان قيمة الدالة-2% "سالبة" عند مستوى 0.05%.

15- وجود علاقة عكسية بين المتغيرين وثبوت صحة الفرض القائل " توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين " اتجاهات الجمهور نحو محتوى القضايا الاجتماعية المقدمة بالفيديو جراف بالمواقع الاخبارية المصرية وبين متغير الحالة الاقتصادية للمبحوثين عند قيمة دالة-11% ومستوى دالة 0.05% " .

16- وجود علاقة عكسية بين المتغيرين وثبوت صحة الفرض القائل " توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين " اتجاهات الجمهور نحو محتوى القضايا الاجتماعية المقدمة بالفيديو جراف بالمواقع الاخبارية المصرية وبين متغير الحالة الاجتماعية للمبحوثين " عند مستوى دالة 0.05% .

17- توجد علاقة عكسية ذات دلالة إحصائية بين "التعرض للقضايا الاجتماعية بمحتوى الفيديو جراف المقدم بالمواقع الاخبارية المصرية وبين متغير المهنة لدى المبحوثين " عند قيمة دالة-4% ومستوى دالة 0.05% .

18- بالنسبة للفرض القائل " توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين " تعرض الجمهور لمحتوى الفيديو جراف بالمواقع الاخبارية المصرية التي تحتوي على القضايا الاجتماعية وبين المتغيرات الديموغرافية للمبحوثين تبين ان: _ اولا بالنسبة لمتغير الجنس توجد علاقة طردية بين المتغيرين وثبوت صحة الفرض القائل " توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين " تعرض الجمهور لمحتوى الفيديو جراف بالمواقع الاخبارية المصرية التي تحتوي على القضايا الاجتماعية وبين متغير الجنس للمبحوثين " عند مستوى دالة 0.05%.

وبالنسبة لمتغير السن رفض الفرض القائل " توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين " تعرض الجمهور لمحتوى الفيديو جراف بالمواقع الاخبارية المصرية التي تحتوي على القضايا الاجتماعية وبين متغير السن للمبحوثين " وثبوت الفرض البديل لا توجد علاقة (فرض صفري).

اما بالنسبة لمتغير الحالة الاجتماعية وهنا توجد علاقة طردية بين المتغيرين وثبوت صحة الفرض القائل " توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين " تعرض الجمهور لمحتوى الفيديو جراف بالمواقع الاخبارية المصرية التي تحتوي على القضايا الاجتماعية وبين متغير الحالة الاجتماعية للمبحوثين عند مستوى دالة 0.05%".

وعن متغير الحالة الاقتصادية توجد علاقة عكسية بين المتغيرين وثبوت صحة الفرض القائل " توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين " تعرض الجمهور لمحتوى الفيديو جراف بالمواقع الاخبارية المصرية التي تحتوي على القضايا الاجتماعية وبين متغير الحالة الاقتصادية للمبحوثين " عند مستوى دالة 0.05%.

Bibliography

- فرندة ابراهيم، وليد عبد الفتاح، نشوى فتحي، (2023). فاعليه برنامج باستخدام صحافة البيانات في تنمية بعض المفاهيم الاقتصادية لدى طلاب الإعلام التربوي. *المجلة الدولية لبحوث الإعلام والاتصالات جامعة المنصورة - كلية التربية النوعية*، 66.
- ،سعد سلمان المشهداني. (2019). *منهجية البحث العلمي*، . الاردن،: دار اسامة للنشر والتوزيع،ص176.
- ،سوتيروس سارناكوس، ترجمة: شحدة فارح. (2017). *البحث الاجتماعي*. بيروت: المركز العربي لأبحاث ودراسة السياسات،ص294.
- López-López, P.J. (Pilar José. (2023). "Training data journalists. An analysis of postgraduate programs in Spanish universities and the degrees of professionals". *Communication. Publisher: Servicio de Publicaciones de la Universidad de Navarra*, p. 79 ،56.
- Lopzosa, C. (2023). Journalistic innovation: How new formats of digital journalism are perceived in the academic. *sage journalis*, 30.
- MESQUITA, L. (2023). COLLABORATIVE JOURNALISM AND NORMATIVE JOURNALISM: LESSONS FROM LATIN AMERICAN. *Anàlisi is a science journal*, 2،5.
- الاء محمد ممدوح الاء محمد ممدوح رانيا زكريا. (2023). اتجاهات الجمهور نحو مصداقية صحافة الفيديو ودورها في مكافحة الشائعات. *مجلة كلية الاداب جامعة المنصورة*، 25.
- امل رمزي شلبي. (2023). دور مواقع التواصل الاجتماعي في ترتيب أولويات البرامج الحوارية في مناقشة القضايا المجتمعية (دراسة ميدانية علي القائم بالاتصال. *مجلة البحوث كلية الاداب قسم الاعلام،جامعة المنصورة*،، 56.
- رشا عاطف. (2022). لقيم الاخبارية المتضمنة في الفيديو جراف المقدم بالمواقع الاخبارية المصرية. *المجلة المصرية لبحوث الأعلام،جامعة المنوفية*،، 65.
- سارة جميل. (2023). اتجاهات الجمهور المصرى نحو صحافة "التربند" ومدى مصداقيتها لديهم. *مجلة البحوث والدراسات الإعلامية*،، 23.
- سعيد عبد المنعم الدسوقي. (2021). «بناء نموذج لأثر البيئة الادارية والتنظيمية على محتوى العلاقات العامة الرقمية وانعكاساته على فعالية الرسالة الاتصالية لدى الجمهور العام والنخبة. *جامعة أسوان*، 88.
- سعيد محمود امين. (2023). دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل اتجاهات طلبة الجامعات نحو القضايا الاجتماعية "ظاهرة الفلتان الأمني المجتمعي نموذجا". *مجلة العلوم الإنسانية*، 75.
- عبد الله مبارك عسيري. (2023). دور الصحافة السعودية في ترتيب أوليات لقضايا الاجتماعية في المملكة العربية السعودية دراسة تحليلية لصحيفتي الوطن والجزيرة، *المجلة الدولية لبحوث الاعلام والاتصالات*،، 75.
- نسمة سليمان دبور. (2023). ،توظيف صحافة البيانات في تناول الموضوعات الاقتصادية على شبكات التواصل الاجتماعي "تويتز وانستجرام" نموذجا،. 50.